

Publicidad en vía pública: **LA NUEVA ERA**

Las nuevas tecnologías le dan respiro a la industria de la Vía Pública. Más allá de la coyuntura económica (o tal vez por ella misma) distintas áreas y nichos de negocio se reciclan, se reinventan. En este informe se analizan esas nuevas variables que, de la mano del balance de 2018, nos permiten hacer algunas proyecciones para 2019 respecto de la distribución de la pauta publicitaria de los distintos nichos y en los diferentes soportes.





Por Mariano Tejero(*)

El mercado publicitario argentino sigue atravesado por la coyuntura económica y la consecuente baja en los presupuestos que las marcas destinan a los medios. De más está decir que la vía pública no estuvo ajena a esta situación y fue así como creció 841 millones de pesos contra el mismo período anterior, es decir solo un 10 %. Muy por debajo de los índices inflacionarios admitidos por el propio Indec.

Pero analizar la evolución del mercado publicitario en vía pública para el 2018 teniendo en cuenta solamente los datos cuantitativos sería ser muy injusto con este sistema y con las empresas que los conforman.

UNA NUEVA ERA COMIENZA

Dicen que la evolución es la base de la supervivencia, que es necesario adaptarse al

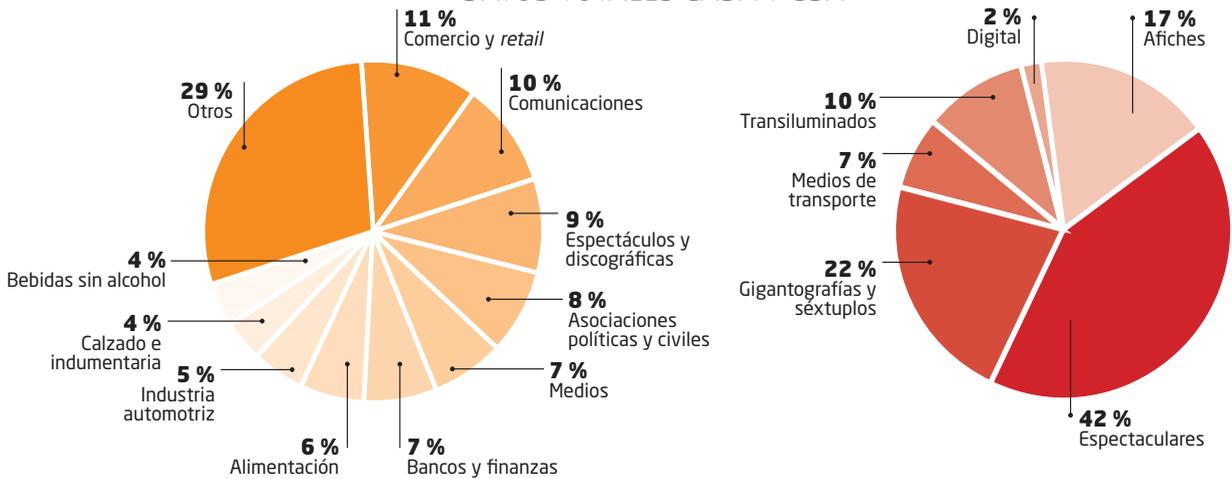
nuevo contexto o inevitablemente –más tarde o más temprano– solo habrá un desenlace posible: desaparecer. Pasa en la naturaleza y también pasa en el mundo de las empresas y los negocios, el presente en que vivimos ya es parte del pasado, y solo quienes se mantengan en constante movimiento serán los que lleguen al día de mañana.

En los últimos años las empresas de publicidad en vía pública supieron entender esta disyuntiva, y poco a poco fueron incorporando a su gama de soluciones para las marcas las tecnologías que hoy dan una perspectiva distinta de su futuro.

