

XII-3^a

Año 1932

falta? nro a. cat.
y de...
1091

KL

INVENTOR



L
438

REVISTA
DE
PROPIEDAD
INDUSTRIAL

N.º 10 - Enero, 1932

LOS EDITORES

de esta Revista pretenden, con su publicación, dos finalidades:

Una, corresponder al favor que les dispensa su clientela. Otra, divulgar la Propiedad Industrial, tan necesaria hoy a todo industrial y comerciante.

No podemos negar que, a la vez, constituye una propaganda de nuestra organización y de nuestro trabajo. Pero esta propaganda pertenece al género de las propagandas útiles para las personas sobre las que se ejerce.

Una sola condición imponemos para el envío de nuestra Revista: que todo el que lo solicite, nos acredite su condición de industrial, comerciante o profesional. El dispendio que supone su publicación limita forzosamente la tirada, y sólo podemos ofrecer una suscripción constante a quien reúna las condiciones anteriores, hasta cubrir un amplio límite, ya marcado, y cuyo agotamiento publicaremos oportunamente.

Toda solicitud de suscripción debe dirigirse a los editores:

ROEB Y COMPAÑIA

OFICINA TÉCNICA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

BARCELONA

MADRID

BILBAO (delegación)

Alta de S. Pedro, 4

Alcalá, 40.—Apart.º 365

Colón de Larreátegui, 32



LAMPARA

**LUCE MUCHO
Y GASTA POCO**

■ ■ ■

Oficinas centrales: Cortes, 324 - BARCELONA
Dirección telegráfica y telefónica: ZETALAMP

LECHE MATERNIZADA
en polvo

"MAX"

Para la lactancia artificial de los niños
la Leche Maternizada "MAX"
se elabora en 3 números.

El n.º 1 para el 1.º trimestre.

— 2 — 2.º —

— 3 — 3.º y 4.º —

Lata de 175 grs. 3,75 Ptas.

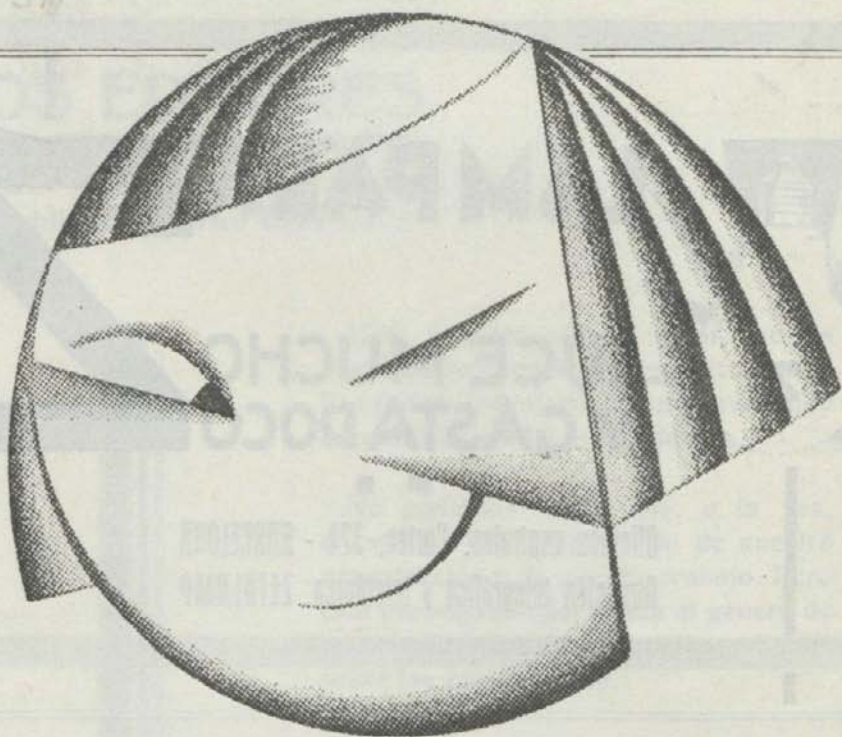
— — ½ kilo 8,80 —

— — 1 — 16,40 —

Fábrica y Laboratorios
de productos dietéticos.

M. F. BERLOWITZ

Alameda, 12 y 14
Apartado 595
MADRID (14)



El riquísimo Chocolate con leche se vende en todos los buenos establecimientos, en pastillas de varios tamaños, desde 10 céntimos hasta 1'90 pesetas, cada una.



EL INVENTOR

DIRECTOR PROPIETARIO: GUILLERMO ROEB
REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN: MORETO, 8
APARTADO 365 - TELÉFONO 16 719 - MADRID

Sumario

	Páginas
Algo sobre nosotros mismos.	3
De todas partes: Un nuevo juguete para futuros aviadores.—Anuncios luminosos.—Rejas protectoras contra asaltos.—Una bomba gigante.—Nuevo cristal con superficie reflejante.	
Un reloj avisador.	5
Galería de inventores célebres: Elías Howe. . . .	7
Una oferta excepcional.	10
La publicidad moderna a través de Europa. . . .	12
La aproximación de Europa a América.	14
La imitación de marcas es un delito y, además, un error.	17
Correspondencia.	18

Esta Revista se reparte GRATUITAMENTE entre la industria y comercio de España e Hispanoamérica. Los pedidos deben hacerse a la Administración.

PROHIBIDA LA VENTA BAJO CUALQUIER CONCEPTO

ALGO SOBRE NOSOTROS MISMOS

Cómo y por qué nació nuestra Revista.—Su desenvolvimiento actual y futuro.—Un órgano de intercambio entre los productores nacionales. Quiénes pueden fomentar esta obra cultural, y sus posibilidades.

AL iniciar el segundo año de nuestra publicación, hemos creído necesario explicar a nuestros lectores la génesis de ella y los ideales que nos han movido a lanzarla a la circulación; nuestros proyectos y nuestras esperanzas. Y a la vez, hacer resaltar la importancia capital que tiene esta modestísima publicación, si todos en ella ponemos nuestros afanes, convirtiéndola en una resultante de la coordinación de esfuerzos que, aunque distintos, tienden todos al progreso y desarrollo de la industria española.

