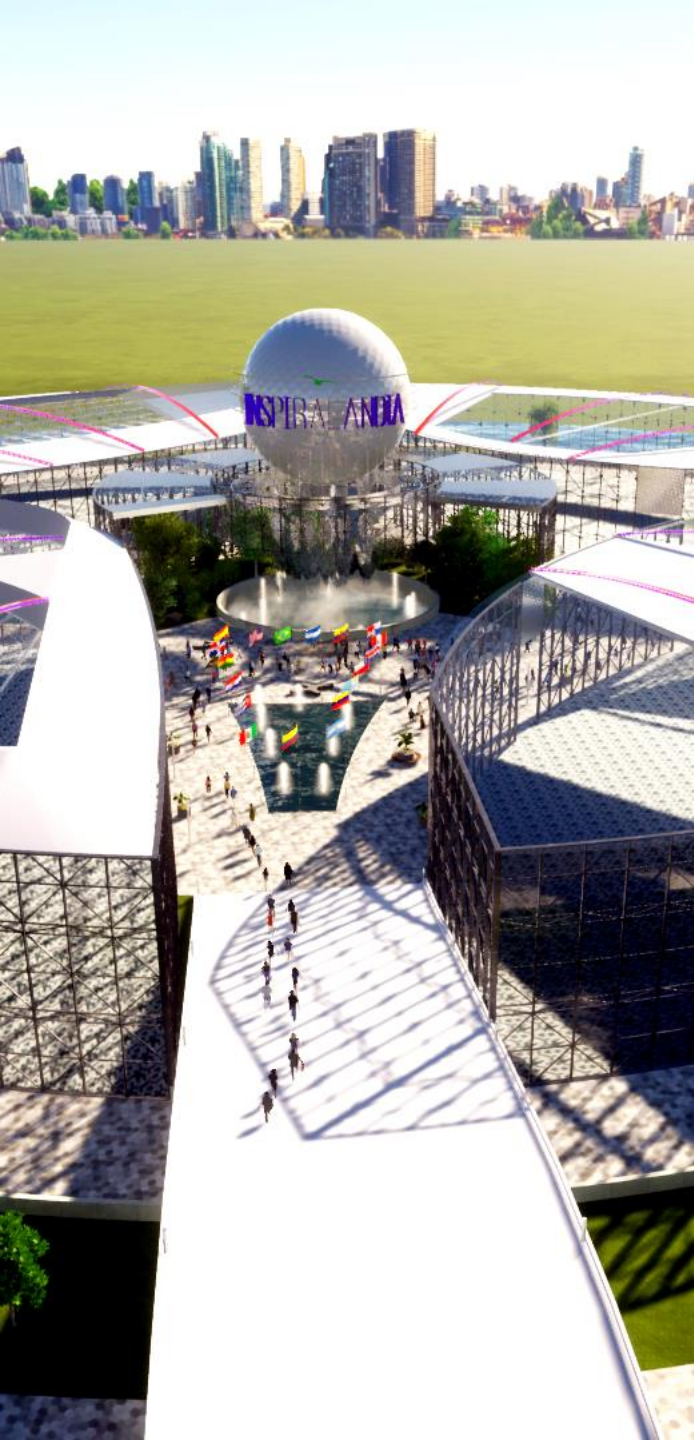




# INSPIRALANDIA

Informe detallado de estadísticas de usuarios que interactuaron con la plataforma, numero de llamadas y tiempo en línea.

**Para: Alberto Pastrana  
Universidad Autónoma de  
Querétaro**



**Por medio de la presente y después de realizado el evento el día 22 de septiembre, a continuación se entrega una síntesis estadística de lo sucedido, como elemento de aprendizaje, reflexión y oportunidad al emplear este tipo de tecnologías.**



