

---

Realizado por:  
Descalzo Camila,  
Orazi Agostina,  
Peiretti Juan Ignacio



*Presentación de*  
**PUBLICIDAD EN VÍA PÚBLICA**

---

# Índice de CONTENIDOS



---

**01. Definición**

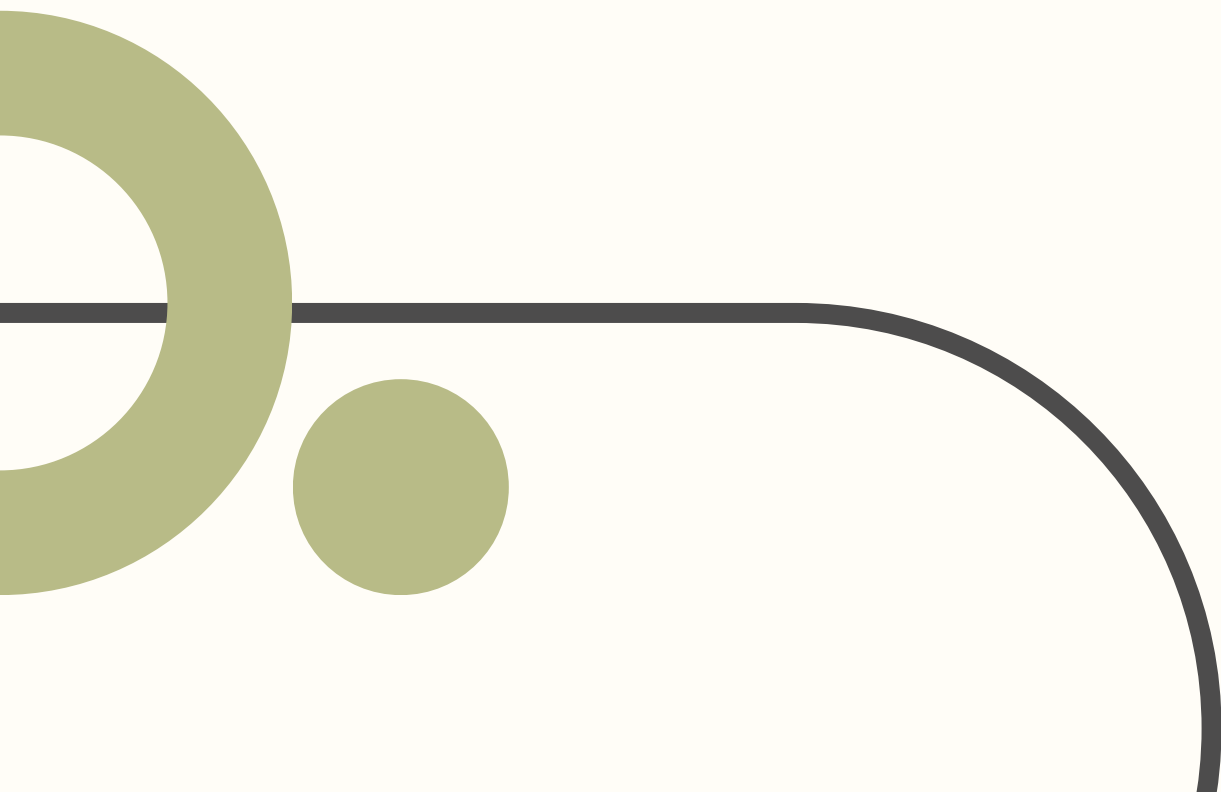
---

**02. Tipos de formas publicitarias**

---

**03. Unidad de medida**

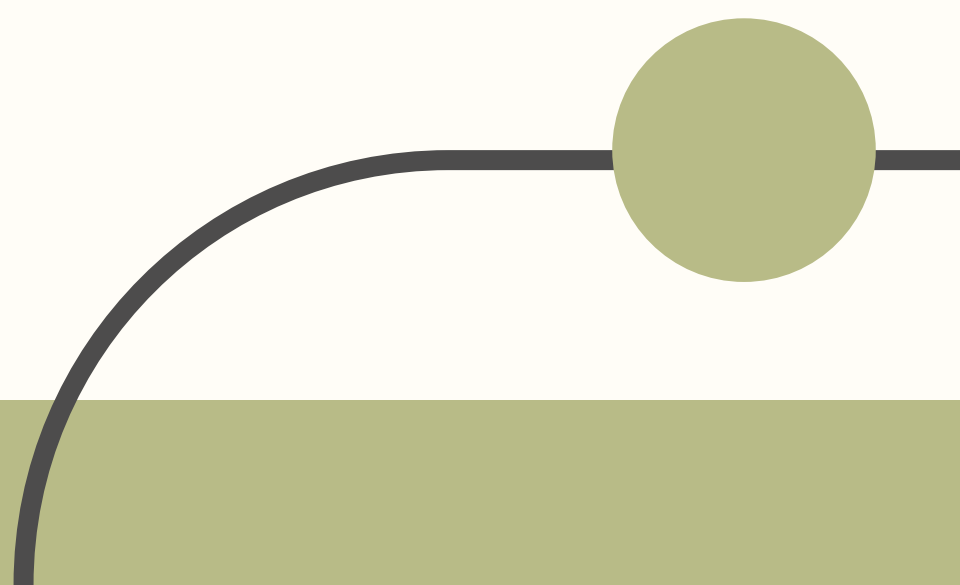
---





# ➔ Introducción ➔

**En esta presentación vamos a definir lo que es la publicidad en la vía pública, vamos a definir los diferentes tipos que podemos encontrar, su unidad de medida propia, sus características y los ejemplos de cada uno de estos tipos.**





01

*Investigación:*  
**Definición**

# VÍA PÚBLICA

## ➔ Definición

Es el medio más antiguo utilizado por el hombre, este mismo es meramente publicitario por lo cual esto lo diferencia del resto. Utilizado en gran medida desde el siglo XX.





# ACTUALIDAD



**Actualmente este medio esta en auge gracias a los diferentes avances que se están generando en los diferentes soportes y formatos, generando así soportes más atractivos y más funcionales.**



02

