



lución racional y equitativa, capaz de mantener un equilibrio entre los intereses de industriales comerciantes y público consumidor, y que, satisfaciendo a todos de una manera ideal, borre de una forma definitiva los motivos que provocan las crisis industriales y comerciales, las que se originan como inmediata consecuencia de la falta de disponibilidades económicas del público consumidor, a quien se le ofrecen cada día nuevos productos, los cuales, al concurrir al mercado recrudecen aun mas el problema y la lucha existente entre la oferta y el poder adquisitivo del consumidor.

Producto de las infinitas soluciones estudiadas y ensayadas por los promotores financieros de la industria y el comercio, y de los precursores de mejores medios para eliminar toda sombra de crisis industrial y mercantil, ha nacido al mercado un arma de múltiples filos por sus resultados de signos variadisimos y de gran influencia en el precio de los productos y, por lo tanto, en el ciclo de desarrollo general de las actividades mercantiles: la publicidad.

La mayor concurrencia diaria al mercado de productos nuevos, ha creado automáticamente una fuerza de sentido negativo conocida por todos los interesados en negocios, por competencia, cuya presencia interesa eludir en la marcha normal de toda actividad mercantil, para poder subsistir y, por ello, y contra ella, es dirigida la publicidad.

Obsesionados los interesados en la anulación de toda competencia, olvidan tener en cuenta factores vitales de la trama mercantil y, aumentando la potenciali-

270371



dad de la publicidad, pretenden anular la competencia, provocando un grave aumento de los precios de los productos, por los costos de la publicidad, sin tener en cuenta para nada, el poder adquisitivo del consumidor, que es el único factor que resuelve el problema y puede anular la competencia.

Conviene pues reducir los costos de la publicidad sin reducir sus beneficiosos efectos divulgadores de los productos que propaga, y con las economías conseguidas, aumentar el poder adquisitivo del público consumidor, con lo que se mantienen precios beneficiosos para los industriales y comerciantes, y el consumidor, al disponer de mayor cantidad de poder adquisitivo, consume más y, al aumentar el consumo de los productos, desaparecen las causas de toda depresión comercial y se equilibra la oferta con la demanda, anulándose la competencia.

El medio ideal que auna los intereses comunes de los industriales comerciantes y público consumidor, será aquel, que poseyendo las máximas condiciones de divulgación, reduzca en un gran porcentaje los costos de la publicidad, tenga fuerza incitativa sobre el ánimo del consumidor, para inclinarlo a efectuar compras permanentemente y mantenga la tónica del mercado en un estado de equilibrio, cuanto menos, entre la oferta y la demanda.

Teniendo en cuenta este gran vacío existente en la actualidad en toda actividad mercantil de todos los ámbitos, ha sido creado el nuevo sistema publicitario, de promoción de ventas, que constituye un medio publicitario económico, por su eficacia y efectividad, incrementador de posibilidades económicas para el público consu-



midor, cuya Patente de Invención se solicita.

70 La base del presente sistema publicitario está
constituida por un boleto publicitario gratuito, compues-
to de acuerdo con la gran afición que el público en ge-
neral manifiesta por los juegos de azar, como son: los
Sorteos de la Organización Nacional de Ciegos y las qui-
nielas del Patronato de Apuestas Mutuas Deportivo Bene-
75 ficas, las cuales intervienen como un aliciente mas en
el sistema, constituyendo el fundamento del nuevo siste-
ma, la seguridad para el público comprador de que, efec-
tuando sus compras de artículos de necesidad vital en
determinados establecimientos, pertenecientes a la red
80 explotadora del nuevo invento, su efectivo metálico ad-
quiere un sobre valor, que le permite consumir de una
manera continuada un gran número de productos que exis-
ten en el mercado, completamente gratis y optar a pre-
mios que le pueden situar en el futuro a cubierto de to-
da contingencia económica, sin mas esfuerzo por su parte,
85 que coleccionarlos cuando le son ofrecidos por las com-
pras efectuadas y en razón a un valor fijo de compra de
artículos a su libre elección.

90 Para facilitar la comprensión de las caracte-
rísticas generales del boleto a que hemos hecho mención,
se acompaña una lámina de dibujos representandolo tanto
por su anverso (figura 1), como por el reverso (figura 2)
bien entendido que se trata de un simple ejemplo sujeto
a posibles variaciones de detalle, por lo cual no debe
interpretarse en sentido limitativo, sino amplio y general.

