

13849

13849



MODELO DE UTILIDAD

POR 20 AÑOS

a favor de "CERVANTES S.A." Compañía Española de Seguros, domiciliada en Madrid, Avenida de Calvo Sotelo núm. 6 (antes Paseo de Recoletos), por unos blocs o colecciones de tarjetas gráficas y documentales, destinados para la propaganda directa y persuasiva de toda clase de Seguros.-

MEMORIA DESCRIPTIVA

Hasta el momento presente han sido diversos los medios de propaganda editada para la divulgación de los Seguros en general, tales como cartas, folletos, circulares, carteles, anuncios en la Prensa, visitas domiciliarias, etc., pero ninguno de ellos con la utilidad

5.- práctica del que se pretende reivindicar, constituido por un conjunto, tan extenso y completo como se desee, de tarjetas especiales en las que figuran dibujos o fotografías alusivas a los distintos argumentos o ventajas de los Seguros, particularmente de Vida, precedidos siempre tales dibujos por una frase concisa, breve y destacada

10.- en gruesos caracteres, que en íntima relación con el tema gráficamente representado, fija instantáneamente la atención del lector incitando su curiosidad y obligándole a continuar la lectura de otras frases en caracteres más reducidos que como continuación de esa más destacada aparecerán al pie del dibujo, para terminar de exponer o

15.- redondear el argumento deseado, ocupando siempre preeminente espacio

el dibujo y mínima parte el texto o literatura. Este nuevo procedimiento de propaganda directa reúne, sobre los demás conocidos hasta ahora, las siguientes ventajas o motivos de utilidad:

- 1º.- Que permite poder convencer a la mujer y a la familia del
20.- asegurable, que tanto influyen en éste, sin necesidad de hablar con ellas, lo que es a menudo imposible.
- 2º.- Que los argumentos en favor del Seguro puedan entrar por los ojos de una manera gráfica, en vez de por los oídos en forma verbal, ya que como es bien sabido, se asimilan mucho mejor las
25.- ideas que se perciben visualmente que las que recibimos por vía oral. Es igualmente bien sabido que el público es reacio a leer pero no lo es a mirar dibujos, estampas o fotografías o reproducciones gráficas, que atraen poderosamente su curiosidad.
- 3º.- Que facilita el poder exponer al asegurable una variedad
30.- muy extensa y completa de argumentos en pro del Seguro, en vez de unos cuantos aislados, como suele ocurrir en la gestión personal.
- 4º.- Que permite la exposición de esos argumentos, de una forma amena, atractiva y asimilable por todas las inteligencias, es decir, de una manera estudiada en vez de improvisada.
- 35.- 5º.- Facilita cultivar al candidato con una oportunidad ideal, cuando está ya en su hogar descansando, en vez de hacerlo en su oficina o lugar de trabajo, cuando difícilmente puede atender al gestor y tiene su imaginación absorbida por las preocupaciones de su actividad profesional.
- 40.- 6º.- Consecuencia de lo anterior es poder trabajar el Seguro en la intimidad del matrimonio, sin la presencia personal de gestor, es decir, que tal procedimiento permite introducirse en el hogar sin molestar a nadie.
- 7º.- Tales colecciones contribuyen eficazmente a la estabilidad
45.- de la cartera creada, puesto que educan al asegurado y a su familia en las virtudes de la previsión, no ya con vistas a la consecución del seguro sino al mantenimiento en vigor de la póliza.
- 8º.- Ayudan decisivamente al incremento y perfeccionamiento de la organización gestora de la Entidad, pues numerosos agentes
50.- profesionales se sienten extraordinariamente atraídos por este



instrumento o arma de trabajo de tan excepcional eficacia práctica.

9º.- Permite utilizar, para la consecución de operaciones, un gran número de elementos colaboradores no profesionales, puesto que el trabajo previo y fundamental de la gestión queda realizado por

55.- los mismos blocs o colecciones, sin precisar Agentes calificados, de capacidad y experiencia profesional.

10.- No se precisará, por consiguiente, apelar a la desenfrenada competencia de comisiones y condiciones que siguen muchas Compañías para atraerse elementos gestores.

