

*Revista mensual editada
por PHILIPS IBÉRICA, S. A. E.
para el exclusivo servicio
de sus Representantes oficiales.*

L A L U Z

NO hay como estar en contacto continuo con una cosa para atribuirle escasa importancia y, por regla general, desconocer sus características y posibilidades. Tal ocurre con "la Luz". Tan necesaria como nos es en todos los órdenes de la vida, la escasa importancia que la concedemos pone de manifiesto el desconocimiento general que tenemos de sus inmensas posibilidades.

En la vida moderna, la luz ha adquirido una importancia primordial; constituye, por decirlo así, el factótum de toda actividad; sin su auxilio, nada puede llevarse a cabo;

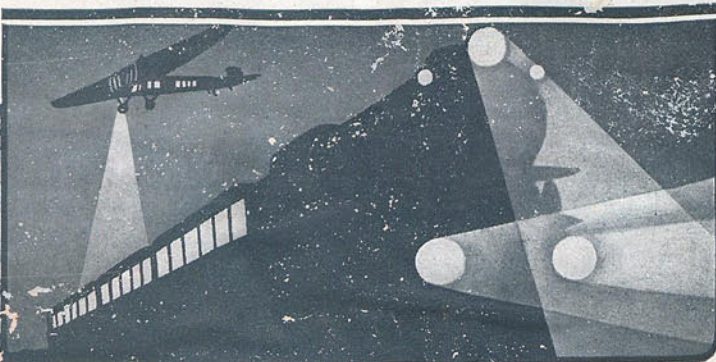
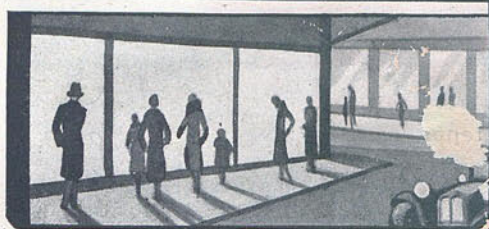
Desde el sencillo alumbrado de una oscura callejuela de pueblo, a los alardes majestuosos y artísticos de las iluminaciones de la Exposición de Barcelona, tiene la luz inagotables recursos para servir a los hombres en todas sus manifestaciones.

Si la consideramos desde el aspecto de su valor comercial, no hay empresa grande ni comerciante pequeño que pueda negarle importancia ni dejar de reconocer su eficacia. En este campo es precisamente en el que mayores ventajas ofrece, y por ello queremos hacer resaltar su utilidad e importancia.

Al comparar los escaparates e interiores de tiendas que existían hace años, con las actuales, salta a la vista el lugar preferente que le ha correspondido a la luz como factor comercial. Para el comerciante moderno, la luz es el ayudante imprescindible, su director artístico, su mejor empleado y el constante servidor de sus intereses. Se pueden suprimir empleados, disminuir las existencias, reducir el número de horas de trabajo... todo ello sin detrimento fatal para el negocio; pero no puede suprimirse la luz.

Desde el punto de vista "ventas", la luz rinde más que el mejor vendedor. Una tienda racionalmente iluminada, en que se haya concedido la debida atención al problema de difusión de la luz, y cuyos escaparates estén igualmente iluminados, tiene el 90 por 100 de probabilidades de atraer al público y conseguir efectuar una venta a cuantas personas permanezcan un momento dentro del establecimiento. Tan cierto es esto, que existen en España unos cuantos comerciantes pequeños que dependen exclusivamente de la luz para sus ventas.

Creemos con toda sinceridad en la efectividad de la buena iluminación como base de rendimiento para todos los comerciantes, y les invitamos para que, con nuestra ayuda técnica, concedan a este problema toda la atención que requieren sus intereses.



¡RECOMENDAD MEJORAS EN EL ALUMBRADO!

LOS ELECTRICISTAS, HACIENDO CAMPAÑAS POR EL BUEN ALUMBRADO, HACEN UNA OBRA FILANTRÓPICA Y AL PROPIO TIEMPO ESTAS CAMPAÑAS REPRESENTAN PARA ELLOS UNA FUENTE INAGOTABLE DE INGRESOS

ESTA desde hace tiempo demostrada la influencia que sobre las facultades visuales produce un buen alumbrado, así como también tan demostrado como lo anterior está la influencia nefasta del alumbrado incorrecto, hasta el punto que son muchos y muy autorizados los que aseguran que la inmensa mayoría de los miopes lo son por haber estado durante algún tiempo (especialmente en la edad temprana) bajo la acción de la luz artificial mal utilizada.

