

PATENTE DE INVENCIÓN
ECONÓMICO - COMERCIAL.

192239

192239

NO SE REPRODUCE
POR DEFECTO DEL ORIGINAL

MEMORIA DESCRIPTIVA

sobre:

"SISTEMA PARA ESTIMULAR LA PUBLICIDAD CINEMATOGRAFICA
Y EN COMBINACION CON LA MISMA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS
EN GENERAL".

Solicitantes: Don Aurelio IERROUX ROMO DE OCA, y
Don José Luis BALCELO FERNANDEZ DE LA MORA,
residentes en Madrid, Marqués de Villame-
jor, nº 4.

PATENTE DE INVENCIÓN
ECONÓMICO - COMERCIAL.

192230



MEMORIA DESCRIPTIVA

sobre:

"SISTEMA PARA ESTIMULAR LA PUBLICIDAD CINEMATOGRAFICA
Y EN COMBINACION CON LA MISMA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS
EN GENERAL".-

Solicitantes: Don Aurelio LERROUX ROMO DE OCA y
Don José Luis BARCELLO FERNANDEZ DE LA MORA,
de nacionalidad española, residentes en
Madrid, Marqués de Villamejor, núm. 4.-

La patente de invención que se solicita se refiere
a un sistema para estimular la publicidad cinematográfica
y en combinación con la misma el desarrollo de negocios
en general, cuyo alcance y características se definen en
5 la memoria descriptiva y reivindicaciones que siguen.

Como es sabido el avance publicitario de las pelí-
culas cinematográficas se realiza mediante "trylers" o



to de asistente voluntario al nuevo espectáculo y de beneficiario directo de parte del resultado económico conseguido.

40 Con arreglo a dichos contratos (anexo núm. 2) los participantes en el sistema se vinculan en un espectáculo a base de un programa que, por un precio módico del billete -tres pesetas, por ejemplo- ofrece una sesión completa que, además de un medio de diversión interesante con innumerables atractivos, presenta la ventaja de que, todos los espectadores podrán recuperar íntegramente el importe pagado por la localidad, aparte de otros derechos que el simple hecho de su adquisición les confiere.

50 Para justificar el derecho a los beneficios del sistema, el billete o entrada está dividido en tantas porciones (delimitadas por taladros o hendiduras que permitan su fácil separación) cuantas sean las participaciones que correspondan en los derechos ofrecidos al público en el programa. Así, por ejemplo, el billete (anexo núm. 1) está dividido en cinco porciones desgajables y numeradas por su parte superior que corresponden: la núm. 1 al volante de entrada propiamente dicho, que se entrega a la puerta del local; la núm. 2 a un anunciado sorteo combinado con el espectáculo y contratado con uno o más de los anunciantes, de modo que si el número de esta parte del billete señalado al efecto de modo inconfundible, es igual al número que se comunique en momento oportuno a los espectadores, pueda el afortunado recoger en el propio local el premio correspondiente; el núm. 3 a una forma original propia del



sistema tendente a excitar el interés y la imaginación de los espectadores en agradable ejercicio mnemotécnico y psicológico al mismo tiempo que despierta el interés por las películas que se anuncian. Al efecto, en dos o más de los "trylers" a proyectar, se hace un cuidadoso cambio de fotogramas o de planos para que el público señale en dicho volante núm. 3 qué escenas o planos aparecen indebidamente en cada "tryler" y cuál es aquel al que verdaderamente corresponden. Comoquiera que al terminar el espectáculo las soluciones aparecen en la pantalla, y, antes, se habrán recogido y clasificado los boletos, quienes hayan acertado percibirán su premio en la misma sala, de modo que no quedará lugar a dudas sobre la equidad que presida la comprobación de participaciones y reparto de premios; la parte del volante núm. 4 es una variante del anterior destinada más concretamente a demostrar la eficacia de la publicidad cinematográfica. Se supone que entre los varios anunciantes que, mediante diapositivas, los propios billetes, o volantes, programas de mano, u otros medios de publicidad tengan contratada propaganda en el local durante la sesión especial del sistema, se ha rodado un "tryler" cuyo guión combina en ingenioso argumento la ponderación de los artículos de distintos anunciantes, por ejemplo: en una ocasión urgente, un matrimonio turista tiene que abandonar Madrid con tiempo justo para salir en avión hacia París perfectamente equipados para, una vez allí, concurrir a donde les esperen, correctamente ataviados. La película revelará la pronta adquisición de vestuarios y objetos, y, en el re-

