

Radio y Luz

8 JUL. 1931



AÑO I

JULIO, 1931

N.º 5

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

PORMENORES DEL CONCURSO DE VENTA A PLAZOS



1.º de Julio. El Concurso PHILIPS está en marcha desde hace un mes, y los vencedores de este primer período serán dentro de poco conocidos. Sean, pues, nuestras primeras líneas de felicitación para ellos y de estímulo para todos.

Con creciente interés esperamos los nuevos vencedores del segundo período, destacándose ya a grandes rasgos la marcha triunfante de este campeonato.

Un concurso de esta índole alienta a trabajar durante los meses de verano—nos dice un cliente—; y en efecto, debemos desechar ese tópico vulgar de la "mala temporada para la Radio". El verano es tan propicio para hacer una gran cifra de venta, como el invierno; para ello no hay más que aprovechar todos los recursos que sólo una firma mundial como PHILIPS puede ofrecer a los colaboradores de su organización.

El Concurso PHILIPS ha sido estudiado para estimularlos, y de sus beneficiosos resultados para todos, podemos estar seguros.

He aquí una oportunidad de demostrar lo que vale ser revendedor PHILIPS. Nadie ha sido excluido de este Concurso. Lo mismo Don N. N., en un pequeño pueblo, que Don F. de T., de Madrid, pueden ser el Campeón.

Como sería injusto conceder el mismo valor en el escrutinio de este Campeonato a una operación concertada por un cliente establecido en un pueblo de 1.000 habitantes, que a otra efectuada por un vendedor que desarrolla sus actividades en una capital de primera categoría, o bien a una concertada por quien tiene la representación exclusiva en una zona determinada, se fijan las siguientes aclaraciones a las bases publicadas en nuestro número anterior:

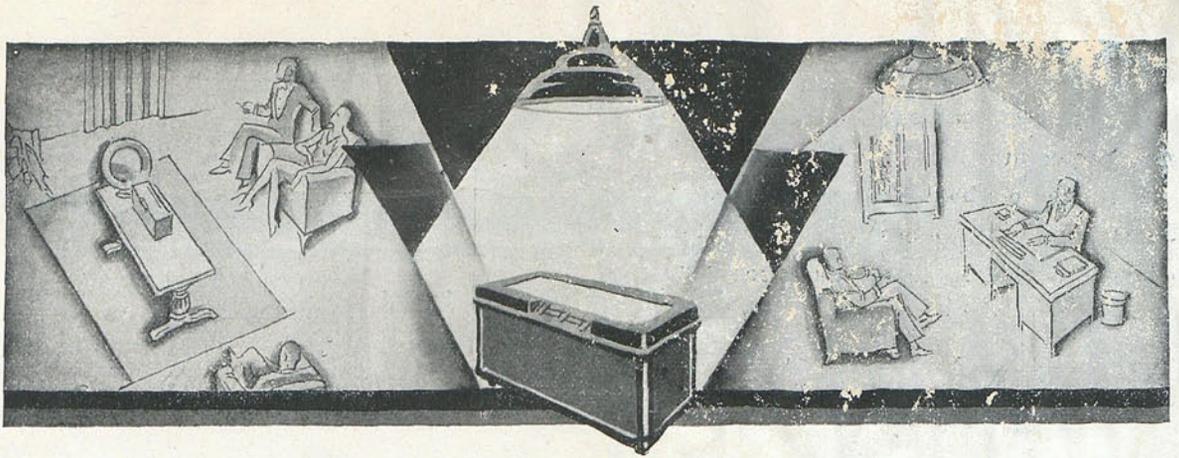
En Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Valencia, Alicante, San Sebastián, Palencia y Ceuta, cada dos contratos concertados por un cliente se conceptuarán como uno solo.

En capitales de provincia y demás ciudades de España e Islas Canarias mayores de 10.000, se contará íntegro el número de contratos.

En localidades inferiores a 10.000 habitantes, cada contrato se conceptuará como dos.

Quedan fuera de Concurso aquellas operaciones no concertadas con arreglo a las condiciones PHILIPS de venta a plazos, aun cuando sus transferencias fueran aceptadas por nosotros.

Siendo el objeto del Concurso estimular la venta a plazos en general, no se hará distinción entre contratos de poca cantidad y otros de grande. Cada contrato será "uno". Sólo en caso de empate decidirá la cantidad total.



ALUMBRADO ADECUADO PARA FÁBRICAS Y TALLERES

UNA de las primeras condiciones necesarias para el correcto alumbrado de fábricas y talleres, es el poder distinguir bien las formas. Esto se logra con el *alumbrado directo*, toda vez que éste origina sombras; pero a la vez se notarán también partes en penumbra, y como quiera que éstas casi siempre resultan indeseables, hay que reducirlas al mínimo. Asimismo, nunca la sombra propia, necesaria para que se destaquen bien las formas debe de ser causa de que aparezcan confusas las partes menos iluminadas.

La solución de este "pro y contra" la encontramos en las armaduras PHILIPS NR con reflector esmaltado de chapa de hierro y caperuza de una sola pieza.

Con estos reflectores se obtiene una difusión de la luz vertical bajo un ángulo normal de irradiación de $2 \times 70^\circ$. De la luz irradiada correspon-

de aproximadamente un 60 % a alumbrado dirigido y un 40 % a alumbrado disperso. La sombra originada disminuirá o aumentará instalando menor o mayor cantidad de armaduras.

Estudemos ahora las dos cuestiones siguientes:

- 1.º ¿Cuántas armaduras son necesarias y qué intensidad lumínica deben de tener las lámparas a colocar en las mismas para que resulte una iluminación determinada?
- 2.º ¿Cómo han de instalarse estas armaduras?

Para contestar, vamos a recordar algunos principios: Una fuente de luz irradia una cantidad de luz, *el haz de luz*, que representaremos por Φ .

La unidad del haz de luz es el "lux" o "lumen".

Ahora bien; si sobre un metro cuadrado cae un haz de luz de 1 lumen, entonces

la fuerza lumínica en esta superficie es de 1 lux.

La fuerza lumínica la representamos con la letra E.

Irradiando diversas fuentes de luz, su haz sobre determinada superficie (S), resulta entonces que la fuerza lumínica media se determina por la fórmula

$$E \text{ lux} = \frac{\text{Haz de luz total de } \Phi \text{ lux}}{\text{superficie total S m}^2}$$

El haz de luz total que los reflectores irradian sobre la superficie de trabajo no es, sin embargo, igual al haz de luz total de las lámparas incandescentes, toda vez que parte de este último se va perdiendo en la armadura (rendimiento útil de la misma) y cae en parte sobre las paredes, etc., que se hallan fuera de la superficie de trabajo. Por consiguiente, el haz de luz útil sólo representará una parte del haz de luz de las lámparas. El valor de

esta parte se representa por factor útil.

