



10 tencia en todos los órdenes y, en especial, en los de Pro
paganda y Publicidad, a tal extremo, que no se intimidan
ante ningún obstáculo de orden económico, con tal de po-
der orientar en el mejor y mayor grado toda campaña pro-
15 pagandística y publicitaria, con el fin de incrementar -
las ventas y, con sus beneficios, obtener mayores divi-
dendos. Para desgracia de todos y, en general del publi-
co consumidor, estas competencias nunca redundan en bene-
ficio de la calidad, medida, peso y precio de venta, de
lo que propaga toda campaña de Propaganda y Publicidad,
20 pues, al ser todos los sistemas actuales de Propaganda y
Publicidad costosos y de duración muy fugaz, encarecen -
aún más sus precios, por tener que repetirse todos los
días é, incluso, muchas veces al día, los motivos con que
se efectúan estas campañas, dando origen a gastos tan ele-
25 vados que, en muchos casos, obligan a aumentar el precio
de venta, reducen los beneficios de fabricación, calcu-
lados previamente é incluso, afectan a la calidad y ren-
dimiento de los artículos que propagan y recomiendan, sin
beneficio directo para el público consumidor en general.

30 La Propaganda y Publicidad, para rendir su obje-
tivo de incrementar ventas, tiene que ser continuada y -
persistente, debiendo despertar gran interés en el públi-
co consumidor en general, a la par que ser original, prác-
tica, económica y espléndida, tanto para el que la promue-
35 ve, como para el público consumidor a quien va dirigida.
Basándose en estos principios ha sido creado el nuevo sis-
tema de Propaganda y Publicidad objeto de la invención,
el cual está constituido por una completa organización o
medios de relación económico comerciales, entre una empre



40 sa o entidad explotadora del sistema, los industriales,
comerciantes y profesionales, que colaboran a su desarrollo
con sus anuncios, beneficiándose de ello, en una reduc-
ción muy elevada de inserciones, mayor amplitud, duración
y efectividad de sus anuncios, economizando grandes sumas
45 de dinero en los costos de la Propaganda y Publicidad, -
que permite mantener intacto, el tanto por ciento previs-
to de beneficio industrial aún aumentarlo por la fabrica-
ción en serie, superar la calidad de los productos y rebaja
50 jar el precio de venta al público, a límites muy estima-
bles. Y al público consumidor, posible cliente de todos
ellos, a quien se le mantiene extramada y permanentemente
interesado por medio del nuevo sistema y al que se le fa-
cilita un elemento de máximo valor intrínseco, que le re-
duce el precio pagado por lo adquirido en un porcentaje
55 muy interesante, permitiéndole con dicho elemento, optar a
los numerosos premios que concede el sistema durante el
plazo de validez, convirtiéndose en su mejor colaborador
y asesor para aumentar el desarrollo de sus actividades
y en su mejor protector y previsor, ya que le cubre, con
60 la Póliza de Seguro gratuita, de toda contingencia calami-
tosa de invalidez ú óbito producido por accidente.

Se trata de una gran mejora en los procedimientos
económicos-comerciales y en los de la Propaganda y Publi-
cidad. Cumple los principales fines de incrementar las -
65 ventas forzando al consumidor a efectuarlas en mayor can-
tidad y con antelación a sus necesidades y reduce los cos-
tos de la propaganda y publicidad, concediendo ventajas
económicas tangibles al público consumidor en general pa-
ra que efectúe compras mejorando sus posibilidades adqui-



2276

70 sitivas, sin perjuicio de la calidad, resultado, medida, peso y precio de venta, de aquello que adquiere y que está protegido y propagado por este nuevo sistema de Propaganda y Publicidad á incremento de ventas. Es por esto por lo que se hace merecedora esta mejora que implica el

75 sistema a que se otorgue por ella a su inventor, el privilegio de exclusiva explotación que supone esta Patente.

Exponiendo a grandes rasgos el desarrollo del sistema, comprenderá las fases y normas, que se detallan a continuación.

80 Organizada la empresa explotadora, la fase preparatoria consistirá en conseguir la colaboración de varias firmas de industriales, comerciantes y profesionales de mayor seriedad, solvencia y crédito, cuidando de limitar lo más posible la concurrencia de los de una misma actividad, para evitar competencias y asegurar el aumento de ven

85 tas a los contratantes, que es el fin principal del sistema. El número de estos cooperadores puede ser variable y no altera los fundamentos del sistema, considerándose como ideal la cifra de treinta y tres, bien en cuanto a em

90 presas anunciadoras colaboradoras, o en relación con los artículos, establecimientos o marcas a propagar. Es posible rebasar esta cifra de colaboradores, aumentando las páginas de cada una de las "Agendas de Bolsillo" o haciendo tiradas o ediciones nuevas, las cuales se distinguiran

95 entre sí por medio de la serie, así como también por el número de ejemplares de cada edición o tirada. La colaboración al sistema de los anunciantes se efectuará suscribiendo ambas partes: empresa explotadora y cooperador - anunciante, un contrato en el que se especifican las obli



100 gaciones y derechos de cada una, de cuyo contrato se acompaña un modelo para mayor claridad, a título informativo, pero no definitivo, por lo que su texto y redacción podrá ser modificado siempre que se ajuste al fin y condiciones generales del sistema.