# Visitantes y Comportamiento General

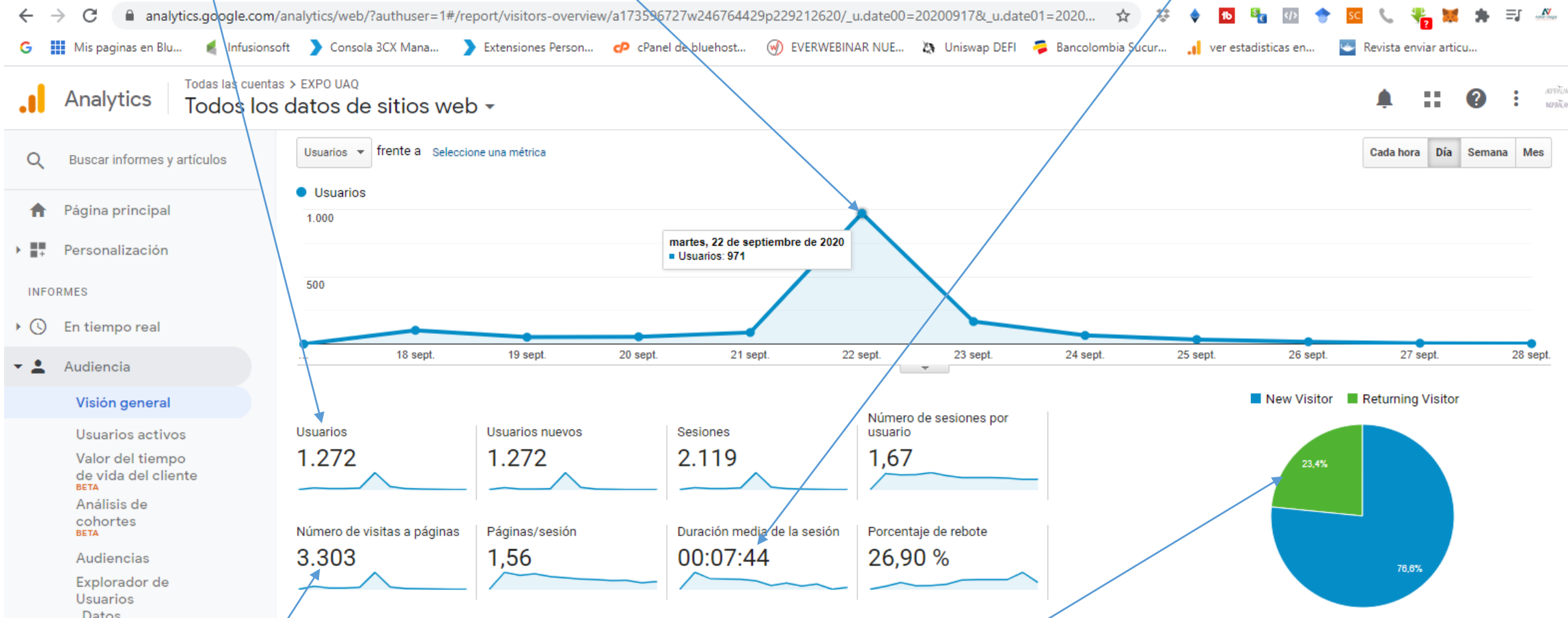
## Índice

- Numero total de visitantes
- Numero total de paginas visitadas
- Tiempo promedio de permanencia en la plataforma
- Plataformas de origen de los visitantes
- Países de origen
- Ciudades mexicanas
- Genero
- Dispositivo mas empleado
- Visitantes que regresaron a la plataforma
- Numero total de llamadas
- Llamadas perdidas
- Tiempo en línea de las conversaciones