Partiendo del haz de luz de las lámparas, tenemos que añadir a la fórmula antedicha el factor útil, o sea:

$$E \text{ (en lux)} = \frac{\text{haz de luz total de las lámparas } \Phi \text{ (en lux)} \times \text{factor útil } \eta}{\text{superficie } S \text{ (en metros cuadrados)}}$$

o sea la fórmula:

$$E = \frac{\Phi \times \eta}{S}$$

Para el cálculo en determinado caso se conoce la superficie S. Se exige determinada intensidad lumínica E. La armadura escogida y el local en cuestión juntos hacen resultar un determinado factor útil η . El factor desconocido a calcular es el total del haz de luz de las lámparas Φ .

Modificamos, pues, la fórmula

$$E = \frac{\Phi \times \eta}{S} \text{ en } \frac{S \times E}{\eta} = \Phi$$

o expresado en palabras:

$$\frac{\text{Superficie} \times \text{fuerza lumínica media}}{\text{factor útil}} = \text{haz de luz de lámparas}$$

Como queda dicho, para cada caso es necesaria determinada intensidad lumínica. El detalle de ésta para diversos ramos de la industria y del comercio ha sido recopilado

en el número anterior de RADIO Y LUZ.

El factor útil resulta del modelo de la armadura y del sitio en que ha de instalarse.

Empleando armaduras-reflectores PHILIPS NR señalamos como factor útil $\eta = 0,4 - 0,6$.

El valor mínimo es válido si el conjunto a iluminar, maquinaria, suelo, etc., son de tono oscuro; en el caso contrario, hay que atenerse al valor mayor.

En la mayoría de los casos ALUMBRADO PARA FABRICAS es recomendable no elegir mayor factor que $\eta = 0,45$.

Una vez conocido el total del haz de luz necesario, debemos cerciorarnos con cuántas lámparas podemos lograr éste.

A tal objeto, damos a continuación un cuadro con los valores del haz de luz de diversas lámparas.

Es de notar que generalmente se habla de la intensidad lumínica "media". Esta denominación quiere decir que la intensidad lumínica no es igual en todas partes; debajo de la fuente de luz será mayor, y entre la misma será menor que el valor medio. Resultan, pues, diferencias. Estas, sin embargo, son más insignificantes que frecuentemente se cree, siempre que se trate de una instalación de alumbrado bien ejecutada.

Ateniéndose a lo expuesto en este artículo, han de obtenerse buenos resultados, como veremos con ejemplos prácticos en el próximo número de RADIO Y LUZ.

Lámparas PHILIPS llenas de gas:			Lámparas PHILIPS Sofito:		
Voltios	Wattios	Intensidad en lux	Voltios	Wattios	Intensidad en lux
110	60	740	110	25	225
110	75	980	110	40	375
110	100	1.400	110	60	570
110	150	2.250	110	100	940
110	200	3.150			
110	300	5.100			
110	500	9.200			
110	750	14.500	220	25	205
110	1.000	20.000	220	40	355
110	1.500	25.000	220	60	560
110	2.000	34.000			
220	60	580	220	100	940
220	75	770			
220	100	1.150			

SIEMPRE EN VANGUARDIA

HE aquí una buena noticia. PHILIPS ha lanzado al mercado el mejor receptor enchufable a la red de corriente continua, dotado de numerosas ventajas inéditas.

En aquellas poblaciones en que aun existen distritos servidos por un sector de corriente continua, la introducción de este receptor ha de ser un acontecimiento notable. Hasta ahora, para un voltaje normal de 110-150 V. había sido imposible construir un receptor enchufable a la corriente continua que diera plena satisfacción a su poseedor.

El nuevo receptor PHILIPS tipo 2553 supera ventajosamente a todos los receptores de continua existentes en el mercado, y aseguramos a nuestros revendedores una gran venta de dicho tipo, en un lapso de tiempo muy reducido.

He aquí algunas indicaciones sobre este receptor de tres circuitos.

Equipo de válvulas

- I lámp. B 442 alta frecuencia, rejilla blindada (O 35) metalizada.
- I " B 442 alta frecuencia, rejilla blindada (O 35) metalizada.
- I " B 424 detectora (A 32).
- I " C 443 N pentodo (O 35) en paralelo.
- I " C 443 N pentodo (O 35) en paralelo.
- I " 1915 reguladora.
- I " 8053 iluminación.

Gama de ondas que puede recibir

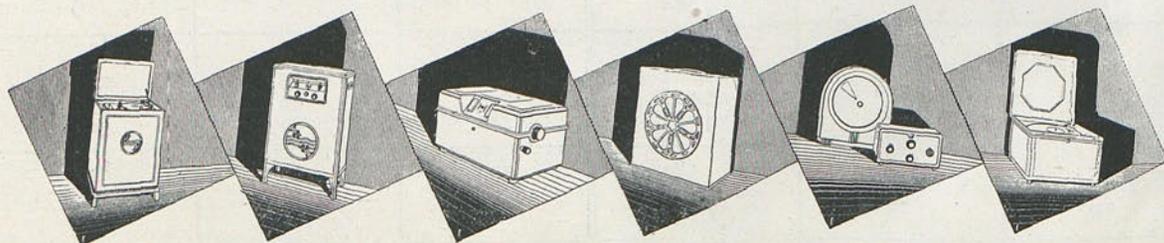
- 200 a 450 metros.
- 400 a 950 "
- 900 a 2100 "

Cualidades del aparato

- I.^a Se trata de un receptor de lujo muy superior a todo lo que actualmente existe de la competencia; apropiado para la recepción de emisoras lejanas y locales.

