



Clipping de prensa

Junio-Julio 2017

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, viernes 2 de junio 2017
Información para la prensa

Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017

El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesi, expuso en la “Jornada de Medios UCA 2017” organizada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina.

En el panel de Vía Pública, moderado por el responsable de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria, Nelson Pollicelli, se presentaron: Mariano Tejero quien habló sobre auditorías y medición de audiencias en publicidad exterior y Daniel Suárez de Girola quien se refirió a las características del medio.

El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Sana Cecilia, Edificio San Alberto Magno en la UCA y tenía como objetivo el aporte de expertos a la formación profesional de los alumnos, otorgando conocimientos específicos de temáticas puntuales del área de Medios. Asistieron alumnos del 2° año que cursan Investigación de Mercado; de 3 comisiones de 3° año de la cátedra de Medios y alumnos de 4° año que cursan Planificación de Medios.

En noviembre del año pasado Scopesi y UCA presentaron oficialmente GeoPlanning MAS, el servicio reconocido como “el rating de la vía pública”.

Epígrafe de fotos adjuntas:

Foto UCA charla 31 mayo-1 (de izquierda a derecha).

- Mariano Tejero (Presidente de Scopesi).
- Daniel Suarez (Ejecutivo de Ventas de Girola).
- Nelson Pollicelli ((Docente de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria UCA).

Foto UCA charla 31 mayo-2 (de izquierda a derecha).

- Gabriel Curi (Director del Dto. de Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA).
- Nelson Pollicelli (Docente de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria UCA).
- Daniel Suárez (Ejecutivo de cuentas en Girola).
- Mariano Tejero (Presidente de Scopesi).
- Paula Marzulli (Asesora Técnica Facultad de Sociales. Comunicación Publicitaria e Institucional UCA).



Ciudad Autónoma de Buenos Aires, martes 6 de junio de 2017
Información para la prensa

PC Publicidad suma herramientas de Medición de Audiencia

PC publicidad, la empresa líder en la industria de publicidad en vía pública, suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi.

De esta manera los usuarios de esta moderna herramienta de planificación contarán con la posibilidad de analizar y obtener el rendimiento del extenso inventario de elementos de la compañía, **entre los que se destacan las columnas de Grandes Formatos en Lugones y los accesos a Capital Federal, el mobiliario Urbano, los circuitos 7x7, gigantografías y un creciente parque de séxtuples.**

Geoplanning MAS (*Media Audience System*) es una innovadora plataforma 100 % web que permite conocer e identificar **en qué lugar se encuentran las audiencias** con funciones simples para la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones, circuitos y campañas. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone un modo efectivo de planificar las pautas publicitarias, con la posibilidad de conocer el rendimiento de la campaña, Cobertura, Frecuencia, TRPS, CPR, y demás variables de análisis de un plan de vía pública.

Este sistema fue desarrollado por Scopesi, la empresa de control, medición, 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 en 4140 participantes y 800 encuestas sobre comportamientos en los recorridos.

De esta manera PC publicidad se suma a las empresas que ya son parte de este sistema integral de planificación a nivel nacional:

Empresas de Vía Pública

1. Viacart.
2. Masa Ideas.
3. Grupo Vía.
4. JCDecaux.
5. Avenida.
6. Griola Vía Pública.
7. VPM.

8. Adverpoint.
9. Marca Urbana.
10. Brand Plus.
11. Latin Outdoor.
12. Atacama Publicidad.
13. Delfino Magnus.
14. VGM.
15. Publicidad Sarmiento.
16. Billboard.
17. Resting Car.
18. Vmedios.
19. Cercos.
20. Media 500.
21. Medios Litoral.
22. Red Directa – Central Outdoor.
23. Red Directa – Grafica Urbana.
24. Red Directa-Lahitte.
25. Red Directa-Señal.
26. Red Directa-Triveca.

Centrales / Agencias / Clientes

1. Telecom Argentina
2. Telefónica.
3. PHD.
4. Mindshare.
5. Mediacom.
6. Secretaria de Medios de la Nación.
7. GCBA.
8. HAVAS.
9. Forward.
10. Banco de La Provincia de Buenos Aires.
11. Sentidos.
12. Naya.
13. FC Medios.
14. Coca Cola Femsa.
15. SC Argentina.
16. Anunciar.
17. Midos

Más información de Scopesi:

Página web: www.scopesi.com.ar

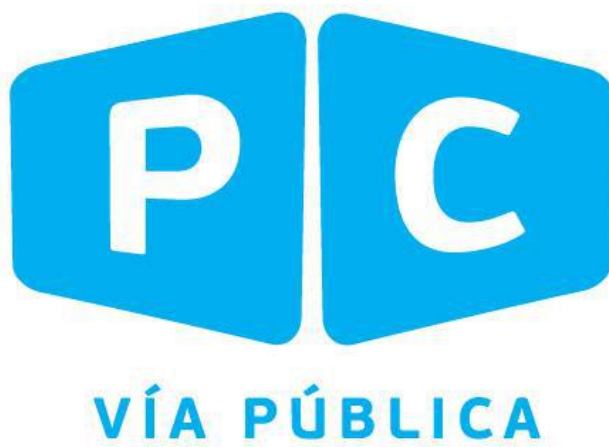
Facebook: Scopesi.

Twitter: @ScopesiyCia.

Linkedin: Scopesi.



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



Reciente nombramiento en Scopesi

Scopesi integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios

La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

“Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta”, dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

Más información 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 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.scopesi.com.ar

Facebook: Scopesi.

Twitter: @ScopesiyCia.

Linkedin: Scopesi.



Ciudad Autónoma de Buenos Aires, jueves 13 de julio de 2017
Información para la prensa

Scopesi presentó El poder de las Audiencias

En el marco de una presentación especial enfocada a la industria de la publicidad exterior, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, Scopesi, junto con Adrián Barreiros, ex Ceo de MEC y consultor independiente, llevaron adelante un evento exclusivo que proponía como objetivo comprender a los públicos objetivos para maximizar la utilización de los avisos publicitarios exteriores en la planificación de medios, efectivizando la estrategia de comunicación y de marketing.

La primera presentación del ciclo de conferencias “El Poder de las Audiencias” fue el pasado viernes 7 de julio en el Espacio Amenábar. Contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas de publicidad exterior más importantes del país, quienes se acercaron para escuchar las ventajas y eficiencia de trabajar con investigación y datos de las audiencias en la publicidad outdoor, en el mercado argentino actual.

Esta primera exposición fue exclusiva para empresas de publicidad en vía pública asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio innovador conocido como el rating de la vía pública. Entre las compañías que asistieron se destacan: Viacart; Publicidad Sarmiento; Girola; Marca Urbana; Pc Publicidad; Brand Plus; VMedios; Media500; VolMedia; Masa Ideas; Grupo Vía; Atacama; Resting Car; VPM y LatinOutdoor.

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi explicó las ventajas y características del sistema GeoPlanning MAS y el consultor Adrián Barreriro se explayó sobre cómo optimizar los resultados de la publicidad en los espacios de vía pública planificando por audiencias y targets, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además se expuso sobre el futuro del OOH y su relación con la identidad digital, mobile y nuevas tecnologías aplicadas.

“El Poder de las Audiencias” continuará con otras disertaciones los próximos meses.

Más información de Scopesi:

Página web: www.scopesi.com.ar

Facebook: Scopesi.

Twitter: @ScopesiyCia

Linkedin: Scopesi.



Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lunes 31 de julio de 2017
Información para la prensa

Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi junto a Victoria Gentile, Directora de La Consultora expondrán una conferencia sobre “Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública” mañana martes 1 de agosto a las 14 h en el XII Encuentro Latinoamericano de Diseño organizado por la Universidad de Palermo.

El encuentro será en la sede de Jean Jaurès 932 y la conferencia tratará sobre la campaña integral de lanzamiento de GeoPlanning MAS (*Media Audience System*) una innovadora plataforma para planificar y medir la efectividad de los carteles publicitarios, los hábitos de circulación, funcionamiento, alcance y el *target* de las audiencias de la publicidad outdoor.

Este evento creado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP se realiza todos los años -desde 2006- y recibe aproximadamente 5.000 personas de distintas partes del mundo. Del 1 al 4 de agosto habrá más de 300 actividades relacionadas al Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Publicidad, Cine y TV, RR.PP. y Diseño de Moda.

La inscripción y participación en las actividades es gratuita:
www.palermo.edu/encuentro.

El # del evento es #ELD2017.

Twitter: @encuentrolatino.

Facebook: [encuentrolatinoamericanodediseno](https://www.facebook.com/encuentrolatinoamericanodediseno).

Instagram: [encuentrolatinoup](https://www.instagram.com/encuentrolatinoup).

Mailing y Banner Digitales para redes:

Día del Periodista-7 de junio



Día del Padre-18 de junio



Día del Anunciante-7 de julio



Día del Amigo-20 de julio



1. Índice de publicaciones, menciones y notas obtenidas

✓ DIARIOS

- La Nación, Comunidad de Negocios, Pág. 12 19/07/2017

✓ WEBS, BLOGS Y REDES SOCIALES

- DossierNet 01/06/2017
- Comunidad PE 02/06/2017
- Sitemarca, Publicidad-Marketing 05/06/2017
- Cámara Argentina de Agencia de Medios, Noticias Socios 05/06/2017
- Totalmedios, Agencias 06/06/2017
- Totalmedios, Capacitación 06/06/2017
- Universidad Católica Argentina, Prensa 06/06/2017
- Pancho Dicristóforo 06/06/2017
- Portal Publicitario, Noticias Nacionales 06/06/2017
- Totalmedios, Agencias 08/06/2017
- Sitemarca, Publicidad-Marketing-Sitemarca 08/06/2017
- Cámara Argentina de Anunciantes 08/06/2017
- DossierNet 04/07/2017
- Pancho Dicristóforo 04/07/2017
- Totalmedios, Agencias 04/07/2017
- Cámara Argentina de Agencia de Medios, Noticias Socios 04/07/2017
- Adlatina, Publicidad 05/07/2017
- Sitemarca, Publicidad-Marketing 06/07/2017
- Roast Brief, Agencias 06/07/2017
- Emprendedores News, Pases 09/07/2017
- Totalmedios, Capacitación 14/07/2017
- DossierNet 14/07/2017
- Cámara Argentina de Anunciantes, Designaciones & Ascensos 14/07/2017
- Adlatina, Publicidad 17/07/2017
- Marketers, Publicidad 17/07/2017
- Produ Publicidad 17/07/2017
- La Nación, Economía, Negocios 19/07/2017
- La Nación, Economía, Check in - Check out 19/07/2017
- Palermo Tour, Tour de Noticias 31/07/2017

✓ REVISTAS

- Letreros, Publicidad y Marketing, Págs. 60-62 07/06/2017

ANÁLISIS DE GESTIÓN DE PRENSA:

Pedidos de entrevista o notas:

- Pedido de entrevista N° 18: Diario La Nación.
- Pedido de entrevista N° 19: Apertura Target.

CROSSOVER



Del cartel al celular. La publicidad en vía pública se tecnifica para sobrevivir

Las agencias del rubro apuestan a las alanzas mobile y a la geolocalización para hacer frente a un consumidor menos atento



3000
A la calle

Son los millones de pesos que movió la publicidad en vía pública en el primer semestre del año, según la medición de la agencia Scopesi.

Sofía Terrile
LA NACION

Si no puedes contra ellos, únete: esta frase es la nueva máxima del sector publicitario de vía pública. Los anuncios compiten por miradas cada vez más esquivas y hasta los carteles con luces LED la tienen difícil contra una pantalla infinitamente menor pero con un magnetismo sin precedentes: la del *smartphone*. Un estudio del Centro de Experimentación y Seguridad Vial (Cesvi) puso en números una postal cotidiana. Señaló que el 17,28% de los peatones mira el celular cuando cruza la calle.

