



Clipping de prensa

Noviembre 2016

1. Gacetillas de Prensa

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, viernes 4 de noviembre 2016
Información para la prensa

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en *trackeo* de recorridos por GPS vía *Smartphone*. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que *target* pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

“Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido” comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que “el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población”. Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes”. Y continúa diciendo: “Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi”.

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto “Tito” Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

“El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior” concluye Tejero.

Más Acerca de GeoPlanning MAS:

El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran: Atacama –Viacart – Girola – Sarmiento - Masa Ideas - Latin Outdoor – Avenida – VPM -JCDecaux- Brand Plus – Delfino Magnus – Billboard- VGM – Grupo Vía – Resting Car – Pintabaires – Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR Y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Link de un video explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=1OjTnqFJMec>

Acerca de Scopesi y Mariano Tejero

La empresa **Scopesi** está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA); Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM); Centro de Informaciones de Publicidad (CIP); Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA).

Entre los clientes actuales de la firma se destacan: TELECOM; PERSONAL, TELEFÓNICA, BURGER KING, P&G, PEPSICO; QUILMES, FEMSA, DANONE, APSA, NESTLÉ, BAYER, DISNEY, RENAULT, SAMSUNG, FOX FILMS y las agencias de la CÁMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS.

Mariano Tejero es Director General y socio de la compañía desde hace dos años, pero trabaja en la compañía desde hace quince. Anteriormente fue Director Comercial, Coordinador del Área de Investigación y Asistente de Investigación. Estudió Publicidad en Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y está finalizando la Licenciatura en Recursos Humanos en la Universidad de Palermo.



Victoria Gentile, Directora. Tel. cel.: (011) 15-5508-2222.
E-mail: mvgentile.gamond@gmail.com; vgentile.laconsultora@gmail.com



Audencia

18-30
 31-45
 46-65

Sexo: Masculino Femenino

NSE: Alto Medio Bajo

Período:
 Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo

Planes Generados:

General	Detallada	Empresas	Elementos
Descripción		Valor	
Target		Edad: 18-99, Sexo: FM, NSE: ANB	
Univreso		8120100	
Cantidad Ubicaciones		28	
Cobertura Meta		3452333	
Frecuencia		5.8	
Impactos Totales		19970100	
Cobertura %		41.5	
RGR		240	
CRP		0	
CPM		0	

Scopesi y UCA presentaron la innovadora plataforma para medir la publicidad exterior

Hoy jueves 17 de noviembre **Scopesi y UCA** presentaron oficialmente **GeoPlanning MAS**, reconocido como “el rating de la vía pública”. El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Monseñor Derisi, Edificio San Alberto Magno en la Universidad Católica Argentina.

Asistieron periodistas, representantes de agencias de publicidad, centrales de medios, cámaras y asociaciones del sector, empresas de vía pública y anunciantes, quienes fueron recibidos con un desayuno en un ambiente acogedor.

El lanzamiento contó con la presencia y exposición de **Mariano Tejero, Presidente de Scopesi**; quien presentó en detalle la plataforma y explicó el alcance del sistema; **Gabriel Curi, Director del Dto. en Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA**, fue quien presidió el inicio del encuentro; **Ignacio Torlasco de Girola**; reflexionó sobre la importancia que implica para el mercado contar con las habilidades de esta plataforma; **Paula Marzulla de UCA**, fue la encargada de explicar la metodología de investigación utilizada y **Leonardo Romero, Responsable de Medios** de una de las empresas de telefonía celular, con experiencias anteriores en la Central de Medios Quiroga, en Norte Vía Pública y en la Agencia de Publicidad ADV Vázquez, contó su positiva experimentación como usuario.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una innovadora herramienta para planificar y medir la audiencia en la publicidad *outdoor*. Este sistema fue desarrollado por **Scopesi**, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina. Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en *trackeo* de recorridos por *GPS* vía *smartphone*. Además admite determinar la cantidad de personas que circulan frente a cualquier cartel publicitario, a que *target* pertenecen, datos de segmentación, etc.

Lo novedoso de este lanzamiento, es la comodidad, facilidad y fundamento que brinda, por tratarse de una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

Link de un video explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=1OjTnqFJMec>



Victoria Gentile, Directora. Tel. cel.: (011) 15-5508-2222.
E-mail: mvgentile.gamond@gmail.com; vgentile.laconsultora@gmail.com







GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública, llega a Córdoba

SCOPESE, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria con 30 años de experiencia en el mercado argentino y la Universidad Católica Argentina expusieron la innovadora plataforma para medir la publicidad exterior ante integrantes de CAPEC y ACAP.

GeoPlanning MAS se desplegará oficialmente en Córdoba en marzo de 2017 y fue recientemente presentado (el jueves 17 de noviembre) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta semana (lunes 21 y martes 22 de noviembre) **Mariano Tejero**, Presidente y Socio de **SCOPESE** mantuvo reuniones con la Cámara de Publicidad Exterior de Córdoba (CAPEC); la Asociación Cordobesa de Agencias de Publicidad (ACAP); Agencias de Publicidad y la Universidad Blas Pascal, en donde explicó los alcances del sistema y su aplicación a nivel local.

Entre quienes participaron de los encuentros se destacan: Gonzalo Gigy, Presidente de CAPEC y Gerente General de Cobertura Vía Pública; Eduardo Perrachione, Secretario de CAPEC y Gerente General de Braver; Ezequiel Induni, Director de IDM Publicidad Exterior; Gabriela Martí, Apoderada de Grupo MAS Argentina; Mario Ayi, Presidente de Comunicaciones Ayi; Martín Becher, Director de Grupo REM; Agustín Ortega, Director Comercial de Señal Vía Pública; Walter Ponce, Gerente Comercial Córdoba de Nexo Publicidad Exterior; Pedro Giovoglianian, Director de Medios de Grupo Marka; Enrique Ruesch, Vicepresidente de ACAP y Director General de la agencia Razón Social; Analía Chirico, Tesorera de ACAP y Directora de Consultores Asociados en Comunicación; María José Liendro, Planificadora de Medios de Grupo de Comunicación .JPG y Marcela Farré, Directora de Carreras de Comunicación de la Universidad Blas Pascal.

Mariano Tejero, nieto del reconocido publicitario y fundador de la compañía Alberto "Tito" Scopese, expresó: "Fuimos muy bien recibidos en Córdoba, con un mercado muy interesado en buscar profesionalización y eficiencia; y esos principios fueron los que nos llevaron a desarrollar el **GeoPlanning MAS**". Y continúa explicando: "Cada día que pasa la necesidad de contar con información se torna más imprescindible, hoy le dimos a la publicidad exterior la posibilidad de ser comparada de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido, Ahora la vía pública tiene un sistema de medición en serio".

Esta innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por **SCOPESE** y **UCA** es un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía smartphone. Permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una herramienta 100 % web que admite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos; con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

Actualmente la plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales en CABA y GBA, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología reconoce el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se logra de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la **UCA** explica que “el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población”. Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por **SCOPESI** e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes”. Sigue diciendo: “Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para **SCOPESI**”.

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

Link de un video explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=1OjTnqFJMec>

Acerca de GeoPlanning MAS:

El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran: Atacama –Viacart – Girola – Sarmiento - Masa Ideas - Latin Outdoor – Avenida – VPM -JCDecaux- Brand Plus – Delfino Magnus – Billboard- VGM – Grupo Vía – Resting Car – Pintabaires – Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR Y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Acerca de SCOPESI

La empresa **SCOPESI** está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA); Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM); Centro de Informaciones de Publicidad (CIP); Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA). Entre los clientes actuales de la firma se destacan: TELECOM; PERSONAL, TELEFÓNICA, BURGER KING, P&G, PEPSICO; QUILMES, FEMSA, DANONE, APSA, NESTLÉ, BAYER, DISNEY, RENAULT, SAMSUNG, FOX FILMS y las agencias de la CÁMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS.

Página web: www.scopesinet.com.ar

Facebook: Scopesi

Twitter: @ScopesiyCia

Linkedin: Scopesi



Victoria Gentile, Directora. Tel. cel.: (011) 15-5508-2222.
E-mail: mvgentile.gamond@gmail.com; vgentile.laconsultora@gmail.com



Llega a Córdoba GeoPlanning MAS: el rating de la vía pública

SCOPESEI, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina presentarán localmente Geoplanning MAS, la innovadora plataforma para medir la publicidad exterior en marzo del 2017, con el apoyo de la Universidad Blas Pascal.