95 El referido boleto, base del nuevo sistema pu-
blicitario de incremento de posibilidades económicas para



100 el comprador y promocionista de ventas, está compuesto por el anverso y según dichos dibujos de un espacio publicitario -1- para la marca o producto anunciado situado en el centro del boleto y a la derecha o izquierda están situados dos boletos -2- y -3- con los nombres de los equipos de futbol, con los pronósticos detallados, valederos cada uno de ellos para jornadas distintas del calendario futbolístico del Patronato de apuestas mutuas.

105 Cada uno de estos boletos -2- y -3- llevan en la parte superior de su rectángulo un espacio -4- donde va colocado el anuncio de la casa que patrocina los pronósticos fijados. En la cabecera y a la izquierda de la misma, hay un espacio -5- reservado para la publicidad del establecimiento que obsequia a su clientela con los boletos gratuitamente. y en la parte superior, en los espacios -6-7- va colocado el número con el cual se opta al premio semanal de acuerdo con los sorteos de la Organización Nacional de Ciegos y la serie a que pertenece, la

110 fecha para que es válido y las instrucciones y condiciones por las que se tienen que regir para optar a los premios los tenedores de los boletos. En el pie del boleto lleva los espacios -8- para instrucciones y para publicidad del sistema, como también un espacio en blanco para que el tenedor del boleto lo firme.

120

125 En la parte posterior (Figura 2), y en el centro lleva una quiniela o boleto -9- igual a los descritos, pero valedero para fecha distinta de los anteriores, al objeto de mantener el interés del tenedor sobre el boleto y su publicidad, durante un plazo mayor de tiempo. Este boleto necesariamente tiene que estar patrocinado



130 por dos firmas anunciantes, que pueden ser distintas a las que ocupan los espacios publicitarios. A la derecha e izquierda de la quiniela hay dos espacios publicitarios -10-11- que pueden ser distintos entre si y con respecto al anunciante del anverso, reservándose las partes superior -12- e inferior -13- del boleto, bien para publicidad del sistema o para instrucciones.

N O T A
=====

135 En la presente Patente de Invención Económico-Comercial, se reivindica:

140 1º.- Nuevo sistema publicitario con incremento simultáneo proporcional al capital empleado en compras por el consumidor, caracterizado por comprender un boleto publicitario que acrecenta el valor del importe de la compra efectuada en un tanto por ciento superior al diez del capital empleado, destinado exclusivamente a efectuar compras gratuitas de los productos anunciados en el sistema y, precisamente en el comercio donde le obsequiaron con el mismo, sin aumento del precio ni merma del peso o medida de la cosa adquirida, por llegar a poder del comerciante, como una mercancía mas de las que expende, ya que obtiene un beneficio neto mínimo sobre el precio pagado por ellos de un cinco por ciento, mas la publicidad gratuita del establecimiento insertada en el boleto.

150 2º.- El sistema publicitario de la reivindicación anterior caracterizado porque el boleto citado incluye tres quinielas valederas para dos o tres jornadas de distinta fecha, con los pronósticos resueltos, con lo que se opta a los premios del Patronato de Apuestas Mu-

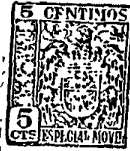


160 tuas Deportivo Benéficas con opción en cada uno de ellos
a la centésima parte del valor del premio que puedan co-
rresponderles a cada una de ellas, condición ésta que
165 obliga a retener con el máximo interés el boleto al po-
seedor del mismo, prolongando la efectividad publicitaria
del mismo por su plazo de validez y además por optar a
un premio otorgado por la entidad explotadora del siste-
ma de acuerdo con el sorteo de la Organización Nacional
170 de Ciegos de determinado día de la semana, pudiendo ser
para fecha posterior a la fecha de validez de la quinie-
la de mayor plazo, y con derecho a la centésima parte
del valor del premio.