A pesar de lo que el porcentaje implica para la seguridad vial —hasta con recordar los semáforos en el piso para peatones distraídos instalados recientemente en Re-

ntiro, también constituye un llamado de atención para aquellas que publicitan en vía pública. Desde Kickada, una agencia de publicidad mobile, afirman que los celulares quitan un 20% de eficacia a los carteles de publicidad exterior.

La pelea por la mirada del público no es el único desafío en los últimos años. La publicidad digital ganó terreno por sus posibilidades de medición y segmentación, dos herramientas difíciles de incorporar en anuncios analógicos. A pesar de que la travesía en publicidad exterior continúa firme —en el primer semestre de 2017 superó los \$3000 millones brutos, de acuerdo con la compañía de medición de vía pública Scopesi— las marcas comienzan a cuestionar la efectividad del formato. "La publicidad exterior necesita planificación y mobile le aporta precisión a través de la interacción y de las herramientas de medición que utilizan la geolocalización", apunta Ramiro Delgado, gerente de ventas de Kickada Argentina.

"Hay una sinergia natural entre un sistema inevitable como la vía pública y uno indispensable como el celular, que nos permite conocer y geolocalizar a las audiencias con las posibilidades de interacción y cercanía de una vía publicitaria. A través de estos dispositivos antes se generaban estímulos distintos en función de cada perfil, acción realizada o dirección por la que se circula. El resultado es una comunicación uno a uno en públicos masivos", explica Mariano Tejero, presidente de Scopesi.

Esta sinergia es cada vez más común alrededor del mundo y ya comienzan a verse casos en la Argentina, como el de la pantalla de la compañía Atacama instalada en la intersección entre la Avenida 9 de Julio y Corrientes, que muestra anuncios en tiempo real y contenido generado por redes sociales gracias a la tecnología implementada por la agencia iProspect.

La agencia conectó un servidor de anuncios, una herramienta que permite emitir un conjunto de anuncios —típicamente destinados a la Web— a la pantalla gestionada por Atacama. La prueba de fuego fue, junto a Chevrolet, para promocionar la participación de la marca en el Salón del Automóvil, el cartel mostraba mensajes de Twitter escritos en tiempo real.

Gabriel Costa, a cargo del área de Innovación de iProspect, afirma que las posibilidades son infinitas: "Si un anunciante quiere crear un anuncio vinculado con el clima o con resultados deportivos u horarios de transporte público lo puede hacer en el mismo instante". Añade que, en el futuro, el objetivo es llevar la idea a otros espacios de publicidad exterior en aeropuertos o transporte público, por ejemplo, y que la agencia ya ofrece el modelo a toda su cartera de clientes.

No obstante, resalta que aún no existen muchos casos de este tipo y que, cuando se dieron, generalmente en Asia o Europa,

Las oportunidades que ofrece la geolocalización pueden ser útiles para potenciar la publicidad exterior

se relacionaron más con una acción puntual que con una estrategia sostenida en el tiempo. "Lo que queremos lograr es que esta tecnología sea masificada, la vamos a extender a una red de pantallas", apunta sobre el desarrollo realizado al 100% en la oficina de la agencia en Buenos Aires.

Las oportunidades de la geolocalización también pueden potenciar a la publicidad exterior. Kickada propone una estrategia de "geotargeting" combinada. "El objetivo es alcanzar a las audiencias en una zona geográfica específica que le interesa al cliente, ya sea a través de su dispositivo móvil —con una notificación o un banner que se activan cuando se detecta que el usuario está cerca de un anuncio— o por la interacción con un cartel que le proporciona al usuario entrar a una página Web o compartir un mensaje en las redes sociales para participar de un sorteo o descuento", resume Delgado.

De ese modo, si un usuario que navega por aplicaciones o páginas Web hace click, por ejemplo, en un anuncio de jeans que le interesa, cuando ese mismo usuario esté cerca de un cartel de vía pública de la marca anunciante podrá recibir una notificación con un descuento para así "redirigirlo" al local físico.

La sinergia entre *smartphones* y publicidad exterior también también llegó a la medición: Scopesi desarrolló junto a ICA un sistema conocido como GeoPlanning MAS que mide el impacto de la vía pública a través de una aplicación para celulares. "Permite determinar las mejores ubicaciones para cada target, y justifica con datos objetivos la eficacia de la publicidad exterior", señala Mariano Tejero, presidente de la firma.

Fuero este tipo de medición se selecciona una muestra de personas que descargan una aplicación en sus *smartphones*. Los dispositivos son monitoreados durante una semana, lo que permite conocer por dónde circulan y de esa manera, a qué anuncios estuvieron expuestos.

En el futuro los actores de la industria publicitaria imaginan más participación de los celulares en la publicidad exterior con opciones como la realidad aumentada, el reconocimiento facial o más interacciones e interacción con mensajes en redes sociales. La oportunidad es grande: de acuerdo con las cifras de Scopesi, existen más de 350.000 espacios en el país y aproximadamente 400 empresas que incursionan en el negocio, aunque en Buenos Aires 15 firmas controlan el 90% del mercado. ■

COMUNIDAD DE NEGOCIOS
negocios

Más información de economía y negocios en www.comunidaddenegocios.com.ar; el nuevo vertical de La Nación, con toda la información del sector finanzas, emprendedores y negocios. Los columnistas más prestigiosos, las exclusivas de Fast Company y The Economist, y economía en tiempo real, entre otras novedades.

Medio: DossierNet

Fecha: 01/06/2017

Sección:

Link: <http://www.dossier.net.com.ar/articulo/la-campana-de-qally-logro-una-cobertura-neta-semanal-de-mas-de-1-600-000-personas-con-vpm/12286>

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



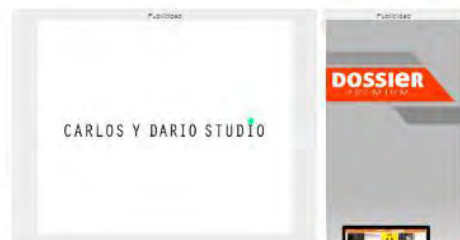
La Campaña De Qally Logro Una Cobertura Neta Semanal De Más De 1.600.000 Personas Con VPM.



01/06/2017

Según datos arrojados por la herramienta de Geoplanning MÁS, la campaña de Qally obtuvo una frecuencia semanal de al menos 3 veces por persona.

VPM cuenta con esta herramienta de Scopesi que permite determinar la cantidad de personas y el target que circulan frente a un aviso publicitario, dando así un valor diferencial al cliente ubicándose en el lugar preciso para impactar a su audiencia. La campaña de Qally se desarrolló en un total de 23 carteles pertenecientes a VPM, ubicados en las principales tiendas de Carrefour de CABA y GBA. Según datos de medición, la campaña obtuvo una cobertura neta de 1.674.394 (20.1%) y un PBR de 61.8, con una frecuencia de 3.1 por persona semanal.



SUSCRIBITE A NUESTRO NEWSLETTER
Recibi todas las novedades de publicidad.
Correo electrónico

NOTICIAS RELACIONADAS



VPM Lanza Camiones Publicitarios



VPM Visitó Starcom Mediavest

7up Lanzó Su Temporada De Verano Con Los Colectivos Exclusivos De



DossierNet

4 h

La campaña de Qualy logro una cobertura neta semanal de más de 1.600.000 personas con VPM. <https://goo.gl/UVqlc1> VPM - Comunicación



DossierNet - La campaña de Qualy logro una cobertura neta semanal de más de 1.600.000 personas con VPM.

Según datos arrojados por la herramienta de Geoplanning MÁS, la campaña de Qualy obtuvo una frecuencia semanal de al menos 3 veces por persona.

DOSSIERNET.COM.AR



DossierNet @DossierNet · 4 h

La campaña de Qualy logro una cobertura neta semanal de más de 1.600.000 personas con VPM.



DossierNet - La campaña de Qualy logro una cobe...

Según datos arrojados por la herramienta de Geoplanning MÁS, la campaña de Qualy obtuvo una frecuencia semanal de al menos 3 veces por persona.

dossiernet.com.ar



The screenshot shows the website 'Comunidad PE' with a navigation menu (HOME, NEWS, GUÍA DEL MEDIO, COMMUNITY, EDITORIAL, DESCARGAS, LEY 2.936, CONTACTO) and a search bar. Below the menu are several featured articles, including 'ALTA DEFINICION', 'VIACART 85 años de vida pública', and 'en TODO el Interior'. The main article is titled 'JORNADA DE MEDIOS EN LA UCA' and is dated 'ON 02 JUNIO 2017'. The article text reads: 'El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesi, expuso en la "Jornada de Medios UCA 2017" organizada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina. En el panel de Vía Pública, moderado por el responsable de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria, Nelson Pollicelli, se presentaron: Mariano Tejero quien habló sobre auditorías y medición de audiencias en publicidad exterior; y Daniel Suárez de Girola quien se refirió a las características del medio. El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Santa Cecilia, Edificio San Alberto Magno en la UCA y tenía como objetivo el aporte de expertos a la formación profesional de los alumnos, otorgando conocimientos específicos de temáticas puntuales del área de Medios. Asistieron alumnos del 2º año que cursan Investigación de Mercado; de 3 comisiones de 3º año de la cátedra de Medios y alumnos de 4º año que cursan Planificación de Medios. En noviembre del año pasado Scopesi y UCA presentaron oficialmente GeoPlanning MAS, el servicio reconocido como "el rating de la vía pública".'

Below the text is a photograph of a panel discussion on a stage at the Universidad Católica Argentina. A large screen in the background displays the Scopesi logo and the text 'Auditoría y Medición de Audiencia'. To the right of the article is a sidebar with a 'CAMPAÑAS DIARIAS VIERNES - INTERIOR' section and a 'DOBILA PUBLICIDAD EN VÍA PÚBLICA' advertisement. At the bottom right is a Facebook widget for Scopesi, showing a 'Like Page' button and a notification that 'Scopesi added 13 new photos'.



Medio: Sitemarca

Fecha: 05/06/2017

Sección: Publicidad-Marketing

Link: <http://www.sitemarca.com/scopesi-se-presento-en-la-jornada-de-medios-uca-2017/>

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

Twitter: <https://twitter.com/sitemarca>

Así empezó Sitemarca Contacto Más sobre Sitemarca y Alicia Vidal

Arte #MarcaBien Publicidad En 2022 Marketing Medios y Redes Sociales Podcast Si te marca Spots Viajes y Turismo

Proyecto platolleno #Arte al Rescate

SCOPESE SE PRESENTÓ EN LA JORNADA DE MEDIOS UCA 2017

5 Junio 2017 Marcas, Marketing, Publicidad, Si te marca Dejar un comentario

Comparte esto:

El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesi, expuso en la "Jornada de Medios UCA 2017" organizada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina.

En el panel de Vía Pública, moderado por el responsable de la cátedra de Medios y Director de Mílico Publicitaria, Nelson Pollicelli, se presentaron: Mariano Tejero quien habló sobre auditorías y medición de audiencias en publicidad exterior y Daniel Suárez de Girola quien se refirió a las características del medio.

El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Sana Cecilia, Edificio San Alberto Magno en la UCA y tenía como objetivo el aporte de expertos a la formación profesional de los alumnos, otorgando conocimientos específicos de temáticas puntuales del área de Medios. Asistieron alumnos del 2º año que cursan Investigación de Mercado; de 3 comisiones de 3º año de la cátedra de Medios y alumnos de 4º año que cursan Planificación de Medios.

En noviembre del año pasado Scopesi y UCA presentaron oficialmente GeoPlanning MAS, el servicio reconocido como "el rating de la vía pública".

