

en Usos de Internet Latinoamérica 2017

Realizado por Tendencias Digitales.com

Reporte para los Aliados del estudio

 tendencias digitales

Justificación metodológica.

El **Estudio de Usos de internet en Latinoamérica** se realiza a través de una investigación por muestreo levantada por medio de encuestas autoadministradas por internet.

Para un estudio sobre los usos de internet y una cobertura de trece países esta metodología se presenta como la mejor opción y ha demostrado desde el año 2005 que es un método efectivo para conocer las últimas tendencias en el uso de internet en Latinoamérica.

Las principales ventajas que ofrece esta metodología online son su rapidez y la posibilidad de cubrir una amplia área geográfica en un lapso aceptable de tiempo.

Antecedentes.

El **Estudio de Usos de internet en Latinoamérica** es realizado por Tendencias Digitales desde el año 2005 con la finalidad de ofrecer un panorama completo sobre el uso de Internet en la región.

Este estudio cubre temas como la penetración de internet, las expectativas de crecimiento, los hábitos generales de uso, redes sociales, comercio electrónico, banca electrónica, internet móvil, medios y publicidad en internet, entre otros, constituyéndose en la fuente más completa y constante sobre internet en la región.

El reporte presenta los resultados y principales tendencias en el uso de internet al cierre del 2017, cubre trece (13) países de Latinoamérica y el Caribe, que representan un 98% de los usuarios totales de la región y su próxima edición será en octubre del 2018.

Limitación metodológica.

Los usuarios pertenecientes a los estratos socioeconómicos más bajos en algunos países de la región pueden encontrarse subestimados en el presente estudio con respecto a su peso en el universo total.

Esta subestimación se origina en la dificultad de acceder a estos grupos a través de la metodología online y podría afectar ciertos resultados en los cuales los hábitos de estos usuarios tengan una participación importante.

En la medida que la penetración de internet se incrementa dentro de cada país y dentro de la región, este sesgo se irá reduciendo.

Ficha Técnica.

Universo en estudio

Usuarios de internet de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Selección de la muestra

La muestra se seleccionó a través de invitaciones vía correo electrónico y publicidad en sitios web de alto tráfico y redes sociales.

Tamaño de la muestra

4.975 entrevistas

Fecha de campo

Julio - Septiembre 2017

Control de calidad y procesamiento

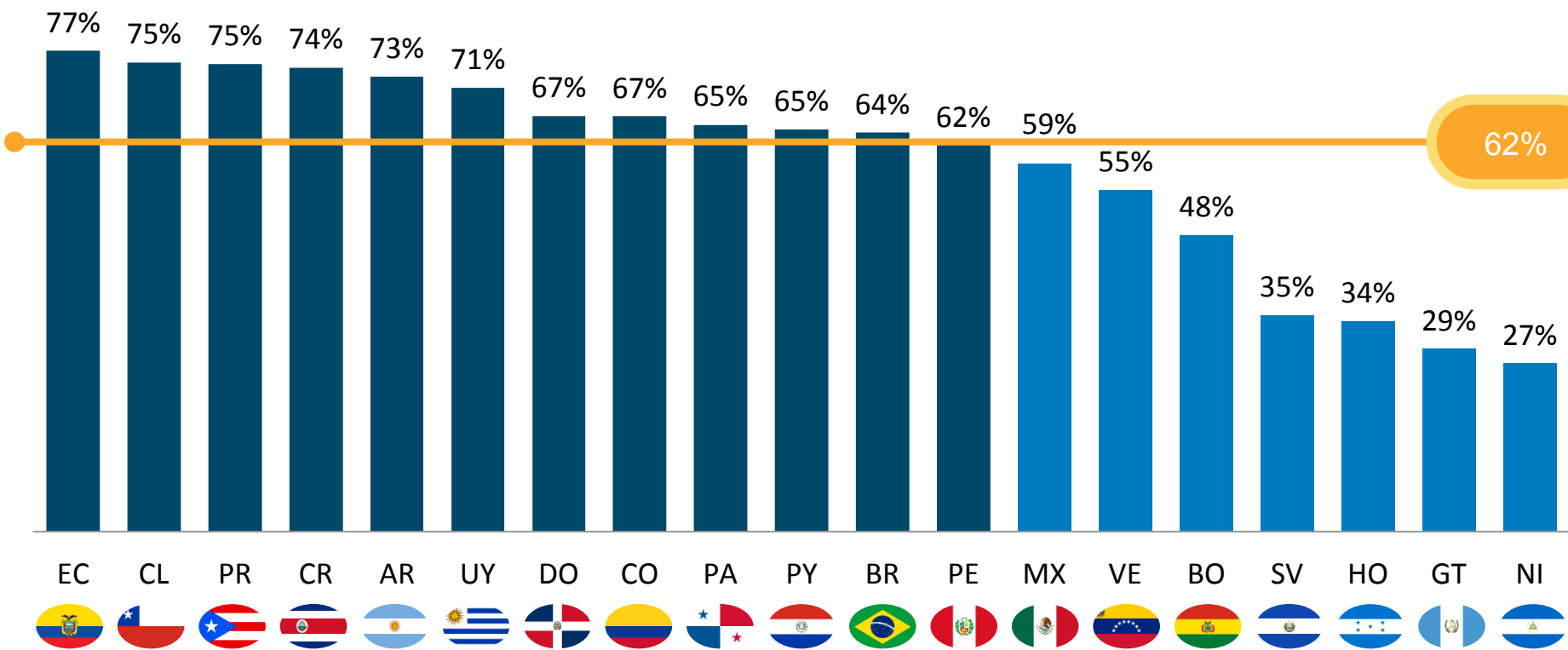
Eliminación de encuestas incompletas, eliminación de casos atípicos con base en Análisis de Distancias, ponderación de resultados

Análisis de los datos

Estadísticos descriptivos, Análisis de correspondencias múltiples, Cluster Analysis y Factor Analysis

