AEPE. XXI Jornadas de Publicidad Exterior
Córdoba. 13, 14 y 15 Junio 2012

EXTERIOR

EXTERIOR en AIMC Marcas

CEMUSA

AIMC

Objetivo

"Bucear" desde la perspectiva
del medio EXTERIOR
en la fuente AIMC MARCAS

AIMC MARCAS Y LOS ESTUDIOS MEDIA - PRODUCTO

- Estudio Media-Producto

  Antecedentes en España: SIMM (1992) y TGI (1999)

  Primera entrega MARCAS: 2003

- De gran uso en los países más desarrollados

- Single-source con información sobre:

  Consumo de medios de comunicación

  Consumo de productos y marcas

  Estilos de vida

  Actitudes ante el consumo, los medios, la sociedad, etc.

- Gran poder de segmentación → planificación publicitaria y política comercial

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y METODOLÓGICAS

- Universo de referencia: individuos 14+

  Residentes en hogares de España

- Tamaño muestral: 10.000 individuos

  Se distingue entre dos tipos de roles: "*Responsables de las compras del hogar*" y "*Resto de individuos*"

- Técnica de la entrevista: Cuestionario autoadministrado

  Entrega postal

  Retorno siempre postal

CUESTIONARIO

Sección	Categoría
Introducción	Instrucciones de rellenado de la encuesta
1	Los medios de comunicación
2	Ropa, calzado y juguetes infantiles y artículos para puericultura
3	La alimentación, las bebidas y los productos y artículos del hogar (sólo responsables de las compras del hogar)
4	El consumo personal
5	Ropa y calzado (cuestionario mujeres / hombres)
6	El comercio y las compras
7	Los equipamientos personales y de la casa
8	Servicios financieros, seguros y el automóvil
9	Viajes, vacaciones, deporte y tiempo libre
10	Un día en su vida
11	Aseo, Belleza y Salud (cuestionario mujeres / hombres)
12	Empleo, estudios y otras opiniones

547 productos

Más de 750 marcas

Más de 850 frases actitudinales y criterios de elección

Más de 2.500 preguntas

Más de 7.500 marcas

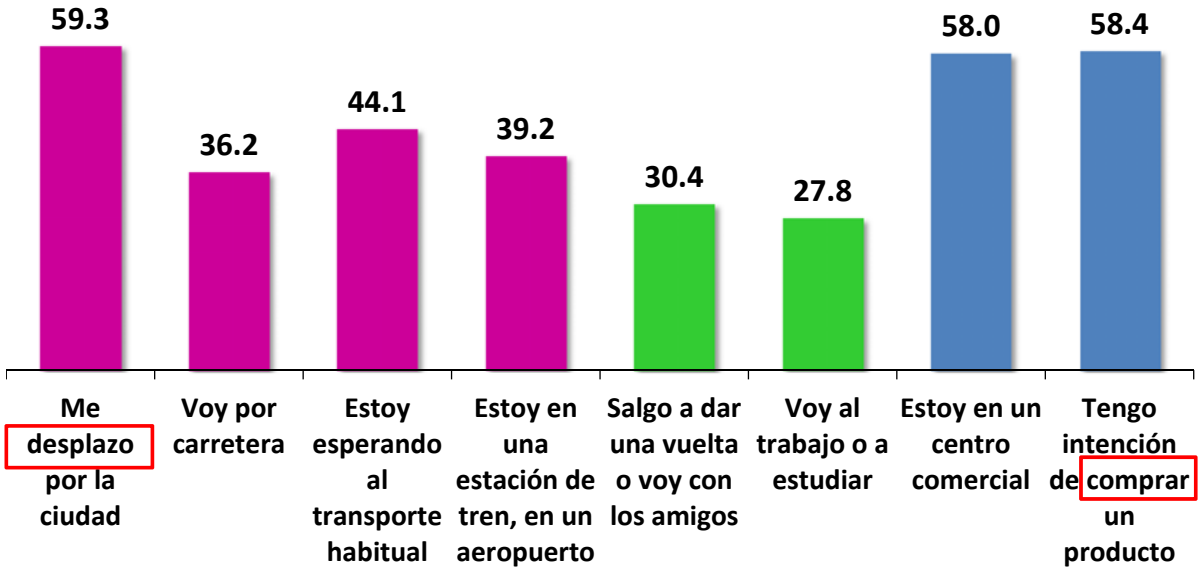
PREGUNTAS RELATIVAS A EXTERIOR

- Momento en el que la gente se fija en la publicidad exterior
- Frases actitudinales
- Utilidades de la publicidad exterior
- Audiencia en el día de ayer por soportes
- Audiencia en los últimos siete días por soportes
- Publicidad en pantallas de TV en el metro
- Publicidad en pantallas de loterías y apuestas del Estado (2012)

FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

Me facilita la **localización** de establecimientos comerciales	57,7
Me proporciona información sobre nuevos productos, ofertas y promociones	54,1
Me proporciona **informaciones** prácticas de productos o servicios	40,5
Me distrae, me **entretiene** cuando voy por la calle, en coche, etc.	31,5
Me proporciona información para decidir gastos importantes	14,9
Me proporciona información sobre mis gustos y aficiones favoritas	13,5
Me proporciona información para decidir las compras habituales del hogar	13,1

CUÁNDO NOS FIJAMOS EN LA PUBLICIDAD EXTERIOR



OPINIONES SOBRE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

La publicidad en los sitios de venta favorece la compra	56,4
No me molesta la publicidad que hay en la calle	53,8
La publicidad en la calle es cada vez más creativa e innovadora	51,0
La publicidad en la calle es un medio más para obtener información	48,0
La publicidad en la calle es un referente de la ciudad, nos ayuda a situarnos, a localizar comercios, etc.	43,3

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO (EGM)

Más de **7.500**
marcas

PERFIL ENRIQUECIDO

"ME GUSTA ESTAR INFORMADO DE LAS PROMOCIONES, REBAJAS Y OFERTAS A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD"

52%

"LA ECOLOGÍA SE HA CONVERTIDO EN UNA NECESIDAD EN NUESTRA SOCIEDAD"

75%

"INTENTO IR A SITIOS DIFERENTES EN MIS VACACIONES"

57%

SOPORTES DE EXTERIOR

MEDIÁTICOS ARRIESGADOS TECNOLÓGICOS	DUALES OCIO AHORRADORES	ATAREADOS RACIONALES ASPIRACIONALES	SIBARITAS ESTÉTICOS SATISFECHOS
Informática Cultura, entret.	Salud Bebidas	Viajes, vacaciones Cocina	Finanzas Lujo
Tren	**Metro**	**Autobús**	**Aeropuerto**

SOPORTES DE EXTERIOR

PRÁCTICOS
INFORMADOS
DISCRETOS

Distribución
Juego

FAMILIARES
CONSUMISTAS
VARIADOS

Infantil
Accesorios moda

PRESUMIDOS
CALLEJEROS
IMPULSIVOS

Deporte
Ropa

Mobiliario exterior **Mobiliario interior** **Cabinas**

SOPORTES DE EXTERIOR

MODESTOS
ATAREADOS
CÓMODOS

Automoción
Bricolaje

IDEALISTAS
TRABAJADORES
CAPRICHOSOS

Música
Belleza, cosmét.

ECOLÓGICOS
RESPONSABLES
HOGAREÑOS

Energía
Diseño, muebles

Vallas **Lonas** **Luminosos**

CASO PRÁCTICO: PLATOS PREPARADOS

Consumo mensual de platos preparados

	TOTAL POBLACIÓN	DIARIOS	SUPLEM.	TOTAL REVISTAS	INTERNET AYER	RADIO	CINE ÚLT.SEM	TV	EXTERIOR AYER
PERFIL	44,0	43,5	42,3	48,0	51,9	47,0	45,4	44,7	48,1
PENETRACIÓN	44,0	16,3	7,7	22,3	22,0	27,5	1,5	39,5	27,6

	Mobiliario Urbano con publicidad	Publicidad en Vallas, Postes y Carteles en calles / carreteras	Publicidad dentro del aeropuerto	Publicidad en Clubs, pubs o terrazas
PERFIL	51,0	51,4	52,6	51,1

	Total Marcas Fabricantes	La Cocinera	Frudesa	Pescanova	Findus	Buitoni
TOTAL POBLACIÓN	12,2	3,3	1,7	1,7	1,7	1,1
EXTERIOR AYER	13,4	3,5	1,9	2,0	1,9	1,3
INCREMENTO	+9,8	+6,1	+11,8	+17,6	+11,8	+18,2

BOCA A BOCA: PLATOS PREPARADOS

	TOTAL Población	EXERIOR Ayer
Ha hablado a mucha gente distinta de alimentación y comida	12,8	15,5
Ha hablado a amigos y familiares sobre alimentación y comida	46,7	50,0
Ha enviado comentarios por correo o internet sobre alimentación y comida	5,4	7,2
Podría dar mucha información acerca de alimentación y comida	11,5	13,7
Tienen mucha o bastante probabilidad de convicción acerca de alimentación y comida	15,0	17,3