SUMATE A LAS REDES DE SITEMARCA

Instagram

sitemarca

Alicia Vidal
Periodista, Socióloga UBA. Creadora Sitemarca
motivada x comunicación.
<http://www.facebook.com/alicia.vidal> Seguime en @sitemarca Bs As Arg

1,396 Posts 1,361 Followers 1,009 Following

SITEMARCA SPOTS

Sitemarca 30-05-17



Sitemarca

4 h · 🌐

<http://www.sitemarca.com/scopesi-se-presento-en-la-jornada.../>



Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017

El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesi, expuso en la "Jornada de Medios UCA 2017" organizada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina. En el...

SITEMARCA.COM

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir



Alicia Vidal @sitemarca · 4 h

Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017



Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017

El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesi, expuso en la "Jornada de Medios UCA 2017" organizada por la Facultad de Ci...

sitemarca.com

The screenshot shows the website's header with the CAAM logo and navigation menu. The article title is 'Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017' dated June 5, 2017. The text describes a presentation by Scopesi at the 'Jornada de Medios UCA 2017' at the Pontificia Universidad Católica Argentina. It mentions Mariano Tejero, President of Scopesi, and other attendees like Nelson Pollicelli and Daniel Suárez. A 'Buscador' (search bar) and a 'Newsletter' subscription button are also visible.



Gabriel Curi (Director del Dto. de Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA), Nelson Pollicelli (Docente de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria UCA), Daniel Suárez (Ejecutivo de cuentas en Girola), Mariano Tejero (Presidente de Scopesi), Paula Marzulli (Asesora Técnica Facultad de Sociales. Comunicación Publicitaria e Institucional UCA).

This section includes social media sharing options for YouTube and Twitter, followed by a Twitter feed. The tweets are from the official CAAM account (@caamargoficial). One tweet mentions the appointment of Carolina Sabha as Head of Trading for all agencies of the holding. Another tweet mentions Zenith Mediabits as a digital opportunity for brands.

TotalMedios 10:58hs martes 06/06

MEDIAKITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RRHH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

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

Home / Agencias IR

NOTICIAS POR SEGMENTO: MEDIOS, RESEARCH, CAMPAÑAS, EMPRESARIAS, AGENCIAS, PREMIACIONES, CAPACITACION, ENTREVISTAS

¡BIENVENIDO AL CENTRO DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMAS DE ARTEARI!

LO MÁS LEÍDO

- Havas Media Group designa Head of Trading para todas las agencias
- Nueva Directora General de Cuentas en MEC
- Las Stories: una oportunidad digital para las marcas
- En Europa, la producción buscará respaldo en la Justicia contra Netflix y HBO
- "La fragilidad de los cuerpos": la miniserie de Eltrece, TNT, Cablevisión y Pot-ka

match 100

RECIENTES: Twitter es la principal red social para los líderes mundiales

06.06.2017

BUENOS RESULTADOS PARA LA CAMPAÑA DE QUALY


Según datos arrojados por la herramienta de Geoplanning MÁS, la campaña de Qualy obtuvo una frecuencia semanal de al menos 3 veces por persona. VPM cuenta con esta herramienta que permite determinar la cantidad de personas y el target que circulan frente a un aviso publicitario.

La campaña de Qualy se desarrolló en un total de 23 carteles pertenecientes a la empresa VPM, ubicados en las principales tiendas de Carrefour de CABA y GBA.

Según datos de medición, la campaña obtuvo una COBERTURA NETA de 1.674.394 (20.1%) y un PBR de 61.6. Con una FRECUENCIA de 3.1 por persona semanal.

En esta nota: **AGENCIAS VPM PUBLICIDAD EXTERIOR QUALY**

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

 **TOTALMEDIOS** @Totalmedios_com - 1 h
 Buenos resultados para la campaña de #Qualy totalmedios.com/nota/31839/bue



TOTALMEDIOS
@Totalmedios_com

6 jun.

@ScopesiyCia Gracias por compartir la nota
😊!



Ver conversación

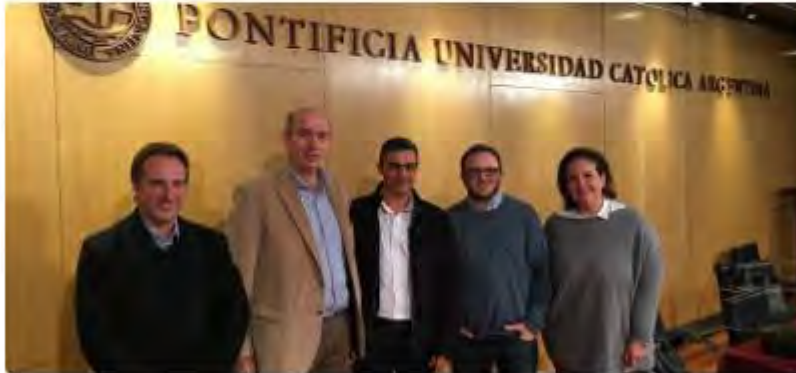
The screenshot shows the TotalMedios website interface. At the top, the logo 'TotalMedios' is displayed in white on a dark red background. To the right of the logo are social media icons for Facebook, Twitter, Google+, YouTube, and RSS. Below the logo is a navigation menu with categories like 'MEDIAS COMERCIALES', 'DIRECTORIOS', 'NOTICIAS', 'MULTIMEDIA', 'RRHH', and 'TARIFAS DE PUBLICIDAD'. A search bar is located in the center of the page. The main content area features a large photograph of five people standing in front of a wall with the 'PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA ARGENTINA' logo. Below the photo are social media sharing icons and the date '06.06.2017'. The article title is 'SCOPESI SE PRESENTÓ EN LA JORNADA DE MEDIOS UCA 2017'. The text describes how Mariano Tejero, President of Scopesi, presented at the conference. A sidebar on the right contains a 'NOTICIAS POR SEGMENTO' menu, a 'LO MÁS LEÍDO' section with several article teasers, and a 'RECIENTES' section. On the far right, there are promotional banners for 'artear' and 'match 100'.




TOTALMEDIOS
@Totalmedios_com

6 jun

@ScopesiyCia se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017
totalmedios.com/nota/31838/sco...



Ver conversación

 Pontificia Universidad Católica Argentina
Santa María de los Buenos Aires

Google Búsqueda personalizada

Facultad de Ciencias Sociales

[Inicio](#) | [Ingreso](#) | [Carreras](#) | [Investigación](#) | [Publicaciones](#) | [Escuela de Gobierno](#) | [Media Lab](#)

[Nuestra Facultad](#)
Autoridades
Departamentos
Calendario Académico
Prensa
Contacto
Alumnos
Docentes

Prensa Imprimir

Metobus, una red de crecimiento global, Diario La Nación, 10 de junio de 2017

PC Publicidad suma herramientas de Medición de Audiencia, Pancho Dicristóforo, 7 de junio de 2017

Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017, Portal Publicitario, 6 de junio de 2017

Durán Barba: "Más de la mitad de fanáticos de Cristina cree que es corrupta y le parece muy bien", Pancho Dicristóforo, 5 de junio de 2017

Corrupción como factor electoral, Perfil, 5 de junio de 2017

Durán Barba dijo que a los K les parece "muy bien" la corrupción, La Noticia Web, 5 de junio de 2017

Falleció Manuel Mora y Araujo, un referente de la comunicación y análisis político, ImpulsoBaires, 28 de mayo de 2017

Crearon una plataforma para monitorear la educación argentina, MtZ Online, 27 de mayo de 2017

Murió Manuel Mora y Araujo, un pionero de las encuestas electorales, Clarín, 26 de mayo de 2017

Murió el consultor Mora y Araujo, La Voz, 26 de mayo de 2017

Se lanzó el observatorio "Argentinos por la Educación", BAE Negocios, 24 de mayo de 2017

Iniciativa plural para monitorear el estado de la educación, La Nación, 24 de mayo de 2017

Congreso Internacional de Comunicación Política - Campañas Legislativas 2017: éxito total, Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

Expertos de la Comunicación debatieron en el Congreso de Campañas Legislativas 2017: tips para entender el escenario que viene, Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

#CongresoBA: el Congreso de Comunicación Política fue un éxito en las redes, Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

Las barreras que superó Mario Riorda en el Congreso Internacional de Comunicación Política 2017, Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

Lo que dejó el cierre del primer día del Congreso Internacional de Comunicación Política 2017, Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

Continúa foro de expertos sobre las campañas legislativas, Ambito, 24 de mayo de 2017

El arte y la política, juntos en el Congreso de Comunicación en la Universidad Católica Argentina. Gira BS AS, 24 de mayo de 2017

Lo que se consume en el ámbito legislativo muchas veces no tiene que ver con los problemas reales de la gente, Ambito, 23 de mayo de 2017

Expertos de la comunicación política debaten sobre las campañas legislativas, Ambito, 23 de mayo de 2014

El 2017 no define el 2018, pero sí marcará el inicio de un proceso de consolidación o de un proyecto político, El Intransigente.com, 23 de mayo de 2017

Con presencia de Cambiemos, y el foco en las elecciones, comenzó el Congreso de Comunicación Política, Poder Local, 23 de mayo de 2017

Dilemas electorales 2017: grieta, sentido del voto, primer m2 y encuestas online, Ambito, 23 de mayo de 2017

PANCHO DICRISTÓFARO
El Portal de Pancho

Search

PC Publicidad suma herramientas de Medición de Audiencia

Julio 06, 2017

PC publicidad, la empresa líder en la industria de publicidad en vía pública, suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scoopesi.

De esta manera los usuarios de esta moderna herramienta de planificación contarán con la posibilidad de analizar y obtener el rendimiento del extenso inventario de elementos de la compañía, entre los que se destacan las columnas de Grandes Formatos en Lugones y los accesos a Capital Federal, el mobiliario Urbano, los circuitos 7x7, gigantografías y un creciente parque de séxtuples.

Geoplanning MAS (Media Audience System) es una innovadora plataforma 100 % web que permite conocer e identificar en qué lugar se encuentran las audiencias con funciones simples para la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones, circuitos y campañas. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone un modo efectivo de planificar las pautas publicitarias, con la posibilidad de conocer el rendimiento de la campaña, Cobertura, Frecuencia, TRPS, CPR, y demás variables de análisis de un plan de vía pública.

Este sistema fue desarrollado por Scoopesi, la empresa de control, medición, 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 vía smartphone en 4140 participantes y 800 encuestas sobre comportamientos en los recorridos.

De esta manera PC publicidad se suma a las empresas que ya son parte de este sistema integral de planificación a nivel nacional:

Empresas de Vía Pública

1. Viacart.
2. Masa Ideas.
3. Grupo Via.
4. JCDecaux.
5. Avenida.
6. Griola Vía Pública.
7. VPM.
8. Adverpoint.
9. Marca Urbana.
10. Brand Plus.
11. Latin Outdoor.
12. Atacama Publicidad.
13. Delfino Magnus.
14. VGM.
15. Publicidad Sarmiento.
16. Billboard.
17. Resting Car.
18. Vmedios.
19. Cerros.
20. Media 500.
21. Medios Litoral.
22. Red Directa - Central Outdoor.
23. Red Directa - Grafica Urbana.
24. Red Directa-Lahitte.
25. Red Directa-Señal.
26. Red Directa-Triveca.

Centrales / Agencias / Clientes

1. Telecom Argentina.
2. Telefónica.
3. PHD.
4. Mindshare.
5. Mediaoom.
6. Secretaría de Medios de la Nación.
7. GCBA.
8. HAVAS.
9. Forward.
10. Banco de La Provincia de Buenos Aires.
11. Sentidos.
12. Naya.
13. FC Medios.
14. Coca Cola Femsa.
15. SC Argentina.
16. Anunciar.
17. Midios.

PERFILES SOCIALES

t f g+ in RSS e

Sintoplast

AYSA

Es nuestra. Es para todos.

