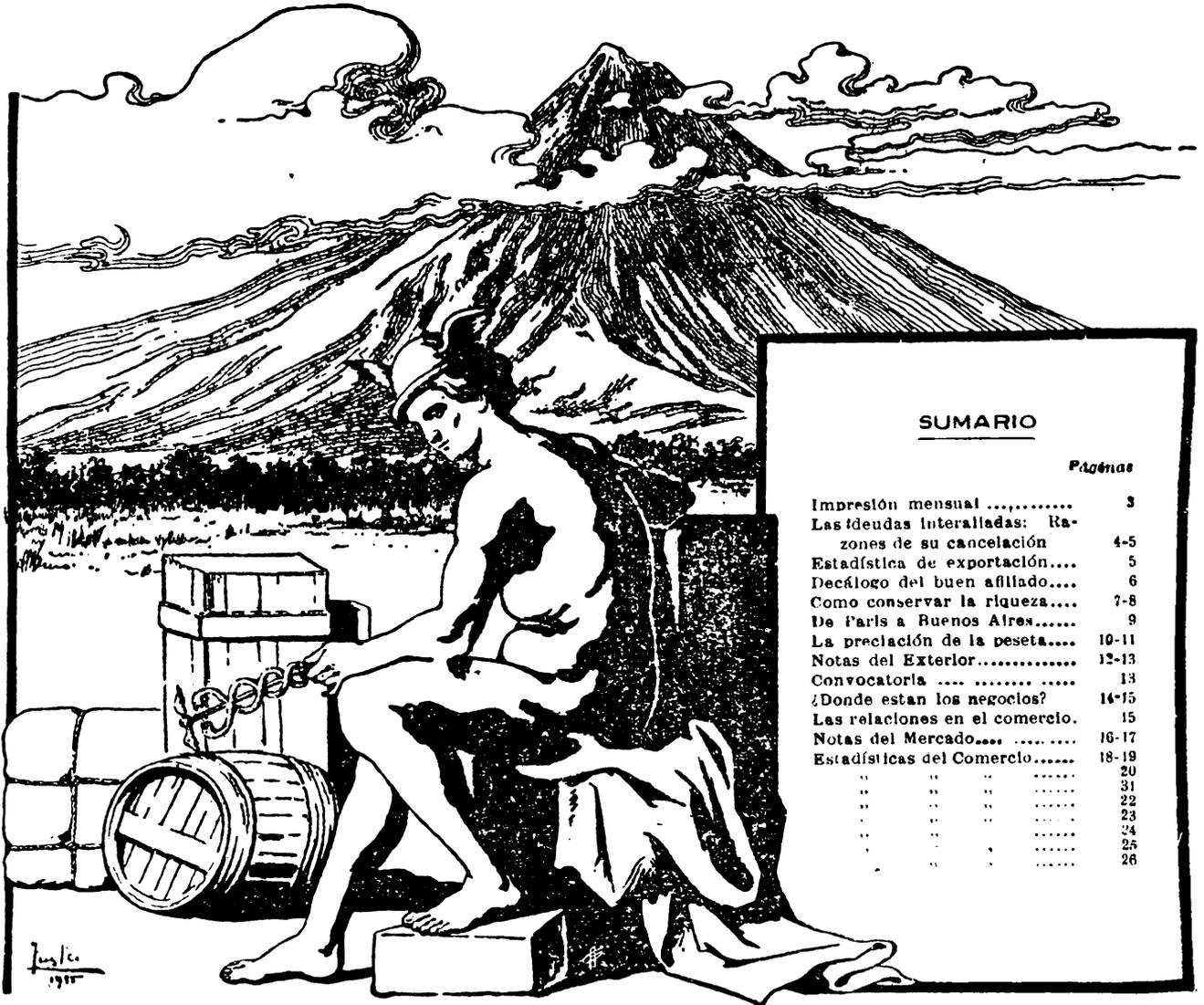


**BOLETÍN OFICIAL
DE LA CÁMARA DE
COMERCIO ESPA-
ÑOLA DE FILIPINAS
EN MANILA.**



SUMARIO

Páginas

Impresión mensual	3
Las deudas interalladas: Ra- zones de su cancelación	4-5
Estadística de exportación....	5
Decálogo del buen afilado....	6
Como conservar la riqueza....	7-8
De París a Buenos Aires.....	9
La depreciación de la peseta....	10-11
Notas del Exterior.....	12-13
Convocatoria	13
¿Donde estan los negocios?	14-15
Las relaciones en el comercio.	15
Notas del Mercado....	16-17
Estadísticas del Comercio.....	18-19
" " " "	20
" " " "	31
" " " "	22
" " " "	23
" " " "	24
" " " "	25
" " " "	26

Núm. 381

JULIO 1935

Manila Gráfica

Compañía General de Tabacos de Filipinas

BARCELONA
Apartado No. 18



MANILA
P. O. Box 143

Paris, Londres, New York

Dirección Telegráfica—"TABACALERA"

IMPORTADORES—al por mayor de toda clase de efectos de Europa y América.

EXPORTADORES—de Tabaco en Rama y Elaborado, Coprax, Azúcar y otros productos del país.

PROPIETARIOS—de ricas Haciendas en las Islas de Luzón y Negros, destinadas al cultivo de tabaco, azúcar y arroz; y de las Fábricas:

DE CIGARROS Y CIGARRILLOS:

"La Flor de la Isabela"

Y DE ALCOHOLES:

"La Clementina"

ARMADORES—de los vapores interinsulares "Mauban", "Isidoro Pons", y "Compañía de Filipinas y un tren marítimo de descarga.

ADMINISTRADORES—de la CENTRAL AZUCARERA DE BAIS, Negros Oriental, y de la CENTRAL AZUCARERA DE TARLAC, Tarlac.

REPRESENTANTES—exclusivos de los acreditados vinos españoles marca "R. LOPEZ HEREDIA."

AGENTES—de las Compañías de Seguros "THE GENERAL INSURANCE CO. LTD. OF TRIESTE & VENICE (ASSICURAZIONI GENERALI)" y de la "PHOENIX ASSURANCE COMPANY LTD. OF LONDON". y de los vapores "MAERSK LINE" y OSAKA SHOSEN KAISHA

**AGENCIAS Y SUCURSALES EN LOS PRINCIPALES
PUEBLOS DEL ARCHIPIÉLAGO**

OFICINA CENTRAL

Teléfono 22581

P. O. Box No. 143.

Marques de Comillas 212

MANILA, I. F.

SUCURSALES EN MANILA

Despacho de vapores

Mlle. de la Industria No. 1215

Teléfonos 2-16-40 2-16-41

Expendio de tabaco

Crystal Arcade, Escolta

Teléfono 2-14-10

= LA INSULAR =

Fabrica de Tabacos y Cigarrillos

Fundador: Exmo. Sr. D. Joaquin Sta. Marina

Probad Nuestra Nueva Mena.

Palmas Reales

Lo mejor que se Fuma.

Las grandes existencias de tabaco rama de Isabela y Cagayan, que ésta fábrica posee, son la mejor garantía de la bondad de sus productos.

PLAZA DE BINONDO No. 20

MANILA I. F.

ROXAS Y CIA.

HACIENDAS,

SUB-AGENTES DE SEGUROS

CONTRA INCENDIOS Y MARITIMOS

Gerentes Generales

CENTRAL AZUCARERA DON PEDRO

2,200 TONELADAS

NASUGBU BATANGAS

719 Echague,
Manila, I. F.

Dirección Cablegráfica—"ROXAS"

Teléfono 2-20-42
P. O. Box 1459

ELIZALDE Y CIA.

(antes)

Unchausti y Cia.

Fundada en 1854

Central Azucarera "LA CARLOTA"

Central Azucarera "PILAR"

Central Azucarera "SARA-AJUY"

Fábrica de Jarcias de Abaca

Fábrica de Pinturas

"Manila Steamship Co."

Almacen de Efectos Navales y de Construccion

Destileria Tanduay

Haciendas Azucareras y de Abaca

— SUCURSALES EN —

ILOILO - SORSOGON - GUBAT
HONGKONG - SHANGHAI
SAN FRANCISCO - NUEVA YORK

Dirección Telegráfica: "ELIZALDE"

Oficina Central

845 M. de la Industria

MANILA

BOLETIN OFICIAL

DE LA

Cámara de Comercio Española de Filipinas

Registrado en Correos como Correspondencia de 2. Clase

P. O. BOX 754

Vol. XXVIII

JULIO DE 1935

No 381

CAMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA

JUNTA DIRECTIVA

DE LA

CAMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA DE FILIPINAS

Presidente Don Andrés Soriano
Vice-Presidente " Federico Pérez
Tesorero " B. de Erquiaga
Secretario Gral. " Antonio Ferrer

(" José García Alonso
(" Enrique González Díaz
Vocales (" M. Elizalde
(" Gerardo García y García
(" Eduardo Roxas Gargollo

COMITE

Importación:—Porta, Pueo y Cia.
M. Pellicer y Cia., Inc.
Exportación:—Cía. Gral. de Tabacos de Filipinas.
Elizalde y Cia.
Gutierrez Hermanos.
Industria:—Elizalde y Cia.
Roxas y Cia.
La Insular.
Cía. Gral. de Tabacos de Filipinas.
Comercio:—Roxas y Cia.
Elizalde y Cia.
Cía. Gral. de Tabacos de Filipinas.

IMPRESION MENSUAL

MES DE JULIO

Clausuradas temporalmente el 18 de este mes de Julio, las sesiones de ambas Cámaras legislativas filipinas, para volver a reanudarlas en Octubre próximo, nuestros hombres públicos se preparan estos días para la magna elección que ha de nombrar al Presidente y Vice-Presidente del ya inmediato Gobierno de la Mancomunidad.

Dos partidos políticos se disputarán en las elecciones del 17 de Septiembre venidero los dos primeros puestos del nuevo Gobierno. Estos partidos son el Coalicionista—una fusión de los partidos Nacional y Demócrata—que presenta como candidatos al actual Presidente del Senado Hon. Manuel L. Quezon y al Senador Hon. Sergio Osmeña y el partido Nacional Socialista, cuyos candidatos son, el viejo General de la revolución filipina Don Emilio Aguinaldo y Raimundo Melliza, magistrado del Tribunal Supremo en la época de la soberanía española.

Hay una tercera candidatura—aunque hasta el

momento en que escribimos estas líneas no ha sido registrada oficialmente—en la que figura el obispo Aglipay de la Iglesia filipina independiente, como aspirante a la presidencia del Gobierno del "Commonwealt".

Dado el arraigo y prestigio que en la política de este país tiene el partido que preseta la candidatura de los Sres. Quezon y Osmeña, se dá casi por descontado el triunfo de estos dos candidatos, siendo muy remota la esperanza de que triunfen los otros contrincantes.

Se espera del espíritu cívico de los filipinos, demostrado en anteriores elecciones, que estas próximas a celebrarse, se desarrollen dentro del mayor orden y tranquilidad, lo cual evidenciará una vez más la buena preparación, de que tanto en este aspecto social, como en muchos otros, viene dando pruebas este pueblo ya capacitado para regirse sus propios destinos.

Las deudas interaliadas: Razones de su cancelación



Se recordará que el Congreso estado-unidense sancionó en 1933 una ley y en 1934 otra, llamada "ley Johnson" que prohibía a los banqueros de aquel país conceder préstamo alguno a las naciones que no estuvieran al día en sus pagos. La primera de estas leyes tenía perfecta justificación: se habían vendido en los Estados Unidos millones de dólares en títulos de varias naciones insolventes que suspendieron los pagos tan pronto sobrevino la actual crisis mundial. Aquellos préstamos fueron una operación perjudicial, a la vez, para los pueblos cuyos gobiernos contrataron los empréstitos y para los norteamericanos que invirtieron sus ahorros en tales títulos. La segunda de las leyes indicadas no estaba, empero, tan justificada como la primera, toda vez que su propósito era "castigar" financieramente a las naciones ex-aliadas que no habían pagado los vencimientos de los empréstitos contratados durante la guerra y poco después de ella.