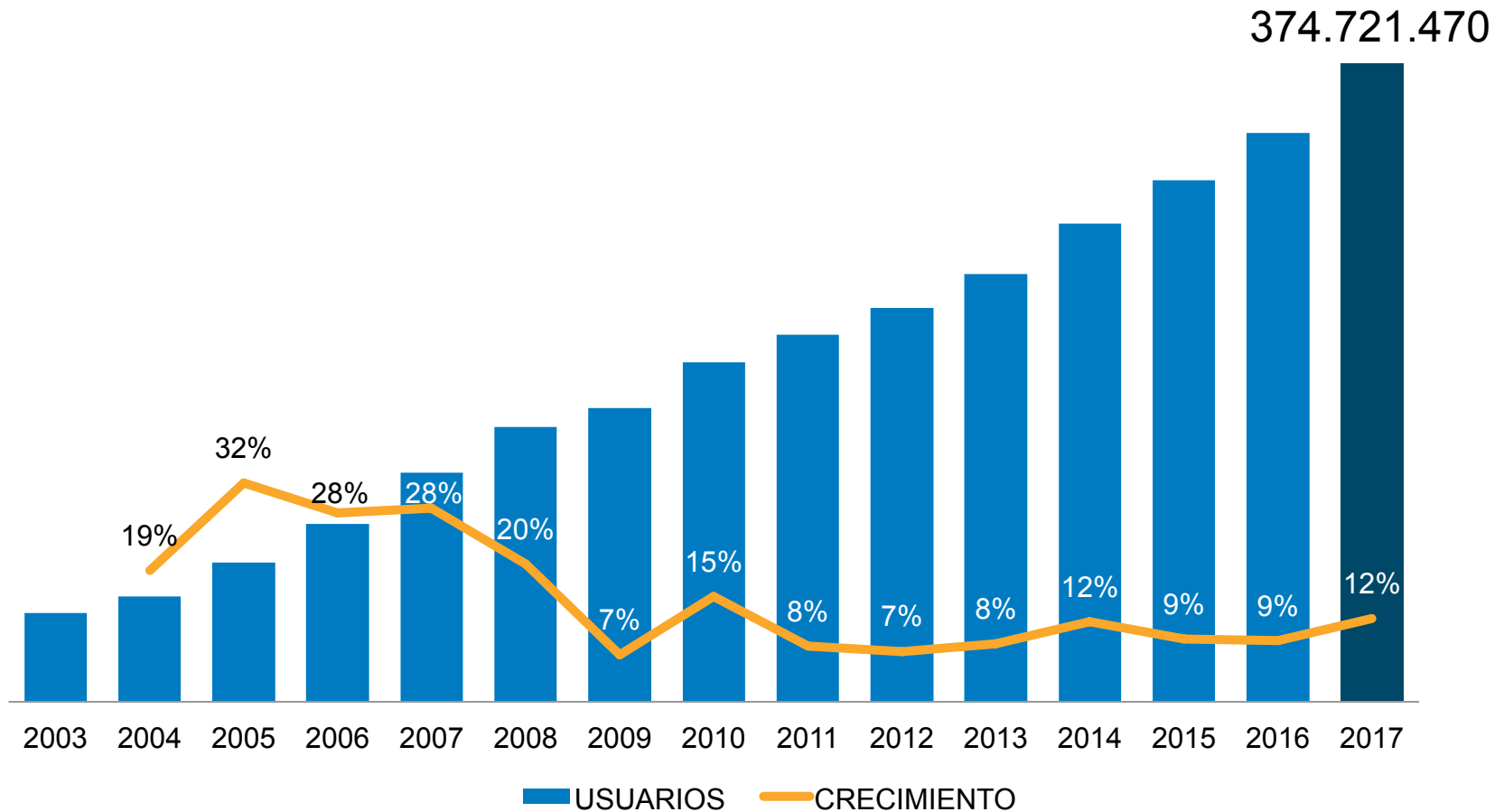
Penetración de internet.

El promedio de penetración de internet en la región es de 62%, pudiéndose observar tres grupos de países: los que tienen penetraciones mayores a 70% entre los que destacan los países del cono sur más Costa Rica, Puerto Rico y Ecuador que este año encabeza la lista, los que tienen penetraciones mayores a 60% pero menores de 70% donde están Perú, Panamá y Colombia y los que tienen penetraciones menores al 60% donde están los países de Centroamérica, México y Venezuela.



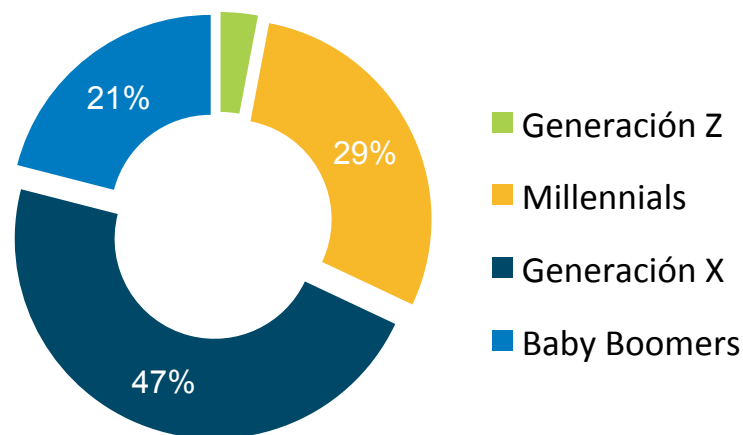
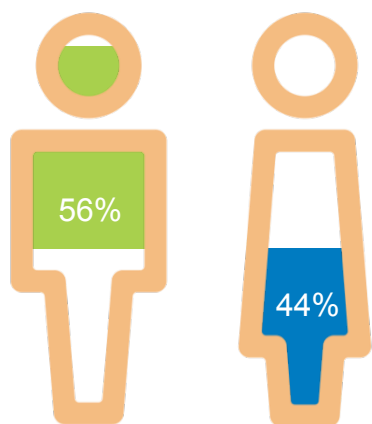
Número de usuarios y crecimiento.

Para el 2017 el número de usuarios de internet en la región es de más de 370 millones, lo que representa una penetración de internet del 12% observándose un sutil crecimiento con respecto a años anteriores en los que se había mantenido estable.



Distribución de usuarios por edad y sexo.

La distribución de los usuarios por sexo nos da una mayoría de hombres que ha sido la tendencia históricamente en la región. Al observar la distribución por generaciones, tenemos que la Generación X supera el 50% de los internautas entrevistados teniendo una proporción igual para Millennials y Baby Boomers en la muestra y una baja representación de internautas de la Generación Z a nivel regional.



¿De qué forma prefieres recibir información de una marca o producto?

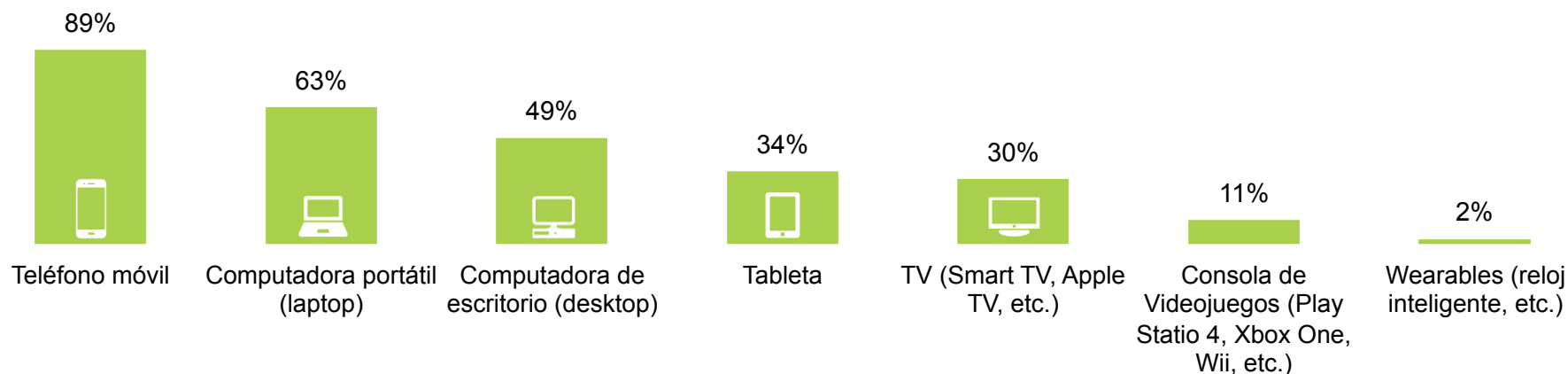


	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Mujeres	58%	62%	36%	44%	42%	39%	44%	39%	61%	38%	56%	36%	45%
Hombres	42%	38%	64%	56%	58%	61%	56%	61%	39%	62%	44%	64%	55%

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Generacion Z	4%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	2%	1%	4%	0%	0%
Millennials	32%	28%	13%	26%	10%	18%	15%	35%	37%	37%	65%	6%	24%
Generación X	50%	49%	59%	56%	51%	57%	62%	38%	45%	38%	27%	70%	53%
Baby Boomers	14%	20%	29%	18%	38%	25%	23%	19%	16%	23%	4%	24%	23%

Dispositivos de conexión.