TELECOM

Invertimos en la mejor tecnología para conectar a los argentinos

LN PAS

Ln Pas
Liliana Núñez
Asesora en Inversiones y planificación familiar
Productora Asesora de Seguros

liliana.virginia.n@gmail.com +54 11 3025 5514

CRECER INVERSIONES

Creocer Inversiones



Portal Publicitario

INICIO NOTICIAS COLUMNAS DE OPINION TARIFARIO ONLINE

SCOPESEI SE PRESENTÓ EN LA JORNADA DE MEDIOS UCA 2017

6 Junio, 2017 97

Compartir [Facebook](#) [Twitter](#) [G+](#) [Pinterest](#)

Compartir [Facebook](#) [Twitter](#) [G+](#) [Pinterest](#)

El miércoles 31 de mayo, Mariano Tejero, Presidente de Scopesei, expuso en la "Jornada de Medios UCA 2017" organizada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Argentina.

En el panel de Vía Pública, moderado por el responsable de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria, Nelson Pollicelli, se presentaron: Mariano Tejero quien habló sobre auditorías y medición de audiencias en publicidad exterior y Daniel Suárez de Girola quien se refirió a las características del medio.

El evento se desarrolló durante la mañana en el Auditorio Santa Cecilia, Edificio San Alberto Magno en la UCA y tenía como objetivo el aporte de expertos a la formación profesional de los alumnos, otorgando conocimientos específicos de temáticas puntuales del área de Medios. Asistieron alumnos del 2º año que cursan Investigación de Mercado; de 3 comisiones de 3º año de la cátedra de Medios y alumnos de 4º año que cursan Planificación de Medios.

En noviembre del año pasado Scopesei y UCA presentaron oficialmente GeoPlanning MAS, el servicio reconocido como "el rating de la vía pública".

Epígrafe de fotos adjuntas:

Foto UCA charla 31 mayo-1 (de izquierda a derecha).

- Mariano Tejero (Presidente de Scopesei).
- Daniel Suarez (Ejecutivo de Ventas de Girola).
- Nelson Pollicelli (Docente de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria UCA).

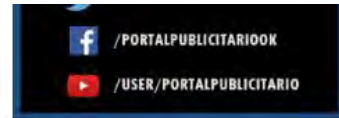
Foto UCA charla 31 mayo-2 (de izquierda a derecha).

ESTAMOS DONDE VOS ESTAS...
[@PORTALPUBLICITA](#)
[/PORTALPUBLICITARIOOK](#)
[/USER/PORTALPUBLICITARIO](#)

- Gabriel Curi (Director del Dto. de Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA).
- Nelson Pollicelli (Docente de la cátedra de Medios y Director de Milco Publicitaria UCA).
- Daniel Suárez (Ejecutivo de cuentas en Girola).
- Mariano Tejero (Presidente de Scopesi).

Paula Marzulli (Asesora Técnica Facultad de Sociales. Comunicación Publicitaria e Institucional UCA).

ETIQUETAS SCOPESI



PortalPublicitario

6 de junio a las 12:41 · 🌐

Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017
<http://buff.ly/2s0nrQh> - PortalPublicitario



Portalpublicitario @PortalPublicita · 6 jun.

Scopesi se presentó en la Jornada de Medios UCA 2017 buff.ly/2r2iUro - PortalPublicitario



Medio: Totalmedios

Fecha: 08/06/2017

Sección: Agencias

Link: <http://www.totalmedios.com/nota/31868/pc-publicidad-suma-herramientas-de-medicion-de-audiencia?cn=bWVudGlvbg%3D%3D>

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

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

TotalMedios 10:39hs viernes 09/06

MEDIAKITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RRHH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

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

Home / Agencias IR

PC PUBLICIDAD SUMA HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE AUDIENCIA

08.06.2017

La empresa de publicidad en vía pública suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi. Los clientes podrán analizar y obtener el rendimiento del inventario de elementos de la compañía.

De esta manera los usuarios de esta moderna herramienta de planificación contarán con la posibilidad de analizar y obtener el rendimiento del extenso inventario de elementos de la compañía, entre los que se destacan las columnas de Grandes Formatos en Lugones y los accesos a Capital Federal, el mobiliario Urbano, los circuitos 7x7, gigantografías y un creciente parque de séxtuples.

Geoplanning MAS (Media Audience System) es una innovadora plataforma 100 % web que permite conocer e identificar en qué lugar se encuentran las audiencias con funciones simples para la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones, circuitos y campañas. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone un modo efectivo de planificar las pautas publicitarias, con la posibilidad de conocer el rendimiento de la campaña, Cobertura, Frecuencia, TRPS, CPR, y demás variables de análisis de un plan de vía pública.

Este sistema fue desarrollado por Scopesi, la empresa de control, medición, 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 en 4140 participantes y 800 encuestas sobre comportamientos en los recorridos.

En esta nota: **AGENCIAS PUBLICIDAD PUBLICIDAD EXTERIOR VÍA PÚBLICA SCOPESI**

GEOPANNING MAS PC PUBLICIDAD

NOTICIAS POR SEGMENTO: MEDIOS, RESEARCH, CAMPAÑAS, EMPRESARIAS, AGENCIAS, PREMIACIONES, CAPACITACION, ENTREVISTAS

LO MÁS LEÍDO: Havas Media Group designó Head of Trading para todas las agencias; En Europa, la producción buscará respaldo en la Justicia contra Netflix y HBO; Chevrolet presentó la Nueva Tracker de la mano de Carat; Twitter es la principal red social para los líderes mundiales; "Sinversos", el nuevo spot de Mercado-McCann para la campaña Convers U.S. de TyC Sports

QUIROGA agencia de medios. Una agencia que SUMA+

50 MEGAS con 35% OFF 12 MESES



PC Publicidad suma herramientas de medición de audiencia

La empresa de publicidad en vía pública suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi. Los clientes podrán analizar y obtener el rendimiento del inventario de elementos de la compañía.



[VER NOTA](#)



TotalMedios

21 h · 🌐

La empresa de publicidad en vía pública suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi. <http://www.totalmedios.com/.../pc-publicidad-suma-herramienta...>



TOTALMEDIOS - PC Publicidad suma herramientas de medición de audiencia

TOTALMEDIOS.COM



TOTALMEDIOS

@Totalmedios_com

8 jun.

PC pbl. en vía pública suma su presencia al sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de [@ScopesiyCia](#) totalmedios.com/nota/31868/pc-...



[Ver conversación](#)

Medio: Sitemarca

Fecha: 08/06/2017

Sección: Publicidad-Marketing-Sitemarca

Link: http://www.sitemarca.com/pc-publicidad-suma-herramientas-de-medicion-de-audiencia/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+sitemarca%2FwVQJ+%28sitemarca%29 http://www.sitemarca.com/pc-publicidad-suma-herramientas-de-medicion-de-audiencia/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+sitemarca%2FwVQJ+%28sitemarca%29

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

Así empezó Sitemarca Contacto Más sobre Sitemarca y Alicia Vidal

Logo SITE MARCA, Proyecto platolleno #arte al Rescate, and various illustrations.

Arte #MarcaBien Publicidad En 2022 Marketing Medios y Redes Sociales Podcast Si te marca Spots Viajes y Turismo

PC PUBLICIDAD SUMA HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE AUDIENCIA

8 Junio 2017 Marcas, Marketing, Publicidad, Si te marca Dejar un comentario

Comparte esto: [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Google+] [Pinterest] [StumbleUpon] [Email] [Print]

PC publicidad, la empresa de publicidad en vía pública, suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi.

De esta manera los usuarios de esta herramienta de planificación contarán con la posibilidad de analizar y obtener el rendimiento del extenso inventario de elementos de la compañía, entre los que se destacan las columnas de Grandes Formatos en Lugones y los accesos a Capital Federal, el mobiliario Urbano, los circuitos 7x7, gigantografías y un creciente parque de séxtuples.

Geoplanning MAS (Media Audience System) es una innovadora plataforma 100 % web que permite conocer e identificar en qué lugar se encuentran las audiencias con funciones simples para la búsqueda, selección, monitoreo y evaluación de ubicaciones, circuitos y campañas. Con mapas dinámicos, fotos y características de cada ubicación, en un entorno amigable que propone un modo efectivo de planificar las pautas publicitarias, con la posibilidad de conocer el rendimiento de la campaña, Cobertura, Frecuencia, TRPS, CPR, y demás variables de análisis de un plan de vía pública.

Este sistema fue desarrollado por Scopesi, la empresa de control, medición, 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 en 4140 participantes y 800 encuestas sobre comportamientos en los recorridos.

De esta manera PC publicidad se suma a las empresas que ya son parte de este sistema integral de planificación a nivel nacional.

Empresas de Vía Pública

Buscar

SUMATE A LAS REDES DE SITEMARCA

[RSS] [G+] [Facebook] [Twitter] [YouTube]

Instagram

sitemarca
Alicia Vidal
Periodista, Socióloga UBA, Creadora Sitemarca motivada x comunicación.
<http://www.facebook.com/alicia.vidal> Sigue en @sitemarca Bs As Arg

1,409 Posts 1,367 Followers 1,012 Following

SITEMARCA SPOTS

#EveryWomansRight - an i...

MÚSICA SITEMARCA : ESCUCHÁ MI PLAYLIST :)

Ludovico Einaudi - "Divenire.."

1. Viacart.
2. Masa Ideas.
3. Grupo Vía.
4. JCDecaux.
5. Avenida.
6. Griola Vía Pública.
7. VPM.
8. Adverpoint.
9. Marca Urbana.
10. Brand Plus.
11. Latin Outdoor.
12. Atacama Publicidad.
13. Delfino Magnus.
14. VGM.
15. Publicidad Sarmiento.
16. Billboard.
17. Resting Car.
18. Vmedios.
19. Cercos.
20. Media 500.
21. Medios Litoral.
22. Red Directa - Central Outdoor.
23. Red Directa - Grafica Urbana.
24. Red Directa-Lahitte.
25. Red Directa-Señal.
26. Red Directa-Triveca.

Centrales / Agencias / Clientes

1. Telecom Argentina.
2. Telefónica.
3. PHD.
4. Mindshare.
5. Mediacom.
6. Secretaría de Medios de la Nación.
7. GCBA.
8. HAVAS.
9. Forward.
10. Banco de La Provincia de Buenos Aires.
11. Sentidos.
12. Naya.
13. FC Medios.
14. Coca Cola Femsa.
15. SC Argentina.
16. Anunciar.
17. Mídios.



ENTRADAS RECIENTES

La marca @CelusalARG cumple 80 años: desde el cartel en Mar del Plata hasta su línea #CelusalDeli a puro @Instagram

Sitemarca Radio Podcast con Tata Varela de Humo Rojo, Pablo Tajer de Grey rumbo a #Cannes, Carlos Acosta y Claudio Messina de Fantoche

Facebook Live ahora con subtítulos automáticos

PC Publicidad suma herramientas de Medición de Audiencia

LATAM Airlines Argentina estrena Mercado LATAM para compras a bordo

Publicis Buenos Aires presenta #TeBatoUnDolca, la nueva campaña de Nescafé Dolca

Nueva campaña regional de Zona Prop e Inmuebles24 de FCB Casa Vacía

Leaves de Color en el corazón de Jujuy con Alba #MarcaBien

Movistar inaugura nuevo local de última generación para sus clientes en Florida 532

Por primera vez se reunirán en la Argentina las Bibliotecas de Latinoamérica y el Caribe para analizar las innovaciones digitales

ESCUCHA LOS PODCASTS DE SITEMARCA



**#MARCABIEN #CONECOSOCIAL #INCLUSIÓN
MARCAS RESPONSABLES**





Sitemarca

Ayer a las 10:25 · 🌐

<http://www.sitemarca.com/pc-publicidad-suma-herramientas-d.../>



PC Publicidad suma herramientas de Medición de Audiencia

PC publicidad, la empresa de publicidad en vía pública, suma su presencia al nuevo sistema de Medición de Audiencia OOH: Geoplanning MAS de Scopesi. De esta...