Los periódicos norteamericanos llevaron a cabo una intensa campaña contra los incumplidores. Citaremos un comentario típico, hecho por un diario de gran circulación: "Después de haberse concedido a Francia una reducción del 50 por 100 en el importe de su deuda, ha aumentado sus armamentos en un 100 por 100. Los norteamericanos están pagando contribuciones para satisfacer los intereses de estos títulos, mientras las naciones extranjeras emplean el dinero que deben a los Estados Unidos en comprar armamentos." Pocas semanas después, el mismo periódico acusaba a Italia: "Después de obtener una reducción del 80 por 100 Italia quiere ahora otra del 80 por 100 sobre el saldo que queda."

No hay tal cosa. Nunca ha habido tal reducción del 50 por 100 a Francia, o del 80 por 100 a Italia sobre el importe de sus deudas respectivas. En cuanto a los armamentos de ambas, tanto de que los aumenten al 1,000 por 100, o que los supriman por completo; el asunto no tiene relación alguna con la deuda. Diremos por qué.

El único medio que existe para liquidar las deudas internacionales es el metálico: oro o plata. Los ejércitos se componen de hombres y de armas. No hay en ellos más oro que el que puede haber en la dentadura de los soldados. Por otra parte, la mayoría de las naciones europeas fabrican sus propios armamentos, es decir, los pagan con dinero que queda dentro del país—con dinero europeo que no sirve para pagar la deuda a los Estados Unidos, porque para esto se requiere oro, plata o dólares—. Al parecer, el público norteamericano cree que los pagos internacio-

nales se pueden hacer tan fácilmente como los particulares; que si un deudor particular desea pagar una deuda pendiente, le basta con enviar a su acreedor un cheque, un giro o una carta de crédito para saldarla, y que, por consiguiente, el Tesoro francés, el inglés, el belga o el italiano sólo tendrían que enviar un cheque por valor de cincuenta, cien o doscientos millones de dólares a la Tesorería de Washington, y la cuenta quedaría cancelada.

Los pagos internacionales son otra cosa. El único medio que existe para efectuar estos pagos es el metálico. Francia debe a los Estados Unidos tantos o cuantos dólares, no francos, ni liras, ni libras esterlinas. Para hacer frente a los vencimientos tiene que enviar oro o plata, o que comprar dólares. Ahora bien: la existencia de metálico en cada país, no solamente es limitada, sino también indispensable para servir de base a la divisa monetaria nacional. He aquí una breve estadística ilustrativa, sumamente interesante:

	Oro que posee (en Cantidad que debe a millones de dólares) EE.UU. sin intereses	
Bélgica	380	366
Francia	3.022	3.539
Inglaterra	928	2.576
Italia	373	1.941
Estados Unidos	4.012	—

Es evidente, pues, que si los ex aliados pagaran su deuda a los Estados Unidos, algunos perderían toda su existencia en oro, y otros se quedarían con una miseria que no alcanzaría, ni mucho menos, a cubrir el valor de los billetes en circulación, lo cual originaría el caos monetario. Pero supongamos que enviaran todo este oro a Washington: los Estados Unidos tendrían, entonces, en su poder casi todo el oro del mundo; y no habiendo medio de efectuar pagos internacionales (porque todo el metálico estaría en una sola nación), no habría intercambio comercial. Las demás naciones tendrían que buscar alguna base monetaria hasta ahora desconocida, o tratar de recuperar su oro, exportando a Norte América mercancías que ésta no quiere recibir.

En diciembre de 1932 motivó grandes comentarios en los Estados Unidos la noticia de que Francia se disponía a conceder un empréstito de cincuenta millones de dólares a Austria. Se dijo que era escandaloso que París pensara en prestar dinero a otro país sin haber pagado lo que debe a Washington. Esto de-

muestra falta de comprensión del problema. Francia no iba a enviar cincuenta millones a Austria en monedas de oro, sino solamente a abrirle en París un crédito por esa cantidad, crédito contra el cual podría girar Viena, y que sería utilizado, seguramente, para la adquisición de productos franceses: cuestión de pura contabilidad, sin movimiento metálico alguno.

Estúdiense el problema de la indemnización de guerra que pagó Francia a Alemania después de la guerra del 70, y se verá qué efectos desastrosos tuvo en la economía alemana. Los 5,315 millones de francos que tuvo que pagar Francia estaban formados por las siguientes partidas:

	FRANCOS	
Derechos de explotación del ferrocarril Alsacia-Lorena	325.000,000	6%
Indemnización de la ciudad de París	98,400	
Billetes del Banco de Francia ...	125.000,000	4%
Moneda alemana existente en Francia	105.039.145	4%
Letras de cambio sobre el extranjero	4.248.326,374	80%
Oro	273.003,058	10%
Plata	239.291,876	10%
	3.315.758,853	

Se ve, pues, que sólo el 10 por 100 de la indemnización de guerra francesa se pagó en metálico. El 6 por 100 representaba un valor intangible, y el resto—84 por 100—, representaba ni más ni menos que ventas de productos franceses a Alemania y a otros países; ventas que implicaban una formidable competencia comercial que casi arruinó a Alemania.

La afirmación, tan a menudo repetida de que los "Estados Unidos" tienen que pagar los intereses de la deuda europea, tampoco es cierta. El "Gobierno" estadounidense paga interés a los "tenedores" estadounidenses: el dinero no sale del país.

Los Estados Unidos concedieron a los aliados "créditos" cuyo valor ascendió a unos 10,350 millones de dólares, y a esta cifra se agregaron unos 13,129 millones no fueron enviados a Europa en metálico, sino en artículos de diversa índole, cuyo precio fué muchas veces muy superior al valor real de los productos. Ahora los Estados Unidos quieren que se les paguen esos artículos en metálico. Dejando a un lado la parte ética del asunto, que se presta a muchos comentarios, la verdad es que Europa "no puede" pagar las deudas, por la sencilla razón de que no existe en todo el mundo oro y plata suficientes para satisfacerlas; de que los Estados Unidos no quieren recibir el pago en mercaderías o servicios, y de que en caso de que hubiese bastante metálico en Europa, y fuera enviado a Washington, la economía mundial se derrumbaría y reinaría el caos más completo.

CARLOS J. VIDELA RIVERO

Estadística de Exportacion

CIGARROS Y CIGARRILLOS EXPORTADOS A NORTE AMERICA Y OTROS PAISES DURANTE EL MES DE JUNIO DE 1935

	NUMERO
Total de cigarros exportados a Norte América	18,478,498
Total de cigarros exportados a Otros países	497,425
Total de cigarrillos exportados a Norte América	150,000
Total de cigarrillos exportados a Otros países	1,467,500

RESUMEN

Total exportación de cigarros	18,975 923
Total exportación de cigarrillos	1,617,500

EXPORTACIÓN DE TABACO EN RAMA DURANTE JUNIO DE 1935

	QUINTALES
Total exportación a Europa	16,725
Total exportación a Norte América.....	2,053.5
Total exportación a Otros países	742
Total	19,520.5

(Datos facilitados a la Cámara por la casa exportadora Sers. M. Pujalte, S. en C., de Manila).

THE PHILIPPINE GUARANTY CO. INC.

(ESTABLECIDA EN 1917)

(Nuestras fianzas son aceptadas por el Ejército y la Armada de los Estados Unidos y por todos los Burós del Gobierno Insular.)

Capital Pagado..... P 750.000.00
Reservas" 1.434.159.97

FIANZAS—

Otorgamos Fianzas de varias clases especialmente, Fianzas de Aduanas, Fianzas para la posesión de Armas de Fuego, Fianzas para rentas internas, Fianzas para contratos á favor del Buró de Obras Públicas, Fianzas judiciales, para albaceas, administradores y depositarios; y Fianzas para la libertad del acusado en causas criminales.

SEGUROS CONTRA INCENDIO—

Emitimos pólizas de seguros contra incendios, en Manila y suburbios.

PRÉSTAMOS—

Préstamos con garantía hipotecaria sobre bienes inmuebles situados en Manila, bajo el plan de amortización.

V. SINGSON ENCARNACION, J. MCMICKING,
Presidente. Gerente.

2.º piso, Insular Life Bldg.

P. O. Box 128 Manila Tel. 2-41-11

Decalogo del buen afiliado

—oOo—

I. Compañero de agrupación, sea de la índole que fuere: no ingreses nunca en colectividad si pretendes que la de que formes parte se instituya o actúe solamente para servirle. Las entidades formadas sobre este prejuicio, como todos cuantos las forman, sienten el mismo espíritu negativo; en fuerza de intentar servir a todos, no pueden satisfacer a ninguno.

II. No intentes nunca forzar a que prevalezca tu criterio porque sea tuyo, sino cuando la reflexión y el contraste de tu opinión con las de los demás legitimen la razón de tu intento. Las entidades en que se sobrepone la fuerza de una opinión por su tenacidad, contra la opinión de los demás, suelen vivir sin rumbo fijo y sin poseer jamás el sentido de la ponderación ni la medida de la justicia.

III. Tu condición de colaborante en la obra de todos te da el derecho de opinar y proponer, pero jamás te rebeles contra las decisiones de la mayoría. Tu derecho social termina donde empieza el derecho de los demás. Si te opusieras o ejercieras acto de indisciplina contra las resoluciones de los más, no serías un compañero, sino un insurgente tildable con los dicterios de la rebeldía negativa.

IV. No inculpes jamás a los directores de tu colectividad de remisos ni de torpes, si no te sientes capaz de hacer lo que ellos no hicieron y no les proporcionaste tus iniciativas. Piensa lo que harías en su lugar, y si no te reconocieras capaz de emularlos ni de superarlos, acata sus decisiones, porque sólo tendrás la dirección que merezcas.

V. Piensa siempre que tus actos en colectividad deben ser confesables, y aunque los realices a solas, fórtate la convicción de que te rodean todos tus compañeros como testigos. De este modo tendrás conciencia de tu responsabilidad, y ella te servirá, unas veces de acicate, y otras, de freno.

VI. Cuando elijas a tus directores, medita previamente hasta reconocerlos aptos. Exígelos cuanto tú hicieras y más, con apremio, pero con nobleza, y así serás su consejero y su censor. Pero jamás elijas a tus amigos porque sean tus amigos, a menos que estuvieren acreditados como sociables y dispuestos para la misión que les confíes.

VII. No rechaces nunca ningún cargo que tus compañeros te disciernan salvo en tres casos: Si no sirves para él, si no quieres servir para él, o si no puedes dedicarte a él. Si no sirves y lo aceptas, eres

traidor a tus compañeros; si no quieres atenderle y sólo por vanidad lo recibes, acreditarás tu simonía; si no puedes dedicarte a él, serás traidor contigo mismo. Pero si puedes, quieres y sirves, acepta los cargos a conciencia de que no te supondrá halago ni jerarquía, sino gasto de energías y prueba de tu concepto de la responsabilidad.

VIII. Si alguna vez aceptas un cargo sin propósito de lucro ni perspectiva de tu medro privado, que es como debes recibirlos, observa el criterio de que debes consagrarte a él, y ten la seguridad de que no obtendrás ninguna satisfacción; templa tu espíritu en la censura, y acepta la repulsa, el ataque, la perfidia y hasta la calumnia, porque será el único fruto personal que logres.

IX. Tu contribución a la marcha de una colectividad, no se limita a pagar la cuota necesaria para cubrir los gastos de la entidad y aceptar los principios reglamentarios. Además de cumplir la obligación del pago de la cuota, tienes que cumplir el reglamento que aceptaste, cooperar con tu concurso a las empresas que la sociedad inicie, coadyuvar en la realización de las que exijan tu auxilio personal, ofrecer tus iniciativas, discutir y razonar las ajenas y producirte siempre con decidido propósito de colaboración y recto sentido de la disciplina.