60.- 11.- Constituirán tales blocs o colecciones un medio eficaz de introducción, una llave que abrirá muchas puertas hoy cerradas y que solo mediante onerosos colaboradores se pueden franquear. Es decir, los blocs o colecciones constituirán por sí mismos un colaborador ideal, que nos puede introducir cerca de todo el mundo y recomen-
65.- darnos con el convencimiento del candidato y de su familia, haciendo perfectamente viable la labor domiciliaria casa por casa, que hasta ahora resultaba imposible por enojosa e ineficaz.

12.- Permite al Agente multiplicarse, trabajando muchos seguros a la vez, ya que los blocs o colecciones le facilitan realizar si-
70.- multaneamente en muchos seguros labor de captación, sin la presencia personal ni gasto de tiempo, hasta ahora imprescindibles.

13.- Hace posible una colaboración gestora discretísima de médicos, dentistas, notarios, y, en general, profesionales con consulta y salas de espera, en las que colocando una o varias colec-
75.- ciones o blocs se atrae la atención de los clientes, permitiendo al profesional colaborador inducirlos al seguro con delicadeza y objetividad, sin que pueda presumirse su interés económico en la operación, y finalmente comporta un prestigio y categoría apreciables a la Entidad explotadora de estas colecciones o blocs.

80.- La Entidad que suscribe ha editado tres blocs titulados ¿...Y MAÑANA?; PARA TI Y PARA LOS TUYOS; y, LEE, PIENSA, DECIDE; los cuales han sido objeto de registros con los números 55.493, 55.494 y 55.495 respectivamente en el Registro de la Propiedad Intelectual. En consecuencia, no se solicita reivindicar ante el Registro de la
85.- Propiedad Industrial ni los dibujos originales ni los textos ni



ni ideas también originales, estampados o impresos en cada una de las 120 tarjetas gráficas que forman los mencionados tres blocs. Por ello unicamente se formulan en esta solicitud de Modelo de Utilidad, las siguientes

90.-

R E I V I N D I C A C I O N E S .

1ª.- "POR UNOS BLOCS O COLECCIONES DE TARJETAS GRAFICAS Y DOCUMENTALES, DESTINADOS PARA LA PROPAGANDA DIRECTA Y PERSUASIVA DE TODA CLASE DE SEGUROS" caracterizados por un conjunto de láminas con dibujos alusivos o representativos de argumentos en favor de los seguros en general.

2ª.- POR "UNOS BLOCS O COLECCIONES DE TARJETAS GRAFICAS Y DOCUMENTALES, DESTINADOS PARA LA PROPAGANDA DIRECTA Y PERSUASIVA DE TODA CLASE DE SEGUROS" según reivindicación anterior, caracterizados además porque en cada una de las láminas figura, aparte del dibujo, una frase en caracteres gruesos y destacados, seguida al pie por otras, que completan sucinta y suficientemente el argumento gráficamente representado.

3ª.- Por "UNOS BLOCS O COLECCIONES DE TARJETAS GRAFICAS Y DOCUMENTALES, DESTINADOS PARA LA PROPAGANDA DIRECTA Y PERSUASIVA DE TODA CLASE DE SEGUROS" conforme precedentes reivindicaciones, caracterizados asimismo porque las láminas que integran la colección pueden presentarse sueltas dentro de sobre o estuches, o bien encuadradas formando libro, álbum o bloc.

4ª.- Por "UNOS BLOCS O COLECCIONES DE TARJETAS GRAFICAS Y DOCUMENTALES, DESTINADOS PARA LA PROPAGANDA DIRECTA Y PERSUASIVA DE TODA CLASE DE SEGUROS" detallado en anteriores reivindicaciones, caracterizados también porque facilitan al lector la petición de datos o informes ampliatorios o proyectos de seguro.

5ª.- Por "UNOS BLOCS O COLECCIONES DE TARJETAS GRAFICAS Y DOCUMENTALES, DESTINADOS PARA LA PROPAGANDA DIRECTA Y PERSUASIVA DE TODA CLASE DE SEGUROS",

Todo ello tal y como se describe en la presente memoria, compuesta de cuatro hojas y ciento dieciseis líneas, mecanografiadas por

(sigue...



una sola cara.-

Madrid, 16 de octubre de 1.946.-

A. Laferró



13849



Plano o croquis de los
blocks gráficos de
CERVANTES, S.A.

