

9  
- 9 ENERO 1962

- 1 -



1962

273502

## *Memoria Descriptiva*

*para*

una patente económico-comercial, por 20 años,

*a favor de*

Don Rafael Miranda Leiva

-nacionalidad española-

*residente en*

Guadix - Granada -

Carretera de Granada,

*por:*

- Sistema promotor de ventas. -



273502

La presente patente económico-comercial se refiere a un sistema promotor de ventas, con el cual se consigue: por una parte, fomentar el mayor número de ventas posibles en la esfera comercial; y, por otra, hacer llevar al ánimo de los compradores un aliciente, consistente en la posibilidad de que las compras efectuadas resulten gratis.

Es decir, la finalidad de la organización u organizaciones que para la explotación de esta patente puedan establecerse, puede desdoblarse en dos:

- incrementar el número de ventas de los establecimientos comerciales que se acojan al sistema, lo cual redundará en beneficio del comerciante; y

- proporcionar al comprador la posibilidad de efectuar gratuitamente sus compras.

- Por lo tanto, comerciante y comprador, serán los sujetos beneficiados por este sistema, con la particularidad de que el comprador no acertante, podrá también ser favorecido, como después se expondrá.

El fundamento del sistema promotor de ventas que se reivindica, es hacer depender el indicado reintegro de las compras, del acierto pronosticador del comprador en determinados aspectos del fútbol.

No cabe duda, que tal proceder influirá de un modo decisivo en el éxito del sistema, ya que es innegable la pasión que desde hace unos años viene despertando en España el



1062

273502

futbol, hasta el punto de que en la actualidad podemos consi -  
derarlo como el espectáculo que mayores masas atrae, y prue -  
ba de ello, es el considerable aumento de competiciones inter-  
nacionales y nacionales que en los calendarios deportivos se  
5 vienen reflejando año tras año. El conocimiento de este depor-  
te es cada vez mayor, y a diario vemos el auge que va alcan -  
zando el espíritu pronosticador del aficionado, el cual con  
este sistema promotor de ventas, podrá realizar pronósticos,  
que en caso de acierto, se traducirían en un reintegro del  
10 importe de la compra realizada en el respectivo establecimien-  
to comercial, adherido a una de las organizaciones que con -  
tratan la explotación de esta patente.

Si se compara el sistema a que nos referimos,  
con otras instituciones benéficas o federativas, concretamen -  
15 te con el Patronato de Apuestas Mutuas Deportivas, se llega a  
la conclusión de la no incompatibilidad con las mismas, toda  
vez que los fines perseguidos por este sistema, son completa -  
mente diferentes a los de aquellos, lo cual garantiza la no  
sustracción de adeptos a las "quinielas", y en definitiva la  
20 no disminución de ingresos a las mismas.

Una ventaja de este sistema sobre otros conocidos  
de (éxito momentáneo debido al enorme aparato propagandístico  
desplegado, pero fracasados después), estriba en la propia  
25 mentalidad de la inmensa mayoría de los compradores, al prefe -  
rir reembolsarse con cierta facilidad y a corto plazo el impor-



273502

te de sus compras, que la escasa posibilidad de cobrar una cantidad mayor, como sucedía en otros sistemas.

5 Prueba evidente de esto, es la reciente experiencia de la Lotería Nacional, al someter a la opinión pública la conveniencia de suprimir los premios pequeños y aumentar los mayores, y más reciente aún, la decisión del Patronato de Apuestas Mutuas Deportivo Benéficas, de aumentar las posibilidades de acierto de un mayor número de "quinielistas", al premiar también doce resultados correctos.

10 Otra ventaja de este sistema, es que indudablemente produce más satisfacción la obtención de un premio, emitiendo unos pronósticos de acuerdo con el propio conocimiento de las circunstancias que puedan proporcionarlo, que el de esperar pasivamente que la suerte se lo depare, sin tener a su disposición recursos propios para forzarla.