X. Tus derechos como afiliado serán los que el reglamento te asigne. Pero ten en cuenta que los derechos de todos están por encima del tuyo, y que cuanto a tí te beneficie «exclusivamente», puede perjudicar a los demás. Si no reconoces los derechos de los demás, los tuyos no serán racionales ni merecerán respeto. Todo cuanto el reglamento por que te rijas te dé, puede ser tuyo en la parte que te corresponda, pero si intentas absorber los derechos reglamentarios para tí, detentarás lo que no es tuyo y serás sólo un afiliado ocasional.

Todos estos preceptos se encierran en dos: En amar a la colectividad como obra tuya y en no pretender a ella lo que no estés dispuesto a colaborar en conseguir.

Teniéndolos como norma invariable, acreditarás tus condiciones sociables y podrás ser un colaborador eficaz de la obra común. Olvidándolos o desatendiéndolos, cooperarás a desmedrar el éxito de la colectividad.

ANTONIO ESCUDERO ALVAREZ.

Como conservar la riqueza

Difícil es crear un capital, pero no menos difícil es conservarlo y aumentarlo. El hecho es que hay muchos hombres que han tenido la habilidad de crearse una fortuna y la han perdido luego, por ser malos financieros. Porque una cosa es saber trabajar y otra muy distinta es saber especular. A veces el que se enriquece fabricando y vendiendo artículos de ferretería se arruina adquiriendo acciones de unas minas de hierro.

Otras veces se acierta a dirigir un negocio mientras marcha bien; pero se fracasa en cuanto llegan las malas épocas que inevitablemente siguen a las buenas.

No es lo mismo crear un capital que conservarlo y aumentarlo. Esto último exige poseer ciertos conocimientos y un buen sentido de orden financiero. Un publicista inglés de extraordinarios méritos, Herbert N. Casson ha publicado sobre este asunto un admirable libro, del cual ofrecemos a continuación un extracto, cuya atenta lectura nunca recomendaremos bastante a nuestros laboriosos e inteligentes lectores.

1.—COMPRAD SOLO LO QUE CONOZCAIS BIEN

Recientes investigaciones atestiguan que de cada cien hombres, solamente cuatro hacen ahorros y saben conservar su dinero. La mayor parte de ellos hacen dinero pero lo pierden.

Por regla general los hombres de negocios hacen ahorros a los cincuenta años de edad, pero pierden el dinero después de los cincuenta años.

¿Por que? Porque han aprendido el arte de negocios, que es el arte de hacer dinero, pero no el arte de las finanzas, que es el arte de conservarlo.

Probablemente todos los hombres de negocios que leen estas líneas han sufrido alguna vez en su vida una gran pérdida por no haber observado este primer mandamiento de los especuladores: "Comprad sólo lo que conozcáis".

Es un hecho, curioso el que casi todos los hombres de negocios compran deshechos cuando empiezan a invertir su dinero. Invariablemente adquieren participaciones en negocios que no conocen ni pizca.

El hombre que comienza a trabajar en el mundo de las finanzas desea obtener grandes beneficios. Desdeña el 6 o el 7 por ciento. Necesita el 15. Ha oído hablar de beneficio del 20%.

Necesita una cosa perfecta. Por lo tanto, como la perfección nunca puede tenerse en casa, invierte su dinero en fincas que están a 1000 kilómetros de distancia.

En una palabra todos los aficionados financieros son, por regla general, perseguidores de quimeras. Hasta el tendero más práctico suele invertir los primeros 1000 pesos que ahorra en especulaciones sin valor, descritas en impresos editados por soñadores o pícaros, tales como bosques inexplorados del Africa o compañías dedicadas a negocios turbios en América del Sur o en las Baleares.

Casi todos los hombres de negocios de más de cincuenta años tienen en su poder un pequeño paquete de acciones de sociedades absurdas. Los tienen atados con un trozo de cuerda, y la única cosa de valor real que hay en el paquete es la cuerda.

En cuestiones financieras nunca se debe creer lo

que se oye. Se debe adoptar el principio filosófico de Descartes: "El principio de la sabiduría es el saber dudar".

Un consejo no pasa de la categoría de una opinión. A menudo es una mentira preconcebida. De cada diez veces, en nueve, los consejos para comprar vienen de los vendedores y los consejos para vender de los compradores.

Conviene no olvidarlo.

2.—NO OS DEJEIS ENGAÑAR POR PROSPECTOS.

Por lo que hace a los folletos, circulares y prospectos, no son mucho mejores que los consejos verbales... Existen en las ciudades muchos inteligentes malarabistas de las palabras capaces de redactar un prospecto en elogio de un coche de ruedas, que lo eleva a la categoría de un automóvil de marca.

Los folletos y las circulares son casi siempre tan verídicos en sus asertos, como las aventuras de Robinson Crusoe. Se basan generalmente en una misma realidad y sobre ella levantan un maravilloso edificio imaginativo.

3.—INVERTID VUESTRO DINERO EN LO VUESTRO.

Comprad sólo lo que conozcáis. Si sois tenderos de ultramarinos colocad vuestro dinero en acciones de la mejor compañía que venda vuestros artículos. Si sois ferroviarios, en obligaciones de la empresa más sabiamente regida.

Si sois constructores, comprad tierras. Si sois viajantes, comprad acciones navieras. Si ejercéis una profesión liberal y no sabéis nada sobre industrias o sobre comercio, comprad títulos de la Deuda Pública.

En todo caso, siempre que podáis, invertid vuestro dinero en negocios que os sean algo familiares. Invertidlo en vuestra propia ciudad. Comprad lo que podáis ver.

Los campos lejanos parecen verdes, pero no están la mitad "de verdes" que vuestra mentalidad si invertís vuestro dinero en ellos.

4.—ANTE TODO, COMPRAD VUESTRA CASA

Ante todo, comprad la casa en que vivís. Después, comprad la contigua. La experiencia que obtenéis como casero, os curará pronto de la idea de perseguir quimeras.

Si no existe una finca cercana a la vuestra en que podáis invertir vuestro dinero, comprad participaciones en los negocios de aquellas casas reputadas con las que hayáis estado en relaciones, por lo menos, durante treinta años.

El negocio que ha repartido dividendos durante 30 años, puede calificarse de bueno, salvo contingencias imprevistas.

Peró invertid siempre el dinero en un asunto que conozcáis. El negocio que conocéis es aquél en que menos riesgos corréis de engañaros.

5.—BUSCAD SIEMPRE LA GANANCIA.

Muchas veces habéis oído decir a un hombre: "Me pesa no haber vendido tal cosa cuando tuve ocasión de hacerlo". Probablemente, también, casi todos habréis pronunciado la frase anterior.

Pocas personas prudentes vendieron mucho en los años de 1918, y 1919. Las muchísimas que no lo fueron, compraron cuanto pudieron.

Todo el mundo suele comprar cuando los precios están caros. Aunque tengan existencias de géneros, siguen comprando porque los demás compran.

Muchas gentes que podían haber vendido sus bienes en 1918 y 1919, los conservaron, negándose a venderlos. Si hubiesen sido cuerdos, habrían vendido todos los títulos de propiedad que poseían. En 1922 los habrían vuelto a adquirir por la mitad de su valor de 1918 y 1919.

Es mucho mejor el obtener pequeños beneficios rápidamente, que el obtener un eventual beneficio, aunque sea mayor, a largo plazo. Las palabras "eventual" o "probable" son de un valor muy problemático en la corta vida humana, ya que el término medio de nuestra existencia no excede a la cifra de 40 años.

La vida es corta. El futuro es incierto. Conviene, pues, no desaprovechar las ocasiones que se nos presentan.

Recuperad vuestro dinero aumentándolo, aunque sea en pequeña proporción, cuanto antes podáis. Las ganancias por mínimas que sean, agregadas a lo que ya poseéis incrementan vuestro caudal. "Obtened siempre una ganancia, aunque sea pequeña".

6.—VUESTRO DINERO ESTA SIEMPRE EN PELIGRO.

En cuanto un hombre tiene dinero, muy pocas gentes le dicen la verdad. No es este un hecho real y corriente?

En cuanto se sabe que es rico, todas las personas, tanto las decentes como las que no lo son, hacen cuanto pueden para que deje de serlo, por medios lícitos o ilícitos.

El dinero de todos los hombre de negocios que se enriquecen, está en peligro y, por regla general, es más difícil conservar el dinero que ganarlo. Por consiguiente: ¡tened cuidado! No compréis más que lo que conozcáis.

7.—CONSULTAD A LOS TECNICOS.

En la selva de las finanzas no existen guías ni senderos. Todo el mundo camina a tientas, en la mayoría de los casos.

Pero existen algunas pocas personas, que se han pasado toda su vida en la selva, y por ello conocen sus vericuetos y sus peligros.

De todas esas personas, las que merecen más confianza son los banqueros. Sus consejos pueden evitaros muchas pérdidas.

Ellos pueden deciros que debéis hacer para obtener un interés del 12% a vuestro capital; pero también pueden deciros cuando debéis contentaros con un 6%.

Los banqueros pueden indicaros la manera de duplicar vuestro dinero; pero también os pueden recomendar el procedimiento para conservar seguro el que poseéis.

Pueden señalaros el sendero que conduce a la Montaña Dorada, aunque ellos saben que de vez en cuando algunos hombres por suerte o por méritos, suelen encontrarlo por sí propios, y se hacen fabulosamente ricos.

Un banquero casi siempre aconseja sin apasionamiento, y por tal razón, es el mejor consejero que puede tener en sus comienzos todo aquel que desee invertir su dinero en negocios seguros.

Suele ocurrir que, andando el tiempo, adquiera el

negociante tal experiencia que pueda prescindir del consejo de su banquero, pero no es lo corriente.

En la época actual, sobre todo, yo me atrevo a recomendar a los hombre de negocios que confíen seriamente en su banquero.

8.—COMPRAD DE LOS PESIMISTAS. VENDED A LOS OPTIMISTAS.

La mayor parte de las gentes son optimistas cuando los negocios están en auge y pesimistas cuando en baja. Es natural que sean así; es la posición más fácil y más cómoda.

Pero el hombre que hace dinero es el que es pesimista en las épocas de auge y optimista en las épocas de depresión.

"Comprad siempre a los pesimistas".

"Vended siempre a los optimistas".

Las contadas personas que tienen el valor de hacer esto, se enriquecen y son dignas de poseer todo el dinero adquirido.

Son los "puntales" del mercado. Ellos impiden a las multitudes incoscientes que de precien y envilezcan las mercancías, que es lo que las multitudes suelen hacer.

9.—NA TENCAIS EL DINERO PARADO

El Capitalista más inteligente del mundo, es el vendedor de periódicos. "Obtiene un beneficio del 200% al día". ¿Cómo? Moviendo su dinero y su mercancía.

Sale a la calle por la mañana con un chelín. Compra 20 periódicos y los vende por un chelín y ocho peniques. Repite la operación dos veces al día. Al finalizar la jornada, tiene tres chelines. Ha vendido 60 periódicos y obtenido dos chelines de ganancia.

(Se concluirá)

“FILIPINAS”

Compañía de Seguros
“FILIPINAS BUILDING”
21 Plaza Moraga, Manila

Aceptamos Seguros de:

INCENDIOS
MOBILIARIO
MERCANCIAS
VAPORES
AUTOMÓVILES

FIANZAS Y GARANTÍAS
PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS
SE ALQUILA LOCAL PARA OFICINAS

Diríjanse a la:

Oficina Central Segundo piso

“FILIPINAS BUILDING”

Teléfonos 2-22-42

P. O. Box No. 745.

MANILA

DE PARIS A BUENOS AIRES

EN 73 HORAS

—oO—

Tal es al magnífico record que acaba de establecer la aviación comercial francesa, efectuando un enlace completamente aéreo entre París y Buenos Aires. Salido de París el domingo 7 de abril a la una, el correo aéreo Francia-América del Sur llegó a Natal el lunes a las 19 y 40, a Rio de Janeiro el martes a las 13 y media y a Buenos Aires el miércoles a las 2 y 20. Sobre el recorrido Europa-Brasil, los aviones de Air-France han aventajado pues al dirigible en más de 27 horas, pues el **Conde Zeppelin**, salido de Friederichshafen el sábado 6 de abril a las 20 y 30 no llegó a Pernambuco sino el martes a las 19 y media.