En cuanto a dispositivos de conexión, podemos observar que los móviles ocupan el primer lugar en la región como dispositivos preferidos para conectarse a internet, seguidos de las computadoras portátiles. Así, la movilidad es una característica importante al momento de elegir un dispositivo de conexión.

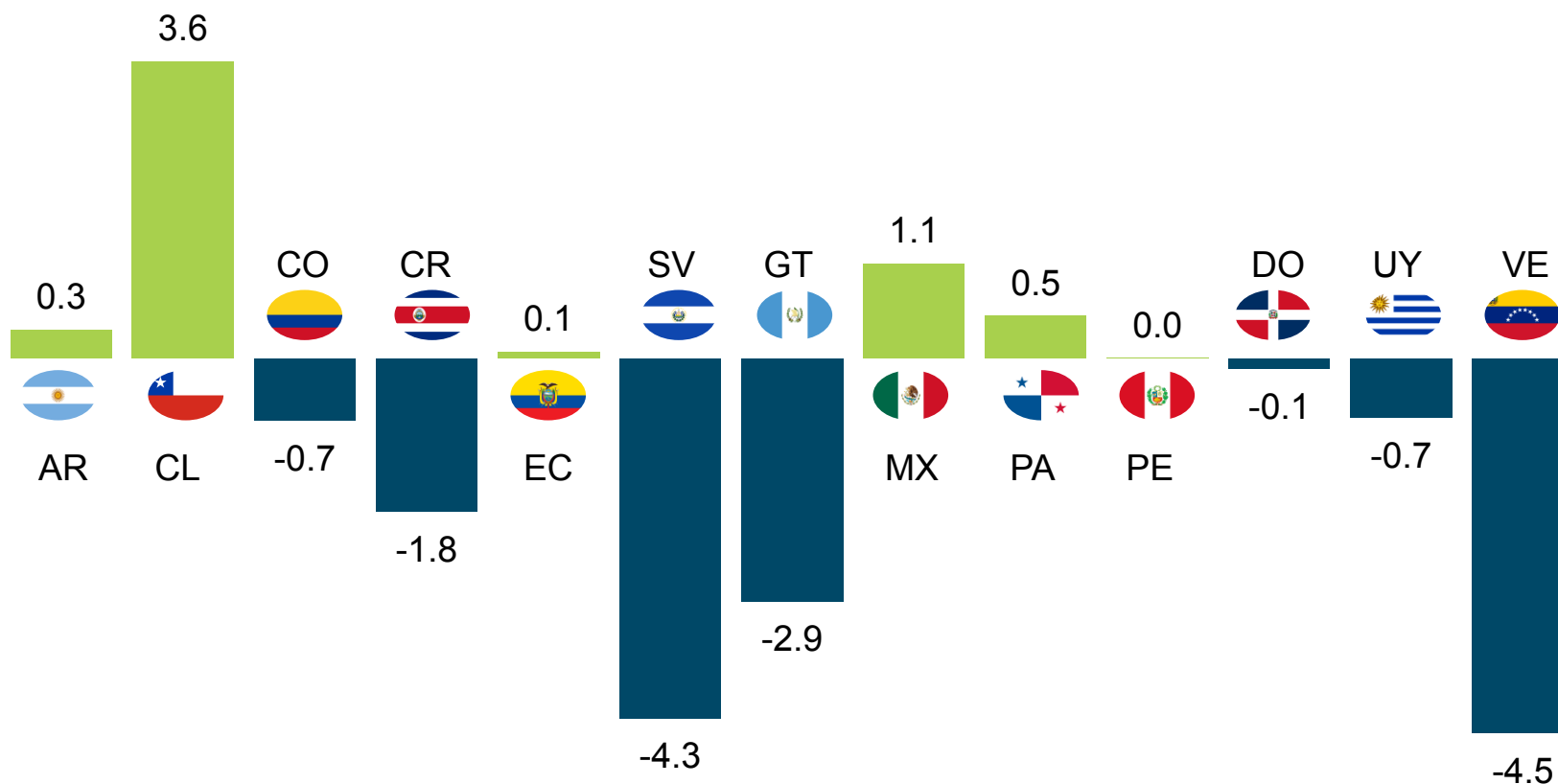


¿Qué dispositivos usas para conectarte a internet?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Teléfono móvil	91%	93%	88%	94%	88%	81%	93%	90%	95%	89%	92%	97%	83%
Computadora portátil (laptop)	52%	71%	68%	73%	64%	47%	64%	62%	68%	68%	54%	95%	64%
Computadora de escritorio (desktop)	48%	40%	61%	37%	52%	69%	69%	40%	37%	53%	30%	46%	69%
Tableta	28%	32%	33%	46%	32%	41%	34%	38%	28%	26%	28%	38%	36%
TV (Smart TV, Apple TV, etc.)	30%	37%	29%	41%	40%	22%	31%	30%	29%	39%	23%	32%	10%
Consola de Videojuegos (Play Station 4, Xbox One, Wii, etc.)	8%	12%	8%	16%	6%	6%	3%	17%	10%	6%	7%	5%	7%
Wearables (reloj inteligente, etc.)	1%	2%	2%	7%	3%	0%	2%	3%	2%	2%	2%	5%	1%

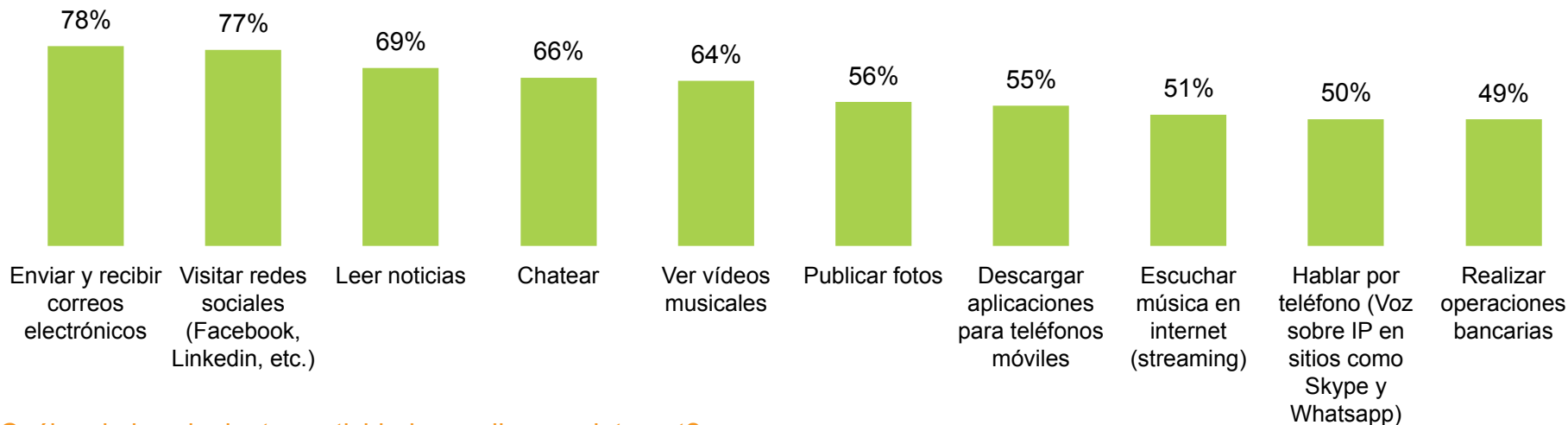
Velocidad promedio a la que navega.

