

19032



190132

MEMORIA DESCRPTIVA

correspondiente a una PATENTE ECONOMICO-COMERCIAL, cuyo registro se solicita por veinte años, para España y sus Posesiones, a favor de DON JOSE MORALES BORREL, de nacionalidad española y residente en Madrid, calle de Hermosilla núm 120, por: "SISTEMA ECONOMICO-COMERCIAL PARA PROPAGACION PUBLICITARIA DE ESTABLECIMIENTOS POR MEDIO DE REGALOS".- - - -

DESCRIPCION

Esta patente recae, según el enunciado expreso en un sistema simple encaminado a propagar los nombres de los establecimientos, con fines comerciales publicitarios para obtener mayor número de operaciones utilizando el procedimiento de regalar valores, objetos y cosas de todas clases; el cual es nuevo y propio del solicitante.

190132



10.- Se fundamenta este sistema en la necesidad de establecer competencia leal entre los comercios, para que de esta forma nazca un aliciente mayor en el público para realizar sus adquisiciones y, en el comercio, para el esfuerzo en el mejor servicio en beneficio de aquel, dándose a conocer fácil y económicamente.

15.- Presenta este sistema notables ventajas sobre lo ya conocido, no solo en cuanto respecta a la parte económica, que en este caso es reducidísima y proporcional a las ventas, asegurando de esta manera su éxito inmediato sin posibilidad de quiebra, sino porque no supone ningún trabajo para el establecimiento, puesto que éste se reduce a la entrega de un sobre que contiene el valor, vale o resguardo constitutivo del premio, a todo comprador cuyo gasto sea en la cuantía estipulada de antemano para obtener el derecho de obtención del sobre.

20.- Para el comprador no es menos cómodo el sistema, debido a que su misión queda reducida, exclusivamente, a recibir el sobre que puede contener el valor efectivo y real que constituye el premio, o bien a recoger éste en el lugar designado en él, o los valores o resguardos contenidos en el sobre sin necesidad de coleccionar estos ni guardar otras normas o requisitos.

25.- El valor de los premios es ilimitado, por cuanto que ellos estarán siempre en proporción directa con los que los agrupados industriales designen a efectos publicitarios por éste medio, a los cuales se suman los premios facilitados por otros industriales o fabricantes independientes para la propagación de sus productos.

30.- Resulta, pues, que el sobre es un valor que el comerciante adquiere por una cantidad determinada, a fin de entregarlo al comprador que le adquiera artículos cu-



190132

40.-

yo costo sea igual a una cantidad previamente fijada, o superior, recibiendo éste tantos sobres-regalo como veces se contenga esta cantidad fijada para un sobre en el pago realizado por su compra en el establecimiento.

45.-

A fin de que el invento quede perfecta y definitivamente interpretado, con ayuda de los gráficos adjuntos a continuación se presenta, solo a título de ejemplo, una forma de realización práctica.

50.-

La figura 1ª (gráfico núm 3) presenta un carnet o tarjeta apaisada, vista por la parte anterior o externa, en cuya cara primera (A) lleva inserta en (C) la denominación de la organización, en (D) los premios a que puede optarse, en (E) las condiciones que han de cumplirse para la opción a premios, y, en (F), la validez de la tarjeta.

55.-

En la cara posterior o contraportada (B) hay una serie de divisiones (G) destinadas a la indicación de establecimientos dedicados a la venta de objetos o artículos o servicios que, por su índole, es conveniente consignar separados, como son, por ejemplo: joyerías, mobiliario, objetos de arte y decoración de interiores y otros en que, normalmente, se efectúan las transacciones fuera del sector en que reside el interesado.

60.-

65.-

La figura 2ª (gráfico núm 3) presenta el mismo carnet o tarjeta por su parte interior, en cada una de cuyas caras (h) y (h') está destinada a indicar en sus divisiones (I) e (I') otros tantos comercios situados en un determinado sector o barriada de la población. Es decir, que cada cara correspondiera a un sector y los establecimientos en ella indicados serán de ramo diferente.