Número total de visitantes

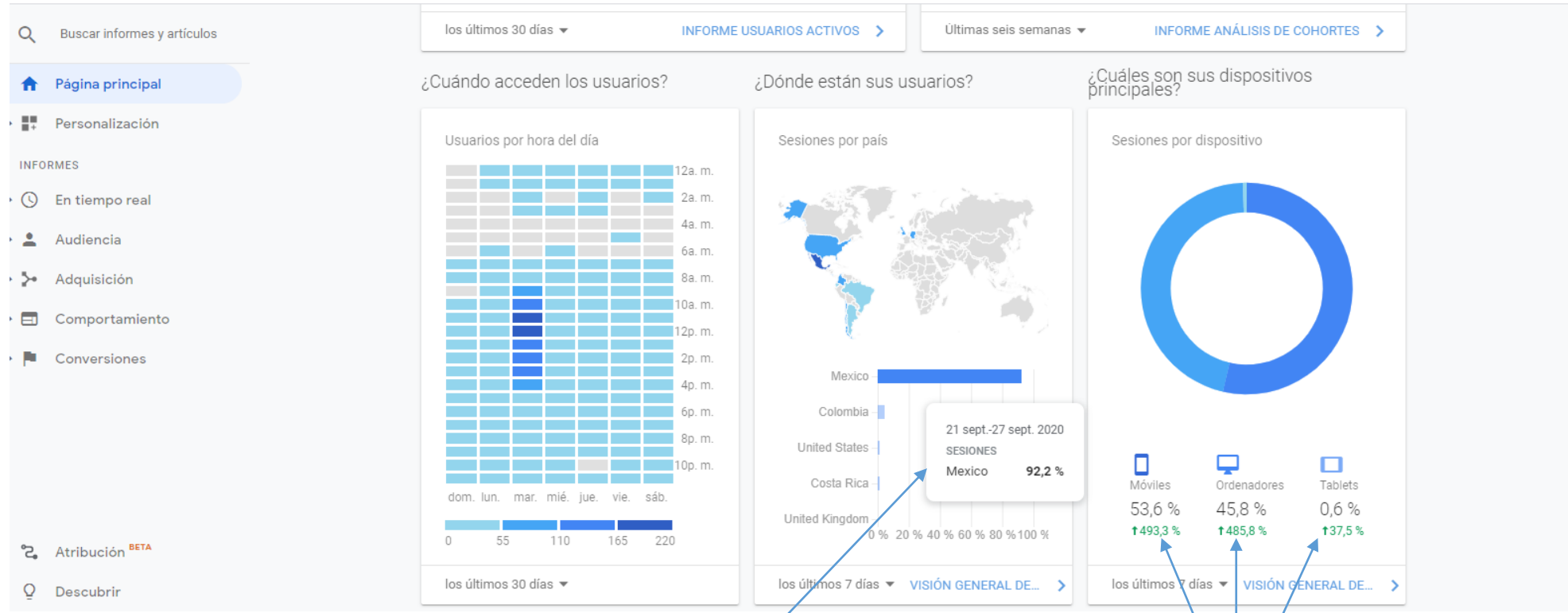
22 septiembre

Tiempo promedio de permanencia en la plataforma



Número total de páginas visitadas

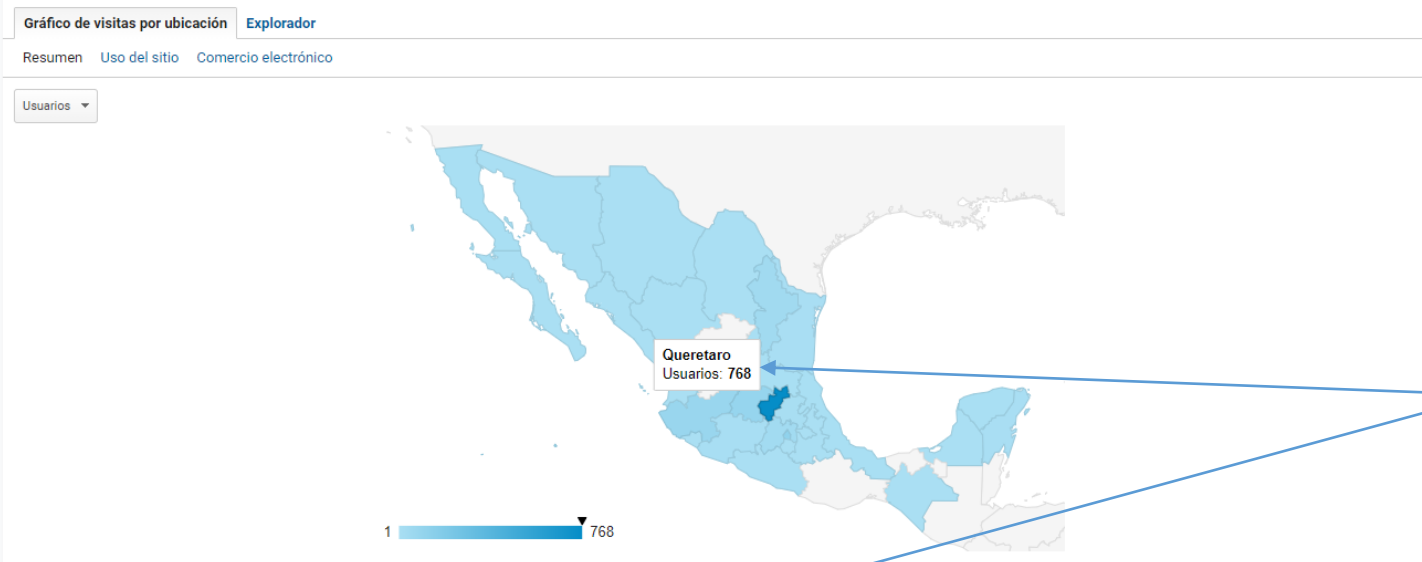
Visitantes que regresaron a la plataforma



Países de origen

Dispositivo más empleado

- Buscar informes y artículos
- Analisis de cohortes BETA
- Audiencias
- Explorador de Usuarios
- Datos demográficos
- Intereses
- Información geográfica
- Idioma
- Ubicación**
- Comportamiento
- Tecnología
- Dispositivos móviles
- Multidispositivo BETA
- Personalizado
- Comparativas BETA
- Audiencias
- Explorador de Usuarios
- Datos demográficos
- Intereses
- Información geográfica
- Idioma
- Ubicación**
- Comportamiento
- Tecnología
- Dispositivos móviles
- Multidispositivo BETA
- Personalizado
- Comparativas
- Atribución BETA
- Descubrir