Chile es el país de la región con una velocidad de internet muy superior a la del promedio regional que es de 8 MB, acompañado por México. En el grupo de los países con velocidades por debajo del promedio se encuentran El Salvador, Guatemala y Venezuela.



Usos de internet (Top Ten).

Los principales usos de internet se mantienen con respecto a años anteriores, así, los correos electrónicos, las redes sociales y las noticias ocupan los tres primeros puestos del ranking. En el Top Ten se incluyen las operaciones bancarias que cobran fuerza entre las actividades realizadas los internautas latinoamericanos.

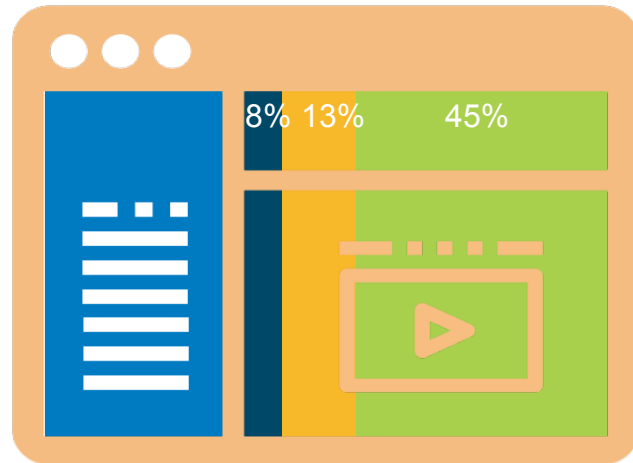


¿Cuáles de las siguientes actividades realizas en internet?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Enviar y recibir correos electrónicos	74%	87%	85%	88%	84%	75%	79%	72%	80%	82%	60%	92%	88%
Visitar redes sociales (Facebook, LinkedIn, etc.)	78%	82%	79%	83%	70%	66%	81%	74%	78%	77%	63%	92%	82%
Leer noticias	61%	74%	75%	83%	67%	72%	71%	65%	68%	76%	58%	92%	83%
Chatear	60%	68%	71%	69%	54%	75%	81%	67%	73%	64%	66%	65%	62%
Ver videos musicales	60%	74%	65%	69%	57%	63%	62%	66%	67%	64%	59%	73%	67%
Publicar fotos	57%	62%	51%	59%	48%	59%	55%	57%	63%	57%	59%	70%	59%
Descargar aplicaciones para teléfonos móviles	52%	60%	50%	70%	45%	50%	59%	60%	61%	52%	53%	54%	50%
Escuchar música en internet (streaming)	44%	54%	53%	61%	48%	53%	48%	53%	54%	54%	46%	51%	53%
Hablar por teléfono (Voz sobre IP en sitios como Skype y Whatsapp)	43%	58%	54%	72%	52%	50%	43%	48%	49%	48%	51%	51%	52%
Realizar operaciones bancarias	39%	63%	58%	70%	60%	38%	59%	36%	47%	50%	33%	65%	87%

Cursos online.

De los internautas entrevistados un 55% declara haber realizado cursos por internet, siendo un 34% cursos gratis y un 8% cursos pagos.



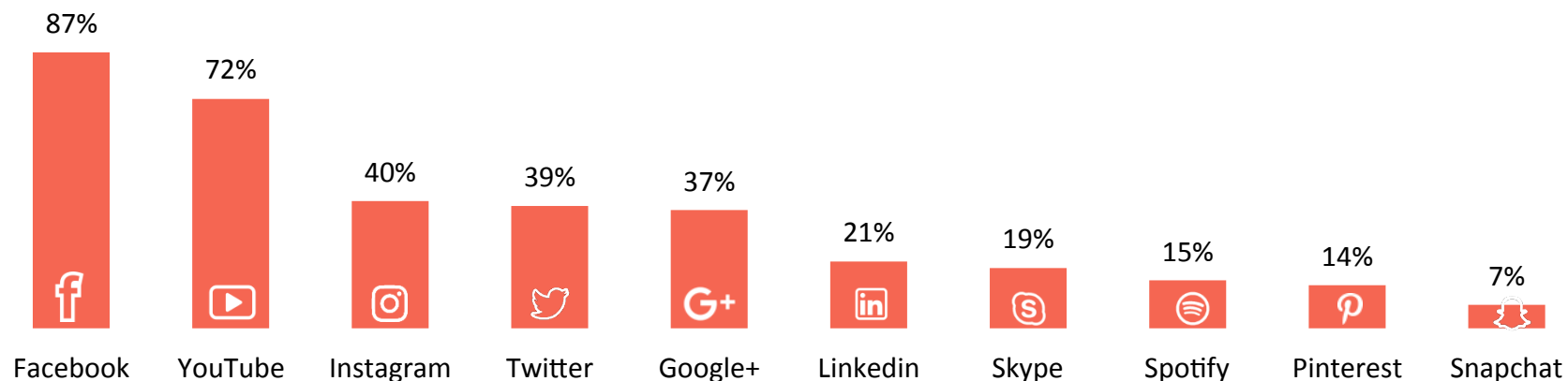
- Si, he realizado cursos en internet gratis
- Si, he realizado cursos en internet pagos
- Si, he realizado cursos en internet pagos y gratis
- No, no he realizado ningún tipo de curso en internet

¿Has realizado cursos por internet?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Si, he realizado cursos en internet gratis	28%	34%	51%	31%	28%	41%	43%	30%	32%	33%	34%	35%	34%
Si, he realizado cursos en internet pagos	11%	6%	9%	8%	7%	6%	5%	8%	8%	7%	7%	11%	6%
Si, he realizado cursos en internet pagos y gratis	9%	9%	17%	17%	13%	9%	26%	14%	11%	11%	10%	8%	14%
No, no he realizado ningún tipo de curso en internet	52%	51%	23%	44%	51%	44%	26%	49%	48%	48%	48%	46%	47%

Medios sociales visitados (top ten).

En el ranking de medios sociales, Facebook, Youtube e Instagram ocupan los tres primeros lugares siendo los medios más usados por los internautas entrevistados. Esto reafirma la preferencia de los usuarios por contenidos audiovisuales y multimedia.

