



# Radio y Luz



AÑO I

MAYO, 1931

N.º 3

*Revista mensual dedicada  
exclusivamente a nuestros clientes.*

## NUESTRAS SALAS DE DEMOSTRACIÓN

PHILIPS IBERICA, convencida de la importancia que para la difusión y venta de sus productos tiene la demostración de los mismos, porque cada demostración es una venta, ha instalado en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla y Las Palmas, unas Salas-Exposición destinadas a sus clientes y al público en general.

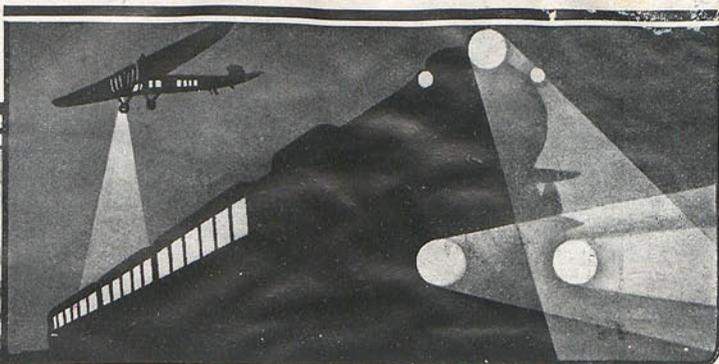
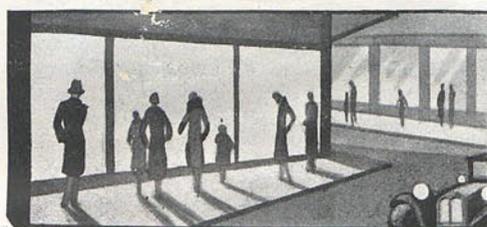
Ningún comerciante de radio, lámparas, armaduras, rayos X y Neón, debe pasar por alto estas salas, porque en ellas encontrará una valiosa ayuda para su negocio. En estas salas estarán en exhibición permanente cuantos productos PHILIPS están actualmente en venta y además en ellas se darán toda clase de demostraciones, gratuitamente, tanto a los comerciantes como al público. Estamos convencidos que salas con este objeto eran indispensables para dar mejor a conocer los productos PHILIPS.

Para cuantos comerciantes manejan los productos PHILIPS serán estas salas centros de información y ayuda. En arreglos de escaparates, iluminación de los mismos, métodos de venta, exhibición de propaganda, forma de atender al público e "Ideas para fomentar las ventas", son estas salas el verdadero resumen para guía de los comerciantes. A su disposición las ponemos y esperamos se servirán de ellas para adquirir cuantos datos e informaciones puedan tender a mejorar su negocio.

En la plana central de este número publicamos varios aspectos de la Sala-Exposición de Madrid, instalada en la calle de San Agustín, esquina a Plaza de las Cortes. Ningún comerciante debe omitir su visita a esta sala.

PHILIPS ha hecho estas instalaciones con el exclusivo objeto de ayudar a los comerciantes y servir de incentivo al público. Aconsejad, pues, a vuestros clientes que visiten nuestras Salas de Demostraciones.





## LA UTILIDAD DE LA LÁMPARA "LUZ SOLAR" EN DIFERENTES ACTIVIDADES

ES cosa bien sabida que la coloración de los objetos depende de la naturaleza de la luz que reciben. Así, decimos que un objeto tiene uno u otro color, cuando lo observamos bajo la acción de la luz del sol; es decir, la coloración de los objetos está basada tomando como referencia la luz solar. La composición de esta luz es una mezcla de diferentes colores simples, cuya energía está repartida casi uniformemente, desde el rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta; en todos los colores (en todas las frecuencias).

Se comprende fácilmente que las luces artificiales de uso corriente, que tienen una composición muy distinta a la luz solar (exceso de radiaciones de larga longitud de onda: verdes, amarillas y rojas) modifiquen muy sensiblemente las coloraciones de los cuerpos.

Estas alteraciones de los colores, que se observan muy claramente aun en las lámparas de 1/2 watio, cuyo filamento tiene una temperatura elevadísima, llega en las lámparas monowáticas (cuya tem-

peratura de incandescencia es notablemente inferior y, por tanto, existe todavía una mayor riqueza en radiaciones rojas) a falsear casi completamente la coloración y, muchas veces, hasta el mismo aspecto de los cuerpos.

Los laboratorios PHILIPS vienen fabricando con éxito una lámpara llamada LÁMPARA PHILIPS "LUZ SOLAR", cuya ampolla, de un cristal de perfecta nitidez, de coloración ligeramente azulada y perfectamente dosificada, deja pasar las radiaciones azules, absorbiendo el excedente de las otras coloraciones (rojas, amarillas, etc.), dando una luz cuyo espectro es muy semejante al que produce la luz del sol.

Bajo la acción de la lámpara PHILIPS "LUZ SOLAR" los colores más delicados conservan su belleza y su justa tonalidad, como si fueran examinados a la luz del día.