Viejos ya en nuestra profesión de Agentes de Propiedad Industrial, después de veintiséis años de labor callada, en contacto con la industria del país y la del mundo entero, hemos asistido a la época más pobre de nuestra industria y al paulatino resurgimiento de ella, hasta su encauzamiento actual, que hace esperar días espléndidos en el porvenir nacional. Intimamente ligada nuestra profesión a este desarrollo industrial, hemos podido comprobar asimismo la falta de preparación en general del industrial y del comerciante españoles en lo que a la Propiedad Industrial se refiere, y la necesidad ineludible de cooperar con nuestro esfuerzo personal a una labor de divulgación que, beneficiosa para todos, lo era a la vez para nosotros.

De esta idea prima nació la necesidad de encontrar el medio más adecuado a su realización: LA REVISTA, que mensualmente aportaría su grano de arena a esta labor educativa. Pero su realización presentaba un grave inconveniente: No podía ser una Revista que rindiera

beneficios directos, sometida a suscripciones pagadas, que no sólo limitaba su difusión, sino que nos sometía forzosamente a las exigencias derivadas de su rendimiento monetario. Por otra parte, nuestra ideología, nuestra libertad de acción, se encontraría menoscabada desde el momento que contraíamos una obligación pagada con el público. Moralmente, si nosotros éramos los primeros beneficiados de las enseñanzas que la Revista pudiera dar, estábamos asimismo obligados a compensar estos beneficios y no a pretender de ellos un doble lucro.

Como consecuencia, acordamos englobar nuestro presupuesto de publicidad en un solo fin y aplicarle, debidamente aumentado, a éste, señalando para ello una cantidad fija anual, y repartir nuestra Revista GRATUITAMENTE, sujeta a ciertas restricciones en su reparto.

Aun cuando a muchos la idea pareció descabellada, la Revista nació, y desde sus primeros pasos la ha acompañado el éxito. Éxito que nos enorgullece y que, a la vez, nos infunde algo de miedo. Nos encontramos cerca de la cifra máxima de tirada que nuestros medios nos permite. Cifra de 10.000 ejemplares, ante la cual forzosamente hemos de cerrar las suscripciones para evitar ser devorados por nuestro propio hijo.

Aparte de este aumento de suscripciones, el contestar a las numerosas consultas que nuestra Revista produce, nos ocasiona un recargo de trabajo en nuestras oficinas, que alcanza ya caracteres de importancia.

Pero ya no es hora de volver atrás: ni podemos limitar nuestra tirada, ni abandonar la Revista, ni desatender a su desarrollo máximo en lo que a su extensión y formato se refiere. Y para ello se impone un nuevo sacrificio. El Capítulo ANUNCIOS, que para nosotros podría suponer una compensación de gastos y trabajo, queda suprimido; es decir, mantendremos nuestra aportación fija a la publicación de esta Revista, y el importe íntegro de sus anuncios pasará de hoy en adelante a engrosar la tirada y a permitir una modificación próxima de EL INVENTOR, aumentando sus páginas de texto en la medida posible.

El beneficio será tocado directamente por todos nuestros lectores y todos los anunciantes: los primeros, en cuanto a la

información se refiere; los segundos, a la difusión de sus anuncios.

A unos y a otros pedimos, por tanto, su ayuda, que al mismo tiempo es ayuda mutua en favor de ellos mismos; y, en cambio, nosotros prometemos mejorar en la misma proporción que su ayuda sea prestada, tanto la Revista en sí, como su distribución, que seguirá siendo gratuita, como hasta hoy.

Réstanos tan sólo testimoniar nuestro reconocimiento más profundo a todos los que nos han animado en los comienzos de nuestra modesta obra, a todos los que han prestado su cooperación material y a todos nuestros clientes, que al honrarnos con sus órdenes, coadyuvan a mantener nuestra labor.

ROEB Y COMPAÑIA.

DE TODAS PARTES

UN NUEVO JUGUETE PARA FUTUROS AVIADORES

Tras los automóviles miniatura para niños, forzosamente había de surgir el aeroplano que prepara a futuros pilotos para vuelos más arriesgados que éstos



a ras de tierra. El pequeño aeroplano es propulsado por una hélice, y su pequeño propietario puede proporcionarse la ilusión de ser un «as» más o menos mundial. He aquí un buen modelo para nuestros fabricantes españoles de juguetería.

ANUNCIOS LUMINOSOS INTERCAMBIABLES

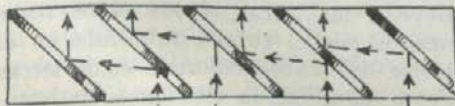
El dispositivo que reproducimos permite establecer anuncios luminosos de apariencia similar a los anuncios al neón, a poco coste y con la ventaja de ser cambiables y de poderse establecer por uno mismo, con un poco de habilidad para rotular. El aparato consiste en un marco metálico de superficies internas reflejantes, en el que se establece un tubo de neón todo alrededor. Dentro de dicho marco se encuentran dos placas de cristal, entre las cuales se dispone una placa metálica pintada de negro mate, la cual hace aparecer negras las superficies de los cristales, cuando no hay nada escrito. Sobre esta placa negra se establecen los rótulos utilizando un fluido espeso que preste relieve a las letras, y los rayos rojos lanzados por el tubo establecido en el interior del marco colorean estas letras en rojo, dándolas la apariencia de letre-



ros al neón. Es lógico que el anuncio es perfectamente visible a la luz del día en el color que se haya dado al flúido, preferentemente en blanco.

REJAS PROTECTORAS CONTRA ASALTOS

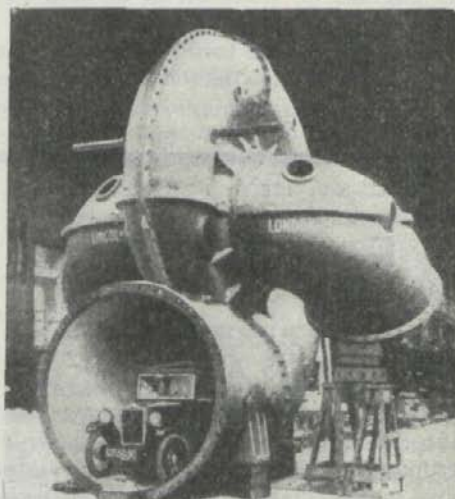
En vista de la frecuencia con que se repiten los ataques a los Bancos, una Casa americana ha ideado la ventanilla blindada que se representa en el grabado.



Consiste, en esencia, en una serie de barras planas, de acero inoxidable pulido colocadas paralelamente bajo un ángulo de 45° , las cuales forman un frente unido constituyendo plancha protectora de blindaje, permitiendo, sin embargo, la visión perfecta por reflexión de la luz en sus caras, en la forma que muestran las flechas del grabado.