- 2.^a Dos pasos de alta frecuencia: máxima sensibilidad.
- 3.^a Circuitos de sintonización de calidad superior, y, a consecuencia de ello, la selectividad y la sensibilidad son extremadamente grandes.
- 4.^a Dos pentodos montados en paralelo (potencia de entrada unos 8 watts aproximadamente). Intensidad sonora hasta un grado hoy no conseguido por ningún otro receptor de c. c. (Pentodos de potencia C 443 H).
- 5.^a Paso detector perfeccionado. Una detectora de potencia y, por consiguiente, la audición muy natural.
- 6.^a Potencia extraordinaria incluso superior a la del 2511.
- 7.^a Ausencia de los ruidos procedentes de la red, incluso en los sectores de c. c. de peor calidad.
- 8.^a Graduable para 110 V., 150 V., 220 V. y 240 V.
- 9.^a El botón de sintonización y el conmutador para la gama de ondas se encuentra en un solo orden de graduación.
10. Escala lineal iluminada; graduación horizontal y calibrada. Para cada una de las tres gamas de onda, una escala separada delante de la mirilla.
11. Interruptor para la recepción local.
12. No se desarrolla un calor excesivo ni perjudicial en el aparato. En la parte posterior tiene el dispositivo de irradiación.
13. Absoluta seguridad.
14. Amplificación fonográfica.
15. Interruptor a la red.
16. Posibilidad de conectar altavoces magnéticos y dinámicos, fonocaptos y cuadro.

¡No olvidad que el receptor 2553 es el mejor receptor de corriente continua que existe en el mercado!





RADIO Y LUZ

La radio, como la luz, son elementos indispensables en el hogar. Ved una artística foto del nuevo receptor de corriente continua, tipo 2553, en combinación con el altavoz dinámico, tipo 2109.



MINIWATT... Y SÓLO MINIWATT

Este hecho os permitirá una gran simplificación en vuestro stock. No hay necesidad de acumular 8 ó 10 marcas diferentes. Vuestro comercio se simplificará, evitando una correspondencia inútil, los consiguientes gastos y el interminable desfile de representantes.

Este sistema os producirá más economía, más dinero y más clientes satisfechos.

El 90 % de los aparatos europeos vienen equipados por sus fabricantes con válvulas PHILIPS.

Todos los aparatos ameri-

canos pueden equiparse ventajosamente con válvulas "Miniwatt".

El catálogo cuya cubierta ilustra estas líneas resume los tipos de válvulas PHILIPS para aparatos americanos y los equipos que corresponden a cada receptor.

Debéis convenceros y convencer a vuestros clientes de que solamente PHILIPS fabrica todos los tipos de válvulas necesarios para cualquier caso.

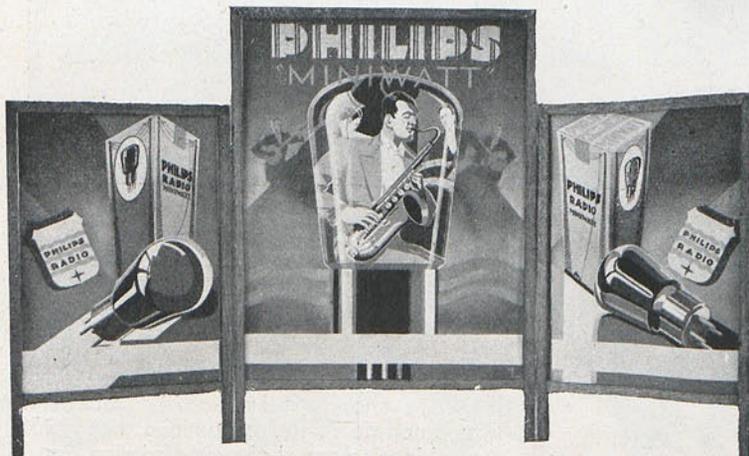
SI deseáis simplificar vuestro stock de válvulas sin por ello dejar de servir a vuestros clientes, os bastará con tener existencias de las series de válvulas PHILIPS "Miniwatt".

Es completamente errónea la creencia de que el comerciante debe tener en stock lámparas de todas las marcas.

PHILIPS fabrica los tipos de válvulas necesarios para equipar cualquier receptor, bien sea europeo o americano, con la superioridad del empleo de sus famosos "pentodos".

Receptores, amplificadores y rectificadores pueden y deben ser equipados con lámparas PHILIPS.

Valvulas PHILIPS
en aparatos
americanos



PARA LOS TRÍPTICOS

He aquí un atrayente juego de cariones para nuestros trípticos de escaparate.

Miniwatt... y sólo Miniwatt debe ser vuestro lema de ventas.

El último baluarte de la industria radio, América, ha sido conquistado con la válvula