Esta inédita herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por **SCOPESEI** y **UCA** es un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía smartphone. Permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

El Presidente y Socio de **SCOPESEI**, nieto del reconocido publicitario y fundador de la compañía Alberto "Tito" Scopesi, **Mariano Tejero**, mantuvo reuniones la semana pasada con la Cámara de Publicidad Exterior de Córdoba (CAPEC); la Asociación Cordobesa de Agencias de Publicidad (ACAP); Agencias de Publicidad y la Universidad Blas Pascal, en donde explicó los alcances del sistema y su aplicación a nivel local

Entre quienes participaron de los encuentros se destacan: Gonzalo Gigy, Presidente de CAPEC y Gerente General de Cobertura Vía Pública; Eduardo Perrachione, Secretario de CAPEC y Gerente General de Braver; Ezequiel Induni, Director de IDM Publicidad Exterior; Gabriela Martí, Apoderada de Grupo MAS Argentina; Mario Ayi, Presidente de Comunicaciones Ayi; Martín Becher, Director de Grupo REM; Agustín Ortega, Director Comercial de Señal Vía Pública; Walter Ponce, Gerente Comercial Córdoba de Nexo Publicidad Exterior; Pedro Giovoglianian, Director de Medios de Grupo Marka; Enrique Ruesch, Vicepresidente de ACAP y Director General de la agencia Razón Social; Analía Chirico, Tesorera de ACAP y Directora de Consultores Asociados en Comunicación; María José Liendro, Planificadora de Medios de Grupo de Comunicación .JPG y Marcela Farré, Directora de Carreras de Comunicación de la Universidad Blas Pascal.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que admite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos; con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

Actualmente la plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales en CABA y GBA, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología reconoce el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se logra de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

Mariano Tejero, expresó: “Fuimos muy bien recibidos en Córdoba, con un mercado muy interesado en buscar profesionalización y eficiencia; y esos principios fueron los que nos llevaron a desarrollar el **GeoPlanning MAS**”. Y continúa manifestando: “Cada día que pasa la necesidad de contar con información se torna más imprescindible, hoy le dimos a la publicidad exterior la posibilidad de ser comparada de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido, Ahora la vía pública tiene un sistema de medición en serio”.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la **UCA** explica que “el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población”. Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por **SCOPESI** e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes”. Sigue diciendo: “Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para **SCOPESI**”.

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

Link de un video explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=1OjTnqFJMec>

Acerca de SCOPESI

La empresa **SCOPESI**, con 30 años de experiencia en el mercado argentino, está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA); Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM); Centro de Informaciones de Publicidad (CIP); Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA). Entre los clientes actuales de la firma se destacan: TELECOM; PERSONAL, TELEFÓNICA, BURGER KING, P&G, PEPSICO; QUILMES, FEMSA, DANONE, APSA, NESTLÉ, BAYER, DISNEY, RENAULT, SAMSUNG, FOX FILMS y las agencias de la CÁMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS.

Página web: www.scopesinet.com.ar

Facebook: Scopesi.

Twitter: @ScopesiyCia.

Linkedin: Scopesi.



Victoria Gentile, Directora. Tel. cel.: (011) 15-5508-2222.

E-mail: mvgentile.gamond@gmail.com; vgentile.laconsultora@gmail.com



2. Banners para mailing y redes sociales

**SABEMOS
A DÓNDE ESTÁ
TU AUDIENCIA**

**Y DENTRO DE POCO
TE LO VAMOS A CONTAR**

Scopesi UCA

Atacama AVENIDA BILLBOARD BOLD DELFINO
pentabios JCDecaux GIROLA VGM Latin Outdoor
VPM Sarmiento masaidcos VIACART GRUPOVA

**LA VÍA PÚBLICA
SE PUEDE MEDIR**

MIRÁ EL VIDEO Y ENTERATE CÓMO FUNCIONA

YouTube
Geomarketing+
El rating de la vía pública

Scopesi UCA

Atacama AVENIDA BILLBOARD BOLD DELFINO
pentabios JCDecaux GIROLA VGM Latin Outdoor
VPM Sarmiento masaidcos VIACART GRUPOVA

3. Avisos publicitarios



Este es Rubén,

Se levantó temprano como casi todos los días y se fue caminando al gimnasio con la idea de llegar bien al verano, después de un entrenamiento duro, se duchó y se fue en taxi al trabajo para no llegar tarde a una presentación con todo el departamento de finanzas de la compañía. Había estado trabajando el fin de semana y sus jefes quedaron impresionados.

Después de trabajar salió rápido para la facultad para cursar una de las últimas materias de la carrera, rindió un parcial para el que no pudo estudiar mucho, aunque igual cree que le fue bien. Al salir, a eso de las 10 de la noche, su novia lo sorprendió pasándolo a buscar para ir juntos a cenar afuera.

Cuando la vio, esperándolo apoyada en un oportuno cartel de publicidad que promociona el estreno de una película romántica, no pudo disimular la alegría de haber encontrado un hueco para disfrutar junto a ella. Fueron a comer una pizza juntos, aunque en realidad lo único que quería era quedarse tirado hasta quedarse dormido viendo una serie online.

Cada publicidad cuenta una historia, cada persona que la ve también.

GeoPlanning+
Media Audience System

Ahora con **Geo Planning+** conocemos la audiencia OOH

Entrá en www.scopesinet.com.ar y conocé más sobre esta nueva herramienta.

Scopesi **UCA**




**RUBÉN
NECESITÁS
VACACIONES**

Ya conocemos la vía pública,
**ahora también
conocemos a tu audiencia.**

La vía pública tiene un sistema
de medición en serio

GeoPlanning+
Media Audience System

Ahora con **Geo Planning+** conocemos la audiencia OOH

Entrá en www.scopesinet.com.ar y conocé más sobre esta nueva herramienta.

Scopesi
UCA

**NUESTRO TRABAJO
ES MAGNIFICAR
EL NIVEL
DE SU
TRABAJO**



SOLUCIONES OUTDOOR - INDOOR - PUNTOS DE VENTA - BTL
AUDITORÍAS - RELEVAMIENTOS - ANÁLISIS DE COMPETENCIA - ASESORAMIENTO - MEDICIÓN DE AUDIENCIA



www.scopesinet.com.ar / www.publicidadexterior.com.ar / (54) 11 4633-3939 / info@scopesinet.com.ar

4. Invitación evento lanzamiento



Scopesi y UCA lo invitan a la presentación de Geo Planning MAS, un nuevo sistema de **medición de audiencia OOH** que representará una herramienta útil para los anunciantes y una solución para los consumidores.

SAVE THE DATE 17 DE NOVIEMBRE 9:00 HS EN UCA Edificio San Alberto Magno <i>Alicia Moreau de Justo 1500 (esquina Chile) Auditorio Monseñor Derisi</i>	EXPOSITORES: GABRIEL CURI Dir. del Depto. de Ingreso y del Depto. en Comunicación Publicitaria e Institucional -UCA. IGNACIO TORLASCO Gerente Comercial Girola Via Publica. PAULA MARZULLI Mg. Universidad Católica Argentina. MARIANO TEJERO Presidente Scopesi.
 Una nueva herramienta para las marcas, una solución para los consumidores.	
	