UNA BOMBA GIGANTE

Para un proyecto de riegos inglés, una Casa constructora de aquel país



ha llevado a cabo la construcción de la bomba que reproducimos. Su capacidad es de 280.000 galones por minuto y de más de 400 millones por día, y el ancho de su tubo principal es tal, que puede servir cómodamente de garaje a un automóvil.

NUEVO CRISTAL CON SUPERFICIE REFLEJANTE

Se ha lanzado al mercado un nuevo cristal, especialmente aplicado a automóviles, que presenta la particularidad de dejar pasar la luz a través del mismo, al interior del coche, y permitir la visión

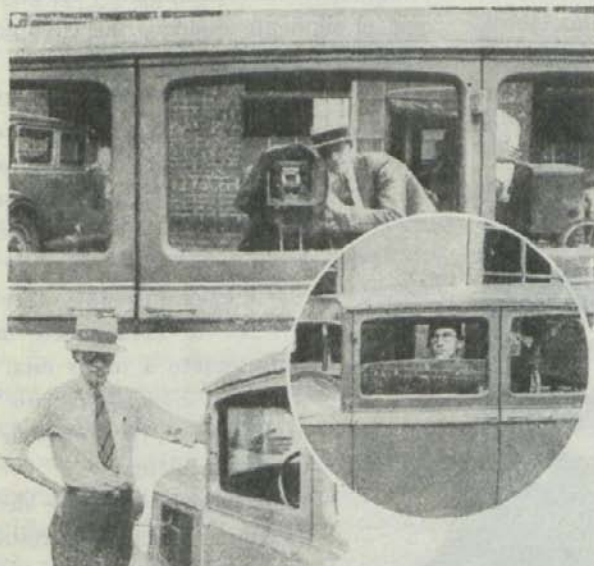
EL INVENTOR

desde el interior de éste, actuando exteriormente como un espejo e impidiendo, por tanto, ver a los ocupantes del vehículo.

Las fotografías muestran claramente estas características.

UN RELOJ AVISADOR

El reloj que reproduce el grabado posee en su zócalo un espacio cuadrangular en el cual aparecen a horas determinadas avisos gráficos, bien recordando



obligaciones a efectuar, o bien con fines puramente publicitarios. Los avisos son intercambiables y pueden disponerse en número de diez.

GALERÍA DE INVENTORES CÉLEBRES

ELIAS HOWE

UNA de las invenciones más interesantes que realizó la Humanidad en el pasado siglo, por las modificaciones introducidas en la industria y en la economía doméstica, ha sido la de la máquina de coser. Es difícilísimo concretar quién fué el primero que abordó este problema. Al parecer, en 1755 un alemán llamado Wiesenthal inventó un mecanismo para coser; y en el mismo año se concedió en Inglaterra una patente por una aguja de dos puntas con el ojo en medio, destinada a coser mecánicamente.

En 7 de Julio de 1790, [Thomas Saint, de Middlesex, obtuvo otra patente en la que se describía una máquina para coser el cuero, cuyos principios fundamentales son los mismos que los existentes en las máquinas actuales. Desde 1830 a 1850 se concedieron en Francia, Inglaterra y Estados Unidos, más de treinta privilegios por máquinas para coser, entre las cuales solamente tuvo algún valor práctico la ideada por el francés Thimonnier, sastre de Saint Etienne, que realizó una máquina que producía el lla-

EL INVENTOR

mado punto de cadeneta, con la cual llegó a montar en París un taller de confección de ropa para el Ejército.

Pero la resolución definitiva del problema, sentando los principios mecánicos de la máquina de coser tal como hoy en día la conocemos, se debe a Elías Howe, nacido en 1819 en Spencer, Estado de

por encargo de un capitalista, una máquina para hacer tejidos de punto.

Un día en que Davis estaba cansado de los ensayos infructuosos que llevaba realizados, se presentó el capitalista para ver la marcha de los trabajos, y Howe recogió el siguiente diálogo, que tuvo una importancia decisiva en su porvenir:

—¿Por qué este empeño en resolver una máquina de hacer punto? Podíais encargarme la fabricación de una para coser, y la hubiera hecho.

—Eso es imposible, Davis.

—No lo crea usted; me comprometo a hacer una.

—Pues hágala—repuso el capitalista—, y yo le prometo una gran fortuna.

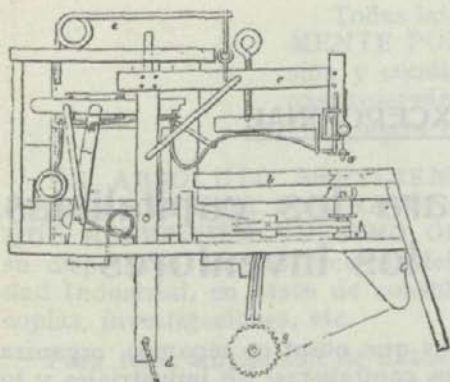
Recogió la idea y se dedicó intensamente a su resolución, aplicando el principio mecánico del telar, construyendo una máquina totalmente en madera cuyo funcionamiento demostró la posibilidad de realización. Pero la máquina debía construirse en hierro, y entonces Howe se encontraba sin trabajo y so-

portando pacientemente las burlas de deudos y amigos. Uno de éstos, Fischer, le anticipó el dinero necesario para su realización, y Howe construyó su primera máquina, representada en el grabado.

Esta máquina llegaba a dar trescientas puntadas por minuto, y en un concurso público se demostró que ejecutaba el trabajo de cinco costureras hábiles. Pero a pesar de ello fué acogida con tal indiferencia, que Howe decidió tratar de vender su privilegio en Inglaterra, a cuyo



Massachussets (E. U. A.). Hasta la edad de diez y siete años permaneció ayudando a su padre en las faenas del campo, dejando esta profesión por la de mecánico en la ciudad de Lowell, donde comenzaba a desarrollarse esta industria. Allí permaneció unos dos años dedicado a la fabricación de máquinas para hilar, trasladándose después a Cambridge y más tarde a Boston, donde entró en el taller de un tal Davis, habilísimo mecánico que trataba entonces de construir,