PENTODO
Patente Philips

CAMPEONATO PHILIPS

1931



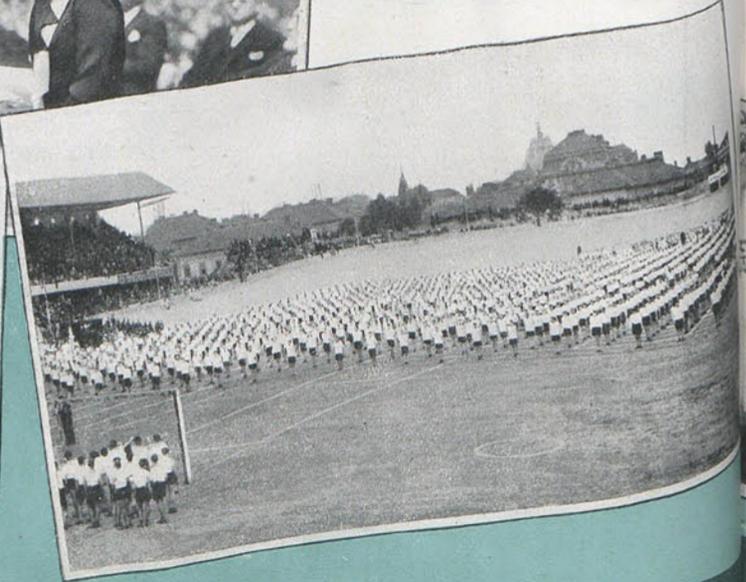
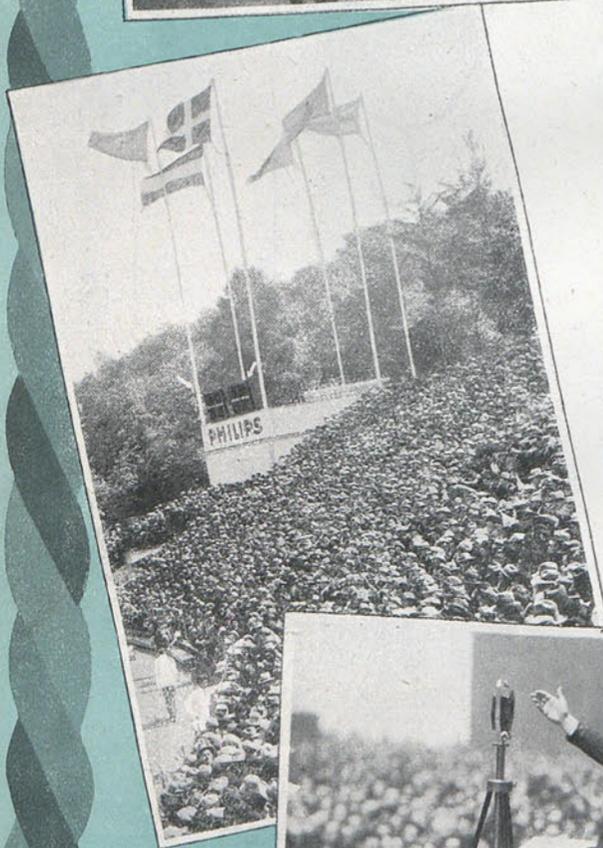
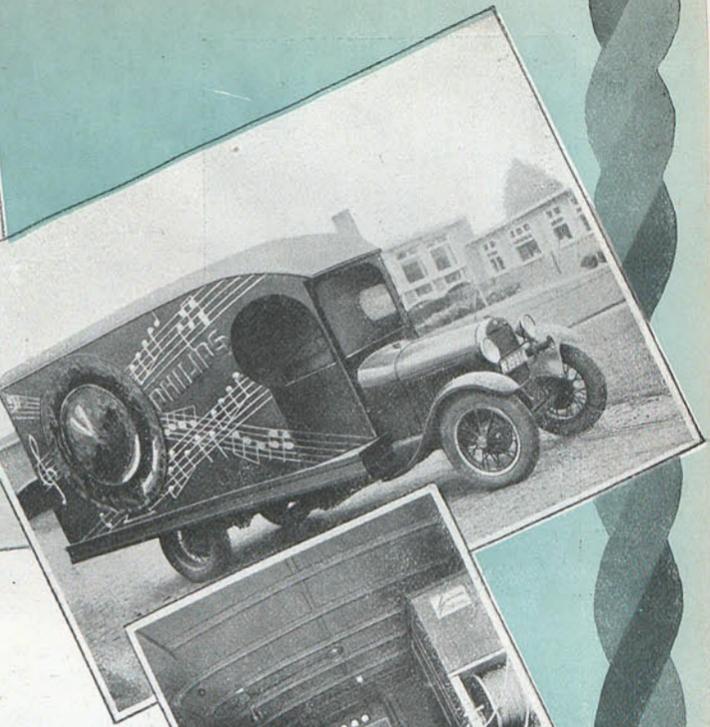
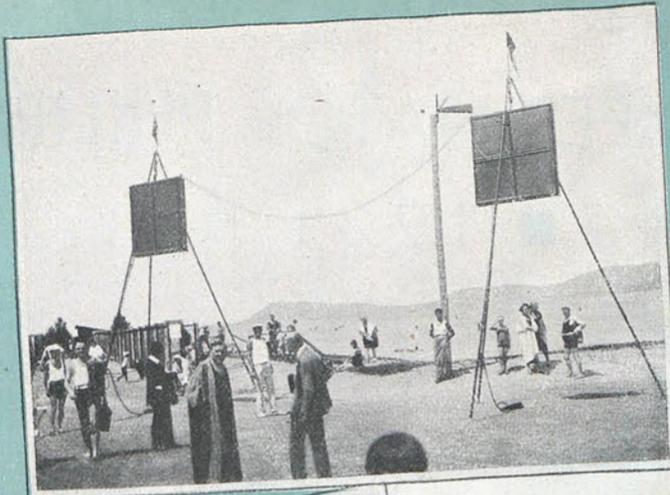
El primero de los cuatro períodos de que consta este campeonato ha terminado.

Dentro de pocos días los resultados serán comunicados por carta. No descorazonarse. Los campeones provinciales de este mes deben esforzarse en ser regionales para el mes siguiente. Estos, por no perder su puesto, y todos por conseguir la mejor cifra en los cuatro períodos y aspirar al máximo galardón de

CAMPEÓN PHILIPS 1931

ÁNIMO Y A VENCER

1.000 PESETAS AL CAMPEÓN



PHILIPS

INSTALACIONES AMPLIFICADORAS DE GRAN POTENCIA

PARA la celebración de actos en los que ha de intervenir un numeroso público, resulta insuficiente la voz humana o una sola orquesta, por lo que se hace imprescindible el empleo de modernos medios amplificadores, que han experimentado últimamente importantes mejoras y perfeccionamientos. Las instalaciones amplificadoras PHILIPS de gran potencia son el fruto de una larga y detenida labor científica que responde en absoluto a las más refinadas exigencias. La música sinfónica o de una orquesta de baile, se reproduce con la misma fidelidad que las palabras del conferenciante o del redactor deportivo u otros oradores. El poseedor de una instalación amplificadora de gran potencia PHILIPS, dispone de un repertorio verdaderamente inagotable, y puede reproducir toda clase de música con los mejores gramófonos modernos, impresionados por los mejores artistas y cantantes.

Las instalaciones PHILIPS suministran, a más de una reproducción completamente limpia, una energía acústica tan fuerte que puede ser oída por cualquier multitud por grande que sea, aun en sitios donde se dispone de poco espacio para el emplazamiento de la instalación que trabaja a la mayor satisfacción, tanto del público como de los concurrentes. Las instalaciones amplificadoras PHILIPS tienen ilimitadas posibilidades de aplicación citándose aquí solamente las más importantes, como son:
 Fiestas gimnásticas y de aviación, partidos de foot-ball, veladas de boxeo, torneos de tennis y acontecimientos deportivos en general, reuniones callejeras, reuniones políticas, exposiciones, vapores, restaurants, fondas, etc., piscinas de natación, teatros, parlamentos, cinematógrafos, misas de campaña e iglesias, hospitales, bailes particulares, banquetes, plazas de toros, ferias, fiestas populares, etc.

PHILIPS

LUZ... MÁS LUZ



Torre de la Plaza de España. Sevilla.

EL hombre, al igual que la mariposa, experimenta siempre la irresistible atracción de la luz. Ella le obliga a salir a las calles y plazas bien iluminadas, conquistándole con su fascinante encanto.

Nuestra misión y la vuestra es propagar la luz, inventar cada día nuevas ideas para aumentar el consumo de lámparas. Bien cierto es que estos últimos años han traído innumerables aplicaciones de la Luminotecnia, y que por todas partes se han organizado grandiosas Semanas de la Luz; pero no es menos verdad el hecho de que dejamos pasar multitud de ocasiones en que la luz podría utilizarse con rotundo éxito, suponiendo una venta de millares de lámparas.