Es bien sencillo comprobar lo anteriormente expuesto con un aparato bien rudimentario: un cajón de un metro de largo por unos 40 cm. de alto y 30 cm. de profundidad, al que dividiremos en cuatro com-

partimientos, situando en cada uno de ellos una lámpara de filamento carbón, una lámpara monowática, una de 1/2 watio y una "LUZ SOLAR" del mismo número de bujías, las cuales procuraremos ocultar directamente de la vista para evitar el deslumbramiento. Si en cada uno de estos compartimientos colocamos un trozo de la misma tela (mayor sensibilidad con dibujos rojos, verdes o amarillos), observaremos que ninguno de los trozos de tejido se parece; es decir, que no solamente la coloración del tejido es diferente, sino que su aspecto nos parece muy distinto.

Dejando aparte el efecto que con la lámpara de filamento carbón se obtiene, donde el color queda completamente desvirtuado, al comparar el tejido iluminado con la lámpara monowática respecto al iluminado con la "LUZ SOLAR", se nota una diferencia tan extraordinaria, que si el tejido es compuesto (más de una coloración), en la monowática advertiremos una confusión completa en los colores y en la forma del

dibujo, mientras que en la "LUZ SOLAR" apreciaremos todas las tonalidades y la verdadera configuración del tejido.

El tejido iluminado con la lámpara 1/2 watio se acerca más a la realidad que en la monowática, pero sin llegar, ni con mucho, a la lámpara "LUZ SOLAR".

¿En qué casos, pues, debemos aconsejar el empleo de la lámpara "LUZ SOLAR"? En innumerables; sin embargo, mencionaremos los más importantes.

El comerciante de las tiendas de tejidos en general, y de los almacenes de novedades especialmente, si adopta esta clase de lámpara en su establecimiento, está a salvo de las decepciones y devoluciones que tan frecuentemente se originan como resultado del diferente aspecto que tenía el tejido cuando se compró en la tienda y cuando se ve a la luz del día; el comerciante, con esta clase de lámparas estimula también notablemente sus ventas, pues es bien sabido que muchas personas conocedoras de las variaciones que produce la luz artificial, se abstienen de comprar una vez caída la tarde; y si se encuentran en el almacén, se despiden con la problemática frase: "Volveré mañana, de día." Se pone, asimismo, a cubierto de los días sombríos en los que ni siquiera luz de día halla en su establecimiento, no haciendo, por tanto, su negocio tributario de la volubilidad del tiempo; y aun

en los mismos días claros, es aconsejable su empleo a fin de que desaparezca esa, no solamente antiestética costumbre de examinar los géneros en la calle.

En las exposiciones de cuadros, donde juega el color un papel tan primordial, es también imprescindible el uso de estas lámparas, por ser precisamente de noche cuando hay mayor afluencia de gente,



cuando va el gran público; ya que hay que considerar que generalmente los cuadros se pintan de día. ¡¡¡Es verdaderamente doloroso el aspecto que nos produce una marina o un paisaje cualquiera, cuando este cuadro está iluminado con lámparas corrientes!!!

En los escaparates donde se exponen pieles, camisas, sedas, etc., no solamente la lámpara "LUZ SOLAR" da una atracción extraordinaria, sino que trueca en decisiones inmediatas las incertidumbres debidas muchas veces a desconfianzas... Hace resaltar fuertemente la orfebrería; en los probadores de las sastre-rías, donde generalmente nunca entra la luz del sol, empléase a fin de apreciar los

menores detalles; en los despachos donde haya personas de vista delicada es muy conveniente su empleo, por tener esta luz menos radiaciones rojas, que son precisamente las nocivas; en todas las fábricas de productos colorantes y en todas en las que el color juega un papel preeminente; y hasta en los anuncios, que por su blancura se les distingue más fácilmente. Modernamente se utilizan estas lámparas también en los faros de autos (Lámparas proyector Duplo y Triplo), apreciándose con ellas mucho mejor los obstáculos en las carreteras, cansando menos la vista del conductor.

¡¡¡Comerciantes del ramo eléctrico, aconsejad el uso de la lámpara PHILIPS "LUZ SOLAR" en los casos que prescribe la ciencia!!!

Resumen de algunas aplicaciones de la lámpara PHILIPS "LUZ SOLAR":

**Comerciales:** Almacenes de tejidos, de sedas, mercerías, guanterías, flores, orfebrerías, joyerías, salones de belleza, etcétera.

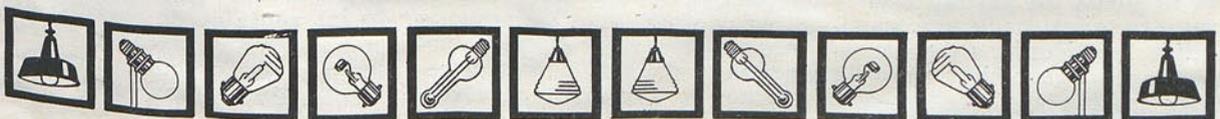
**Industriales:** Tintorerías, fábricas colorantes, peleterías, fábricas de tabacos.