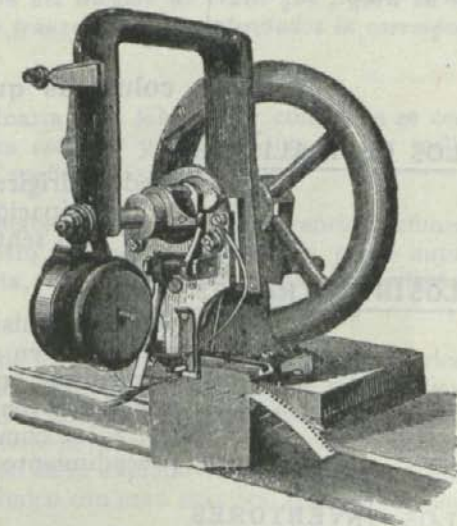


fin su hermano Amasas se trasladó en 1846 a este país, donde, fracasado, hubo de vender la única máquina que llevaba a un tal Thomas, concediéndole el derecho de construir las máquinas que precisara para su propio uso. Convino también en que obtuviera patente de invención en Inglaterra, abonando a Elías Howe treslibras por cada máquina construída. Pero Thomas resultó un verdadero caballero de industria que, efectivamente, patentó el invento, pero que no sólo lo explotó a su favor sin satisfacer un céntimo a Howe, sino que embaucó a éste para que se trasladara a Inglaterra, perfeccionara la máquina para hacerla apta para la fabricación de corsés, y después lo abandonó sin recursos, viéndose obligado para regresar a su patria a empeñar su patente americana.

Mientras Howe residía en Inglaterra, la máquina de coser se difundía en los Estados Unidos con una rapidez asombrosa. Un hombre eminentemente co-

merciante, aunque al parecer poco escrupuloso, Isaac Meritt Singer, imitó la invención de Howe e inundó el mercado norteamericano. Tuvo Howe la suerte de encontrar un capitalista que se interesó en el asunto, desempeñando el privilegio de Howe y planteando pleito a Singer, fallándose que éste había cometido una infracción de la patente de Howe. Como consecuencia de este fallo, Howe logró tocar los beneficios de su invento percibiendo un canon por cada máquina fabricada, lo que le permitió dejar al morir una fortuna de unos dos millones de dólares.

Howe falleció prematuramente en el año 1876, legando a la Humanidad uno de sus más útiles instrumentos de trabajo, cuya fabricación es una rama importantísima de la industria de su país de origen.



¿Estima usted que la marca GILLETTE, por ejemplo, vale bien cien mil pesetas? Pues sus marcas representan también un capital importante, que para su custodia exigen un banquero de toda garantía. Los banqueros de las marcas son los Agentes de Propiedad Industrial. Utilice usted sus servicios.

UNA OFERTA EXCEPCIONAL

De máximo interés para los capitalistas, los industriales y los inventores

No existen en nuestro País, al menos que nosotros sepamos, organizaciones que permitan el contacto entre los capitalistas, los industriales y los inventores. Es indudable, sin embargo, que existen capitalistas deseosos de emplear su dinero en explotaciones de toda garantía, amparadas por patentes que les aseguren la exclusividad y un amplio margen de beneficio. Industriales, deseosos de mejorar su producción o de resolver dificultades de la misma y, por último, inventores, cuya máxima dificultad suele ser el apoyo necesario del capital, para el desarrollo de sus inventos.

Mutuamente estos elementos se buscan entre sí, sin lograr encontrarse. EL INVENTOR, que no sólo sirve los intereses de una empresa mercantil, sino que es instrumento al servicio de la industria, con una misión clara y concreta que cumplir, quiere resolver este problema, poniendo en contacto elementos tan dispares, pero tan necesarios de ser aunados, para mutuo provecho.

Nuestras columnas quedan abiertas a todos:

LOS CAPITALISTAS

pueden dirigirnos sus ofertas en demanda de patentes, de participación en negocios determinados o en cualquier otro sentido similar.

LOS INDUSTRIALES

pueden asimismo someternos sus deseos de perfeccionamientos en sus industrias, las dificultades de orden técnico que en ellas encuentran, su interés por determinados inventos u otras necesidades de carácter similar, tales como creación de marcas, de modelos, de procedimientos de trabajo u organización.

LOS INVENTORES

pueden ofrecer desde estas columnas sus inventos, solicitar ayudas pecuniarias, técnicas o de otra índole semejante.

Todas estas ofertas serán publicadas en nuestra Revista para conocimiento de todos sus lectores, y siendo éstos Inventores e Industriales en su totalidad, los resultados han de ser óptimos para todos.

EL INVENTOR

Todas las ofertas SE PUBLICARAN GRATUITAMENTE POR UNA SOLA VEZ y dentro de la extensión y condiciones que los Editores estimen oportunas, reservándonos el derecho de devolver y rechazar toda oferta que creamos improcedente.

EN ABSOLUTO SERVIREMOS DE INTERMEDIARIOS EN LA REALIZACION DE CONTRATOS O CONVENIOS ENTRE LAS PERSONAS QUE BENEFICIEN NUESTRO OFRECIMIENTO. Unicamente ponemos a su disposición nuestras actividades profesionales como Agentes de Propiedad Industrial, en casos de consulta, solicitudes de patentes, obtención de copias, investigaciones, etc.

Para toda ampliación de datos, sobre nuestra oferta, dirigirse con toda clase de detalles a los Editores:

ROEB Y COMPAÑIA

OFERTAS

Toda la correspondencia que se dirija a los Editores sobre las ofertas publicadas a continuación, debe hacerse con indicación del número de orden que figura en las mismas. Sin este requisito, no será posible transmitir a los interesados la correspondencia recibida.

6. - P. A los constructores de maquinaria para fábricas de conservas se cede patente invención por una máquina para escaldar y limpiar tomate por medio del vapor, patente núm. 120.029, para España y Extranjero.

A los fabricantes de conservas de tomate se cede patente invención número 112.161, de procedimiento fabricación para obtener el tomate en polvo suprimiendo el empleo de envase de hojadelata, con todas las ventajas consiguientes, para España y Extranjero.

5760. El propietario de una patente de introducción española por la fabricación de productos de limpieza, especialmente productos apropiados para talleres mecánicos o sitios donde hayan de limpiarse grasas y cuyos productos se encuentran muy extendidos en Estados Unidos, cedería licencia de explotación o se pondría en relaciones con capitalista interesado en la explotación industrial de dichos productos. El propietario es ingeniero químico con gran práctica, que ofrece como garantía de su oferta.

S. Fabricante de tintas grasas y tampones introducidas hace años en el mercado, con fórmulas propias, se asociaría con capitalista.

B. Se desearía entrar en relación con industrial o inventor que pudiera fabricar o facilitar fórmula de fabricación de pasta susceptible de sustituir a la madera para formación de tableros de muebles.