En España se ha comenzado a prestar a la luz, en las fiestas públicas, la atención que merece. Las grandes capitales y las ferias provincianas saben el realce y

ornato que una iluminación constituye. Apoyemos todos cuantas ocasiones se presten a una instalación semejante.

He aquí algunos ejemplos mundiales de iluminaciones.

OSLO, VILLA DE LAS MIL Y UNA NOCHES

En Oslo han tenido la luminosa idea de propagar la iluminación de Noel, no sola-

mente en una cifra de venta comparativa con la del año anterior de 10.000 lámparas más.

DENVER, LA REINA DE LAS VILLAS

Otra población donde han comprendido que la luz estimula la alegría, es Denver (Estados Unidos). Seguramente interesará a nuestros lectores conocer algunos detalles

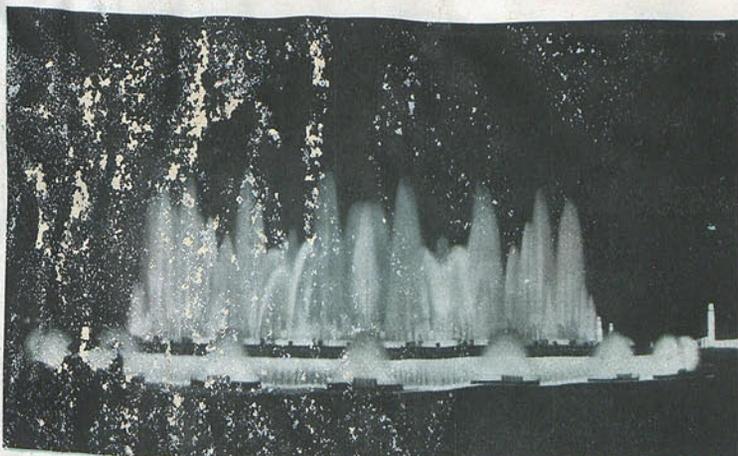


Iluminación de Noel, en Oslo.

mente en el interior de las casas, sino en el exterior. Grande fué la sorpresa de los habitantes de esta villa cuando contemplaron por primera vez las fantásticas iluminaciones nocturnas. Las principales calles estaban ricamente adornadas con millares y millares de lámparas. Ramas de pinos, grandes campanas y estrellas luminosas ofrecían a los maravillados habitantes el mágico aspecto de una leyenda de Las Mil y Una Noches. El resultado de esto se tradujo

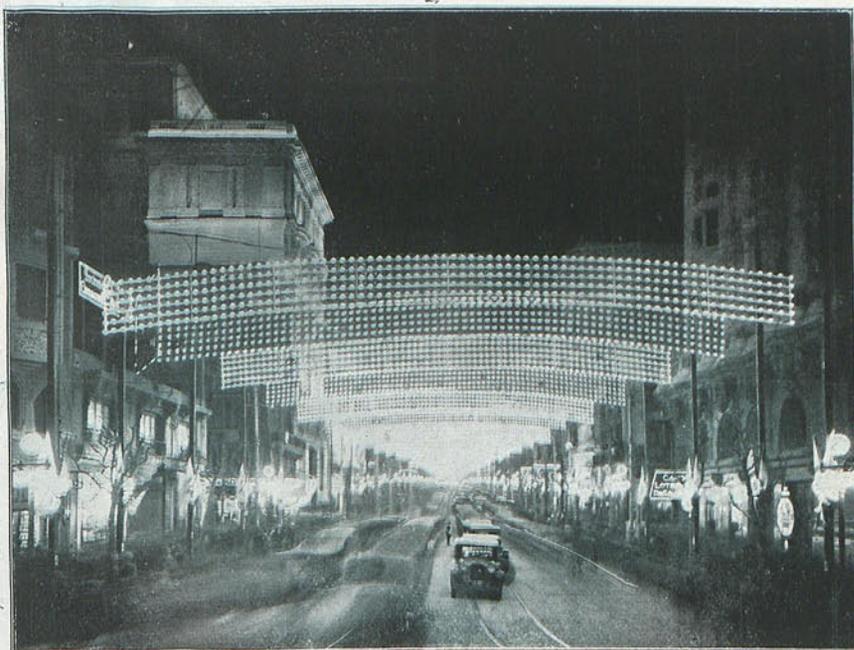


Efectos de luz en el Parque de Montjuich. Barcelona.



Fuente luminosa de la Exposición Internacional de Barcelona.

sobre la organización de estas iluminaciones. En 1922, S. W. Bishop, secretario de la Unión de Servicios Eléctricos, comenzó a propagar la idea de iluminar las calles y fachadas durante los días de Noel. Esta propaganda fué iniciada por medio de artículos de Prensa y reuniones. Los resultados no se hicieron esperar. En el mismo año 1922 se hicieron 300 instalaciones de esta clase. En 1923 se duplicó esta cifra. Para 1924 se tuvo la idea de organi-



Un bello aspecto de iluminación en fiestas públicas.



Mágico aspecto de la iluminación de la feria sevillana.

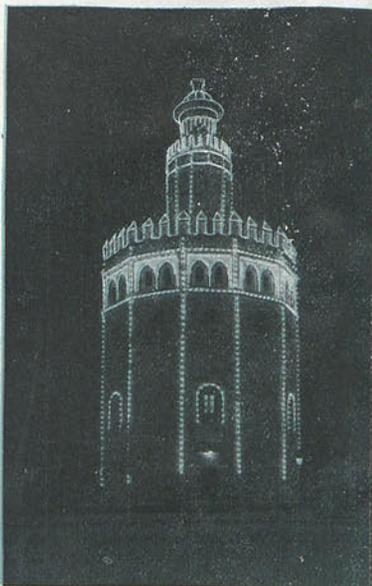
zar concursos de iluminaciones de Noel, dividiéndose la villa en cinco distritos y concediéndose en cada uno importantes premios para la iluminación de casas particulares (interiores y exteriores), para la iluminación comercial (almacenes y escaparates), hoteles y restaurantes, y, por último, para la ornamentación luminosa de las calles. Las estadísticas han demostrado que la venta de artícu-

los de alumbrado, incluidas las lámparas, subió en un 200 % en las semanas anteriores a Noel.

