

ComparTeVe: la compañía más innovadora de Latinoamérica

MIAMI. Uruguayos premiados en Festival of Media LatAm 2012

La startup uruguaya ComparTeVe, creada por los emprendedores Gabriel Roizner, Federico Zubia y Maximiliano Schatz, fue premiada en la categoría Media Accelerator Programme, como la empresa joven más innovadora relacionada a medios del 2012, en el Festival of Media LatAm 2012, el mayor encuentro anual de la industria de los medios y la comunicación latinoamericana.

Por segundo año consecutivo este premio queda en manos de emprendedores uruguayos, ya que en 2011, la empresa Kidbox - un servicio de internet seguro para niños liderado por Martín Larre y Alan Kind- fue galardonada tras presentar su proyecto en un discurso de cinco minutos.

Dentro del jurado destacaron directivos de empresas como Google, Yahoo, Facebook, IBOPE, Viacom, IMS, OMD, FOX, entre otras.

Innovación para televisión

ComparTeVe, incubada por el Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) de la Universidad ORT, participa también de la cuarta generación de empresas aceleradas por el programa StartUp Chile.

Se trata de una aplicación móvil gratuita, que reconoce lo que se está mirando en televisión mediante un algoritmo propio, utilizando una pequeña muestra de audio y creando micro redes



Gabriel Roizner y Maximiliano Schatz recibiendo el premio

sociales entorno a los programas en vivo.

Los socios visualizaron tres actores para su herramienta: los canales de televisión, los usuarios y las marcas o las agencias de publicidad.

Esta innovación permite a los canales interactuar en tiempo real con sus televidentes, ya que pueden responder encuestas sin costo adicional y ganar premios interactuando con los comerciales de las diferentes marcas.

Mediante este sistema los usuarios pueden intercambiar opiniones y comentarios con la comunidad, amigos y publicar en Facebook y Twitter lo que están mirando.

Para los canales y marcas, es una manera de hacer publicidad

de acuerdo al perfil de usuario, porque permite una nueva forma de conocer a sus televidentes y clientes, ayudando a tomar mejores decisiones.

La plataforma de Business Intelligence, que integra información no tradicional de audiencia, permite además una nueva forma de medición de televidentes.

Para su desarrollo analizaron la competencia y estudiaron el caso de 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.

Seguir creciendo

La herramienta, que fue presentada en Uruguay a mediados de este año, tiene previsto el lanzamiento de su servicio en Chile para fines de octubre.

Luego seguirá con su expansión regional para lanzar el producto en Colombia y Perú antes de fin de año.

El gran objetivo es abarcar la mayoría de los países de Latinoamérica para el próximo año.

Además, la empresa está trabajando en alianzas comerciales para bonificar a los usuarios que descarguen y utilicen la aplicación. ●