



262402

PATENTE DE INVENCION ECONOMICO-COMERCIAL
=====

por VEINTE años

cuyo privilegio se solicita para España,
sus territorios y plazas de soberanía, a
favor de:

D. JOSE-LUIS SAENZ CALVO

de nacionalidad española, domiciliado en
Badalona, calle Mar nº 45, relativa a:

"SISTEMA DE PUBLICIDAD MULTIPLE Y FOMENTO
DE VENTAS CRONOLOGICO".

=====



MEMORIA DESCRIPTIVA
=====

5. La presente solicitud de patente de invención de carácter económico comercial tiene por objeto, conforme indica su enunciado, un sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico. - - - - -

10. El sistema más comunmente empleado por las empresas mercantiles para la venta de sus productos o para la prestación de sus servicios, consiste en una publicidad a través de la prensa y de la radio, y en no muchas ocasiones en la redacción de un folleto, en el cual se ofrece un estímulo o descuento y que, en las condiciones empleadas para hacerlo llegar en manos del público consumidor las más de las veces pierde quizás toda su eficacia.

15. La publicidad en la prensa, no llega a ser todo lo eficaz que pretenden las casas comerciales anunciadoras, toda vez que la difusión del producto pregonado depende en gran parte del tiraje del periódico o publicación en donde se insertan y de las características personales del público lector de tales periódicos o publicaciones. - -

20. Por otro lado, la publicidad radiada, aparte de ser extremadamente cara, es por lo general bastante incompleta si se tiene en cuenta que son numerosas las emisoras existentes y que no todo el público es oyente de aquella que precisamente difunde los premios o bonificaciones concedidos por la casa comercial patrocinadora.

25.

A la vista de estos inconvenientes se ha ideado el sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas

262402



30. cronológico según la invención, el cual indudablemente presenta una mayor intensidad y un mayor campo de difusión que los medios habitualmente puestos en uso, dado que tiende a hacer del propio público consumidor un medio o agente para la persistencia de la publicidad y, consiguientemente, de sus efectos, que en definitiva no son otros que el fomento de ventas. - - - - -

35. En esencia, se caracteriza el sistema según la invención por coordinar, a través de una organización central publicitaria, por una parte, varias empresas mercantiles concertadas relacionadas con suministro de productos y/o con prestación de servicios y, por otra

40. parte, los consumidores y usuarios de dichos productos y servicios, utilizando como medio de coordinación la edición de calendarios, cuyos ejemplares son entregados gratuitamente a dichos consumidores y usuarios, y cuyas hojas presentan, junto con las indicaciones cronológicas

45. propias de un calendario, inscripciones publicitarias a manera de cupones o análogos, mediante los cuales su poseedor se hace acreedor de beneficios para la obtención de los mencionados productos y servicios de dichas empresas mercantiles concertadas. - - - - -

50. Dentro de la característica precedente, y como particularidad preferente, si bien potestativa, queda previsto que el disfrute de los beneficios correspondientes a ciertos cupones o análogos venga supeditado a plazos relacionados con las fechas de las respectivas

55. hojas del calendario, transcurridos los cuales sobreviene

252-102



la caducidad de tales beneficios. - - - - -

60. Dentro del concepto antes expresado de empresas mercantiles se entenderán incluidas por una parte las fábricas e industrias dedicadas a la fabricación o manufactura de artículos en general y las tiendas, almacenes y similares dedicados a la venta de la producción de tales industrias, y por otra parte las empresas tales como centros de espectáculos, agencias de viajes, hoteles y restaurantes, establecimientos de modistería o sastrería, etc., cuya actividad consiste en la transformación o simplemente en la prestación de servicios. - - - - -

70. Conviene también precisar que las hojas de los calendarios antes expresados podrán corresponder a días, semanas, quincenas o meses, o bien a cualquier otro período de tiempo que pueda ser útil a efectos de cómputo cronológico. Los calendarios, indistintamente, podrán quedar presentados en forma de blocs, tacos, cuadernos, dietarios o en cualquier otra forma de presentación a base de hojas ya sea encuadernadas, ya sea sueltas, ya sea disjuntas de modo segregable, etc. Las inscripciones publicitarias a manera de cupones o análogos previstas en tales hojas usualmente serán distintas de un día para otro en relación con los diversos conceptos que inciden en el presente caso, tales como texto de las inscripciones, naturaleza de los productos o servicios, nombre de las empresas mercantiles, etc. - - - - -