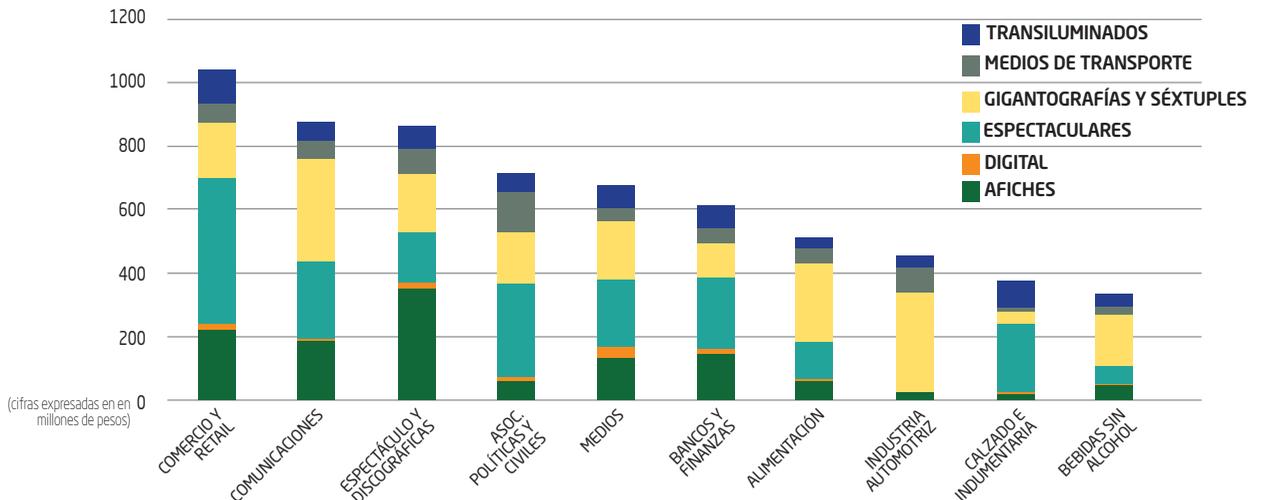
De esta manera, ayudado por las nuevas tecnologías y la hiperconectividad, ese medio antiguo y tradicional que era la vía pública (y al que muchos veían sin tanto valor agregado) poco a poco se fue transformando en *Out of Home* (OOH), un mix entre el OFF y el ON: dinámico, profesional, colorido, progra-

LOS NÚMEROS DE 2018 EN VÍA PÚBLICA

DATOS TOTALES CABA Y GBA



PRINCIPALES SECTORES POR VEHÍCULO



Fuente: ONE OUTDOOR SOLUTION / Calculado tarifa bruta.

mático, con nuevas métricas y que permite cada vez más a los anunciantes la interacción y el engagement con sus audiencias.

Así parecen haberlo entendido los grandes jugadores del mundo digital, que en el último año se volcaron con mucho ímpetu hacia este tipo de comunicación, llegando a una inversión bruta de 356 MM, un 137 % más que en 2017. Netflix, Mercado Libre, Spotify, Rappi, Glovo, Pedidos Ya y hasta el mismísimo Google basaron sus campañas en el amplio espectro de posibilidades disponibles: sextuples, cara pantallas municipales, refugios, chupetes y digital OOH fueron los formatos elegidos para contactar a sus posibles consumidores en el mundo físico.

EN BÚSQUEDA DEL CÁLIZ SAGRADO

Todo este nuevo contexto tecnológico po-

tenció las características tradicionales del medio, a la vez que posibilitó el desarrollo de nuevas ventajas competitivas y mejores resultados para las marcas.

- **Los atributos clásicos:** Impacto, masividad, frecuencia y bajos costos en comparación con otros sistemas tradicionales.
- **Recordación:** Un poco menos del 50 % de los mayores de 18 años del área metropolitana recuerda haber visto un aviso en publicidad exterior en el último mes (**).
- **Las métricas objetivas:** Contar con datos confiables de audiencia a partir del desarrollo del sistema de Medición de Audiencia por geocalización Mobile (Scopesi y UCA) permite entender la verdadera dimensión y rendimiento de las campañas en este medio.
- **Interacción:** El 64 % de quienes vieron una



Marabu

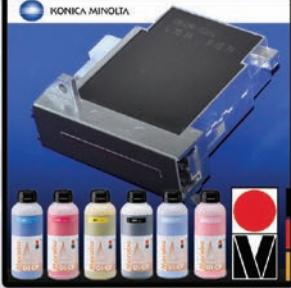
TINTAS DIGITALES DE TECNOLOGIA ALEMANA

SOLVENTE / UV / SUBLIMACION

MARAJet DI-SX



MARAJet DI-CP



MARAJet DI-MS



MARAJet DI-PP



Marajet DUV-MF
TINTA UV / LED
PARA IMPRESORAS CON
CABEZALES RICOH,
TOSHIBA, KONICA, DIMATIX

Producto **NUEVO**

REPRESENTANTES DE MARCAS LIDERES



Marabu
Digital Ink



VINILOS
CALANDRADOS
EUROPEOS



VINILOS
FUNDIDOS
PREMIUM



Mitoplas

ADHIERASE A NUESTRO



QRPROMOCIONES



IMPORTADORES MAYORISTAS DE INSUMOS GRAFICOS

Casa Central: (0341) 422-0022
PRESIDENTE PERON 6780
ROSARIO (2000) - SANTA FE - ARGENTINA

Oficina Buenos Aires: (011) 15 2179 3286
MILLER 4287
SAAVEDRA (1430) - CABA - ARGENTINA

