

Diariamente la búsqueda que tenemos quienes nos dedicamos a la publicidad, medios y redes sociales es encontrar las estrategias adecuadas para que las campañas de nuestros productos lleguen de una manera directa y sencilla a nuestro consumidor, pues Internet Activity Index, de la Asociación de Editores Online nos ayuda un poco con el siguiente estudio.



El estudio realizado analizó cinco categorías; Contenido, Comunicación, Comunidad, Comercio y Búsquedas, en contenido encontramos páginas como NYTimes, ESPN, en comunicación las páginas de mensajería instantánea como messenger, ebuddy y correos electrónicos, en comunidad varias redes sociales, en comercio las famosas Amazon o ebay, mientras que en búsquedas los principales buscadores como Google o Yahoo.

Sin duda las categorías delimitadas proporcionan un rango interesante en los resultados obtenidos, pues dichas categorías abarcan lo que se consulta en Internet primordialmente y está en constante uso, ya que usted imagina un día sin Google o sin Facebook, pues este estudio nos revela algo que siempre hemos dicho en este foro.

De la población tomada para la realización de este estudio, el 42% pasan la mayor parte de su tiempo en línea en portales de contenido, aunque sitios de comercio y comunidad registraron aumentos bastante significativos, el contenido sigue siendo el líder en el gusto de los usuarios, por lo que le reitero, en su futura campaña, genere muy buenos contenidos para generar interés entre sus consumidores.

Por José Ramón Vega
[@jrlothlorien](#)