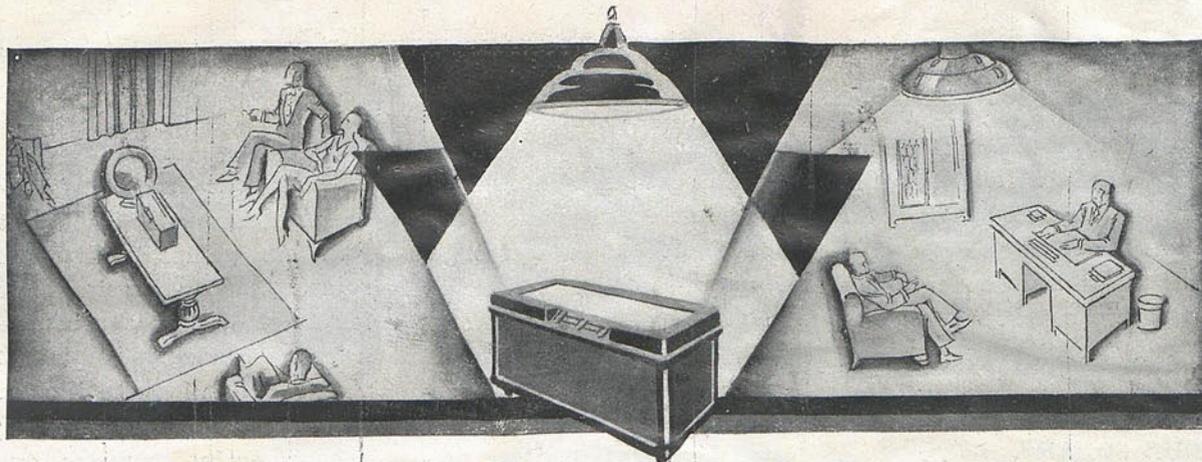
**Artísticas:** Estudios de pintura, exposiciones de cuadros, juegos de luz en escena.

**Técnicos:** Fotografías) iluminación muy actínica, iluminación de microscopios), salas de operaciones, dentistas, etc.

**Publicidad:** Letreros luminosos.

**Carreteras:** Faros de automóviles.





## VENTA DE RECEPTORES "PHILIPS" CON MOTIVO DE CIRCUNSTANCIAS ESPECIALES

**A**LGUNOS Comerciantes de Radio han comprobado que las demostraciones gratuitas que efectúan a domicilio con los aparatos de Radio, son más eficaces, y se traducen casi siempre en ventas, cuando se aprovechan para dichas demostraciones circunstancias especiales, como reuniones familiares en el domicilio del comprador con motivo de las Pascuas u otras festividades locales; santo o cumpleaños del cabeza de familia, bodas, bautizos, etc., o bien cuando en las demostraciones se pueden oír emisiones de interés universal.

Es indudable que una emisión especial ha de producir una impresión más profunda en el probable comprador que el programa ordinario de todos los días y por consiguiente le inclinará con mayor fuerza a comprar el aparato. Un comerciante que esté bien enterado de los programas europeos y nacionales de la semana y que haya averiguado al mismo tiempo cuáles son los gustos o las preferencias del probable comprador, verá que se le facilita considerablemente la venta de los aparatos si al hacer la demostración consigue que el comprador se interese vivamente por lo que está escuchando. Por ejemplo: si es aficionado al "foot-ball" y en aquella semana se juega un partido interesante cuyo resultado será transmitido por Radio, debe el comerciante aprovechar para la demostración la hora en que tenga lugar dicha transmisión.

Si es aficionado a las óperas de Verdi y en aquella semana se transmite alguna la aprovechará igualmente. Y así en todos los casos que se puedan presentar.

El Comerciante tendrá en cuenta si es la señora o los hijos del comprador los que han de influir más en la venta, para procurar que las demostraciones se refieran a los asuntos que más les interesen.

En el establecimiento de cada Comerciante nunca deberá faltar alguna revista o publicación con los programas semanales de las emisoras nacionales y extranjeras que pueden oírse bien con los aparatos que vende, y aparte de esto también le ayudará a vender una recopilación seleccionada de los programas atrasados para hacerle ver prácticamente al comprador todo lo que hubiera podido escuchar si hubiera comprado ya el aparato. No hay duda que entre estos programas atrasados siempre habrá conferencias, obras musicales, información, etcétera, de particular interés para el comprador.

### VENTA DE RECEPTORES PARA HOSPITALES, HOTELES, COLEGIOS, PENSIONADOS, &

No queremos repetir aquí los argumentos de venta de 1.ª clase para la venta de receptores en estos centros, pues los suponemos conocidos por todos los comerciantes, y sólo hemos de referirnos a las facilidades que PHILIPS IBERICA pone al al-

cance de los Comerciantes para conseguir que se difunda la utilización de receptores en estos centros hasta llegar a la considerable extensión alcanzada en el extranjero.

