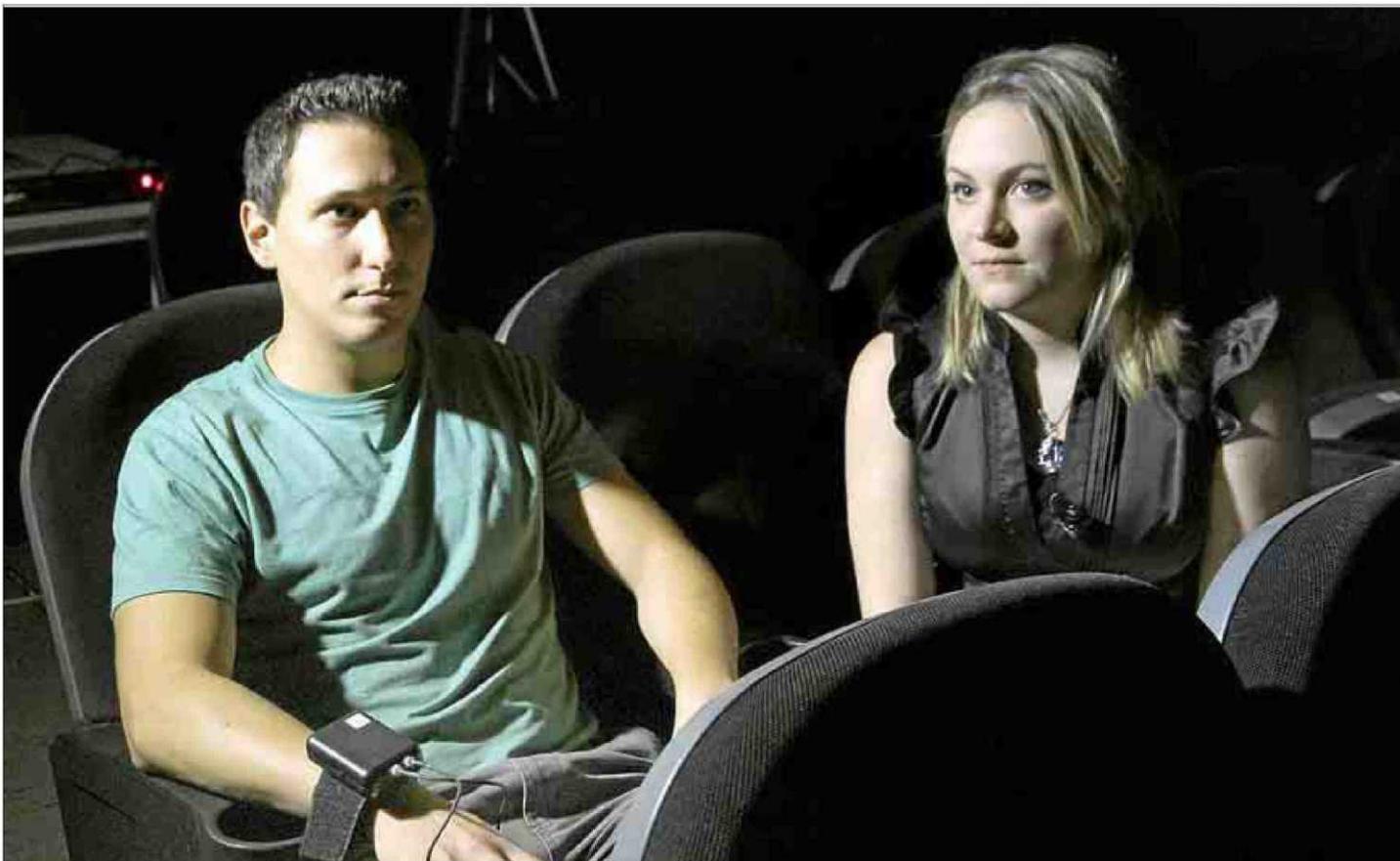




PREMIOS INNOVADORES 2014 DE EL MUNDO DE CASTILLA Y LEÓN



Elena Martín, directora y socia de Sociograph (d), junto a un espectador durante una prueba en un cine de Palencia. / BRÁGIMO

MEJOR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN UNIVERSITARIA

Medidores de pasiones y escalofríos

Aunque en el sello de Sociograph aparezca la empresa palentina Icon Multimedia, la trazabilidad de esta compañía se remonta a una patente de la Universidad de Salamanca / Una joven de 25 años dirige un servicio que mide las reacciones humanas ante los estímulos externos

M. Á. RODRÍGUEZ / PALENCIA

Sociograph Neuromarketing es uno de esos casos que deberían ponerse como ejemplo cuando se habla de la colaboración entre la Universidad y la empresa. Porque el conocimiento de la una y la capacidad para aportar valor añadido de la otra, combinados, pueden convertirse en los primeros metros del camino hacia la gloria.

