



264152

P A T E N T E
D E
I N V E N C I O N

de caracter económico comercial, a favor de Don ANTONIO CAS-
TRO MORERA de nacionalidad española, residente en BARCELONA
calle de Arimón, 62, por "UN NUEVO SISTEMA DE PROMOCION CO-
MERCIAL".

= . =

MEMORIA DESCRIPTIVA

La presente invención de carácter económico comercial
por un nuevo sistema de promoción comercial.

Es un muy notorio que, actualmente, presentan los
mercados grandes dificultades para el desarrollo comercial
de las distintas marcas que, amparando diversos productos,
compiten entre sí.

Las causas de este estado de cosas son, además de
las características del medio económico que concurren en el
consumidor, el constante esfuerzo con que todos y cada uno
de los vendedores ponen para lograr que sus originales pro-



2641520 ENE

cedimientos de venta les abra mayores perspectivas.

Con esta manera de obrar resulta evidente que, el ambiente comercial esté inundado de "ventajas" o "alicientes" a cual más sugestiva, dirigidos a la gran masa consumidora, con el objeto de promover un alza en su gráfica de ventas.

5.

Esta profusión de originalidades en los sistemas, ha vuelto a nivelar la balanza del éxito, creando además un nuevo problema, cual es la necesidad imperiosa de superar los procedimientos en uso y poder atraer de nuevo y más intensamente la atención del comprador, le induzca al consumo de unas marcas determinadas y se logre así, la supremacía de estas sobre las de competencia.

10.

La invención que se describe, tiene por objeto obtener esta supremacía mediante un nuevo sistema de promoción comercial.

15.

En el sistema de promoción comercial, entran en consideración los factores psicológicos que concurren actualmente en la gran masa de consumidores, y además el problema actualmente planteado al vendedor.

20.

En el sistema que se describe se logra, en su elaboración y desarrollo, la finalidad de obtención de un beneficio directo y efectivo en el consumidor, y paralelamente, una mejora en las ventas, mediante un especial y original efecto de asociación de productos o vendedores o productos y vendedores, en relación con un estímulo en el público comprador, a base de un elevado premio en metálico, en satisfacción a la atención y espíritu de preferencia que el comprador demuestra sobre otras marcas, a las que se va desplazando mediante el sistema que se describe.

25.

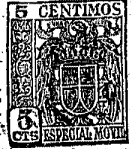
30.

La invención se desarrolla dirigiéndola en dos senti-



264152 20 E

- dos, uno de ellos es directamente al público y el otro promoviendo en los vendedores una asociación de sus marcas, para reunir un número de productos limitados, por ejemplo ocho, quedando estos dos sentidos de orientación concurrentes en
5. el resultado final, cual es, la simultaneidad de adquisición por parte del público, o sea beneficio para el vendedor y el premio que el público recibe de determinadas condiciones y que corresponde en caso que se describe de 1000 pesetas por producto o sea 8000 pesetas en la totalidad del lote asociado.
10. El desarrollo con respecto al público, se basa en una propaganda especial, que comprende, fases de preparación sucesivamente intensificadas cuya finalidad es interesar e intrigar cada vez más al público acerca de la proximidad de un suceso que le beneficiará y que se va desvelando sucesivamente en numerosas emisiones de radio o de T.V.
15. Una vez pasado este periodo de progresiva llamada de atención se procede a aclarar lo que hasta este momento era la incógnita del suceso anunciado, realizándose entonces una emisión completa en la cual se anuncia una visita a domicilio y el conjunto de marcas que entran en juego.
20. Paralelamente o anticipadamente, se ha realizado una gestión entre vendedores, de tal manera que se logre una asociación de un número determinado de marcas, tal como ocho.
25. Estas ocho marcas, o sean ocho productos, se encuentran citadas en las fases finales de la propaganda al público, la cual puede ser como se ha indicado, radiada, televisada o mediante publicidad gráfica impresa.
30. Concretado el fin de la propaganda, queda el público advertido de que recibirá una visita a su domicilio y si en esta visita, puede presentar los ocho productos o sus envases,



264152 20 ENE 6

se le entregará un vale por ocho mil pesetas, que podrá retirar en el centro que se señale.

5. La elección del domicilio a visitar ha de estar rodeada de las máximas garantías, por ello, se divide la población en zonas, se elige un comercio en la zona que corresponda y ante la concurrencia de vendedores y compradores, se efectúa el sorteo de la calle y piso a visitar.

10. Si en la primera visita se encuentran efectivamente los ocho productos, serán entregadas las ocho mil pesetas, pero si no se presentasen los citados ocho productos, la persona visitada tiene una compensación y el derecho a elegir por sorteo un nuevo domicilio a visitar.

15. Las visitas repetidas solamente pueden llegar a tres en un mismo día y zona, acumulándose las pesetas no entregadas, para una nueva visita y para las compensaciones indicadas.

Así, pues, siempre existirá en efectivo el premio propiamente dicho y el de acumulación, por lo que se atiende siempre escrupulosamente a las entregas en las visitas que se hagan según se ha descrito.

20. La invención, dentro de su esencialidad puede llevarse a la práctica en otras formas de realización, que difieran en detalle de lo indicado a título de ejemplo para la descripción, pudiendo variar el número de productos y vendedores, agruparlos en la forma más conveniente, realizar la propaganda según mejor convenga al fin propuesto por quedar todo ello comprendido en el espíritu de las reivindicaciones.

25.

264152



264152

N O T A

Hecha la descripción del presente invento se declara como nuevas y de propia invención, las siguientes reivindicaciones:

5. 1. Un nuevo sistema de promoción comercial, caracterizado esencialmente por el hecho de establecer la propaganda comercial substancialmente en dos sentidos, uno de los cuales afecta directamente al público cuyo concurso es solicitado y el otro sentido es orientado hacia el vendedor de tal manera que se logre una asociación de cierto número de productos, o de vendedores o bien de vendedores y productos, estableciéndose una relación entre el público y los vendedores asociados, por medio de una propaganda escrita, radiada o televisada, en la cual se sigue una marcha progresiva para interesar con prelación al público, completando esta propaganda con el anuncio del objeto de la misma, cual es, una visita a domicilio, una relación de productos asociados, y un premio para aquella persona visitada que tenga en su casa, los citados productos, o sus envases, recibiendo en este caso a razón de 1000 pesetas o las que se determinaren por producto siempre que reuna el conjunto de los que se han citado en la propaganda, y en caso contrario, recibiendo una compensación tendrá el derecho de elegir por sorteo una nueva casa a visitar, no excediendo el número de visitas en la misma zona o día, de tres por ejemplo.
- 10.
- 15.
- 20.
25. 2. Un nuevo sistema de promoción comercial.



264152

Según se describe y reivindica en la presente memoria que consta de seis hojas foliadas y escritas a máquina por una sola cara.

Madrid, a 20 de Enero de 1961

ANTONIO CASTRO MORERA.

p. a.

JUAN DE IGLESAS
P.F.

R/rm.