El sistema de Venta a Plazos establecido por PHILIPS IBERICA permite actualmente vender el magnífico receptor 2511 en combinación con cualquier altavoz, a pagar en dos años. Y si se trata de un hospital, sanatorio, etc., donde se prefiera utilizar con el 2511 un centenar de cascos, puede adquirirse igualmente dicho receptor a pagar en trece mensualidades.

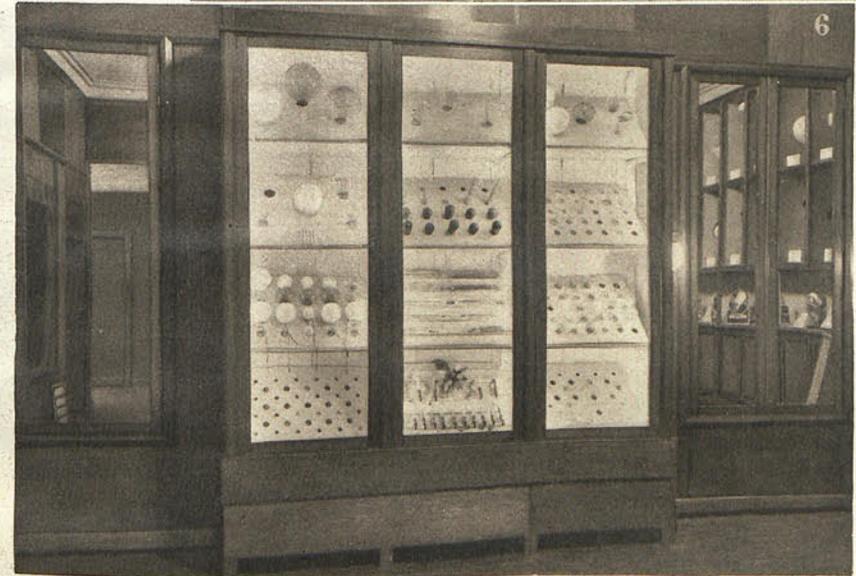
La clientela mencionada es la mejor que puede encontrar el Comerciante para vender aparatos a plazos, puesto que en todo caso tiene la seguridad de que los pagos se efectuarán puntualmente, y como se trata de reducidas cuotas mensuales es fácil para cualquiera de estas instituciones incluir las mensualidades en sus gastos corrientes sin acudir a un presupuesto especial, como sería el caso de efectuar la compra al contado.

Como la mayor parte de los comerciantes podrán efectuar las instalaciones eléctricas y muchos de ellos pueden tener la oportunidad de dar salida a los cascos que tengan, en las ofertas para hospitales, etc., con el consiguiente beneficio. Confiamos en que aprovechando las ventajas de nuestro actual sistema de Venta a Plazos pongan en práctica nuestros clientes esta idea, a todas luces provechosa.



El radiofonógrafo Philips 2819  
armoniza con todos los interiores.

# Sala de demostraciones



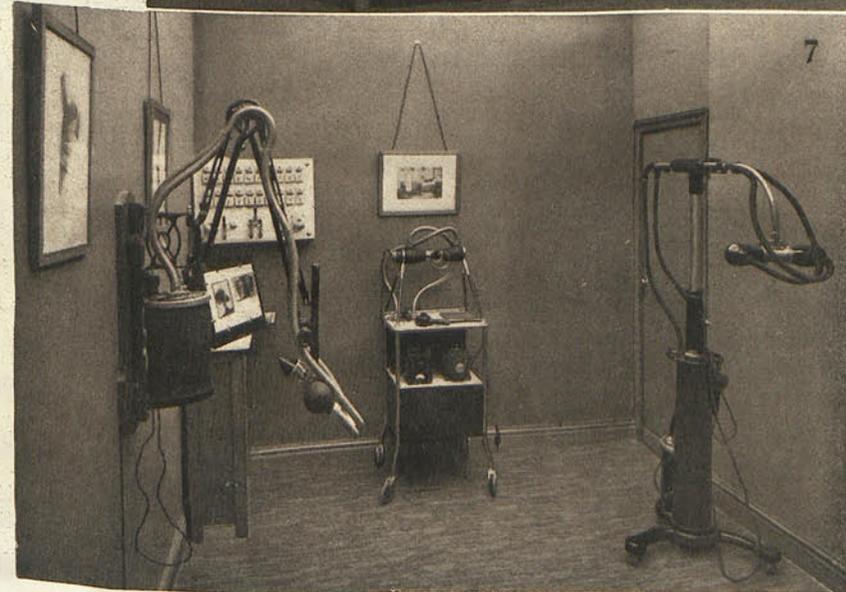
1. Sala. Exposición de receptores y válvulas.