A su regreso dicho correo, volviendo de Buenos Aires a París en 78 horas, ha ganado 5 horas sobre su precedente record (no hay que olvidar que el trayecto Buenos Aires-París, exige siempre más tiempo que el de París-Buenos Aires. Con la regularidad de un reloj, el correo salido de Buenos Aires en un avión trimotor, pasó a un monomotor de Rio de Janeiro a Natal, luego el hidroavión **Dumont** lo transportó a Dakar, cruzando así el Atlántico por la 14a vez. De allí un trimotor lo condujo a Casablanca, otro trimotor lo llevó de Marruecos a Tolosa y un último avión terminó el trayecto de Tolosa a París.

Viaje maravilloso, seguido de día y de noche, sin perder un instante, por una serie de aparatos diferentes tripulados por docena y media de pilotos experimentados. Bellísimo triunfo debido por una parte a la calidad del material mecánico y por otra a la admirable organización y al espíritu de disciplina y de abnegación del material humano.

Brillante testimonio de los esfuerzos de la industria francesa para el desarrollo de la aviación comercial, bajo la autoridad activa del General Denain, ministro del Aire.

Hay que recordar que la red aérea francesa es actualmente la más importante del mundo, después de la de los Estados Unidos y cubre hoy 43.000 kilómetros, Recorre ya a Europa, donde pronto alcanzará a Moscú, surca el Africa y se extiende por Asia hasta la Indochina. Pero es la línea de América del Sur la que le da su carácter verdaderamente mundial. Desde el principio del año pasado la **Croix du Sud**, el **Santos Dumont** han atravesado treinta veces el Atlántico Sur en servicio normal, a las fechas y horas fijadas de antemano. A esta absoluta regularidad que ha retenido la atención del mundo aeronáutico entero, se agrega desde ahora el máximum de velocidad.

En 1935 la flota del Atlántico Sur comprenderá dos aviones ligeros y rápidos destinados al flete postal, dos aviones pesados y varios hidrocaviones.

Por último, el enlace con la América del Norte, aunque de porvenir más lejano, no se ha perdido de vista por el ministro del aire. A pesar de la dificultades técnicas y materiales que hay que resolver, Francia ha tomado ya posición ante este gran problema de orden internacional.

El mayor hidroavión del mundo

Posee Francia el mayor hidroavión del mundo, el **Lieutenant de vaisseau Paris**, construido por las fábricas Latecoere. Este aparato gigante, de 32 metros

de largo, pesa 37 toneladas. Sus alas tienen una envergadura total de 50 metros y una anchura de 7. Seis motores Hispano-Suiza, de una potencia total próxima de 6.000 caballos, aseguran la propulsión de este gigantesco barco volador. Podrá transportar hasta 72 pasajeros.

A pesar de sus enormes dimensiones, la velocidad del **Lieutenant de vaisseau Paris** será unos 250 kilómetros por hora. Su radio de acción podrá alcanzar 4.300 kilómetros, permitiéndole atravesar el Atlántico Norte en dos etapas, por las Azores, con 30 pasajeros y 8 hombres de tripulación.

La disposición interior de este paquebote aéreo comprende un lujo extraordinario. En el piso inferior del casco se ha previsto la instalación de un salón con veinte butacas y mesas, seis camarotes de lujo con dos camas y gabinetes de tocador, un camarote para veinte pasajeros sentados, un bar y una cocina. En el piso superior, detrás del puesto de mando, el de los pilotos, el de los mecánicos y, por último, un salón que podrá transportar dieciocho pasajeros sentados.

Este aparato ha aprovechado todos los adelantos realizados en el transcurso de estos últimos años en todos los dominios de la construcción aeronáutica. Mayor que el Do.X es también mucho más rápido gracias a sus cualidades aerodinámicas. Esta realización honra grandemente la técnica francesa y el éxito de los ensayos en curso justifica las esperanzas que representa para la gloria de las alas francesas.

Una victoria francesa

Señalemos por último que se ha terminado muy recientemente un certamen internacional organizado por el gobierno brasileño en Rio de Janeiro con objeto de determinar las cualidades del mejor avión-escuela. Las principales casas americanas, inglesas y polacas participaban en dicho certamen en que estaba representada Francia por la casa Morane-Saulnier. Después de pruebas proseguidas durante cerca de cinco meses, son los dos aviones Morane-Saulnier, con motores Salmson los que salieron vencedores del certamen y los que por sus brillantes realizaciones se afirmaron superiores a sus competidores.

Este éxito reciente pone en evidencia las cualidades de la industria aeronáutica francesa, siempre capaz de rivalizar, para conseguir el primer puesto, en todos los mercados del mundo.

René CORNILLE.

—oO—

Disfraz

El segundo día de Carnaval se presentó delante del Jurado una máscara que iba vestida con una colcha amarilla, y que llevaba en la mano un gran ramo de perejil.

Un señor le preguntó qué representaba aquel disfraz, y la mascarita contestó:

—¡Voy de tortilla a la francesa! ¡Y a ver si es que no estoy para comerme!...

La depreciación de la peseta

— oOo —

Hasta este momento, la baja de la moneda ha sido considerada por muchos como una calamidad nacional. Los Gobiernos han pretendido la importación de capitales extranjeros para lograr la elevación del cambio; han elevado el descuento con el mismo motivo y han tendido, en fin, por todos los medios a asegurar por lo menos una estabilidad a nuestra valuta cuando no creían favorable la situación para pretender un alza en el valor de la misma.

Hoy la situación ha variado. Comienza a hablarse de la conveniencia de desligar la peseta del sistema que la une al franco y demás monedas del llamado bloque oro. Se insiste en la necesidad de una nueva depreciación. Y en verdad que no faltan argumentos para defender tal política.

En primer lugar, el Centro Oficial de Contratación de Moneda se ve y se desea en estos momentos para servir los pedidos que se le hacen. La balanza de pagos es deficitaria, como la mercantil. El deudor español, al extranjero abona con toda puntualidad sus débitos en el Banco de España y el Centro Oficial, por falta de divisas, retrasa hasta meses enteros— y con algunas naciones varios meses—el pago al acreedor extranjero. El crédito nacional se resiente, y como consecuencia sobreviene el encarecimiento de precios para los artículos adquiridos por España por el recargo del interés que devengarían los montantes de las facturas en el tiempo que quedan retenidos en poder del Centro Oficial. O sea que el retraso en el pago es, en primer lugar, mal síntoma, pues indica claramente las dificultades de manejo del fondo de maniobra y su exigüedad en relación con el déficit de nuestra balanza, y en segundo lugar, no produce más que perjuicios para el comprador español y para el vendedor extranjero.

Para evitar este inconveniente no hay más solución que vender oro o aumentar por algún sistema nuestras exportaciones y nuestra balanza de pagos.

El aumento de nuestras exportaciones es difícil lograrlo. Más aún: estamos en un momento en que peligran las que se consideraban más seguras. El sistema seguido por todas las naciones hace peligroso el conjeturar nada favorable. Un contingente cualquiera de los hoy en moda puede dar al traste con el negocio de exportación mejor cimentado. Y por si esto fuera poco, la denuncia del Tratado Comercial con Francia—única contestación posible por parte de España a las exigencias leoninas francesas—permite prever en plazo breve una disminución de consideración en nuestras ventas.

La peseta—la moneda papel del bloque oro—se adhirió a tal bloque porque en él se encontraban las naciones que más adquirirían en España. Se quiso sos-

tener una relativa estabilidad en el valor de nuestra valuta para asegurar el comercio con esos países, con los que más nos compraban y con los que más comerciábamos. Pero hoy la situación varia.

Por una parte Francia, la cabeza del grupo, deja de ser nuestra primera proveedora y nuestra mejor cliente. Bélgica, rompe su enlace con el oro y desvaloriza la moneda. Holanda lleva el mismo camino. Alemania, aunque adherida oficialmente, tiene un sistema monetario lo suficientemente complicado para constituir un grupo aparte. El «dumping» monetario alemán no permite considerar al reichsmark de exportación como moneda oro. Quedan únicamente como naciones del bloque oro: Austria—de comercio exterior con España casi nulo—, Polonia, Italia y Suiza. Frente a estas naciones, con moneda variable y en trance de baja, están: Iglaterra y todas las naciones cuyas monedas siguen las oscilaciones de la libra, y además Norteamérica con sus satélites. Suecia, Noruega, Sudamérica, etc., tienen para España un valor muy superior que la que representan las naciones antes indicadas del bloque oro.

Y en lugar de seguir sosteniendo a nuestra moneda en una paridad elevada con relación a la libra y el dólar, en lugar de mantener el equilibrio con el franco, que cada vez nos interesa menos; en lugar de tener un sistema monetario filial del de Francia, que cada día nos proporciona un motivo más de desconfianza económica, debemos independizarnos y adoptar la postura que nos resulte más cómoda y segura. La que mejor resultados pueda producir en la producción y comercio españoles.

Así que, en resumen, la disminución de nuestras ventas a los países del patrón oro y el aumento, en proporción, a los de divisa no estabilizada y la necesidad de revalorizar el crédito nacional, ahora comprometido, nos fuerzan a seguir precisamente la corriente que, sin intervención gubernamental, produciría también la baja de nuestra moneda.

Pero si prescindimos del aspecto exterior y nos basamos en causas interiores, llegamos a las mismas consecuencias. España sufre hoy una crisis debida en gran parte a la baja productividad del trabajo por múltiples causas. El jornal español resulta el más caro del mundo si se mide, no en pesetas por duración de jornada, sino en rendimiento efectivo del mismo. España tiene altos precios de producción, tiene altos precios de exportación. Para poder competir en el mercado mundial es preciso que tales precios se reduzcan. Es tan necesario esto que, de no conseguirlo, tenemos que resignarnos a sostener una economía ficticia, basada en cimientos artificiales, sostenida por el favor oficial, por la buena voluntad de los demás, cuan-

do España debe y puede tener una sólida base para muchas ramas de producción. Para conseguirlo, como es necesario, se debe sacrificar algo; y lo más propio para tal sacrificio es lo artificial, lo menos real, lo menos útil.

Para disminuir el costo de producción, para acrecentar nuestras exportaciones, va camino de resultar necesaria la desvalorización de la peseta. Mejor dicho; no debemos desvalorizarla, debemos dejar que naturalmente decaiga su valor sin gastar energías estérilmente para conseguir un efecto pasajero que acaso no sea conveniente. Empeñarnos en que la peseta, sin estar garantizada en efectivo por unos gramos de oro guarde siempre misma proporción con el franco, en lugar de realizar esta operación con la libra o autónomamente, es muy posible que resulte nocivo.

Francia creó todo un sistema ultraproteccionista para defender, sin tocar la paridad oro de la moneda, el capital francés capitidismínuido por la anterior estabilización. España no se encuentra en tal situación, sino más bien en la contraria, pues el capital español esta más reducido todavía, pero no a consecuencia de una baja en el valor de la moneda—que no le afectaría por el momento—, sino a causa de un complejo de medidas políticas y sociales en absoluto desligadas del problema monetario.

España tiene que defender su economía vital, su trabajo, la productividad efectiva de su capital. Y para esto, visto el fracaso de la política de contingentes, copiada simiescamente de Francia, debemos emprender el camino de la desvalorización hasta equiparar el valor adquisitivo de la peseta en el extranjero, al que tiene en España.

La exportación española, la más perjudicada con las medidas estatales en estos últimos tiempos, la que más ha sufrido la repercusión de los sistemas autoritarios de otros países, será la primera y más directamente beneficiada con esta medida, siquiera como compensación a los innumerables quebrantos, de todos los órdenes, que ha sufrido últimamente.

