

N/Ref: O.G. 27.280.-MCN.-



PATENTE DE INVENCION

416486

416486

G 09 F

MEMORIA DESCRIPTIVA

Sobre:

"SISTEMA DE IMPRESION PUBLICITARIA DE PRODUCTOS  
PASTOSOS Y PERECEDEROS".

-----

Solicitante: D. LUIS TROYAS OSES, domiciliado en -  
Av. San Silvestre s/n. PERALTA - - - -  
(Navarra).

-----

Inventor: El Solicitante, de nacionalidad espa-  
ñola.

-----

416486



5% El sistema de rotulación objeto de la presente Memoria, es de aplicación en todos los productos -- pastosos, que han de desgastarse progresivamente con el uso, y en los que se pretenda mantener una inscripción publicitaria durante el mayor tiempo posible, con el objeto obvio de que la publicidad sea más eficaz por más duradera.

10% En los sistemas convencionales de impresión de mensajes publicitarios, esta se hace como un rebaje del perfil de la leyenda o gráfico a grabar, de muy -- escasa profundidad y sobre el producto terminado, con lo que su coloración no varía; por otra parte, el hecho de que las líneas que delimitan el perfil del texto publicitario, sean redondeadas, y esto es lo habitual da-  
15% da la configuración de las máquinas de imprimir utilizadas, hace menos fácilmente legible el mensaje de que se trata, hasta el punto de pasar frecuentemente inadvertido por el usuario a pesar del repetido uso del producto --  
20% portador de la impresión, gráfica o literal, del mensaje.

Es claro que este tipo convencional de impresión comporta serios inconvenientes, entre los que destaca como de mas importancia el escaso tiempo de duración de la impresión.

25% La publicidad, o el efecto logrado por la misma, es una magnitud de difícil medición por su carácter aleatorio, pero, no obstante, existen una serie de factores que influyen decisivamente en el valor de este efecto, y que influyen decisivamente en la rentabilidad de --  
30% la publicidad.



Estimamos que entre estos factores que hemos citado como más importantes, están la facilidad de percepción por parte del usuario, y el grado de permanencia de la impresión publicitaria en el consciente o ---  
5. subconsciente del mismo.

La facilidad de percepción en los medios convencionales de inscripción, es más bien escasa, ya que el color de la misma es el mismo que el del resto del -  
10. producto con lo que no existen ningún tipo de contraste diferenciador.

Por otra parte, existe otro inconveniente para la percepción, que consiste en la carencia de líneas vivas en el perfil impreso, determinada por las condiciones de la máquina que la efectúa y que produce un ---  
15. redondeado inconveniente para la claridad de la percepción.

En cuanto a la permanencia de la inscripción, resulta evidente su corta duración, determinada por su escasa profundidad, y el efecto logrado viene a ser muy  
20. escaso ya que depende directamente del tiempo de permanencia, existiendo entre estos dos valores (tiempo de permanencia y efecto logrado) una relación próxima a ---  
25. la directamente proporcional, y que no coincidirá exactamente con esta debido a la existencia de unos factores de corrección inherentes a la naturaleza humana.

Por fin, el hecho de que el efecto logrado sea escaso, desaconseja definitivamente la utilización de --  
este método de impresión.

El nuevo procedimiento para el que se solicita el presente privilegio, consiste en un vaciado total,  
30. que atraviesa completamente el objeto a imprimir, según el perfil del mensaje publicitario, y que se rellenará -

416486 3



posteriormente con el mismo producto, pero coloreado - de un tono distinto al del cuerpo del producto.

5. Con ello se logra una importante mejora de - las dos condiciones mencionadas como importantes para - el buen éxito del método, ya que el tiempo de perma- - nencia es total, en tanto que el producto no haya sido consumido íntegro, y la facilidad de percepción es absoluta, toda vez que la diferencia de colores procura un contraste notable.