105 El contenido citado podrá redactarse, poco más o menos, como sigue:

MODELO DE CONTRATO

SERIE EDICION DE EJEMPLARES NUMERO.....

110 Dn. mayor de edad, como de la firma contratante con domicilio en calle de número y en su nombre y representación, y Dn. como de la firma explotadora con domicilio en calle de número convienen lo siguiente:

120 Primero - firma explotadora del sistema tiene la concesión de la explotación de un nuevo sistema de Propaganda y Publicidad por "AGENDA DE BOLSILLO" amparado por la Patente de Invención Económico-Comercial número cedida por su propietario é inventor D. Francisco de la Asunción Dasí.

125 Segundo - Dn. en representación y nombre de firma contratante desea suscribirse a la campaña de Propaganda y Publicidad, por el sistema de "AGENDA DE BOLSILLO" objeto de la Patente de Invención Económico-Comercial citada en el punto 1º, a cuyo efecto firman el presente con

25 2276



130 trato, bajo las siguientes

ESTIPULACIONES

Primera - Dn. firma contratante
..... se obliga a pagar la cantidad de PESETAS
..... por anuncio y ejemplar, de la SERIE

135 EDICION DE EJEMPLARES, cuyo importe total
de PESETAS hará efectivas en las siguientes condiciones:

PESETAS a
la firma del presente contrato en
140 y PESETAS en ...
..... letras de cambio aceptadas, con vencimiento mensual,
al día por PESETAS
..... cada una, Avaladas por Dn. ...
..... con domicilio en ca-

145 lle de número

Segunda - firma explotadora del sistema
..... se obliga a insertar en la EDICION
DE EJEMPLARES SERIE el
texto del anuncio siguiente

150 con número de orden para
premio con un valor de PESETAS
..... por "Agenda de Bolsillo" por premio diario:
PESETAS por premio semanal:
PESETAS por premio mensual.

155 Tercera - El presente contrato lleva un número de orden
que, de coincidir con las tres últimas cifras del primer
premio de cada uno de los sorteos de la Lotería Nacional
que se celebran en Madrid durante la vigencia del presente
contrato firma explotadora

202278



160 otorgará una Póliza de Vida Entera por un valor nominal
 de PESETAS, totalmente liberada, a favor
 de la persona que se designe por el contratante, siempre
 que la misma no exceda de los 35 (treinta y cinco) años
 de edad y que, por sus condiciones físicas, no esté excep-

165 Cuarta - Dn. firma contratante .
 se obliga a adquirir la cantidad de
 "Agendas de Bolsillo" por el precio de PESE-
 TAS cada una. Las que entregará gratuita-
 170 mente a cada uno de sus clientes compradores a razón de
 una "Agenda de Bolsillo" por cada compra efectuada de ..
 PESETAS.

La cantidad de PESETAS
 importe de las "Agendas de Bolsillo" las hará efectivas
 175 en los siguientes plazos y condiciones:
 obligándose a dar cuenta e
 firma explotadora de la dirección
 y nombre de cada uno de los clientes a quien hayan sido
 entregadas.

180 Quinta - La vigencia del presente contrato es de UN AÑO,
 a contar desde ocho días laborables de haber recibidos las
 "Agendas de Bolsillo", lo que se justificará con la firma
 del correspondiente albarán de entrega, poniéndose en vi-
 185 gor el sistema a partir de dicha fecha, de modo que des-
 de este mismo día se conceden los premios.

La Póliza de seguro de que va acompañada cada -
 "Agenda de Bolsillo" no entra en vigor, hasta tanto no
 se haya efectuado la revisión médica a que está obligado
 el tenedor definitivo de la misma.

252276-8-



190 Sexta - Para dirimir cualquier divergencia dimanada de la
firma de este contrato se recurrirá a amigables compone-
dores y, caso de no llegarse a un acuerdo, se someterán
ambas partes al fuero de los Tribunales de la Ciudad don
de radique la firma explotadora del sistema. Y para que
195 conste a todos los efectos, firman el presente contrato
por triplicado, quedando una copia en poder del contra-
tante y las otras dos en poder de la firma explotadora -
del sistema.

