

Incidencias en Publicidad Exterior

¿LEYENDA?

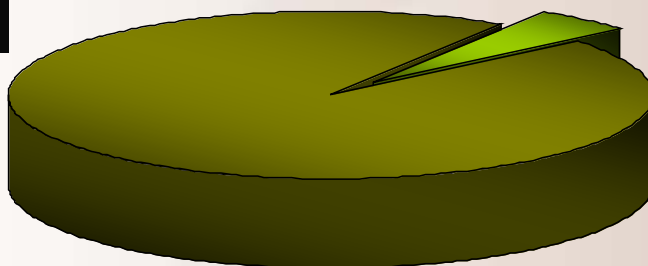


El control y seguimiento del
MEDIO EXTERIOR comienza por el
conocimiento estructural del mismo.

El concepto de incidencia definida como retraso en el inicio de la inserción o fijación del cartel o imagen en el soporte, tiene su origen en un **95%** de los casos en factores ajenos al operador.⁽¹⁾

**Factores
Ajenos 95%**

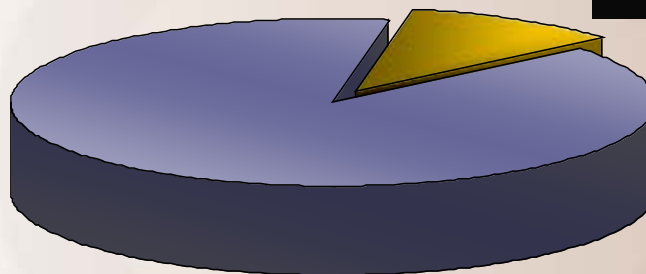
Operador 5%



⁽¹⁾ Porcentaje obtenido por Outdoor Consulting sobre el control acumulado de campañas entre los años 2004 y 2010

De las incidencias que se deben a factores ajenos al operador, en el **89%** de los casos, el origen de la incidencia está motivada por **Inclemencias Meteorológicas**.

Inclemencias Meteorológicas 89%

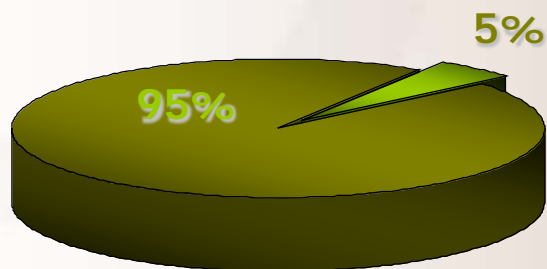


Otras 11%
Vandalismo
Retrasos Proveedores
Iluminación...

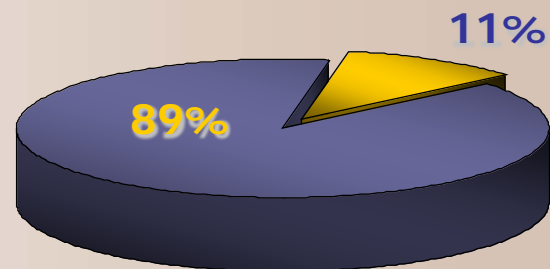
CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL MEDIO EXTERIOR

Tendencia Incidencias AÑO 2010

Acumulado 2004 - 2010

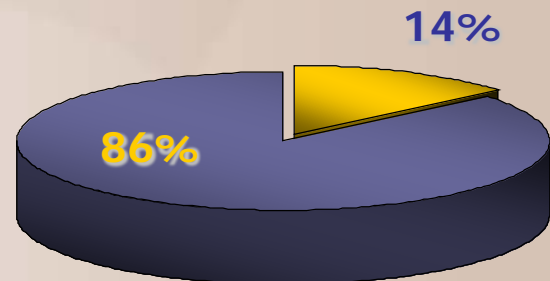
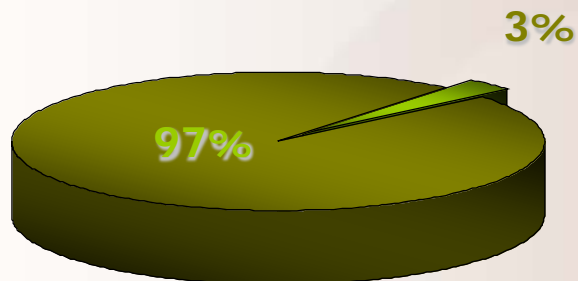


