


Tendencias Digitales le invita a ser nuestro ALIADO en el estudio Usos de internet en Latinoamérica 2014

Le proponemos ser nuestro aliado en una investigación que busca conocer los hábitos de uso de internet de los latinoamericanos, tocando los siguientes temas: publicidad online y uso de redes sociales y videos, comercio y banca electrónica, e internet móvil.

¿Por qué Usos de internet en Latinoamérica?



Internet se reafirma como una gran oportunidad para las empresas, donde la última recesión mundial ha impulsado, en una u otra medida, a ver más de cerca este mercado potencial, el cual toma cada día un mayor carácter transaccional. Por todo esto, entender el perfil del internauta latinoamericano es clave para empresas de carácter local y regional, donde el conocimiento de los usos de internet en Latinoamérica es vital para lograr una visión de la región, que nos permita obtener información certera y confiable para que nuestros clientes puedan tomar decisiones sustentadas en el conocimiento del mercado.

¿Cuál es el compromiso entre Tendencias Digitales y sus aliados?

El estudio de Usos de internet en Latinoamérica se basa en una encuesta online aplicada a una muestra de usuarios de internet en Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela; La muestra se logra gracias al aporte de nuestros aliados; esperándose al menos 400 usuarios por aliado en cada país en el que estos operen.

- El **ALIADO** apoyando para la consecución de la muestra a través de la colocación de anuncios publicitarios de la encuesta o el envío de la misma a través de correos electrónicos a su base de datos.
- El acuerdo es de carácter colaborativo y la participación de las partes no supone pago alguno.
- El **ALIADO** colocará anuncios publicitarios en el home de su sitio de internet, en su cuenta en twitter o enviará correos electrónicos a su base de datos de usuarios registrados, según prefiera.
- Se establece que el banner de **TENDENCIAS DIGITALES** deberá estar presente en una buena ubicación del sitio web del **ALIADO** hasta que se logre una muestra mínima de 350 encuestas efectivas por país y por **ALIADO**. Por ejemplo, si una empresa participa en tres países a través de Banners, deberá proveer de 350 encuestas efectivas por país, constituyendo un total de 1050 encuestas por los tres países.
- El logo del **ALIADO** estará presente en las diferentes comunicaciones de prensa, invitaciones, banners, encuestas en línea y eventos relacionados con la medición.
- El **ALIADO** recibirá un resumen de los resultados correspondientes en un informe con su respectivo análisis, así como la posibilidad de negociar la realización de una presentación de dichos resultados.



¿Qué países abarca el estudio?



En el año 2013 el estudio contó con más de 10 mil encuestas efectivas en 15 países de Latinoamérica con alianzas en todo el continente y el patrocinio de importantes empresas. Alcanzando una muestra representativa del 99% de los internautas de la región con los países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Para este año 2014, se espera mantener los mismos países y poder profundizar más en tendencias y temas relacionados con los hábitos y usos de internet en la región.

¿Cómo lo hacemos?

La información es levantada a través de una encuesta autoadministrada en línea y controlada a través de un software de gestión de investigaciones online, propiedad exclusiva de Tendencias Digitales.

La invitación a participar en la encuesta se realiza a través de correos electrónicos y banners publicitarios colocados en los sitios de internet de los aliados de Tendencias Digitales. Cada país cuenta con al menos tres aliados participantes, que invitarán a usuarios mayores de 13 años a participar en la encuesta, con lo que se espera obtener una muestra de al menos 300 usuarios por país y una muestra total para la región de al menos 6000 entrevistas como mínimo estimado.



¿Cuál es la estrategia comunicacional del estudio?

La realización del estudio comprende las siguientes actividades promocionales y de difusión:

1. Notas de prensa, previas al lanzamiento del estudio para incrementar el interés y fomentar la participación por parte de los usuarios.
2. Reseñas sobre la realización del estudio en los medios de Tendencias Digitales: página Web; boletín Tendencias Digitales, con distribución electrónica en Latinoamérica y boletín Datareport con distribución electrónica en Venezuela, a una base de datos de personas naturales y empresas. Además de la presencia en medios no tradicionales como el blog de Tendencias Digitales y nuestro canal de Twitter.
3. Notas de prensa con un resumen de los resultados, así como su reseña en los medios de Tendencias Digitales.
4. Evento donde se difundirá un resumen de los resultados del estudio completo en Venezuela.



¿Cuáles son las fechas del estudio?

El campo del estudio tiene la siguiente fecha estimada:

Fecha estimada de campo	Fecha estimada para entrega de resultados
junio – julio 2014	septiembre 2014

El aliado debe indicar la contraparte para el proyecto. Esta persona recibirá las comunicaciones que se hagan del estudio, así como los resultados del mismo y cualquier información de interés.



Para mayor información acerca de la alianza para nuestro estudio, puedes contactarnos a través de:

Correo: info@tendenciasdigitales.com

Teléfono Caracas: +58 212 287.0298 / **Teléfono Panamá:** +507 270.3089