

CAFÉ &
NEGOCIOS

Emprendedores



2 711 1000* www.mp.com.uy

MINUTO
A
MINUTO

ComparTeve presenta su innovadora aplicación de medición de rating y es una de las elegidas por Start-Up Chile

POR CECILIA AMORÍN
camorin@observador.com.uy

En un mundo que exige información y respuestas rápidas, el proyecto ComparTeve prevé instalarse como un competidor clave en la medición de rating, una batalla que se ha visto potenciada en los últimos años.

“¿Cuántos televidentes sintonizan nuestro canal en este instante?”. “¿Cuánta gente estará viendo nuestro comercial ahora?”. Estos interrogantes están siempre en las cabezas de los responsables de los canales televisivos, de los dueños y gerentes de los anunciantes y de las agencias publicitarias. Tener este dato al momento es una información

muy valiosa para medir el ahora y tomar decisiones. Por eso, los emprendedores Maximiliano Schatz, Gabriel Roizner y Federico Zubía se interesaron en buscar nuevas alternativas para medir las audiencias televisivas.

“Analizamos lo que existía y estudiamos a Ibope, que es la líder en Latinoamérica y mide el rating a partir de una canalera instalada en el hogar. Su muestra es muy reducida, en Uruguay son 250 canaleras, en Chile son 600. Además, vimos que era una información muy pesada y parcial y que no incluía otras fuentes de información como Facebook o Twitter y otros medios de donde se puede obtener información”, apuntó Schatz.

La propuesta del emprendimiento de estos tres socios es

generar la primera aplicación latinoamericana que habilite la integración de información no tradicional a la medición de audiencia a través de celulares inteligentes.

Esta innovación permitirá a los canales interactuar en tiempo real con sus televidentes, a través de encuestas y comentarios; por otro lado, para los usuarios se constituirá en una red social para compartir sus preferencias de televisión e interactuar con amigos y familiares acerca de los programas favoritos.

En tanto, para las marcas y agencias de publicidad es una manera de hacer publicidad de acuerdo al perfil de usuario.

Continúa en la página siguiente

Detección “inteligente” y en tiempo real

Viene de tapa

La aplicación ComparTeve saldrá al mercado el próximo 20 de julio y su debut será en Uruguay.

El piloto

“Uruguay será el primer país en el que vamos a salir. Ya establecimos contacto con nuestros potenciales clientes. Hablamos con los canales de televisión de aire y cable de Uruguay, y hemos tenido muy buena recepción. Estamos avanzando en cerrar acuerdos con varios de ellos para la utilización de encuestas en tiempo real y la medición de rating”, explicó Schatz.

Al ser consultados sobre la elección de Uruguay como mercado, los emprendedores detallaron el avance de la telefonía móvil que muestra el país.

Según estiman los socios, hay unos 200 mil usuarios de teléfonos inteligentes en Uruguay, una cifra que seguirá creciendo. Esto, aseguran los emprendedores, permitirá ampliar las mediciones de audiencias que ya se realizan en el mercado, al menos dentro del grupo específico de público al que está dirigido el producto ComparTeve.

La aplicación está destinada a la población “tecnófila” y joven, es decir, aquellos “grandes usuarios de internet”, que se conectan desde distintas plataformas con mayor frecuencia e intensidad y que, además, según entienden los socios, vinculan su uso de los dispositivos tecnológicos con el ocio y el entretenimiento.

Tres beneficiarios

Cuando Schatz, Roizner y Zubía pensaron ComparTeve, vieron tres actores principales para su herramienta: los canales de televisión, los usuarios, que son los que utilizarán la aplicación, y las marcas o agencias de publicidad.

Tomando como base la idea de detectar en tiempo real lo que las personas están mirando en la televisión, a través de celulares inteligentes, los socios se plantearon la posibilidad de incorporar algunas variantes: integrar información no tradicional a la medición de audiencia, como reconocimiento de audio y preferencias de usu-



Los socios participarán del programa Start-Up Chile

rio, tomado información de las redes sociales.

Para los tres actores de la aplicación se generarán una serie de beneficios.

Los canales, por ejemplo, podrán acceder a datos específicos sobre medición de audiencia (canales y programas de televisión de aire y cable que se están viendo en tiempo real), generar encuestas, también en tiempo real, o saber la repercusión de determinados temas o programas en las redes sociales.

En el caso de los usuarios –para los cuales la aplicación será gratuita–, tendrán el servicio de “recordatorio” y “sugerencias” de programas según su perfil, podrán participar de encuestas, sin necesidad de utilizar el servicio de SMS (que tiene costos adicionales) y conocer qué es lo que miran sus amigos y familiares. Además, podrán comentar y puntuar los programas y canales y obtener incentivos como descuentos, promociones, puntos y vouchers de las marcas que estén asociadas a la empresa.

Los beneficios para las marcas y agencias de publicidad radican

200.000

Usuarios. Según cálculos de los socios, esta es la cifra de usuarios potenciales de smartphones en Uruguay, y estaría creciendo.

100%

Telefonía móvil. Es la penetración de la telefonía móvil en Uruguay y uno de cada 10 usuarios tendrá un smartphone entre 2012 y 2013.

50%

Android y iPhone. De la base de usuarios de telefonía inteligente, el 50% operará con Android en sus diferentes plataformas y iPhone.

en la posibilidad de contar con un nuevo medio de comunicación para sus clientes.

El futuro y la competencia

Los socios aseguran que esta será la primera aplicación de medición de rating en reconocimiento de audio para Latinoamérica.

“En Estados Unidos hay una solución muy similar, que se llama Intonow. La diferencia con nosotros es que está enfocado en series, pero no es en vivo. Por ejemplo, si estás mirando la serie *Friends* y lo activás, te dice que estás mirando *Friends*, y qué capítulo, pero no hace lo mismo con programas en vivo. Nosotros sí estamos haciéndolo con programas en vivo. Esa es la gran diferencia”, explicó Schatz.

El socio aseguró que existen otras herramientas en la región que están tratando de medir el rating televisivo, pero no tienen detección automática en tiempo real de lo que la persona está viendo en ese momento. “Hay

algunas en Chile y en Argentina”, dijo.

El proyecto cuenta con el apoyo de dos instituciones. En Uruguay son recientemente incubados por el Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) de la Universidad ORT, mientras que en Chile han sido elegidos por el programa estatal Start-Up Chile, que los llevará por seis meses a

ese país para potenciar su emprendimiento y agregarle valor. Estos emprendedores se instalarán en el espacio de trabajo del programa trasandino el próximo 27 de junio, junto a sus compatriotas, las socias de AdviceMe Tech.

“Vamos a tener parte del equipo en cada lugar. La mayor parte estará en Uruguay, porque queremos que la empresa esté comprendida en Uruguay, con sus desarrolladores y la diseñadora gráfica. Lo que evidentemente no está en Uruguay es el mercado, y con eso no podemos hacer nada, pero la idea es que la base operativa de la empresa esté en Uruguay”, explicó Schatz. ●

604.000
nuevos servicios
de telefonía móvil se
generaron en 2011,
según la Ursec