

AÑO 1.959

Expediente núm.



247231.
247231

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

PATENTE DE INVENCIÓN ECONOMICO-COMERCIAL

MEMORIA DESCRIPTIVA

que se acompaña a la solicitud de

una **PATENTE DE INVENCIÓN** por 20 años, en España

a favor de

D^a Julia Torrero Gómez, de nacionalidad

española domiciliado en Madrid

calle de Alcalá, núm. 191

por:

"NUEVO PROCEDIMIENTO PUBLICITARIO"

N^o 13130

Agente Sr. CIVANTO

247231

247231

M E M O R I A

PATENTE DE INVENCION ECONOMICO-COMERCIAL NUM.

a favor de

Da. JULIA TORRERO GOMEZ, de Madrid.

Madrid, Febrero de 1.959

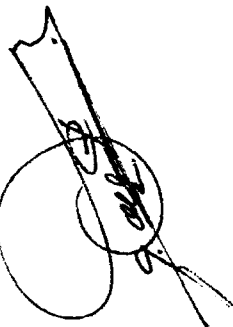
6561 '83



M E M O R I A

247231

descriptiva por triplicado que presenta en el día de hoy el Agente Oficial que suscribe, PASCUAL CIVANTO CANTO, acompañando a una instancia y demás documentación solicitando una Patente de Invención Económico-Comercial, a favor de D^a Julia Torrero Gómez, de nacionalidad española, domiciliada en Madrid, calle de Alcalá, 191, por "NUEVO PROCEDIMIENTO PUBLICITARIO".



5
10
15
20

La propaganda en los tiempos actuales, constituye una verdadera ciencia, que ha llegado a alcanzar un nivel muy alto por la gran influencia que ejerce en el público, al que dirige y acostumbra en el sentido que deseen los realizadores de dicha propaganda, siempre que la misma sea racionalmente dirigida, y sirva para dar a conocer un artículo que reúne buenas condiciones, o un establecimiento o casa comercial que con sus hechos responda a lo ofrecido en la propaganda, pues de no ser así, no cabe duda que la influencia y efectividad de la misma será muy relativa y tendrá un corto plazo de validez, ya que no resulta posible conseguir el favor del público si la propaganda se basa en falsedades atribuyendo cualidades y ventajas al objeto anunciado, que luego éste no posee.

Partiendo de la base de que lo anunciado reúne las condiciones normales entre los similares que existen, lo mismo si se trata de un artículo, o de un establecimiento o casa comercial, no cabe duda que la propaganda bien realizada, hará que ese artículo o esta-



247231

25

blecimiento llegue a ser conocido y hasta popular entre el público, el cual se acostumbrará a solicitarlo con preferencia a los similares, si se trata de un artículo, o le dedicará su preferencia, si es un establecimiento, consiguiéndose así que al aumentar el número de consumidores o clientes, quede compensado suficientemente el coste que represente la propaganda realizada.

30

Existen muchos medios y procedimientos de realizar campañas publicitarias que pueden considerarse efectivas, pero como uno de los mayores atractivos para el público reside en la novedad que tengan dichas campañas, no es extraño que sin cesar se estén creando nuevos medios de realizar propaganda que resulten del agrado del público y que hagan que éste se interese en la misma.

35

Hay muchos sistemas de concursos, y sorteos en los que se ofrecen premios de diferentes clases al público, bien en combinación con la Lotería Nacional, por sorteos realizados a la vista del mismo público, o cumpliendo determinados requisitos que otorgan el derecho de optar a diferentes premios, pero muchos de estos procedimientos tienen inconvenientes, algunos por haberse venido repitiendo en la misma forma durante demasiado tiempo, con lo que llegan a cansar al público, otros, por la poca probabilidad que existe para los participantes de obtener algún premio, y otros muchos por distintos motivos, que no creemos necesario detallar.

40

45

50

Mi representada, teniendo en cuenta lo expuesto, ha creado un nuevo procedimiento de publicidad, que se basa en una quiniela, el cual es completamente nuevo, y por las ventajas que ofrece sobre todos los conocidos, puede asegurarse ha de ser muy del agrado del público y

- 3 -

247231

13 FEB. 1951



de los anunciantes que, en definitiva, lo que siempre desean es satisfacer los deseos del público para lograr que éste se interese por la propaganda que realizan.