Se observa el interés notable que ofrece la

262102



85. posibilidad de que los beneficios proporcionados por los cupones o análogos puedan ser objeto de caducidad en función de ciertos plazos y fechas. Gracias a ello el presente sistema de publicidad hace posible, no tan solo dirigir el público hacia determinados productos o establecimientos, sino incluso dirigirlo hacia donde interese en determinadas épocas, días, u horas que se procurará que coincidan con los períodos de menor concurrencia que son de observar por ejemplo, en los centros de espectáculos (días laborables especialmente los lunes), en las agencias de viajes (meses de otoño y de invierno), en los establecimientos de sostería (meses de enero, agosto y otros), etc. etc. - - -
- 90.
- 95.

- Cabe también, potestativamente, incluir la característica de que cada calendario y en su caso cada cupón o análogo tenga atribuido un número susceptible de quedar premiado por sorteo con la entrega gratuita de especies (productos o servicios) de las empresas mercantiles concertadas. El número atribuido a cada calendario puede constituir un elemento de control muy útil para la organización central publicitaria, ya que no solo es susceptible de servir para identificar o personificar al poseedor del calendario, sino que, a la par, constituye una garantía para las empresas concertadas respecto a la cantidad de ejemplares que constituyen la edición, dato que es de vital importancia en materia de publicidad dado que expresa el grado de difusión entre el público consumidor, y a tenor del mismo se estipula habitualmente el importe de la publicidad prestada. - - - - -
- 100.
- 105.
- 110.

352402



115. El número atribuido a los cupones o análogos facilita la introducción de estímulos en forma de sorteos, cuya organización puede incumbir indistintamente a las respectivas empresas mercantiles concertadas o a la organización central publicitaria. - - - - -

120. En general los beneficios a que al principio se ha hecho referencia consistirán en descuentos sobre el importe de determinados productos o servicios de la empresa concertada a quien corresponda el cupón o análogo acreditativo de dicho beneficio; estos descuentos

125. pueden consistir en un tanto por ciento, en una cantidad alzada, o en la entrega gratuita de una pieza o ejemplar siempre que se realice la compra de un número preestablecido de otras piezas o ejemplares. - - - - -

130. Puede también ofrecer interés la inclusión de establecimientos comerciales (tiendas, almacenes, bazares etc.) con el carácter de empresas mercantiles concertadas, respecto a los cuales el depositario de los respectivos cupones o análogos se hace acreedor de una reducción general en el importe de las compras realizadas en dichos establecimientos. - - - - -

135. Para facilitar la comprensión de las ideas precedentes se hace referencia seguidamente a la lámina que se acompaña, en la cual se ha representado un caso de posible ejecución del calendario propio del presente sistema, caso que deberá ser considerado como ilustrativo y por lo tanto desprovisto de todo carácter limitativo. - - - - -

140.

- / -
262402



145. En el dibujo adjunto queda grafada una hoja del calendario dividida en seis casillas. La parte (1) corresponde a la zona utilizable para recibir las grapas de unión de las hojas y en la misma se ha indicado el número 1048 atribuido al calendario para identificación de su poseedor. - - - - -
150. La casilla señalada por (2) contiene las indicaciones cronológicas propias de un calendario junto con el santo del día. - - - - -
- La casilla (3) hace la función de vale para la adquisición de un producto con una reducción de 0,50 ptas. en su importe. - - - - -
155. La casilla (4) representa un bono que faculta para un descuento del 25% sobre el importe del producto pero supeditándose la adquisición a la fecha del día (6 marzo 1960) so pena de caducidad. - - - - -
160. La casilla (5) contiene un cupón numerado que facilita la asistencia a una determinada sesión de un centro de espectáculos a base de poder disfrutar de dos localidades al precio de una sola. - - - - -
165. La casilla (6), provista de la inscripción disponible, no ha sido cubierta por ninguna mención publicitaria. - - - - -
- La casilla (7) contiene un número que de resultar premiado por sorteo permite la obtención de un descuento del 10% en todas las compras efectuadas en

332402



170. unos determinados almacenes comerciales siempre que tengan lugar dentro de un plazo de tres días. - - - -