Las experiencias llevadas a cabo nos permiten asegurar que una buena iluminación favorece:

1.º LA AGUDEZA VISUAL, o sea la facultad de distinguir mejor o peor los objetos.

2.º LA RAPIDEZ DE DISCERNIMIENTO, o sea la rapidez con que nuestro ojo escoge estos mismos detalles.

3.º LA RAPIDEZ DE ACOMODACION, es decir, la facultad que tiene el ojo de adaptarse percibiendo con

limpieza los objetos situados a distancias diferentes.

4.º LA CONTINUIDAD DE LA VISION, o sea la facultad de distinguir claramente y sin fatiga, de una



...la buena iluminación en casa, es el mayor confort...

manera continua, los detalles de un objeto.

Para iluminar correctamente han de tenerse en cuenta, tanto la cantidad como la calidad de la luz.

Desde el punto de vista cantidad, los objetos, estando situados, bien en el plano horizontal o en el vertical (cuadros,

máquinas, artículos expuestos en el escaparate, etc. etc.), han de estar lo suficientemente iluminados para que puedan distinguirse fácilmente y sin fatiga por el observador, y caso de manipular con ellos, que las operaciones puedan hacerse también en las condiciones dichas.

Desde el punto de vista calidad, la iluminación del plano de trabajo (lugar donde están situados los objetos y donde se opera con ellos) deberá tener la suficiente uniformidad, sin sombras duras ni contrastes violentos y sobre todo hay que evitar el deslumbramiento.

Para conseguir que el alumbrado reúna estas condiciones será preciso un adecuado cálculo del número de fuentes de luz y su conveniente repartición, y para evitar el deslumbramiento deberán instalarse los puntos luminosos fuera del campo de la visión, protegiéndolos con armaduras que disminuyan el excesivo, y, por tanto, perjudicial, brillo de las lámparas.

A todos interesa el buen alumbrado:

Al fabricante le interesa alumbrar bien su fábrica racionalmente, porque sus obre-



...informad a vuestra clientela sobre las mejoras en el alumbrado...

ros gozarán de las ventajas fisiológicas que hemos enumerado, y por tanto tendrá:

- Un considerable aumento en la producción;
- Un trabajo más preciso y más escogido;
- Mejores condiciones de existencia para sus obreros;
- Disminución de los desechos;
- Reducción de accidentes del trabajo;
- Vigilancia más fácil;
- Una fábrica más limpia y ordenada.

Al comerciante le interesa tener bien alumbrados sus escaparates, porque un escaparate en estas condiciones atrae la clientela; porque estando bien iluminada su tienda la gente se siente mejor en ella, los artículos se hacen más sugestivos y, por tanto, se activa la venta.

Al particular, porque la buena iluminación en casa es el mayor confort que puede tenerse con menos precio, pues alumbrarse bien en casa equivale a prolongar el día durante la noche, sin molestias de ningún género, haciendo la vida más grata, etcétera, etc.

Y un sinnúmero de casos más que podrían citarse.

¿Habéis pensado, vosotros electricistas, el bien que podéis hacer informando a vuestra clientela sobre el buen alumbrado?

Si las campañas se efectúan aquí con la misma eficacia y extensión con que se han llevado a cabo en otros países, en cinco años se reformaría casi todo el alumbrado en España.

Por otro lado, es bien sabido que la iluminación racional trae consigo un mayor consumo de fluido, por lo que



...la luz activa las ventas y, por consiguiente, el beneficio ..

las instalaciones actuales son insuficientes para suministrar este mayor consumo.

De manera que, y hablando ya en un lenguaje comercial,

la reforma de alumbrado que tanto preconizamos no se reduce en vuestro caso a obtener un beneficio más o menos grande por la venta de armaduras, sino que es para vosotros de mucho mayor inte-



...a todos por igual interesa un buen alumbrado...

rés la forzosa y consiguiente renovación de material eléctrico que esta reforma de alumbrado necesariamente acarrea.

¿Qué os parecería, señores del ramo eléctrico, si en unos años se efectuara esta renovación en casi todas las instalaciones de luz de España?... Deteneos un momento y medidad la pregunta que os hemos hecho. Y esto no es una utopía, porque se ha hecho ya en varias naciones como resultado de sistemáticas campañas pro iluminación racional.