2. Otro aspecto del salón grande.

3. Vitrina de armaduras Philips.



4. Minotecnía de sistema de alumbrado y...



5. Aspecto exterior de la Exposición.

6. Vitrina de alumbrado.

7. Sala de rayos X.

## LOS EQUIPOS AMPLIFICADORES PHILIPS

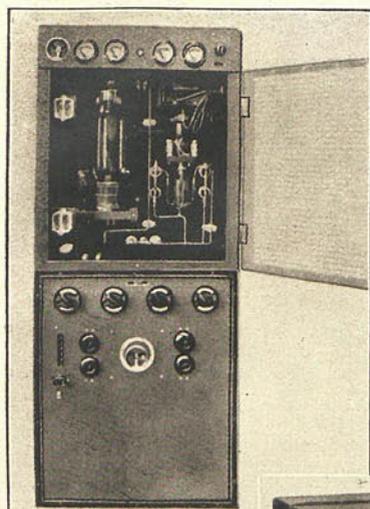
SON variadísimas las aplicaciones de las instalaciones amplificadoras de potencia PHILIPS, puesto que la celebración de partidos de fútbol, veladas de boxeo, carreras de caballos, fiestas en stadiums, casinos, playas, etc., dan ocasión a la utilización de estas instalaciones, insustituibles en estos casos.

Queremos llamar la atención de nuestros clientes sobre el empleo de estos equipos en las propagandas políticas.

En los banquetes y reuniones oficiales donde se congrega siempre un número considerable de asistentes facilitan los altavoces PHILIPS la fiel reproducción de las palabras del orador. En las reuniones políticas hasta hace poco celebradas, la voz del orador alcanzaba sólo a una pequeña parte de su auditorio. Hoy, gracias a la aplicación de los equipos amplificadores puede difundirse la voz del orador entre millares de concurrentes.

Algunos de nuestros clientes, por ejemplo "La Instaladora de Radiotelefonía", han hecho varias instalaciones consiguiendo un magnífico resultado y un triunfo, tanto para ellos como para los productos PHILIPS.

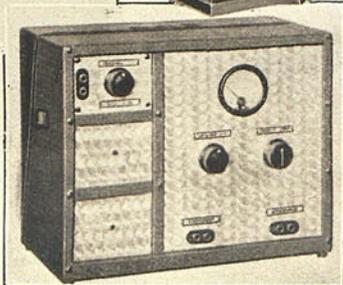
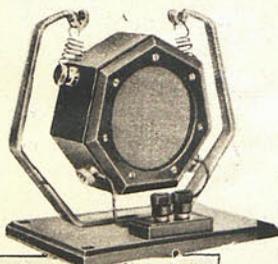
Recordamos, entre otras instalaciones, la efectuada



Equipo amplificador de potencia, Philips.

Amplificador de 600 vatios.

Micrófono y amplificador micro-fonográfico para la palabra y la música.

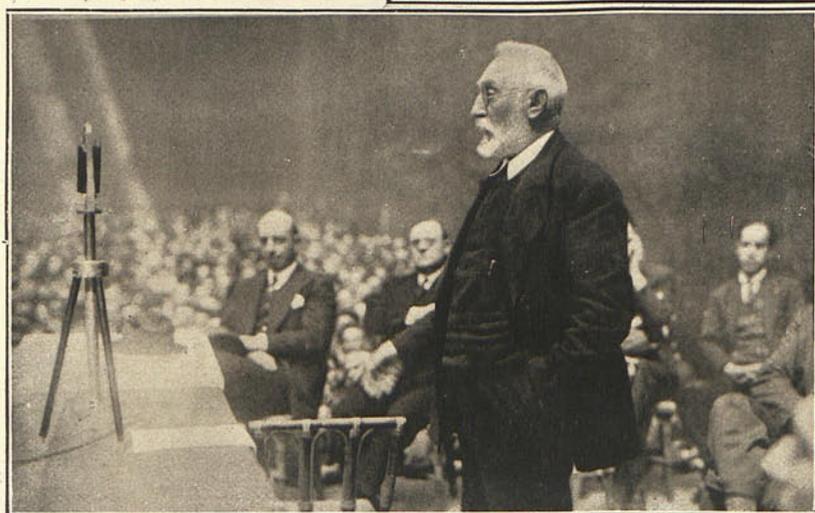


para el Congreso Eucarístico que se celebró en Tolosa; la del Kursaal de San Sebastián, y más reciente aún, la del mitin de propaganda republicana celebrado en San Sebastián, dos de cuyas fotografías ilustran estas líneas.

Nuestros equipos son de todos vosotros conocidos; si así no fuera, nuestro departamento corres-



Srta. Clara Campoamor, en el mitin "Pro amnistía" de San Sebastián.



Sr. Unamuno, ante el micrófono Philips, en el mitin Republicano de San Sebastián.

pondiente os facilitará cuanta información deseéis.

No hay que olvidar que se avencinan grandes propagandas políticas: elecciones de diputaciones provinciales y de diputados.

La mejor propaganda que podéis hacer para vuestra Casa y para la marca PHILIPS es una instalación de este género. No desaprovechéis, pues, un momento.



## LA LÁMPARA "ULTRASOL"

EL SOL DE VERANO EN CASA

DENTRO de brevísimos días pondremos a la venta un nuevo aparato concepción de los Laboratorios PHILIPS, de Eindhoven. El ULTRASOL, productor de rayos ultravioletas cuyas irradiaciones producen sobre nuestro organismo los mismos beneficiosos efectos que los rayos solares.