IRURZUN

—oOo—

Siempre se aprende algo

Galicia acaba de conmemorar con solemnes veladas literarias el centenario del natalicio de su gran poeta Pondal.

El ilustre bardo fué en sus mocedades estudiante arriscado y travieso, y más tarde, ya médico de la Armada, conoció las picardías del soldado.

Sin embargo, la aventura más graciosa le ocurrió con una bella aldeana. Diola en perseguir una tarde Pondal, cuando aquélla subía al monte. La muchacha, observando la perseverancia de su perseguidor, le dijo:

—Don Eduardiño, dixéronme que ten os pes moi finos. ¿Pode enserñarnos?

Pondal se resistió al principio; pero como insistiese la rapaza, accedió a quitarse los zapatos y los calcetines. Entonces, la aldeana echó a correr monte arriba y, riéndose, le gritaba:

—Xa pode seguirme, don Eduardiño; pero non se lastime os pes.

Pondal tuvo que abandonar aquella empresa amorosa, porque el monte estaba lleno de tojos y espinos. Cuando refería esto, solía decir:

—Aquella muchacha sabía más que los estudiantes y los soldados.

—oOo—

Grito a bordo

El señor Gómez Chaix pronuncia un discurso de cuatro horas en el Congreso. Cuando todo el mundo cree que el orador, por fin, ha terminado, afirma éste muy formal:

—He tratado muy a la ligera varios temas, pero ahora me voy a ocupar en serio de los accidentes marítimos, y particularmente de los naufragios...

Una voz en las tribunas:

—¡Sálvese el que pueda!

FERNANDEZ HERMANOS

COMERCIANTES

IMPORTADORES, EXPORTADORES, NAVIEROS Y AGENTES DE VAPORES

ADMINISTRADORES GENERALES DE:

“Compañía Marítima”

“Manila-Compañía de Seguros”

“El Varadero de Manila”

“Philippine Engineering Company”

“Philippine Steamship Company”

AGENTES DE:

North British and Mercantile Assurance Company”

“Atlas Assurance Company, Limited”

DIRECCION CABLEGRAFICA

OFICINA PRINCIPAL:

FERNANDEZ MANILA

109 JUAN LUNA, MANILA

Apartado No. 85—Tel. 2-32-32

Notas del Exterior

—oOo—

Las estadísticas publicadas por la Sociedad de las Naciones señalan que, en el mes de febrero último, el comercio mundial evaluado en oro no representa más que 31,0 por 100 del valor promedio alcanzado en 1929, es decir, que bajó a algo menos de un tercio.

—Un consejero del Reichsbank enumera los obstáculos con que lucha la exportación alemana que son:

Primero: la depreciación monetaria en numeros s países competidores; segundo: las tarifas proteccionistas; tercero: los contingentes; cuarto: las nuevas industrias en países productores de primeras materias; quinto: la disminución del poder de compra reducido de los países; sexto: el poder de compra reducido de los países que han hecho la política de deflación; séptimo: los factores psicológicos alentando a los compradores extranjeros a no comprar nada alemán; octavo; los "clearings" y acuerdos de compensación; noveno: los defectos del sistema actual de crédito internacional.

En realidad, esos obstáculos son los mismos para todos los países, aunque naturalmente entre éstos, los que más sufren son los de gran industria exportadora como Alemania. La propaganda que se viene desarrollando para que no se compren artículos extranjeros, no es exclusiva contra Alemania, sino universal. Así en Inglaterra el lema es "comprad inglés", como en Francia el de "comprad francés."

—En los círculos internacionales es objeto de comentarios el hecho de que Alemania, no obstante quejarse de la falta de moneda extranjera, realice fuertes importaciones de materias primas y otros elementos para sus industrias de guerra.

Alemania, desde luego, no necesita importar municiones ni armas, puesto que posee una industria perfectamente montada para su fabricación. Pero, sin embargo tiene que importar la mayoría de las materias primas, especialmente los metales; precisamente durante el año 1934 aumentó considerablemente la importación del año anterior. Así por ejemplo las importaciones de mineral de hierro durante 1934 se totalizaron en ochenta y ocho millones de marcos, mientras que en el anterior fueron de cincuenta y ocho millones. Igualmente aumentaron las importaciones de aluminio, acero en bruto y níquel. La importación de otros metales como, por ejemplo, el cobre, y el mineral de cobre disminuyeron.

No se puede decir que todo el aumento experimentado en la importación de metales haya sido destinado a la producción de armas, pero de todos modos el rearme influyó extraordinariamente en hacer elevar las cifras de importación.

Los minerales de metales los suministran diversas naciones. La mayoría del mineral de hierro procede de Suecia, pero cantidades también de importancia vienen de Francia y el Norte de España. La mayoría del cobre procede de los Estados Unidos. Otros abastecimientos proceden de Africa del Sur, Bélgica, Congo, Chile. Las dos terceras partes del mineral de manganeso lo adquiere Alemania de la Unión soviética. Las tres cuartas partes del mineral de níquel de las posesiones inglesas y norteamericanas. La hojalata,

de las Indias Orientales, de Holanda y Mala inglesa.

En lo que se refiere a las mercancías fabricadas utilizables en los armamentos de la mayoría se producen en Alemania, pero, sin embargo, los motores de aviones, algunas partes de éstos, así como piezas de submarinos, se cree que han sido importadas de Inglaterra y los Estados Unidos. La cuestión se plantea en cómo han sido pagadas estas importaciones. Las importaciones de Alemania durante 1934 excedieron a las exportaciones en doscientos ochenta millones de marcos. Este déficit, según se cree, ha sido cubierto con el balance de los servicios alemanes, tales como fletes marítimos.

—Las autoridades monetarias de Alemania insisten en que de ningún modo y en ningún caso se procederá a la devaluación del marco. Sin una moneda estable—dicen—no es posible tener una economía fuerte. Y además—añaden—la devaluación no nos permitiría aumentar nuestras exportaciones y, por el contrario, nos obligaría a pagar a un precio más caro las importaciones que debiéramos realizar, y lo esencial para nosotros es aprovisionarnos de primeras materias industriales y alimenticias, porque el futuro de nuestra economía interior y de nuestro comercio exterior depende principalmente de nuestra provisión de materias primeras.

—La ciudad de Dantzi ha devaluado su moneda en la proporción de 100 florines antiguos por 170 nuevos.

—En Francia, uno de los principales propagandistas de la devaluación, el exministro M. Paul Reynaud, ha dado una Conferencia en París, en una reunión de comerciantes, sobre su tesis, que mereció la aprobación de los reunidos. Pero, por el contrario, los presidentes de las Cámaras de Comercio francesas han adoptado una resolución en la que ponen en guardia contra una desvalorización del franco y piden a las autoridades que se opongán a toda clase de ataques contra la moneda, vengan dentro o de fuera.

También el expresidente del Consejo de ministros y reputado hacendista M. Caillaux se ha manifestado en contra de las manipulaciones monetarias y ha dicho que la devaluación no es más que una "deflación hipócrita, la deflación en la cobardía."

Lo que preocupa en Francia es el déficit continuo en el presupuesto del Estado y en el de los ferrocarriles. Allí también se ha agotado la capacidad de tributar; y así dicen:

Ningún Gobierno podría pensar en aumentar las cargas de los impuestos. El resultado sería inevitable: sufriría el impuesto mismo; el impuesto devoraría su propia substancia. Ya se ha abusado del empréstito, que repetido con demasiada frecuencia, contribuye también a la ruina de la actividad nacional. Precisamente por esto, el Gobierno está firmemente decidido a desistir del sistema seguido por sus predecesores, o sea vivir indefinidamente de empréstitos y de impuestos. No se puede seguir agobiando al contribuyente, ya agotado.

—En Suiza, el Banco Nacional ha tomado las medidas necesarias para la defensa del franco. Así ha elevado el tipo de descuento y ha adoptado disposiciones para contener la especulación, rehusando todo crédito que pudiera servir para especular con el franco a la baja. También ha invitado a los Bancos a que sigan su ejemplo y adopten una política análoga a la suya. Como la posición técnica del Banco Nacional suizo reposa en sólidos cimientos, inevitablemente ha de fracasar cualquier ataque contra el franco, a no ser que encuentre apoyo en la huida de capitales de los indígenas mismos. Será preciso esperar el resultado del "referendum" del 3 de junio, para formarse una idea exacta sobre las posibilidades de una devaluación, que en este momento parece imposible, como también parece imposible la del florín holandés.

—Según el "Economist", la situación económica de Inglaterra sigue progresando. El índice de la actividad comercial ha crecido durante el primer trimestre del año actual, en comparación con el de 1934, de 100 a 113. Además, se observa un progreso en la industria de la construcción, del acero y otras, aunque en las minas de carbón la producción sigue su descenso.

—Se han efectuado las pruebas del paquebote francés "Normandie", el nuevo gigante del mar, cuyas dimensiones superan a todas las hasta ahora logradas, como lo demuestran estas cifras: largo, 313,75 metros; ancho, 36,40; arqueó, 80.000 toneladas.

Ha alcanzado en las pruebas una velocidad horaria de 31,7 nudos, lo que representa 58 kilómetros 708 metros. Ello permitirá al "Normandie" atravesar el Atlántico en un tiempo "record". El día 29 de mayo actual saldrá del Havre para realizar su primer viaje a Nueva York.

—El día 15 del corriente serán inaugurados los servicios aéreos de la Compañía Air France entre París-Burdeos y Madrid, que esta Compañía explotará en combinación con la "Líneas Aéreas Postales Españolas".

—Comunican de Roma que tras un paréntesis inexplicable, o al menos inexplicado, van a reanudarse las conversaciones en Roma para un acuerdo comercial entre España e Italia.

En el "Diario Oficial" ha aparecido un decreto aboliendo la tasa que pesaba sobre las conservas españolas, que así hasta que se firme el nuevo acuerdo quedan sujetas únicamente a las restricciones de la ley Arancelaria.

En hacer desaparecer estas restricciones gira todo el interés de la Delegación de España, la cual propone a la italiana el retorno a la situación del año 1934, en la que la balanza comercial aparece con un ligero saldo a favor nuestro, mientras la balanza de pagos le es favorable a Italia.

Cámara Oficial de Comercio Española de Filipinas

CONVOCATORIA

Por orden del Sr. Presidente y tal como se dispone en el Art. 26, capítulo IV de nuestro Reglamento por la presente se convoca a todos los socios de nuestra Cámara a la Junta General Reglamentaria que tendrá lugar el día 10 de Agosto próximo a las seis de la tarde en el salón de Juntas de la Casa de España.

Los asuntos a tratar serán los siguientes:

- 1.—Lectura, discusión y aprobación de la Memoria redactada por el Secretario.
- 2.—Exámen y aprobación del Balance correspondiente al ejercicio cerrado.
- 3.—Provisión de cargos vacantes.
- 4.—Presentación por los Sres. Socios de las proposiciones que estimen convenientes para el mejor cumplimiento de los fines sociales.

Manila, 10 de Julio de 1935

ANTONIO FERRER
Secretario General

¿Donde estan los negocios?



El prestigioso publicista inglés, Hebert N. Casson nos brinda una lección de energía al invitarnos a pensar dónde están los negocios en vez de pensar en cómo están. Porque ya sabemos que están malos y no es práctico insistir sobre ello. Lo que es necesario y fructífero es averiguar donde están. Y no hay que olvidar que el buen cazador siempre vuelve con caza, mientras otros regresan al puerto aburridos y desalentados.

Dice así su artículo, que consideramos de mucha actualidad difundir.

«En vez de decir a los demás: «¿Cómo están los negocios?», que es una pregunta tonta que se prodiga demasiado, tendríamos que preguntarnos a nosotros mismos, y también a los demás: «¿Dónde están los negocios?»