■ Factores Ajenos ■ Operador



■ I. Meteorológicas ■ Otras

Acumulado 2010



CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL MEDIO EXTERIOR



Incidencias Ajenas por Segmentos Periodo Enero-Septiembre 2010

	INCLEMIENCIAS METEOROLÓGICAS	OTRAS
CARTELERAS (VARIOS)	X	-
MONOPOSTES (VARIOS)	-	-
LONAS ANDAMIOS	X	-
LUMINOSOS CORONACIÓN	-	-
MEDIANERAS	-	-
MOBILIARIO URBANO	-	X
CENTROS COMERCIALES	-	-
METRO	-	X
RENFE	-	X
AEROPUERTOS	-	-
AUTOBUSES	-	X
CABINAS TELEFÓNICAS	-	X



asociación
española de empresas
de publicidad exterior



El control y seguimiento del Medio Exterior no debería ceñirse exclusivamente al inicio de campaña (inserción) y su mantenimiento, debería también tener en cuenta las principales características de cada producto que se planifica y conocer los valores cualitativos que repercutirán en la eficacia de la campaña.

DISTRIBUCIÓN DE CAMPAÑA/ PRODUCTO:

Cobertura Geográfica

VISIBILIDAD DE LOS SOPORTES:

Distancia desde el eje de la vía

Ángulo de visión

Saturación

Iluminación

Tipo de vía

Obstáculo a la visibilidad

Tipo de soporte

CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL MEDIO EXTERIOR



Distribución

Comparativa Cobertura Geográfica campañas/circuitos

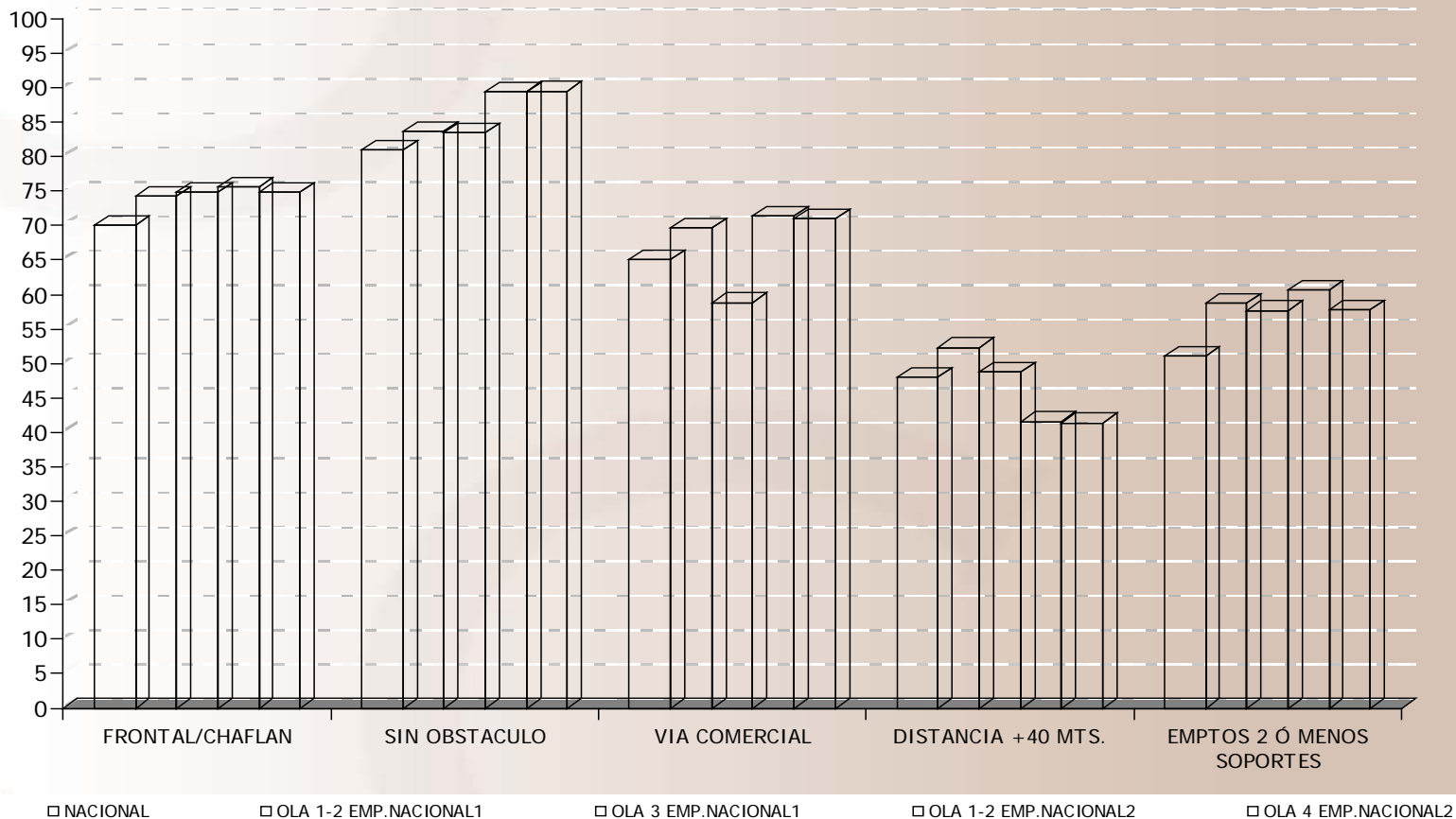
	EMPRESA NACIONAL 1						EMPRESA NACIONAL 2							
	CAPITAL	%	AREA METROPOLITAN	%	OTROS MUNICIPIOS	%	TOTAL	CAPITAL	%	AREA METROPOLITAN	%	OTROS MUNICIPIOS	%	TOTAL
