

La investigación más avanzada del mundo

La aplicación del GPS asistido y las gafas con microcámaras, entre las novedades de la medición de audiencias y eficacia de Exterior

España es de los países más avanzados del mundo en la investigación de audiencia y eficacia de la publicidad exterior, hasta el punto de ser pionero en estudios que posteriormente se han aplicado en otros países. Daniel Cuende, de Cuen de Infometrics, expuso los últimos adelantos e investigaciones que se están desarrollando y que permiten contar con una información cada vez más exhaustiva sobre la audiencia y eficacia del medio. Así, señaló el uso del A-GPS, un GPS portátil asistido de reducido tamaño, que permite conocer con exactitud los desplazamientos y trayectorias de un panel de individuos, y ya se han realizado test con esta tecnología controlando los desplazamientos de las personas durante cinco semanas.

Otra novedosa investigación consiste en aplicar el "Eye tracking" en el mundo real: unas gafas con dos microcámaras que apuntan a la pupila y a lo que está viendo la persona que las lleva. Así es posible analizar con exactitud si se ven los anuncios cuando se pasa delante de ellos, cuánto tiempo, e incluso que partes les atraen



Daniel Cuende y Carlos Santos

más. En fase de pruebas, es una tecnología cualitativa que permite un análisis en profundidad del medio.

Por último Cuende presentó una herramienta informática que permite unificar y manejar toda la información sobre el medio exterior, incluidos los datos de Geomex, calendarios de fijación, tipos de soportes, etc.

En esta misma línea trabaja Carlos Santos, de Consultores de Publicidad Exterior, que mostró el Sistema de Valoración Cualitativa



(SVC) de Exterior, una herramienta informática que aporta información sobre cómo se ven cada uno de los soportes de Exterior. Se trata de una completa Base de Datos con todos los soportes del medio, desde el Gran Formato al Mobiliario Urbano, con información cualitativa sobre su visibilidad, obtenida en base a un completo análisis de ubicación, ángulo de visión, tipo de vía, saturación, iluminación, obstáculos, etc...