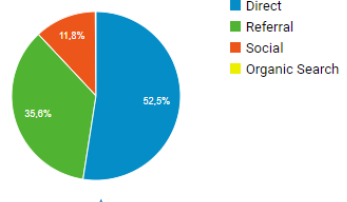


Ciudad de origen

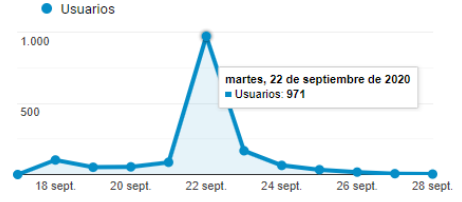
Región	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Tasa de conversión del objetivo	Objetivos cumplidos	Valor del objetivo
	<b>1.177</b> <small>% del total: 92,53 % (1.272)</small>	<b>1.178</b> <small>% del total: 92,61 % (1.272)</small>	<b>1.959</b> <small>% del total: 92,45 % (2.119)</small>	<b>26,08 %</b> <small>Media de la vista: 26,90 % (-3,03 %)</small>	<b>1,58</b> <small>Media de la vista: 1,56 (1,19 %)</small>	<b>00:07:55</b> <small>Media de la vista: 00:07:44 (2,40 %)</small>	<b>0,00 %</b> <small>Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)</small>	<b>0</b> <small>% del total: 0,00 % (0)</small>	<b>0,00 US\$</b> <small>% del total: 0,00 % (0,00 US\$)</small>
1. Queretaro	<b>768</b> (62,54 %)	<b>753</b> (63,92 %)	<b>1.333</b> (68,04 %)	<b>24,53 %</b>	<b>1,63</b>	<b>00:09:10</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
2. Mexico City	<b>120</b> (9,77 %)	<b>108</b> (9,17 %)	<b>158</b> (8,07 %)	<b>30,38 %</b>	<b>1,46</b>	<b>00:04:22</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
3. Guanajuato	<b>96</b> (7,82 %)	<b>95</b> (8,06 %)	<b>139</b> (7,10 %)	<b>29,50 %</b>	<b>1,56</b>	<b>00:06:10</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
4. Jalisco	<b>81</b> (6,60 %)	<b>65</b> (5,52 %)	<b>107</b> (5,46 %)	<b>36,45 %</b>	<b>1,43</b>	<b>00:03:02</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
5. Nuevo Leon	<b>45</b> (3,66 %)	<b>45</b> (3,82 %)	<b>56</b> (2,86 %)	<b>23,21 %</b>	<b>1,46</b>	<b>00:03:55</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
6. State of Mexico	<b>37</b> (3,01 %)	<b>35</b> (2,97 %)	<b>46</b> (2,35 %)	<b>32,61 %</b>	<b>1,39</b>	<b>00:06:18</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
7. Hidalgo	<b>12</b> (0,98 %)	<b>11</b> (0,93 %)	<b>12</b> (0,61 %)	<b>25,00 %</b>	<b>1,92</b>	<b>00:13:43</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
8. Michoacan	<b>8</b> (0,65 %)	<b>7</b> (0,59 %)	<b>9</b> (0,46 %)	<b>33,33 %</b>	<b>1,44</b>	<b>00:03:50</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
9. Tamaulipas	<b>7</b> (0,57 %)	<b>7</b> (0,59 %)	<b>9</b> (0,46 %)	<b>66,67 %</b>	<b>1,11</b>	<b>00:00:35</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)
10. Aguascalientes	<b>6</b> (0,49 %)	<b>6</b> (0,51 %)	<b>9</b> (0,46 %)	<b>11,11 %</b>	<b>2,11</b>	<b>00:05:56</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0</b> (0,00 %)	<b>0,00 US\$</b> (0,00 %)

- Buscar informes y artículos
- Página principal
- Personalización
- INFORMES
- En tiempo real
- Audiencia
- Adquisición
  - Visión general
  - Todo el tráfico
  - Google Ads
  - Search Console
  - Medios sociales
  - Campañas
- Comportamiento
- Atribución BETA
- Descubrir
- Administrar

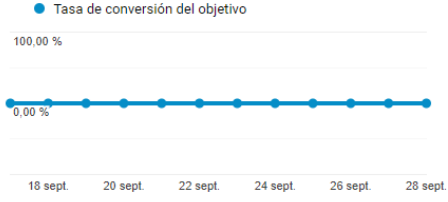
Canales principales



Usuarios



Conversiones



	Adquisición			Comportamiento			Conversiones
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	
	1.272	1.272	2.119	26,90%	1,56	00:07:44	
1 Direct	692			30,40%			
2 Referral	469			18,19%			
3 Social	156			39,64%			
4 Organic Search	2			0,00%			