Confirmar asistencia por mail a clopez@scopesinet.com.ar o telefónicamente llamando al 4633-3939	

5. Índice de publicaciones, menciones y notas obtenidas

✓ WEBS, BLOGS Y REDES SOCIALES

▪ Totalmedios, Agencias	07/11/2016
▪ DossierNet, Al Instante	07/11/2016
▪ Universidad Católica Argentina, Com. Institucional, UCA en los medios	07/11/2016
▪ Cámara Argentina de Agencias de Medios, Noticias Socios	08/11/2016
▪ Sitemarca, Publicidad, Marketing	09/11/2016
▪ Palermo Online, Noticias	11/11/2016
▪ Dtruz	11/11/2016
▪ Pancho Dicristóforo	11/11/2016
▪ Red RRPP, Novedades Consultoras	12/11/2016
▪ Más que noticias, Medios	13/11/2016
▪ Pablo Layús, Lo último	14/11/2016
▪ Puntal.com.ar, Portada, Marquesina	15/11/2016
▪ Cámara Argentina de Anunciantes	15/11/2016
▪ Universidad Católica Argentina, Inicio	16/11/2016
▪ Cover News, Negocios	16/11/2016
▪ DossierNet, Al Instante	18/11/2016
▪ Dambiente, Tecnologías	18/11/2016
▪ Infonegocios, InfoPublicidad	24/11/2016
▪ El Insignia, Actualidad, Economía	30/11/2016

✓ RADIOS

▪ Radiofónicos En Vivo, radio de la Facultad de Sociales de la UCA	17/11/2016
▪ FM UB 90.9, Hablemos de relaciones públicas, miércoles de 19 a 20 h	16/11/2016

6. ANÁLISIS DE GESTIÓN DE PRENSA:

Pedidos de entrevista:

- Pedido de entrevista N° 10 y 11: Editorial Dossier.
- Pedido de entrevista N° 12: Radio Palermo 93.9.
- Pedido de entrevista N° 13: Infonegocios.
- Pedido de entrevista N° 14: Radio Punto a Punto 90.7.

Medio: Totalmedios

Sección: Agencias

Link: <http://www.totalmedios.com/nota/29907/scopesi-y-la-uca-lanzan-geoplanning-mas-el-rating-de-la-via-publica>

Facebook: <https://es-la.facebook.com/totalmedios/>

Twitter: https://twitter.com/totalmedios_com?lang=es

Fecha: 07/11/2016

The screenshot shows the TotalMedios website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'MEDIAS KITS COMERCIALES', 'DIRECTORIOS', 'NOTICIAS', 'MULTIMEDIA', 'RRHH', and 'TARIFAS DE PUBLICIDAD'. Below this is a search bar and a list of categories including 'PERIÓDICOS', 'REVISTAS', 'CABLE', 'TV', 'RÁDIOS', etc. The main content area features a map on the left and a video player in the center. The article title is 'SCOPESI Y LA UCA LANZAN GEOPLANNING MAS, EL RATING DE LA VÍA PÚBLICA'. The text describes the service as a tool for media planning and audience measurement. On the right side, there are several promotional banners and a sidebar with 'NOTICIAS POR SECTOR' and 'LO MÁS LEÍDO'.

TotalMedios

11:19hs Lunes 07/11

MEDIAS KITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RRHH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

PERIÓDICOS REVISTAS CABLE TV RÁDIOS PUBLICIDAD EXTERIOR INTERNET INDOOR CINES ESTADIOS PUBLICIDAD EN TRANSPORTES ALTERNATIVOS MOBILE

Home / Agencias

Q BUSCAR NOTICIAS

General Paz 3400 y R. Bahin
Calle San Rosendo
Capital Federal

07.11.2016

SCOPESI Y LA UCA LANZAN GEOPLANNING MAS, EL RATING DE LA VÍA PÚBLICA

Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS es una herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene tests pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

NOTICIAS POR SECTOR

- MEDIOS
- RESEARCH
- CAMPANAS
- EMPRESARIAS
- AGENCIAS
- PREMIACIONES
- CAPACITACION
- ENTREVISTAS

LO MÁS LEÍDO

- Nueva Directora de Cuentas en Medios
- Viacom comprará Telefe por 400 millones de dólares
- La Nación modifica su tradicional formato sábana
- Arsat se propone mejorar la cobertura celular en Argentina
- Creditec lanza su campaña protagonizada por el "topo"
- ¿Cuáles son las marcas con mejor reputación online en Argentina?

TE CONECTAMOS CON LOS QUE DECIDEN

artear

CONTENIDOS QUE CONECTAN

IAPUNTÁ BIEN AL INTERIOR!

La revista con mayor tirada del país

RECIENTES

- Esta noche comienza a transmitirse LNA, el canal de TV de La Nación
- 9 de cada 10 personas conectadas a internet en América Latina tienen un smartphone
- "Mumm Vivants", lo nuevo de Kepel y Mata para Mumm
- Nueva campaña de Carat Argentina para BRF

VIDEO DEL DÍA

"Mumm Vivants"

Y ya opera en los Estados Unidos.

VPM Garrefour

Y el ganador es... TU MARCA

COMUNICACIÓN EN VÍA PÚBLICA

la excelencia: un compromiso

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

'El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior' concluye Tejero.

15 AÑOS DE EXPERIENCIA

eventos



¿Te interesa la

TotalMedios

Me gusta Enviar mensaje Compartir Más

Me gusta Comentar Compartir

TotalMedios

2 h ·

Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen

<http://www.totalmedios.com/.../scopesi-y-la-uca-lanzan-geopla...>

TOTALMEDIOS - Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

TOTALMEDIOS.COM



TOTALMEDIOS @Totalmedios_com · 18 h

#GeoPlanningMAS - herramienta de medición de audiencia en la publicidad exterior @ScopesiyCia @UCAdigital totalmedios.com/nota/29907/sco ...



🔄 1 ❤️ 1 ⋮

The screenshot shows a web page from DossierNet. At the top, there is a navigation bar with the site logo and various menu items like 'NOTICIAS', 'DOSSIER PREMIUM', and 'LÁPIZ DE ORO'. A banner for 'WhatsAppame' is visible. The main article is titled 'Scopesi lanza GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública' and includes a video player showing a street scene with billboards. To the right, there is a 'Noticias relacionadas' section with several article teasers. At the bottom right, there is a red box with the text 'Tercer año consecutivo nominados como Mejor Agencia de Medios Independiente Premios Jerry Goldenberg' and the logo for 'Flowers VIXNET'.

Asimismo, admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido", comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli, a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA, explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior", concluye Tejero.



DOSSIER

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM
LA NUEVA SECCIÓN DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE DOSSIER

>>>>

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM
LA NUEVA SECCIÓN DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE DOSSIER

Me gusta
Enviar mensaje
Compartir
Más

A Andy Sautú, Caro Fernandez y Alejandro Stea les gusta esto.

DossierNet
2 h · 🌐

Scopesi lanza GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública
<https://goo.gl/764anH> Scopesi

Dossiernet - Scopesi lanza GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

La nueva herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, fue desarrollada por Scopesi y la Universidad Católica Argentina.

DOSSIERNET.COM.AR



DossierNet @DossierNet · 2 h

Scopesi lanza GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública goo.gl/764anH
[@ScopesiyCia](#)



1



LA CONSULTORA
prensa y comunicación

Medio: Universidad Católica Argentina

Fecha: 07/11/2016

Sección: Comunicación Institucional, UCA en los medios

Link: <http://www.uca.edu.ar/uca/index.php/comunicacion/content/es/universidad/comunicacion-institucional/seleccion-de-noticias-de-la-uca-en-los-medios-de-comunicacion>



Pontificia Universidad Católica Argentina
Santa María de los Buenos Aires

Comunicación Institucional

[Inicio](#) | [Noticias](#) | [Informes](#) | **[UCA en los medios](#)** | [Agenda](#)

Selección de artículos publicados en 2016

NOVIEMBRE

- La inmigración colombiana, un boom que no para de crecer en Capital. Clarín, 5/11/2016
- Plan Abre: La UCA evaluó positivos avances en indicadores sociales. Diario Uno Santa Fe, 5/11/2016
- FOPEA entregó sus premios al periodismo de investigación. Clarín, 5/11/2016
- Un millón de niños, al margen de la asignación social por hijo. La Nación, 6/11/2016
- Ocho de cada diez argentinos se sienten inseguros en su casa, su calle o su barrio. El Día La Plata, 6/11/2016
- La nueva generación sub-45: quiénes lideran el recambio. La Nación, 6/11/2016
- Falta de afecto: la mayor vulnerabilidad de los adultos mayores que viven solos. El Litoral Santa Fe, 6/11/2016
- Scopesi y la UCA lanzan Geoplanning Más, el Rating de la Vía Pública. Total Medios, 7/11/2016

OCTUBRE

Contacto de prensa



Natalia Ramil
+54 11 4338 0814
natalia_ramil@uca.edu.ar



natalia.ramil

Quiero recibir las gacetillas de prensa

- [Fotos de Autoridades](#)
Imágenes en alta resolución para

CA M CAMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS

Socios Adherentes: VPM Galicia Telefonica

INICIO INSTITUCIONAL NOTICIAS SOCIOS ACTUALIDAD INFORMES ESP. NOVEDADES CAAM INV. PUBLICITARIAS JÓVENES PROF.