15 Veamos ahora el detalle de un modo preferente de desarrollar y funcionar el sistema:

20 Por lo que se refiere al modo de actuar la organización que aplique el sistema, con respecto a los establecimientos comerciales adheridos a su sistema promotor de ventas, ante todo hará una clasificación de los establecimientos mercantiles, teniendo en cuenta la importancia y demarcación de los mismos, así como la clase de actividad a que se dediquen. Únicamente podrán adherirse a este sistema promotor de  
25 ventas, un número no superior al 50% de los establecimientos



273502

que radiquen en la capitalidad de la provincia, o pueblos de las mismas en que existan Delegaciones de esta Organización. La elección de comerciantes dentro del porcentaje señalado, queda al arbitrio de la Organización.

5 Una vez elegidos los establecimientos mercantiles que se acojan a este sistema promotor de ventas, es cuando realmente empiezan las relaciones comerciales de los mismos con la Organización. De dichas relaciones nacerán obligaciones para una y otra parte.

10 Las obligaciones de la organización, respecto a esos establecimientos, son:

- proveerlos de juegos de boletos necesarios, de distintos valores y coloraciones, y cuyas características se detallarán.

15 - facilitar a los establecimientos un buzón, a fin de depositar en él los primeros cuerpos de los boletos, una vez rellenos por el comprador y sellados por el respectivo establecimiento.

20 - enviar semanalmente nota informativa con el resultado del escrutinio, realizado sobre los boletos que afectan a cada uno de ellos, adjuntando los primeros cuerpos de los boletos premiados para su liquidación al acertante.

25 Los indicados boletos tienen, de un modo general, las siguientes características: constarán de dos cuerpos, de formato tipográfico lo más sencillo posible, para mayor como -



273502

5                    didad y rapidez al consignar en ellos los pronósticos. Respec-  
to al contenido de los mismos, cada boleto reflejará los si-  
guientes enunciados:

- 5                    - nombre de la Organización promotora de ventas;
- nombre del establecimiento que los facilite;
- número de orden para control e identificación;
- nombres de dos equipos de futbol de categoría
- nacional o regional, y que por su relación con la capital o
- región donde radique el establecimiento comercial puedan ser
- 10                   más interesantes, así como los correspondientes casilleros
- donde anotar el nombre de los equipos oponentes de turno,
- casilleros donde anotar el resultado, en goles
- de estos dos partidos de futbol;
- sitio para anotar la fecha del encuentro a que
- 15                   se refiere el encuentro.

                    También en los boletos se ha previsto la posibi -  
lidad de que por cualquier circunstancia (fin de liga, suspen-  
sión o aplazamiento de encuentros, etc.), no puedan jugarse  
alguno o ambos de los partidos a pronosticar. Para subsanar  
20                   esta contrariedad, los boletos irán provistos de dos líneas  
o espacios en blanco para las sustituciones pertinentes.

                    Los establecimientos comerciales adheridos a una  
organización que explota la presente patente, tienen las si -  
guientes obligaciones:

- 25                   - distribuir gratuitamente los boletos menciona -



3502

dos a aquellos compradores que los soliciten, y por un valor equivalente a las compras realizadas; recibir los boletos rellenos, comprobando la coincidencia de ambos cuerpos y entregando al comprador el segundo cuerpo sellado;

5 - enviar el buzón con su contenido de primeros cuerpos a la Delegación de esta Organización, en el día y hora previamente convenidos;

10 - reembolso de la compra efectuada a los titulares de boletos con resultados correctos. Dicha operación habrá de ser satisfecha antes de los quince días siguientes a la celebración de los encuentros objeto de pronóstico;

15 - abonar a la Organización promotora, en el momento de retirar los boletos en blanco, el tanto por ciento que de antemano se convenga, sobre el valor nominativo de los mismos, a fin de afrontar los gastos de publicidad, agentes, organización de atracciones para el comprador, y beneficios comerciales de la propia Organización.

Por lo que se refiere a la adjudicación de premios, hay que considerar dos casos:

20 - los titulares de boletos acertados correctamente, podrán optar, entre el reembolso en géneros del importe de su boleto premiado, o la entrega de nuevos boletos en blanco por valor décuplo del acertado para ulteriores pronósticos;

25 - para los titulares de boletos no acertados, que posean segundos cuerpos de boletos no premiados, la enti -



273502

dad que explote este sistema promotor de ventas, organizará diversos tipos de atracciones, tales como viajes, asistencia a espectáculos, sorteos, etc.

