

# HESPERIDINA, la Número 1

El primer producto registrado en la Oficina de Patentes de la Argentina es "HESPERIDINA". Dicha oficina fue inaugurada en 1876 y se debió al esfuerzo de Mellville Sewell Bagley, quien el 27 de octubre de dicho año convirtió a su creación (Hesperidina) en la Marca Registrada N° 1.



Fabricada por Cristalerías Rigolleau una antigua botella de "Hesperidina" con logo (en base) y escritos en relieve (verdadera pieza de museo de más de 80 años de antigüedad), junto al envase tradicional que la mayoría de los contemporáneos hemos conocido.

## Origen y una curiosa y hábil campaña

En 1862 llega a nuestro país un estadounidense nacido en 1838, de nombre Mellville Sewell Bagley. Eligió quedarse en Argentina con la intención de desarrollar un proyecto empresarial, abriendo a los dos años su local ubicado en un edificio de la calle Maipú.

Melville Sewell Bagley, fue un joven aventurero estadounidense que usó su apellido paterno en un emporio de productos gastronómicos. El primer producto creado por la empresa fue una bebida llamada Hesperidina, lanzada con una curiosa y hábil campaña publicitaria, sorprendente para la época. La propaganda decía: la Hesperidina protege al estómago de las úlceras y es un antialérgico que se utiliza algunas veces para el tratamiento de la fiebre del heno, porque parece ser que inhibe la producción de histamina.

## La imposición del nombre

Ya hacía un tiempo que los porteños comenzaban a ver la palabra Hesperidina escrita con letras negras sobre las aceras, pero nadie sabía a qué cosa correspondía ese nombre.

Más tarde la técnica de despertar la curiosidad de los consumidores mediante una intriga fue usada en

forma habitual, pero a mediados del siglo XIX era un novedoso sistema.

La publicidad se fue haciendo desear durante un par de meses, pero finalmente, el 24 de diciembre de 1864, un anuncio aparece en los diarios revelando que era la Hesperidina.

El aviso decía que la bebida ya estaba en venta en cafés, bares, boticas y droguerías, y que el público podía ir a buscarla y probarla. Por supuesto que la bebida tuvo un gran éxito y muy pronto aparecieron las imitaciones y los problemas.

## La lucha por registrar su invento

Melville Sewell Bagley debió luchar ante la justicia para que le reconocieran la invención de su producto y trabajó para la creación de una Oficina de Patentes y Marcas y que la misma resguardara los derechos del inventor. Y para evitar falsificaciones, Bagley hizo imprimir etiquetas de su bebida en la

## Etimología del Nombre

Según el presidente de la **Academia Argentina de Letras, Pedro Luis Barcia**; el viejo Bagley, el que fabricaba las galletitas, norteamericano de origen, inventó esta bebida y le llamó Hesperidina porque el mito dice que cuando los griegos navegaban por las costas de Valencia las naranjas en medio de las hojas verdes parecían frutos de oro, frutos de oro del jardín de las Hespérides. Y como estaba hecho con cáscara de naranja lo llamó Hesperidina.

Lo curioso es que era una bebida común en los boliches del siglo XIX. No precisamente el vino tinto, que es muy posterior. Primero fue la ginebra, después la Hesperidina y luego el vino tinto, reveló el prestigioso escritor. Entre los años 1850/1855 la familia Bagley construye con frente a la calle Zapiola y la actual calle Dorrego (Bernal), vereda oeste, una antigua casona usada como casa veraniega, y que a pesar de la falta de mantenimiento

y el tiempo transcurrido conserva su tradicional arquitectura rodeada de una hermosa arboleda.



La etiqueta que también marcó y dio un estilo a la marca.

### Hesperidina también en el Diccionario

Hesperidina es de las pocas marcas comerciales incluidas en un diccionario argentino, junto a Birome y Maizena. Es así que este aperitivo del inquieto aventurero norteamericano creador de un emporio de sabrosas galletitas, tiene también allí su registro estampado.