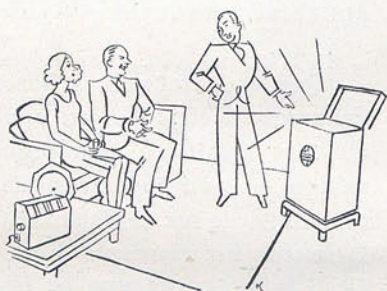
¡Tened la seguridad que en esta cuestión los consejos humanitarios que deis a vuestros clientes (para que no vivan a oscuras como en la época cavernaria, o a lo sumo a media luz) y vuestros intereses están en perfecto acuerdo!



EL ALQUILER DE APARATOS DE RADIO COMO FUENTE DE INGRESOS PARA LOS COMERCIANTES

UN experto comerciante de Radio de la Región Norte de España ha puesto en práctica, con satisfactorios resultados, el sistema de alquiler de aparatos, que divulgamos a continuación para que otros comerciantes imiten su ejemplo.

Es sabido que las *demonstraciones gratuitas* en el domicilio del público comprador, constituyen una partida im-



portante de los gastos de venta del Comerciante de Radio. Hay que llevar el aparato a la casa del comprador, instalarlo allí, vigilar su funcionamiento, retirarlo después si no se vende, etc., etc. Y en el último término, cargar con los desperfectos que se originen durante esta prueba.

El Comerciante a que nos referimos ha resuelto este problema del modo siguiente: Una vez que el comprador ha elegido el aparato que más le agrada para que se lo lleven a casa, extiende el Comerciante un sencillo contrato de alquiler durante cuatro, seis o quince días, según los casos, cargando por alquiler todos los gastos que le origine la prueba y una prudencial can-

tidad para resarcirse de posibles deterioros. Como en conjunto se trata de una cantidad pequeña, el comprador lo acepta de buen grado, con tanta más razón cuanto que, por lo general, se conviene en anular el contrato de alquiler y no cobrar nada por este concepto, si el comprador se queda en firme con el aparato, al terminarse el plazo de pruebas.

Dicho Comerciante ha terminado de este modo con el sistema de *demonstraciones gratuitas*; anula por el momento las ventas de la competencia, pues mientras tiene un aparato Philips funcionando bien en el domicilio del comprador, disminuye las posibilidades de que venda la competencia y aumentan las suyas, puesto que si el consumidor está conforme con el aparato, es fácil transformar el alquiler en una venta en firme.

Este sistema de alquiler lo ha extendido a los altavoces. Como los aparatos Philips tienen dispositivo para conectar un segundo altavoz, el Comerciante mencionado tiene unos cuantos altavoces tipo 2007 y los alquila por cortas temporadas a los clientes que le han comprado receptores, para que los utilicen con motivo de fiestas familiares o locales u otros acontecimientos.

Del mismo modo, tiene un equipo de Amplificación microfónica de 50 Wattios, que adquirió a plazos a Philips y lo destina a alquilarlo a los Ayuntamientos, Socie-

dades políticas y recreativas, salones de baile, etc., etc., siendo lo notable del caso que con lo recaudado por el alquiler de este equipo durante cinco meses ha pagado totalmente su cuenta con Philips y tiene el equipo en inmejorables condiciones para seguirlo explotando durante muchos años.

Los Comerciantes que tengan aparatos que hayan sufrido



do algún deterioro exterior, pero que funcionen bien, pueden utilizarlos para alquiler durante temporadas más largas en los casos en que los clientes no se decidan a comprar en firme por el momento. Los aparatos estarán funcionando en la casa del comprador y ellos mismos efectuarán la más eficaz propaganda convirtiendo a aquel comprador indeciso en un comprador definitivo, antes de que termine el alquiler.

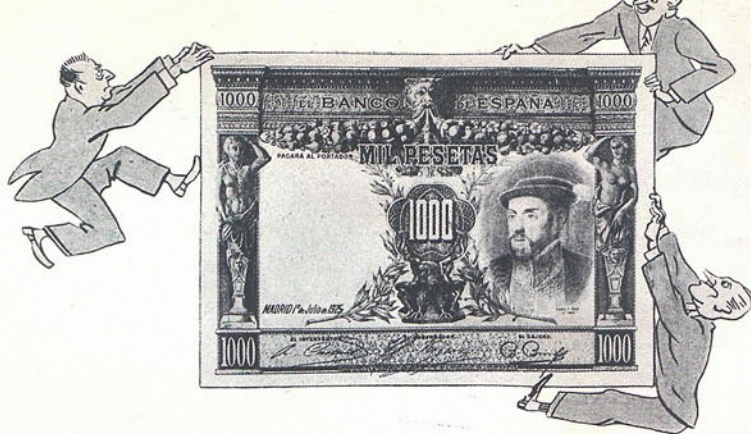
Es evidente que con el procedimiento de alquiler disminuyen notablemente los gastos de venta del Comerciante y, por consiguiente, venderá los aparatos de Radio con mayor beneficio.

