



**indra**

**adapta**

**Comunicado  
de prensa**

## **EL PROYECTO DE I+D+i “ADAPTA” LLEVA, POR PRIMERA VEZ, LA PUBLICIDAD PERSONALIZADA A LOS ESPACIOS PÚBLICOS**

- **A través de la tecnología más pionera, promueve la interacción del consumidor con contenidos digitales no intrusivos, diseñados a su medida y aplicables a cualquier medio de comunicación**
- **“ADAPTA” integra en un único “espacio” innovadoras soluciones de vanguardia, como la identificación de emociones en tiempo real, aplicaciones holográficas de representación de contenidos publicitarios en 3D o tecnología robótica**
- **El proyecto, cuya primera fase acaba de terminar, está liderado por Indra y participan en él empresas de TI, medios de comunicación y telecomunicaciones, así como centros de investigación y universidades**

El proyecto de I+D+i “ADAPTA: Tecnologías para la personalización y la interacción de contenidos digitales”, liderado por Indra, ha concluido en Málaga su primera fase de desarrollo (2012-2014), en la que se han implementado las soluciones más pioneras del sector para lograr, por primera vez en el mercado, la integración del consumidor con contenidos publicitarios Ad-Hoc en escenarios públicos. Se trata de una iniciativa totalmente innovadora y única en España, que consigue llevar a la realidad tecnologías consideradas hasta ahora ciencia ficción.

El objetivo es el desarrollo e integración de soluciones tecnológicas que permitan el consumo de contenidos publicitarios entregados a los usuarios de forma personalizada, dinámica y no intrusiva, de acuerdo a sus preferencias y necesidades. Este tipo de contenidos será aplicable a cualquier medio de comunicación (televisión, radio, prensa, internet...) y podrá visualizarse en diferentes ámbitos de carácter público.

Integrar al consumidor con las marcas, mejorar el impacto sobre el público objetivo y evitar un lanzamiento masivo de publicidad que enturbie al usuario, son las piedras angulares de este proyecto, cuya meta a corto plazo es el empuje del sector publicitario hacia un cambio en el modelo de negocio.

Para ello, ADAPTA ([www.ininterconectaadapta.es](http://www.ininterconectaadapta.es)) contempla la construcción de un sistema capaz de ofrecer contenidos multimedia y servicios interactivos avanzados de interés para diferentes grupos. Tomando como base la personalización de estos contenidos, en función



del tipo de colectivo que los consume o, incluso, del propio destinatario final, la plataforma incentiva la oferta publicitaria y consigue una propuesta 'hecha a medida' con la que el usuario puede interactuar continuamente.

El proyecto cuenta con un presupuesto global de 5,2 millones de euros dentro del programa Feder-Interconecta, que promueve el desarrollo de proyectos de innovación con proyección internacional. Este programa es una iniciativa del CDTI (organismo dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad) cofinanciada por el Fondo Tecnológico a través de fondos FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional) y la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.

Indra coordina la iniciativa dentro de un consorcio en el que también están presentes empresas especializadas en Tecnologías de la Información, medios de comunicación y telecomunicaciones, como Secuoya, Ingenia, Wellness Telecom, Bellow y Tedia; centros de investigación como la Fundación para la Investigación y el Desarrollo de las Tecnologías de la Información en Andalucía (FIDETIA); y otras sociedades del conocimiento, como las universidades de Málaga, Granada y la Universidad Politécnica de Madrid.

### **Innovación de vanguardia**

El principal beneficio es la personalización de los contenidos publicitarios en función de las necesidades y gustos del consumidor y su interacción con ellos. De esta forma, el proyecto contempla la interactividad entre el usuario y el contenido publicitario mediante nuevos sistemas de señalización digital dinámica (Digital Signage) y facilita esta 'relación' haciendo posible la adquisición instantánea de los productos y artículos a través de tecnología móvil.

Con este propósito, ADAPTA incluye la incorporación de técnicas de Business Intelligence que permitirán la identificación de aspectos clave del usuario (preferencias, movimientos oculares, dispositivos móviles, etc.), para crear perfiles específicos con los que identificarle, favoreciendo así el consumo en función de los gustos e intereses personales. El proyecto también contempla la identificación publicitaria, mediante un sistema capaz de analizar la respuesta del usuario y determinar el grado de satisfacción hacia el contenido mostrado.

Además, el sistema permite obtener información en tiempo real del impacto de las diferentes campañas publicitarias sobre un público objetivo. De esta forma, se podrá planificar futuras campañas y venta de publicidad de forma eficiente y productiva, tanto para los anunciantes como para los propios consumidores.

Asimismo, incorpora otros elementos de vanguardia, pioneros en el mercado publicitario. Uno de ellos es 'Gualzru', una unidad autónoma móvil que suscita la atracción del usuario mediante tecnología robótica y de interactividad social. Se trata de un robot cuyo objetivo es interactuar con los posibles clientes, atrayéndolos hacia el contenido publicitario y ofreciéndoles toda la información que sea precisa.

Por otra parte, ADAPTA trabaja en el desarrollo de un sistema interactivo de representación holográfica, capaz de generar un contenido publicitario en 3D con el que llamar la atención del consumidor. Gracias a este sistema, las marcas podrán generar una imagen real a nivel visual de sus productos que será mucho más atractiva y acorde con las características reales del mismo.



### **Pruebas en entornos públicos**

Una de las principales capacidades de ADAPTA es su aplicación en entornos públicos, permitiendo así la personalización de los gustos de consumo y la interacción del destinatario o destinatarios con estos en un espacio que va más allá de su ámbito privado. Para cumplir con ese propósito, los prototipos serán probados en varios escenarios de Málaga y Sevilla, como un aeropuerto, una estación de tren, un centro comercial o el propio Parque Tecnológico de Málaga.

La elección de estos espacios está determinada por el propio entorno donde se van a desarrollar, la tecnología de entrega y visualización del contenido, así como por el grado de interacción con el usuario final, receptor de la publicidad. Además, se trata de ámbitos con gran tránsito y flujo de personas, donde se garantiza la variedad de gustos y destinatarios, a la vez que se asegura la operatividad y aplicación futura del propio proyecto.

### **Servicios interactivos de referencia**

Indra es compañía de referencia en consultoría y creación de servicios interactivos, gracias a una experiencia de más de diez años en el sector, que se refuerza con el desarrollo de algunos de los proyectos más significativos que actualmente se están llevando a cabo en este ámbito. La multinacional tecnológica ha liderado el proyecto de I+D+i “ImmersiveTV” que ha hecho posible, por primera vez, el desarrollo de tecnologías de producción de contenidos digitales inmersivos para promover la sensación de integración del espectador con la televisión, mucho más allá de las actuales técnicas 3D.

Asimismo, también ha sido líder en el proyecto internacional de I+D+i SeniorChannel, con el que se ha creado un canal interactivo de televisión por Internet destinado a las personas mayores y en el que este colectivo puede disfrutar de contenidos personalizados, interactuar, compartir conocimientos y experiencias, así como divertirse creando sus propios programas.

Indra, presidida por Javier Monzón, es la multinacional de consultoría y tecnología nº1 en España y una de las principales de Europa y Latinoamérica. La innovación es la base de su negocio y sostenibilidad, habiendo dedicado más de 570 M€ a I+D+i en los últimos tres años, cifra que la sitúa entre las primeras compañías europeas de su sector por inversión. Con unas ventas aproximadas a los 3.000 M€, el 61% de los ingresos proceden del mercado internacional. Cuenta con 42.000 profesionales y con clientes en 138 países.