Inicio > Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

Noticias Socios

noviembre 8, 2016

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública



Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeo pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

Más Acerca de GeoPlanning MAS:

El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran: Atacama – Viacart – Girola – Sarmiento – Masa Ideas – Latin Outdoor – Avenida – VPM – JCDcaoux- Brand Plus – Delfino Magnus – Billboard- VGM – Grupo Vía – Resting Car – Pintabaires – Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Buscador

Newsletter



Seguinos en

Tweets by @caamargoficial

CAAM Oficial @caamargoficial
#Actualidad Cablevisión presentó Flow, una nueva experiencia para ver TV bit.ly/2fDUdML

CAAM Oficial @caamargoficial
#NoticiasSocios #Scopesi y la #UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública bit.ly/2eAD85F

Embed [View on Twitter](#)



CAAM Oficial @caamargoficial · 8 nov.

#NoticiasSocios #Scopesi y la #UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública bit.ly/2eAD85F



3



1

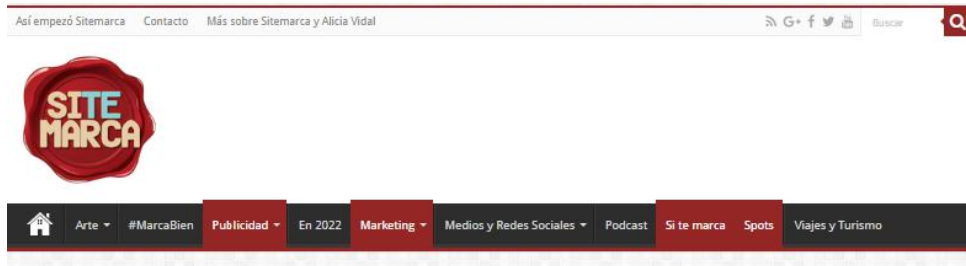


LA CONSULTORA
prensa y comunicación

Link: http://www.sitemarca.com/scopesi-y-la-uca-lanzan-geoplanning-mas-el-rating-de-la-via-publica/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+sitemarca%2FwVQJ+%28sitemarca%29

Facebook: <https://www.facebook.com/sitemarca/>

Twitter: <https://twitter.com/sitemarca?lang=es>



SCOPESI Y LA UCA LANZAN GEOPLANNING MAS, EL RATING DE LA VÍA PÚBLICA

9 noviembre 2016 Marcas, Marketing, Publicidad, Si te marca, Spots Dejar un comentario

Comparte esto:



GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeo pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública, mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

GeoPlanning MAS

APP

Aplicación de trackeo de recorrido

La metodología utilizada combina la tecnología GPS para Smartphone para la investigación de mercado, con el prestigio de la UCA y el conocimiento y trayectoria de Scopesi en Publicidad Exterior.

Buscar

SUMATE A LAS REDES DE SITEMARCA



SITEMARCA SPOTS

MÚSICA SITEMARCA : ESCUCHÁ MI PLAYLIST :)

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

ENTRADAS RECIENTES

La Caja presenta su nuevo comercial Hablemos de la agencia DDB

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

Finalizó la 19 edición de El Ojo de Iberoamérica, mirá los ganadores

LG invita a experimentar la realidad virtual en Expo Bici&Run 2016

Room23 presenta la nueva campaña de Ayudín #TiraLaCasaPorLaVentana

Las marcas en el duelo de Hillary y Trump

YPF lanza #EllosSaben para Infinia Diesel con @LiebreAmotinada

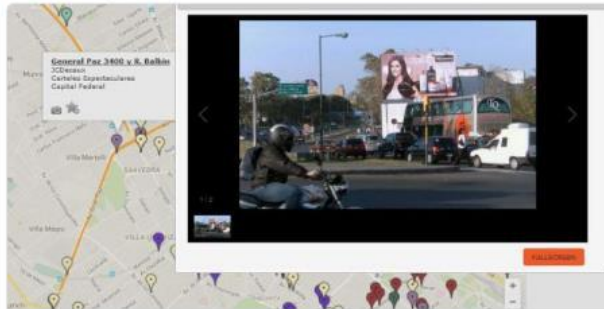
Todos los Premios Mercurio de la AAM y la presentación de Tatiana Aurich como nueva presidenta

Cinemas hace interactiva la Campaña de Puma para Evotouch



Alicia Vidal @sitemarca · 10 nov.

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública



Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía públ...

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada...

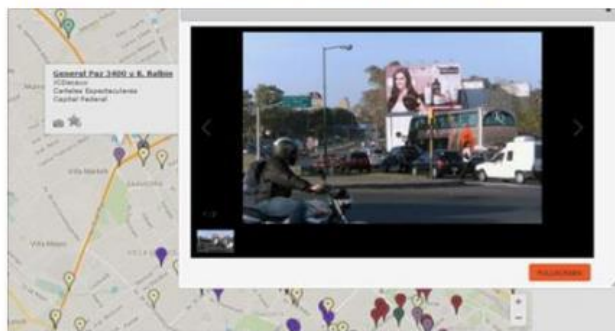
sitemarca.com



Sitemarca

10 de noviembre a las 10:22 · 🌐

<http://www.sitemarca.com/scopesi-y-la-uca-lanzan-geoplanni.../>



Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la...

SITEMARCA.COM

El Portal del Barrio de Palermo

On Line desde 1999

Palermonline NOTICIAS

Portada **Noticias** Cultura Moda Delicatessen Turismo Mapa Tecnología Guía Barrial

← Salud: Festejo por la inclusión de los discapacitados

Un Corrupto en el SUBTE: Nombraron a un funcionario supermanchado por el escándalo de la FIFA →

Bienvenidos: 17 años contando visitas únicas (Counter Type: Visitors) 64232330

Enlaces patrocinados

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

Posted on 11 noviembre, 2016 by Palermonline



GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

Clibaorg @cliba_arg Cliba

Pongamos la basura dentro del contenedor.

Buenos Aires Ciudad Vamos Buenos Aires



Vamos Buenos Aires



La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 41.40 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

“Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido” comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que “el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población”. Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes”. Y continúa diciendo: “Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi”.

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto “Tito” Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

“El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior” concluye Tejero.

Más Acerca de GeoPlanning MAS:

El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran: Atacama -Viacart - Girola - Sarmiento - Masa Ideas - Latin Outdoor - Avenida - VPM -JCDecaux- Brand Plus - Delfino Magnus - Billboard- VGM - Grupo Via - Resting Car - Pintabaires - Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR Y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Link de un video explicativo:



GeoPlanning MAS

¿COMO LO HACEMOS?



Aplicación de trackeo de recorrido

La metodología utilizada combina la tecnología GPS para Smartphone para la investigación de mercado, con el prestigio de la UCA y el conocimiento y trayectoria de Scopesi en Publicidad Exterior.

GUARDERIA CANINA "DANIEL"
 Tel: 11 3157 3727



Arte en el Barrio
REPORTAJES
 BUSCANDO LA VANGUARDIA

Imanes para autos y Utilitarios
 www.imanesmagneto.com.ar



IMANES PARA AUTOS PUBLICIDAD VEHICULAR

VENI A ENTRENAR
 al aire libre



palermonline
 2.635 Me gusta



A 5 amigos les gusta esto

Acerca de Scopesi y Mariano Tejero

La empresa Scopesi está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA); Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM); Centro de Informaciones de Publicidad (CIP); Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA).

Entre los clientes actuales de la firma se destacan: TELECOM; PERSONAL, TELEFÓNICA, BURGER KING, P&G, PEPSICO; QUILMES, FEMSA, DANONE, APSA, NESTLÉ, BAYER, DISNEY, RENAULT, SAMSUNG, FOX FILMS y las agencias de la CÁMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS.

Mariano Tejero es Director General y socio de la compañía desde hace dos años, pero trabaja en la compañía desde hace quince. Anteriormente fue Director Comercial, Coordinador del Área de Investigación y Asistente de Investigación. Estudió Publicidad en Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y está finalizando la Licenciatura en Recursos Humanos en la Universidad de Palermo.