A. C. B.

RECEPTOR MUEBLE 2609



France Dee, bella star
de Paramount,
se muestra orgullosa
del receptor Philips 2609.



TERCERA ETAPA DEL CONCURSO PHILIPS

CAMPEONES PROVINCIALES Y REGIONALES DEL MES DE AGOSTO

ALICANTE. - D. Jesús Raduán Pascual.

ALCOY

ALMERÍA. - D. José Méndez Luque.

SERÓN

BADAJOS. - D. Luis Ramallo.

CAPITAL

**BARCELONA. - D. Juan Campos
Salvador. (Regional) CAPITAL**

BURGOS. - D. Gustavo Frech.

BELORADO

CÁCERES. - Sres. Cancho, Moreno y Sarro.

TRUJILLO

CADIZ. - D. Manuel Terrones.

(Regional) S. FERNANDO

CIUDAD REAL. - D. Luis Montesinos.

ALCÁZAR S. JUAN

CÓRDOBA. - D. Francisco Paz Prados.

ESPIEL

LA CORUÑA. - D. Ricardo Seijo Martínez.

CAPITAL

GERONA. - Sra. Vda. de Pablo Rigau.

PORT-BOU

GRANADA. - D. Francisco Galdeano.

MOTRIL

GUADALAJARA. - Hijo de M. López.

SIGÜENZA

**GUIPUZCOA. - Sres. Echave Aris-
mendi y Cía. (Regional) E I B A R**

HUELVA. - D. Manuel Castillo.

CAPITAL

JAEN. - Manuel Funes.

ANDÚJAR

LÉRIDA. - D. Baldomero Rodríguez.

SEO DE URGEL

MADRID. - D. José Santos Vidal.

(Regional) EL ESCORIAL

PALMA DE MALLORCA. - D. J. Bisquerra Bo-

ttinas. BALEARES

PALENCIA. - "La Filarmónica".

CAPITAL

PONTEVEDRA. - Sres. Alvarez e Hijos.

VIGO

SALAMANCA. - Caña Díaz.

(Regional) CAPITAL

SANTANDER. - D. César Gándara.

CAPITAL

SEGOVIA. - D. Enrique L. de Tamayo.

(Regional) CAPITAL

SEVILLA. - Casa Ultra Radio.

CAPITAL

SORIA. - D. José Vicén Vila.

CAPITAL

TARRAGONA. - D. Daniel Nivera.

TORTOSA

TOLEDO. - D. Martín Velasco.

CAPITAL

VALENCIA. - Central Radio.

(Regional) CAPITAL

VALLADOLID. - D. Gregorio Ruano.

CAPITAL

VIZCAYA. - D. Agustín Urbina.

PORTUGALETE

MARRUECOS. - D. Bartolomé Ros.

CEUTA

» Sres. Tortosa y López Avalos.

MELILLA

neon

◆ N E O N ◆

**ES UN SISTEMA DE RECLAMO QUE, POR SU ORIGINALIDAD,
LLAMA PODEROSAMENTE LA ATENCIÓN**

EN el transcurso de los últimos años se han instalado en las poblaciones tantos anuncios luminosos, que su poder atractivo se anula. He aquí, pues, por lo que el anuncio luminoso corriente ha perdido la aceptación que antaño poseía.

Esta paralización ha traído consigo el que técnicos y químicos estudiasen una luz que, produciendo efectos atrayentes, llenase el vacío que por la pérdida de entusiasmo en el sistema primitivo, quedaba, paralizando la labor que al anuncio le estaba encomendada, dejando sin rendimiento el gasto que consigo traía el anuncio luminoso.

El resultado de estos esfuerzos ha sido la aplicación de la luz que irradia el gas Neón, aplicado a la corriente alterna de alta tensión, introducido en tubos de vidrio a los que se les da la forma, bien de objeto, bien de letras impresas, manuscritas, etc., a gusto de la persona que piensa darle aplicación.

Como ventajas principales de los tubos Neón, podemos enumerar las siguientes:

- 1.^a Color especial e intensidad de luz.
- 2.^a Posibilidad de dar la forma a capricho.
- 3.^a Gastos de entretenimiento reducidos.

La luz que deban irradiar los tubos puede fabricarse en color rojo anaranjado, verde y azul.