En a de ..
200 de mil novecientos

Con el fin de aumentar el interés de la industria
y el comercio en general para formar parte de este nuevo
sistema propagandístico y publicitario, se establecen -
treinta y seis premios anuales combinados y de acuerdo
205 con los sorteos de la lotería Nacional, (cifra esta a tí-
tulo de ejemplo, pero no definitiva, por lo que el número
de premios anuales podrán ser disminuidos o aumentados,
según se tome el número que haya obtenido el premio mayor
tres veces por mes, dos o una; ampliando los premios to-
210 mando las tres últimas cifras de los números que hayan ob-
tenido los premios segundo y tercero). A tal efecto, los
contratos según modelo citado que con la empresa explota-
dora suscriben las firmas colaboradoras, estarán numera-
dos desde el "000" al "999" por cada serie o edición y
215 los titulares de los contratos, cuyos números coincidan
con el formado por las tres últimas cifras del que ha ob-
tenido el primero, segundo y tercero premios de cada sor-
teo, tendrán derecho a un premio consistente en una Póli-
za de Seguro de Vida entera, completamente liberada, de

252276-9-



220 un valor a determinar.

El contratante no podrá renunciar al premio de la Póliza, pero si enajenaría mediante la cesión de todos los derechos de la misma a la empresa explotadora del sistema la que, a cambio de dicha cesión, abonará al contratante una cantidad que se fijará una vez determinado el valor nominal de la Póliza y el tiempo de validez de la misma.

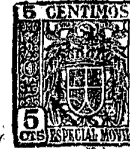
Para asegurarse el interés del público consumidor en adquirir los productos de las firmas que colaboran en el sistema, con la inserción de los anuncios de sus artículos, marcas y locales de negocio, se dota a estos artículos con el obsequio de una "Agenda de Bolsillo" por una determinada cantidad de pesetas de compra de una misma firma. Este obsequio incita a efectuar las compras de sus necesidades en una sola vez, por el afán de conseguir la "Agenda de Bolsillo", dado su valor intrínseco, su utilidad por la Póliza de Seguro y los numerosos y valiosos premios que pueden obtenerse con su posesión, ya que su plazo de validez es de un año, lo que da la casi seguridad de que algunos de estos premios le han de corresponder a cada uno de sus poseedores. Para que el público consumidor en general se beneficie con el obsequio de la "Agenda de Bolsillo", en los casos en que adquiriera artículos de las firmas anunciantes del sistema, cuyo precio de venta no iguale a la cifra estipulada para el obsequio de la "Agenda de Bolsillo" en una compra, recibirá con los mismos géneros adquiridos, o por entrega gratuita del establecimiento vendedor, el importe de la compra efectuada en sellos, cupones, cromos, vales, talones, cheques, etc. etc., que llevarán impresa Propaganda y Publicidad.



250 por una cara, o por ambas caras, de las firmas que anun-
cian en el sistema, con su serie, y estarán numerados des-
de el "000" al "999", los que podrán ser coleccionados -
por el público comprador en libretas que llevarán también
255 los anuncios de los concurrentes al sistema, hasta reunir
la cantidad fijada para poder efectuar el canje de los -
mismos, por una "Agenda de Bolsillo", o una vez llenas
las libretas se canjearán por cheques para compras que se
realizarán estas precisamente en el establecimiento don-
de le fué entregada la libreta coleccionadora al cliente
260 comprador, quien en el momento del canje recibirá un vo-
lante con el mismo número de la libreta, con el cual op-
tará a un premio semanal cuyo valor se fijará en el mo-
mento oportuno y por pérdida de validez para optar a los
premios de un año. Es condición precisa, para poder can-
265 jearlos por la "Agenda de Bolsillo", que todos los sellos,
cupones, cromos, vales, talones, cheques, etc. etc. co-
leccionados, correspondan a las series completas de una
misma firma anunciadora.

270 Estos sellos, cupones, cromos, vales, talones,
cheques, etc. etc., podrán también tener canje, por los
géneros de las firmas anunciantes mediante un valor que
se fijará para cada serie completa de mil números, por lo
cual estarán numerados desde el "000" al "999".

275 Para aumentar la Propaganda y Publicidad del sis-
tema y de cada una de las firmas colaboradoras, así como
de sus productos, la empresa explotadora del sistema pu-
blicará por la Prensa local y de ámbito nacional, los pre-
mios diarios que concede a cada uno de los tenedores de
"Agenda de Bolsillo", poniendo de relieve la marca o fir-



280 ma poseedora del número premiado, y el titular de la -
"Agenda de Bolsillo", difundiendo igualmente los pre-
mios por radio , tanto local como en cadena.