«Cómo están los negocios?, es una pregunta que sólo sirve, en los tiempos que corremos, para encauzar la conversación hacia un tono de pesimismo. Al que el negocio le va bien, dice que le va regular; al que le va regular, dice que le va mal, y al que le va mal, aun exagera la nota. Pero supongamos que cambiamos de táctica y que adoptamos esta otra muletilla: «¿Dónde están los negocios?». El tono de la conversación iniciada así será otro, y no es improbable que, en vez de lamentaciones, oigamos iniciativas.

En estos tiempos de dura competencia, el papel del hombre de negocios debe ser un poco como el del explorador. Debe buscar gentes que existen, que pueden ser sus clientes, pero a las que él no conoce, ni sabe donde están.

Son pocas las casas que tienen clientela bastante para hacer un beneficio de un 10 por 100. Venden lo preciso para cubrir sus gastos y mantenerse a flote. Pero si esas casas lograsen aumentar tan solo en número de sus clientes en un 10 por 100, harían beneficios apreciables. Esto, naturalmente, es bastante difícil, porque las estadísticas demuestran, y todos podemos observarlo a *simple vista, que hay, proporcionalmente, más tiendas y más fábricas que clientela. En otros términos, hay más producción que venta.*

Por eso los precios de las cosas están tan bajos, y por eso los bajan todavía más los comerciantes que creen que con una baja desafortunada lograrán vencer la crisis. Error: no consiste el remedio en bajar los precios, sino en preguntarse: «¿Dónde están los negocios?» y en hacer una búsqueda inteligente de clientela nueva, de los artículos o servicios que esa clientela apetece o necesita y de medios originales y eficientes de dárselos a conocer.

Estos sistemas parecen amplísimos, pero, en realidad son muy pocas las casas que los ponen en práctica. No se emplea bastante tiempo, ni bastante dinero, en buscar mercado, ni en buscar clientela, ni en estudiar los productos. Sin embargo en N. América pasan de 10.000 las personas, hombres y mujeres, que se dedican a investigaciones de esta clase, al servicio de las entidades comerciales más importantes de aquel gran mercado.

Y crean ustedes que los resultados compensan el dinero y el esfuerzo invertido: Se eliminan prejuicios

y obstáculos y se descubren mejores métodos de venta.

Los productores de plátanos hicieron una de estas investigaciones y se enteraron, así, de que existían entre el público dos prejuicios muy arraigados contra el consumo de esa fruta. Uno de ellos era creer que el plátano era indigesto, y el otro que hacía engordar. Una publicidad bien enfocada, pudo demostrar que el plátano no hace engordar y, que, comido maduro, no es indigesto.

También se logró saber, por el mismo sistema, que el plátano es consumido más generalmente por los niños que por los adultos, e igualmente una publicidad adecuada dió resultados excelentes.

Si es útil buscar clientes nuevos, lo es más aún no perder los que ya se tienen. Ganar clientes por un lado y perderlos por otro, es echar agua en un cesto.

Si una persona deja de comprarnos, no debemos dejar pasar mucho tiempo sin averiguar por qué nos dejó. Lo mejor es dirigirle una carta en términos parecidos a éstos: «Nos querrá usted hacer el favor de decirnos por qué ha dejado de favorecernos? Si no le hemos servido por inadvertencia o descuido, todo lo bien que nosotros deseamos y que usted merece, estamos dispuestos a subsanar nuestra falta, si tiene usted la amabilidad de explicarnos en qué ha podido consistir». Si a esta carta se le acompaña un sobre para la contestación con su correspondiente franqueo, es seguro que retornarán por lo menos la tercera parte o la mitad de los clientes perdidos.

Un gran almacén envió cartas así a 258 clientes que habían dejado de comprar. De esos clientes perdidos se recuperaron 91.

Un hecho evidente en el comercio, que conviene, por tanto no olvidar, es que nadie vende a todo el mundo. Cada almacén, cada negocio tiene su clientela entre una determinada clase de la sociedad. Por eso las casas deben estudiar y clasificar su clientela normal. Si se lleva a cabo un estudio de esta clase, se llegará, indefectiblemente, a las siguientes conclusiones:

1.º Hay que hacer muchos anuncios, pero más efectivos. Vale más intensificar la propaganda, aun a costa de reducir el espacio de los anuncios.

2.º Hay que enfocar la publicidad hacia aquellos sectores de público entre los que sea más probable que existan nuestros clientes. En tanto como sea posible hemos de tratar de hacer publicidad sólo entre aquellas personas que pueden llegar a ser nuestros consumidores.

Los anunciantes deben pensar cuales son los mercados más a propósito para colocar en ellos sus géneros o sus servicios. Muchas veces estos mercados son pequeños y en esos círculos limitados se leen publicaciones de no gran circulación y de tarifas publicitarias más módicas que las de la gran prensa, pero cuyo anuncio es más eficiente, porque esa prensa especializada es leída intensamente. ¿De qué sirve pagar propaganda por valor de una circulación de 100.000 ejemplares, si ese anuncio puede interesar sólo a un dos o a un tres por ciento de lectores?

Todos estos hechos que son muy ciertos, parecen ser ignorados por muchos anunciantes—dice Casson y muy palpable en cierto sector del comercio almacenero minorista, ese precisamente que se destaca por la venta de mercaderías al costo o a menos de él, agregamos nosotros—que creen que la mejor propaganda es la que pudiéramos llamar «universal». Pero esta publicidad «universal» es cara. El anuncio debe ser «universal», pero entre aquellos medios o círculos en que se halle nuestra masa de compradores. Una fábrica de perfumes, por ejemplo, debe intensificar especialmente su propaganda en las revistas leídas por el público femenino; las de modas, etc. Una Compañía de Seguro o de Navegación deberá anunciarse en las revistas comerciales, y así, por este estilo, todo productor o vendedor podrá encontrar, mediante un estudio de los medios en que está situada su clientela, el vehículo más apropiado para llegar a la misma.

De modo que, como puede verse, la pregunta «¿Dónde están los negocios?» que comenta Casson, puede ser contestada de una manera práctica y definitiva. Los comerciantes deben crear las ventas y buscar a los clientes, no esperar que los clientes los vayan a buscar a ellos. Una casa debe buscar clientes como un cazador de leones busca leones. A veces una

casa descubre por cualquier detalle que todo su sistema administrativo y de ventas es equivocado a ineficaz. Entonces no hay más remedio que tirar a rodar lo mal construido y rehacerlo.

Los negocios modernos exigen acometividad, espíritu de lucha, tesón, energía, y sobre todo, serenidad. El éxito está arriba, en la cumbre de las montañas de rudos caminos, pero está, y todo el que vaya bien pertrechado de ilusión, de energía y de optimismo puede llegar a alcanzarlo.

El éxito está al final del áspero camino de la lucha, pero todo el mundo puede ir por él. Todas las gentes de aquí y del mundo gastan al año miles de millones de pesos en adquirir los artículos y los servicios que les hacen falta. Todo hombre que tenga artículos o servicios que ofrecer, puede optar a una parte de ese río de oro, suficiente para proporcionarle una vida tranquila y desahogada. Pero quien aspire a eso, a de ser domador del éxito, ha de ser hombre de lucha y de acción. No ha de preguntar: «¿Cómo están los negocios?», sino: «¿Dónde están los negocios?» y debe lanzarse a buscarlos.

Algunas casas, en estos tiempos de crisis, duplican sus cifras de negocios, sólo porque sus directores piensan así.

—oO—

Las relaciones en el comercio

—:—

Observaciones psicológicas sobre la simpatía y repulsión de las personas --- Algunos apuntes científicos

Una nueva ciencia, que podríamos llamar psicografía, o planimetría de las emociones, y que consiste en la descripción gráfica de las corrientes y subcorrientes psicológicas de determinada colectividad humana, acaba de surgir. Se han trazado ya planos en que aparecen las fuerzas de atracción y repulsión de los individuos entre sí, de éstos en relación con la colectividad en su conjunto, de la colectividad respecto de sus miembros individuales, y de un grupo respecto de otro grupo.

Las emociones se hallan representadas en los planos por medio de líneas de diversos colores. El color rojo simboliza la simpatía y el negro la antipatía. Si A siente simpatía hacia B, lo indica una línea roja, cuya dirección está señalada por una flecha, que va de A a B; si la simpatía es recíproca, otra línea roja con su correspondiente flecha va de B a A; si B no corresponde el sentimiento de simpatía por A, sino tan sólo indiferencia, ese estado psicológico se representa por medio de una línea azul.

Hay un plano de las emociones de 500 muchachas, en que aparecen para fines domésticos o industriales; 7,000 de esas líneas. Basta una ojeada a ese plano

para que se dé una cuenta de la diversidad de corrientes psíquicas que corren en todas direcciones, entre cada una de las muchachas de un grupo, y otras muchachas del mismo grupo, entre grupo y grupo hay muchachas populares e impopulares, y de cuando hay cuando se observa a alguna completamente aislada, ya porque sobresalga en inteligencia, o ya porque, por el contrario, su inteligencia sea inferior al tipo normal; y hay también grupos aislados de los demás, igualmente por distinguirse en sentido positivo o negativo.

De particular interés es el hecho, que este estudio hace resaltar, de que el individuo que resulte aislado en un grupo no siga siéndolo cuando se le pasa a otro grupo. Los planos de que se trata exponen, pues, a la simple vista esa tupidísima red que las relaciones humanas constituyen, y al mismo tiempo permiten el estudio de tal o cual parte del conjunto, en particular. Se cree que la investigación que esto ha venido a facilitar contribuya a ensanchar el conocimiento de las influencias que ejercen, unas sobre otras, las diversas clases sociales, y que la nueva ciencia, a que al principio nos referimos, venga así a desempeñar importantísimo papel.

NOTAS DEL MERCADO

—oO—
MES DE JUNIO—1935

A B A C A

Notóse tendencias de mejoría tanto en los mercados Británico y Estadounidense como en el Mercado local.

	27 de Mayo	24 de Junio	Diferencia
Arribos a Manila y Cebú desde 1o. de Enero	584.532	696.870	112.338
Exportado para Inglaterra desde 1o. de Enero	163.958	189.650	25.692
Exportado para Continente desde 1o. de Enero	87.517	101.602	14.085
Exportado para E. U. vía Atlántico desde 1o. de Enero	108.290	122.478	14.188
Exportado para E. U. vía Pacífico desde 1o. de Enero	28.610	35.510	6.900
Exportado para Japón desde 1o. de Enero	184.162	241.602	57.440
Exportado para Australia desde 1o. de Enero	12.787	17.934	5.147
Exportado para Otros países desde 1o. de Enero	10.725	13.466	2.741
Consumo local	10.500	12.500	2.000
Cargando actualmente para E. U. Atlántico			
Total	606.549	734.742	128.193

RESUMEN AL 30 DE JUNIO—1935

Existencia en Manila y Cebú en 1o. de Enero	156.474 fardos
Arribos totales hasta hoy	696.870 "
Total	853.344 "
MENOS embarques desde 1o. de Enero	734.742 "
Existencia en Manila y Cebú, hoy día	118.602 "
Arribos durante Junio de 1935	112.338 "
Arribos durante Junio de 1934	105.575 "
MAS en Junio de 1935	6.763 "
Diferencia de exportación hasta hoy con el año pasado más	12.341 "

M A G U E Y

He aquí la exportación desde 1o de Enero hasta fines de este mes:

A Inglaterra	910 fardos
Al Continente	13.460 "
A los Estados Unidos	4.315 "
A Japón	25.905 "
A los demás países	2.932 "
Total	47.522 fardos

C O P R A

Ha sido muy notable la flojedad del mercado durante el mes habiendose registrado además considerable bajón en las cotizaciones.

La estadística fué:

Corriente	₱ 5.30 los 100 kilos
Buen Corriente	" 6.05 " " "
Asoleado	" 6.80 " " "
Resecado	" 6.80 " " "
Id. ex-bodega	" 7.20 " " "

Las exportaciones a los distintos países hasta fines de Junio eran:

A los Estados Unidos, Atlántico	11.892 Tons.
A los Estados Unidos, Pacífico	45.160 "
A Europa	11.906 "
A China	190 "
A Japón	475 "
Total	69.623 Tons.