70.-

De cada establecimiento se indica el nombre o rótulo que use, la especialidad o ramo comercial a que esté dedica-

190132



105.-

mero (L') igual al de la ficha de control (L), el membrete (P) de la organización, el premio representado (Q) que coincidirá con el indicado (N) en la ficha de control, la firma o contraseña del expedidor en la organización (R) y el plazo de validez del vale o resguardo (S) para la recogida del premio.

110.-

Sobre las bases expuestas, el sistema se desarrolla en la forma siguiente:

115.-

Contratados los servicios publicitarios por cada cinco establecimientos de un sector con la organización explotadora del sistema objeto de la presente invención, ésta organización insertará en sus tarjetas o carnets antes descritos (figuras 1ª, 2ª y 3ª.- Gráfico núm 3) los datos correspondientes a los establecimientos contratantes, según se describió al tratar de la figura 2ª.

120.-

Las tarjetas o carnets son repartidos por la propia organización gratuita o profusamente en forma continua para obtener la máxima divulgación del sistema y de los establecimientos o industrias en ellos insertos.

125.-

El portador de una tarjeta o carnet efectúa su compra en uno de los establecimientos consignados y al hacer efectivo el importe de la misma, se le entrega un sobre por cada cantidad pagada igual a la que se indica en la inserción correspondiente al establecimiento de que se trate, quedando la tarjeta en poder del comprador, que solamente la presentará a las cajas.

130.-

Cada sobre contiene un vale o resguardo canjeable por el premio que haya correspondido al comprador; puede también contener el mismo valor constitutivo del premio.

135.-

El vale o resguardo es presentado por el adquirente a la organización quedando inmediatamente canjea-

- 6 -

190132
190132



do por el premio obtenido; teniendo a éste efecto un plazo determinado.

Los sobres son entregados, en el número contratado, por la organización a los comercios.

140.-

La organización se encargará de la adquisición de los artículos, objetos y valores constitutivos de los premios, bien sea por donaciones de industriales y fabricantes, entidades seguros, agencias de viajes y cuanto sea susceptible de donar o ceder, o bien por compra o contratación de los objetos o artículos que han de ser entregados como premio.

145.-

REIVINDICACIONES

Descrita suficientemente la naturaleza del invento, así como la manera de realizarlo en forma práctica e industrializable, debe hacerse constar que lo expuesto es susceptible de modificaciones de detalle, en cuanto éstas no alteren el principio fundamental de su desarrollo. Por tanto la presente nota protegerá:

150.-

155.-

1º).- Un "SISTEMA ECONOMICO-COMERCIAL PARA PROPAGACION PUBLICITARIA DE ESTABLECIMIENTOS POR MEDIO DE REGALOS" en el que reivindica una ficha de control que aparece en el gráfico núm 1 (figura 4ª de los planos), cuyo desarrollo es objeto del cuerpo de esta Memoria, que igualmente queda reivindicado por constituir ambos una misma cosa con carácter de imposible separación.

160.-

165.-

La referida ficha de control que obrará en poder de la entidad que adopte el sistema económico-comercial para propagación publicitaria de establecimientos por medio de regalos para que sirva de garantía al que aparece representado en el gráfico núm 2 (figura 5ª de los planos) lo integra una cartulina o papel de cualquier



tamaño en el que se consigna un número que será el de orden, el nombre del establecimiento que entrega el premio y el valor o efecto que lo constituye, como, asimismo, una porción de timbre, sello o contraseña en uno de sus lados, que se complementa con otra porción del mismo adherida, fijada o impresa por cualquier medio en el vale o resguardo de recogida del premio (gráfico 2.- figura 5ª de los planos).

170.-

175.-

2º).- Un "SISTEMA ECONOMICO-COMERCIAL PARA PROPAGACION PUBLICITARIA DE ESTABLECIMIENTOS POR MEDIO DE REGALIOS" en el que se reivindica como complemento de la núm 1, los documentos que figuran en los gráficos núm. 2 (figura 5ª de los planos) y núm 3 (figuras 1ª, 2ª y 3ª),

180.-

que ha de obrar siempre en poder de los particulares para recibir, contra su presentación, y al efectuar las compras o realizar sus operaciones mercantiles, el primero de ellos. Este se constituye por un trozo de papel o cartulina que en uno de sus lados y sobre una de sus caras lleva adherida, fijada o impresa la porción del timbre, sello o contraseña que complementa a la que tiene el documento del gráfico núm 1 y, asimismo, por dicha misma cara, un número igual al del documento que ahora se termina de citar, el membrete de la organización, el premio que representa el que se está reivindicando y que coincidirá con el ya señalado en la ficha de control (gráfico núm 1), la firma o contraseña del expedidor en la organización, y, el plazo de validez del vale o resguardo para la recogida del premio que en él figure inscrito.