285 En el sistema de Propaganda y Publicidad que he-
mos descrito podrá variarse cualquier detalle secundario
de realización, así como las cantidades, premios, forma-
tos y características de la "Agenda de Bolsillo" y todo
aquello que no altere en esencia lo que es fundamental y
característico que se resume en la siguiente

N O T A
=====

290 Los puntos nuevos y de propia invención que se -
presentan para su reivindicación en esta Patente de In-
vención Económico-Comercial, son:

295 1º.- Nuevo sistema de Publicidad y Propaganda,
que comprende la organización de una empresa explotadora
que gestione la colaboración de un grupo de industriales,
comerciantes o profesionales, para el anuncio de sus pro-
ductos, marcas, establecimientos o servicios en el siste-
ma y que quedan unidos a él por medio del contrato mercan-
til reseñado en el cuerpo de la precedente descripción,
300 asignándole a cada contrato uno o varios números desde el
"000" al "999", los cuales, en combinación con los sor-
teos periódicos de la Lotería Nacional, servirán para que
el titular tenga derecho a recibir un premio regalo du-
rante el tiempo de duración del contrato.

305 2º.- Nuevo sistema de publicidad y propaganda, se-
gún el cual el premio regalo que se entregará al titular
del contrato premiado de acuerdo con la combinación rese-
ñada en la precedente reivindicación, consistirá en una



310 póliza de seguro de vida completamente liberada, expedida por una sociedad de seguros legalmente autorizada, a la cual la adquirirá la empresa explotadora del sistema, para efectuar la entrega del premio regalo establecido.

315 3º.- Nuevo sistema de publicidad y propaganda, según el cual, los suscriptores del contrato mencionado en la reivindicación anterior adquieren de la firma explotadora, que será la editora, una determinada cantidad de unas "Agendas de Bolsillo", para regalar gratuitamente a sus clientes, cuyas agendas son de constitución especial y llevan diversos elementos utilitarios, poseyendo intercaladas con las hojas de uso para anotaciones y con datos de consulta, unas páginas destinadas a la publicidad de las marcas, artículos, establecimientos o servicios de los suscriptores del referido contrato, cada uno de cuyos

320 anuncios estará numerado del "000" al "999" para que el tenedor de la agenda pueda optar a los premios que se ofrecen diaria y semanalmente en combinación con los sorteos de la organización Nacional de Ciegos y mensualmente con los sorteos periódicos de la Lotería Nacional, teniendo el derecho a dichos premios durante el plazo de un año a partir desde la fecha en que entre en vigor el

325 contrato, cuyas agendas acompañarán siempre a la mercancía, en su caso o a su equivalente, de tal modo que tengan opción a tales premios, no sólo el público comprador, sino también el propio comerciante, industrial o profesional, que las adquirió y el detallista durante el tiempo en que la mercancía, adquirida por él para revender, está en su poder; para que el público consumidor en general se beneficie con el obsequio de la "Agenda de Bolsi-

330

335



340 llo", en los casos en que adquiriera artículos de las firmas anunciantes del sistema, cuyo precio de venta no iguale a la cifra estipulada para el obsequio de la "Agenda de Bolsillo" en una compra, recibirá con los mismos géneros adquiridos, o por entrega gratuita del establecimiento vendedor, el importe de la compra efectuada en sellos, cupones, cromos, vales, talones, cheques, etc. etc., que 345 llevarán impresa Propaganda y Publicidad por una cara, o por ambas caras, de las firmas que anuncian en el sistema, con su serie, y estarán numerados desde el "000" al "999", los que podrán ser coleccionados por el público - 350 comprador en libretas que llevarán también los anuncios de los concurrentes al sistema, hasta reunir la cantidad fijada para poder efectuar el canje de los mismos, por una "Agenda de Bolsillo", o una vez llenas las libretas se canjearan por cheques para compras que se realizarán 355 estas precisamente en el establecimiento donde le fué entregada la libreta coleccionadora al cliente comprador, quien en el momento del canje recibirá un volante con el mismo número de la libreta, con el cual optará a un premio semanal cuyo valor se fijará en el momento oportuno 360 y por plazo de validez para optar a los premios de un año.

4º.- Nuevo sistema de publicidad y propaganda, que comprende la inclusión en la agenda de bolsillo mencionada en la reivindicación anterior de una Póliza de Seguro de cualquier modalidad individual, completamente 365 liberada y a favor del tenedor de la agenda, por el valor y plazo de validez a establecer en cada caso, o bien para todos los casos en general. Y

5º.- "NUEVO SISTEMA DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA",

252278

- 14 -

23



370

de conformidad en un todo en lo esencial y fines industriales a lo descrito en la precedente Memoria Descriptiva.

Esta Memoria consta de TRECE hojas escritas o mecanografiadas por una sola cara a doble espacio en 371 líneas.

Valencia, 23 de Febrero 1960
Por autorización del interesado