Estos resultados satisfactorios fueron favorecidos por la colaboración de las autoridades, que concedieron toda clase de facilidades por las Centrales eléctricas, que suministraron corrientes a una tarifa especial muy reducida, y por la Prensa que reservó sus mejores informaciones gráficas para el rotundo éxito de estos festejos.

70.000 LAMPARAS EN UNA SOLA CALLE DE MONTEVIDEO

En América del Sur se conoce igualmente el éxito de estos efectos luminosos y las repúblicas hispanas incluyen en sus tradicionales fiestas de la independencia el ornato luminoso de la población. En Montevideo y con motivo del Centenario de la Independencia Nacional del Uruguay, la población entera estuvo literalmente inundada de luz. Por todas partes se veían millares y millares de lámparas. Solamente la iluminación de la Avenida del 8 de Julio estaba constituida por un total de 70.000 lámparas pintadas en



Bella silueta luminosa de la Torre del Oro.

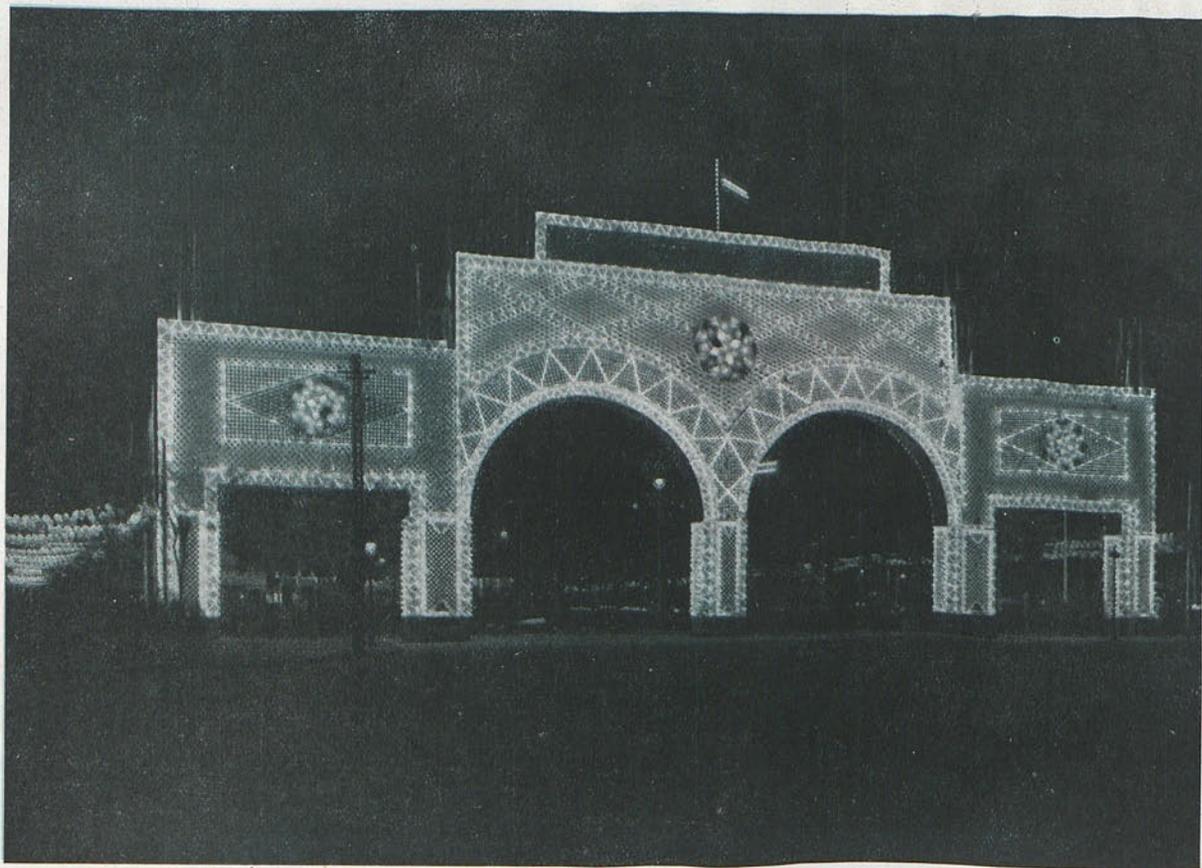
diversos colores para formar a lo largo de un trayecto de 2 kilómetros de longitud una gigantesca y centelleante bandera nacional.

LAS EXPOSICIONES ESPAÑOLAS. LA FERIA DE SEVILLA

De intención hemos dejado para lo último las Exposiciones últimamente celebradas en Barcelona y Sevilla, de las que podemos decir que su éxito más rotundo fué la fantástica iluminación de sus edificios, parques y surtidores.

Contemplad con orgullo al lado de las fotos de otros países, las ilustraciones de las fuentes luminosas, la Torre del Oro y la gigantesca portada de la típica Feria sevillana.

La venta de reflectores y lámparas de incandescencia ofrece hoy día un campo ilimitado. En interés de todos debemos propagar estos ejemplos.



Pórtico de acceso al real de la feria sevillana. Millares y millares de lámparas ponen una gaya nota de color en el cobalto del cielo andaluz.

NUESTROS COLABORADORES

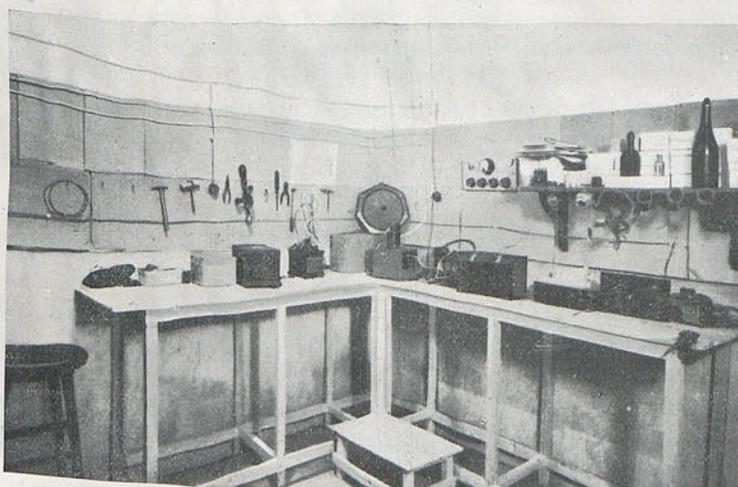
COLABORADOR y no cliente es el nombre que corresponde a D. Juan Valero Campomanes.