INFO@PROSRL.COM.AR - WWW.PROSRL.COM.AR

f @proinsumos

TOTEM LED

TU IMAGINACIÓN ES NUESTRA INNOVACIÓN



PANTALLAS LED INDOOR-OUTDOOR.
PITCH 10/6/4/2



100%
INNOVACION
CALIDAD
EXPERIENCIA



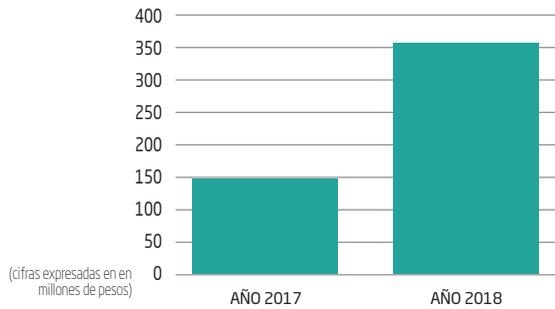
Letreros Luminosos - Letras Corpóreas - Pantallas Led

neocolor
carteles · led · visual

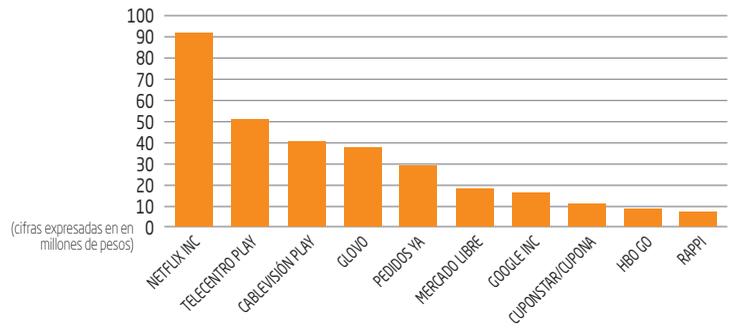
+54 11 4769.4342

neocolor.com.ar

EVOLUCIÓN ANUNCIANTES DIGITALES 2017-2018

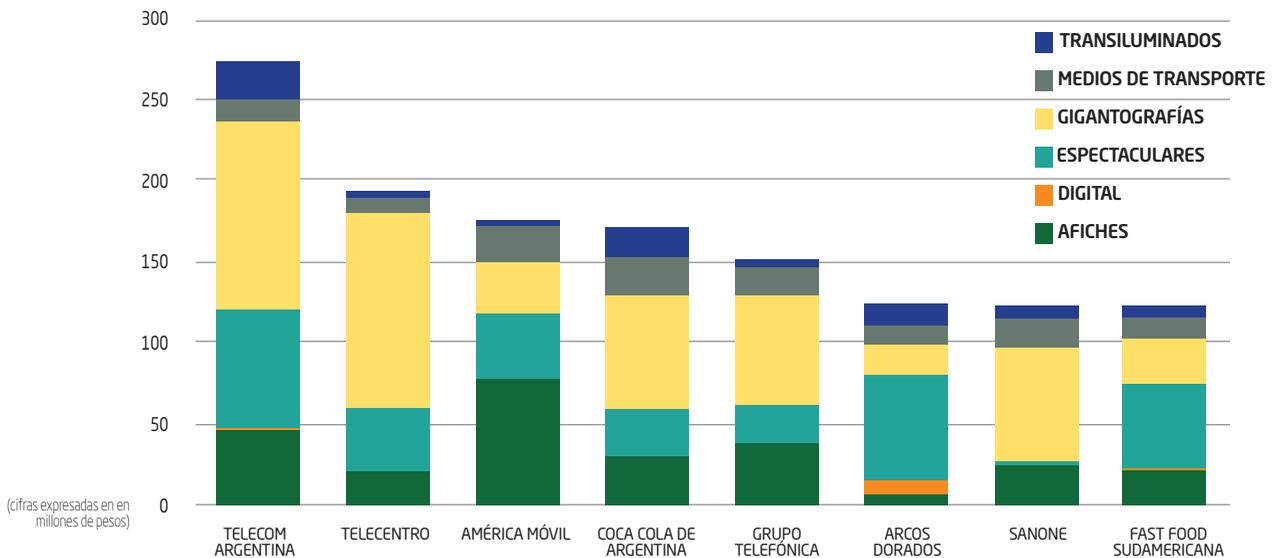


PRINCIPALES ANUNCIANTES DIGITALES /APPS



Fuente: ONE OUTDOOR SOLUTION / Calculado tarifa bruta. partidos políticos. Tarifa Bruta.