100 ferido volante los espectadores deberán consignar a qué casa anunciadora o casas pertenezcan los géneros adquiridos. Esta forma de propaganda puede ir acompañada de otros alicientes tales como la entrega de boletos para concurrir a concursos posteriores con premios valiosos, regalo de billetes para asistir a otras salas de espectáculos u otros beneficios lícitos de fácil combinación; por último, el volante núm. 5 es el que asegura, si el

105 espectador lo desea, la recuperación del importe que satisfizo por su localidad. En su cuerpo lleva impresos los nombres y direcciones de los anunciantes concertados por el sistema, todos los cuales, al serles entregado el volante en el momento de pagar una compra, descontarán un tanto por ciento convenido, de modo que, si este descuento es de 10% y la compra efectuada importa tan solo

110 la cifra de 30.- Ptas., el espectador-comprador habrá recuperado las 3.- Ptas. que pagó para concurrir a una diversión, pasar un rato agradable, concursar sin esfuerzo a diversos premios, contribuir insensiblemente al desarrollo de varios negocios y crear en fin, mediante su

115 pequeño impulso a la circulación del dinero, riqueza para todos.

Aún cabe otra modalidad representativa de la participación de los anunciantes en los beneficios del sistema. O sea, que los propios elementos que constituyen la base financiera de la organización, pueden también recuperar sus aportaciones. Para este retorno total o parcial de capitales se establecerán bases, según la cláusula 4 del anexo núm. 2, de modo que quien haya contratado

120

125 do publicidad, tenga derecho a beneficios asignables por

sorteo o a prorrata entre beneficiarios.

130

Es obvio que, dentro de las características particulares de la invención según se ha descrito, caben variantes, ampliaciones y combinaciones que deben reputarse propias del nuevo sistema económico-comercial que se patenta, sin que tales variaciones signifiquen modificación esencial en el objeto de la misma.

N O T A

135

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:

140

1ª.- Sistema para estimular la publicidad cinematográfica y en combinación con la misma el desarrollo de negocios en general, en el que se reivindica el billete a que se refiere el anexo núm. 1, cuyo desarrollo es objeto del cuerpo de esta memoria que igualmente queda reivindicado por constituir ambos una misma cosa con carácter de imposible separación.

145

150

El referido billete que deberá ser adquirido por el beneficiario espectador, representa, para éste, el documento que acredita su derecho a obtener los beneficios ofrecidos por la entidad que adopte el sistema; y para los organismos o entidades concertadas con la concesionaria, la garantía real de que se cumplen en su provecho y en el del público las condiciones estipuladas en el respectivo contrato, a que se refiere el anexo núm. 2,



155 y en el que se prevé asimismo la aplicación de claves o contraseñas para impedir la falsificación de los billetes.

160 Dicho billete, según anexo núm. 1, está confeccionado con la debida amplitud para que pueda contener, impresos o estampados por otro procedimiento adecuado, todos los elementos necesarios para que su poseedor participe en los sorteos, concursos y demás beneficios establecidos para la sesión respectiva. En el caso del ejemplo, los elementos, fracciones del mismo cuerpo de billete, son cinco, delimitados por líneas de taladros o hendiduras que permitan su separación siguiendo el orden de utilización y con arreglo al cual están numerados entre casillas de su parte superior. Todas estas partes separables para constituir volantes independientes, llevan

170 inscripciones comunes suficientemente destacadas. Con la mayúscula A, se señala el espacio donde va inscrito el número de orden del billete. Con la B, el de la fecha de validez del mismo. Con la C, el de referencia del sorteo, concurso o beneficio, para participar en el cual confiere derecho. Y con la D, el lugar donde consten

175 impresas las aplicaciones de cada volante y su clave o contraseña. En el anexo núm. 1 bis, se supone el billete visto por su reverso. Las divisiones de elementos son las mismas. Y bajo su número aparecen: en la división

180 1, un espacio en blanco aprovechable para cualquier indicación. En las 2, 3 y 4, simples líneas para que el poseedor escriba lo pertinente con relación a la finalidad indicada en el anverso. Y en la 5, la relación de los

REPRODUCCION
EFECTO DEL ORIGINAL

192239

185

establecimientos concertados donde, presentando esta parte del billete, se obtenga un descuento en el costo de la operación que se realice.