CASO PRÁCTICO: REFRESCOS SIN GAS

Consumo anual de refrescos sin gas

	TOTAL POBLACIÓN	DIARIOS	SUPLEM.	TOTAL REVISTAS	INTERNET AYER	RADIO	CINE ÚLT.SEM	TV	EXTERIOR AYER
PERFIL	27,5	27,6	26,9	29,5	30,5	28,6	28,7	27,8	29,6
PENETRACIÓN	27,5	10,3	4,9	13,7	12,9	16,7	1,0	24,6	17,0

	Publicidad dentro del tren	Publicidad en estaciones de tren	Publicidad dentro del metro	Publicidad en estaciones de metro	Publicidad en la parada del autobús	Publicidad en Clubs, pubs o terrazas
PERFIL	36,0	36,7	34,9	33,5	31,9	33,0

	Total Marcas Fabricantes	Trina	Sunny Delight	Don Simón	Radical Fruit
TOTAL POBLACIÓN	23,8	12,3	5,4	4,0	1,8
EXTERIOR AYER	25,3	13,0	5,3	4,4	1,9
INCREMENTO	+6,3	+5,7	-1,9	+10,0	+5,6

BOCA A BOCA: REFRESCOS SIN GAS

	TOTAL Población	EXERIOR Ayer
Ha hablado a mucha gente distinta de bebidas sin alcohol/refrescos	4,2	5,2
Ha hablado a amigos y familiares sobre bebidas sin alcohol/refrescos	24,7	29,3
Ha enviado comentarios por correo o internet sobre bebidas sin alcohol/refrescos	2,5	3,7
Podría dar mucha información acerca de bebidas sin alcohol/refrescos	2,9	3,7
Tienen mucha o bastante probabilidad de convicción acerca de bebidas sin alcohol/refrescos	7,0	8,8

1 DÍA EN SU VIDA (Tendencia tiempo fuera de casa)

Total población

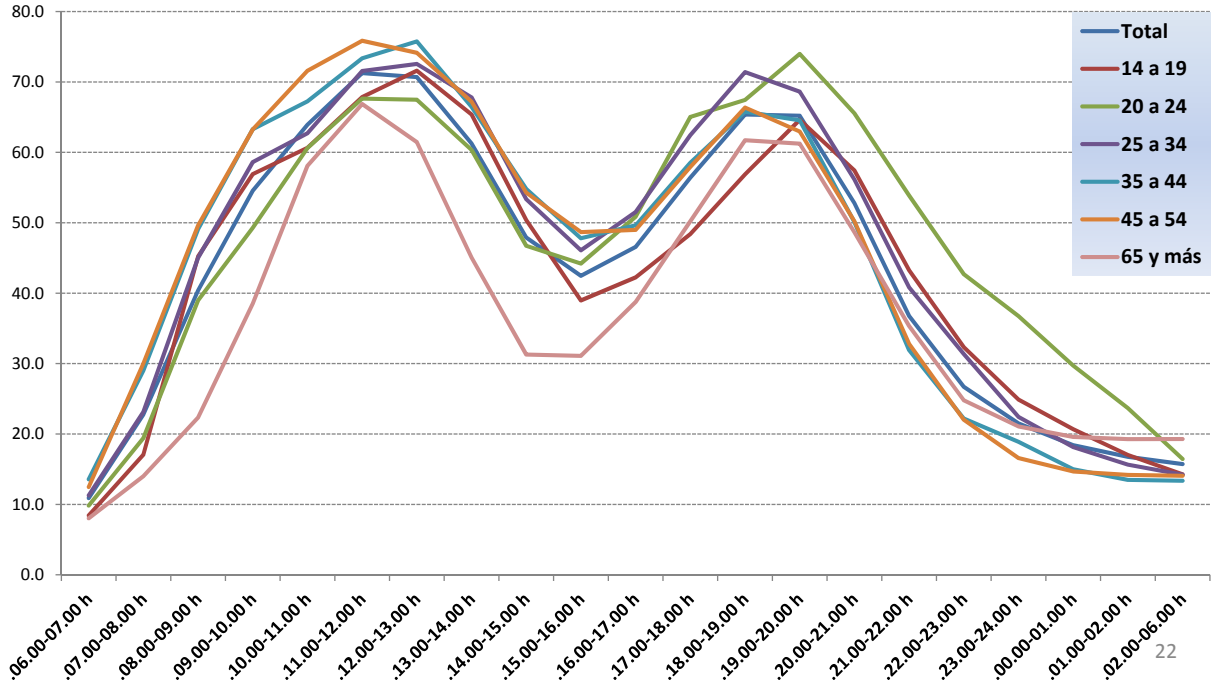
	AIMC MARCAS								
	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
% Tiempo en casa	66,4%	66,5%	65,8%	65,5%	66,1%	68,8%	68,1%	69,2%	68,6%
Tiempo fuera de casa / minutos (incluyendo dormir)	460,0	457,9	444,9	452,2	465,1	436,0	444,8	436,5	432,3
% Tiempo fuera de casa (incluyendo dormir)	35,1%	35,4%	36,3%	36,7%	37,7%	34,2%	34,3%	34,4%	34,2%
Tiempo fuera de casa / minutos (excluyendo dormir)	850,3	837,7	810,3	815,4	795,6	808,1	822,5	806,8	801,2
% Tiempo fuera de casa (excluyendo dormir)	54,1%	54,7%	54,9%	55,5%	58,5%	54,0%	54,1%	54,1%	54,0%