5 Finalmente hay que observar que en los contratos que se establezcan para la aplicación del sistema, se hará constatar que la organización está exenta de responsabilidad en todas aquellas discrepancias que puedan surgir entre los establecimientos comerciales y los compradores.

10 En la aplicación del sistema que se reivindica, caben múltiples modalidades de realización, tanto por lo que se refiere a las diversas empresas mercantiles e industriales que puedan aplicarle, como a la cuantía de los boletos que se distribuyan, y a la presentación de los mismos, así como también a las cláusulas del contrato que se establezca entre cada  
15 una de esas empresas y la entidad que explote el sistema, y a los por cientos que sobre las cantidades correspondientes a esos gastos, que resultan gratuitos para el público, gane la entidad que explote el sistema; pero mientras las variaciones introducidas sean en tales extremos o en otros detalles  
20 que tampoco afecten a la esencialidad reivindicada, las aplicaciones del sistema, no serán sino variantes, igualmente comprendidas y protegidas por el presente registro.



NOTA REIVINDICATORIA

273502

5 Descrita suficientemente la naturaleza del in -  
vento, así como la manera de realizarlo en forma práctica e  
industrializable, debe hacerse constar que lo expuesto es sus-  
ceptible de modificaciones de detalle, en cuanto éstas no al -  
teren el principio fundamental de su desarrollo. Por lo tanto  
la presente nota protegerá:

10 1.- Sistema promotor de ventas, caracterizado  
porque el reintegro del importe de las compras efectuadas se  
hace depender del acierto pronosticador del comprador en deter-  
minados aspectos del fútbol.

15 2.- Sistema promotor de ventas, según el punto  
anterior, caracterizado porque la entidad que contrate la ex-  
plotación de este sistema promotor de ventas, a los estableci-  
mientos que admita como asociados, les proveerá de juegos de  
boletos en los que consten: los nombres de la organización pro-  
mоторa y del establecimiento de que se trate; el número de or-  
den para control e identificación, los nombres de dos equi -  
20 pos de fútbol que por su relación con la capital o región en  
que radique el establecimiento sean de más interés para el pú-  
blico, los casilleros en que se anoten los nombres de los equi-  
pos oponentes y posibles substitutos, así como los resultados  
de los correspondientes partidos, y el sitio para anotar la  
fecha.

25 2.- Sistema promotor de ventas, según los puntos ante-



273502

5 riores, caracterizado porque dicha entidad facilitará también a los establecimientos los buzones en que los compradores han de depositar los boletos, una vez rellenos y sellados, y enviará semanalmente información de los resultados del escrutinio, adjuntando los boletos premiados para su liquidación al acertante.

10 4.- Sistema promotor de ventas, según los puntos anteriores, caracterizado porque por su parte los establecimientos quedarán obligados a: distribuir gratuitamente a los compradores los boletos que correspondan a las compras realizadas; recibir los boletos rellenos en sus dos cuerpos; comprobar las coincidencias entre ellos y entregar al comprador uno sellado; enviar los primeros cuerpos a la organización; reembolsar de las compras efectuadas a los poseedores de boletos con resultados correctos en el plazo estipulado; y abonar a la organización promotora de ventas la cantidad estipulada, al retirar los boletos en blanco.

20 5.- Sistema promotor de ventas, según los puntos anteriores, caracterizado porque los titulares de boletos acertados pueden optar, entre el reembolso en géneros del importe del premio o la entrega de nuevos boletos, en valor múltiplo de los primeros para ulteriores pronósticos.

25 6.- Sistema promotor de ventas, según los puntos anteriores, caracterizado porque para los titulares de boletos no acertados, la entidad que explote el sistema organizará diversos tipos de atracciones, a las que darán derecho esos



273502

segundos cuerpos no premiados.

7.- Sistema promotor de ventas.

Según se describe y reivindica en esta memoria descriptiva.

5

La cual consta de once hojas, foliadas y escritas a máquina por una sola de sus caras.

Madrid, a 19 ENE. 1962

GULLERMO ROEB

P. P.