



**A D**ingest

## **Visión de Conjunto**



ã 2003. Visual Century Research, S.L. Todos los derechos reservados.

La información contenida en este documento no puede ser distribuida, modificada ni reproducida total o parcialmente sin la previa autorización por escrito de Visual Century Research, S.L.

## **Anuncios y publicidad**

---

El papel de la publicidad en nuestra sociedad actual es muy importante. La última década ha visto una explosión en la creación de contenidos publicitarios creativos, alimentada por los avances en las herramientas de diseño, producción y publicación y dirigida a un público cada vez más exigente. Las compañías que quieren anunciar sus productos quieren sorprender a sus clientes y vender más y mejor; y las agencias de publicidad y de medios, en consecuencia, reciben una presión enorme para conseguir que trabajos creativos frescos y de calidad lleguen a las audiencias objetivo de la manera más eficiente y con el mayor impacto posible.

Naturalmente, la publicidad es mucho más que la creación de una buena campaña, y a medida que los presupuestos de publicidad ganan importancia para los departamentos de marketing de miles de empresas, hay una lógica y creciente preocupación para maximizar y justificar cada céntimo invertido en una empresa de publicidad. En este contexto, se estima que un 7% de todos los anuncios en prensa no aparecen tal y como se contrataron<sup>1</sup>, con lo que monitorizar y confirmar la aparición de anuncios en la prensa escrita es hoy una parte importante de las campañas de prensa. Las empresas de ADEX están especializadas en proveer este tipo de información crucial, así como de realizar el seguimiento de las inversiones en publicidad para los distintos anunciantes.

---

<sup>1</sup> ISBA Member Guidance Note, Abril 2002. [www.isba.org.uk](http://www.isba.org.uk).

## Control de ADEX

---

El control de ADEX requiere el examen detallado de los medios seleccionados para obtener información detallada sobre la aparición de anuncios. La información obtenida es útil para los anunciantes y para las agencias de publicidad y de medios, que la utilizan para comprobar la aparición de los anuncios contratados. La información de ADEX también es de interés para empresas competidoras, ya que posibilita el cálculo de los presupuestos de publicidad y su impacto, y para los propios media, que así conocen la saturación publicitaria propia y de sus competidores.

La recolección de información a partir de medios impresos se hace a mano. Un equipo de operadores repasa la prensa diaria y las revistas página a página, buscando los anuncios aparecidos, y recogiendo información cuantitativa y cualitativa para cada uno de ellos (como soporte, número de página, formato, y si el anuncio es en color o en blanco y negro). La información cuantitativa se registra utilizando descriptores de texto previamente definidos, mientras que la información cualitativa tiende a estar estandarizada. Los resultados son validados por un operador senior de más experiencia, que se asegura de que los anuncios estén categorizados correctamente y de que no haya omisiones ni duplicaciones.

La información cualitativa de ADEX no es fácil de obtener, ya que debe ser completa, de confianza y accesible inmediatamente. Por ello, los procesos manuales a menudo presentan inconvenientes. Por ejemplo, los operadores suelen necesitar largos periodos de formación para obtener un buen nivel de productividad. Además, los operadores también deben tener presente en todo momento una cantidad importante de información acerca de cada anuncio (como nombre del anunciante, marca, modelo, etc.), ya que los sistemas actuales de entrada de datos generalmente no ofrecen el suficiente soporte.

La anotación manual también tiende a contener errores humanos. Los operadores, trabajando bajo presión, pueden equivocarse fácilmente y entrar informaciones duplicadas, inexactas y en algunos casos con serios problemas de categorización. La tendencia a la concentración editorial, que explica la proliferación de versiones regionales de un mismo periódico, también contribuye a esta confusión y generar errores adicionales de recolección de datos. Por estas razones, la figura del controlador senior

tiene gran importancia, ya que su responsabilidad es asegurarse de que todas las inserciones sean correctas y de que los nuevos anuncios entrados en la base de datos estén adecuadamente categorizados. También está claro que el necesario paso de validación multiplica el tiempo y los recursos que se dedican a la recolección de información cuantitativa de ADEX.

El análisis, evaluación y control de la publicidad requiere una entrega de la información inmediata, ya que los datos de ADEX tienen una vida muy corta y necesitan ser actualizados continuamente. Los anunciantes y las agencias los necesitan no sólo para validar cada aparición publicitaria, sino también para conocer los movimientos y campañas de sus competidores. La generalización de Internet ha hecho que cada vez sea más común que los clientes pidan que la información de ADEX esté disponible en la red y en tiempo real, lo cual precisa de sistemas de información más rápidos y eficientes que los actuales.

Finalmente, la competencia creciente entre anunciantes y agencias está resultando en la demanda de complementar información cuantitativa con información cualitativa. Es decir, para cada anuncio, los clientes quieren saber donde ha aparecido, cuántas veces, en qué contexto y con qué creativo. Por ello, cada vez más las compañías de ADEX se encargan del escaneo de anuncios en paralelo a la anotación manual de los mismos, de nuevo multiplicando la cantidad de trabajo que se debe realizar para proveer a los clientes con la información solicitada.