55

No siendo conocido este procedimiento en España ni en el extranjero, es por lo que se declara su novedad ante el Registro de la Propiedad Industrial.

DESCRIPCION

Este nuevo procedimiento publicitario, que podrá utilizarse lo mismo para anunciar un sólo producto, que varios de la misma Casa, o un establecimiento comercial, está constituido por una quiniela, que es entregada al público bien al adquirir el producto de que se trate, o al efectuar una compra en el establecimiento que utilice el procedimiento.

60

65

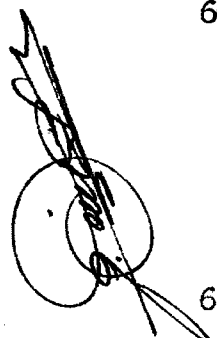
En la quiniela citada figurará dieciseis veces, en una columna, la marca del artículo o el nombre del establecimiento, y al lado de dichos nombres existirán dieciseis espacios en blanco los cuales tendrán que ser cubiertos por el participante con otras tantas palabras que representen un elogio del producto o establecimiento anunciado, o un reconocimiento de sus cualidades, así por ejemplo, de un artículo cualquiera, de consumo, por ejemplo, café, podrá citarse que es "bueno", "aromático", "económico", "agradable", "maravilloso", etc. De otro artículo de uso, por ejemplo, zapatos, se diría que eran "duraderos", "económicos", "bonitos", "elegantes", etc., y de un establecimiento se harían constar igualmente palabras de alabanza.

70

75

80

El anunciante o patrocinador de este procedimien-



24 7 23 1

13 FEB



85

to, depositará en poder de un Notario, con la antelación suficiente una quiniela con la solución exacta, esto es, con las palabras que han de constar en las depositadas por los participantes y con el orden en que deben ir colocadas dichas palabras.

90

La jornada anterior al día en que se vaya a hacer pública la quiniela depositada, se darán a conocer las palabras que figuran en la misma, pero alterando su orden.

95

El premio que se ofrecerá al público, que será de la cuantía que acuerde el anunciante, bien teniendo en cuenta la importancia de la campaña realizada o el número de quinielas entregadas al público, el cual corresponderá al número de artículos vendidos o el de clientes que efectuaron una compra, será concedido dividiéndolo en dos cantidades iguales, una de ellas a repartir entre los poseedores de quinielas que hubiesen acertado catorce de las palabras que figuran en la quiniela depositada en el Notario, colocadas en el mismo orden, y la otra cantidad se repartirá entre los que sólo hubiesen acertado trece palabras. De no existir ningún acertante de catorce palabras, el premio sería repartido entre los que tuvieran trece y doce aciertos, y así sucesivamente, bien entendido que siempre se tendrá en cuenta que obtengan mayor premio los de mayor número de aciertos.

100

105

110

Este nuevo procedimiento tiene la ventaja de que el público obtendrá la quiniela para concursar sin que tenga que pagar nada por ella, y luego dependerá exclusivamente de su acierto en el pronóstico el que con la misma pueda obtener un premio. Las molestias para el

-5-

247231

13 FEB



115

120

125

130

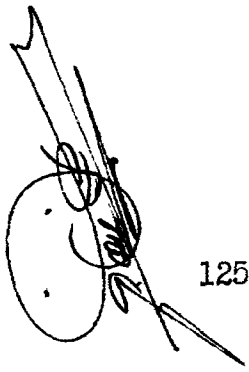
135

140

público son mínimas, y los premios que pueda obtener irán siempre de acuerdo con la importancia de la casa patrocinadora, lo que permite asegurar, teniendo en cuenta las campañas publicitarias que actualmente es costumbre realizar, que dichos premios serán de una cuantía suficiente para que atraigan al interés del público. No existe posibilidad de fraude para el público pues al llenar la quiniela cada participante podrá hacer constar en ella lo que estime oportuno y solamente influirá en el premio que pudiese llegar a obtener, los aciertos que hayan realizado los demás quinielistas.

