

EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE NEGOCIO DE YOUTUBE: DE PLATAFORMA COLABORATIVA A COMERCIAL

EVOLUTION OF YOUTUBE BUSINESS MODEL: FROM COLLABORATIVE TO COMMERCIAL PLATFORM

Miguel de Aguilera Moyano

Universidad de Málaga

deaguilera@uma.es

José Patricio Pérez Rufí

Universidad de Málaga

patricioperez@uma.es

Antonio Castro Higuera

Universidad de Málaga

acastro@uma.es

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es identificar los modelos de negocio aplicados por YouTube desde su creación hasta 2018, al tiempo que intentar categorizar dichas actuaciones. Pretendemos así evaluar la eficacia de las diferentes estrategias comerciales abordadas y valorar la evolución en su planificación empresarial. Los resultados muestran que YouTube apuesta por una gama amplia y simultánea de modelos de negocio, más allá de la modalidad AVOD (Ad-Supported Video on Demand) dentro del Video on Demand (VOD). Su fuerte posicionamiento ligado al consumo de vídeo gratuito financiado con publicidad y al contenido creado por el usuario condiciona en extremo los pasos de la compañía en la búsqueda de la rentabilidad.

Abstract

The main objective in this paper is to identify business models applied by YouTube from its origin until 2018, while we will try to categorize those actions. In this way we aim to evaluate the effectiveness of the different business strategies applied and to evaluate the evolution in their business planning. The results show that YouTube supports a wide and simultaneous range of business models, beyond the AVOD modality (Ad-Supported Video on Demand) within the Video on Demand (VOD). Its strong position linked to the consumption of free video financed with advertising and the content created by the user, conditions extremely the steps of the company in the search of the profitability.

Palabras clave

YouTube, Modelos de negocio, Vídeo bajo demanda, Industrias culturales, Economía de los medios

Keywords

YouTube, Business models, Video on Demand, Cultural industries, Media Economy