ADigest es la solución para todas estas necesidades de control de ADEX. Se trata de un sistema avanzado que utiliza tecnología avanzada de comparación y procesamiento de imágenes para simplificar y mejorar la recolección de información de ADEX. Sus innovadoras herramientas de adquisición, anotación y validación obtienen datos altamente fiables en menos tiempo, así como la posibilidad de recolectar simultáneamente información cuantitativa y cualitativa. En otras palabras, ADigest reinventa el proceso de recolección de datos para que las empresas de ADEX puedan ofrecer más y mejores servicios a sus clientes.

## El proceso de ADingest

---

ADingest utiliza sofisticadas técnicas de procesamiento de imágenes para extraer información de ADEX cuantitativa y cualitativa de un amplio abanico de formatos de publicación. ADingest facilita el control de las versiones de un anuncio e incrementa la fiabilidad de las anotaciones al hacerlas más objetivas, gracias a la interfaz gráfica del sistema. ADingest detecta automáticamente los anuncios a una página, así como el formato y el tipo de anuncio, y calcula el área ocupada por cada inserción.

El proceso de ADingest para el control de publicidad en prensa por marca y modelo tiene la siguiente estructura:

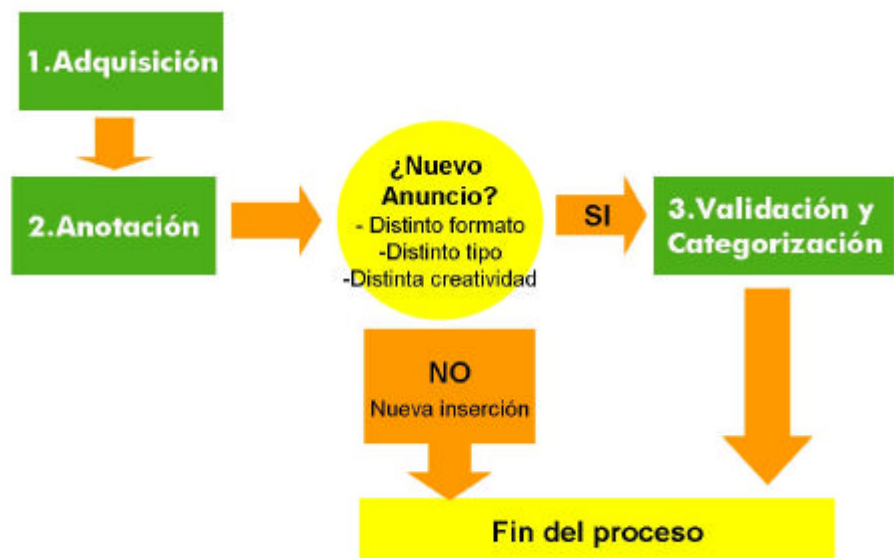


Fig. 1 El proceso de ADingest

## 1. Adquisición

El proceso de ADingest empieza con la digitalización del ejemplar que debe ser analizado. La digitalización se puede hacer con un escáner a color compatible con TWAIN o con una mesa de digitalización exclusiva diseñada especialmente para trabajar con periódicos y revistas, y que incrementa notablemente la productividad en el escaneo de soportes grandes. La mesa de digitalización captura las imágenes de las páginas de forma más rápida y eficiente que un escáner de sobremesa, y también permite la adquisición de imágenes de publicidad no convencional.

El controlador digitaliza las páginas que serán anotadas y las inserta en el sistema con la ayuda de la aplicación de adquisición, que actúa como punto de entrada en el sistema de cada ejemplar y obtiene de forma automática el soporte y número de página. La mesa de digitalización es la única aplicación del sistema que requiere la manipulación del ejemplar físico de la publicación, ya que el resto de operaciones se hacen sobre la versión digital del mismo.