LA PUBLICIDAD MODERNA A TRAVES DE EUROPA

ALEMANIA En publicidad, Alemania debe considerarse como uno de los países clásicos. Su estilo, sus atisbos, su originalidad y su carácter propio, constituyen elementos suficientes para considerarla uno de los países que marchan a la cabeza en la publicidad mundial, bien que su definido aspecto germano le reste algo de uni-

versalidad, hasta el punto de que es difícil que la persona versada en estos asuntos pueda equivocarse ante un cartel de origen alemán y atribuirle un origen distinto. Una cierta tendencia hacia lo «kolossal» hace inconfundible la publicidad alemana; algunos de sus carteles no son gritos en la pared, son verdaderos alaridos; de tal manera se ha forzado el tema o la ejecución, que ante alguno de ellos, no es ya la atención la que se despierta: es todo el individuo el que queda pendiente de la obra realizada.

Enamorados de las grandes masas de color, del contraste violento, de los llamamientos retumbantes, los alemanes son los verdaderos meridionales del anuncio y del reclamo.

Esto no excluye el arte ni la eficacia; es simplemente el sello de la personalidad recia del pueblo germano y la necesidad de una propaganda violenta en un país que puede considerarse el más industrial del mundo o, al menos, el más industrial de Europa, y donde es forzoso llamar la atención por medios «violentos» para no pasar desapercibido entre la abundante competencia.

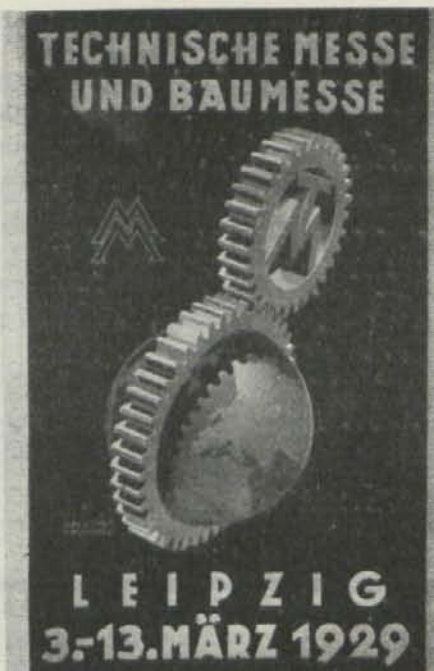
Véase el anuncio para

neumáticos que reproducimos, en el cual todo está acertadamente exagerado: la curva de la pista del autódromo, la inicial de la palabra Pneumatik, la inclinación del automóvil y la perspectiva. Sería difícilísimo con tan pocos elementos como los empleados dar una sensación igual de potencia a la lograda, y la realización de este anuncio demuestra un dominio de la técnica publicitaria, encomiable en alto grado.

Esa doble M, emblema de la feria de Leipzig, que se extiende sobre la superficie de la Tierra, alargando sus patas para buscar un sólido apoyo sobre la extensión de los dos continentes, es todo un emblema. Hasta la leyenda en esperanto tiende a la universalidad y hace más rotundo el énfasis producido por la exageración de la perspectiva del símbolo.

Una joya publicitaria es un segundo anuncio de la feria de Leipzig, que publicamos: esa rueda dentada encerrando el emblema de la feria, que hace girar al mundo sujeto a una segunda rueda dentada es, como tema, simplemente genial, y su ejecución un verdadero acierto técnico y publicitario.

Alemania, simplemente alemán, es el dibujo para la casa Dreher; el realce de la anatomía del Mercurio representado, la originalidad de la acción de éste, el repartimiento de masas en la ejecución y la sobriedad de ésta, hasta ser ascética, son sencillamente maravillosos, aunque tal vez constituyen un plato algo fuerte para nuestro paladar de meridionales.



El anuncio de la tinta Gerasch entra en la categoría de una clase de publicidad realmente exclusiva de los alemanes. Un impresionismo exagerado a base de grandes masas, con inclinación a lo grotesco en la realización, confuso en su conjunto y cuya sola justificación como elemento de publicidad puede radicar en su exotismo.

Cerramos con este artículo la serie publicada acerca de la moderna publicidad europea. Realmente no quedan revisados todos los países europeos; pero los restantes, unos por su insigni-

ficancia y otros por la tan señalada influencia de países principales vecinos, realmente carecen de interés para su crítica, pues nada nuevo pueden aportar a lo expuesto. Queda nuestro propio país; pero entra en nuestras intenciones estudiar la evolución de la publicidad en España, en próximos artículos, y es por ello por lo que silenciemos de momento nuestras apreciaciones.

Queremos hacer constar en estas líneas nuestro agradecimiento a las publicaciones de "The Studio", y "Chapman & Hall"; "W. G. Raffé Commercial Art" y "Die Reklame" que han sido utilizadas como elementos consultivos y bibliográficos.

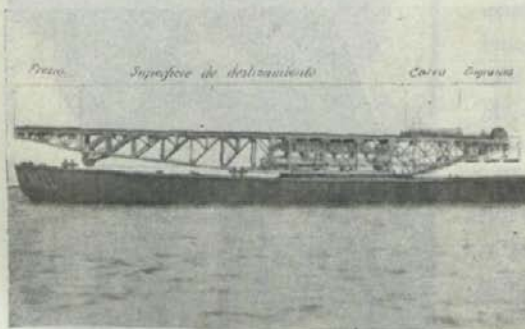
LA APROXIMACIÓN DE EUROPA A AMÉRICA

El enlace del aeroplano y el barco.—Cómo se acorta el tiempo y la distancia.—La catapulta recobra su imperio al cabo de los siglos.

LOS tiempos modernos tienen también su Mitología, e indudablemente en ella no podría concederse al tonante Júpiter ni al fulgente Apolo, los pri-

nidad, y en sus aras, los sacrificios se continúan en tal número y magnitud, que llegan a constituir un hábito que ya no asombra al resto de los mortales no oficientes.

