



10 N.º

265567

265567

MEMORIA DESCRIPTIVA  
de una  
PATENTE DE INVENCION ECONOMICO-COMERCIAL

Por:

"SISTEMA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS POR MEDIO DE UN SUPLEMENTO EN SU PRECIO REFLEJADO EN REGALOS DIRECTOS AL CONSUMIDOR".

Cuyo registro se solicita por VEINTE AÑOS, para España y sus Posesiones, a nombre y favor de Don José Guardiola Fiol, de nacionalidad española, residente en Palma de Mallorca (Balears), calle Fertilizadora nº 51.

La dura competencia comercial que caracteriza a los tiempos modernos, ha sido causa de que se busque un incremento en las ventas por todos los medios posibles desde un punto de vista legal y honesto.

5 Uno de los procedimientos más empleados para incrementar las ventas, y que ha proliferado considerablemente en nuestros mercados de unos años a esta parte, consiste en reducir dentro de lo posible el precio de fabricación y coste del producto y dedicar este remanente a la adquisición de obsequios para distribuirlos entre los consumidores, pero este  
10 procedimiento, como es natural, presenta el grave inconveniente de que la reducción mencionada se ha de reflejar forzosa-

2  
265567<sup>10</sup> MAR



15 mente en la calidad del propio producto, que ha de verse muy rebajada, con lo cual, a la larga, termina por desacreditarse.

20 Esta es la razón de que muchos productos que alcanzaron un tremendo auge en el comercio español, y que llegaron a conseguir cifras de venta verdaderamente notables, desaparecieran de la noche a la mañana, perdiendo con idéntica celeridad el favor de un público que llegó a sentirse decepcionado al comprobar la constante disminución en la calidad del producto adquirido.

25 Lo verdaderamente difícil ha sido, pues, de siempre el poder ofrecer regalos sin detrimento del producto o productos, es decir, manteniendo a toda costa la calidad de aquellos.

30 La presente patente económico-comercial está referida a un nuevo sistema para incrementar las ventas conservando la calidad inicial o de origen de los productos a que se aplique, la cual no sufrirá merma alguna, por lo que el prestigio ya alcanzado por cualquier producto determinado se mantendrá sin mengua ni deterioro.

35 Para ello, se ha adoptado un camino diametralmente opuesto al que habitualmente siguen otros procedimientos más o menos similares, ya que, lejos de buscar la posibilidad de ofrecer regalos reduciendo los precios de fabricación y, por ende, las propiedades cualitativas de los productos acogidos, se ha procurado el incentivo de los regalos incrementando el precio de venta de aquellos de tal suerte que, resultando este incremento inadvertido por los consumidores, sean éstos en realidad los que costeen los susodichos obsequios.

40 Esencialmente, el sistema consiste en fijar un pequeño suplemento con el cual se recarga por unidad el precio del

3  
2655670



50 producto de que se trate, invirtiendo el fondo que resulta de sumar todos los pequeños suplementos correspondientes a un número determinado de unidades del mismo producto en la compra de un lote de regalos que, forzosamente, serán asignados al número determinado de unidades del que proven-  
55 ga dicho fondo, entre las cuales serán distribuidos para su percepción directa por los consumidores que adquirieran precisamente tales unidades.

60 Como es natural, entre el lote de obsequios asignado a cada suma de unidades determinada, habrá un cierto número de ellos de relativo valor, puesto que a su adquisición se dedicará aproximadamente la mitad del fondo producido por los suplementos de esa suma de unidades, y otro número mu-  
cho mayor de obsequios de menor cuantía o premios de conso-  
lación para cuya adquisición se destinará, también aproxi-  
madamente, la otra mitad del fondo conseguido.

65 Todos los regalos, tanto los más valiosos como los de inferior categoría, se entregarán directamente a los consu-  
midores, canjeándoles por unos bonos o contravales que se contendrán en el interior de los mismos productos, contri-  
buendo a realzar el indudable atractivo del sistema la  
70 natural ilusión de verse favorecidos con alguno de los bo-  
nos que dan opción a los obsequios de mayor valor.