185.-

190.-

El segundo (gráfico núm 3) corresponde, como ya se ha mencionado, al carnet del comprador y se constituye por un librito de cuatro o más caras y con forma apaisada. En la primera de ellas o portada aparece inserta

195.-

190132



2200

200.-

como cabecera, la denominación de la organización que adopte el sistema, la relación de los premios a que puede optarse, las condiciones que han de cumplirse para la opción a ellos, y la validez de tal documento.

205.-

En la cara posterior o contraportada hay una serie de divisiones destinadas a la indicación de establecimientos dedicados a la venta de objetos o artículos o servicios que, por su índole, es conveniente consignarlos aparte, como son, por ejemplo: las joyerías, los de mobiliarios, los de objeto de arte y decoración de interiores y otros en que, normalmente, se efectuen las transacciones fuera del sector en que reside el particular o interesado o comprador.

210.-

En cada una de las caras interiores que componen dicho librito, es decir, en la segunda y sucesivas hasta la penúltima inclusive, se destinan a indicar en sus divisiones otros tantos comercios de distinta índole y agrupados por sectores o barriadas de población. Es decir, cada cara corresponderá a un sector y los establecimientos en ella indicados, serán de ramo diferente.

215.-

220.-

Las indicaciones de los establecimientos que en las diferentes divisiones de cada cara aparezcan inscritos, comprenderán a aquellas que sirvan para una mejor orientación de los compradores y, también, la cantidad mínima de compra a efectuar en cada uno de ellos para tener derecho a la percepción de un sobre conteniendo un vale o resguardo para la recogida del premio que en él pueda figurar, o bien conteniendo ya el premio que por suerte se adjudica a tal compra.

225.-

230.-

Varias de dichas caras interiores, divididas también en espacios iguales, pueden destinarse a la



190132

inserción de las denominaciones o nombres de fábricas, industrias, laboratorios y entidades donantes de premios, valores o servicios, independientes de los establecimientos repartidores de sobres-sorpresa, con expresión de los premios donados y marcas de sus productos, artículos o actividades.

235.-

3º).- Un "SISTEMA ECONOMICO-COMERCIAL PARA PROPAGACION PUBLICITARIA DE ESTABLECIMIENTOS POR MEDIO DE REGALOS".

240.-

Consta la presente memoria descriptiva de nueve hojas foliadas y escritas a máquina por una sola de sus caras haciendo un total de doscientas cuarenta y tres líneas incluida ésta última.

Madrid 22 de Octubre de 1.949

ANTONIO ESCRIVA
P.P.

190132

GRAFICO NUM 1.- (fig.4^a)



N ^o (n ^o m. de orden)	
Nombre del establecimiento que ha de entregar el premio. - -	
Designación del premio. - - -	porción de tim- bre, se- llo, con traseña



GRAFICO NUM 2.- (fig. 5ª)

1 90132

	<u>Núm de orden</u>
	<u>Membrete de la entidad organizadora. - -</u>
<u>Porción de timbre, sello, con trasera</u>	<u>Designación del premio que éste documento representa. - -</u>
	<u>Firma del expedidor.</u>
	<u>Plazo de validez.</u>



GRAFICO NUM 7.- (Fig. 1ª, 2ª y 3ª)

190132

Primera cara o portada

<u>Denominación de la organización</u>
<u>Relación de premios a optar.</u>
<u>Condiciones a cumplir para opción a premios. - - - - -</u>
<u>Plazo de validez e indicaciones sobre su uso. - - - - -</u>



GRAFICO NUM 3.- (fig. 1ª, 2ª y 3ª)

