**¿Qué son los medios de comunicación?**

Los *medios de comunicación* son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, por tanto, la elección del o los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión de suma importancia porque repercute directamente en los resultados que se obtienen con ella.

**Tipos de Medios de Comunicación:**

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los *tipos de medios de comunicación* que engloban)

**Medios Masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado.

* + *Televisión:* Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.
  + *Radio:* Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.
  + *Periódicos:* Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.
  + *Revistas:* Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.
  + *Internet:* Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales.
  + *Cine:* Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad.

**Medios Auxiliares o Complementarios:** Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado.

* + *Medios en Exteriores o Publicidad Exterior*: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre.
  + *Publicidad Interior*: Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.
  + *Publicidad Directa o Correo Directo*: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual.
* **Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.

En segundo lugar, cada uno de éstos grupos incluye una diversidad de *tipos de medios de comunicación*, como se podrá ver en detalle a continuación:

1. **Medios Masivos:** Dentro de este grupo se encuentran los siguientes *tipos de medios de comunicación*:
2. **Medios Auxiliares o Complementarios:** Este grupo de medios incluye los siguiente *tipos de medios de comunicación*:
3. **Medios Alternativos:** Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores dentro de este grupo se encuentran los siguientes *tipos de medios de comunicación*:
   * Faxes.
   * Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales.
   * Protectores de pantallas de computadoras.
   * Discos compactos.
   * Kioscos interactivos en tiendas departamentales.
   * Anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los videocasetes rentados.

**www.promonegocios.net**