American Bank Notes Company de Nueva York, firma especializada en billetes de banco. La Oficina de Patentes y Marcas se inauguró en 1876 y, en reconocimiento al esfuerzo de Bagley, Hesperidina recibió el número 1 en la lista de marcas argentinas. Luego

fue pionero en otro ramo al lanzar la producción de galletitas que en esa época todavía se importaban del Reino Unido. En adelante su nombre se asoció a este producto que tuvo enorme éxito, pero M. S. Bagley murió a los 42 años y no pudo ser testigo del

## Servicios gráficos a gran escala ahora también ROUTEAMOS.

DC. revisionalpha.com



CAMA ROUTER  
2.50 x 1.23  
METROS

**CORTA Y GRABA:** Acrílico, madera, aluminio, sintra, alto impacto, cobre, bronce, MDF, alucubond, etc.

\* Motor de fresado HSD 3,5 KW (italiano), con variador de frecuencia "inverter".  
Cama de vacío / Bomba de vacío (alemana).

Además, impresión digital de máxima calidad en todos los soportes.

### FOTOGRAFÍAS DE GRAN FORMATO

Revelado hasta 1.27 x 3.05m. Duratrans y Papel fotográfico.

### IMPRESIÓN DIRECTA SOBRE MATERIALES RÍGIDOS

PVC, alto impacto, foamboard, cartón corrugado, aluminio, etc.

### IMPRESIÓN DE LONAS 740DPI

Frontlite, backlite, siders de camión, mesh, black out, etc.

### IMPRESIÓN DE VINILOS 1440 DPI

Frontlite, backlite, floorgraphics, gráfica vehicular.

Confíe en NOSOTROS para darle gran tamaño a sus IDEAS. Si, a TODAS.

> Marcelo T. de Alvear 2745  
Caseros, Buenos Aires - B1678CIB  
☎ +5411 4759.8977 y líneas rotativas  
🌐 www.gigantografica.com

**Gigantográfica S.A.**  
Servicios Gráficos a Gran Escala

## Primera campaña de marketing: “Se viene la Hesperidina”

Una mañana de octubre de 1864 Buenos Aires amaneció empapelada con unos carteles que anunciaban “Se viene la Hesperidina”. Melville S. Bagley había llegado de Maine 3 años antes contagiado por el furor de los nuevos métodos comerciales en los Estados Unidos, y decidió que la sorpresa sería una brillante idea para dar a conocer su bebida. Es así, que desató la primera campaña publicitaria, en un sentido moderno, que se hizo en la Argentina. 100 años más tarde, comenzó a utili-

zarse masivamente lo que hoy llamamos ‘marketing’.

La palabra se introdujo en un congreso que organizó la agencia McCann Erickson, según recuerda el publicitario Saúl Altheim. Y agrega, “20 años antes de la irrupción del término ‘marketing’ la publicidad se encontraba viviendo una nueva etapa de expansión con fuerte anclaje en la gráfica. En la década del 40 llega a su apogeo la técnica del eslogan, por entonces pieza publicitaria importante después de la marca. Frases como ‘Casa Lamota, donde se viste Carlota’ o ‘Los chicos piden a gritos medias Carlitos’ se hicieron famosas”.



Una mañana de octubre de 1864 Buenos Aires amaneció empapelada con unos carteles que anunciaban “Se viene la Hesperidina”, y que luego se continuó con otros afiches.

crecimiento de su empresa que luego de un tiempo se instaló en la calle Gral. Hornos 256 de la Ciudad de Buenos Aires, a pocas cuadras de Plaza Constitución.

### Aporte de la Asociación Orígenes de Berazategui (AOB)

Según Rodolfo Cabral, (Presidente de la AOB) algunas décadas antes de que el partido de Quilmes se convirtiera en sinónimo de cerveza, un inmigrante norteamericano comenzó la producción industrial de un licor aperitivo utilizando las naranjas de su plantación en Bernal, este era ligeramente dulce y elaborado con cáscaras de naranjas amargas.

Ya casi en el 143 aniversario de cuando apareció en los diarios la explicación de ese extraño nombre que se leía en las veredas y las paredes por más dos meses logrando un éxito de ventas, se puede agregar, “todo gracias a las primeras naranjas de una quinta de Bernal ubicada a pocas cuadras de las vías del ferrocarril”.