75 Como ejemplo práctico de realización del sistema, y con-  
siderándolo aplicado también por ejemplo a un artículo de carácter alimenticio, calcularemos en cada cien unidades un suplemento de cuatro pesetas por unidad, con lo que ten-  
dremos un fondo de cuatrocientas pesetas para adquisición de obsequios facilitado por los propios consumidores.

80 De estas cuatrocientas pesetas, todas las cuales han de revertir en obsequios para quienes adquirieran precisamente esas cien unidades del producto que las han proporcionado,

265567

10 MAR



destinaremos doscientas para adquirir dos o cuatro regalos  
regalos de algún valor y otros doscientas en la adquisición  
de otros noventa y seis o noventa y ocho pequeños obsequios,  
consiguiendo así que ningún comprador quede defraudado.

85

Comoquiera que, por regla general, el importe global de  
estos suplementos difícilmente se empleará íntegro en la  
compra de dichos obsequios, entre otras cosas porque éstos  
no se atenderán a unos importes fijos que permitan cuadrar  
las sumas, podrá irse acumulando un pequeño remanente de  
cada conjunto de cien unidades del producto para constituir  
un fondo extraordinario e independiente que, si el volúmen  
general de ventas es grande por tratarse de un producto de  
excesivo consumo, llegará a alcanzar una cifra respetable  
con la que podrá adquirirse un solo regalo de estimable va-  
lor que se adjudicará anualmente con opción para todos los  
compradores por rifa, sorteo o cualquier otro medio de los  
ya conocidos.

90

95

Lo dicho constituye un fiel reflejo de la invención, de-  
biendo considerarse en el sentido más amplio, nunca con cri-  
terio restrictivo o limitativo, y reservándose el peticiona-  
rio cuantos derechos le confiere el vigente Estatuto de  
Propiedad Industrial.

100

#### NOTA .

Se reivindican a nombre y favor de Don José Guardiola  
Fiol, de nacionalidad española, los términos siguientes:

105

1º.- Sistema para incrementar las ventas de productos  
por medio de un suplemento en su precio reflejado en rega-  
los directos al consumidor, caracterizado por fijarse un  
pequeño suplemento con el que se recarga el precio por uni-  
dad del producto de que se trate, invirtiendo el fondo que  
resulta de acumular todos los pequeños suplementos corres-  
pondientes a un número determinado de unidades del mismo

110



265567

115

producto en la compra de un lote de regalos que, forzosamente, serán asignados al número determinado de unidades del que provenga dicho fondo, entre las cuales serán distribuidos para su percepción directa por los consumidores que precisamente adquieran tales unidades.

120

2º.- Sistema, según lo reivindicado en el punto primero, caracterizado porque, entre el lote de obsequios asignado a cada suma de unidades determinada, habrá un cierto número de ellos de cierto valor, a cuyo fin se destinará a su adquisición aproximadamente la mitad del fondo producido por los suplementos de esa suma de unidades, y otro número mucho mayor de obsequios de menor cuantía o premios de consolación, para cuya adquisición se destinará, también aproximadamente, la otra mitad del fondo conseguido.

125

130

3º.- Sistema, según lo reivindicado en puntos precedentes, caracterizado porque todos los regalos, tanto los más valiosos como los de inferior categoría, se entregarán directamente a los consumidores, canjeándolos por unos bonos o contravales que se contendrán en el interior de los mismos productos, contribuyendo a realzar el indudable incentivo del sistema la natural ilusión de verse favorecidos con alguno de los bonos que dan opción a los obsequios de mayor valor.

135

4º.- SISTEMA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE PRODUCTOS POR MEDIO DE UN SUPLEMENTO EN SU PRECIO REFLEJADO EN REGALOS DIRECTOS AL CONSUMIDOR.

140

Todos conforme quedan descritos en la presenta Memoria, que consta de CINCO HOJAS mecanografiadas por una sola cara y foliadas.

Madrid, 10 de Marzo de 1961.

*Caro Juarez*