Es fácil de comprender que con estos colores pueden componerse letreros y figuras de efectos originales, resaltando, por tanto, el anuncio más que todos los demás colocados a su alrededor.

Debe hacerse notar, además, que a pesar de lanzar el gas Neón una luz intensa, no produce efectos de deslumbramiento.

Comparando el anuncio luminoso Neón con los demás, tenemos que, aparte de los resultados mucho más eficaces, resulta su entretenimiento mucho más económico, ya que el consumo de corriente es insignificante.

Para rótulos y títulos de tiendas, así como para el anuncio de productos, ocupando un reducido espacio, la Casa PHILIPS ha lanzado al mercado unas letras standard de 15, 25 y 35 cm. que, aplicadas a sus fondos neutros, dan la sensación, tanto durante el día como durante la noche, de buen gusto, sencillez y elegancia, factores muy importantes que deben tenerse siempre en cuenta para la elección de un reclamo de efectos prácticos y económicos.

La Casa PHILIPS está gustosamente a la disposición de todos sus clientes para facilitarles proyectos, presupuestos y cuantos datos deseen para la aplicación de estos anuncios.



PHILIPS NEON

RADIO

PHILIPS

ALTAVOCES

RAYOS X

RECEPTORES

CINE
SONORO

PHILIPS

LAMPARAS

PHILIPS

PHILIPS

RADIO

Buick



Cima

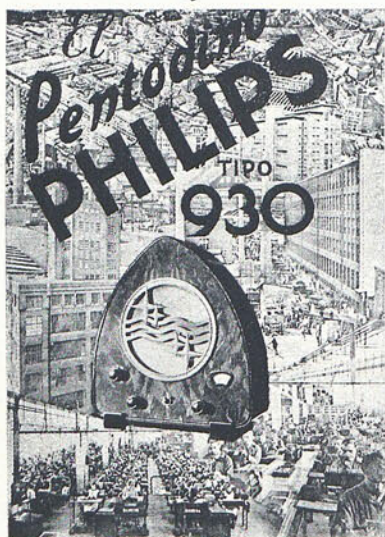


Armaduras
Philips

PHILIPS INICIA LA CAMPAÑA DEL

Pentodino

MILES DE PESETAS GASTADAS EN ESTA GRAN CAMPAÑA
EN COLABORACION CON NUESTROS REPRESENTANTES OFICIALES



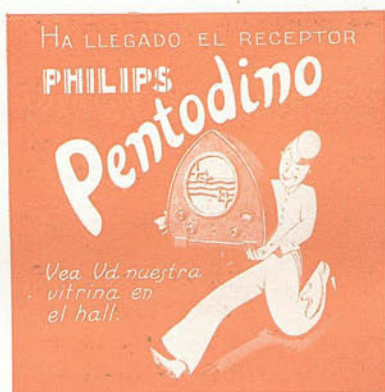
El folleto sobre el Pentodino.

PENTODINO, el receptor que hará más popular aún la Radio, el que enseñará al público lo que la moderna Ciencia ha progresado, es una obra maestra de los Laboratorios PHILIPS.

Para dar a conocer el "Pentodino", hemos preparado una extensa campaña en consonancia con la importancia de este nuevo receptor. Esta campaña es la primera que emprendemos en cooperación con nuestros "Representantes oficiales". SU NOMBRE IRA EN NUESTROS ANUNCIOS.

En los principales periódicos de provincias aparecerán llamativos anuncios que atrae-

rán la atención del público, por su diseño original, por su concepción moderna, y al pie de cada uno figurarán los nombres de los "Representantes oficiales" en la provincia. De esta forma el público sabrá dónde puede comprar con toda garantía los productos PHILIPS y a los precios standard.



Placa de proyección utilizada en el cine Rialto.

¡Siga nuestro consejo! Prepárese para cooperar con nosotros en la campaña de introducción y venta del "Pentodino".

He aquí los principales elementos de la campaña del "Pentodino":

I. - Anuncios.

Una serie completa de originales dibujos, siendo el primero de ellos "Hoy se lee",

que será publicado a plana entera, en "El Sol", "Ahora" y "La Vanguardia".

De esta forma, el público quedará informado que hay algo nuevo en el mercado de radio.

Después de estos anuncios de introducción, seguirán otros de media plana y un cuarto de plana, profusamente distribuidos en la Prensa de toda España, y cuyos modelos figuran en estas páginas.

II. - Folder.

Un atractivo folleto explica en términos populares lo que es el receptor "Pentodino" y



Facsimil de las instrucciones para el manejo del Pentodino.

el rendimiento que con él puede obtenerse.