SITEMARCA.COM

 **CamaraArgAnunciantes** @CAA_Anunciantes · 8 jun.
Mariano Tejero de @ScopesiyCia expuso s/ auditoría y medición de audiencias en #PublicidadExterior en la Jornada de Medios UCA ↓ #SociosCAA



← 1 ❤️ 3 ✉

Scopesi Integra A Mara Gaba Como Directora De Nuevos Negocios

Compartir Twitter G+ in



04/07/2017 **Gaba será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del punto de venta.**

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del Área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper. La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAA, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

Publicidad

CONOCÉ NUESTRO SITE

SUSCRIBITE A NUESTRO NEWSLETTER
Recibi todas las novedades de publicidad.

Correo electrónico

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM. LA NUEVA SECCION DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE DOSSIER.

NOTICIAS RELACIONADAS



Coca-Cola FEMSA Argentina Junto A Scopesi En El PDV



Scopesi Cumple 30 Años En La Publicidad Argentina



Scopesi Lanza GeoPlanning MAS, El Rating De La Vía Pública



Teléfonoica Se Suma Al GeoPlanning De Scopesi



DossierNet

1 h ·

Scopesi Integra A Mara Gaba Como Directora De Nuevos Negocios
<https://goo.gl/wo3X1M>

Dossiernet - Scopesi integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios

Gaba será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del punto de venta.

DOSSIERNET.COM.AR

PANCHO DICRISTÓFARO
El Portal de Pancho

Search

Reciente nombramiento en Scopesi Scopesi integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios

Julio 03, 2017

Mostrando Foto Mara 2.jpg

La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General, Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes, Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

Más información 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 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.

Recomendar esto en Google

Entrada más reciente | Página principal | Entrada antigua

PERFILES SOCIALES

ICBC

ICBC Multipos. Descarguela GRATIS. Aplicación. Conéctate.

Sinteplast

AYSA

Es nuestra. Es para todos.

TotalMedios

12:45hs martes 04/07

MEDIAKITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RRHH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

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

Home / Agencias

SEARCH NOTICIAS

NOTICIAS POR SEGMENTO

- MEDIOS
- RESEARCH
- CAMPAÑAS
- EMPRESARIAS
- AGENCIAS
- PREMIACIONES
- CAPACITACIÓN
- ENTREVISTAS

LO MÁS LEÍDO

- La Nación presenta "Superhéroes de colección"
- Nuevo Integrated Media Strategy Director en ignis
- Noticias y deportes, los contenidos más consumidos en TV por los argentinos
- Acción de Marcas y Mercados para Universal Pictures
- El 67% de los

IBIENVENIDO AL CENTRO DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMAS DE ARTEARI!

Elegí todo.

Ver más

Haz clic para habilitar Adobe Flash Player

Player

TE CONECTAMOS CON LOS QUE DECIDEN

QUIROGA agenda de medios

Una agencia que SUMA +

50 MEGAS 30MB

35% OFF

12 MESES | 100% GARANTÍA

Fibertel

CONOCELOS EN

WWW.VPM.COM.AR

INGRESA

RECIENTES

- "Gigas", la campaña integral de Personal creada por Ponce
- Nueva estructura gerencial de AGEA
- "Es como ...", la campaña de Lado C para Fernet Branca
- Discovery suma un ejecutivo de ventas publicitarias para el Cono Sur

VIDEO DEL DÍA

La empresa anunció el nombramiento de Mara Gaba en esa posición. La ejecutiva será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General, Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes, Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.



TOTALMEDIOS
@Totalmedios_com

4 jul.

@ScopesiyCia suma Directora de Nuevos
Negocios bit.ly/2sJOWJM



Ver conversación

CA M CAMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS

Socios Adherentes: FOX ONE STOP MEDIA, GIROLA, GRUPO WVA, IBOPE media

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

Inicio > Scopesi integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios

Noticias Socios

Julio 4, 2017

Scopesi integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios



La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el

comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

Buscador

Newsletter Suscribirse



Seguinos en YouTube Twitter

Tweets by @caamargoficial

CAAM Oficial @caamargoficial

#NoticiasSocios @ScopesiGba integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios bit.ly/2tNp4Sr

7m

CAAM Oficial @caamargoficial - 9 min

#NoticiasSocios @ScopesiGba integra a Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios bit.ly/2tNp4Sr

1 1



Cámara Argentina de Anunciantes

8 h · 🌐

Scopesi nombró Directora de Nuevos Negocios a Mara Gaba ↓
#SociosCAA



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir



The screenshot shows the Adlatina website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like PUBLICIDAD, MARKETING, MEDIOS, NEGOCIOS, and DIGITAL. The main article is titled "Mara Gaba se suma a Scopesi como directora de nuevos negocios". Below the title is a photo of Mara Gaba and a short introductory paragraph. To the right of the article, there are sections for "LO MÁS LEIDO" and "LO MÁS RECIENTE" with links to other articles. Further right, there are promotional banners for a newsletter, a magazine subscription, and a Cannes award. At the bottom of the page, there is a logo for "LA CONSULTORA" with the tagline "prensa y comunicación".

Disfrutar es simple cuando tu seguro también lo es. CONOCENLA LA CAVA

adlatina.com


PUBLICIDAD MARKETING MEDIOS NEGOCIOS DIGITAL AD MAGAZINE CREMA FILMLATINA STANDOUTS

MIÉRCOLES | 5 de Julio de 2017 En asociación con Advertising En iniciar sesión buscar...

05.07.2017 | PUBLICIDAD ARGENTINA | APORTANDO SU AMPLIA EXPERIENCIA

Mara Gaba se suma a Scopesi como directora de nuevos negocios

Estará encargada del desarrollo de estrategias para el área de investigación y gestión comunicacional de la compañía.



Gaba ya está liderando un proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail.

La empresa argentina Scopesi comunicó el nombramiento de Mara Gaba como directora de nuevos negocios, cargo en el que estará encargada de la construcción y ejecución de nuevas estrategias para el área de investigación y gestión comunicacional. La profesional ya está trabajando en la ampliación de servicios del área de trade de la compañía, liderando un proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

Gaba ocupó cargos directivos en agencias como Dreyfus Comunicaciones, Leo Burnett México, Young & Rubicam y en Lautre's Saatchi & Saatchi. Es licenciada en administración y realizó un posgrado en comercialización. Además de trabajar en agencias, es docente en la Universidad Católica Argentina y en la Universidad de Belgrano.

Acerca de esta incorporación, Mariano Tejero, presidente de Scopesi, comentó: "Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando".

LO MÁS LEIDO LO MÁS RECIENTE

Elias Trabajan Llegó a la Argentina
"Umbilicar", lo nuevo de McCann Santo Domingo para Nido
Risto Mejide: "El éxito de los formatos es una segunda temporada"
Michel Gondry filmó un cortometraje para Apple

AD MAGAZINE

Suscribese ahora a la revista adlatina al mejor precio y la mayor comodidad. SUSCRIBIRSE

Sumario | Ed. Anteriores

INTERACTIVA

SUSCRIPCIÓN AL NEWSLETTER

DISFRUTE DE TODO LO QUE LE OFRECIE ADLATINA.COM

MACMA "Todos aman las tetas" Cannes Black Lion David

Regional Network of the Year Cannes 2014 / 2015 / 20

CARLOS Y DARIO STUDIO

Y&R

Publicis Starcom

Be adaptive. Keep Spinning.

adapty

Medio: Sitemarca

Fecha: 06/07/2017

Sección: Publicidad-Marketing

Link: http://www.sitemarca.com/scopesi-integra-a-mara-gaba-como-directora-de-nuevos-negocios/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+sitemarca%2FwVQJ+%28sitamarca%29

Así empezó Sitemarca Contacto Más sobre Sitemarca y Alicia Vidal

SITE MARCA Proyecto platolleno #arte al rescate

Arte #MarcaBien Publicidad En 2022 Marketing Medios y Redes Sociales Podcast Si te marca Spots Viajes y Turismo

Buscar

SUMATE A LAS REDES DE SITEMARCA

Instagram

sitemarca
Alicia Vidal
Periodista, Socióloga UBA. Creadora Sitemarca
motivada x comunicación.
<http://www.facebook.com/alicia.vidal> Seguime en @sitemarca Bs As Arg

1,659 Posts 1,389 Followers 1,019 Following


Posts Followers Following

SITEMARCA SPOTS

Love Story

MÚSICA SITEMARCA : ESCUCHÁ MI PLAYLIST :)

L'Impératrice - Sonate paci...




by

SCOPESEI INTEGRA A MARA GABA COMO DIRECTORA DE NUEVOS NEGOCIOS

6 Julio 2017 Marcas, Marketing, Publicidad, Si te marca Dejar un comentario

Comparte esto:

La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.



by

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

The image shows a screenshot of the Roast Brief website. At the top, there is a navigation bar with the site logo "roast brief" and the tagline "PURA PROTEÍNA PUBLICITARIA". Below the navigation bar, the page displays the title "Viendo 'Agencias'" and a featured article. The article is titled "Mara Gaba, nueva Directora de Nuevos Negocios de Scopesi" and includes a small portrait of Mara Gaba. To the right of the article is a "SUSCRIBETE AQUÍ" button. Below the article, there is a larger version of the article content, including a larger photo of Mara Gaba, a signature "Archer Troy", and another "SUSCRIBETE AQUÍ" button. There are also buttons for "IDEAS QUE VALEN LA PENA IMPRIMIR" and "what ff". At the bottom of the article content, there is a "FORMANDO LOS MEJORES CREATIVOS" button. On the left side of the article content, there are social media sharing options for Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, and Email. The article text describes Mara Gaba's role at Scopesi and her background in advertising agencies.

roast brief
PURA PROTEÍNA PUBLICITARIA

Viendo "Agencias"

AGENCIAS

Mara Gaba, nueva Directora de Nuevos Negocios de Scopesi

Escrito por JUAN FERRER / 6 JULIO 2017

Scopesi, agencia argentina, dio anuncio de la integración de Mara Gaba a su equipo como Directora de Nuevos Negocios.

En su nuevo cargo Mara será responsable de la construcción y ejecución de nuevas estrategias para el área de investigación y gestión comunicacional. Actualmente se encuentra trabajando ya en la ampliación de servicios del área de Trade, al frente de un proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y comportamiento del shopper.

Dentro de su experiencia laboral se encuentran agencias en las que ocupó cargos directivos, como: Dreyfus Comunicaciones, Leo Burnett México, Young & Rubicam y en Lautrec Saatchi & Saatchi. Su formación académica es como Licenciada en Administración, con un posgrado en comercialización.

SUSCRIBETE AQUÍ

IDEAS QUE VALEN LA PENA IMPRIMIR

what ff

FORMANDO LOS MEJORES CREATIVOS

ETIQUETAS

ESCRITO POR ROASTBRIEF - JULIO 6TH 2017

COMPARTE

Twitter

Me gusta 1

Google+

LinkedIn

SHARE

Enviar Email



Roastbrief

6 de julio a las 16:00 · 🌐

Scopesi, agencia argentina, dio anuncio de la integración de Mara Gaba a su equipo como Directora de Nuevos Negocios.



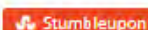
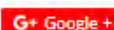
Mara Gaba, nueva Directora de Nuevos Negocios de Scopesi - Roastbrief

ROASTBRIEF.COM.MX



PASES: DIRECTORA DE NUEVOS NEGOCIOS EN SCOPESI

Redacción · 2 días ago · Pases · 1 Comment · 23 Vistas



La empresa argentina Scopesi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anuncia el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del Punto de Venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área Trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV, además lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de Scopesi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAAP, UBA y UP.

“Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta”, dijo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

TotalMedios 14.06hs viernes 14/07

MEDIAKITS COMERCIALES DIRECTORIOS NOTICIAS MULTIMEDIA RHH TARIFAS DE PUBLICIDAD SUSCRIBASE INGRESAR

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

Home / Capacitación IR

NOTICIAS POR SEGMENTO
MEDIOS
RESEARCH
CAMPAÑAS
EMPRESARIAS
AGENCIAS
PREMIACIONES
CAPACITACIÓN
ENTREVISTAS

artear

LO MÁS LEÍDO

- Campaña contra el bullying del CPA, ganó un Fand TV
- Medios estadounidenses en pie de guerra contra Google y Facebook
- Cuáles son las 20 marcas mejor valoradas por los millennials
- CSN lanzó su transmisión en HD con nuevo logo y estudio en Palermo
- Cómo hacen los medios para destacar su marca en redes sociales
- Supernómeros de colección

RECIENTES

- Spotify celebró el Día Internacional del Rock N Roll
- TNT presentó a los nominados para los EMMY Awards 2017
- Movistar eligió a Resting Car para su campaña de concientización
- Fox Premium incrementa su distribución en Brasil

VIDEO DEL DÍA

14.07.2017

SCOPESI PRESENTÓ "EL PODER DE LAS AUDIENCIAS"

Durante la presentación se escucharon las ventajas y eficiencia de trabajar con investigación y datos de las audiencias en la publicidad outdoor, en el mercado argentino actual. Esta primera exposición fue exclusiva para empresas de publicidad en vía pública asociadas al GeoPlanning MAS.

En el marco de una presentación especial enfocada a la industria de la publicidad exterior, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, Scopesi, junto con Adrián Barreiro, ex Ceo de MEC y consultor independiente, llevaron adelante un evento exclusivo que proponía como objetivo comprender a los públicos objetivos para maximizar la utilización de los avisos publicitarios exteriores en la planificación de medios, efectivizando la estrategia de comunicación y de marketing.

La primera presentación del ciclo de conferencias "El Poder de la Audiencias" fue el pasado viernes 7 de julio en el Espacio Amenábar. Contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas de publicidad exterior más importantes del país, quienes se acercaron para escuchar las ventajas y eficiencia de trabajar con investigación y datos de las audiencias en la publicidad outdoor, en el mercado argentino actual.

Esta primera exposición fue exclusiva para empresas de publicidad en vía pública asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio innovador conocido como el rating de la vía pública. Entre las compañías que asistieron se destacan: Viacart; Publicidad Sarmiento; Girola; Marca Urbana; Pó Publicidad; Brand Plus; VMedios; Media500; VolMedia; Masa Ideas; Grupo Vía; Atacama; Resting Car; VPM y LatinOutdoor.

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi explicó las ventajas y características del sistema GeoPlanning MAS y el consultor Adrián Barreiro se explayó sobre cómo optimizar los resultados de la publicidad en los espacios de vía pública planificando por audiencias y targets, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además se expuso sobre el futuro del OOH y su relación con la identidad digital, mobile y nuevas tecnologías aplicadas.

"El Poder de la Audiencias" continuará con otras disertaciones los próximos meses.

Apertura

QUIROGA agencia de medios
Una agencia que SUMA+

50 MEGAS con 35% OFF 12 MESES de duración Fibertel

CONOCELOS EN
WWW.VPM.COM.AR
INGRESA

De Diko



TOTALMEDIOS @Totalmedios_com - 14 jul.
@ScopesyCia presentó "El poder de las Audiencias"

bit.ly/2tniaON



🗨️ 🔄 ❤️ 1 ✉️

Medio: DossierNet

Fecha: 14/07/2017

Sección:

Link: <http://www.dossier.net.com.ar/articulo/scopesi-presento-el-poder-de-las-audiencias/12754>

Facebook:

https://www.facebook.com/DossierNet/?hc_ref=ARTvYR7hEKsqGHDvU_d3b_qvx60piBkACn7fYHvs_jfLlfu3MR8yb5NbVHrQwxuLE4&fref=nf

Twitter: <https://twitter.com/DossierNet>



Scopesi Presentó “El Poder De Las Audiencias”



14/07/2017

En la jornada se analizó cómo comprender a los públicos objetivos para maximizar la utilización de los avisos publicitarios exteriores en la planificación de medios, efectivizando la estrategia de comunicación y de marketing

En el marco de una presentación especial enfocada a la industria de la publicidad exterior, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, Scopesi, junto con Adrián Barreiros, ex Ceo de MEC y consultor independiente, llevaron adelante el evento. La primera presentación del ciclo de conferencias “El Poder de la Audiencias” fue en el Espacio Aménabar. Contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas de publicidad exterior más importantes del país, quienes se acercaron para escuchar las ventajas y eficiencia de trabajar con investigación y datos de las audiencias en la publicidad outdoor, en el mercado argentino actual.

Esta primera exposición fue exclusiva para empresas de publicidad en vía pública asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio conocido como el rating de la vía pública. Entre las compañías que asistieron se destacan: Viacart; Publicidad Sarmiento; Girola; Marca Urbana; Pó Publicidad; Brand Plus; VMedios; Media500; VolMedia; Masa Ideas; Grupo Vía; Atacama; Resting Car; VPM y LatinOutdoor.

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi explicó las ventajas y características del sistema GeoPlanning MAS y el consultor Adrián Barreiros se explicó sobre cómo optimizar los resultados de la publicidad en los espacios de vía pública planificando por audiencias y targets, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además se expuso sobre el futuro del OOH y su relación con la identidad digital, mobile y nuevas tecnologías aplicadas. “El Poder de la Audiencias” continuará con otras disertaciones los próximos meses.

CARLOS Y DARIO STUDIO

SUSCRIBITE A NUESTRO NEWSLETTER
Recibi todas las novedades de publicidad.
Correo electrónico

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM LA NUEVA SECCION DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE BUSINESS

NOTICIAS RELACIONADAS

Coca-Cola FEMSA Argentina Junto A Scopesi En El PDV

Telefónica Se Suma Al GeoPlanning De Scopesi

Adrián Barreiros: “Ser Orgánico Es Clave Para La Efectividad del”

Scopesi Cumple 30 Años En La Publicidad Argentina

Scopesi Lanza GeoPlanning MAS, El Rating De La Vía Pública

REGISTRATE EN DOSSIER PREMIUM LA NUEVA SECCION DE CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE BUSINESS



DossierNet

1 h · 🌐

Scopesi presentó "El poder de las Audiencias" <https://goo.gl/jk4eTp> Scopesi



DossierNet - Scopesi presentó "El poder de las Audiencias"

En la jornada se analizó cómo comprender a los públicos objetivos para maximizar la utilización de los avisos publicitarios exteriores en la planificación de medios,...

DOSSIERNET.COM.AR



DossierNet @DossierNet - 14 jul.

Scopesi presentó "El poder de las Audiencias" goo.gl/jk4eTp @ScopesiyCia





CAMARA ARGENTINA DE ANUNCIANTES



CONOCELOS EN WWW.VPM.COM.AR

SITIO WEB EDICIONES ANTERIORES SUSCRIPCION CONTACTO

13/07/2017 • Nº 265 - Año XV

Designaciones & Ascensos

SCOPESI: Mara Gaba » Directora de Nuevos Negocios

La empresa argentina ScopeSi, con más de treinta años de experiencia en el mercado publicitario, anunció el nombramiento de Mara Gaba como Directora de Nuevos Negocios.

Gaba se incorporó este año a la compañía y será encargada del desarrollo de nuevas estrategias de negocios para el desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional dentro y fuera del punto de venta.

Actualmente se encuentra trabajando en la ampliación de servicios del área trade de la compañía, incorporando la tecnología a los sistemas de gestión de la comunicación en el PDV. Además, lidera el último proyecto de investigación sobre la influencia de los mensajes comunicacionales dentro del retail y el comportamiento del shopper.

La actual Directora de Nuevos Negocios de ScopeSi se desempeñó como profesional en las agencias de publicidad Dreyfus Comunicaciones como Directora General; Leo Burnett México como Directora de Servicios a Clientes; Young & Rubicam como Directora de Nuevos Negocios; y en Lautrec Saatchi & Saatchi como Directora de Cuentas.

Es Licenciada en Administración y tiene un Posgrado en Comercialización. Cuenta con un expertise muy amplio: es docente en UCA y en UB; y dictó diferentes cursos en AAP, UBA y UP.

"Mara se sumó a trabajar con nosotros con mucho entusiasmo y nuevas ideas. La destreza de un profesional tan capacitado era la pieza que estábamos buscando para dar un marco estratégico al know how de la compañía en el relevamiento de comunicación en Puntos de Venta", sostuvo Mariano Tejero, Presidente de la compañía.

< Volver al listado de noticias de esta edición
< Volver al listado de noticias de la última edición

INSTITUCIONAL

#JornadasCAA "CAAsos de Negocios
» Estrategias exitosas de marcas" »
7 de julio » #DíaDelAnunciante »
Premios #BuenosAnuncios 2017:
finalistas »

INFORMES & TENDENCIAS

comScore: 98% de los usuarios móviles argentinos consume noticias »
Kantar Media: Dimensión »
Anunciari: Estudio sobre impacto publicitario » ¿Cómo capitalizar la atención de las audiencias? »
Anunciari: La TV » fuerte aliado de las noticias y el deporte »
KANTAR MILLWARD BROWN: Ranking Brand Z »
Zenith: Social Stories »
Burson Marsteller: Twiplomacy » el uso de las redes sociales por los líderes mundiales »
KANTAR MILLWARD BROWN: ¿Cómo impactar al usuario hiperconectado? »



CamaraArgAnunciantes @CAA_Anunciantes · 6 jul.
@ScopeSiCia nombró Directora de Nuevos Negocios a Mara Gaba ↓
#SociosCAA



🗨️ 📄 📌 ❤️ 1 ✉️



Cámara Argentina de Anunciantes

6 de julio a las 8:39 · 🌐

Scopesi nombró Directora de Nuevos Negocios a Mara Gaba ↓ #SociosCAA



Disfrutar es simple cuando tu seguro también lo es. **LA CMA** CONSEJO MAX

MARKETERS BY ADLATINA

PUBLICIDAD MARKETING MEDIOS NEGOCIOS DIGITAL **adlatina.com** AD MAGAZINE CREMA FILMLATINA STANDOUTS

LUNES | 17 de Julio de 2017 En asociación con AdvertisingAge Iniciar sesión buscar...

17.07.2017 | PUBLICIDAD ARGENTINA | CONFERENCIA EN BUENOS AIRES

Scopesi compartió sus claves para optimizar publicidad exterior

La consultora reunió a empresas que se dedican a realizar avisos en la vía pública con el objetivo de comprender al público y maximizar la utilización de los avisos.

Adrián Barreiro, ex CEO de MEC, y Mariano Tejero, presidente de Scopesi, brindaron su opinión sobre la publicidad outdoor.

Scopesi, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, realizó una presentación especial sobre la publicidad exterior junto con Adrián Barreiro, ex CEO de la agencia MEC y consultor independiente. El evento exclusivo propuso como objetivo comprender al público para así maximizar la utilización de los avisos en la vía pública en la planificación de medios, efectivizando la estrategia de comunicación y de marketing. La primera presentación del ciclo de conferencias "El Poder de la Audiencias" fue el pasado viernes 7 de julio en el Espacio Amenábar, en Buenos Aires, y contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas más importantes de la industria en la Argentina, quienes se acercaron para escuchar las ventajas de trabajar con investigación y datos de las audiencias en el mercado actual. Entre las entidades que asistieron se destacan Viacart, Publicidad Sarmiento, Girola, Marca Urbana, Pc Publicidad, Brand Plus, VMedios, Media500, VolMedia, Masa Ideas, Grupo Vía, Atacama, Resting Car, VPM y LatinOutdoor. Esta primera exposición fue exclusiva para compañías asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio innovador conocido como "el rating de la vía pública". Mariano Tejero, presidente de Scopesi explicó las ventajas y características de este sistema y el consultor Adrián Barreiro se expresó sobre cómo optimizar los resultados, planificando por audiencias y targets, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además, se habló sobre el futuro del OOH (Out-of-home advertising) y su relación con la identidad digital, mobile y las nuevas tecnologías aplicadas.