*Investigación:*

**VARIEDAD DE**

**TIPOS**

# ➔ VALLAS

Son el soporte más antiguo ,normalmente tienen un formato horizontal y su tamaño puede variar.

Los tamaños más frecuentes son 3x4 y 3x8.





# ➔ MOBILIARIO URBANO

Como mobiliario urbano podemos encontrar 3 diferentes tipos:

- **1- Mupis:** paneles verticales, luminosos instalados en las aceras. Llamam la atención y cumplen con una segunda función.
- **2- Columnas:** cumplen con una altura de tres o cuatro metros, también cumplen con una segunda función.
- **3- Marquesinas:** cumplen con dos funciones tanto publicitaria y de descanso para las personas en paradas de bus.



# ➔ PUBLICIDAD MÓVIL

Se instala en trenes, metros, autobuses y taxis, puede ser tanto en el interior como en el exterior



# ➔ KIOSCOS

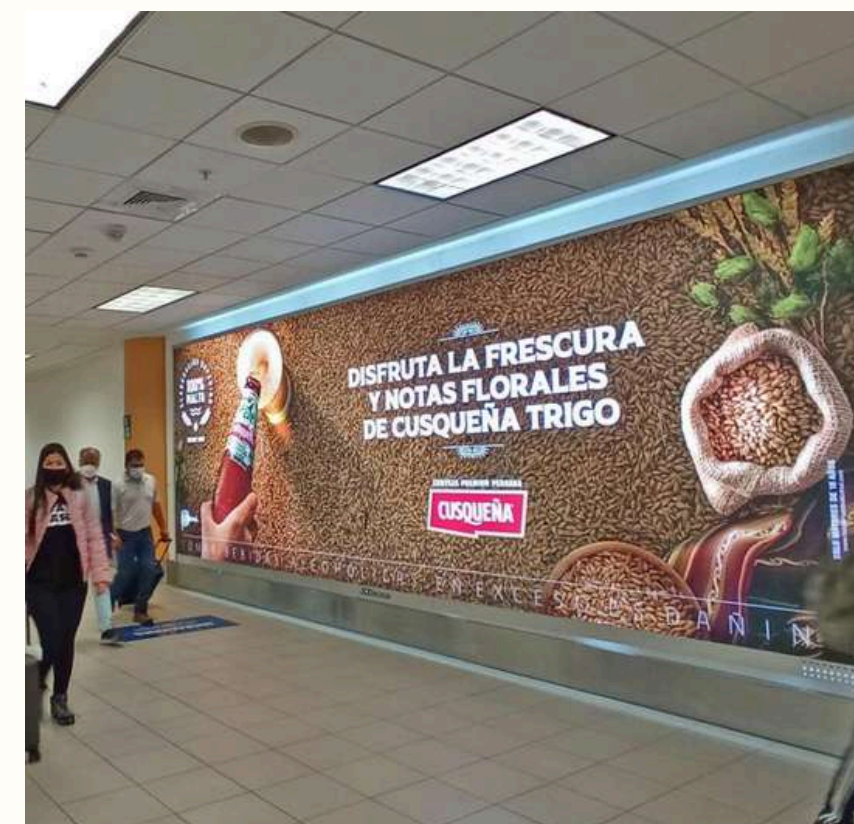
Espacios publicitarios que pueden estar retroiluminados, que se contratan por circuitos.