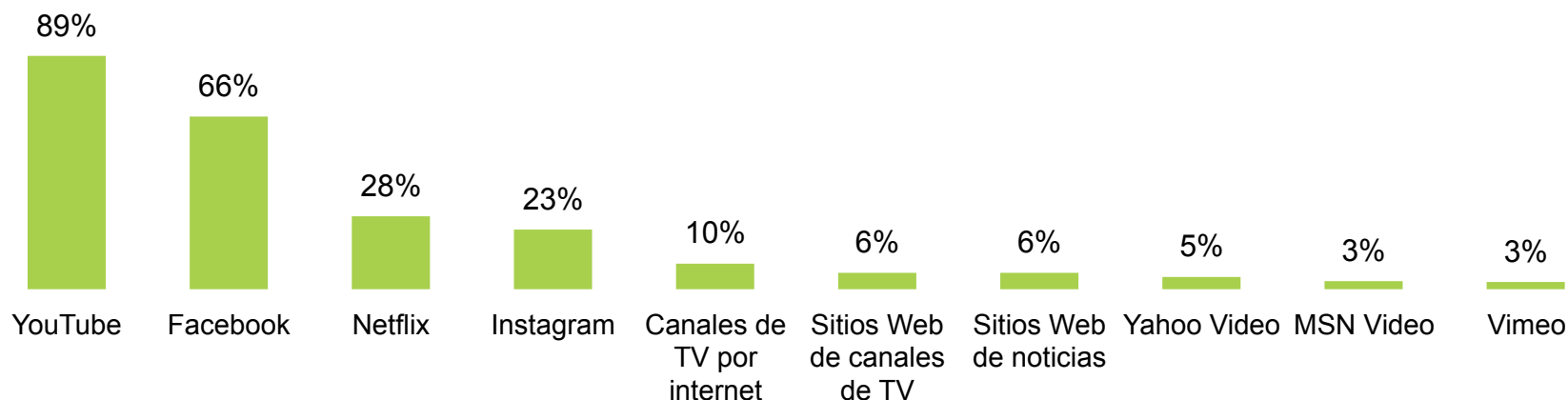


¿Cuáles son los medios sociales que más usas?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Facebook	87%	89%	86%	83%	81%	94%	86%	90%	85%	90%	68%	86%	82%
YouTube	66%	74%	74%	76%	70%	72%	67%	74%	77%	75%	69%	62%	73%
Instagram	41%	44%	37%	32%	46%	34%	34%	33%	65%	38%	64%	22%	64%
Twitter	30%	32%	40%	25%	44%	47%	40%	38%	32%	31%	23%	30%	72%
Google+	32%	36%	42%	34%	43%	31%	47%	36%	36%	38%	29%	32%	41%
LinkedIn	20%	19%	28%	18%	25%	22%	19%	17%	18%	26%	8%	24%	29%
Skype	16%	16%	28%	26%	21%	13%	28%	15%	16%	20%	9%	19%	25%
Spotify	12%	18%	8%	31%	14%	19%	16%	19%	11%	23%	19%	8%	2%
Pinterest	12%	13%	14%	26%	16%	16%	17%	12%	18%	14%	11%	5%	17%
Snapchat	4%	4%	4%	16%	6%	6%	12%	9%	8%	8%	29%	3%	5%

Sitios para ver videos en internet.

Youtube, Facebook y Netflix son los principales sitios para ver videos, cabe destacar que los primeros son gratuitos y Netflix es pago, sin embargo cuando se pregunta en el capítulo de hábitos y usos por servicios de TV por suscripción preferidos, Netflix ocupa el primer lugar.

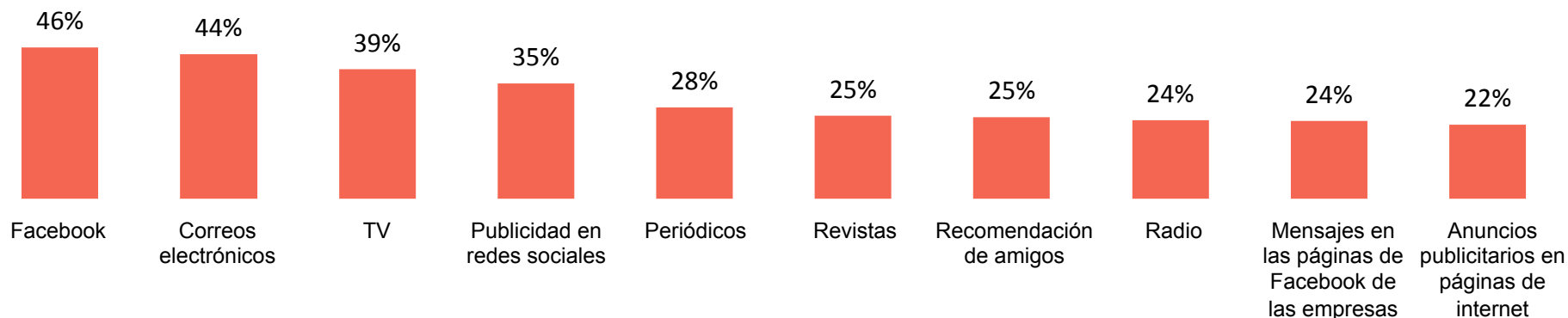


¿En que sitios de internet ves videos con más frecuencia?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
YouTube	85%	90%	91%	92%	84%	93%	89%	89%	90%	91%	84%	92%	93%
Facebook	65%	73%	67%	61%	63%	80%	81%	65%	76%	67%	58%	46%	66%
Netflix	24%	33%	21%	44%	35%	23%	12%	32%	23%	35%	35%	43%	10%
Instagram	23%	23%	22%	17%	23%	33%	18%	17%	41%	18%	44%	5%	44%
Canales de TV por internet	7%	11%	14%	12%	11%	10%	5%	9%	11%	12%	4%	14%	10%
Sitios Web de canales de TV	6%	12%	8%	11%	6%	10%	2%	4%	5%	8%	4%	5%	8%
Sitios Web de noticias	5%	8%	7%	10%	6%	3%	4%	6%	6%	5%	2%	5%	12%
Yahoo Video	2%	3%	7%	3%	9%	3%	4%	5%	6%	4%	3%	3%	4%
MSN Video	1%	3%	7%	3%	3%	7%	4%	2%	5%	2%	2%	0%	4%
Vimeo	4%	5%	3%	1%	2%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	0%	3%

Medios preferidos para recibir publicidad.

El medio preferido en la región para recibir información de una marca o producto es Facebook, seguido por correos electrónicos y la TV con lo que los medios electrónicos superan a los medios tradicionales en este aspecto.