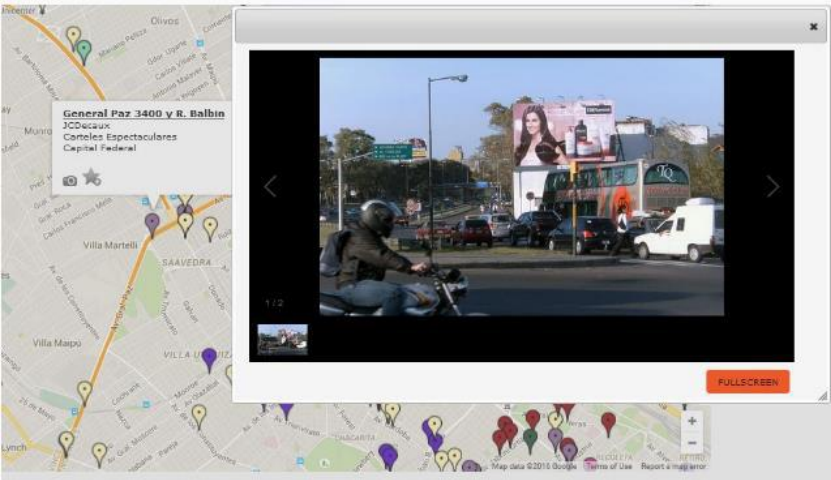
Dtruz - La verdadera Revista Digital

DTRUZ REVISTA DIGITAL CATEGORÍAS UBIACIÓN PASÓ EN BA CONTACTO

Search ...

Home / Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública



By Dtruz Team | 11/11/2016 | Ciudad, Publicidad, Tecnología, Tendencias | No hay comentarios

By Dtruz Team | 11/11/2016 | Ciudad, Publicidad, Tecnología, Tendencias | No hay comentarios



GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en *trackeo* de recorridos por GPS vía *Smartphone*. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que *target* pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene tests pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.



Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

noviembre 11, 2016

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en tracking de recorridos por GPS via Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitarios, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene tests pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

PERFILES SOCIALES



TELECOM

Invertimos en

ESTUDIO VANA

estudio
VANA

BRANDING · VISUAL · STYLING

hola@vana.com.ar | www.vana.com.ar



Más Acerca de GeoPlanning MA 3:

El GeoPlanning MA3 cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector entre las que se encuentran: Atacama – Viacart – Girola – Sarmiento – Masa Ideas – Latin Outdoor – Avenida – VPM – JCDcaoux – Brand Plus – Delfino Magnus – Billboard – VGM – Grupo Via – Resting Car – Pintabaires – Media 500.

El GeoPlanning MA 3 cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Link de un video explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=1OITngFJMec>

Acerca de Soopesi y Mariano Tejero

La empresa Soopesi está asociada a la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA); Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM); Centro de Informaciones de Publicidad (CIP); Asociación Argentina de Marketing (AAM) y el Consejo Publicitario Argentino (CPA).

Entre los clientes actuales de la firma se destacan: TELECOM; PERSONAL; TELEFONICA; BURGER KING; P&G; PEPSICO; QUILMES; FEMSA; DANONE; APDA; NESTLE; BAYER; DISNEY; RENAULT; SAMSUNG; FOX FILMS y las agencias de la CÁMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS.

Mariano Tejero es Director General y socio de la compañía desde hace dos años, pero trabaja en la compañía desde hace quince. Anteriormente fue Director Comercial, Coordinador del Área de Investigación y Asistente de Investigación. Estudio Publicidad en Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y está finalizando la Licenciatura en Recursos Humanos en la Universidad de Palermo.

 +1. Recomendar esto en Google

ROFEX



Medio: Red RRPP

Fecha: 12/11/2016


Sección: Novedades Consultoras

Link: <http://www.redrrpp.com.ar/lanzamiento-en-la-uca-de-un-innovador-sistema-de-medicion-de-audiencia-geoplanning-mas-el-rating-de-la-via-publica/>

Facebook: <https://www.facebook.com/RedRRPP>

Suscribite a nuestro Newsletter


f p in t



Buscar...

Lanzamiento en la UCA de un innovador sistema de medición de audiencia: GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

Antonio Di Genova 12 noviembre, 2016 Novedades Consultoras Comentarios




Scopesi y UCA lo invitan a la presentación de Geo Planning MAS, un nuevo sistema de medición de audiencia OOH que representará una herramienta útil para los anunciantes y una solución para los consumidores.

SAVE THE DATE 17 DE NOVIEMBRE 9:00 HS EN UCA
Edificio San Alberto Magno
Avda. Moreno de Justo 1500 (esquina Cileal) Avda. Manuel Belgrano

EXPOSITORES:
GABRIEL CURI
Dir. del Depto. de Ingreso y del Depto. de Comunicaciones Públicas e Institucionales -UCA-
IGNACIO TORLASCO
Gerente Comercial venta via Publica
PAULA MARZULLI
Ing. Universidad catolica Argentina
MARIANO TEJERO
Presidente Scopesi

GeoPlanning+
Medio Audimetric System

Una nueva herramienta para las marcas,
una solución para los consumidores



Confirmar asistencia por mail a clopez@scopesinet.com.ar o telefónicamente llamando el 4633-3939

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS via *Smartphone*. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que *target* pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene tests pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

Etiquetas: GeoPlanning, OOH



RedRRPP

20 h · 🌐

Argentina: Lanzamiento de un innovador sistema de medición de audiencia: GeoPlanning MAS. Actividad libre y gratuita.

Scopesi y UCA lo invitan a la presentación de Geo Planning MAS, un nuevo sistema de medición de audiencia OOH que representará una herramienta útil para los anunciantes y una solución para los consumidores.

SAVE THE DATE 17 DE NOVIEMBRE 9:00 HS EN UCA
Edificio San Alberto Magno
Alicia Moreau de Auloy 500 (casina Chile Auditorio Moreau de Auloy)

EXPOSITORES:
GABRIEL CURI
Dir. del Depto. de Ingreso y del Depto. en Comunicación Publicitaria e Institucional UCA.
IGNACIO TORLASCO
Gerente Comercial Genia via Publica.
PAULA MARZULLI
Mg. Universidad Católica Argentina.
MARIANO TELERO
Presidente Scopesi.

Lanzamiento en la UCA de un innovador sistema de medición de audiencia: GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública | RedRRPP

DE REDRRPP.COM.AR

Lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública

medios

GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitarios, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.





"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta **Mariano Tejero, Director General de Scopesi**.

Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

Publicado por Más que noticias     Recomendar esto en Google



LLEGO EL RATING DE LA VIA PUBLICA

Victoria Gentile 2016-11-14 10:07:00

Twitter Me gusta Compartir

Videos Imágenes



Ahora las publicidades de los carteles de la vía pública se pueden medir. Scopesi y la UCA crearon GeoPlanning MAS. GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeo pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

LO MAS VISITADO

- EL DRAMA DE MARIANA PETRACCA 13 de Noviembre
- VANUCCI VUELVE A PROVOCAR. MIRA LA FOTO QUE SUBIO !! 12 de Noviembre
- BOMBA: APARECIO LA FOTO QUE MUESTRA EL SUPUESTO ACOSO SEXUAL 13 de Noviembre
- DANIELA CARDONE Y OTRA FOTO HOT. HAY UN TERRIBLE DETALLE... 11 de Noviembre
- JCPenney TAKE 30% OFF PURCHASES OF \$100 OR MORE

EDITORIALES

- OPINION-EL PACTO Autor: Gentile, Victoria
- "CHARLY", LA NUEVA RED SOCIAL. LA UBER DE LAS REDES? Autor: Layús, Pablo
- OPINION-DESEO Autor: Campana, Gabriel
- OPINION-PERETTI Y KRUM CAUTIVARON CON LA CHICA DEL ADIOS EN CORDOBA Autor: Blazini, Paula

RETOMETAS

- fotos hot Carlos Paz rating videos
- chistes teatro series Gran Hermano 2015
- Gran Hermano 2015

Más Acerca de GeoPlanning MAS:
El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran:
Atacama - Viacart - Girola - Sarmiento - Masa Ideas - Latin Outdoor - Avenida - VPM - JCDcaux- Brand Plus -
Delfino Magnus - Billboard-VGM - Grupo Via - Resting Car - Pintabaires - Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR Y CPM.
- Selección de ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.



PabloLayus @PabloLayus · 4 min

Llegó el rating de la vía pública bit.ly/2exj0pR



PUNTAL.com.ar

Río Cuarto, Córdoba, Argentina.
Martes, 15 de Noviembre, 2016
Última actualización: 15:43 hs.