10. De este modo se ha conseguido una alta ren- - tabilidad publicitaria, que es, en definitiva, el obje - tivo último previsto por la impresión.

15. Para ampliar esta descripción, se acompaña - una hoja de planos en la que se ha representado, a tí- - tulo de ejemplo exclusivamente, un producto impreso, - y en la que vemos:

Figura 1.- Una perspectiva del producto en - la que se aprecian los vaciados correspondientes a la - impresión.

20. Figura 2.- Una perspectiva del conjunto en la que se aprecia el contraste producido por la diferen- - cia de tonos.

En ellas se han señalado:

25. 1.- Vaciado pasante del "slogan" publicitario.  
2.- Producto coloreado vertido sobre la impre-  
sión vaciada.

30. De la anterior exposición se desprenden la -- utilidad y novedad del sistema que nos ocupa, haciéndo- se notar que la misma es puramente enunciativa y no li- mitativa, reservándose el inventor el derecho que la --

416486



Ley le confiere para proteger con sucesivas patentes o certificados de adición las mejoras o perfeccionamientos que la práctica aconseje, siempre que se respeten las características esenciales del mismo.

5. El solicitante se reserva el derecho de extender esta demanda a los países extranjeros, reivindicando la misma prioridad de la presente solicitud al amparo del Convenio Internacional para la protección de la Propiedad Industrial.

10. Igualmente el solicitante se reserva el derecho de introducir en la presente invención cuantos perfeccionamientos sobre la misma puedan derivarse, mediante la solicitud de los correspondientes Certificados de Adición en la forma señalada por la Ley.

N O T A

15. La Patente de Invención, que se solicita, por veinte años, para España, de acuerdo con la vigente Legislación, deberá recaer sobre: "SISTEMA DE IMPRESION PUBLICITARIA DE PRODUCTOS PASTOSOS Y PERECEDEROS", según las características esenciales de las siguientes:

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

20. 1ª.- Sistema de impresión publicitaria de productos pastosos y perecederos, caracterizado porque la impresión se realiza mediante un vaciado que atravesará el producto en todo su grosor, siendo rellenado posteriormente con una pasta del mismo producto coloreada en un tono distinto al resto para facilitar su percepción.

25. 2ª.- "SISTEMA DE IMPRESION PUBLICITARIA DE PRODUCTOS PASTOSOS Y PERECEDEROS".

416486

30



Según queda sustancialmente descrito en la presente Memoria Descriptiva, que consta de seis hojas, escritas a máquina por una sola cara y acompañada de dibujos.

5.

Madrid, 30 JUN. 1973

D. LUISTROYAS OSES

P.P.

FRANCISCO GARCIA CABRERIZO  
P. P.