Uno de los objetivos más tenazmente perseguidos, es el enlace entre Europa y América, y es objeto de pugilato constante entre las grandes líneas de vapores, unir al máximo de confort, el máximo de velocidad entre uno y otro continentes. Un nuevo y valioso elemento se ha unido recientemente a los vapores rápidos, para acortar aún más la distancia, y sus resultados han sido verdaderamente sorprendentes. El aeroplano combinado con el barco ha permitido acortar las



meros puestos del moderno Olimpo. La Diosa Velocidad es la que recibe hoy la ofrenda apasionada de la Huma-



travesías en cuarenta y ocho horas, tiempo de verdadera importancia cuando barcos modernos como el *Bremen* y el *Europa* han llegado a establecer tiempos de tres días y medio y cuatro en la travesía Hamburgo Nueva York. Para poder combinar ambos elementos, era necesario solucionar la forma en que el aeroplano podía salir del barco, sin retrasar su marcha en operaciones complicadas de desembarco o lanzamiento, y esto ha sido airoosamente resuelto por la técnica moderna, recurriendo a un antiquísimo aparato: a la catapulta. Claro es que no se trata de la antigua catapulta empleada en la guerra para el lanzamiento de grandes piedras destructoras de fortalezas. Se trata de aparatos realmente científicos en su construcción, en los que el primitivo proyectil ha sido sustituido por un pájaro de acero que, al verse en el espacio, toma apoyo en él y prosigue raudo su marcha por sus propios medios.

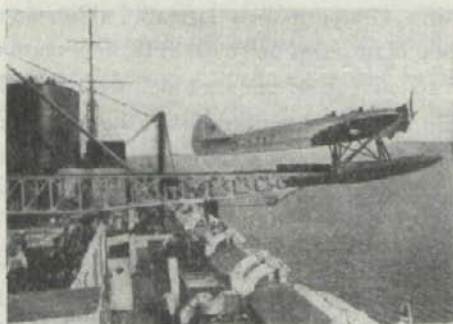
La catapulta de aeroplanos es un sólido camino de acero en el cual se desliza a toda velocidad un carro impulsado por el aire comprimido y cuyo carro recibe sobre sí el aeroplano a lanzar. Al llegar al extremo libre del ca-

mino, el aparato es lanzado al aire con todo el impulso de su carro transportador, y su motor se encarga del resto. Todo ello se hace sencillamente a bordo de un barco que sigue rápido su marcha, sin preocuparse del mensajero que acaba de lanzar a los espacios.

Conforme se aprecia en el primer grabado, la catapulta está constituida por una armazón de acero, montada sobre una base giratoria que permite su orientación en cualquier dirección deseada. En la parte interna lleva el dispositivo de accionamiento, constituido por un depósito de aire comprimido y un pistón sobre el que acciona dicho aire sobre un émbolo, al cual van uni-



dos los cables de tracción del carro dispuesto sobre la plataforma superior de deslizamiento. Este carro recibe el aero-



plano sobre sí y se desliza rapidísimamente a lo largo de la plataforma de deslizamiento hasta llegar a su extremo libre, donde sufre un efecto de frenado violento, quedando allí detenido mientras el aeroplano sale despedido siguiendo la ley de inercia.

Como se ve en los restantes grabados, la instalación a bordo de los vapores *Bremen* y *Europa* permite que éstos, a distancia determinada de las costas americana y europea, respectivamente, en sus viajes de ida y regreso, puedan lanzar un avión, llevando el correo aéreo y eventualmente algún apresurado hombre de negocios. El embarque del aparato se hace con toda sencillez, dejándole ya preparado sobre la catapulta

para el momento propicio del lanzamiento.

Puede augurarse un magnífico porvenir a este medio de enlace entre el avión y el aeroplano, que permitirá, escalonando barcos y aviones, hacer la travesía Europa-América en un tiempo mínimo sin los riesgos de un vuelo transatlántico directo.

Esta misma clase de catapultas ha sido establecida en diversos aeródromos para el lanzamiento de aviones con mucha carga, cuyo despegue presenta grandes dificultades, permitiendo así una reducción de espacio de los campos de aterrizaje, factor muy importante en grandes vuelos y que los dificulta en demasía.



Depositorio general: GREGORIO CASLA.-Urbietta, 6. San Sebastián

LA IMITACIÓN DE MARCAS ES UN DELITO Y, ADEMÁS, UN ERROR

RARAMENTE en nuestra profesión nos enfrentamos con el comerciante que pretende registrar a su favor una marca, fiel copia de otra ya acreditada en el mercado. Pero sí es muy frecuente el caso de comerciantes que desean registrar marcas que pueden confundirse con otras ya introducidas o que presentan sus productos en forma tal, que induzcan a esta confusión.

Se pretende con ello obtener un beneficio inmediato del renombre alcanzado por el producto ya acreditado, y aparte de la inmoralidad, y en muchos casos delito, que esto constituye, la pretensión y el resultado es totalmente contraproducente para el que así obra, y es precisamente el mismo comprador el que se revuelve airado contra el engaño, le hace fracasar y desacredita al comerciante de mala fe, llegando en muchos casos a favorecer intensamente al vendedor legítimo del producto.

Los perjuicios directos que producen estos hechos son los siguientes:

En primer lugar, se realiza una propaganda activa y gratuita a favor del producto legítimo, pues indudablemente todo comprador engañado, no sólo se afianza en consumir aquel producto, sino que avisa a sus conocidos y los pone en guardia, y lógicamente habla del producto verdadero y canta sus

excelencias, haciendo una propaganda activísima.

El detallista resulta perjudicado si expende el producto de buena fe y, como consecuencia, es muy posible su pérdida como comprador en el futuro.

Si bien de momento puede tocarse un beneficio, inmediatamente se produce una reacción que anula toda venta posible, y si el fabricante vende otros productos, éstos, aunque sean auténticos, se resentirán, puesto que el comprador

pondrá ya en duda su bondad.

Aun cuando el producto imitado sea de los que dejan gran margen de utilidad, y su fabricación sea tan buena

como la del producto original, forzosamente habrá de venderse con una gran depreciación.

Y, por último, el buen nombre, preciso imprescindiblemente a todo comerciante, se verá mermado en su crédito, tanto por el consumidor como por el vendedor y por sus propios compañeros de gremio.

Todo fabricante que se estime y que desee prosperar en su negocio, debe rechazar la realización de actos semejantes, más que nada por su propia conveniencia, y emplear sus esfuerzos en acreditar una marca propia y original, que siempre será airosa bandera de su producción y nunca motivo de sonrojo o de persecución ante los Tribunales.

ROEB Y COMPAÑÍA





Correspondencia

EN esta sección serán contestadas, por riguroso turno, cuantas consultas se nos sometan, referentes a asuntos de índole comercial, sin más limitación que la que imponga la pregunta en sí, pues no podemos resolver cuestiones técnicas o similares que lleven consigo, o gastos para nosotros, o quebrantos para profesionales cuyos derechos merecen nuestros mayores respetos.