:—

A C E I T E

Damos a continuación las cantidades exportadas a distintos países desde 1o. de Enero en toneladas de 2.240 libras:

A los Estados Unidos Atlántico	59.658 Tons.
A los Estados Unidos, Pacífico	6.485 "
A los demás países	272 "
Total	66.415 Tons.

:—

A Z U C A R

La incertidumbre de la decisión de la Corte Suprema de los Estados Unidos sobre el asunto de este producto, ha sido la causa de la inactividad en los mercados Neoyorkino y de esta localidad.

Centrifugado No. 96a. P 7.50 pico.

Las cantidades exportadas desde 1o. de Noviembre, son:

A los Estados Unidos, Pacífico	251.965 Tons.
A los Estados Unidos Atlántico	31.664 "
Total	283.629 Tons.

:—

A R R O Z

Se notó cierta actividad en el mercado, habiendose registrado además, aumento en las cotizaciones.

Macán 1a. Blanco	P 4.90 cavan
" 2a. "	" 4.80 "
Elon-Elon No. 1	" 5.50 "
" " No. 2	" 5.45 "

:—

F L E T E S

Abacá a Inglaterra	£ 4. 1. 6 Tonelada
" " Continente	£ 4. 1. 6 "
" " Nueva York	\$ 2.25 Fardo
" " San Francisco	\$ 1.50 "
Copra a Inglaterra	£ 2. 8. 6 Tonelada
" " Marsella	£ 2. 8. 6 "
" " Nueva York	\$ 10.00 "
" " San Francisco	\$ 6.00 "
Azúcar Centrifugado a Nueva York	\$ 5.75 "
" " " San Francisco	\$ 4.25 "
Azúcar Refinado a Nueva York	\$ 7.00 "
" " " San Francisco	\$ 5.00 "

Datos Oficiales sobre Abacá
DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA Abacá clasificado oficialmente en
I.er Trimestre 1935

DISTRITO DE PRODUCCION	AB	CD	E	F	I	S2	J1	S3	G	J2	H	K	L1	L2	M1	M2	DL	DM	Y1	Y2	Y3	Y4	O1	O2	O3	T1	T2	T3	W	AS	Y	O	T	TOTAL
Albay	75	2200	1030	1862	398	852	43	406	42	5798	9	9811	4219	7432	5822	1974		3	41	6090			10	9	506	207	182282					51,139		
Leyte					24	827	467	607	3889	1579	1394	4390	1341	6868	1747	2041	2693	464	7	429	13126	872		53	253	13	417	1157	967			45,815		
N. Camarines				30	74	170	144	22	281	90	18	69	10	69	3	2041	2693	464	45	74	19		6	31	11	246	11				1,098			
S. Camarines	259	4417	1346	2175	845	1452	54	175	2	3983	136	3819	213	54	1336	13	4	3	14	1137			7	3	107	2	44	415			12,587			
Catanduanes				5	7	264	101	10	402	3983	136	3819	213	54	1336	13	4	3	14	1137			7	3	107	2	44	415			13,672			
Sorsogon	10	85	867	1721	3689	2677	1684	101	402	3983	136	3819	213	54	1336	13	4	3	14	1137			7	3	107	2	44	415			25,012			
Samar				5	10	441	42	183	1708	425	463	2062	137	2392	547	576	235	21	16	215	415			1	65	221	13	639	248	9		16,534		
N. Mindanao				27	835	835	885	577	6045	5319	1665	4475	928	2008	852	573	516	23	29	1373	5420	155		2	68	89	165	349			34,949			
S. Mindanao	3	1190	4251	13216	24072	18057	23491	14998	26747	5718	5905	4106	733	208	1952	155	4	23	27	549	443		570	176	14	451	3774	1673	522		152,405			
Jolo				1	216	1	44	158	1400	1693	307	5	5	2	2			65	20	271	357	64	20	227	186	46	365	247	92		5,196			
Varios	1	144	176	206	52	1398	164	363	908	271	336	463	141	231	244	169	104	65	20	271	357	64	20	227	186	46	365	247	92		7,361			
Total	338	7961	6896	18366	27231	28201	29112	19183	45411	27385	11344	32089	8153	19423	13486	5711	3556	586	164	3677	36053	1094	616	652	1474	982	6303	6987	4329		365,769			
Tanto por ciento	0.1	2.2	1.9	5.0	7.4	7.7	7.7	5.2	12.4	7.5	3	8.8	2.2	5.3	3.7	1.6	1.0	0.2	1.0	9.4	0.3	0.2	0.2	0.2	0.4	0.3	1.7	1.9	1.2			100%		

Número de Fardos y Fibras de Abacá (Beneficiado)

DISTRITO de Produccion	AD-1	AD-2	AD-3	AD-4	AD-Y	AD-O	AD-T1	TOTAL
S. Mindanao ..		1352		309	132		143	1,936

Número de Fardos de Maguey

DISTRITO de Produccion	Mr.-1	Mr.-2	Mr.-3	Mr.-Y	Mr.-O	Mr.-T	Mr.-W	Total
S. Ilocos								
Bohol		358	2058	1132	16	27		3,591
Cebu		6204	18627	7555	127	242		32,755
Varios		178	210	204	107	106		805
Total		6740	20895	8891	250	375		37,151
Tanto por ciento		18.1	56.3	23.9	0.7	1.0		100%

Número de Fardos y Fibras de Canton

DISTRITO de Produccion	CAN-1	CAN-2	CAN-3	CAN-4	CAN-X	CAN	TOTAL
Albay	117	7634	127	1198	197		9,173
S. Camarines	19	495	117	61	5		719
Catanduanes					27		
Sorsogon							
Total	136	8029	244	1259	229		9,897

Comercio Exterior de Filipinas

ESTADÍSTICAS OFICIALES DE LA OFICINA DE ADUANAS

Importaciones del mes de Mayo, 1935

ARTÍCULOS	M A Y O	
	1935	1934
Aluminio y sus manufacturas	10,678	31,616
Animales:		
Otros animales	2,453	284
Bronce y sus manufacturas	39,455	35,530
Comestibles:		
Arroz	(a) 49,565	(b) 21,391
Harina de trigo	360,633	272,689
Otros comestibles	89,581	72,536
Automóviles sus partes:		
Automóviles	307,465	194,069
Partes de	102,942	101,328
Otros coches, carruajes, etc., y sus partes...	62,667	40,909
Cemento	2,618	23,113
Productos químicos y medicamentos.....	380,331	311,738
Relojes y sus partes.....	25,070	13,233
Carbón	105,557	120,011
Cacao, y sus manufacturas.....	74,840	50,356
Café, y sus preparados.....	108,668	49,196
Confecciones	52,609	45,057
Cobre y sus manufacturas.....	25,669	16,007
Telas de algodón.....	1,753,957	1,395,618
Otras clases de algodón.....	886,632	800,271
Calzado suelas de cuero.....	20	2
" " " goma	18,198	23,700
" " " otras clases		88
Sandalias y chinelas.....	1	50
Los demás	868,413	776,431
Diamantes y sus manufacturas.....		
Loza y porcelana.....	14,869	17,272
Huevos	82,310	46,340
Maquinaria eléctrica, y aparatos.....	18,713	9,845
Explosivos	370,203	256,506
Fertilizantes	127,307	97,336
Fibras, vegetales, y sus manufacturas.....	105,843	350,772
Pescado y sus productos.....	169,991	295,807
Frutas y nueces.....	130,538	249,443
Vidrio y cristalería.....	168,456	117,452
Oro, plantino y sus manufacturas.....	96,456	101,625
Sombreros similares	15,051	4,790
Goma de India y sus manufacturas.....	35,640	17,218
Goma de automóviles.....	372,971	421,160
Botas y zapatos	226,461	336,520
Los demás	4,289	1,477
Los demás	142,221	83,163
Instrumentos y aparatos no eléctricos.....	51,871	31,513
Material de cinematógrafo	34,819	109,832
Hierro, acero y sus manufacturas:		
Implementos de agricultura.....	17,275	5,119
Máquinas, maquinarias y sus partes.....	664,334	486,041
Los demás	973,717	1,224,419
Lámparas y sus piezas no eléctricas.....	34,786	29,992
Plomo, y sus manufacturas.....	25,845	5,064
Calzado suelas de cuero.....	9,578	4,977
Calzado suelas de goma	5	
Sandalias y chinelas.....	28	450
Los demás	174,022	121,640
Fósforos	8,199	30,092
Carnes	178,382	129,881
Productos lechosos	561,618	405,304
Instrumentos de música.....	22,627	16,965
Aceite mineral:		
Aceite crudo	40	161,520
Naftas y sus productos.....	428,174	732,611
Aceite para alumbrado.....	116,932	563,050

ARTÍCULOS	M A Y O	
	1935	1934
Aceite lubricante	68,792	56,861
Otros aceites	61,982	60,416
Pinturas y barnices	85,914	105,273
Papel y sus manufacturas:		
Papel e impresos	386,268	202,037
Los demás	375,837	352,155
Perfumería, cosméticos y preparados para tocador	126,569	100,059
Fotografía y accesorios	53,655	24,293
Artículos con baño de oro y plata	16,995	11,755
Seda y sus manufacturas	343,188	345,404
Jabones	44,889	69,137
Licores, aguardientes y vinos	28,648	55,647
Artículos para deportes	20,497	21,318
Almidón	27,616	34,007
Azúcar y melazas	25,600	6,293
Té	8,992	7,000
Estaño y sus manufacturas	6,827	17,207
Tabaco y sus manufacturas	415,308	401,698
Juguetes	15,110	13,975
Verduras	217,540	156,913
Cera	52,766	85,363
Madera, caña, redes, bejucos y sus manufacturas	37,732	44,494
Lana y sus manufacturas	43,363	75,031
Otros artículos	474,714	363,428
TOTAL	12,491,177	12,037,016

EXPORTACIONES DE MAYO DE 1935 Y 1934

ARTÍCULOS	1935		1934	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Abacá	Ks. 14,502,241	1,360,787	15,391,906	1,650,165
Cantón	" 88,550	4,676	455,749	24,106
Maguey	" 2,809,830	181,904	888,863	50,973
Sombreros de buntal	" 18,570	49,376	8,698	31,526
Otras no manufacturadas	" 118,460	11,500	83,422	8,551
Tejidos	M.C. 33	17		
Cordelería	Ks. 771,123	216,690	885,228	294,024
Bordados	"	679,528		298,641
Abacá anulado	" 8,006	10,006	7,192	10,304
Los demás	"	706		22
Arroz	"	7,276		2,725
Los demás	" 45,000	4,500	159,576	17,530
Cutch	"			60
Los demás	" 525,055	45,359	480,059	42,330
Copra	"	400		640
Bagazo de copra	" 15,310,715	1,674,475	27,244,108	1,256,864
Pescado y sus productos	" 8,171,135	352,906	4,063,219	36,277
De coco seca y desmenuzadas	" 45,817	14,777	46,580	13,347
Los demás	" 2,980,925	682,542	2,084,305	557,355
Gengibre o bebidas no alcohólicas	Litros	85,474		55,260
Cola	"		1,573	210
Manufacturadas de oro y plata	" 5,732	822		
Copal	"	7		8
Elemi	" 139,308	23,006	126,214	22,006
Goma	" 19,381	6,033	21,715	5,135
Sombreros	" 22,575	14,333	36,615	16,943
Pielés y cuero	" 11,771	19,518	58,342	100,575
Hierro y acero	" 56,053	8,354	3,453	4,191
Manteca vegetal	" 454,181	4,330	132,319	2,567
Mantequilla vegetal	" 179,169	48,377	43,232	9,697
Licores malteados	Litros 37,611	13,375	40,150	10,669
Fosforos	" 1,680	640	11,800	5,612
Melaza y jarabe	Ks. 2,569,732	29,570	19,061,349	121,156
Coco	" 15,331,830	2,719,408	15,900,178	1,478,966
Aceite de coco comestible	" 31,212	6,934		
Aceite de lumbang	"		209	37