**Configure un objetivo**  
 Defina o uno o más objetivos para ver las métricas de los resultados.  
 INTRODUCCIÓN

Origen de las visitas

- Buscar informes y artículos
- Página principal
- Personalización
- INFORMES
- En tiempo real
- Audiencia
- Adquisición
  - Visión general
  - Todo el tráfico
    - Canales
    - Gráficos de rectángulos
    - Fuente/Medio
    - URLs de referencia
    - Google Ads
- Atribución BETA

Dimensión primaria: Fuente/Medio Fuente Medio Palabra clave Otros

Incluir en gráfico Dimensión secundaria Ordenar por tipo: Predeterminado

Fuente/Medio	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Tasa de conversión del objetivo	Objetivos cumplidos	Valor del objetivo
	1.186 % del total: 100,00% (1.186)	1.123 % del total: 100,09% (1.122)	1.804 % del total: 100,00% (1.804)	28,10% Media de la vista: 28,10% (0,00%)	1,47 Media de la vista: 1,47 (0,00%)	00:06:57 Media de la vista: 00:06:57 (0,00%)	0,00% Media de la vista: 0,00% (0,00%)	0 % del total: 0,00% (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00% (0,00 US\$)
1. (direct) / (none)	600 (47,92%)	544 (48,44%)	904 (50,11%)	34,07%	1,42	00:05:05	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
2. expovirtual.uaq.mx / referral	256 (20,45%)	220 (19,59%)	408 (22,62%)	13,24%	1,61	00:12:14	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
3. expovirtualuaq.com / referral	228 (18,21%)	201 (17,90%)	310 (17,18%)	23,87%	1,53	00:07:36	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
4. m.facebook.com / referral	104 (8,31%)	102 (9,08%)	104 (5,76%)	47,12%	1,39	00:02:05	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
5. l.facebook.com / referral	43 (3,43%)	39 (3,47%)	49 (2,72%)	24,49%	1,24	00:03:26	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
6. classroom.google.com / referral	3 (0,24%)	2 (0,18%)	3 (0,17%)	66,67%	1,33	00:07:10	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
7. facebook.com / referral	3 (0,24%)	3 (0,27%)	4 (0,22%)	25,00%	1,50	00:09:42	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
8. linkedin.com / referral	3 (0,24%)	2 (0,18%)	9 (0,50%)	44,44%	1,22	00:12:01	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
9. google / organic	2 (0,16%)	2 (0,18%)	2 (0,11%)	0,00%	1,00	00:10:30	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)
10. lm.facebook.com / referral	2 (0,16%)	2 (0,18%)	2 (0,11%)	50,00%	1,00	00:02:58	0,00%	0 (0,00%)	0,00 US\$ (0,00%)

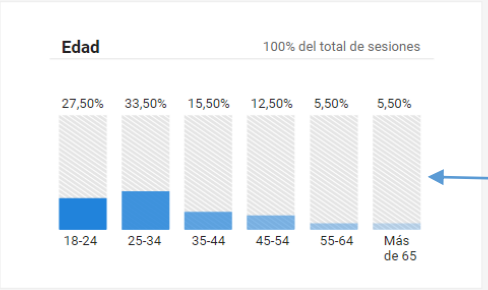
- Visión general
- Usuarios activos
- Valor del tiempo de vida del cliente BETA
- Análisis de cohortes BETA
- Audiencias
- Explorador de Usuarios
- Datos demográficos
  - Visión general**
  - Edad
  - Sexo
  - Intereses
  - Información geográfica
  - Comportamiento
  - Tecnología

## Informes de intereses y datos demográficos

Las secciones de intereses y datos demográficos incluyen informes de visión general, junto con informes nuevos sobre la edad, el sexo y las categorías de intereses.

- Le permiten conocer mejor a sus usuarios.
- Puede segmentar el resto de los datos de Analytics según estas mismas características para entender en qué se diferencian los usuarios que realizan conversiones y los que no (entre otras muchas comparaciones).
- Estas son las mismas categorías de intereses y de datos demográficos empleadas para segmentar los anuncios en la Red de Display de Google. Utilice esta información sobre los usuarios para definir mejor las estrategias de las campañas publicitarias.
- Puede que alguno de los usuarios no tenga datos demográficos asociados, así que es posible que estos informes solo representen un subconjunto de usuarios y que no constituyan una representación de la composición total del sitio.
- [Más información](#) sobre cómo determina Google los datos demográficos de los usuarios
- [Más información](#) sobre cómo determina Google las categorías de intereses de los usuarios
- Antes de habilitar los informes de intereses y datos demográficos, es posible que deba actualizar la política de privacidad según [esta política](#).