Buscar... 

PUNTAL 

Último Momento Edición Impresa Ediciones Anteriores

SECCIONES [htb://www](#)  **Contáctenos**

PORTADA > MARQUESINA > 15/11/2016 > NOTA     

Llegó el rating de la vía pública

Ahora las publicidades de los carteles gigantes de la vía pública se pueden medir.

FOTOS VIDEOS



GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina, informó el periodista Pablo Layus.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitarios, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeo pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA, explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA, explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

En su trigésimo aniversario, Scopesi, la compañía fundada por Alberto "Tito" Scopesi y Mabel Astesiano sigue pensando en brindar un respaldo confiable a las inversiones que los anunciantes realizan en este medio.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

Más Acerca de GeoPlanning MAS:

El GeoPlanning MAS cuenta con el respaldo de las grandes empresas del sector, entre las que se encuentran: Atacama –Viacart – Girola – Sarmiento - Masa Ideas - Latin Outdoor – Avenida – VPM -JCDecaux- Brand Plus – Delfino Magnus – Billboard- VGM – Grupo Vía – Resting Car – Pintabaires – Media 500.

El GeoPlanning MAS cuenta con estas características principales:

- Cálculo de la audiencia por elemento, circuito o campaña.
- GRP, cobertura, contactos, impactos, frecuencia, CPR Y CPM.
- Seleccionar ubicaciones por criterios geográficos o por punto de interés.
- Inventario de todos los soportes publicitarios a nivel nacional.
- Interacción entre agencias, anunciantes y medios.
- Mapas digitales por campañas o circuitos.
- Códigos de habilitaciones.
- Fotos y características de ubicaciones por proveedor y dispositivo.
- Glosario para entender el medio.

Medio: Cámara Argentina de Anunciantes

Fecha: 15/11/2016

Sección:

Facebook: <https://www.facebook.com/CAA.Anunciantes>

Twitter: https://twitter.com/CAA_Anunciantes?cn=bWVudGlvbg%3D%3D&refsrc=email

 **Cámara Argentina de Anunciantes**
7 h · 

#SociosCAA: Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el #rating de la vía pública

¿CÓMO LO HACEMOS?



Aplicación de trackeo de recorrido

Metodología utilizada combina la tecnología GPS para Smartphone para la fijación de mercado, con el prestigio UCA y el conocimiento y trayectoria propia en Publicidad Exterior.

GeoPlanning MAS

GeoPlanning MAS es una aplicación 100% web de planificación, medición de audiencia y comercialización de elementos OOH a nivel nacional.

[YOUTUBE.COM](https://www.youtube.com)

 **CamaraArgAnunciantes** @CAA_Anunciantes · 8 h

#SociosCAA: @ScopesiyCia y la UCA lanzan GeoPlanning MAS, el #rating de la vía pública [youtube.com/watch?v=1OjTnq...](https://www.youtube.com/watch?v=1OjTnq...) @ComunidadPE @UCAdigital

¿CÓMO LO HACEMOS?



Aplicación de trackeo de recorrido

Metodología utilizada combina la tecnología GPS para Smartphone para la fijación de mercado, con el prestigio UCA y el conocimiento y trayectoria propia en Publicidad Exterior.

GeoPlanning MAS

GeoPlanning MAS es una aplicación 100% web de planificación, medición de audiencia y comercialización de elementos OOH a nivel nacional.

[youtube.com](https://www.youtube.com)

Boletín Comunicados
 Presentación del libro: Hacia nuevos perfiles profesionales

La UCA y Scopesi lanzan GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública.

[Imprimir](#)

Desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina, GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una innovadora herramienta 100 % web que permite la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La Mg. Paula Marzulli, profesora de la Facultad de Ciencias Sociales de la UCA, a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo, explica que "el objetivo general es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.



Scopesi y UCA lo invitan a la presentación de Geo Planning MAS, un nuevo sistema de medición de audiencia OOH que representará una herramienta útil para los anunciantes y una solución para los consumidores.

SAVE THE DATE

17 DE NOVIEMBRE

9:00 HS EN UCA

Edificio San Alberto Magno

Alicia Moreau de Justo 1500 (reserva Chile) Auditorio Monsenor Denton

EXPOSITORES:

GABRIEL CURI
Dir. del Depto. de Ingreso y del Depto. de Comunicación Publicitaria e Institucional UCA.

IGNACIO TORLASCO
Gerente Comercial Canal Vía Pública

PAULA MARZULLI
Mg. Universidad Católica Argentina.

MARIANO TEJERO
Presidente Scopesi.

Una nueva herramienta para las marcas, una solución para los consumidores.

Confirmar asistencia por mail a clopez@scopesinet.com.ar o telefónicamente llamando al 4633-3939

INICIO ACERCA DE CONTACTENOS

f t YouTube in



cover news covernews.press

TECNOLOGÍA NEGOCIOS CONSUMO ESTILO MANAGEMENT COLUMNAS NOTICIAS INGOLF ESPAÑA BREVES Buscar noticias

Home / negocios / Scopesi y la UCA lanzan rating de la vía pública

Scopesi y la UCA lanzan rating de la vía pública

Redacción Covernews.press noviembre, 2016

f SHARE t TWEET p SHARE + SHARE 0 COMMENTS



GeoPlanning MAS es una herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior, desarrollada por Scopesi, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina.

Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS vía Smartphone. Este nuevo servicio de Scopesi permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitario, a que target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

GeoPlanning MAS (Media Audience System) es una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

La metodología utilizada por esta herramienta dinámica utiliza la tecnología del GPS con un muestreo poblacional representativo de 4140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeos pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS, CPR, tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles, que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión

geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.



NOTICIAS DOSSIER PREMIUM LÁPIZ DE ORO LÁPIZ DE PLATINO JERRY GOLDENBERG MÁS PREMIOS CREATIVOS EN RED

AL INSTANTE Votación Premio Jerry: extensión para votar (18 nov)

18 de Noviembre de 2016 | Buenos Aires

Scopesi presentó GeoPlanning MAS, el nuevo rating de la vía pública



La empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria, presentó el GeoPlanning MAS (Media Audience System), una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior

La herramienta fue desarrollada por Scopesi y la UCA. La presentación de la herramienta estuvo a cargo de Paula Marzulli, Mg. UCA, y Mariano Tejero, Presidente de Scopesi. En representación de las empresas que son parte del GP+, Ignacio Torlasco, Gerente Comercial de Girola Vía Pública, destacó que "la audiencia es el valor más importante que tenemos como medio" y que la industria quiere hacer un cambio radical en la comercialización de espacios. Las 15 empresas que acompañan el GP+ (Atacama, Viacart, Girola, Sarmiento, Masa Ideas, Latin Outdoor, Avenida, VPM, JCDecaux, Brand Plus, Delfino Magnus, Billboard, VGM, Grupo Via, Resting Car, Pintabaires y Media 500) representan gran parte del mercado de la vía pública, entre quienes se buscó un consenso que derivó en este sistema de medición que utiliza tecnología moderna y ofrece resultados sumamente competitivos. "De pasar a vender carteles, vamos a salir a vender audiencia y poner a la VP en el lugar que quiere estar", concluyó Torlasco.

Por su parte, Marzulli, a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA, explicó que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de la población del área de estudio (por ahora AMBA), a través del mapeo de sus recorridos diarios". Y en cuanto a los objetivos particulares, mencionó: generar un panel de usuarios de telefonía celular distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, y mantener el tamaño y la representatividad de ese panel. Para ello se reclutan participantes, que utilizan una app de geolocalización desarrollada por Scopesi instalada en sus dispositivos móviles inteligentes. "Se busca la mayor dispersión geográfica y distintos

Noticias relacionadas

- Scopesi presenta GeoPlanning, una nueva herramienta para la planificación en Publicidad Exterior
- Análisis de la inversión en publicidad exterior en 2015: la inversión bruta creció un 34%
- El CIP lanza su ciclo de actualización publicitaria en la UCA
- Scopesi lanza GeoPlanning MAS, el rating de la vía pública
- Coca-Cola FEMSA Argentina junto a Scopesi en el PDV
- Anuncian los finalistas de los Promise Brain 2014



2014 2015 2016

Nosotros siempre vemos la copa llena.