100132

Caras interiores

En cada uno de los espacios de que es-
ta cara consta se insertarán los anuñ-
cios correspondientes a varios estable-
cimientos de distinta índole pero de
un mismo barrio de población, hacien-
do constar todos los datos de más im-
portancia para cada uno a fin de pró-
porcionar al público una más exacta
orientación, como, asimismo, la can-
tidad mínima de compra a efectuar en
ellos para poder optar a la condicio-
nes del sistema que se pretende. - -

GRAFICO NUM 3.- (Fig.1ª,2ª y 3ª)



Ultima cara o contraportada

<p>En cada uno de los espacios de que esta cara consta se insertaran los anuncios correspondientes a establecimientos que de distinta índole y por lo diferente de ellas a las corrientes o normales actividades de otros establecimientos, sea conveniente su consignación por separado.</p> <p>Dicho anuncios comprenderan el nombre del establecimiento y las indicaciones que mejor se estimen oportunas, así como la minima cantidad de compra para entrar en las condiciones del sistema.</p>

190132

132

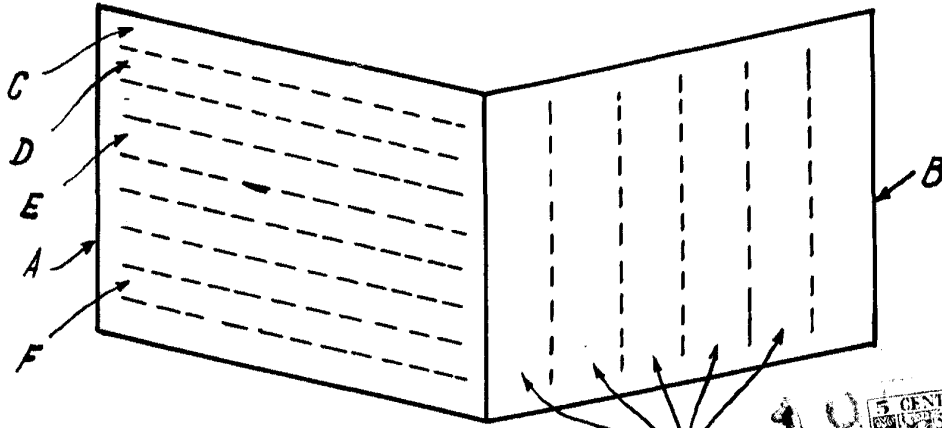


FIG. 1

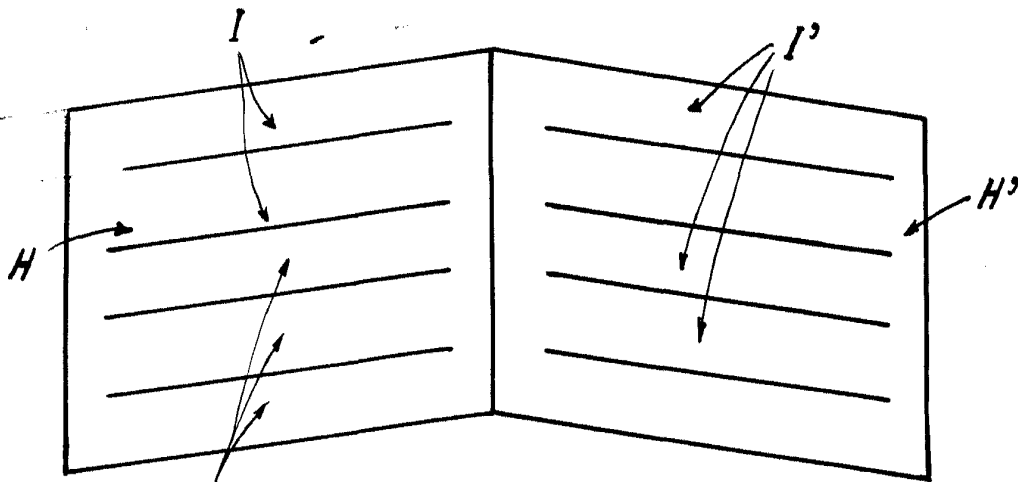


FIG. 2

MADRID 22 OCTUBRE 1949

ANTONIO ESCRIBANA
P.F.

ESCALA VARIABLE