L. M. S. Valencia.—Nos es imposible facilitarle dato alguno sobre la invención que desea usted conocer. Se encuentra actualmente pendiente de concesión en el Registro de Propiedad Industrial y, por tanto, es secreta hasta que se expida el título de propiedad. Dentro de un mes aproximadamente supondremos poder contestarle ampliamente.

A. G. Madrid.—Un sistema de Contabilidad como el suyo, no es patentable, pero sí es objeto de registro en la Propiedad Intelectual.

L. M. G. Irún.—Como indicamos en otro sitio de esta Revista, no nos encargamos de vender y comprar patentes. Nos limitamos a poner en contacto a los inventores y a los capitalistas por medio de nuestra Revista, dejándolos en absoluta libertad de acción, y, desde luego, sin cobrar comisión de ninguna especie. Por esta misma razón, aun cuando conocemos casas que se dedican en el extranjero a gestionar la venta de patentes, no podríamos hacer más que darle su dirección, pero sin responsabilidad ni garantía alguna por nuestra parte.

L. M. Granada.—Las series de fotografías artísticas son registrables y protegen contra su reproducción; pero tratándose de monumentos artísticos de dominio público, como ocurre con la Alhambra, la protección no impide que otros fotógrafos vendan fotografías, sino simplemente impide la copia de los originales de usted. En el mismo caso se encuentran las reproducciones plásticas;

pero éstas no pueden protegerse porque hace ya años que usted las vende y han perdido su novedad, requisito indispensable para el registro.

R. F. Burgos.—Si su invención se presta a ello, puede enviarnos una fotografía del aparato y una breve reseña y gustosamente lo publicaremos en nuestra sección *De Todas Partes*. Igualmente podemos publicarle una oferta gratuita en nuestra sección de ofertas. No importa que la patente haya sido presentada por otro colega, pues nuestra Revista está abierta a todos, sean o no clientes nuestros.

M. C. Valdepeñas.—Las indicaciones «tipo Rioja», «tipo Champagne» u otras similares, están rigurosamente prohibidas, y debe usted abstenerse de colocarlas en sus vinos. Por otra parte, creemos que si elabora usted vinos buenos y hace alrededor de ellos una propaganda acertada, su introducción le será tan fácil, sin negar su origen, como si fuera usted un cosechero de la Rioja y tuviera usted que acreditar un vino de aquella región.

B. P. Murcia.—Desde luego, coincidimos con usted. En países de idiomas exóticos como los que nos indica, el empleo de una marca española debe ir siempre acompañado de una etiqueta similar traducida al idioma de dicho país. Estas etiquetas debe usted registrarlas en España y seguidamente en cada uno de los países de referencia. En Egipto, le recomendamos el uso del árabe y del inglés conjuntamente.

HOTEL ESCALZA En el centro de BILBAO

FÁBRICA DE CONSERVAS VEGETALES
ALCOHOLES VÍNICOS Y MATERIAS
TÁSTRICAS • MONTADA CON LA MA-
QUINARIA MÁS COMPLETA Y MODERNA

HIJO DE GALO ADÁN

CALAHORRA
(ESPAÑA)

TINTES DOMÉSTICOS
WIKI

DIFUNDA USTED

"EL INVENTOR"



HOTEL MIOTA
SERVICIO ESMERADISIMO
DURANGO

MATEO MARIN

MAQUINAS DE ESCRIBIR
DE TODAS MARCAS A
PRECIOS SIN COMPETENCIA

Plaza de San Ildefonso, 1. - MADRID

MANUFACTURA VULCA

Fábrica de disoluciones de goma-
cemento y colas a base de caucho,
latex, celuloide y análogos, para toda
clase de industrias, especialmen-
te la industria de calzado y afines.

FUENTERRABIA (Guipúzcoa)

GRAN HOTEL EUROPA

Propietario: JUAN GARCIA
Esmerado servicio, Amplias ha-
bitaciones con agua corriente,
Cuarto de baño, Autos de al-
quiler, Garage

Canalejas, 12. LORCA (Murcia)

Servicio de coches propiedad de la casa a todos los trenes

CALZADOS JUANITO
FRANCISCO PÉREZ

Paseo de la República, 5. Teléf. 21589 - SEVILLA

LAXANTE BESCANSÁ

TRIPLE TORO

LA CORREA DE CALIDAD
CLAUDIO COELLO, 6. - MADRID

BLASS, S. A.

IMPRENTA Y ENCUADERNACIÓN

OBRAS, CATÁLOGOS Y REVISTAS DE LUJO
Reproducción de cuadros artísticos

ARTÓLEO

Núñez de Balboa, 25- MADRID - Tel. 52 829

CONTADORES DE AGUA
de todos los sistemas



Costanilla de los Ángeles, 2
MADRID

Martín de Paul



POSTES

18.000.000

DE HOJAS

DE AFEITAR



Es la mejor y más económica

CONSUMEN

anualmente los
mercados hispa-
noamericanos

ARTAMENDI Y COMPAÑIA, S. L. EIBAR (España)

EL PAPEL
FOTOGRAFICO INDUSTRIAL

PAPELES FOTOGRA-
FICOS Y DE DIBUJO
REPRODUCCIONES
— PLANOS —

SILVA, 39
MADRID

ÁNGEL ALONSO

FABRICACION
DE INSTRUMENTOS
DE MUSICA

Torrijos, 20
MADRID



PROTEJA LA INDUSTRIA
NACIONAL COMPRANDO
ESTAS HOJAS. FABRICADAS
EN MALAGA

CAFEMO

LA CAFETERA EXPRES
UNICA PARA CAMPO Y VIAJE

QUINADO

— Jesús del

Gran Poder

Vda. de Lassaletta

J E R E Z —

BANCO DE TORRELAVEGA
CAJA DE AHORROS

Realización de toda
clase de operaciones de

BANCA,

BOLSA

Y CAMBIO

Dirección Postal: Apartado núm. 3

Dirección Telegráfica: "BANCOVEGA"

Ferdinand Schwarzmänn

MÁLAGA

Apartado 99

Telegramas: Globus-Málaga

Exportador de
Frutos Secos a
todo el Mundo

Especialidad:

Almendras - Pasas - Higos

CORCHO HIJOS, S. A.