Siempre ha sido preocupación de los científicos procurar de una manera más o menos ingeniosa la producción de unos rayos sustitutos del sol, no sólo para emplearlos en países o regiones que por sus condiciones climatológicas el astro rey apenas pueda llamarse tal, sino aun en aquellos lugares de la tierra, como, por ejemplo, en nuestra patria, en que el sol más puro se nos muestra con todo su esplendor.

En invierno es la época del año que debe hacerse mayor uso del Ultrason, ya que el sol, debido a su situación con respecto a nosotros apenas si nos da irradiaciones ultravioletas tan necesarias para la formación de las vitaminas, productos indispensables para la integridad de nuestra salud. Esta preocupación se ha traducido en la construcción de aparatos que han tenido fugaz vida la mayoría de ellos, a causa de que la experiencia ha demostrado que dichas construcciones no habían pasado de la categoría de intentos.

Aun aquellos aparatos que su existencia ha corrido mejor suerte que la de sus hermanos no han respondido cumplidamente a los fines para que fueron creados. Los Laboratorios PHILIPS no podían quedarse atrás ni dejar de estudiar la resolución de tan importante problema, y tras no pocos ensayos han logrado presentar una lámpara que con poco consumo produce

radiaciones ultravioletas en gran cantidad, siendo por lo tanto el único aparato destinado al público que merece el nombre de sustituto del sol.

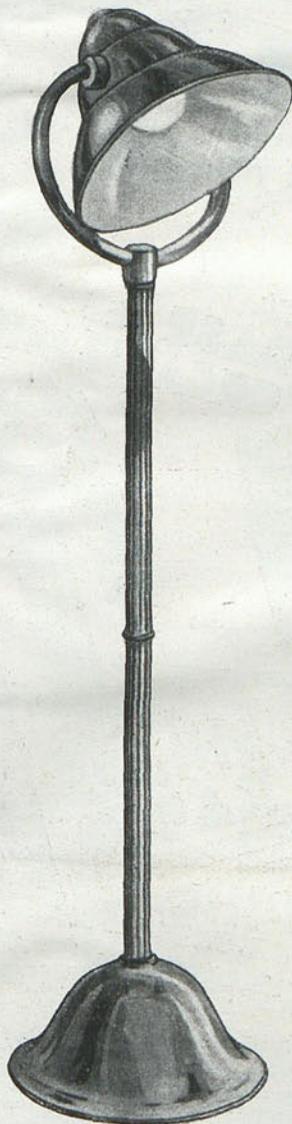
Nuestro Ultrason no es un aparato electro-médico, propiamente dicho; es un aparato de aplicaciones múltiples desde el punto de vista profiláctico. "Más vale prevenir que curar." Esta es su principal misión. Defender nuestro organismo contra la invasión microbiana, aumentar la cantidad de vitaminas, aumentando de este modo nuestras defensas orgánicas.

En el taller, en el baño, en la intimidad de la familia, etc., etc., pueden recibirse sus beneficiosos efectos sin alterar nuestras costumbres ni distrayendo tiempo alguno a tal efecto. Sus aplicaciones en las escuelas es bien fácil deducirlas. Los niños, sobre todo, son los que necesitan mayor número de defensas, por cuanto son los más expuestos a enfermar. Cuidar de que los niños se crien robustos, poniéndolos en condiciones de poder luchar y defenderse es el mejor camino para llegar a constituir una raza vigorosa.

Consta el aparato Ultrason de una lámpara especial con seis patillas, de un elegante soporte y de un transformador universal que va alojado en el interior de la base del soporte. Puede funcionar a los voltajes comprendidos desde 100 a 250 v. con red de corriente alterna 50 períodos.

Su funcionamiento no necesita especial vigilancia y cualquiera puede usarlo con sólo tener en cuenta unas elementales indicaciones.

Una lámpara Ultrason no debe faltar en ningún instituto de belleza.



# NUESTRA CAMPAÑA DE PRENSA



**ELIJA SU RECEPTOR DE CORRIENTE CONTINUA**

Los esfuerzos de PHILIPS RADIO para crear la serie de receptores enchufables a la corriente continua han tenido un éxito satisfactorio. Gracias a los maravillosos "pentodos PHILIPS" ha sido posible crear esta serie de receptores que vienen a satisfacer plenamente la necesidad del mercado.

Visite nuestras salas de demostraciones

MODELO 2533 Nuevo receptor para corriente continua cuyas más salientes características son: Potencia de audición, claridad en la reproducción, selectividad y alcance.

MODELO 2636 La Consette PHILIPS para corriente continua. Receptor y altavoz en un solo mueble de sobremesa.