For la novedad que encierra este procedimiento, al darle la debida difusión por prensa, radio, televisión, etc., se atraerá poderosamente la atención del público hacia el artículo o establecimiento que utilice este medio de propaganda, y ello supondrá un aumento en la venta de dicho artículo por el deseo del público de conseguir el mayor número posible de quinielas en blanco con las que participar. Al pensar y escribir palabras de elogio para el artículo o establecimiento, se consigue igualmente que el público, por costumbre, asocie dichas frases al artículo de que se trate, y si éste reúne esas ventajas, el público automáticamente se las reconocerá y las tendrá presentes para adquirir con preferencia el artículo que utilice este procedimiento para su propaganda.

Para facilitar la labor del público, se podrán dar a conocer algunas de las palabras que formen la quiniela, pero siempre sin citar su orden, con el propósito de conseguir que sea lo más elevado posible el número



13 FEB.



247231

de los participantes, pues mientras mayor sea éste más efectividad tendrá la propaganda realizada.

145

Al llegar al final del concurso se hará pública la quiniela depositada en poder del Notario y se realizará el escrutinio de todas las recibidas para ver las que existan acertadas y poder otorgar los premios correspondientes.

150

De todo lo anteriormente manifestado se deduce la novedad de este procedimiento publicitario y las evidentes ventajas que con el mismo se consiguen, al emplearlo en la propaganda de un artículo determinado, de un grupo de productos o de un establecimiento comercial.

155

La descripción que ha quedado hecha deberá entenderse en su sentido más amplio, con el fin de que no pueda ser imitado el nuevo procedimiento publicitario objeto de esta Patente variando pequeñas características que no alteren la esencialidad de lo descrito.

N O T A

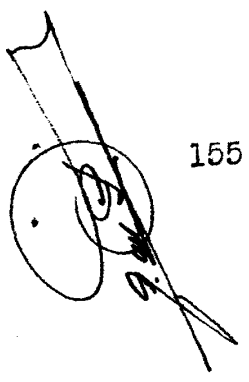
Se reivindican como propias y nuevas, sobre las cuales ha de recaer concesión de Patente de Invención Económico-Comercial, a favor de D^a Julia Torrero Gómez, de nacionalidad española, domiciliada en Madrid, calle de Alcalá, 191, las siguientes

165

REIVINDICACIONES

1^a.- Nuevo procedimiento publicitario, que se caracteriza porque al comprador de un artículo o al que realiza una compra en un establecimiento comercial determinados, se le entrega una quiniela en la que cons-

170



- 7 -

13 FEB.

247231

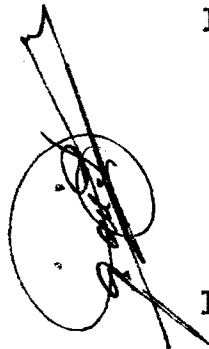


175

ta la marca del artículo o el nombre del establecimiento en una columna, repetido durante dieciseis veces, y al lado de dicho nombre, otros tantos espacios en blanco.

180

2^a.- Nuevo procedimiento publicitario, según la anterior reivindicación, y porque en los espacios en blanco de la quiniela citada deberá el comprador hacer constar distintas palabras que se refieran a las buenas cualidades del artículo o del establecimiento, o supongan elogio para los mismos, depositando dicha quiniela en el lugar que en la misma se indique.



185

3^a.- Nuevo procedimiento publicitario, según las anteriores reivindicaciones, y porque el anunciante que utilice este procedimiento depositará en poder de un Notario, con la antelación suficiente, una quiniela igual que la entregada al público, en la que figurarán las diferentes palabras elegidas, que forman la quiniela premiada, con las que han de coincidir las depositadas por los participantes.

190

4^a.- Nuevo procedimiento publicitario, según todas las reivindicaciones anteriores, y porque el anunciante otorgará un premio, de cualquier cuantía, que será dividido en dos cantidades iguales, repartiendo éstas entre los que hayan coincidido en sus quinielas, con la quiniela depositada, acertando catorce y trece palabras y el orden de las mismas, otorgándose los premios a los de menores aciertos, si no hubiere ninguna quiniela con catorce o trece palabras acertadas.

195

200

5^a.- "Nuevo procedimiento publicitario".

La presente Memoria consta de ocho hojas foliadas

13 FEB.



247231

y mecanografiadas por una sola cara.

Madrid, a trece de febrero de mil novecientos cincuenta y nueve.

PASCUAL CIVANTO
P. P.

A handwritten signature in black ink, written over a circular postmark. The signature is stylized and appears to read "Pascual Civanto".