

Crece el tiempo online

La gente pasa en promedio 21,2 horas online por semana. Así lo revela la red de firmas de servicios profesionales KPMG, a través del estudio "Consumidores y Convergencia". El objetivo de este trabajo, para el que se realizaron encuestas a 4190 personas de 19 países, fue comprender las tendencias de los consumidores en el uso de nuevas tecnologías. El estudio

indaga acerca del tiempo que pasan conectados los usuarios, qué tecnologías usan para conectarse, qué percepción tienen de las nuevas tecnologías, el uso de la banca online, las preocupaciones sobre la privacidad y la publicidad online. Entre las actividades más frecuentes se encuentran el envío de mails, mensajes instantáneos y el acceso a noticias e información. También se registró un crecimiento en el acceso a internet por celular para otras actividades, como escuchar y descargar música y leer libros y artículos online.

Según el informe, este marcado aumento en la exposición multimedial trae aparejado una necesaria modificación en la relación de las empresas con sus consumidores. En cuanto a la publicidad online, los consumidores están más abiertos a ver avisos a cambio de la descarga de música. Se considera que las estrategias publicitarias deberían apuntar a proveer descargas de música a cambio de la exposición a avisos. Por otro lado, el estudio constató que los consumidores tienden más a pagar por evadir publicidad cuando usan su celular que cuando usan su computadora.