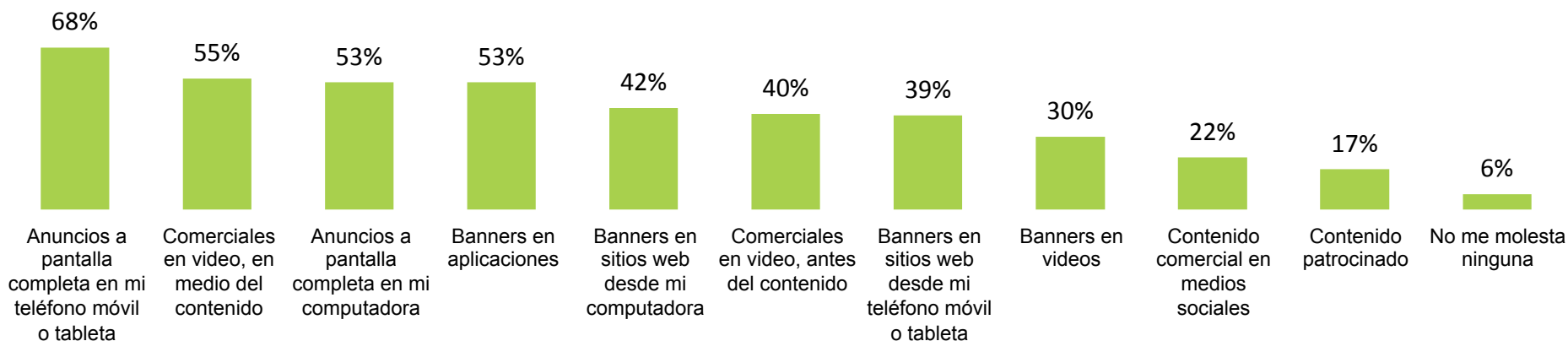


¿De qué forma prefieres recibir información de una marca o producto?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Facebook	39%	46%	44%	49%	42%	63%	59%	48%	60%	52%	38%	38%	48%
Correos electrónicos	42%	47%	53%	45%	46%	44%	53%	38%	45%	47%	30%	54%	48%
TV	37%	39%	49%	38%	36%	50%	45%	36%	44%	36%	32%	41%	44%
Publicidad en redes sociales	31%	35%	33%	32%	28%	44%	48%	35%	41%	35%	36%	27%	47%
Periódicos	20%	28%	33%	40%	41%	28%	38%	22%	32%	33%	32%	35%	33%
Revistas	20%	24%	31%	24%	27%	25%	24%	25%	24%	24%	19%	16%	29%
Recomendaciones de amigos	26%	28%	25%	31%	21%	25%	17%	23%	24%	24%	22%	30%	36%
Radio	23%	25%	33%	26%	20%	25%	29%	19%	25%	24%	21%	27%	30%
Mensajes en las páginas de Facebook de las empresas	19%	25%	22%	31%	16%	28%	41%	26%	21%	25%	14%	32%	26%
Anuncios publicitarios en páginas de internet	19%	22%	25%	22%	19%	19%	24%	22%	25%	21%	19%	22%	31%

Tipos de publicidad digital que más molestan.

Los anuncios a pantalla completa en el teléfono móvil o tableta, es el tipo de publicidad que suele molestar más a los internautas de la región. Otros tipos de publicidad que resaltan como molestos son los comerciales en video en medio del contenido, anuncios a pantalla completa en la computadora y banners en aplicaciones.



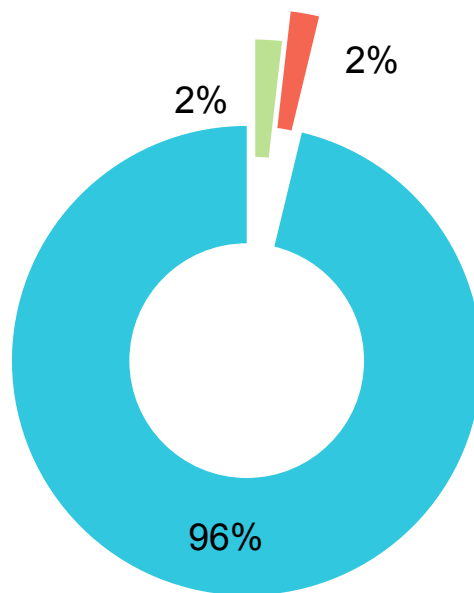
¿Cuáles tipos de publicidad digital te molestan más?



	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Anuncios a pantalla completa en mi teléfono móvil o tableta	68%	67%	69%	76%	67%	63%	83%	67%	65%	67%	59%	81%	65%
Comerciales en video, en medio del contenido	55%	65%	55%	59%	53%	53%	55%	54%	56%	55%	48%	76%	49%
Anuncios a pantalla completa en mi computadora	52%	51%	61%	61%	48%	41%	66%	49%	51%	53%	46%	68%	60%
Banners en aplicaciones	54%	57%	56%	57%	46%	47%	57%	49%	51%	59%	45%	78%	57%
Banners en sitios web desde mi computadora	44%	45%	51%	39%	47%	28%	47%	37%	38%	47%	38%	46%	41%
Comerciales en video, antes del contenido	42%	44%	42%	49%	39%	44%	45%	39%	37%	39%	33%	32%	33%
Banners en sitios web desde mi teléfono móvil o tableta	39%	43%	47%	40%	37%	34%	36%	37%	34%	42%	27%	46%	39%
Banners en videos	33%	34%	37%	31%	33%	22%	31%	24%	33%	34%	25%	35%	31%
Contenido comercial en medios sociales	21%	26%	26%	17%	26%	22%	24%	20%	19%	20%	18%	30%	17%
Contenido patrocinado	17%	14%	19%	15%	16%	19%	16%	18%	16%	16%	14%	19%	11%
No me molesta ninguna	6%	4%	7%	7%	5%	16%	3%	7%	10%	5%	6%	5%	8%

Tipo de teléfono utilizado.

El tipo de teléfono que suelen utilizar como su móvil principal los internautas de la región es el Smartphone siendo muy bajos los porcentajes de teléfonos medios o básicos.



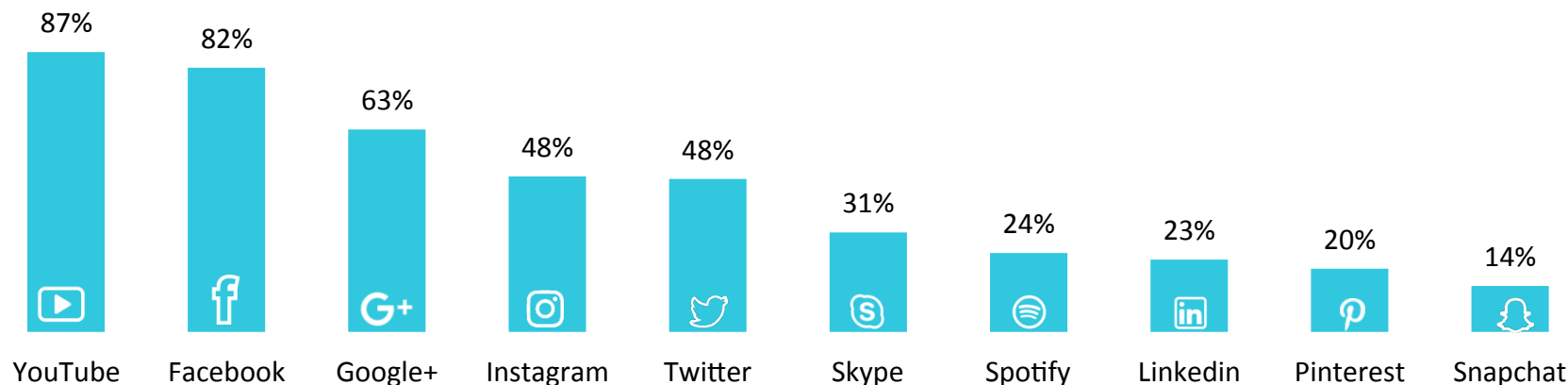
■ Básico ■ Medio ■ Smartphone

¿Tu teléfono móvil principal es...?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Básico	2%	0%	1%	2%	1%	6%	4%	2%	1%	2%	3%	0%	5%
Medio	0%	0%	1%	1%	2%	10%	0%	3%	1%	1%	1%	0%	3%
Smartphone	97%	100%	98%	97%	97%	84%	96%	95%	98%	97%	96%	100%	92%

Apps instaladas en el teléfono móvil (top ten).