[Más información](#) acerca de los nuevos informes



Rangos de edad

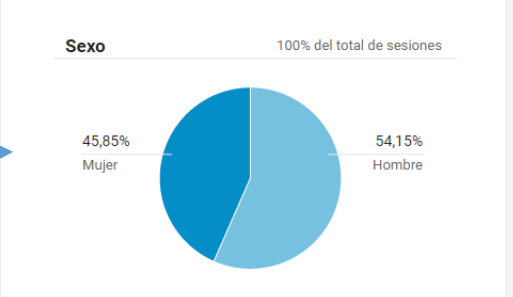
- Visión general
- Usuarios activos
- Valor del tiempo de vida del cliente BETA
- Análisis de cohortes BETA
- Audiencias
- Explorador de Usuarios
- Datos demográficos
  - Visión general**
  - Edad
  - Sexo
  - Intereses
  - Información geográfica
  - Comportamiento
  - Tecnología

## Informes de intereses y datos demográficos

Las secciones de intereses y datos demográficos incluyen informes de visión general, junto con informes nuevos sobre la edad, el sexo y las categorías de intereses.

- Le permiten conocer mejor a sus usuarios.
- Puede segmentar el resto de los datos de Analytics según estas mismas características para entender en qué se diferencian los usuarios que realizan conversiones y los que no (entre otras muchas comparaciones).
- Estas son las mismas categorías de intereses y de datos demográficos empleadas para segmentar los anuncios en la Red de Display de Google. Utilice esta información sobre los usuarios para definir mejor las estrategias de las campañas publicitarias.
- Puede que alguno de los usuarios no tenga datos demográficos asociados, así que es posible que estos informes solo representen un subconjunto de usuarios y que no constituyan una representación de la composición total del sitio.
- [Más información](#) sobre cómo determina Google los datos demográficos de los usuarios
- [Más información](#) sobre cómo determina Google las categorías de intereses de los usuarios
- Antes de habilitar los informes de intereses y datos demográficos, es posible que deba actualizar la política de privacidad según [esta política](#).