170 3º.- El sistema de las anteriores reivindica-
ciones en el cual, el boleto mencionado está dotado de
un valor de canje superior al diez por ciento de la can-
tidad fijada como módulo para que el comprador tenga de-
recho a ser obsequiado gratuitamente con él por el comer-
cio donde efectúa la compra, donde podrá, contra la en-
175 trega de los que poseyera, adquirir productos de los anun-
ciados en el sistema por un importe igual al total del
equivalente del valor de canje de cada uno de los boletos.

180 4º.- El sistema publicitario de las anteriores
reivindicaciones, en el cual los comerciantes adquieren
el boleto publicitario expresado a un precio inferior al
de canje, abonándoles la diferencia existente la entidad
explotadora del sistema, con lo que se consigue propor-
cionar a los industriales y comerciantes un medio publi-
185 citario, que les reduce los costos de la publicidad, man-
teniendo el máximo interés del comprador sobre los pro-
ductos anunciados y sobre el establecimiento que los ob-

27071



190

sequia y facilitando al comprador un gran interés sobre el capital empleado en la compra, nunca inferior al diez por ciento de su valor, mas los premios que les puedan corresponder, eliminando mediante el sistema las competencias y crisis comerciales al proporcionar al comprador nuevo poder adquisitivo por el capital empleado en sus compras, pudiendose aumentar este interés en grado superlativo de acuerdo con el valor de los premios que le puedan corresponder.

195

5º.- El sistema publicitario de las precedentes reivindicaciones, según el cual el boleto mencionado supervalora el dinero empleado por el comprador, si efectua sus compras en los establecimientos pertenecientes a la red de la entidad explotadora del sistema en mas de un diez por ciento del capital empleado, que obligatoriamente sirve para efectuar compras de los productos anunciados y en los establecimientos de la red, gozando de esta misma condición los premios que le puedan corresponder a los tenedores de los boletos, y que se nutre de los mismos, aumentando el capital de los compradores según la importancia de los premios conseguidos, por lo que puede atraer a la órbita del sistema importantísimas cifras, procedentes de actividades ajenas a los componentes de la red y de su público comprador. Y

200

205

210

6º.- "NUEVO SISTEMA PUBLICITARIO CON INCREMENTO SIMULTANEO PROPORCIONAL AL CAPITAL EMPLEADO EN COMPRAS POR EL CONSUMIDOR", de conformidad en un todo en lo esencial y fines industriales a lo descrito en la precedente memoria descriptiva y gráficamente representado en los adjuntos planos para su mejor comprensión.

215

- 9 - 270871



Esta memoria consta de OCHO hojas escritas o mecanografiadas por una sola cara a doble espacio en 216 líneas.