SOCIAL MEDIA

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM LA NUEVA SECCIÓN DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE DOSSIER

niveles socioeconómicos de cada estrato para asegurar la representatividad de todo Capital y GBA'.

Por su parte, Tejero resaltó la simpleza del GP+ frente a sistemas de medición precedentes que estaban quedando obsoletos. "Es una herramienta 100% web, a la que se ingresa con usuario y contraseña, sencilla, dinámica, fácil pero con información precisa (cobertura neta, impacto, frecuencia media, GRPs, costo por contacto, costo por punto de rating) en un entorno amigable", dijo el Director General y Socio de Scopesi desde hace dos años, pero quien forma parte de la compañía desde hace 15.



Scopesi presentó GeoPlanning MAS, el nuevo rating de la vía pública
<https://goo.gl/rL5MJz> Scopesi



DossierNet - Scopesi presentó GeoPlanning MAS, el nuevo rating de la vía pública

La empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria, presentó el GeoPlanning MAS (Media Audience System), una innovadora herramienta para la...

DOSSIERNET.COM.AR



DossierNet @DossierNet · 47 min

Scopesi presentó GeoPlanning MAS, el nuevo rating de la vía pública
goo.gl/rL5MJz @ScopesiyCia





Lifestyle Tecnologías

Scopesi y UCA presentaron la innovadora plataforma para medir la publicidad exterior

GeoPlanning MAS, "el rating de la vía pública"

Por **Diego De Alzaga** · 18 noviembre, 2016



Victoria Gentile | @victoriagentile |

Ayer, jueves 17 de noviembre, **Scopesi y UCA** presentaron oficialmente **GeoPlanning MAS**, reconocido como "el rating de la vía pública". El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Monseñor Derisi, Edificio San Alberto Magno en la Universidad Católica Argentina.

Asistieron periodistas, representantes de agencias de publicidad, centrales de medios, cámaras y asociaciones del sector, empresas de vía pública y anunciantes, quienes fueron recibidos con un desayuno en un ambiente acogedor.

El lanzamiento contó con la presencia y exposición de **Mariano Tejero, Presidente de Scopesi**; quien presentó en detalle la plataforma y explicó el alcance del sistema; **Gabriel Curi, Director del Dto. en Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA**, fue quien presidió el inicio del encuentro; **Ignacio Torlasco de Girola**; reflexionó sobre la importancia que implica para el mercado contar con las habilidades de esta plataforma; **Paula Marzulla de UCA**, fue la encargada de explicar la metodología de investigación utilizada y **Leonardo Romero, Responsable de Medios** de una de las empresas de telefonía celular, con experiencias anteriores en la Central de Medios Quiroga, en Norte Vía Pública y en la Agencia de Publicidad ADV Vázquez, contó su positiva

ULTIMAS NOTICIAS



10 preguntas a... Sandra Guida
4 septiembre, 2016

10 preguntas a... Oscar Lajad.
18 septiembre, 2016

LAS MÁS LEÍDAS

MÉXICO: Destino Chichén Itzá
AleK · 18 noviembre, 2016

¿Los gays manejamos mas dinero que los heterosexuales?
Lautaro Anchorena · 5 noviembre, 2016

Scopesi y UCA presentaron la innovadora plataforma para medir la publicidad exterior
Diego De Alzaga · 18 noviembre, 2016

Cargar más

experimentación como usuario.

GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) es una innovadora herramienta para planifica y medir la audiencia en la publicidad *outdoor*. Este sistema fue desarrollado por **Scopesi**, la empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria y la Universidad Católica Argentina. Se trata de un sistema que trabaja con las últimas tecnologías en *trackeo* de recorridos por *GPS* via *smartphone*. Además admite determinar la cantidad de personas que circulan frente a cualquier cartel publicitario, a que *target* pertenecen, datos de segmentación, etc.

Lo novedoso de este lanzamiento, es la comodidad, facilidad y fundamento que brinda, por tratarse de una herramienta 100 % web que permite de forma sencilla la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

Diego de Alzaga - 29 agosto, 2016



10 preguntas a ... Sandra Guida
4 septiembre, 2016



10 preguntas a ... Oscar Lajad.
18 septiembre, 2016

LAS MÁS LEÍDAS

MÉXICO: Destino Chichén Itzá

AleK - 18 noviembre, 2016

0

¿Los gays manejamos mas dinero que los heterosexuales?



InfoPublicidad Jueves 24 de noviembre | 2016

Scopesi y la UCA lanzan GeoPlanning MAS (el rating de la vía pública)

(Laura Olivan) Desarrollada por Scopesi -empresa de control, medición, análisis e investigación publicitaria- y la Universidad Católica Argentina, GeoPlanning MAS es una innovadora herramienta para la planificación de medios y la medición de audiencia en la publicidad exterior que se presentará en Córdoba en marzo de 2017.



Este sistema trabaja con las últimas tecnologías en trackeo de recorridos por GPS via smartphone, que permite determinar, además de la cantidad de personas que circulan frente a uno o varios avisos publicitarios, a qué target pertenecen, dando a las marcas la posibilidad de ubicarse en el lugar preciso para impactar a su audiencia.

Scopesi y la Universidad Católica vienen trabajando en la herramienta desde hace un año en Buenos Aires, la misma utiliza como metodología la tecnología del GPS con el que realiza un muestreo poblacional representativo de 4.140 participantes anuales, considerando parámetros poblacionales en cuanto a edad, sexo, nivel socioeconómico y localidad. Por tratarse de un entorno web, permite una actualización inmediata de bases de datos de ubicaciones e incorporación de nuevas funciones al sistema.

La Mg. Paula Marzulli a cargo del diseño, la coordinación y el seguimiento del trabajo de la UCA explica que "el objetivo general que tiene este trabajo es el de conocer los hábitos de circulación de los habitantes del área de estudio, a través del mapeo de los recorridos diarios de la población". Para ello se reclutan participantes, quienes utilizan una APP de geolocalización desarrollada por Scopesi e instalada en sus dispositivos móviles inteligentes". Y continúa diciendo: "Trabajamos con un panel de usuarios distribuidos de acuerdo a una muestra estratificada por conglomerado geográfico, diseñada especialmente por la Universidad Católica Argentina para Scopesi".

El sistema GeoPlanning MAS (Media Audience System) es 100 % web y permite de forma sencilla, la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones y circuitos. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone una forma efectiva de planificar las pautas publicitarias en los soportes ubicados en lugares públicos a nivel nacional.

La plataforma cuenta con una base de 40.000 ubicaciones de más de 130 medios. También automatiza datos de más de 10.000 puntos de interés: comercios, supermercados, bancos, fast food y shoppings, entre otros.

Asimismo, esta nueva tecnología admite conocer el rendimiento y retorno de la inversión en publicidad y obtiene testeo pre y post de la efectividad de las campañas publicitarias en vía pública; mediante la evaluación de las audiencias y sus comportamientos, se obtiene de un modo preciso contactos, GRPS (Gross rating points), CPR (costo por punto de rating), tasa de repetición y todo tipo de variables de análisis de una pauta publicitaria.

"Desde ahora la vía pública puede medirse de igual a igual con el resto de los sistemas, para que los anunciantes cuenten con datos confiables, precisos y compatibles que den respaldo a cada peso invertido" comenta Mariano Tejero, Director General de Scopesi.

La tecnología de recolección de datos por GPS es la respuesta a la incógnita de cómo medir con precisión un medio tan heterogéneo como la vía pública, con miles de soportes y una dispersión geográfica que llega a cada rincón de las ciudades.

"El mercado cada vez nos exige más dinámica, más eficacia, más información, y ese fue nuestro principal objetivo al pensar GeoPlanning MAS. Hoy, en conjunto con los principales referentes de la industria, le dimos forma a la nueva era de la Publicidad Exterior" concluye Tejero.

- ### Notas más leídas
- 1 Tecnología médica para descartar el terror de muchos padres: la muerte súbita de un bebé.
 - 2 Avianca eligió los ATR 72 para operar en Argentina (los que usaba BQ): ¿son buenos aviones?
 - 3 "El servicio mensual de Tuenti cuesta menos que una mozzarella en un bar frente a Paso D'Amos"

- 4 Hito para Porta: alcanza el sello de Empresa B y se vuelve faro de sustentabilidad para Pymes
- 5 ¿Cuánto debo cobrar? LinkedIn tiene la respuesta
- 6 Consultores de Empresas despídase al año con un After Office en Onas Hotel & Suites

CONSULTÁ AQUÍ
0810 - 777 8 777
www.invercoso.com

Bonificaciones
imperdibles, financiación TASA 0%.