Su labor no se limita solamente a vender nuestro material, sino que es el verdadero nexo de unión entre PHILIPS y la afición alicantina.

D. Juan Valero, hombre joven, experto y trabajador, ha conseguido



Sala de audiciones de la casa Valero (Alicante).



Un detalle del taller de montaje y reparación.

contado sus proyectos, su confianza en PHILIPS, su creencia en el amplio porvenir de la Radio en España, y su sano optimismo nos ha contagiado. Como él, creemos que el negocio de la Radio está en nuestro país en sus comienzos. Hay mucha labor por hacer y a ello todos debemos contribuir.

Nuestra felicitación al entusiasta colaborador Sr. Valero, con el deseo de que sirva de estímulo para todos.

que su magnífico establecimiento sea visitado por todo Alicante.

Superar cada mes la cifra de venta del anterior, es el lema de la Casa Valero, y para ello pone todo su esfuerzo secundando perfectamente nuestras campañas y utilizando cuantos elementos tiene PHILIPS a disposición de todos. He aquí tres aspectos de su establecimiento: Sala de audiciones, venta y laboratorio.

En afable conversación nos ha



Válvulas, altavoces, receptores... todos los productos Philips se alinean en las estanterías de este moderno establecimiento.

ALQUILER DE INSTALACIONES AMPLIFICADORAS

La tarifa de alquiler se establece por días de audición y en la siguiente forma:

	Ptes. diarias.
Un amplificador con instalación microfónica, incluyendo el amplificador de potencia, los amplificadores previos, el amplificador microfónico, el micrófono y el trípode, pero sin instalación de amplificación de discos. Potencia, 50 vatios	160
Una instalación ídem íd., de 100 vatios de potencia	250
Una instalación ídem íd., de 200 » » »	400
Una instalación ídem íd., de 600 » » »	800

ALTAVOCES. Por cada altavoz tipo 2065 o 2203 que sea necesario colocar 50

GASTOS DE INSTALACIÓN Y DESMONTAJE. Estos gastos serán extraordinarios y se cargarán a razón de 10 ptas. por hora de trabajo del encargado y su ayudante. El tiempo normal que se invierte en instalaciones de esta índole es:

	Montaje.	Desmontaje.
Una instalación de 50 vatios ..	8 horas.	2 horas.
» » » 100 » ..	8 »	2 »
» » » 200 » ..	12 »	2 »
» » » 600 » ..	16 »	2 »

También a razón de 10 ptas. por hora (ocho horas diarias como máximo) se cargará la estancia de nuestro personal en el lugar de la instalación, si así lo exige el arrendatario, para cuidar del buen funcionamiento del equipo y para colaborar al buen éxito del acto. Durante estas ocho horas, nuestro personal estará íntegramente a las órdenes del arrendatario para rendir cualquier servicio.

MATERIAL DE INSTALACIÓN. Tratándose de instalaciones normales, no se carga nada por este concepto. Al ser las instalaciones de carácter especial, por ejemplo, entre árboles, en postes, etc., los gastos originados serán cargados aparte.

INSTALACIONES GRAMOFÓNICAS. Precio de estas instalaciones, con pick-up, 50 pesetas por día de audición.

TRANSPORTE. Los gastos de transporte se cargarán a razón de una peseta por kilómetro de recorrido. Para distancias menores de 50 kms., la tarifa unitaria será de 50 pesetas.

GASTOS DE VIAJE Y MANUTENCIÓN. Serán extraordinarios sin recargo alguno, o sea que el arrendatario abonará los gastos que origine el desplazamiento de nuestro personal.

EJEMPLO

	Pesetas
Una instalación de 200 vatios con 6 altavoces, a instalar en Toledo durante tres días:	
Alquiler amplificador, micrófono, etc.....	1.200
Seis altavoces	900
Instalación y desmontaje normal 14 horas	140
Material de instalación	gratis.
Transporte: dos veces 70 kilómetros	140
TOTAL PESETAS	2.380

EXTRAORDINARIO:

Gastos de hospedaje de nuestro personal (18,00 pesetas diarias por persona) y eventualmente la estancia durante tres días en Toledo, a razón de 80,00 pesetas diarias, máximo 420

Como base de cálculo para las instalaciones, puede servir la siguiente tabla:

Por cada 50 vatios de potencia, es necesario un altavoz como mínimo, siendo preferible para la buena distribución del sonido, dos altavoces por cada 50 vatios de potencia.

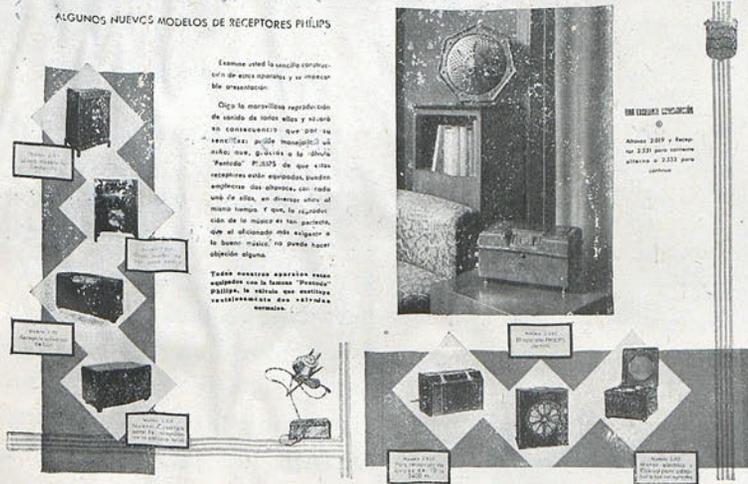
AL AIRE LIBRE.—Por cada 50 vatios de potencia, pueden escuchar 1.000 personas. En Stadiums, plazas de toros, etcétera, de 1.500 a 2.000 personas. En locales cerrados, 2.000 personas.

El arrendatario responde de todos los desperfectos que se originen en la instalación durante el tiempo que la tenga en uso, salvo desperfectos de fabricación o de orden técnico. La casa no se hace responsable de daños y perjuicios originados por mal funcionamiento de la instalación.

Instalaciones en arrendamiento por más de siete días: 20 % de reducción en el precio de alquiler.

Instalaciones por más de 15 días: 30 % de reducción. Instalaciones por más de un mes: 40 % de reducción.

DE NUESTRO DEPARTAMENTO DE PROPAGANDA



Una de nuestras cartas direct-mail para la campaña de receptores.