# ➔ PUBLICIDAD ESTÁTICA

Podemos encontrar 4 tipos:

- **Las vallas o carteles:** suelen encontrarse en lugares cerrados con gran impacto en el público. Los lugares más comunes son aeropuertos, estaciones de buses, de tren. La principal característica es la cantidad de información que contienen por el tiempo de espera de los consumidores.



# ➔ PUBLICIDAD ESTÁTICA

- Publicidad ubicada en instalaciones deportivas: podemos encontrar diferentes tipos como: Publicidad estático deportiva, publicidad multimedial, vallas o carteles que se ubican en los auditorios.



# ➔ PUBLICIDAD ESTÁTICA

- Cabinas telefónicas: vallas o carteles que adornan la cabina.



# ➔ PUBLICIDAD ESTATICA

- **Banderolas:** normalmente destinadas a fines de interés publico, utilizadas para ferias o actos culturales.

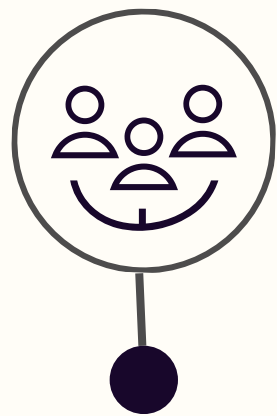




03

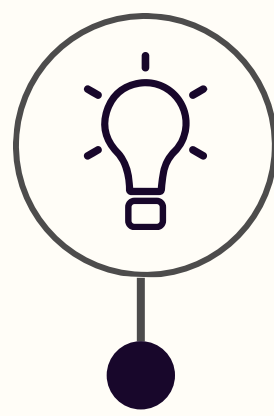
*Investigación:*  
**UNIDAD DE  
MEDIDA**





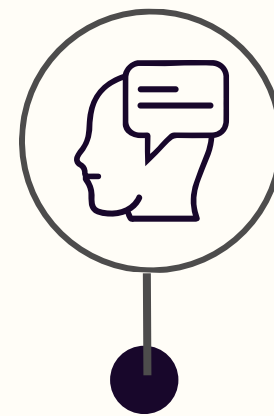
## IMPACTO

Índica cuántas personas en total han estado expuestas al anuncio publicitario exhibido en la Vía Pública. A medida que se consigue que el consumidor preste atención a un anuncio es que esa marca estará entre sus opciones de compra real.



## ALCANCE

Mide cuántas personas podrían haber visto el anuncio por lo menos una vez. El alcance se puede determinar utilizando datos demográficos, ubicación geográfica y mediciones de tráfico para estimar hasta cuántas personas pueden pasar por el lugar donde se encuentra el elemento publicitario



## FRECUENCIA

Refiere la cantidad de veces en promedio que una persona puede ver un anuncio. Una mayor frecuencia puede aumentar el recuerdo del mensaje publicitario, lo que a su vez puede aumentar la efectividad de la campaña.



## TRPS

Es el resultado de multiplicar el porcentaje de personas que estuvieron expuestas a un mensaje publicitario (alcance) por el número de veces que fueron expuestas a ese mensaje (frecuencia).



Muchas  
**GRACIAS**

