

## EQUIPO PUBLICITARIO INTERACTIVO PARA HACER LLAMADAS TELEFÓNICAS GRATIS

### 5 OBJETIVO DE LA INVENCIÓN

El objeto de la presente invención se refiere a un teléfono público que permite a cualquier persona realizar llamadas gratis locales y destinos internacionales, destinado para presentar publicidad de los diferentes patrocinadores de las llamadas mediante una pluralidad de medios tales como avisos comerciales  
10 visuales, jingles, cupones impresos, hologramas y emisión de aromas relativos a las marcas o productos con aroma. De esta manera, mientras el usuario realiza la llamada gratuita, avisos publicitarios aparecen en las pantallas dispuestas en la en el equipo telefónico publicitario, y simultáneamente también se emiten aromas  
15 relacionados con los productos desplegados en las pantallas, y la máquina emite cupones y tiquetes impresos para que el usuario los utilice posteriormente a la llamada. La emisión de publicidad también puede estar acompañada de sonidos y música en los instantes previos a la contestación de la llamada por el destinatario de la misma.

20

El equipo emite ocasionalmente imágenes holográficas en el espacio superior aéreo con el logo o nombre de las marcas. También el equipo tiene un lector de tarjetas magnéticas y/o inteligentes que si el usuario la presenta al equipo, este, al reconocerla le puede permitir llamadas más largas, descuento y/o promociones del  
25 emisor de la tarjeta, pago de servicios u otros pagos en línea, recargar los minutos de su celular. También el usuario del equipo podrá contestar si así lo desea rápidas y cortas encuestas y hacerse acreedor a recibir un premio o participar en concursos.

30 Para efectos de mercadeo el equipo dispone de una cámara con un software de reconocimiento de audiencia que permite establecer para efectos de información

mercadotécnica cuantas personas vieron las piezas publicitarias, durante cuánto tiempo y si fueron del género masculino o femenino y si fueron adultos o niños de los cuales estas (vale la pena aclarar que no graba ni reconoce rostros puntuales, sino rasgos biométricos a través de los cuales establece la información antes descrita, de tal suerte que no invade el derecho a la privacidad de las personas).

Para promocionar el uso del equipo, este emite ocasionalmente por los parlantes externos la invitación de audio para que las personas que transiten cerca se enteren de los servicios gratuitos que puede prestarles el equipo.

## **CAMPO DE LA INVENCION**

La presente invención tiene su aplicación dentro del campo de las comunicaciones, la publicidad, promoción y mercadeo, más particularmente como un medio interactivo para presentar información comercial, por medio de equipos y sistemas de carácter mecánico, electrónico y digital y a su vez prestar varios servicios gratuitos de utilidad para los casuales usuarios.

## **ANTECEDENTES DE LA INVENCION**

Las estrategias de publicidad, promoción y marketing están enfocadas hacia el reconocimiento, posicionamiento y recordación entre una población determinada, de una marca, un producto, un servicio, un aroma, una enseña o un nombre comercial. Por este motivo, planes de comercialización y publicidad son implementados continuamente para encontrar la manera más eficaz de lograr una mejor estrategia para el reconocimiento de la marca o producto entre la población, lo cual se tiende a reflejar en un aumento de las ventas del producto o marca publicitados.

Los anuncios publicitarios proyectados en pantallas o vallas exteriores han sido ampliamente utilizados debido a su capacidad para llegar a un gran número de

clientes potenciales, dado que el solo hecho que las personas pasen y vean el anuncio, es un indicativo de la efectividad del mismo. Igualmente, los anuncios que promocionan productos o servicios que están dirigidos a un público en particular pueden ser más eficaces, por lo que anunciantes y comerciantes suelen

5 mostrar anuncios a grupos específicos o especializados de consumidores, en lugares determinados tales como supermercados, centros comerciales o tiendas especializadas.

Sumado a lo anterior, es importante resaltar que un anunciante en particular tiene

10 muchos otros medios para publicitar sus productos, diferentes a los conocidos medios como pantallas o vallas publicitarias. Uno de estos medios corresponde a la emisión de sonidos ya sea texto hablado, canciones y jingles, siendo estos últimos un medio efectivo para generar recordación de productos y medios. Otra forma de posicionar una marca, consiste en la entrega de recompensas tales

15 como puntos, millas, cupones de descuento y demás, que permiten al anunciante fidelizar al consumidor con su marca creando inclusive un sentido de pertenencia e identidad con la misma.