Firmado: M.<sup>a</sup> Dolores Jorquera

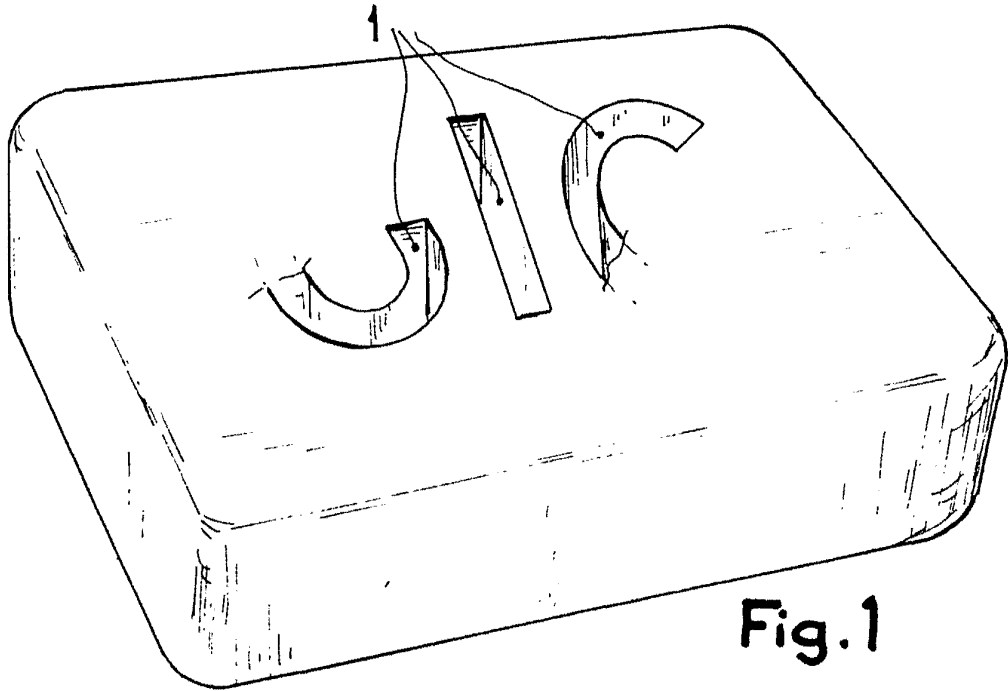


Fig. 1

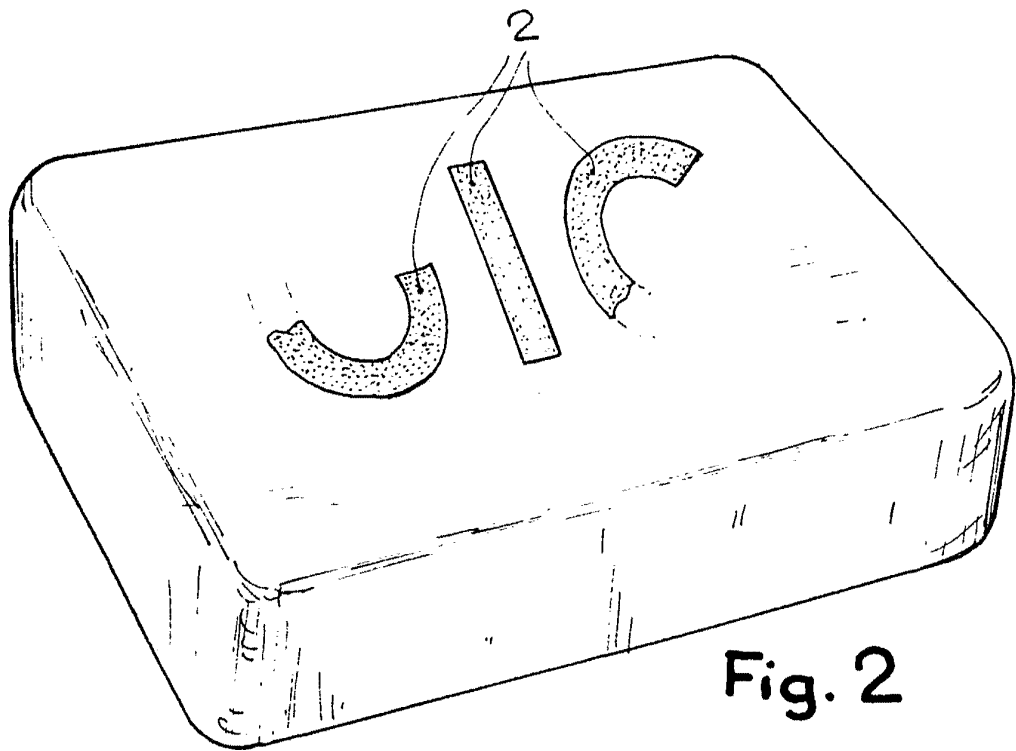


Fig. 2

Madrid, 30 JUN. 1973  
LUIS TROYAS OSES  
P. P. FRANCISCO GARCIA CABRERIZO  
P. P.

Escala variable

*(Signature)*  
Elaborado: M.ª Dolores Jerquera