**PHILIPS**

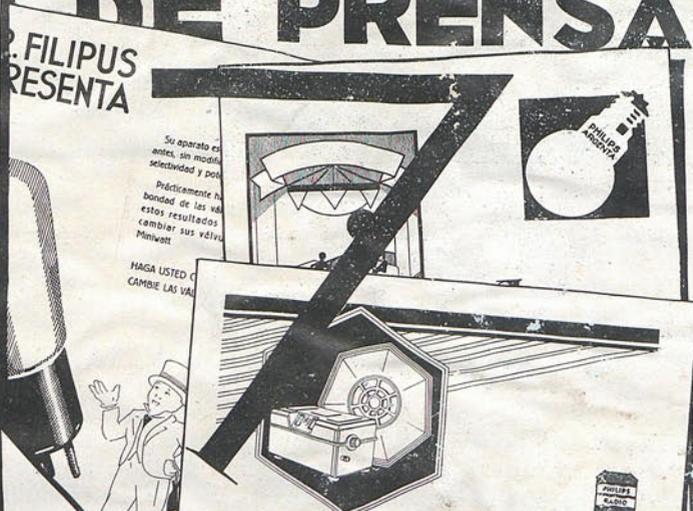
No olvide usted que PHILIPS construye también lámparas y armaduras para alumbrado perfecto.

**PHILIPS PRESENTA**

Su aparato es antes, sin modificación selectividad y potencia.

Prácticamente la totalidad de las válvulas de estas resultaron cambiar sus válvulas Miniwatt.

HAGA USTED CAMBIE LAS VALVULAS



**ELIJA SU RECEPTOR**

PHILIPS Radio presenta una nueva serie de modelos para cada caso y en todos precios... receptores para onda corta, larga y extra-corta Potentes altavoces

Empieze con estos receptores un aparato PHILIPS

MODELO 2511 El receptor PHILIPS de lujo más potente y selectivo de cuantos existen en el mercado. Premiado en las exposiciones "standard" de Ginebra y París.



**LA BASE DE LA ORGANIZACIÓN**

**PHILIPS RADIO**

**PHILIPS RADIO**

**PARA MAYO**

**CONSTRUIDOS ESPECIALMENTE PARA EUROPA**

Ya se trate de los grandes de la industria, o de los pequeños, el Philips es el ideal para su organización.

PHILIPS es empujante y an en empujante.

PHILIPS es empujante y an en empujante.

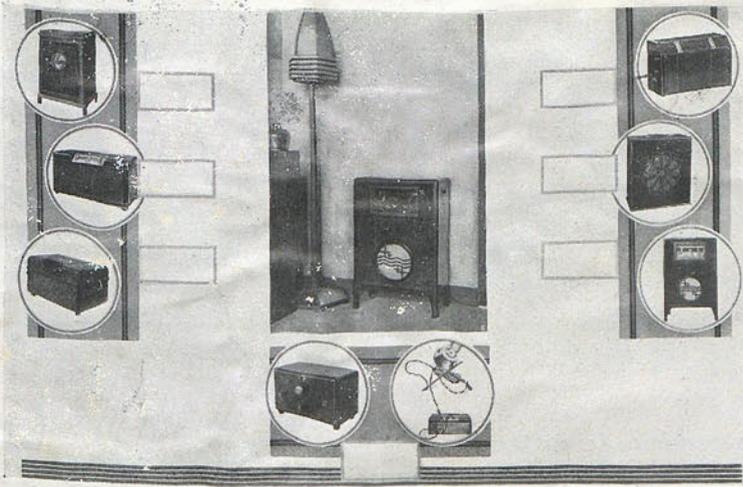
PHILIPS es empujante y an en empujante.



He aquí una parte de los anuncios que se publicarán durante el mes de Mayo en los periódicos y revistas que en nuestro número anterior citábamos.

Solamente PHILIPS IBERICA ayuda en esta forma a sus clientes para la difusión de sus productos. Complemente nuestra labor teniendo en stock los productos que en nuestra campaña anunciamos: Receptores para corriente continua 2553, 2636, 2533; para alterna 2511, 2531, 2819, 2601, 2811, 2517; radiofonógrafos, amplificadores y válvulas "Miniwatt", sin olvidar en cuestión de alumbrado las inmejorables armaduras y lámparas PHILIPS.

## DE NUESTRO DEPARTAMENTO DE PROPAGANDA



1.ª carta en blanco de la campaña en preparación.

**D**URANTE el mes último hemos recibido una cantidad enorme de correspondencia: pedidos de material, cartas sobre escaparates, fotografías de establecimientos, etcétera.

Experimentamos un gran placer al comprobar que, día en día, se hace más estrecho el contacto con nuestros clientes, y el interés que ellos se toman al consultarnos sobre nuestras campañas de propaganda, que tienen por objeto aumentar las ventas de los revendedores Philips.

**Listas de precios.** Las nuevas listas que contienen los precios de nuestros aparatos, al contado y a plazos, acaban de ser distribuidas.

Cuidadosamente impresas y fácilmente manejables, en ellas puede encontrarse rápidamente el precio de cualquier receptor o combinación Philips, tanto al contado como a plazos.

Hemos enviado dos ejemplares de estas listas a cada

cliente. Nuestras Sucursales tienen un stock de ellas.



