

Publicidad no tradicional

## Quioscos españoles lanzan la mayor red de marketing móvil



**Crearon un canal de TV interactivo que podrá verse a pie de calle. Los usuarios de celulares podrán descargar juegos, música y cupones con descuentos**

Los quiosqueros de Barcelona van a ser noticia; incluso, es posible que salten a las páginas de los periódicos que ellos mismos venden, tomando un protagonismo informativo inusual. Y es que este gremio, siguiendo la estela de las televisiones que operan en los metros de Madrid y Barcelona, ha creado un canal propio de televisión interactivo que podrá verse a pie de calle, a través de receptores instalados en los quioscos de la ciudad.

Así lo informó la publicación Cinco Días, que indicó que la idea partió de Hermes Publicidad y la Asociación Profesional de Vendedores de Prensa de Barcelona. El lanzamiento oficial está previsto para el 28 de febrero, una iniciativa que puede ayudarles a contar con un nuevo reclamo para atraer clientes, en un momento en que Internet les está restando ventas por el reciente impulso de la lectura de prensa online.

Los socios tecnológicos que respaldan el proyecto son tres: Philips será la encargada de equipar cada quiosco con una pantalla de plasma; SitMobile aportará tecnología bluetooth para mandar información al móvil de los viandantes, y **Fon, la empresa fundada por el argentino Martín Varsavsky, pondrá en los distintos quioscos puntos de acceso inalámbricos Wifi.**

Los impulsores del proyecto llevan probando el canal y todo el sistema tecnológico que lo soporta desde hace seis meses en algunos quioscos aislados del área metropolitana de Barcelona. Se prevé que para verano esté la primera fase del proyecto completada, lo que supondrá un despliegue de CanalKiosk en unos 400 quioscos de la ciudad Condal.

La iniciativa planea extender el canal televisión a las librerías de la ciudad donde también se vende prensa y a los 300 quioscos en el área metropolitana, aunque no se fijó una fecha para alcanzar dicho objetivo. Tampoco descartan ampliar la iniciativa a otras áreas geográficas del territorio nacional, especialmente Madrid antes de 2009.

### Marketing móvil a gran escala

Con este canal televisivo, la Asociación Profesional de Vendedores de Barcelona y Provincia crea la mayor red de marketing móvil en la vía pública del mundo, ya que los usuarios de teléfonos celulares equipados con tecnología Bluetooth podrán descargarse salvapantallas, juegos, música, vídeos y cupones con descuentos, entre otras muchas opciones, desde cualquier quiosco de la ciudad que esté equipado con el sistema.

**Los promotores del proyecto están negociando actualmente acuerdos publicitarios con numerosas empresas.** Se sabe que compañías como Paramount o Warner podrían estar siendo tentadas para que emitan trailers de los estrenos de sus películas a través de las pantallas de los quioscos.

Las capacidades interactivas del canal son importantes. Además de que los ciudadanos puedan subir contenidos propios en el portal de la televisión desde su casa a través de una dirección web, también frente al quiosco, el usuario puede visionar (pasivamente) las informaciones que se emitan en cada momento y podrá descargarse contenidos digitales de forma gratuita por Bluetooth, o a través de SMS.

SitMobile aportará la tecnología que permite esa interactividad a pie de calle con la red de dispositivos bluetooth y la comunicación SMS. **Y el quiosquero podrá complementar cualquier acción promocional o de soporte. Lo que se conoce como marketing de proximidad.** Y es que la suma de todos los quioscos da tal cobertura que lo hace atractivo a cualquier anunciante.

Los contenidos de Canalkiosk correrán a cargo de tres empresas, Admira, On Comunicación y Pandora Box TV y planean incluir en la parrilla información cultural, de moda, sobre medioambiente, turismo, servicios públicos, gastronomía, y educación, entre otros. Otra de las novedades de este nuevo canal es que se suma al fenómeno de la web 2.0, convirtiéndose así en la primera televisión 2.0 interactiva de una ciudad.

En este sentido, las capacidades interactivas de Canalkiosk son múltiples. Por un lado, a través de la web [www.canalkiosk.tv](http://www.canalkiosk.tv) los usuarios, tras registrarse gratuitamente, pueden subir contenidos generados por ellos mismos que, tras ser editados, podrán ser emitidos por el canal. "Es una televisión donde la audiencia es al mismo tiempo productor de contenidos", explicaron otras fuentes cercanas al proyecto, que estará operativo las 24 horas del día.

La inversión inicial, que supone la creación de una red en la que cada quiosco está conectado a una plataforma central a través de una línea ADSL que permite la emisión en tiempo real, ha ascendido a 1,3 millones de euros. Hay partes del sistema que están siendo subvencionadas por las compañías participantes al principio, aunque de forma gradual será pagada por los quioscos, según cuenta la misma fuente.