

La investigación de Exterior, entre las más avanzadas e innovadoras del mundo

Daniel Cuende: "Exterior ya es el único gran medio que queda para alcanzar grandes coberturas. Nosotros ya lo llamamos la primera pantalla. ¿Que otro medio puede alcanzar el 60% de cobertura en dos o tres días?"



Concha Machín y Daniel Cuende.

Gcomex cambió radicalmente la visión de Exterior como un medio sin datos, y no ha dejado desde su nacimiento de mejorar y avanzar en los sistemas y metodologías para proporcionar al mercado una información cada día más amplia, profunda, rigurosa y de calidad de las audiencias en el medio Exterior. Daniel Cuende, de Cuende Infometrics, presentó en las XIX Jornadas una visión internacional de la medición de la Publicidad Exterior que confirmó cómo España es de los países más avanzados, hasta el punto de ser uno de los referentes más claros para el conocimiento del medio exterior.

Para medir la movilidad, en USA el sistema se limita a contar los vehículos que pasan, y funciona porque hay muchos "contadores". El método alemán mezcla todo, un "Atlas de Tráfico" diseñado para cada ciudad, con otros sistemas empleados desde hace 20 años, "y así salen pequeños monstruitos". En el Reino Unido se emplea un sistema muy elegante y bonito, pero no admite apenas tocarlo, es bastante débil metodológicamente. En Australia se hace análisis de movimientos de las personas en las ciudades, y de allí se

hace el análisis de audiencia. Es un sistema estatal, y abierto a todo el mundo.

La diversidad de sistemas y metodologías empleadas hace que "a la larga tiene repercusiones, es necesario poder normalizar, regular y establecer unos principios básicos que ayuden a los planificadores, agencias de medios y anunciantes, que son los mismos en todos los países. Para construir unas guías prácticas globales hay que partir de algo sólido, que funcione y que permita apoyar unas directrices mundiales".

En España, Gcomex emplea básicamente dos metodologías: la entrevista personal con tablet PC y cartografía digital, preguntando por los trayectos realizados en los últimos 7 días; y el seguimiento de individuos con A-GPS o GPS Asistido, "en realidad es un GPS más un móvil, pues el GPS normal no sirve para seguir el trayecto de individuos debido a los cañones urbanos, el tiempo de arranque, las señales espejo, etc".

Las investigaciones realizadas, en las que 3.000 panelistas han llevado ya el GPS A en Madrid, demuestran que "con que el panelista lo lleve durante dos semanas

vale, pues con más tiempo no se recogen trayectos nuevos, pese a que la prueba se hizo durante 5 semanas. También se ha demostrado que el sistema no resulta intrusivo, el individuo no lo percibe como peligroso, y permite hacer un seguimiento diario de cada panelista, que nos dice por dónde ha pasado y los soportes de exterior que ha podido ver".

Una vez analizados los recorridos que ha realizado cada panelista y recogidos por el A-GPS se utiliza una cartografía digital en la que se incluye todo el patrimonio de soportes de Exterior, facilitado por las propias empresas e incorporando todos los datos de tipo de soporte, circuitos, tamaño, ubicación, etc. Se puede contar así con datos de audiencia por cara, por circuito, por capa de tráfico, por targets...

Daniel Cuende reflexionó también sobre las consecuencias que está teniendo la digitalización en otros medios, que "se han digitalizado muy a su pesar. Un ejemplo es el efecto en los periódicos. Algunos medios están desapareciendo y otros moviendo su contenido a online. Internet no es un medio, y además la audiencia se está fragmentando en pequeños trozos, no sólo en las televisiones. Si voy a House en un iPad ¿estoy viendo tv, internet, u otro medio? Todo se ha convertido en un pequeño puzzle. Mientras, Exterior es de los pocos medios, por no decir el único, que ha absorbido todas las posibilidades de lo digital sin debilitarse en nada, el único al que no daña la digitalización".

Como un buen ejemplo, citó el acuerdo que tiene Clear Channel en Estados Unidos con el FBI: "cuando se escapa un preso o se pierde una niña todos los paneles digitales lo ponen con la foto, y en 5 minutos toda la ciudad se ha enterado, y luego avisan cuando se ha localizado. Es una demostración excelente de sus posibilidades e inmediatez. Exterior ya es el único gran medio que queda para alcanzar grandes coberturas. Nosotros ya lo llamamos la primera pantalla. ¿Que otro medio puede alcanzar el 60% de cobertura en dos o tres días?".