[Más información](#) acerca de los nuevos informes



Genero



1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1			report	marviernes					
6	<b>Call Time</b>	<b>Caller ID</b>	<b>Destination</b>	<b>Status</b>	<b>Ringing</b>	<b>Talking</b>	<b>Totals</b>	<b>Cost</b>	<b>Reason</b>
7	9/18/2020 9:08:20 AM	WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	answered	0:00:09	0:00:00			Picked up by Stand 5 (005)
8		WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	answered	0:00:00	0:00:01	0:00:10	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
11	9/18/2020 10:02:59 AM	Stand43 (043)	Echo test	answered	0:00:00	0:00:15	0:00:15	0:00	Terminated by Stand43 (043)
17	9/18/2020 11:06:30 AM	Adrián (051)	Stand50 (050)	answered	0:00:06	0:00:00			Picked up by Stand50 (050)
18		Adrián (051)	Stand50 (050)	answered	0:00:00	0:00:15	0:00:21	0:00	Terminated by Adrián (051)
19	9/18/2020 11:07:22 AM	Adrián (051)	Stand35 (035)	answered	0:00:09	0:00:00			Picked up by Stand35 (035)
20		Adrián (051)	Stand35 (035)	answered	0:00:00	0:00:22	0:00:31	0:00	Terminated by Adrián (051)
22		Adrián (051)	VMail (051)	answered	0:00:00	0:00:03	0:00:03	0:00	Terminated by Adrián (051)
24		WebVisitor (90000)	VMail (010)	answered	0:00:01	0:00:03	0:00:24	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
27	9/18/2020 12:23:14 PM	Stand18 (018)	Echo test	answered	0:00:00	0:00:02	0:00:02	0:00	Terminated by Stand18 (018)
30	9/18/2020 4:44:35 PM	WebVisitor (90000)	Stand42 (042)	answered	0:00:07	0:00:00			Picked up by Stand42 (042)
31		WebVisitor (90000)	Stand42 (042)	answered	0:00:00	0:00:11	0:00:18	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
32	9/18/2020 5:31:55 PM	Adrián (051)	Stand35 (035)	answered	0:00:10	0:00:00			Picked up by Stand35 (035)
33		Adrián (051)	Stand35 (035)	answered	0:00:00	0:01:17	0:01:27	0:00	Terminated by Adrián (051)
36	9/18/2020 5:40:07 PM	WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	answered	0:00:05	0:00:00			Picked up by Stand 5 (005)
37		WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	answered	0:00:00	0:00:58	0:01:03	0:00	Terminated by Stand 5 (005)
38	9/18/2020 5:41:29 PM	Stand38 (038)	Echo test	answered	0:00:00	0:00:01	0:00:01	0:00	Terminated by Stand38 (038)
39	9/18/2020 5:41:48 PM	WebVisitor (90000)	Stand43 (043)	answered	0:00:12	0:00:00			Picked up by Stand43 (043)
40		WebVisitor (90000)	Stand43 (043)	answered	0:00:00	0:00:13	0:00:25	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
41	9/18/2020 5:42:21 PM	WebVisitor (90000)	Stand43 (043)	answered	0:00:16	0:00:00			Picked up by Stand43 (043)
42		WebVisitor (90000)	Stand43 (043)	answered	0:00:00	0:00:13	0:00:29	0:00	Terminated by Stand43 (043)
43	9/18/2020 5:42:27 PM	WebVisitor (90000)	Stand25 (025)	answered	0:00:07	0:00:00			Picked up by Stand25 (025)
44		WebVisitor (90000)	Stand25 (025)	answered	0:00:00	0:01:00	0:01:07	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
45	9/18/2020 5:43:10 PM	WebVisitor (90000)	Stand42 (042)	answered	0:00:09	0:00:00			Picked up by Stand42 (042)
46		WebVisitor (90000)	Stand42 (042)	answered	0:00:00	0:00:40	0:00:49	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
48	9/18/2020 5:47:44 PM	Stand11 (011)	Stand15 (015)	answered	0:00:09	0:00:00			Picked up by Stand15 (015)
49		Stand11 (011)	Stand15 (015)	answered	0:00:00	0:00:32	0:00:41	0:00	Terminated by Stand11 (011)
51		Stand11 (011)	VMail (006)	answered	0:00:00	0:00:09	0:00:16	0:00	Terminated by Stand11 (011)
53		Stand11 (011)	VMail (006)	answered	0:00:00	0:00:32	0:00:48	0:00	Terminated by Stand11 (011)
54	9/18/2020 6:12:46 PM	Stand 3 (003)	Echo test	answered	0:00:01	0:00:17	0:00:18	0:00	Terminated by Stand 3 (003)
56		WebVisitor (90000)	VMail (042)	answered	0:00:00	0:00:12	0:00:32	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)
58		WebVisitor (90000)	VMail (014)	answered	0:00:00	0:00:06	0:00:06	0:00	Terminated by WebVisitor (90000)