ALICANTE	27	90%	3	10%			30	20	37%	8	15%	26	48%	54
ALMERIA	8	40%	4	20%	8	40%	20	7	64%	3	27%	1	9%	11
ASTURIAS*	21	53%	2	5%	17	43%	40	16	40%	9	23%	15	38%	40
CADIZ			8	40%	12	60%	20			11	41%	16	59%	27
CANTABRIA								17	59%	12	41%			29
CASTELLON	36	90%	3	8%	1	3%	40	10	71%	2	14%	2	14%	14
CORDOBA	35	100%					35	35	95%			2	5%	37
GRANADA	19	42%	25	56%	1	2%	45	28	88%			4	13%	32
HUELVA	4	27%	5	33%	6	40%	15	10	67%	5	33%			15
LA CORUÑA	15	60%			10	40%	25	15	50%	10	33%	5	17%	30
LUGO	5	100%					5	9	90%	1	10%			10
MADRID	113	38%	155	52%	32	11%	300	88	38%	132	58%	9	4%	229
MALAGA	11	22%	26	52%	13	26%	50	30	51%	15	25%	14	24%	59
MURCIA	27	77%	4	11%	4	11%	35	18	69%	7	27%	1	4%	26
ORENSE	5	100%					5	10	77%	1	8%	2	15%	13
PONTEVEDRA (Vigo)	35	47%	21	28%	19	25%	75	41	79%	6	12%	5	10%	52
SEVILLA	38	51%	35	47%	2	3%	75	49	53%	41	45%	2	2%	92
VALENCIA	9	10%	73	81%	8	9%	90	39	36%	63	58%	6	6%	108
VALLADOLID	29	97%			1	3%	30	32	91%			3	9%	35
ZARAGOZA	30	100%					30	67	100%					67
	467	48%	364	38%	134	14%	965	541	55%	326	33%	113	12%	980

CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL MEDIO EXTERIOR



Visibilidad

- Comparativa entre los principales parámetros que configuran el índice SVC





**El control y seguimiento del
MEDIO EXTERIOR incrementa el
conocimiento estructural del mismo y
el rendimiento de sus campañas.**