175. Tal como se ha expresado, los ejemplos que acaban de indicarse no son obstáculo para otras variantes de realización del sistema según la invención, siempre y cuando queden comprendidas dentro de la esencialidad que oportunamente ha quedado expresada como característica fundamental del sistema. - - - - -

180. Habiendo efectuado la descripción que precede debe hacerse constar que el objeto de la presente patente de invención de carácter económico-comercial es el que se resume y concreta en los términos de la primera de las reivindicaciones que siguen, bien sea considerada aisladamente, bien sea considerada junto con una o varias de las reivindicaciones restantes tomadas en consideración. - - - - -

185. N O T A

Se declaran de novedad, propiedad y utilidad para España y todos sus territorios y plazas de soberanía, las siguientes: - - - - -

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

190. 1ª. Sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico, caracterizado por coordinar, a través de una organización central publicitaria, por una parte, varias empresas mercantiles concertadas relacionadas con suministro de productos y/o con prestación de



262432

- 195. servicios y, por otra parte, los consumidores y usuarios de dichos productos y servicios, utilizando como medio de coordinación la edición de calendarios, cuyos ejemplares son entregados gratuitamente a dichos consumidores y usuarios, y cuyas hojas presentan, junto con
- 200. las indicaciones cronológicas propias de un calendario, inscripciones publicitarias a manera de cupones o análogos, mediante los cuales su poseedor se hace acreedor de beneficios para la obtención de los mencionados productos y servicios de dichas empresas mercantiles concertadas. - - - - -
- 205.

2ª. Sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico, según la reivindicación 1, caracterizado porque potestativamente el disfrute de los beneficios correspondientes a ciertos cupones o análogos queda supeditado a plazos relacionados con las fechas de las respectivas hojas del calendario, transcurridos los cuales sobreviene la caducidad de tales beneficios. - - - - -

- 210.
- 215. 3ª. Sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico según la anterior reivindicación, caracterizado potestativamente porque cada calendario y en su caso cada cupón o análogo tiene atribuido un número susceptible de quedar premiado por sorteo con la entrega gratuita de especies de las empresas mercantiles concertadas. - - - - -
- 220.

4ª. Sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico, según la reivindicación 1, carac-

262402



225. terizado porque los referidos beneficios consisten en descuentos sobre el importe de determinados productos o servicios de la empresa concertada a quien corresponde el cupón o análogo acreditativo de dichos beneficios.--

230. 5ª. Sistema de publicidad múltiple y fomento de ventas cronológico, según la reivindicación 1, caracterizado por la inclusión de establecimientos comerciales con el carácter de empresas mercantiles concertadas, respecto a los cuales el poseedor de los respectivos cupones o análogos se hace acreedor de una reducción general en el importe de las compras realizadas en dichos establecimientos. - - - - -

235. 6ª. "SISTEMA DE FUERTEZADA LIBERTAD Y FOMENTO DE VENTAS CRONOLÓGICO". - - - - -

240. Todo ello conforme se describe y reivindica en la presente memoria que consta de diez hojas foliadas y mecanografiadas por una sola de sus caras y de una lámina ilustrativa.

BARCELONA, 4 NOV 1960

MARCELINO CURELL SUÑOL

P. P.

P. A.



2624 J2

Figura única

CALENDARIO FAMILIAR Nº 1048 1	2 1960 MARZO 6 LUNES San Buenaventura	3 Sal "EL BRUCH" Vale por 0,50 ptas PARA LA COMPRA DE UN PAQUETE DE Sal "EL BRUCH"	4 QUESOS "SOL" Bonificación del 25 % en la compra de UNA BOLA QUESOS "SOL" 6 MARZO 1960
	CINE BRASILIA CUPON Nº 42 <i>Contra entrega de este cupón le serán despa- chadas las localidades</i> AL PRECIO DE UNA SOLA <i>(día 6 de marzo, noche)</i>	DISPONIBLE	7 Nº 27.045 CONSERVE ESTE NUMERO !! <i>De resultar premiado "ALMACENES EL PINGÜINO"</i> <i>Le beneficiará con un desc.º del 10 % en todos sus compras del día. (caduca a los 3 días)</i>

5 6

BARCELONA, - 6 NOV. 1960

[Handwritten signature]

Escala variable.