Uno de los ideólogos del 'invento' fue José Luis Martínez, profesor de la Universidad de Salamanca en Ávila. Diseñó un aparatoso sistema capaz de, literalmente, medir las emociones de las personas. Sus reacciones ante los estímulos externos. Los sensores transmiten unos impulsos -imperceptibles- de los que se puede extraer si a un sujeto le agrada o no algo, si le perturba, si le conmueve.

«Nace como una apuesta entre profesores, que estaban convencidos de que la figura de los jurados típicos de Estados Unidos puede estar influenciada por lo que sucede en la sala de juicios y, además, estas personas no tienen una base de Derecho». Esa suposición de unos académicos es la que da origen a todo. Y ese comienzo del comienzo lo relata Elena Martín que, además de direc-

tora de Sociograph Neuromarketing, es socia. Una de esas personas con iniciativa, ideas y ganas. ¿Por qué? Porque esta responsabilidad es su primera experiencia laboral: tiene

La posible influencia sobre los jurados populares de EEUU fue el principio del comienzo de todo

Elena Martín: «Nos dimos cuenta de que el servicio era más beneficioso que vender el producto»

25 años y es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y en Periodismo.

Cuenta cómo Icon Multimedia, la empresa palentina de los hermanos Hornos -Rafael y Enrique- se interesó por el desarrollo de la Universidad de Salamanca, que le cedió la patente. Cómo, tras darle un par de vueltas, logró eliminar el cableado al transformar el sistema a inalámbrico y reducir las dimensiones del 'aparato' -después vino

el software propio para analizar los datos recabados y elaborar informes-. Y remata recordando cómo ella misma se interesó por las dimensiones que podía alcanzar lo que después fue bautizado como Sociograph. Y es que Icon Multimedia se había planteado fabricar el producto y venderlo, así, sin más. «Nos dimos cuenta de que era más beneficioso el servicio, tanto para el cliente como para la futura empresa que nos planteábamos montar». *Veni, vidi, vici*. Porque rastrearon el mercado, palparon las posibilidades que éste ofrecía y levantaron la sociedad Sociograph Neuromarketing, que mide todo tipo de emociones pero que a Elena Martín y a sus socios les regala más bien alegrías.

Aunque el premio concedido por el jurado de los Premios Innovadores se encuadra en la categoría de 'mejor proyecto de investigación universitaria', la propia Dirección de la compañía deja claras sus intenciones: «No es un proyecto, es una realidad».

Tanto es así que, dentro de las decenas de aplicaciones que se pueden extraer del sistema original de Salamanca y rubricado en Palencia, hay grandes grupos que se han fijado en él. ¿Les suena Mediaset? ¿Tourespaña? Hay momentos en los que las aclaraciones,

sencillamente, sobran.

Sociograph es capaz de conocer las sensaciones de una persona ante la distribución de los productos en una tienda. Ante el sabor de un alimento. Cómo los aficionados del Atleti o del Real Madrid influyeron en los jugadores el pasado sábado también podría conocerse. Hay un sinfín de posibilidades.

Pero es que los de Icon Multimedia son 'perros viejos' en el mundo del marketing. Ya llevan unos años trabajando en cartelería dinámica. Por ejemplo, uno de sus mejores clientes es el Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif), pues las estaciones, en especial las de Alta Velocidad, están 'copadas' por desarrollos de la empresa palentina.

Uno de sus productos estrella es un asistente virtual interactivo instalado en aeropuertos de América Latina y de África. Un sistema que hace más fácil el tránsito de los viajeros por los muchas veces enrevesados aeródromos. Fuera de que estas pantallas pueden solucionar la vida de una persona a corto plazo, fue una pieza clave en el ascenso de Icon Multimedia, pues sus productos no sólo salieron al exterior, sino que casi completan la vuelta al mundo. Innovación palentina que vuela alto y circula rápido.