III.- Cartel.

Una artística reproducción del "Pentodino" en armoniosos colores y en dos tamaños, ha sido confeccionada para esta campaña.

IV.- Banderola.

Como complemento del cartel, hemos creado una banderola artísticamente conseguida, para llamar la atención sobre los escaparates de nuestros Representantes.

V.- Placas de metal para escaparate.

Algo nuevo y por primera vez en España.



Uno de nuestros escaparates para el Pentodino, cuyo atractivo conjunto llamará poderosamente la atención.

Placas de metal esmaltadas a todo color de tamaño 18 por 25, en brillantes tonos, que en vuestro escaparate, en vuestra vitrina o en el interior del establecimiento

llamarán poderosamente la atención.

VI.- Escaparates.

Una serie de tres nuevos modelos modernos, de atrac-

tivo diseño, bella concepción de nuestros artistas, desmontables, embalados en una especial caja y fácilmente transportables.

Usted necesita este escapa-



Reproducción bicolor del cartel sobre el Pentodino.

rate por dos o tres semanas, y centenares de personas entrarán en su tienda.

VII.-Clichés para revendedores.

Tenemos gratuitamente, a la disposición de nuestros Representantes oficiales, clichés para anuncios en la Prensa. Aquellos comerciantes que de-

seen hacer publicidad por su cuenta, pueden solicitar estos clichés, en los que hemos dejado un amplio espacio para el nombre.

Una novedad original.

En el teatro Rialto, el más moderno cine de España, el cine aristocrático por excelencia, llama la atención del

público una diapositiva de proyección que anuncia el receptor "Pentodino", expuesto en el "hall" en una vitrina especial.

Centenares de personas admiran esta exposición diaria.

Material gratuito.

Nosotros distribuiremos gratis a nuestros Representantes oficiales: folders, instrucciones de manejo del aparato, carteles, banderolas, clisés, etcétera.

Material semigratuito.

Atendiendo a la importancia de esta campaña, hemos confeccionado especialmente unas placas de metal esmalte a todo color, que ponemos a la disposición de nuestros clientes a un precio inferior al coste, ya que por nuestra parte suplimos los gastos del 50 % de la confección de dicha original propaganda.

Estas placas se suministran en paquetes de seis, al precio de Ptas. 10,—.

Escaparates.

Por el alquiler de estos escaparates, cargamos Pesetas 10,— semanales. Envío por nuestra cuenta y devolución por cuenta de nuestro Representante oficial.

Llene la tarjeta que se adjunta en este número, devuélvanosla, y recuerde que en esta campaña se están gastando miles de pesetas para usted.

Ayude nuestra labor y gaste unas pocas en su escaparate y propaganda del "Pentodino".



Atractiva banderola para escaparates.

CORRIERE DELLA SERA
SVENSKA Aftens
Wiener Journal
HERALDO DE AMERICA
POLITIKEN
Hoy
SE LEE
EN LA
PRENSA DE
EUROPA
ENTERA.....



El "Pentodino" PHILIPS es un completo receptor de radio, de agradable aspecto, de calidad excelente y de enchufe a la red. Tipo 930 A, para corriente alterna y 930 C, para corriente continua. Su marca PHILIPS, celebre en la historia de la T. S. H., garantiza la buena calidad de esta maravillosa creación. Esta atractiva combinación de receptor y altavoz, ha sido ideada para satisfacer la necesidad de un receptor verdaderamente moderno, en el que se hallen comprendidos todos los ventajas y novedades introducidas por PHILIPS. Este nuevo receptor puede adquirirse a un precio verdaderamente popular.

PHILIPS
Pentodino

Neue Zürcher Zeitung

CALIDAD Y POCO COSTE

No en una ciudad, ni en una nación, sino en todo el Continente europeo se ponderan las ventajas del nuevo receptor PHILIPS **Pentodino**. No para un país determinado, sino para toda Europa, se ha estudiado y construido este maravilloso aparato.

El **Pentodino** PHILIPS, la última producción de la mundial organización PHILIPS, es un completo receptor enchufable a la corriente y a un precio verdaderamente popular, que lo coloca fuera de toda comparación y competencia.

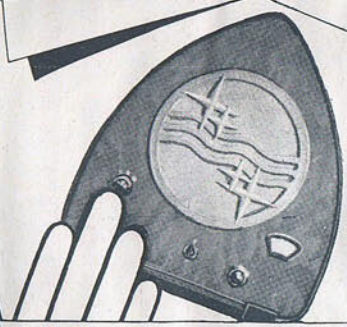
Pida a su vendedor de radio una demostración a domicilio de este maravilloso receptor.