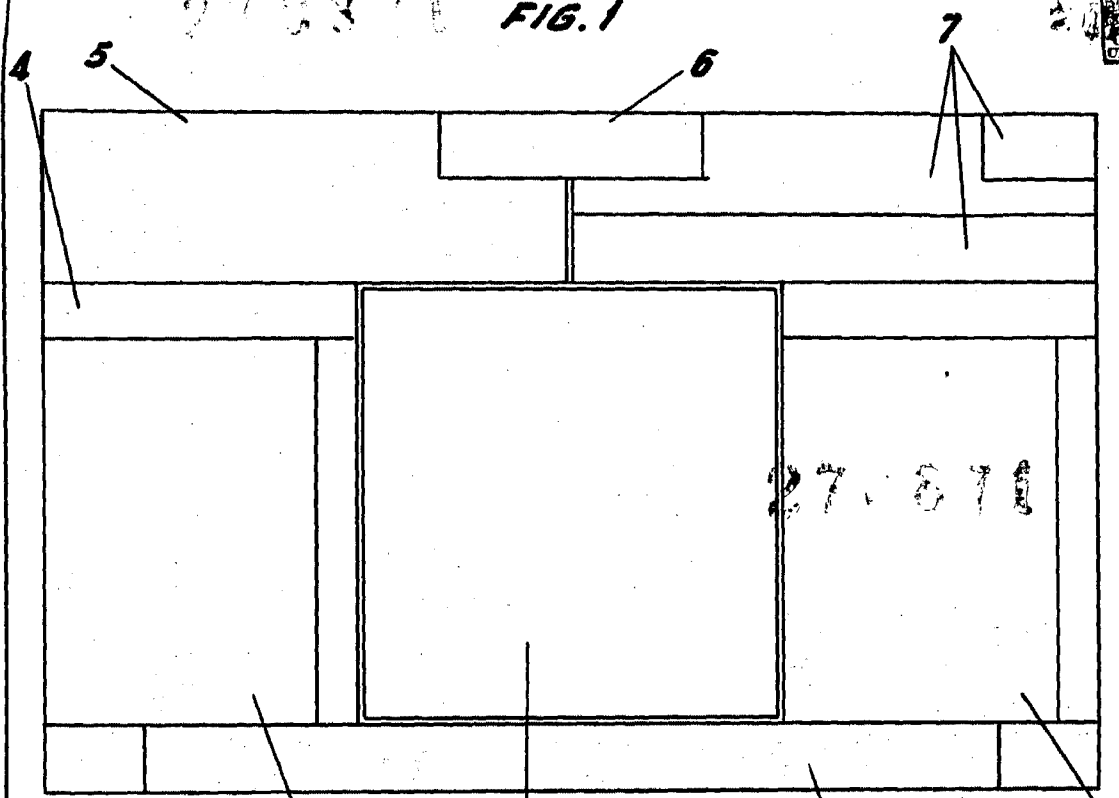
Valencia, 29 de septiembre de 1961

Por autorización del interesado.

JOSE LUPÈ
F. P.

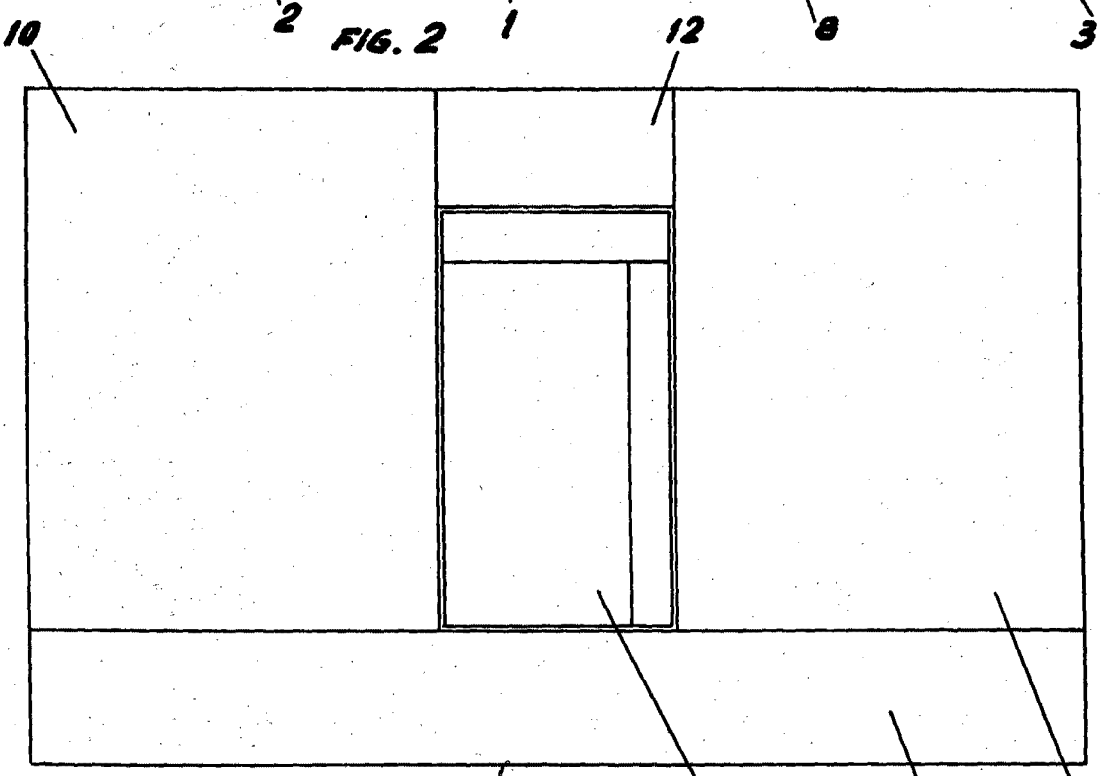


270871 FIG. 1



270871

FIG. 2



ESCALA VARIABLE

VALENCIA, SEPTBRE 1961
PA. JOSE LOPPEZ