reportmarviernes\_2209\_Xt1HcsZe9

229 of 400 records found

1	report_marviernes									
6	Call Time	Caller ID	Destination	Status	Ringing	Talking	Totals	Cost	Reason	
9	9/18/2020 9:32:36 AM	WebVisitor (90000)	Stand 6 (006)	unanswered	0:00:05	0:00:00	0:00:05	0:00	Failed Canceled	
10	9/18/2020 9:53:33 AM	WebVisitor (90000)	Stand 7 (007)	unanswered	0:00:05	0:00:00	0:00:05	0:00	Failed Canceled	
12	9/18/2020 10:03:29 AM	Stand43 (043)	Stand 6 (006)	unanswered	0:00:02	0:00:00	0:00:02	0:00	Failed Canceled	
13	9/18/2020 10:12:43 AM	WebVisitor (90000)	Stand 8 (008)	unanswered	0:00:06	0:00:00	0:00:06	0:00	Failed Canceled	
14	9/18/2020 10:16:33 AM	WebVisitor (90000)	Stand 1 (001)	unanswered	0:00:00	0:00:00			Not registered, forwarded to VMail (999)	
15		WebVisitor (90000)	VMail (999)	unanswered	0:00:01	0:00:00	0:00:01	0:00	Failed Canceled	
16	9/18/2020 10:57:10 AM	WebVisitor (90000)	Stand 10 (010)	unanswered	0:00:04	0:00:00	0:00:04	0:00	Failed Canceled	
21	9/18/2020 11:10:17 AM	Adrián (051)	Adrián (051)	unanswered	0:00:00	0:00:00			Busy, forwarded to VMail (051)	
23	9/18/2020 11:14:17 AM	WebVisitor (90000)	Stand 10 (010)	unanswered	0:00:20	0:00:00			No answer, forwarded to VMail (010)	
25	9/18/2020 11:14:46 AM	WebVisitor (90000)	Stand 10 (010)	unanswered	0:00:05	0:00:00	0:00:05	0:00	Failed Canceled	
26	9/18/2020 11:15:51 AM	Stand 10 (010)	90000	unanswered	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00	Target not found	
28	9/18/2020 1:37:29 PM	WebVisitor (90000)	Stand20 (020)	unanswered	0:00:03	0:00:00	0:00:03	0:00	Failed Canceled	
29	9/18/2020 2:29:23 PM	WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	unanswered	0:00:07	0:00:00	0:00:07	0:00	Failed Canceled	
34	9/18/2020 5:34:52 PM	WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	unanswered	0:00:12	0:00:00	0:00:12	0:00	Failed Canceled	
35	9/18/2020 5:35:11 PM	WebVisitor (90000)	Stand 5 (005)	unanswered	0:00:09	0:00:00	0:00:09	0:00	Failed Canceled	
47	9/18/2020 5:46:12 PM	Stand13 (013)	Stand11 (011)	unanswered	0:00:11	0:00:00	0:00:11	0:00	Failed Canceled	
50	9/18/2020 5:48:11 PM	Stand11 (011)	Stand 6 (006)	unanswered	0:00:07	0:00:00			Busy, forwarded to VMail (006)	
52	9/18/2020 5:47:08 PM	Stand11 (011)	Stand 6 (006)	unanswered	0:00:16	0:00:00			Busy, forwarded to VMail (006)	
55	9/18/2020 6:21:58 PM	WebVisitor (90000)	Stand42 (042)	unanswered	0:00:20	0:00:00			No answer, forwarded to VMail (042)	
57	9/18/2020 6:25:20 PM	WebVisitor (90000)	Stand14 (014)	unanswered	0:00:00	0:00:00			Not registered, forwarded to VMail (014)	
61	9/18/2020 6:43:22 PM	WebVisitor (90000)	Stand31 (031)	unanswered	0:00:14	0:00:00	0:00:14	0:00	Failed Canceled	
66	9/18/2020 7:47:15 PM	WebVisitor (90000)	Stand14 (014)	unanswered	0:00:00	0:00:00			Not registered, forwarded to VMail (014)	
70	9/18/2020 8:15:40 PM	Stand31 (031)	4422153215	unanswered	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00	Target not found	
73	9/18/2020 8:16:49 PM	WebVisitor (90000)	Stand31 (031)	unanswered	0:00:20	0:00:00			No answer, forwarded to VMail (031)	
81	9/19/2020 10:06:21 AM	Stand15 (015)	Stand11 (011)	unanswered	0:00:13	0:00:00	0:00:13	0:00	Failed Canceled	
83	9/19/2020 10:15:09 AM	Stand15 (015)	Stand45 (045)	unanswered	0:00:02	0:00:00	0:00:02	0:00	Failed Canceled	
84	9/19/2020 10:15:16 AM	Stand15 (015)	Stand 10 (010)	unanswered	0:00:05	0:00:00	0:00:05	0:00	Failed Canceled	
85	9/19/2020 10:20:42 AM	Stand12 (012)	VMail (999)	unanswered	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00	Failed Canceled	
87	9/19/2020 11:22:37 AM	Stand29 (029)	Stand 8 (008)	unanswered	0:00:01	0:00:00	0:00:01	0:00	Failed Canceled	
89	9/19/2020 11:32:03 AM	Stand15 (015)	Stand 3 (003)	unanswered	0:00:02	0:00:00	0:00:02	0:00	Failed Canceled	
92	9/19/2020 11:34:14 AM	WebVisitor (90000)	Stand 6 (006)	unanswered	0:00:05	0:00:00			Busy, forwarded to VMail (006)	
95	9/19/2020 11:47:18 AM	Stand 10 (010)	90000	unanswered	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00	Target not found	

reportmarviernes\_2209\_Xt1HcsZe9

Ready 166 of 400 records found

Ítems	Cantidad
Visitante web	261
de un stand a otro	132
Contestadas	228
Tiempo de conversación no contestadas	1:56:01
Total llamadas de visitantes y entre los stands	393



# Adjunto encontraras:



1. Archivo de Excel con el reporte detallado de todos los stands, para realizar los filtros de información que sean relevantes.
2. 3 Documentos en PDF con gráficos estadísticos para ampliar la comprensión.

Nos despedimos, esperando que esta información sea de utilidad en el proceso y la experiencia generada haya sido de su agrado.

## Cordialmente

**Equipo Inspiralandia**

Página Web: [www.inspiralandia.com](http://www.inspiralandia.com)

Correo: [contacto@inspiralandia.com](mailto:contacto@inspiralandia.com)

WhatsApp: +57 318 270 2215