PHILIPS

TIPO 930 A.
PARA CORRIENTE ALTERNA

TIPO 930 C.
PARA CORRIENTE CONTINUA

UN RECEPTOR DE CALIDAD A UN PRECIO POPULAR




EL RECEPTOR "PENTODINO" ASOMBRO DE EUROPA ENTERA

El "Pentodino" PHILIPS es el receptor que esperaban todos los aficionados europeos, desde Estocolmo a Roma y desde Londres a Varsovia.

El "Pentodino" es el resultado de numerosas investigaciones de los mayores laboratorios de Europa, y, como tal, hace honor a la marca que lleva. Reúne las modernas aplicaciones y ventajas de la técnica, en un precio al alcance de todos los bolsillos.

Equipado con las famosas válvulas "PENTODO" (Patente Philips).



Pentodino PHILIPS



La campaña
para el **Pentodino**




ESTACIONES DE SERVICIO PHILIPS

SIENDO muy elevado el número de instalaciones PHILIPS en España, y a fin de poder atender debidamente a cualquier reparación de sus aparatos con la rapidez precisa, se han creado los TALLERES EXTERIORES DE SERVICIO PHILIPS.

Hasta ahora, todo aficionado que necesitaba hacer una reparación en su aparato, tenía que seguir una lenta tramitación, enviándolo previamente al revendedor, quien a su vez nos lo remitía a nosotros, con la consiguiente pérdida de tiempo y riesgos inevitables de deterioros en el transporte.

Por este sistema, las reparaciones, naturalmente, no podían ser hechas en modo alguno con la rapidez deseada, debido a que el trabajo se aglomeraba, siendo esto origen de disgustos entre el vendedor y Philips, y el consumidor y el vendedor.

La creación de nuestros Talleres es un servicio más que tiene el vendedor y una mayor garantía para el cliente comprador del aparato, que sabe siempre que a poca distancia de su residencia tiene un TALLER PHILIPS que reparará la avería que tenga, gratuitamente si la misma es por defectos de construcción, y a precios Standard, muy reducidos, si la avería obedece a otra causa.

La instalación de estos Talleres representa una gran ventaja y una ayuda inestimable para todos nuestros Representantes oficiales, pues todas las quejas que tengan de sus clientes referentes a averías de los aparatos, tienen fácil solución, ya que no tienen más que ordenar el envío de los aparatos al TALLER DE SERVICIO PHILIPS, y éste se encargará de toda la reparación, bien sea por cuenta de Philips, o por cuenta del consumidor. Con ello simplifican grandemente sus trabajos, con la consiguiente economía y rapidez, pues una reparación en la que, por término medio, se pierden quince días, podrá efectuarse en el plazo de dos o tres, a lo sumo.

En los nuevos certificados de garantía se dice que, en caso de defectos de fabricación, la reparación será hecha en los TALLERES DE SERVICIO PHILIPS en la forma siguiente: Las piezas de recambio defectuosas serán suministradas gratuitamente por Philips, y la mano de obra será cargada a un precio Standard, según se indica en la página siguiente. De todas las reparaciones que van a cargo del cliente, el Taller tendrá una lista de las piezas de recambio con sus precios.

Esperamos que no sólo nuestros Representantes oficiales, sino los poseedores de aparatos Philips, se den cuenta del enorme esfuerzo que supone el organizar un servicio tan completo y extenso como nuestros Talleres exteriores, tan necesarios y únicos, ya que solamente una firma mundial como Philips puede hacerlo.

No dudamos que todos nuestros clientes estarán convencidos de la ventaja que para ellos representa la creación de este nuevo sistema y pondrán la atención que se merece, ayudándonos con cuantos medios estén a su alcance para que el mismo se desarrolle de la mejor forma posible.

PHILIPS IBÉRICA, S. A. E.
MADRID

Precios Standard facturados por los talleres de Servicio PHILIPS en concepto de mano de obra por reparaciones de los distintos aparatos PHILIPS

Los precios indicados a continuación se refieren únicamente a la reparación eléctrica, y no incluyen, por lo tanto, ni la pintura ni el arreglo de los muebles que preservan los aparatos.