SANTANDER Apartado 83

MADRID Apartado 758

**TRES TALLERES
EN SANTANDER**

**600 OBREROS
Y EMPLEADOS**

CONSTRUCCIONES METÁLICAS.-TUR-
BINAS HIDRÁULICAS.-TRABAJOS DE
MAQUINARIA.-FUNDICIONES.-ESMAL-
TERÍA DE HIERRO FUNDIDO.-FABRI-
CACIÓN DE APARATOS SANITARIOS.
INSTALACIÓN DE BALNEARIOS.-SA-
NEAMIENTO DE EDIFICIOS.-COCINAS
PARA TODA CLASE DE SERVICIOS.
CALEFACCIÓN.- VENTILACIÓN.- FRÍO
INDUSTRIAL

DIRECCIÓN TELEGRÁFICA:

"CORCHO - SANTANDER"

"CORCHIJS - MADRID"

CASA FUNDADA EL AÑO 1881

ALFREDO ALVAREZ

Nombre registrado

FABRICANTE

DE JOYERIA

BILBAO

Fabricación especial en medallaría religiosa, para concursos y exposiciones.

Cadenería en platino y oro. Pulseras en todos los estilos y fantasía.

FABRICACIÓN EXCLUSIVA EN ORO Y PLATINO

DIRECCIÓN POSTAL:

TENDERÍA, Núm. 38 - Tel. 11507



¡CAZADORES!

Si deseáis adquirir una escopeta de absoluta garantía, solicitud catálogo gratis a

LA VASCO-BELGA

E I B A R (GUIPÚZCOA - ESPAÑA)

SOENNECKEN RHEINGOLD

La Estilográfica
técnicamente perfecta.
En cinco colores.
Ejecución de lujo:
negro-nacre.



Llene auto-
mático
sin pa-
lanca
y sin
necesidad
de des-
montar
el
capuchón

Gran surtido a cuatro precios diferentes

De venta en las buenas papelerías

Repr. gral: EMILIO MENZEL

MADRID (2) - CARTAGENA, 52. - Tel. 54075



Es la marca que protege a las
afamadas máquinas para re-
producir direcciones y textos
cortos

Nuestros técnicos estudian
gratuitamente sus aplicacio-
nes prácticas en cada negocio

**SOLICITE SU VISITA Y DÉJENOS
PENSAR EN BENEFICIO DE USTED**



DISTRIBUIDORES PARA ESPAÑA:

PAPELERIA AMERICANA

MADRID: ESPOZ Y MINA, 14

BARCELONA: R. CATALUÑA, 72

"LA RADIO POPULAR"

José Briones

DESENGAÑO, 14. - Teléfono 17410. - M A D R I D



**LO QUE MÁS PUEDE DARSE EN
RADIO POR EL MÍNIMO DINERO**

SENOIRB 3 L. — Receptor de construc-
ción nacional, de tres válvulas (rectificadora o
reguladora, detectora y pentodo), de gran resul-
tado y enorme volumen con las estaciones loca-
les. En la mayoría de los sitios se oye también
muy bien el extranjero. En corriente continua,
para la local, no necesita antena ni tierra.
En corriente alterna tampoco es preciso antena.
Es el aparato ideal de las clases modestas.

Para corriente continua: Pts. 250B. Para corriente alterna: Pts. 370B.

BASTAN UNOS MINUTOS DIARIOS

para que pueda adquirir una buena técnica comercial.

ACADEMIA COTS

la institución de enseñanza comercial más importante de España, tiene establecidos desde hace años unos

CURSOS POR CORRESPONDENCIA

por los cuales, sin moverse de su domicilio y con toda rapidez, puede usted estudiar.....

TAQUIGRAFÍA
MECANOGRAFÍA
TENEDURÍA DE LIBROS
CÁLCULO MERCANTIL
REFORMA DE LETRA
CORRESPONDENCIA GENERAL
CORRESPONDENCIA MERCANTIL
ORTOGRAFÍA
JEFE DE CONTABILIDAD
JEFE DE CORRESPONDENCIA
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL
ORGANIZACIÓN COMERCIAL
PUBLICIDAD

PIDA FOLLETO GRATUITO A
ACADEMIA COTS

DEPARTAMENTO DE E. POR C.
Rosellón, 148 BARCELONA

Luis Coppel
MAJOR-6

TELÉFONO - 13.755

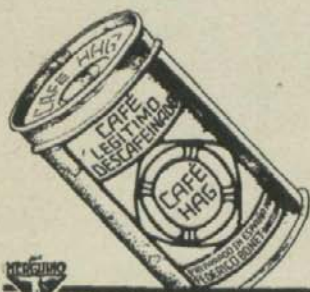
RELOJES DE LAS MEJORES MARCAS

¿dormir o no dormir?

¿Es usted de los que toman una taza de café después de cenar, aun sabiendo que le costará una noche en vela? Si es así, beba Café Hag y su pasión por el café no volverá a producirle desvelos.

Para convencerse, beba su primera taza de Café Hag después de cenar. Le dejará dormir. No le interrumpirá el sueño, y a la mañana siguiente se

encontrará usted despejado, alegre, con esa satisfacción íntima del que ha encontrado, al fin, algo que necesitaba. Y el Café Hag es delicioso. Es una mezcla de los mejores cafés de Arabia y de Centro y Sud América. Los médicos lo recomiendan y lo toman. Por eso, en lugar de decir: "No beberé más café por la noche", tome esta otra resolución más fácil y más práctica: Desde ahora en adelante voy a tomar Café Hag y dormiré, dormiré, dormiré bien y de un tirón.



Unas tazas de café GRATIS

SR. D. FEDERICO BONET

APARTADO 501 - MADRID

Envíeme libre de todo gasto una muestra de CAFÉ HAG.
Incluyo un sello de 30 céntimos para el franqueo certificado.

Nombre: _____

Calle _____ Núm. _____

Población _____ Provincia _____

Inv.

Si no encuentra el Café Hag en su localidad, envíenlas
Pts. 5.25 y recibirá un bote grande por correo certificado.

CAFE (SIN CAFEINA) HAG

NO EXCITA - NO DESVELA

Su mente concibe



Su fábrica realiza

Su organización vende

PROTEJA SUS PATENTES, SUS MODELOS Y SUS MARCAS

Sucursal
para Cataluña:
BARCELONA
Alta San Pedro, 4
Teléfono 17940

ROEBY & C^{IA}

Calle de
Alcalá, n.º 40
Teléfono 16719

MADRID

Apartado 365
Direc. telég.:
R O E B C O

Delegación para el
Norte de España:
BILBAO
Colón
de Larreátegui, 32
Teléfono 13507

Blass, S. A. Madrid.