LO MÁS LEIDO LO MÁS RECIENTE

Oscar Muñoz es el nuevo CEO de Garvich BBDO

"Equivocados", lo nuevo de Hello_ para Aquarius

"Spoiler is coming", lo nuevo de BBDO para Naranja y Game of Thrones

¿Cómo trabaja la publicidad por la igualdad de género?

AD MAGAZINE

Suscribase ahora a la revista adlatina al mejor precio y la mayor comodidad. **SUSCRIBIRSE**

Sumario | Ed. Anteriores

SUSCRIPCIÓN AL NEWSLETTER **adlatina.com** DISFRUTE DE TODO LO QUE LE OFRECE ADLATINA.COM

MACMA "Todas aman las tetas" León de Bronce de Film David

STUDIO

Y&R

red lion Zenith

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN DE MATERIAL

REVISTA **MARKETERS** DIGITAL BY ADLATINA



PUBLICIDAD 17.07.2017 | ARGENTINA | SE LLEVÓ A CABO EN EL ESPACIO AMENÁBAR DE BUENOS AIRES



Scopesi brindó una conferencia sobre publicidad exterior

La consultora reunió a empresas que se dedican a realizar avisos en la vía pública con el objetivo de comprender al público y maximizar la utilización de los avisos.

Scopesi, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, realizó una presentación especial sobre la publicidad exterior junto con Adrián Barreiros, ex CEO de la agencia MEC y consultor independiente.

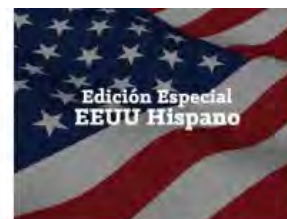


El evento exclusivo que propuso como objetivo comprender al público para maximizar la utilización de los avisos en la vía pública en la planificación de medios, efectivizando la estrategia de comunicación y de marketing.

La primera presentación del ciclo de conferencias "El Poder de la Audiencias" fue el pasado viernes 7 de julio en el Espacio Amenábar, en Buenos Aires, y contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas más importantes de la industria en la Argentina, quienes se acercaron para escuchar las ventajas de trabajar con investigación y datos de las audiencias en el mercado actual.

Entre las entidades que asistieron se destacan Viacart, Publicidad Sarmiento, Girola, Marca Urbana, Pc Publicidad, Brand Plus, VMedios, Media500, VolMedia, Masa Ideas, Grupo Vía, Atacama, Resting Car, VPM y LatinOutdoor. Esta primera exposición fue exclusiva para compañías asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio innovador conocido como "el rating de la vía pública".

Mariano Tejero, presidente de Scopesi explicó las ventajas y características de este sistema y el consultor Adrián Barreiros se explayó sobre cómo optimizar los resultados, planificando por audiencias y targets, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además, se expuso sobre el futuro del OOH (Out-of-home advertising) y su relación con la identidad digital, *mobile* y las nuevas tecnologías aplicadas.



AD HOC



MENÚ LA NACION **negocios** Economía Personalizá tu lectura! Ingresá

ELECTRO Y HOGAR
HASTA 40% OFF | ENVÍO GRATIS | CUOTAS SIN INTERÉS

Ver Ofertas

Del cartel al celular: la publicidad en vía pública se tecnifica para sobrevivir

Las agencias del rubro apuestan a las alianzas mobile y a la geolocalización para hacer frente a un consumidor menos atento.

SEGUIR *Sofía Terrile* PARA LA NACION MIÉRCOLES 19 DE JULIO DE 2017

Si no puedes contra ellos, únete: esta frase es la nueva máxima del sector publicitario de vía pública. Los anuncios compiten por miradas cada vez más esquivas y hasta los carteles con luces LED la tienen difícil contra una pantalla infinitamente menor pero con un magnetismo sin precedentes: la del *smartphone*. Un estudio del Centro de Experimentación y Seguridad Vial (Cesvi) puso en números una postal cotidiana. Señaló que el 17,28% de los peatones mira el celular cuando cruza la calle.

A pesar de lo que el porcentaje implica para la seguridad vial -basta con recordar los semáforos en el piso para peatones distraídos instalados recientemente en Retiro-, también constituye un llamado de atención para aquellos que publicitan en vía pública. Desde Kickads, una agencia de publicidad *mobile*, afirman que los celulares quitan un 20% de eficacia a los carteles de publicidad exterior.

La pelea por la mirada del público no es el único desafío: en los últimos años, la publicidad digital ganó terreno por sus posibilidades de medición y segmentación, dos herramientas difíciles de incorporar en anuncios analógicos. A pesar de que la inversión en publicidad exterior continúa firme -en el primer semestre de 2017 superó los \$ 3000 millones brutos, de acuerdo con la compañía de medición de vía pública Scopesi- las marcas comienzan a cuestionar la efectividad del formato. "La publicidad exterior necesita planificación y *mobile* le aporta precisión a través de la interacción y de las herramientas de medición que utilizan la geolocalización", apunta Ramiro Delgado, gerente de ventas de Kickads Argentina.

"Hay una sinergia natural entre un sistema inevitable como la vía pública y uno indispensable como el celular, que nos permite conocer y geolocalizar a las audiencias con las posibilidades de interacción y cercanía de una valla publicitaria. A través de estos dispositivos antena se generan estímulos distintos en función de cada perfil, acción realizada o dirección por la que se circula. El resultado es una comunicación uno a uno en públicos masivos", explica Mariano Tejero, presidente de Scopesi.

Esta sinergia es cada vez más común alrededor del mundo y ya comienzan a verse casos en la Argentina, como el de la pantalla de la compañía Atacama instalada en la intersección entre la Avenida 9 de Julio y Corrientes, que muestra anuncios en tiempo real y contenido generado por redes sociales gracias a la tecnología implementada por la agencia iProspect.

SHOPPING LA NACION

- MUSIMUNDO HORNO ELECTRICO STE-1030 \$1799
- MUSIMUNDO CELULAR LIBRE SAMSUNG GALAXY J2... \$3999
- BevyBar Pack Para Mi Mejor Amigo Ahora \$569
- BevyBar Pack de Cervezas y Vasos Patagonia Ahora \$432

FRÁVEGA

mercado libre

ELECTRO Y HOGAR

HASTA 40% OFF

Ver Ofertas



Del cartel al celular: la publicidad en vía pública se tecnifica para sobrevivir.

La agencia conectó un servidor de anuncios, una herramienta que permite emitir un conjunto de anuncios -típicamente destinados a la Web-, a la pantalla gestionada por Atacama. La prueba de fuego fue junto a Chevrolet: para promocionar la participación de la marca en el Salón del Automóvil, el cartel mostraba mensajes de Twitter escritos en tiempo real.

Gabriel Costa, a cargo del área de Innovación de iProspect, afirma que las posibilidades son infinitas: "Si un anunciante quiere crear un anuncio vinculado con el clima o con resultados deportivos u horarios de transporte público lo puede hacer en el mismo instante". Añade que, en el futuro, el objetivo es llevar la idea a otros espacios de publicidad exterior en aeropuertos o transporte público, por ejemplo, y que la agencia ya ofrece el modelo a toda su cartera de clientes.

No obstante, resalta que aún no existen muchos casos de este tipo y que, cuando se dieron, generalmente en Asia o Europa, se relacionaron más con una acción puntual que con una estrategia sostenida en el tiempo. "Lo que queremos lograr es que esta tecnología sea masificada: la vamos a extender a una red de pantallas", apunta sobre el desarrollo realizado al 100% en la oficina de la agencia en Buenos Aires.

Las oportunidades de la geolocalización también pueden potenciar a la publicidad exterior. Kickads propone una estrategia de "geotargeting" combinada. "El objetivo es alcanzar a las audiencias *target* que estén localizadas en una zona geográfica específica que le interesa al cliente, ya sea a través de su dispositivo móvil -con una notificación o un *banner* que se activarían cuando se detecta que el usuario está cerca de un anuncio- o por la interacción con un cartel que le proponga al usuario entrar a una página Web o compartir un mensaje en las redes sociales para participar de un sorteo o descuento", resume Delgado.

De ese modo, si un usuario que navega por aplicaciones o páginas Web hace click, por ejemplo, en un anuncio de jeans que le interesó, cuando ese mismo usuario esté cerca de un cartel de vía pública de la marca anunciante podría recibir una notificación con un descuento para así "redirigirlo" al local físico.

La sinergia entre *smartphones* y publicidad exterior también llegó a la medición: Scopesi desarrolló junto a la UCA un sistema conocido como GeoPlanning MAS que mide el impacto de la vía pública a través de una aplicación para celulares. "Permite determinar las mejores ubicaciones para cada *target*, y justificar con datos objetivos la eficacia de la publicidad exterior", señala Mariano Tejero, presidente de la firma.

Para este tipo de medición se selecciona una muestra de personas que descargan una aplicación en sus *smartphones*. Los dispositivos son monitoreados durante una semana, lo que permite conocer por dónde circularon y, de esa manera, a qué anuncios estuvieron expuestos.

En el futuro los actores de la industria publicitaria imaginan más participación de los celulares en la publicidad exterior con opciones como la realidad aumentada, el reconocimiento facial o más invitaciones a interactuar con mensajes en redes sociales. La oportunidad es grande: de acuerdo con las cifras de Scopesi, existen más de 350.000 espacios en el país y aproximadamente 400 empresas que incursionan en el negocio, aunque en Buenos Aires 15 firmas controlan el 90% del mercado.

3000

A la calle

Son los millones de pesos que movió la publicidad en vía pública en el primer semestre del año, según la medición de la agencia Scopesi.



ELECTRO Y HOGAR

HASTA 40% OFF



Ver Ofertas



ELECTRO Y HOGAR

HASTA 40% OFF



Ver Ofertas



Medio: La Nación

Sección: Economía, Check-in-check-out

Link: <http://www.lanacion.com.ar/2044981-check-in-check-out>

Twitter: <https://twitter.com/LANACION>

Fecha: 19/07/2017

Diego Faita

Director de ventas de SAP CEC

Será el nuevo responsable de ventas del portafolio de soluciones CEC que incluye áreas como e-commerce, marketing, facturación, ventas y servicios.



Foto: LA NACION



Foto: LA NACION



Mara Gaba

Directora de nuevos negocios de Scopesi

La licenciada en Administración será la nueva encargada del desarrollo del área de investigación y gestión comunicacional de la agencia.

LA NACION | Economía

**ELECTRO
Y HOGAR**
HASTA 40% OFF



Ver Ofertas



Ver Ofertas



LN

LA NACION @LANACION · 19 jul.

Check in - Check out bit.ly/2tofl1l

Traducir del inglés



jue. 20 de julio, 2017

¿QUÉ ME SONOS? SUSCRIBIRSE INICIAR

TELEVISIÓN PUBLICIDAD TECNOLOGÍA ENGLISH

US HISPANIC MEDIA AGENCIAS MARCAS PRODUCCIÓN EVENTOS VIDEOS GALERÍAS

WHO'S WHO

HAVE SOUL

Scopesi junto con Adrián Barreiros realizaron la presentación del ciclo de conferencias "El Poder de las Audiencias"

lunes 17 de julio de 2017

En el marco de una presentación especial enfocada en la industria de la publicidad exterior, la consultora especializada en control, medición, análisis e investigación publicitaria, Scopesi, junto con Adrián Barreiros, ex Ceo de MEC y consultor independiente, realizaron la primera presentación del ciclo de conferencias "El Poder de las Audiencias".

