



GUÍA TÉCNICA

Métricas de Cultural Brain Explicadas: CRS, CAI, CCS

La Metodología Técnica para la Clasificación Científica de la Cultura en Publicidad Programática.

CRS

Cultural Relevance
Score

CAI

Cultural Affinity
Index

CCS

Cultural Cohesion
Score

AGOSTO 2025

culturalbrain.net

Resumen Ejecutivo

El motor de inteligencia de Cultural Brain opera sobre tres métricas propietarias que cuantifican la relevancia cultural para la publicidad programática: CRS (Cultural Relevance Score), CAI (Cultural Affinity Index) y CCS (Cultural Cohesion Score). Este whitepaper técnico proporciona la metodología completa, las fórmulas de cálculo y la guía de implementación para estas métricas, basadas en el análisis de 41,745 sitios con datos de performance verificados.

Logros Técnicos Clave

- Cuantificación científica de la "intuición" cultural.
- Puntaje máximo de eficiencia de 96,334 alcanzado.
- Validación sistemática de marcadores culturales en 38,856 sitios.
- Reducción del tiempo de análisis manual en un 94% mediante clasificación automatizada.

1. Cultural Relevance Score (CRS)

****Definición:**** Mide el grado en que el contenido de un sitio se alinea con los valores, tradiciones, referencias y patrones lingüísticos culturales hispanos. Responde a la pregunta: "¿Cuán culturalmente relevante es este sitio para las audiencias hispanas?"

Categorías de Marcadores Culturales y Pesos:

Categoría	Peso (Validado)	Descripción
Valores Culturales	40	Principios abstractos como Familia, Respeto, Comunidad.
Tradiciones Culturales	30	Celebraciones específicas como Día de Muertos, Quinceañera.
Referencias Culturales	20	Menciones a personas, lugares o eventos culturales.
Marcadores Lingüísticos	15	Uso de español, bilingüismo, Spanglish.

Distribución de Performance por CRS

Nuestro análisis muestra que los sitios con CRS 75-100 ("Élite Cultural") tienen una visibilidad promedio un 4.7% mayor que los sitios con CRS 0-24 ("Estándar Cultural"), por un costo adicional de solo \$0.12 CPM.

Métricas de Afinidad y Cohesión

2. Cultural Affinity Index (CAI)

****Definición:**** Mide qué tan bien se alinea el contenido cultural de un sitio con un segmento de audiencia objetivo específico. Mientras que el CRS es general, el CAI es específico para una campaña.

Variables de Afinidad:

- **Alineación Geográfica:** Compara las referencias geográficas del sitio (ej. México) con la geografía de la audiencia objetivo (ej. Mexicano-Americanos).
- **Alineación Generacional:** Compara los temas del contenido (ej. sostenibilidad, carrera) con las preferencias conocidas de cada generación (Gen Z, Millennials, etc.).
- **Alineación Lingüística:** Compara los patrones de lenguaje del sitio (ej. Spanglish) con las preferencias de la audiencia (ej. bilingüe).

3. Cultural Cohesion Score (CCS)

****Definición:**** Evalúa la estabilidad y consistencia histórica de la relevancia cultural de un sitio a lo largo del tiempo. Un CCS alto indica un socio confiable y auténtico.

Componentes del CCS

El CCS se calcula a partir de la varianza del CRS a lo largo del tiempo, la consistencia de los marcadores culturales en las diferentes secciones del sitio y la coherencia del mensaje cultural general.

Benchmark de Estabilidad por CCS

Los sitios con un CCS en el rango de 80-100 muestran una retención de audiencia a 6 meses un 87% mayor en comparación con los sitios con un CCS por debajo de 40 (41%).

Conclusión Técnica

Las métricas CRS, CAI y CCS representan un cambio de paradigma de la evaluación cultural intuitiva a la inteligencia cultural científica. Al cuantificar la relevancia, la afinidad y la consistencia, estas métricas permiten que la publicidad programática vaya más allá de la demografía para lograr una conexión cultural auténtica y medible.