La aplicación que resalta como la más instalada en los teléfonos móviles de los internautas latinoamericanos es YouTube, seguida por Facebook y Google+ lo que respalda los resultados del capítulo de hábitos y usos de este estudio en el cual Youtube está entre los sitios web más visitados junto con los buscadores y Facebook es la red social que tienen la mayoría de los internautas.

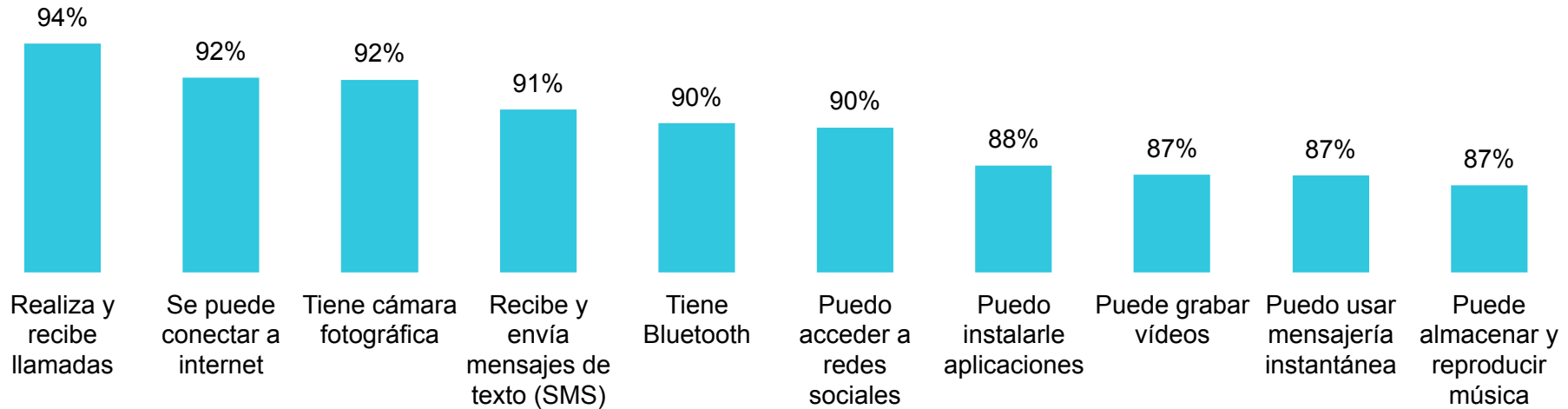


¿Qué aplicaciones tienes instaladas en tu teléfono móvil?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
YouTube	87%	91%	87%	94%	87%	72%	91%	88%	93%	90%	85%	78%	79%
Facebook	83%	86%	80%	80%	83%	91%	88%	84%	89%	85%	74%	81%	74%
Google+	61%	64%	68%	66%	68%	44%	67%	61%	69%	67%	57%	54%	61%
Instagram	48%	53%	47%	45%	56%	47%	43%	41%	71%	50%	72%	38%	66%
Twitter	38%	47%	49%	39%	57%	59%	59%	47%	47%	45%	32%	41%	70%
Skype	22%	32%	42%	44%	39%	34%	45%	27%	33%	32%	26%	27%	34%
Spotify	20%	33%	15%	43%	23%	19%	19%	30%	23%	40%	30%	14%	3%
LinkedIn	19%	22%	29%	23%	26%	16%	22%	20%	22%	27%	14%	27%	24%
Pinterest	15%	20%	17%	34%	20%	22%	31%	21%	21%	22%	19%	24%	17%
Snapchat	11%	8%	8%	27%	16%	16%	19%	17%	17%	15%	42%	5%	11%

Características del teléfono móvil (top ten).

Las principales características que comparten los teléfonos móviles de los usuarios de la región es que realizan y reciben llamadas, además de que se pueden conectar a internet y tienen cámara fotográfica.

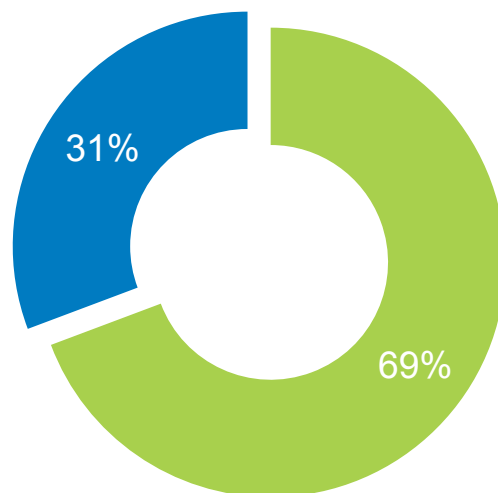


¿Cuáles son las características de tu teléfono móvil principal?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Realiza y recibe llamadas	94%	97%	97%	98%	94%	94%	98%	92%	95%	96%	84%	100%	98%
Se puede conectar a internet	92%	95%	94%	96%	92%	84%	91%	92%	96%	94%	83%	95%	88%
Tiene cámara fotográfica	89%	96%	95%	95%	94%	91%	95%	91%	95%	94%	83%	97%	92%
Recibe y envía mensajes de texto	91%	91%	95%	93%	91%	97%	91%	87%	91%	93%	77%	97%	96%
Tiene Bluetooth	88%	93%	91%	93%	90%	81%	95%	91%	92%	89%	77%	97%	88%
Puedo acceder a redes sociales	89%	94%	92%	94%	90%	75%	95%	89%	93%	91%	80%	92%	84%
Puedo instalarle aplicaciones	87%	95%	90%	95%	84%	84%	90%	87%	92%	89%	82%	97%	82%
Puede grabar videos	83%	92%	90%	92%	85%	75%	84%	88%	92%	88%	81%	92%	84%
Puedo usar mensajería instantánea	84%	94%	91%	95%	90%	75%	93%	85%	93%	91%	77%	97%	83%
Puede almacenar y reproducir música	86%	91%	89%	91%	84%	78%	91%	85%	90%	88%	77%	97%	86%

Penetración de comercio electrónico.

Más de la mitad de los internautas entrevistados en la región declaran haber comprado algo por internet en los últimos meses, tendencia que ha venido en aumento a lo largo de los últimos años, destacando países como Chile y Colombia con el mayor porcentaje de usuarios que ha realizado compras electrónicas.



■ Si ■ No

¿Ha comprado algo a través de internet en los últimos meses?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Si	64%	77%	74%	73%	68%	53%	66%	69%	57%	68%	64%	89%	73%
No	36%	23%	26%	27%	32%	47%	34%	31%	43%	32%	36%	11%	27%














Tipos de productos comprados.

Al ir al detalle de lo que han comprado, los productos físicos siguen siendo la mayor opción con un 44% mientras que los productos descargables representan solo el 7% y aunque hay una categoría que une ambas opciones (físicos y descargables) sigue siendo menor que los productos físicos solamente.