De igual manera, para hacer de la marca una experiencia sensorial más completa,

20 investigaciones sobre la comunicación publicitaria y la identidad corporativa, destacan la importancia de la memoria olfativa en los procesos de identificación y recordación de productos, toda vez que un aroma encierra una gran capacidad de información persuasiva generando recordación y evocación de emociones por lo general agradables para el usuario, que por ende va a preferir este producto o esa

25 marca sobre las otras.

Además, es bien sabido que la exhibición de un anuncio es más eficaz si se mantiene por una duración prolongada y además si el mismo usuario ve el anuncio de forma repetida, ya sea por un medio similar o por diferentes medios. De esta

30 forma, los anunciantes han implementado esquemas publicitarios en donde se añaden elementos útiles o servicios a la exhibición del anuncio, manteniendo la

publicidad durante un tiempo prolongado, así la persona no preste atención inmediata del mismo. Ejemplos de esto se pueden encontrar en los diversos anuncios dispuestos en los medios de transporte público, paraderos de buses, supermercados, centros comerciales, boletines o documentos informativos y demás.

En el estado del arte se describen una pluralidad de métodos y medios para llevar a cabo campañas publicitarias. De igual manera se encontraron aparatos diseñados específicamente con propósitos publicitarios, tal es el caso del aparato publicitario presentado en el documento de patente No. WO2007143667. En este documento se describe una valla publicitaria digital, la cual incluye una pantalla dispuesta para proporcionar información a los usuarios, un teléfono conectado en proximidad a la pantalla, un enrutador Wifi de internet, y un aparato dispensador el cual incluye un equipo de escáner tal como un lector de códigos de barra, un medio de impresión tal como un dispensador de tiquetes, un equipo para la recepción de pago y una unidad de control. Este equipo puede proporcionar internet y llamadas gratis o por medio de la redención o canje de puntos acumulados de algún establecimiento, o canje por otros intangibles, como premio a una prueba de habilidad, respuesta a una encuesta, por un tiempo determinado, dependiendo de la acción que realice en cualquiera de los dispositivos del equipo.

En la patente de Estados Unidos No. US6118860, se describe un aparato público para la venta de servicios de comunicaciones. El aparato incluye un teléfono, un terminal multimedia, y un receptor de pago donde se habilita el uso del teléfono o de la terminal de multimedia de acuerdo a los cargos que se realicen. El teléfono comprende un programa para anunciar publicidad mientras el aparato no está en funcionamiento o está en reposo. Para exponer a los usuarios a los anuncios almacenados en la memoria, el aparato recupera la información y dirige el procesador para poner en marcha el programa de imagen de la pantalla. Por lo tanto, el programa de actúa para reproducir automáticamente una imagen en la

pantalla del aparato, reproduciendo los archivos de publicidad contenidos en la memoria del mismo.

El documento de patente No. EP1124366 enseña un equipo y un método de publicidad que utiliza un teléfono público y un sistema para el servicio de llamada gratuita o con descuento según las condiciones del anunciante. El aparato comprende una bocina telefónica, un servidor de retransmisión, un proveedor de comunicaciones en línea, un servidor anunciante y un servidor de información de Internet se conectan a través de una red de comunicación entre sí. El servidor de retransmisión recibe información de anuncios desde el servidor anunciante o el servidor de información de Internet y muestra información de publicidad a través de un equipo de visualización dispuesto en el teléfono público. El teléfono público descarga periódicamente información de anuncios desde el servidor de retransmisión para renovar los anuncios presentados. El teléfono público se puede instalar en cualquier lugar para mostrar publicidad, con la ventaja de lograr una publicidad de alto nivel con precios más bajos para los anunciantes.

En vista de lo anterior, existe una necesidad en términos de publicidad, promoción y mercadeo de un equipo que sea capaz de ganar la atención de numerosos consumidores y que pueda utilizar diversas técnicas publicitarias por medio de equipos dedicados y servicios para tal fin, de manera que se obtenga de una manera fácil un equipo integral apropiado para generar recordación y reconocimiento de una marca gracias a la estimulación de los diversos sentidos tal como son la vista, el oído, la razón, el interés económico, el olfato y generar un sentimiento de gratitud hacia las marcas o productos gracias a la obtención de recompensas tales como llamadas gratis locales e internacionales, cupones de descuento, gestión de pago de servicios gratuitamente, premios por contestar una encuesta relámpago, premio por una prueba de habilidad o cualquier otro intangible que no represente dinero en efectivo.