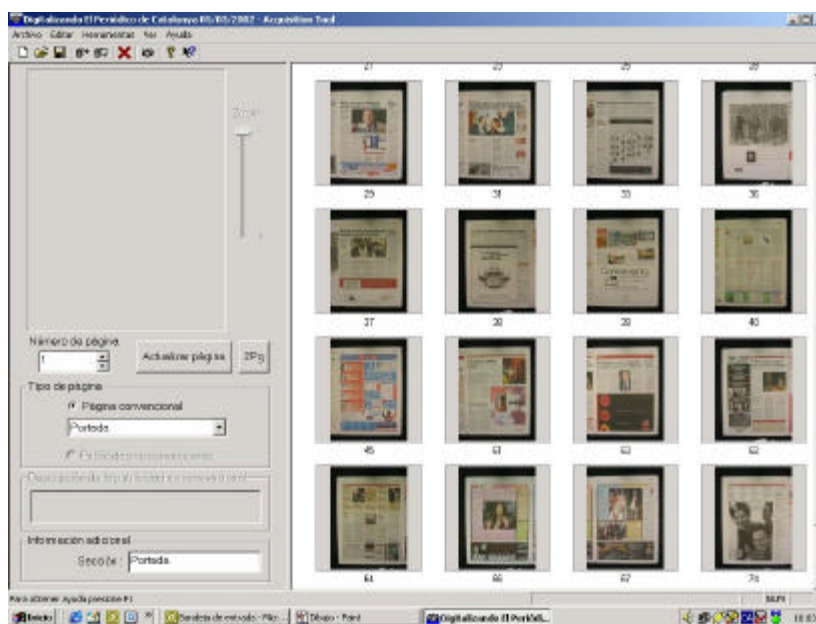


Fig. 2 La pantalla de adquisición

## 2. Anotación

El proceso de anotación empieza en cuanto el ejemplar ha estado digitalizado. Para cada página digitalizada, el software de anotación identifica y marca de modo automático las áreas que probablemente sean anuncios. El usuario tan sólo debe confirmar esta preselección haciendo un doble clic con el mouse sobre las áreas seleccionadas, o utilizando el teclado.

La aplicación de anotación permite al usuario registrar nuevos anuncios y entrar datos cuantitativos y cualitativos acerca de las inserciones de los que ya están en la base de datos. La información a anotar es totalmente customizable y adaptable a las necesidades del cliente. La aplicación de anotación acelera y facilita el proceso de anotación de anuncios, ya que permite al usuario trabajar sin necesidad de memorizar los códigos de validación para cada anuncio.

El usuario tampoco tiene que recordar los anuncios similares que ya han aparecido, ya que la aplicación automáticamente se los sugiere utilizando tecnología de recuperación de imágenes a partir de su contenido. Esto garantiza la fiabilidad de los datos obtenidos y elimina la necesidad de que los valide un controlador senior. Tan sólo la información acerca de nuevos anuncios deberá pasar por la herramienta de validación y categorización.

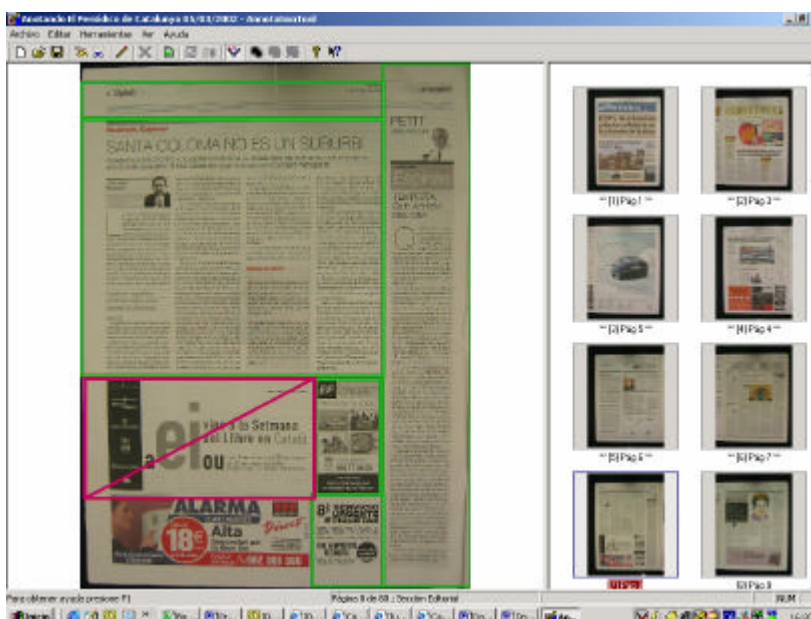


Fig. 3 La pantalla principal de anotación



## Beneficios

---

Con tres simples pasos, ADingest obtiene información de ADEX de calidad en menos tiempo y utilizando menos recursos que los sistemas tradicionales. Otros beneficios de ADingest son los siguientes:

- Gracias a la mesa de digitalización, se pueden controlar todas las revistas y periódicos, independientemente de su formato.
- Es posible recolectar información cuantitativa y cualitativa de ADEX en un solo proceso.
- La información textual y gráfica sobre cada anuncio es accesible en cualquier punto del proceso de monitorización.
- Es posible obtener información adicional sobre los anuncios, como su área, posición y formato, sin trabajo adicional.
- Se mejora enormemente el control y reconocimiento de versiones, obteniendo data altamente fiable.
- Se puede ver el contexto del anuncio, ya que las imágenes de las páginas se pueden recuperar si así se desea.
- Hay una mínima manipulación de los ejemplares físicos, ya que sólo son necesarios en el proceso de adquisición.
- Resulta en una reducción importante de los tiempos de formación necesarios, gracias al soporte visual e intuitivo al usuario.
- Es una aplicación altamente customizable y adaptable al usuario, además de mucho más flexible que los procesos convencionales.
- El sistema mejora la velocidad, calidad y eficiencia del servicio.

Para saber más acerca del proceso de ADingest y las ventajas que ofrece en la recolecta de información cuantitativa y cualitativa de ADEX, contacte con Visual Century enviando un mail a [sales@visualcentury.com](mailto:sales@visualcentury.com) o bien visitando la Web [www.visualcentury.com](http://www.visualcentury.com).

**Para más información:**

Visual Century  
Llacuna 162  
08018 Barcelona  
[vcr@visualcentury.com](mailto:vcr@visualcentury.com)  
[www.visualcentury.com](http://www.visualcentury.com)