RECEPTORES

2515 - 2514 - 2517 - 2523 - 2524 - 2531 - 2533.	Pts. 14,—
2802 - 2540 - 2636 - 2634 - 2633.	" 16,—
2511.	" 20,—
2553.	" 22,—
2609 - 2601.	" 28,—
2819 - 2810 - 2811.	" 35,—

ALTAVOCES

Todos los tipos magnéticos.	Pts. 9,—
Todos los tipos dinámicos (excepto proyectores de sonido).	" 12,—
Todos los tipos dinámicos proyectores de sonido.	" 15,—

APARATOS DE TENSIÓN DE ANODO

Todos los modelos.	Pts. 10,—
----------------------------	-----------

AMPLIFICADORES

2750 - 2754 - 2756 - 2779 - 2780 - 2782	Pts. 16,—
2760 - 2761 - 2762 - 2763 - 2764 - 2765	" 20,—

RECTIFICADORES

Todos los tipos (salvo especiales).	Pts. 10,—
---	-----------

RECTIFICADORES ESPECIALES

Todos los tipos.	Pts. 20,—
--------------------------	-----------

FONÓGRAFOS

Todos los tipos.	Pts. 15,—
--------------------------	-----------

FONOCAPTORES

Todos los tipos.	Pts. 6,—
--------------------------	----------

Si el cliente exige la pieza defectuosa que se sustituye en una reparación, se carga un 30 % más sobre el importe de la pieza nueva.

Si el aparato se entrega desprecintado al Taller, procede aumentar el precio de la mano de obra en un 100 %.





UN BELLO ANUNCIO LUMINOSO

UNA forma sencilla de llamar la atención hacia un escaparate de lámparas, es la instalación en él de un racimo de lámparas.

Para construir éste, bastan varias lámparas "Argenta" de 25 a 100 W., algunas lámparas intermitentes de diversos colores, cable, tres portalámparas e hilo.

Hay dos formas de construir este racimo, bien el racimo completo de suspensión central, o bien semirracimo para fijar en la pared o fondo del escaparate.

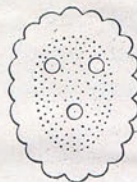
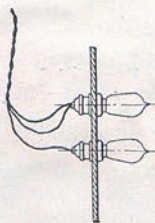
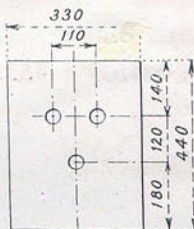
He aquí cómo debe procederse.

Para obtener el racimo entero, se tomará un flexible en el cual se conectan tres portalámparas a diferentes alturas, como se indica en la figura 3. En estos portalámparas se enroscan lámparas intermitentes de los tres colores, azul, rojo y amarillo.

Una vez efectuada esta operación, se toman lámparas "Argenta" de diversos tamaños, atando cada una de ellas con un hilo sólido, por el casquillo, al cordón que llevan las lámparas intermitentes. Fijando las diversas lámparas

"Argenta" a diferentes alturas, se obtiene la forma de un racimo, que se completa con algunas hojas artificiales atadas en la parte superior.

Para obtener un semirracimo escogeremos un cartón (figura 1), de 400 por 330 mm. en el cual practicaremos tres orificios para la colocación de los portalámparas y lámparas intermitentes. Después recortaremos el cartón, que será de preferencia verde, haciendo la forma de un racimo, y por último fijaremos las lámparas "Argenta" atándolas por el casquillo y practicando en el cartón orificios para hacer los nudos de fijación.



La intermitencia y coloración de las lámparas intermitentes, producirá un bello efecto luminoso a través de la blanca ampolla de las "Argentitas", llamando poderosamente la atención del público que desfile por delante del establecimiento.

Una ligera idea de lo original de este reclamo, puede darla los clichés adjuntos.



1.ª EXPOSICIÓN NACIONAL DE RADIO

DEL 1 AL 15 DE NOVIEMBRE

BARCELONA

Plaza de Cataluña

Dado el incremento que la Radiotelefonía ha alcanzado en España, la Asociación de Comerciantes de Radio, ha organizado la 1.ª Exposición Nacional de Radio, que se celebrará en Barcelona los días 1 al 15 de Noviembre próximo inclusive y en magnífico local emplazado en la Plaza de Cataluña, cedido por el Ayuntamiento de aquella hermosa capital.

A dicha Exposición concurrirán los fabricantes nacionales de aparatos y los comerciantes que representan directamente marcas extranjeras.

Es de esperar un franco éxito de este primer Certamen que se celebrará en nuestro país, puesto que en él podrán todos los comerciantes de radio y el público en general, apreciar todas las novedades que las fábricas presentan para la próxima temporada y los adelantos que en este ramo se han obtenido.