



EN DIRECTO

Rajoy pide que la unión bancaria de la UE se materialice en diciembre

Levante-EMV.com » Ingenio



Innovación y empresa

Ojos artificiales para obtener un perfil del consumidor

El proyecto «Retina», apoyado por el Instituto Tecnológico AIDO, capta el género y edad de los clientes de un negocio para luego rentabilizarlo

11:44



Tweet 5

Recomendar 9

ÁNGEL GARCÍA En un momento en el que la tecnología está más que nunca al servicio de las necesidades de todo tipo de sectores, el dedicado a la gestión y venta en locales puede verse enormemente favorecido por un proyecto que promete cambiar la forma con la que las empresas recopilan información sobre sus clientes para luego hacer más efectiva la venta de sus productos. Se trata de la iniciativa «Retina» (Real Time Information Application), consistente en la elaboración de un sistema conformado por varias cámaras de vídeo capaces de utilizar tecnologías de análisis artificial para obtener datos visuales y de comportamiento de los ciudadanos que entran a comprar a una firma.



«Retina» consta de varias cámaras inteligentes que analizan al cliente para rentabilizar a la empresa.

La investigación, iniciada en 2011 y coordinada por las empresas internacionales CSD-Company e Infodif cuenta además con la experiencia y la colaboración del Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen AIDO. Así, el prototipo resultante constituye una herramienta total capaz de medir el éxito de las actividades de marketing realizadas por empresas de distribución minorista a través de varias líneas de recopilación de información (una que procesa el flujo de clientes, los puntos calientes o los tiempos de espera; y otra que reconoce la edad y el género de los usuarios y que ha sido desarrollada por AIDO).

Marketing más sencillo para las empresas

«El objetivo es conocer el comportamiento del cliente colocando cámaras en zonas estratégicas y usando una serie de algoritmos capaces de usar ese perfil del comprador para mejorar la gestión y las campañas publicitarias de las empresas», comenta José Juan Esteve, responsable del proyecto en AIDO. «La iniciativa ha sido apoyada por el Programa Europeo «Eurostars» y por el Ministerio de Economía y Competitividad por su innovación, y permite reaprovechar los circuitos de cámaras ya instalados en las empresas», añade.

Pese a sus varias funcionalidades, «Retina» está diseñado para operar óptimamente en el sector de venta textil, donde mejoraría la gestión de los propietarios al ser capaz de reconocer las características físicas y talla de los clientes, contabilizar el número de personas en cada momento o informar sobre sus predilecciones por unas prendas u otras cada vez que realizan un recorrido o una nueva adquisición en el local. «Hemos elegido varias tiendas de ropa para probar el prototipo de la idea porque abundan en los centros comerciales, aunque el dispositivo puede resultar útil para cualquier sector o negocio que necesite conocer mejor a sus públicos para ser más rentable», aclara el portavoz de AIDO.

Conocimiento directo sobre los clientes

Conocer al cliente y sus gustos es el primer objetivo de cualquier negocio y también es la idea de partida de la iniciativa «Retina». Y es que es la primera solución legal existente en el mercado que permite obtener una información directa y continua sobre el comprador, lo cual permite a los negocios medir el éxito de sus cambios en el local y conocer qué medidas son acertadas o no para mejorar su rendimiento. Además, este conocimiento del cliente «tipo» del establecimiento también puede suponer un notable ahorro para el empresario a la hora de idear futuras campañas publicitarias.

Otras aplicaciones. Para centros comerciales

Dadas las flexibles características del sistema «Retina», y una vez puesto a la venta el producto final, este conjunto de cámaras inteligentes podría ayudar a potenciar el rendimiento de casi cualquier empresa dedicada al trato directo con personas. Tal y como asegura José Juan Esteve, director del proyecto en el instituto AIDO, «el sistema podría usarse en farmacias, ópticas, tiendas de telecomunicaciones o cualquier otro negocio que necesite estudiar a sus clientes». Otra potencial aplicación que apunta Esteve podría ser instalar este producto en las pantallas de anuncios dinámicos de avenidas o centros comerciales, pudiendo así captar y analizar a los ciudadanos para mostrarles un anuncio más cercano a sus gustos.

Colaboradores



VICERECTORAT D'OCCUPACIÓ I ACCIÓ SOCIAL



¿Quiere darle visibilidad a su empresa en Internet?

Levante-emv.com cuenta con una sección de noticias de empresa de la Comunitat Valenciana donde su empresa no puede faltar.

Anuncios Google

Master Innovación- DBS

Nuevas manera de crear valor y fomentar creatividad e innovación www.deustombi.com

Agencia Marketing ONLINE

Aumente sus ventas, Plan Mkt Online Estrategia Social Media Marketing shoutad.com/Agencia+Marketing+ONLINE

AdWords

Creemos su Primera Campaña Gratis, Llamando Ahora al 900 814 554! www.Google.es/AdWords