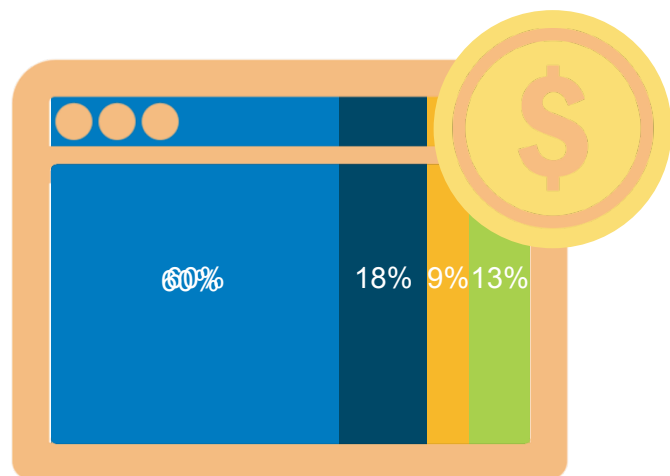
- Sí, productos físicos
- Si, productos físicos y productos descargables
- Si, productos descargables
- No, no he comprado nada

¿Ha comprado algo a través de internet en los últimos meses?

													
	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Sí, productos físicos	45%	53%	49%	33%	47%	34%	38%	38%	32%	43%	36%	70%	54%
Si, productos físicos y productos descargables	14%	19%	20%	32%	16%	16%	19%	20%	18%	19%	18%	19%	17%
Si, productos descargables	5%	5%	4%	8%	5%	3%	9%	10%	8%	6%	10%	0%	3%
No, no he comprado nada	36%	23%	26%	27%	32%	47%	34%	31%	43%	32%	36%	11%	27%

Penetración de banca en línea.

Más del 50% de los internautas entrevistados ha utilizado y usa actualmente el servicio de banca en línea. Desatacan República Dominicana y Argentina con los porcentajes más alto de usuarios que no la han usado y no piensan hacerlo.



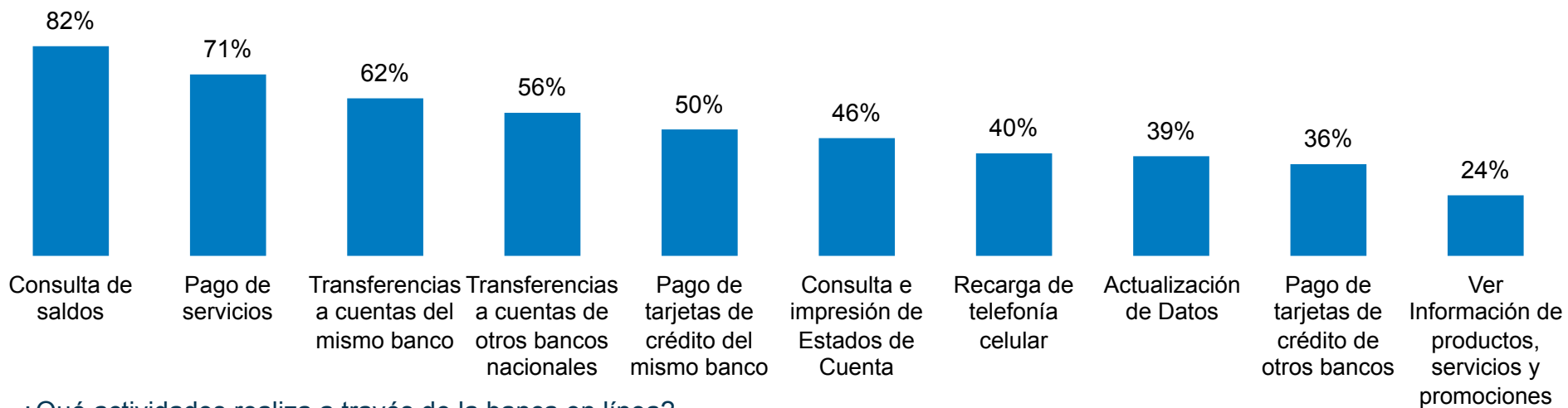
- Si lo he utilizado y lo uso actualmente
- Si lo he utilizado, pero no lo hago actualmente
- No lo he utilizado nunca, pero si estoy interesado en hacerlo
- No lo he utilizado nunca y no estoy pensando en hacerlo

¿Ha utilizado el servicio de banca en línea?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Si lo he utilizado y lo uso actualmente	57%	70%	55%	74%	63%	59%	65%	52%	69%	54%	42%	72%	91%
Si lo he utilizado, pero no lo hago actualmente	16%	20%	21%	12%	19%	9%	19%	21%	17%	23%	22%	0%	6%
No lo he utilizado nunca, pero si estoy interesado en hacerlo	8%	4%	8%	9%	6%	23%	8%	13%	5%	10%	15%	17%	1%
No lo he utilizado nunca y no estoy pensando en hacerlo	19%	7%	15%	6%	13%	9%	8%	15%	8%	12%	21%	10%	1%

Actividades realizadas en la banca en línea.

La actividades que más realizan los internautas en la banca en línea es la consulta de saldos, además de pago de servicios y transferencias a cuentas del mismo banco.



¿Qué actividades realiza a través de la banca en línea?

	AR	CL	CO	CR	EC	SV	GT	MX	PA	PE	DO	UY	VE
Consulta de saldos	80%	82%	78%	81%	82%	85%	77%	86%	81%	77%	71%	90%	88%
Pago de servicios	67%	72%	72%	81%	74%	92%	74%	63%	68%	71%	60%	65%	84%
Transferencias a cuentas del mismo banco	53%	70%	53%	68%	55%	23%	48%	63%	64%	60%	51%	70%	81%
Transferencias a cuentas de otros bancos nacionales	57%	70%	44%	64%	64%	15%	26%	51%	59%	38%	45%	40%	87%
Pago de tarjetas de crédito del mismo banco	58%	43%	49%	50%	47%	46%	45%	40%	41%	36%	38%	60%	74%
Consulta e impresión de Estados de Cuenta	42%	46%	44%	49%	41%	38%	48%	46%	39%	44%	33%	65%	56%
Recarga de telefonía celular	32%	33%	28%	49%	29%	46%	45%	36%	41%	34%	22%	25%	78%
Actualización de Datos	41%	35%	49%	39%	27%	31%	29%	31%	35%	37%	28%	35%	55%
Pago de tarjetas de crédito de otros bancos	35%	24%	25%	29%	43%	8%	13%	38%	28%	26%	29%	10%	65%
Ver Información de productos, servicios y promociones	27%	26%	26%	29%	9%	31%	6%	18%	19%	29%	24%	30%	32%

Sobre nosotros.



Empresa de investigación de mercado especializada en internet en Latinoamérica. Nuestro objetivo es apoyar a los clientes en la obtención de información e indicadores para conocer las audiencias digitales, sus necesidades y expectativas.

Conoce cómo te podemos ayudar:
Bulevard de Sabana Grande, Torre Selemar, piso 8.
Caracas, Venezuela.

Teléfono: + 58 212 762.0319
Correo: info@tendenciasdigitales.com
Web: www.tendenciasdigitales.com