Medifé
ME CUIDA
DE USHUAIA A LA QUIACA

Medio: Cámara Argentina de Anunciantes

Fecha: 25/11/2016

Sección:

Twitter: https://twitter.com/CAA_Anunciantes?cn=bWVudGlvbg%3D%3D&refsrc=email

 **CamaraArgAnunciantes** @CAA_Anunciantes 25 nov.

#SociosCAA: @ScopesiyCia y la UCA presentaron #GeoPlanning MAS, el nuevo rating de la vía pública dossiernet.com.ar/articulo/scope... @ComunidadPE



← ↻ ❤ Ver conversación



Inicio » Actualidad » Economía » Los medios de comunicación más utilizados para publicidad

ACTUALIDAD ECONOMÍA

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS PARA PUBLICIDAD

Por augusto28fernandez@institutolea.edu.ar - 30 noviembre, 2016



Maestría en Derecho LL.M

Maestría en Derecho Univ. Austral. Capacítate con los Mejores Aquí! Ir a austral.edu.ar/llm



0 x

Maestría en Derecho LL.M

Maestría en Derecho Univ. Austral. Capacítate con los Mejores Aquí! Ir a austral.edu.ar/llm



0 x

Alumno: Augusto Nicolás Fernández

Materia: Estadística

Profesor: Martin Acosta

Carrera: Marketing

Sede: Vicente López



Los medios publicitarios:

En el siguiente trabajo se propone conocer realmente cuales son los medios más utilizados para hacer publicidad, cuanto invierten en ellos y cuáles son los años donde más fueron usados distintos tipos de medios. Para ello se muestra cuales son los canales que los publicistas usan para la comunicación masiva. Los seis principales medios publicitarios son los periódicos, revistas, radio, televisión, publicidad en exteriores e Internet.

Periódicos:

Entre las ventajas de la publicidad en periódicos se incluyen su flexibilidad geográfica y oportunidad. Las mayores fuentes de ingresos en los periódicos por concepto de publicidad provienen de los vendedores locales y los anuncios clasificados.

Revistas:

Una de las principales ventajas de la publicidad en revistas es la selectividad del mercado. En comparación con otros medios de comunicación masiva, el costo de la publicidad en revistas suele ser alto. Los tipos de productos anunciados con mayor frecuencia en las revistas incluyen automóviles, ropa, entre otros.

Radio:

La radio tiene varias fortalezas como medio de publicidad: Selectividad de audiencia, muchos oyentes fuera de casa, bajos costos unitarios y de producción, oportunidad y flexibilidad geográfica. Aunque durante mucho tiempo la radio fue un medio secundario para muchos anunciantes, actualmente recobra popularidad.

Televisión:

Como la televisión es un medio audiovisual, proporciona a los publicistas muchas oportunidades creativas. El tiempo de publicidad en televisión puede ser muy caro, en especial para las televisoras de aire y las de cable popular. Las tasas son de costo aún mayor durante espectáculos en horario estelar y primera emisión o durante eventos especiales.

Medios en exteriores:

La publicidad en exteriores o al aire libre es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen espectaculares, escritura en el cielo, minicarteles en centros comerciales y en paradas de autobuses, letreros en arenas deportivas, letreros iluminados con movimiento en terminales de autobuses y aeropuertos, etc.

Internet:

Los sitios web en Internet han sacudido indudablemente al mundo de la publicidad. La publicidad en línea ha obtenido considerables ganancias desde principios de los años 1990-2000, constituyendo una porción cada vez mayor de los presupuestos totales de publicidad de las empresas.

Luego de que se conoce las ventajas y desventajas de los mismos ya se puede entrar en datos numéricos y estadísticos:

En el trabajo se selecciona el año 2007 por ser uno de los años con más inversión en publicidad en la Argentina para luego ser comparados con la actualidad en donde contamos con los siguientes datos según La Cámara Argentina de Agencias de Medios:

Primer trimestre 2016 vs. 2015.



Cuadro de volúmenes físicos: (no me deja subir cuadro)

En términos generales el total del mercado de medios registró un incremento del 4 % a base constante, y 3,1 % si consideramos todos los vehículos, como promedio ponderado del primer trimestre del año 2016 vs igual período del 2015.

Como podemos ver en la base completa los mayores crecimientos se presentan en Cine, seguido por la TV abierta de Capital, radio Capital y la TV paga, en el caso de este último sistema si tomamos solo las señales que estuvieron en los dos periodos comparados (base constante) prácticamente no registra incremento, dado que pasa del 7,5 % al 0,5 %.

En diarios de Capital los sectores que más crecen son "Turismo" (+47 %) y "Construcción y decoración" (+26 %), que en conjunto explican el 48 % de las páginas ganadas. En tanto que los que más caen son "Asociaciones políticas y civiles" (-51 %) y "Comercio y retail" (-19 %) que aportan el 83 % de las páginas perdidas.

Datos estadísticos según cada primer trimestre de cada año:

En el siguiente cuadro podemos ver la evolución de los volúmenes físicos correspondientes a los primeros trimestres de cada año desde el 2010 al 2016.

Por ejemplo la barra del primer trimestre del año 2016 muestra un incremento del 4 % contra igual período del 2015, y la línea indica que en base 100 con respecto al año 2010 el primer trimestre de 2016 alcanza 104 o sea que los volúmenes físicos a base constante están un 4 % por arriba de los del año 2010.



Con estos valores el primer trimestre del 2016 es el mejor de los seis años analizados en el gráfico.

Inversiones estimadas

Primer trimestre 2016 vs. 2015

Al estimar la valorización de los volúmenes físicos en pesos según los parámetros de interpretación ya expresados, más la incorporación de vía pública de la que hay información de volúmenes, se obtiene un aumento de la inversión total del 33 % sobre igual período del año 2015.

Los medios que más han crecido en participación sobre la inversión son radio de Capital (22 %) y TV abierta del interior (10 %). Los que han perdido están encabezados por vía pública (-23 %) y diarios de Capital (-15 %).

Evolución mensual en pesos corrientes

En el siguiente gráfico podemos ver la inversión mensual de los años 2014 a 2016 y la variación interanual de los últimos dos hasta la fecha.

Los incrementos mensuales suelen ser muy variables, durante el 2015 versus el 2014 tuvimos valores desde un mínimo del 26 % a un máximo del 60 %. No podemos inferir de ellos una tendencia, con lo que no es para nada extraño que después de dos incrementos del 34 % de enero y del 40 % de febrero en marzo hayamos tenido un 26 %, y podría no ser indicador del comienzo de un período de menores incrementos.

Fuentes:

Se utilizaron datos de la Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM) con ayuda: Kantar Ibope para televisión abierta Capital, Interior y paga, diarios Capital e Interior, radio Capital. Alberto Scopesi y Cía. SA para vía pública en Capital y GBA, y Film Suez, para Cine.



RADIOS

Medio: FM UB 90.9

Fecha: 16/11/2016

Programa y Hora: Hablemos de relaciones públicas, miércoles de 19 a 20 h

Archivo MP3



Medio: Radiofónicos En Vivo

Fecha: 17/11/2016

Programa y Hora: radio de la Facultad de Sociales de la UCA

Link: https://soundcloud.com/user-591490001/paula-marzulli-y-la-presentacion-de-ooh?utm_source=soundcloud&utm_campaign=share&utm_medium=twitter

Twitter: <https://twitter.com/Radiofonicosev?cn=bWVudGlvbg%3D%3D&refsrc=email>



RadiofonicosEnVivo @Radiofonicosev · 4 h

Enterate el excelente convenio entre @UCASociales y @ScopesiyCia!



Paula Marzulli y la presentación de OOH

Paula Marzulli pasó por el piso para contarnos sobre el convenio que Scopesi y la Universidad Católica Argentina presentarán el 17 de noviembre en el edificio...
soundcloud



RadiofonicosEnVivo

@Radiofonicosev

17 nov.

Have you heard 'Paula Marzulli y la presentación de OOH' by Radiofonicos en vivo! on #SoundCloud? Convenio entre @UCASociales y @ScopesiyCia



Ver conversación