El evento contó con la presencia de dueños, directivos, gerentes comerciales y coordinadores de ventas de las empresas de publicidad exterior más importantes de Argentina, quienes se acercaron para escuchar las ventajas y eficiencia de trabajar con investigación y datos de las audiencias en la publicidad *outdoor*, en el mercado argentino actual.

Adrián Barreiros, consultor y ex Ceo de MEC Argentina

INFORMACIÓN RELACIONADA

AA/P Argentina recuperada: Inversión publicitaria en TV ascendió a US\$854 millones
12 de febrero de 2008

Inversión publicitaria argentina creció 24% en el primer semestre
27 de agosto de 2007

VIDEOS EJECUTIVOS

Eduardo Lebrija crecimiento mercado colombiano	Custavo Huertas ESPN crece en Centroamérica	Carlos Torres canal cultural Colombia
---	--	--

Esta primera exposición fue exclusiva para empresas de publicidad en vía pública asociadas al GeoPlanning MAS, el servicio conocido como el *rating* de la vía pública.

Mariano Tejero, presidente de Scopesi, explicó las ventajas y características del sistema GeoPlanning MAS, y el consultor Adrián Barreiros se exhibió sobre cómo optimizar los resultados de la publicidad en los espacios de vía pública planificando por audiencias y *targets*, y la importancia de la publicidad exterior en la estrategia de medios como eficiente soporte publicitario. Además, se expuso sobre el futuro del OOH y su relación con la identidad digital, *mobile* y nuevas tecnologías aplicadas. "El Poder de las Audiencias" continuará con otras disertaciones los próximos meses.



PRODU @PRODUpublicidad · 18 jul.

.@ScopesiyCia junto con @adribarre realizaron la presentación del ciclo de conferencias "El Poder de las Audiencias" ow.ly/Qor530dlUjk





Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública

[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#) [RSS](#) 105

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi junto a Victoria Gentile, Directora de La Consultora expondrán una conferencia sobre "Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública" mañana martes 1 de...

By [PALERMO TOUR](#) × Published 31 Julio, 2017 × [TOUR DE NOTICIAS](#)

PALERMOTOUR El Noticiero del Barrio de Palermo. Informativo Comuna 14.

[Iniciar el Tour de Palermo](#) [Tour de Noticias](#) [Datos de Palermo](#) [Ediciones Anteriores](#) [Contacto](#)

Su visita al Barrio de Palermo es el número:

1421219

Anuncios



Buenos Aires Ciudad Ingresá y enterate cómo.



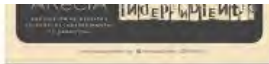
Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública

By [PALERMO TOUR](#) × Published 31 JULIO, 2017 × [TOUR DE NOTICIAS](#)

[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#) [RSS](#) 0

Mariano Tejero, Presidente de Scopesi junto a Victoria Gentile, Directora de La Consultora expondrán una conferencia sobre "Cómo garantizar eficiencia en la publicidad en vía pública" mañana martes 1 de agosto a las 14 h en el XII Encuentro Latinoamericano de Diseño organizado por la Universidad de Palermo.

El encuentro será en la sede de Jean Jaurès 932 y la conferencia tratará sobre la campaña integral de lanzamiento de GeoPlanning MAS (Media Audience System) una innovadora plataforma para planificar y medir la efectividad de los carteles publicitarios, los hábitos de circulación, funcionamiento, alcance y el target de las audiencias de la publicidad outdoor.



Este evento creado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP se realiza todos los años -desde 2006- y recibe aproximadamente 5.000 personas de distintas partes del mundo. Del 1 al 4 de agosto habrá más de 300 actividades relacionadas al Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Publicidad, Cine y TV, RR.PP. y Diseño de Moda.



La inscripción y participación en las actividades es gratuita: www.palermo.edu/encuentro.

El # del evento es #ELD2017.

Twitter: @encuentrolatino.

Facebook: [encuentrolatinoamericanodediseno](https://www.facebook.com/encuentrolatinoamericanodediseno).

Instagram: [encuentrolatinoup](https://www.instagram.com/encuentrolatinoup).



PUBLICIDAD Y MARKETING

INVERSIÓN en vía pública

En el 2016 la inversión en vía pública anual creció un 13%, empujada por el rubro "Comunicaciones", responsable del 13% de la inversión total. Al igual que en el primer semestre del año pasado, el 2017 se caracteriza por una mayor inversión en campañas de consumo, en formatos masivos como afiches y séxtuples.

Por Mariano Tejero (*)

Conocer los comportamientos de las audiencias —el gran anhelo de las marcas— es el primer paso necesario para que los mensajes publicitarios cumplan con los objetivos comunicacionales, y en ello juega un rol fundamental las nuevas tecnologías. Con toda la información que se puede recabar sobre los potenciales consumidores con los nuevos sistemas de medición, los avisos publicitarios son mucho más eficientes y certeros. Incluso en sistemas como la vía pública, donde hasta hace muy poco tiempo atrás solo se contaba con la percepción de quienes trabajaban en esta actividad para determinar si una ubicación o circuito resultaba la indicada para determinado target.

Pero hoy los tiempos han cambiado y la tecnología que puede darnos cualquier teléfono inteligente vigente en el mercado, nos permite conocer con precisión además de por dónde se mueven los potenciales consumidores, por qué lo hacen.

Todos estos datos cuantitativos que actual-





mente están registrados y medidos son uno de los avances más significativos en cuanto a la profesionalización de la industria. Pero aun así, se estará tirando a la basura toda esta valiosa información y el dinero del anunciante si no vemos como una pieza imprescindible de este juego al diseño creativo.

El 92% de las personas se encuentra expuesto a los anuncios callejeros y a los tantos estímulos visuales que la publicidad exterior genera, sin la posibilidad de hacer zapping. Por esa razón vuelve a valer una máxima clásica: el cartel publicitario debe destacarse de sus pares y del entorno que lo rodea, impactar y ser de fácil decodificación.

Para ello no solo debe erradicarse definitivamente el famoso copy/paste de medios gráficos, también es primordial comprender que la publicidad exterior son esos cinco segundos que nos permite comunicar un gran formato en autopistas, pero también los cinco a diez minutos de espera del transporte público, es el viaje de vuelta a casa en un vagón de tren, la cercanía al punto de venta o el cartel icónico de gaseosa que ilumina la 9 de julio. Cada soporte tiene y debe ser considerado como un medio en sí mismo: frecuencia, impacto, visualización y tiempos de exposición varían en función de cada tipo de elemento, conocer esto y dispensar la creatividad correcta es la clave para una campaña exitosa.

En su libro *Publicidad. Amala o dejala*, Alberto "Tito" Scopesi explicaba: "Resalta prudente hacerles conocer a los equipos creativos cuáles son los medios más eficientes para alcanzar el target buscado. Esto evitará pérdidas de tiempo, energía y dinero, ya que se creará solo en función de las reales necesidades y posibilidades".

LOS NÚMEROS QUE NOS DEJÓ EL 2016

El 2016 cerró con un total bruto de 5 mil millones de pesos en publicidad exterior, lo que significó un 13% más que su antecesor 2015. Con el 13% del share anual, el rubro "Comunicaciones" se llevó el primer puesto y logró aumentar la inversión publicitaria para ese sector un 35% con respecto al 2015, impulsado por Grupo Telcelm (\$190 MM), América Móvil (\$122 MM) y Grupo Telefónica (\$108 MM), todos anunciantes que ranquearon entre los 10 primeros de mayor inversión en el medio.

El segundo puesto se lo lleva el rubro "Comercio y retail", con 11% del share anual, seguido del rubro "Asociaciones políticas y civiles" (9%), que disminuyó en más de la mitad la inversión publicitaria con respecto a 2015.

QUÉ DEPARA EL 2017

El 2017 inició con un contexto económico recesivo que impactó de lleno en las campañas publicitarias, donde recién a partir de abril se comenzó a ver una reactivación en el sector, no siendo equitativa para todo el medio outdoor. Al igual que el primer semestre 2016, este periodo se caracterizó por una tendencia a la incentivación de consumo con campañas en formatos tácticos masivos como aliches y séxtuples, y una menor inversión en branding, dejando así muchos soportes de grandes formatos disponibles en ubicaciones que históricamente mantenían una ocupación anual al 100%.

A esto se suma la prohibición para comunicar bebidas alcohólicas que comenzó a regir el 24 de abril en CABA, aunque aún se desconoce si esos presupuestos ya asignados se redirigirán hacia el Gran Buenos Aires e interior del país, ubicaciones en indoor como parkings y shoppings, o simplemente serán destinados a la publicidad en otros sistemas de medios.

Para el segundo semestre el panorama se vaticina muy distinto, en el cual, según los principales analistas económicos, habrá una reactivación en la actividad privada. Esto incrementará a un mayor volumen la inversión de campañas por parte de estos actores, las cuales, sumadas a las inversiones públicas que se generarán por las campañas políticas, producto de las elecciones del 22 de octubre y a la presencia muy fuerte de campañas de

Presidencia de la Nación que den cuenta de sus logros en este año y medio de gestión, indudablemente llevarán a un cierre de año positivo para la industria.

La publicidad exterior no viene disfrutando de sus mejores años, el contexto económico y la predisposición al digital van cambiando la tendencia en este medio, así para el 2016 solo se incrementó la inversión en un 13% con respecto al año anterior, muy por debajo de la inflación anual.

En este contexto, y en un mercado cada vez más profesional y ávido de información, la vía pública debe evolucionar para dar respuesta a los requerimientos de sus principales anunciantes. Las cualidades del medio son muy claras: recordación, impacto, visibilidad y masividad, pero esto por sí solo hoy ya no alcanza, las decisiones de marketing tienen que estar fundamentadas con números y datos objetivo.

En un mercado cada vez más profesional y ávido de información, la vía pública debe evolucionar para dar respuesta a los requerimientos de sus principales anunciantes.

A la pregunta ¿por qué anunciar en vía pública? se le debe contestar con una respuesta muy contundente: porque de esta manera tu marca consigue 1400 TRP* y un 66% de cobertura en 14 días de campaña para un NSI Alto de 18-45 con un costo por mil impactos de \$17,76. Sin este tipo de información, justificar la inversión en vía pública va a resultar cada vez más difícil.

Los cambios y avances en el estudio de los públicos objetivo prosiguen y de allí surgen nuevas tendencias en conjugación con transformaciones socio-económicas, políticas y tecnológicas. El mundo no es estático, los targets tampoco lo son. Y en ese marco, con una constante evolución en la planificación de medios digitales, la vía pública debe adaptarse para continuar vigente.

(*): Mariano Tasso es el presidente y socio de SCOPESI donde trabajó desde hace 15 años.

LOS NÚMEROS DE 2016 EN VÍA PÚBLICA

Datos totales año 2016 en CABA y GPR.

Total de INVERSIÓN

\$5.058.000.000

Share de Inversión por SECTORES

Comunicaciones	\$673.000.000
Comercio y retail	\$568.000.000
Asoc. políticas y civiles	\$436.000.000
Espectáculos y discográficos	\$357.000.000
Bancos y finanzas	\$324.000.000
Medios	\$280.000.000
Bebidas sin alcohol	\$278.000.000
Alimentación	\$271.000.000
Bebidas alcohólicas	\$237.000.000
Industria automotriz	\$234.000.000

Principales ANUNCIANTES

(en millones de pesos)

Presidencia de la Nación:	\$199
Telecom Argentina:	\$190
Coca Cola de Argentina:	\$158
Gobierno de CABA:	\$133
América Móvil:	\$122
Comercios Quijmes:	\$109
Grupo Telefónica:	\$108
Automóvil Club Argentino:	\$94
Cablevisión:	\$87