190

2º.- Sistema, según la reivindicación anterior en el que, como complemento de la misma, se reivindica el documento reproducido en el anexo núm. 2, que ha de obrar en poder de las entidades concesionaria y mandante y en el que se articulan contractualmente las condiciones de explotación del sistema y sus características de realización técnica, industrial, literaria, artística y económica.

195

3º.- Sistema para estimular la publicidad cinematográfica y en combinación con la misma el desarrollo de negocios en general.

200

Según queda substancialmente expresado en las presentes memoria y reivindicaciones en relación con los anexos que se acompañan.

Consta esta memoria de ocho hojas escritas a máquina por una sola cara.

Madrid, 22 de marzo de 1950.

AURELIO LERROUX ROMO DE OCA, y

JOSE LUIS BARCELO FERNANDEZ DE LA MORA,

P.P.

FRANCISCO GARCIA LOPEZ

C. Otter

192239



A N E X O N U M . 1

5	4	3	2	1
A	A	A	A	A
...B...	...B...	...B...	...B...	...B...
...C...	...C...	...C...	...C...	...C...
<hr/>				
D.	D.	D.	D.	D.
.....
.....
.....
.....

Escala variable.

Madrid, 22 de marzo de 1950.

AURELIO LEMROUX ROMO DE OCA, y

JOSE LUIS BARCELO FERNANDEZ DE LA MORA,

P.P. FRANCISCO GARCIA LOPEZ

C. Abreu

192239

ANEXO N° 2

Entre...(entidad concesionaria)... y ...(entidad mandante)..., se conviene, por el presente contrato, lo siguiente:

1º.- Don (mandante)... ordena a ...(entidad concesionaria), la realización, en los locales... (detalle) de la propaganda siguiente (relación detallada, modalidades, fechas, condiciones técnicas, artísticas y textos de la propaganda que se contrate).

2º.- La orden especificada en la cláusula anterior importa pesetas, cuyo pago se efectuará (forma acordada).

3º.- ...(entidad concesionaria) se compromete a cumplir la orden aceptada según las dos cláusulas anteriores y, además, a combinar dicha propaganda con los programas especiales de sesión organizados para explotar el sistema reivindicado en su patente económico-comercial núm. _____, ofreciendo al público premios, concursos y ventajas diversas, entre otras...(consignar las concretamente concertadas).

4º.- Don... (mandante) contrae el derecho a participar en los beneficios, por sorteo o a prorrata, bajo las condiciones siguientes: (detallar las propias de cada caso).

5º.- Don ...(entidad mandante) se compromete a admitir en su establecimiento los volantes de descuento de los billetes de asistencia a las sesiones referidas en la cláusula 3ª, como efectivo metálico en pago del (tanto por ciento) del importe de las compras. Al efecto, en-



tre las entidades contratantes se cursarán periódicamente las claves o contraseñas que garanticen la autenticidad de dichos volantes.

6ª.- La entidad concesionaria, es la única responsable del cumplimiento de las obligaciones que para la debida atención de este contrato, contraiga con las autoridades, empresas de espectáculos, particulares e industriales, o profesionales.

7ª.- Los Tribunales de Madrid son únicos competentes para conocer de las cuestiones que pudieran derivarse del presente contrato que se firma, por duplicado, en (población y fecha).

(Firma de los contratantes)

=====

Escala variable.

Madrid, 22 de marzo de 1950.

AURELIO IERROUX ROMO DE OCA y

JOSE LUIS BARCELO FERNANDEZ DE LA MORA,

P.P. FRANCISCO GARCIA LOPEZ

C. Attense