El tiempo fuera de casa permanece prácticamente **constante** a lo largo de los años

1 DÍA EN SU VIDA (Tiempo fuera de casa por edades)

Año 2011

% Tiempo fuera de casa (excluyendo dormir)	Total	Edad 14 a 19	20 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 y más
	54,1%	57,2%	61,0%	60,9%	58,7%	55,9%	49,7%	39,0%



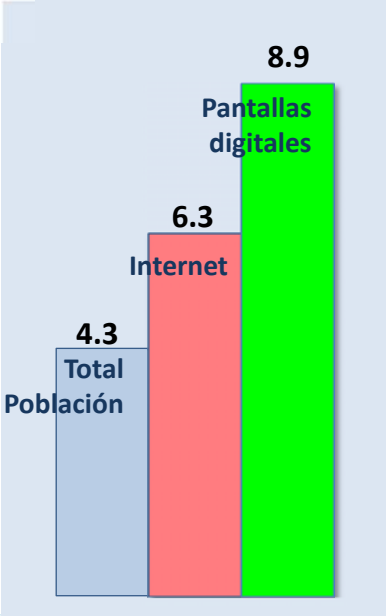
PERCEPCIÓN DE LA PUBLICIDAD

	TOTAL Población	EXTERIOR Ayer
A la publicidad le exijo que sea entretenida	41,6	48,0
En general me gusta la publicidad	30,9	36,6
La publicidad en la calle me ayuda a recordar marcas que he visto en TV, prensa, etc. NEW	35,3	42,6
Siempre que voy en el coche escucho la radio	57,1	63,5
Suelo visitar una web si la veo anunciada	17,1	19,5

PÚBLICO PANTALLAS DIGITALES & INTERNET

NEW

Acceso habitual a internet
(a través del teléfono móvil)



Servicios utilizados en el teléfono móvil habitualmente

- Juegos
- Radio
- VoIP (ej: Skype)
- Enviar/recibir emails
- Bajar música
- Bajar juegos
- Bajar tonos de llamada
- Bajar otras aplicaciones
- Chat/mensajería instantánea
- Deportes o noticias deportivas
- Noticias/Información del tiempo
- Información sobre tráfico/viajes
- Boletines financieros
- Compras

Últimos 12 meses

PÚBLICO PANTALLAS DIGITALES & INTERNET

Servicios accedidos en internet habitualmente últ. 12 meses

- **Visitar páginas webs de:**
  - Revistas
  - Cartelera cine/Guía eventos
- **Bajar información por la red (pagando o sin pagar:**
  - Bajar programas informáticos
  - Bajarse Podcast
  - Bajarse vídeos

PÚBLICO PANTALLAS DIGITALES & INTERNET

Servicios accedidos en internet habitualmente últ. 12 meses

- **Otras Actividades:**
  - Leer blogs
  - Jugar Lotería Nacional
  - Juegos (Apuestas, Poker, juegos Casino)
  - Ver televisión
  - Cita on line
  - Participar en el mundo virtual
  - Trabajar desde casa
  - Participar en concursos
  - Pagar facturas (gas, electricidad)
  - Obtener información sobre derechos del consumidor /consejos legales
  - Leer/escribir comentarios en twitter

PÚBLICO PANTALLAS DIGITALES & INTERNET

Servicios accedidos en internet habitualmente últ. 12 meses

- **Hacer una compra online de:**
  - Hardware y accesorios informáticos
  - Joyas
  - Teléfonos móviles y accesorios
  - Material deportivo
  - Entradas para eventos (cine, teatro, espect.)
  - La compra de casa (alimentación, etc...)
  - Perfumería/cosméticos

PÚBLICO PANTALLAS DIGITALES & INTERNET

"Cada vez utilizo más internet"

"No podría vivir sin internet en el móvil"

Equipamiento de alta tecnología como tablet y SmartTV

¡Muchas gracias
por “bucear” con nosotros!