

ESTUDIO 2018

PROPUESTA DE ALIANZA



¿EN QUÉ CONSISTE LA ALIANZA?

Le proponemos ser nuestro ALIADO en un estudio que busca conocer el comportamiento de los internautas latinoamericanos, tocando los siguientes temas: Hábitos de uso de internet y usos emergentes, Dispositivos y servicios de telecomunicaciones, Publicidad interactiva e influenciadores de la compra, Comercio electrónico y medios de pago, Banca electrónica, Medios sociales y videos.

La ALIANZA es un intercambio en el cual el ALIADO apoya para conseguir la muestra necesaria para el estudio a través de la colocación de anuncios publicitarios de la encuesta en su sitio web o enviando la invitación a llenarla a través de correos electrónicos a su base de datos.

Los detalles de la ALIANZA y los beneficios de participar en ella se detallan a continuación.

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Desde el año 2005 Tendencias Digitales realiza el estudio “Usos de Internet en Latinoamérica” que es una investigación de mercados realizada en una muestra de usuarios de internet en la región, en la que se analiza el comportamiento de los mismos en torno a temas como: hábitos de uso de internet, dispositivos de conexión, publicidad digital, redes sociales, etc.

A partir de este año, el estudio “Usos de Internet en Latinoamérica” pasa a llamarse: “El consumidor Digital Latinoamericano”, reflejando de esta forma la evolución que ha experimentado el estudio durante los últimos doce años, pasando de ser una investigación orientada al análisis del usuario de internet a una interesada en el análisis del consumidor y la influencia que tienen los medios electrónicos en la relación con las marcas y sus decisiones de compra.





PAÍSES EN LOS QUE SE LEVANTA EL ESTUDIO

La encuesta del estudio se aplica en todos los países de Latinoamérica a excepción de Brasil, por lo cual cualquier medio que tenga presencia local o regional puede ser *ALIADO*.

Este año, como novedad el estudio incluirá una muestra de latinos que residan en Estados Unidos con lo cual obtendremos una visión completa de los hispanoparlantes del continente, los cuales representan actualmente casi trescientos millones de consumidores.



BENEFICIOS DE SER

ALIADO



01

PRESENCIA DE MARCA

El logo del Aliado estará presente en todas las comunicaciones del estudio a nivel regional.

02

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO

Se le entregará al ALIADO un resumen en PDF de los resultados del estudio con los principales indicadores del mismo.





03

ACCESO A WEBINARS DE TEMAS DEL ESTUDIO

El ALIADO podrá acceder a todos los webinars relacionados con temas y resultados surgidos del estudio.



04

PRESENCIA DE MARCA EN EL EVENTO

El ALIADO podrá incluir material POP o entregables para la audiencia en el evento de presentación de resultados del estudio.



05

ENTRADAS DE CORTESÍA AL EVENTO

Se otorgarán al ALIADO dos (2) entradas de cortesía al evento de presentación de resultados del estudio y posibilidad de descuento en entradas adicionales



06

PRESENTACIÓN PRIVADA

Se podrá presentar un resumen de los resultados del estudio a la organización del ALIADO vía Zoom/Skype sin costo.

En el caso de que deseen una presentación personal, recibirán un 50% de descuento en los honorarios y correrán con los gastos del viaje.



07

TABLAS ESTADÍSTICAS

El ALIADO recibirá (en el caso de que lo solicite) las tablas estadísticas con los resultados de las encuestas que se completan a través de su sitio web o lista de correos de forma de obtener mayor información de su audiencia.



¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL?

- Página web del estudio y del evento con toda la información acerca del desarrollo de los mismos.
- Notas de prensa, previas al lanzamiento del estudio para fomentar la participación en la encuesta y previas al evento para incrementar la asistencia al mismo.
- Reseñas sobre la realización del estudio y del evento en los medios de Tendencias Digitales: página web, boletín mensual de Tendencias Digitales con distribución electrónica en Latinoamérica. Además de la presencia en medios no tradicionales como el blog de Tendencias Digitales y medios sociales.
- Notas de prensa posteriores al evento con un resumen de los resultados en los medios de Tendencias Digitales.

DURACIÓN DE LA ALIANZA

El campo del estudio se levantará entre los meses de junio y agosto de 2018, por lo que la ALIANZA para conseguir la muestra se lleva a cabo en esos meses.

El informe del estudio estará listo en septiembre, fecha en la que el ALIADO recibiría el resumen de los resultados en PDF y fecha partir de la cual se realizarían tanto el evento como los webinars relacionados con los resultados y principales hallazgos del estudio, así como las comunicaciones pautadas para darlos a conocer.



CONDICIONES DE LA ALIANZA

- Esta alianza es de carácter colaborativo y la participación de las partes no supondría pago alguno por concepto de honorarios profesionales o gastos operacionales.
- Se establece que el banner de la encuesta del estudio deberá estar presente en una buena ubicación del sitio web del ALIADO o se enviará a su base de datos hasta que se logre la muestra mínima de 350 encuestas efectivas por cada país en los que el ALIADO tenga presencia.
- 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.



CONOCE CÓMO TE PODEMOS AYUDAR

Boulevard de Sabana (+58) 212 762.0319
Grande. Torre Selemar,
piso 8. Caracas - VE.

info@tendenciasdigitales.com

TENDENCIASDIGITALES.COM