NUESTRAS SALAS DE DEMOSTRACIONES

Hemos podido comprobar plenamente la gran labor que para nuestros productos hacen nuestras Salas de Demostraciones, pues como en ellas tenemos expuestos cuantos productos fabrica PHILIPS, los visitantes pueden ver y comparar los distintos tipos de aparatos, aprendiendo su manejo y apreciando sus diferencias. Decididos, pues, a no regatear esfuerzo alguno en este sentido, y aprovechando que la masa del gran público consumidor de los productos PHILIPS está de vacaciones, cerramos temporalmente las salas de Madrid y Barcelona, a fin de renovar las instalaciones y efectuar reformas que han de llamar grandemente la atención en la temporada venidera. Queda, pues, entendido que dichas salas cerrar-

rán en el período 1.º Julio-1.º Octubre.

CONSULTADNOS

He aquí lo que decimos una vez más a nuestros clientes; muchos de ellos lo han hecho ya, y para varios de ellos hemos elaborado diversas campañas completas de

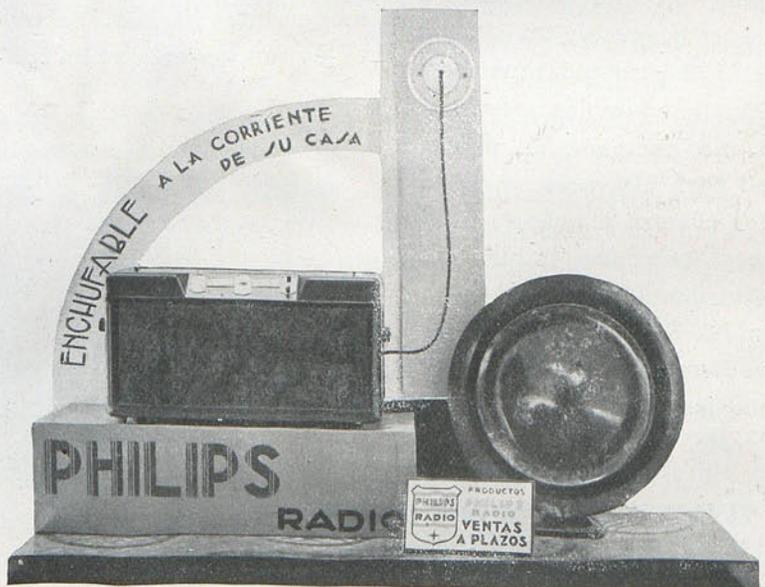
propaganda, que han tenido como resultado el encaminar su propaganda, haciéndola más eficaz y más barata.

NUESTROS TRÍPTICOS

A todos los poseedores de trípticos hemos enviado la serie completa de carteles. Nos queda aún un pequeño stock a disposición de nuestros clientes, suministrando trípticos y carteles al precio de 8 pesetas.

CAMPAÑA ALTAVOCES

Durante el mes de Julio solicitamos vuestra atención sobre nuestra campaña especial para altavoces. En nuestros anuncios veréis que los tipos 2113, 2007, 2032 y 2019 constituyen la parte principal de esta campaña. Cooperad a



El nuevo modelo de escaparate, "Enchufable a la red", que tenemos a disposición de nuestros clientes.



Usted dispondrá del mejor aparato de radio adquiriendo un receptor

PHILIPS

Varios modelos de enchufe a la corriente alterna y continua.

Potencia de audición, claridad en la reproducción, selectividad y alcance.

PIDA UNA DEMOSTRACIÓN GRATIS REPRESENTANTE LOCAL

Manuel Terrones Ferrín
Conde de Romanones, 28 San Fernando (Cádiz)

Modelo 2091. Consolite de lujo con altavoz electrodinámico en el mismo mueble, para corriente alterna.

IMP. LA VOZ

La propaganda que hacen nuestros clientes.

su éxito recomendando estos altavoces e instalando escaparates a propósito.

Los altavoces se prestan fácilmente a instalar un escaparate llamativo y económico a la par; por ejemplo: sobre un fondo oscuro se colocan en forma de V varios tipos de altavoces, el mayor—2113—al centro y los demás en escalerilla, completando el escaparate con un cartón con la siguiente inscripción: "Un altavoz PHILIPS para cada receptor; un altavoz PHILIPS para cada precio; un altavoz PHILIPS para cada interior."

Estamos también preparando una campaña de direct-mail para altavoces, rogando a los clientes a quienes interese el hacer uso de nuestras cartas, nos informen lo antes posible. Esta serie de cartas direct-mail se suministrará, como las anteriores, a precio de coste.

UNA BUENA PROPAGANDA

Uno de nuestros clientes, D. Manuel Terrones Ferrín, de

San Fernando (Cádiz), nos envía la tarjeta que reproduce

Cada uno de nuestros anuncios tiene su estudio.



mos en estas páginas. Se trata de una tarjeta que ha con-

feccionado utilizando nuestros clisés y que constituye una propaganda eficaz. Felicitamos al Sr. Terrones muy sinceramente.

ESCAPARATES

En este número damos una reproducción de nuestro nuevo escaparate "Enchufable a la corriente de su casa". Se trata de un original conjunto para exponer una combinación de receptor y un altavoz. Quedan, pues, estos escaparates a disposición de quien lo solicite, durante un período de dos o tres semanas, sin cargo alguno.

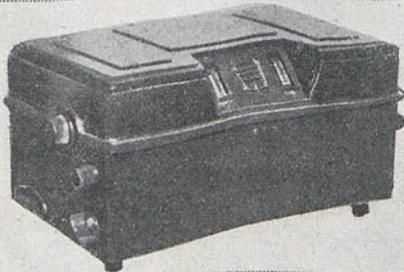
PEDIDOS DE MATERIAL DE PROPAGANDA

Insistimos sobre la utilización de las hojitas azules que incluimos cada mes en nuestra Revista, y que sirven para los pedidos al Departamento de Propaganda. Esto facilita grandemente el trabajo, no solamente para nosotros, sino para todos.

VÁLVULAS PHILIPS PARA APARATOS AMERICANOS -- ALTAVOCES PHILIPS -- RECTIFICADORES PHILIPS -- ELIMINADORES PHILIPS RADIOFONÓGRAFOS PHILIPS - CLARIDAD Y SONORIDAD

PHILIPS VENDE A PLAZOS

PHILIPS VENDE AL CONTADO



Receptor económico modelo 2531, Enchufe a la corriente alterna toda Europa en altavoz

Reverso de la postal confeccionada por D. Manuel Terrones.