Utilice nuestros métodos de propaganda Direct-Mail.

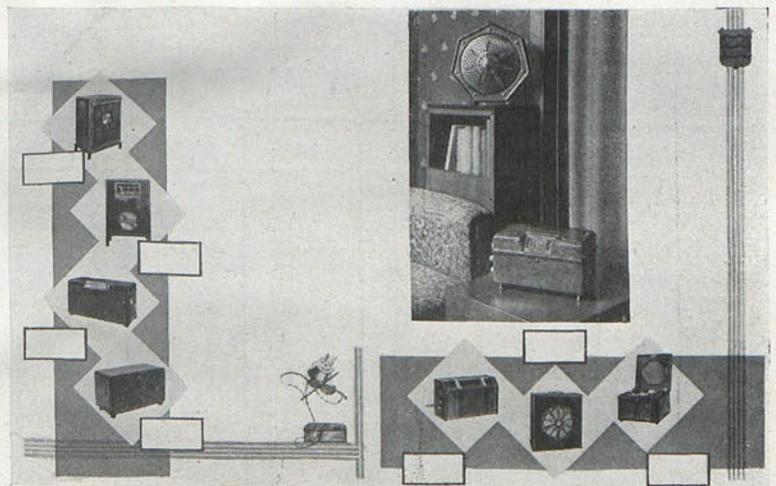
Por consecuencia, podéis pedir las que necesitéis.

**Film de propaganda.** Hace ya varios meses que a nuestra campaña de propaganda hemos añadido las películas, uno de los medios más modernos de publicidad.

El film de dibujos animados para las válvulas Philips "Miniwatt", que ha sido ya proyectado en diversos teatros y cines de Madrid, Barcelona, Bilbao, etc., seguirá enviándose a otras poblaciones durante el mes de Mayo.

Dentro de poco tiempo proyectaremos una película sobre venta, que dará a nuestros revendedores, de una manera agradable y sencilla, demostraciones de la forma para aumentar las ventas utilizando los métodos modernos.

También hemos recibido una carta de nuestras Fábricas de Eindhoven anunciándonos que dentro de poco, nos llegará un gran film industrial, que en una serie de imágenes artísticas y atractivas, dará idea de la gran industria y fabricación de los



2.ª carta en blanco de nuestra nueva campaña de Direct-Mail.

productos Philips. En nuestro próximo número hablaremos respecto a esto.

Nuestros escaparates. Varios revendedores nos han escrito sobre escaparates.

Hacemos notar a todos, que es absolutamente necesario enviarnos siempre las dimensiones de los escaparates, y si es posible remitirnos una o dos fotografías, pues solamente con estos datos a la vista podemos estudiar cuál es el escaparate conveniente a cada revendedor.

Actualmente poseemos una serie de nuevos escaparates desmontables con embalaje especial que facilita su envío y montaje. Los ponemos a vuestra disposición gratuitamente

con un plazo de dos o tres semanas.

Direct-Mail. Gran número de revendedores utiliza nues-



¡Alto! ¡Alto! He olvidado mi número de RADIO Y LUZ.

tro servicio de cartas Direct-Mail. La atractiva impresión de estas últimas es tal, que constituyen una garantía de venta de varios aparatos.

Nuestros revendedores se han convencido que con una propaganda racional no existe la temporada muerta, sino una sola y única temporada de venta sin interrupción que dura todo el año.

Refiriéndonos a una carta recibida de uno de nuestros lectores, que nos dice que en el caso que él enviase un centenar de cartas no tendría tiempo de ir a visitar a esos clientes, publicamos a continuación un esquema que da idea de la manera en que se debe proceder al envío de estas cartas Direct-Mail, fácil y prácticamente, sin que esto ocasione mucho trabajo.

*Lea en el próximo número nuestros proyectos para el verano.*



## ENVÍO DE LAS CARTAS DIRECT-MAIL

El envío de estas cartas debe hacerse siguiendo un orden determinado. Cada día una nueva serie de diez personas recibirá la carta núm. 1, y al día siguiente la carta núm. 2.

De esta forma, cuando el sistema esté en marcha, cada mañana habrá en plan diez demostraciones para ese día. Con un cuadro semejante a la vista podréis seguir perfectamente la marcha del sistema.

### Diez categorías de diez clientes cada una

Días	1.ª cat.	2.ª cat.	3.ª cat.	4.ª cat.	5.ª cat.	6.ª cat.	7.ª cat.	8.ª cat.	9.ª cat.	10.ª cat.
1.º	1.ª carta									
2.º	2.ª »	1.ª carta								
3.º	visita	2.ª »	1.ª carta							
4.º		visita	2.ª »	1.ª carta						
5.º			visita	2.ª »	1.ª carta					
6.º				visita	2.ª »	1.ª carta				
7.º					visita	2.ª »	1.º I			
8.º						visita	2.º I	1.ª carta		
9.º							visita	2.ª »	1.ª carta	
10.º								visita	2.ª »	1.º I carta