PRINCIPALES ANUNCIANTES POR VEHÍCULO



publicidad en exteriores buscó luego más información *online* o ingresó a plataformas de e-commerce (**).

- **Innovación:** El crecimiento del parque digital OOH y la implementación de nuevas tecnologías amplió las posibilidades de los mensajes. Tal es el caso de la compra programática basadas en flujos de audiencia y la utilización de creatividades dinámicas en función de variables como resultados deportivos, clima, horario o cualquier otra variable consultada *online* en tiempo real.
- **Eficiencia:** Los datos que arrojan las investigaciones de los distintos sistemas de medios sobre atribuciones, como es el caso de la recordación o interacción con redes, sitúan al *Out of Home* solo unos puntos porcentuales por debajo de la TV. Teniendo en cuenta estos índices

y los costos asociados para lograr dichos resultados, el costo-beneficio del OOH es netamente superior al resto de los medios tradicionales.

Comprender los motivos de por qué los dueños de la data y las métricas en *real time* apostaron tanto a este medio el último año es la gran incógnita que la industria debe averiguar para dar a conocer ese secreto al resto del mercado, y así dar el último paso a una nueva era, a la transformación final de la vía pública en el *Out of Home*.

(*) Mariano Tejero es director general y socio de SCOPESE, donde trabaja desde hace quince años.
 (**) Datos extraídos de la investigación: Audiencias en Movimiento Survey 2018. Mobile, OOH y la hiperconectividad en el mundo físico. Scopesi – UCA. Octubre de 2018.



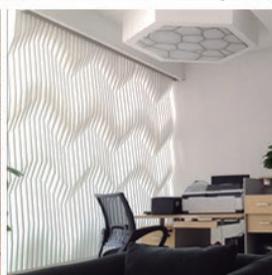
PVC ESPUMADO RÍGIDO CELUKA

PARA IMPRESIÓN DIRECTO EN UV

Ideal para Rotular, Rountear CNC, Termo formar, Moldear

Espesores en 3mm, 5mm, 10mm, 16mm y 18mm

Medida de 1.22x2.44, color BLANCO



Exhibidores Publicitarios Carteles Señalización Arquitecturas
Usos p/Interior y Exterior POP Decoración Amoblamientos



COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DIGITALES S.R.L.

IMPORTADOR Y DISTRIBUIDOR DE PRODUCTOS DIGITALES
Montenegro 1482 (1427) Ciudad de Buenos Aires - Argentina
Tel.: (5411) 45516687/06/3510 45522369/8469
www.coprodu.com.ar info@coprodu.com.ar

grupomasuno
GRUPOMASUNO S.R.L.



Insuños Gráficos SRL

ROSARIO

Ovidio Lagos 4635 - Tel. 0341 463 9833 / 461 9213

E-mail : info@gpigrafica.com.ar

CORDOBA

Julio A. Roca 679 - Tel. 0351 469 1508 / Cel. (351) 3091429

E-mail : info@gpigrafica.com.ar

www.gpiografica.com.ar

AyEn

4750.6182

4734.6732

carlos tejedor 4939
caseros. buenos aires

Servicios de Corte y Grabado

Router
mesa
3 x 2 mts.

Laser
rapidez y
precisión

precios
especiales
al gremio



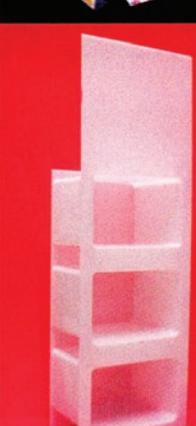
info@ayelenpublicidad.com.ar

www.ayelenpublicidad.com.ar

ACRÍLICOS ANBYN

Av. Mosconi 2654 - Capital
4573.3123

www.acrilicosanbyn.com.ar



ACRÍLICO

Planchas - Barras - Tubos

POLICARBONATO

Alveolar y Compacto

ALTO IMPACTO

PVC Espumado - PET

TRABAJOS ESPECIALES

Corte (laser) - Pulido - Routedo
Plegado - Termoformado
Fabricación de piezas s/ plano

CARTELERÍA

Grabado - Serigrafía