### Los dueños de la marca hoy

Tres Blasones, empresa que importa y comercializa vinos, licores y espirituosas de alto precio, en el año 2005 decide sumar a su portafolio de productos la bebida nacional concebida por Melville Sewell Bagley, Hesperidina. Para Fernando Freixas Pintos, Director de Tres Blasones, adquirir Hesperidina posee un gran significado: Hesperidina es una marca prestigiosa y de muchos años, y además, significa incorporar una marca nacional que es la primera marca registrada en la historia de Argentina. Esto es uno de los pilares más utilizados por la gente de Tres Blasones a la hora de encarar la comunicación de la marca. Y la historia, que ya es leyenda, cuenta que frente al éxito de Hesperidina, ocurrieron numerosos intentos de imitación del producto; y esta fue la razón por la cual el 27 de octubre de 1876 se convirtió en la Marca Registrada Número 1. Sobre la imagen emblemática del producto, Freixas Pintos aseguró que mantendrán todo lo original del mismo y tal como fue concebido por Melville Sewell Bagley. ■

Fuentes:

[www.hesperidina.com](http://www.hesperidina.com) / [www.aob.org.ar](http://www.aob.org.ar) / [www.bernal.com.ar](http://www.bernal.com.ar)



La portada de la página Web de Hesperidina, que dice: Marca Argentina N° 1, acotando que “Solo podés ingresar a este sitio si sos mayor de 18 años”.

## El Rol de la Dirección de Marcas

La Ley 22.362 y el Decreto Reglamentario 558/8, modificado por Decreto 1141/03, garantizan el proceso bajo el cual es posible registrar una marca comercial.

La autoridad de aplicación de la Ley de Marcas es la Dirección de Marcas, del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI), cuyo rol principal es:

- Recibir y examinar solicitudes para el registro de marcas comerciales, siendo concedidas aquellas que cumplan con la Ley.
- Conservar el Registro de Marcas concedidas y solicitudes pendientes, proveyendo al público con información y consejos profesionales, tanto sobre el proceso como sobre los requisitos de registro de marcas aprobadas y pendientes.

### Por qué registrar una marca

- El éxito de una compañía depende en gran manera de la imagen percibida por el consumidor.
- El mensaje transmitido para asegurar que la compañía sea reconocida en el mercado debe ser protegida tan eficientemente como sea posible.
- Excelentes productos o servicios pueden ser

ofrecidos, pero si el público es incapaz de diferenciarlos claramente, pasaran inadvertidos a la sombra de aquellos con mayor presencia en el mercado.

- Los consumidores son atraídos por las marcas que representan calidad y confiabilidad, y es por esta razón que las marcas comerciales, que son las que permiten a los productos/servicios ser distinguidos en el mercado, deberían ser protegidas cuidadosamente.
- El medio de proteger la identidad de una compañía es a través del registro de su marca comercial.
- El registro de la marca comercial que identifica a la compañía le dará el derecho exclusivo de usar la marca comercial para identificar todos los productos y servicios ofrecidos por la compañía.



E-mail: [infomarcas@inpi.gov.ar](mailto:infomarcas@inpi.gov.ar)

Página Web: <http://www.inpi.gov.ar>



# VINILPLATA

• Brown 5709 • Tel: (0223) 473-2929 • Mar del Plata - Argentina



AREA DE TRABAJO  
0,90 X 1,20 mts.

## LASER



ROUTER

AREA DE TRABAJO  
3,00 X 2,00

### UNA MAQUINA PARA CADA NECESIDAD

1,60.....1,80.....2,50.....3,20 mts.

360 - 720 - 1080 - 1440 dpi



INSUMOS  
PARA CARTELERIA



CORTES  
EN POLYFAN



PORTABANNERS  
AMPLIA VARIEDAD

web: [www.vinilplata.com.ar](http://www.vinilplata.com.ar) e-mail: [insumos@vinilplata.com.ar](mailto:insumos@vinilplata.com.ar) - [gigantografias@vinilplata.com.ar](mailto:gigantografias@vinilplata.com.ar)