ARTÍCULOS	1935		1934	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Madre-perla	Ks. 1,878	162	960	50
Trocha	" 228	2,575		
Tortuga	" 15,705	6,245	28,081	13,176
Los demás	"		4,561	897
Botones de nacar	Gr. 39,858	27,280	66,738	45,456
Los demás	"	1,441		1,834
Zapatos	Pares 2	10		
Bordados de seda		18,430		659
Chinelas	Pares 5,609	490	791	319
Jabones	Ks. 20,940	3,635	2,285	385
Espíritu, destilados: alcohol	Litros 10,615	653	258,115	13,863
Los demás	" 14,675	4,359	154,323	37,191
Azúcar centrifugado	Ks. 71,535,977	5,914,043	121,699,963	12,037,637
Mascabado	"		210	25
Refinado	" 7,078,735	1,219,962	4,208,075	549,801
Tabaco en rama	" 80,505	31,638	179,853	40,515
Cigarros	Nos. 16,456,683	518,391	16,395,578	528,540
Cigarrillos	" 1,943,050	7,879	1,045,500	3,494
Picaduras	Ks. 5	12		
Los demás	" 101,075	38,877	72,120	25,848
Verduras	Ks. 49,038	2,231	2,320	240
Madera aserrada	" 17,531	129,193	10,690	99,390
Madera de construcción	" 9,465	258,637	9,355	374,992
Bejuco	Ks. "	38		6
Cestería	"	5,835		2,031
Muebles	"	159		366
Los demás	"	196,675		49,373
Otras exportaciones del país		19,302,470		20,803,973
Exportaciones del país		181,627		149,921
Productos de los Estados Unidos				
Productos de otros países		15,334		37,397
Total de exportaciones extranjeras		195,023		187,315
Total exportaciones		19,697,493		20,991,291

Movimiento Total de Importación por países— Mayo, 1935

PUERTOS	1935			1934		
	Importaciones	Exportaciones	TOTAL	Importaciones	Exportaciones	TOTAL
Estados Unidos	8,651,863	17,432,868	25,304,730	8,103,722	18,063,112	26,166,834
Hawaii	34,346	39,975	74,321	31,709	29,515	61,244
Guam	409		400	3,800		3,800
Puerto Rico		5,936	5,956		19,250	19,280
Gran Bretaña	153,743	35,083	511,529	438,135	403,873	842,014
Irlanda	8,021	1,848	9,869	25,922		25,922
Austria	7,680		7,680	4,827		4,827
Bélgica	83,916	43,050	129,976	143,733	72,931	216,764
Dinamarca	1,996	62,675	84,671	291	19,535	19,876
Francia	107,739	41,500	149,247	112,388	319,712	432,100
Alemania	230,652	71,972	302,614	453,932	141,781	598,713
Italia	7,044	19,830	26,374	22,590	31,628	64,118
Holanda	67,008	34,634	101,643	55,041	88,138	143,179
Noruega	21,553	14,536	35,889	10,346	20,396	30,741
España	26,180	20,070	46,229	36,294	71,811	109,105
Suecia	50,326	11,392	61,717	47,736	6,932	54,668
Suiza	53,419		53,419	57,950	295	58,248
Canadá	137,888	32,038	189,926	59,527	99,972	159,490
China	457,583	175,735	633,318	380,603	170,401	500,004
Japonesa-China	33,890	480	34,370	89,874	8,564	98,438
India Inglesa	190,365	78,470	269,035	270,837	54,670	325,507
India Holandesa	102,026	39,197	141,223	203,512	28,771	225,283
India Francesa	70,035	2,579	72,614	20,994	17,935	38,929
Hongkong	35,363	148,951	182,344	10,869	328,934	239,823
Japón	1,521,628	571,255	2,392,883	1,262,974	670,793	1,933,767
Siam	71	26,753	26,804	757	15,118	15,855
Australia	177,030	81,314	258,344	188,388	104,506	292,895
Otros países	51,204	59,511	120,715	48,201	302,615	350,896
Total	12,491,177	19,697,453	32,188,670	12,037,016	20,991,291	33,028,307

TRAFFICO EXTERIOR POR NACIONALIDAD DE BARCOS

MES DE MAYO, DE 1935

PUERTOS	1935			1934		
	Importaciones	Exportaciones	TOTAL	Importaciones	Exportaciones	TOTAL
Manila	11,377,616	8,481,850	19,859,696	10,551,975	7,571,645	18,123,520
Iloilo	494,041	7,015,690	7,510,731	513,875	9,673,097	10,189,972
Cebú	526,419	2,599,486	3,135,905	910,185	2,163,756	3,075,941
Joló	16,938	14,933	31,371	9,708	12,931	22,639
Zamboanga	19,230	392,253	411,483	13,512	241,471	254,983
Davao	48,138	845,134	894,370	30,714	984,584	1,015,878
Legaspi	8,595	345,119	554,714	2,047	343,927	345,974
Total	12,491,177	19,697,493	32,180,570	12,037,016	20,991,291	33,028,307

EXPORTACIÓN MINERAL DE ORO Y PLATA, PLATA Y ORO EN BARRAS

ACUÑADO DURANTE MES DE MAYO, DE 1935

ARTICULOS	PAISES DEL DESTINO	1935		1934	
		Onzas	Valor	Onzas	Valor
Oro en Billon	Estados Unidos	27,967	65,968		
Oro Mineral	Estados Unidos	50,347	1,140,632	40,833	903,333

TRAFFICO EXTERIOR POR PUERTOS DE ENTRADA Y SALIDA

Nacionalidades de Barcos	1935			1934		
	Importaciones	Exportaciones	TOTAL	Importaciones	Exportaciones	TOTAL
Filipina	250		258	47		47
Americana	4,042,160	9,260,750	13,302,918	4,020,617	9,056,367	13,066,204
Inglesa	4,375,076	3,369,859	7,744,936	4,232,914	2,665,996	6,888,910
China	47,999		47,989			
Danesa	106,716	1,192,651	1,299,367	271,815	788,796	1,060,611
Holandesa	526,315	1,226,678	1,752,993	815,383	443,134	1,258,517
Francesa	22,400		22,400			
Alemana	460,650	134,531	595,281	533,990	381,077	315,067
Grecia		60,000	60,000			
Japonesa	1,040,631	8,499,031	4,539,652	979,118	4,485,576	5,462,694
Noruega	1,316,617	757,649	2,274,266	744,365	2,326,900	3,671,946
Panamá	5,930		5,935	196,749	885,954	1,000,703
Suecia	67,444	63,861	131,306	93,056	86,290	179,376
Correos	278,980	132,374	411,360	148,131	86,101	234,232
Total	12,491,177	19,697,493	32,188,670	12,037,616	20,991,251	33,028,307

Comercio Exterior de las Islas Filipinas

Tráfico Exterior de los puertos en el mes de Mayo, 1935

ENTRADA						PUERTOS	SALIDA					
Vapores		Tonelaje		Carga Descargada			Vapores		Tonelaje		Carga tomada	
1935	1934	1935	1934	1935	1934		1935	1934	1935	1934	1935	1934
				Tons	Tons					Tons	Tons	
93	91	406,979	395,543	128,318	94,977	MANILA	62	79	367,491	351,110	60,680	73,579
9	15	50,222	63,228	4,027	6,730	ILOILO	9	14	32,526	62,955	41,268	93,771
28	23	99,199	83,327	14,240	8,321	CEBÚ	20	22	78,861	74,803	33,987	40,571
2	2	190	190	32	56	JOLÓ	3	2	285	190	30	89
6	4	7,417	6,263	1,302	924	ZAMBOANGA	7	2	13,799	3,750	2,882	1,637
2	1	7,615	4,940	256	545	DAVAO	9	11	29,747	40,224	7,757	6,803
					22	LEGASPI	2	7	6,380	22,646	570	2,560
140	136	551,612	551,403	142,175	111,674	TOTAL.....	112	137	530,089	540,601	147,157	219,019

Valor del tráfico entre Estados Unidos y Filipinas especificando banderas de transporte y costa América de procedencia o destino Mayo 1935 y 1934

1935

Nacionalidad de los barcos	IMPORTACION				EXPORTACION		
	Atlántico	Pacífico	Por vía de país extranjero	TOTAL	Atlántico	Pacífico	TOTAL
Americanos	1,482,498	1,754,123		3,236,621	6,525,252	2,388,841	8,914,095
Ingleses	3,224,734	453,773	1,067	3,679,574	2,840,504	23	2,848,327
Daneses	56,571	13,190		69,761	1,142,670	48	1,142,727
Holandeses	17,509	261,271	348	279,128	4,000	1,033,769	1,087,766
Japoneses	5,849	86		30	2,702,092		2,702,002
Noruegos	956,475	397,954		1,554,429	448,528	170,549	627,671
Panamá		30		5,935			
Correos	70	225,314		226,384		729,792	120,792
Total	5,743,706	3,106,741	1,415	8,851,862	12,679,855	3,702,013	17,452,868

1934

Nacionalidad de los barcos	IMPORTACION				EXPORTACION		
	Atlántico	Pacífico	Por vía de país extranjero	TOTAL	Atlántico	Pacífico	TOTAL
Americanos	763,004	2,627,073		2,380,077	5,534,875	3,150,205	8,743,078
Ingleses	2,764,719	417,215		3,181,934	1,560,605	316,852	1,885,457
Daneses	193,019	58,479		161,498	449,955	62,268	512,223
Holandeses	134	379,137		379,271	80,228	177,700	258,528
Japoneses					3,761,739		3,761,739
Noruegos	543,392	24,186		667,557	1,915,263	112,566	2,027,829
Panamá	159,854	35,895		195,749	779,071		779,971
Suecos	7,838	12,066		19,904	9,630		9,630
Correos		116,732		116,752		84,657	84,637
Total	4,422,960	3,670,762		8,102,723	5,256,621	3,912,240	18,063,112

Comercio Exterior de las Islas Filipinas

Valor de las exportaciones clasificadas por la nacionalidad de los buques que las transportaron y por naciones de destino
MES DE MAYO 1935

PAISES	Americanos	Ingléses	Daneses	Holandeses	Alemanes	Griegos	Japoneses	Noruegos	Suecos	Correos
Estados Unidos	8,914,093	2,848,527	1,142,727	1,087,766			2,702,092	627,871		129,792
Hawaii	31,051	6,362								2,562
Puerto Rico	5,986									
Gran Bretaña	15,458	237,750		16,455	39,031		11,413	32,415	5,562	
Irlanda		1,848								
Bélgica		21,655		325	10,879		5,750	5,825	1,626	
Dinamarca		325	48,270	425	2,100		4,540	4,902	2,333	
Francia	20,002	10,069			4,302		4,515	2,620		
Alemania	3,905	10,010		17,267	19,412		3,768	970	20,525	
Italia		10,425			5,500					
Holanda				7,582	13,138		4,715	3,950	5,249	
Noruega					1,905			7,095	5,336	
España		2,800			12,645			4,525		
Suecia					3,531			3,961	3,900	
Suiza		32,038								
Canadá	93,904	47,191	1,400	2,700	12,105		186	4,990	13,250	
China					450					
China-Japonesa	36,192	31,199		8,690	1,459			980		
India-Inglesa	733	1,570		36,894						
India-Holandesa	2,570									
India-Francesa	104,838	26,888		5,339	840		63	2,334	2,225	
Hongkong	18,861	9,286		23,598	7,274	60,000	736,735	42,244	5,289	
Japón		3,136								
Siam	13,162	7,319		19,629	6,362		8,970	10,782	567	20
Australia			254				16,484	2,076		
Otros países										
Total	9,269,758	3,369,658	1,192,651	1,220,578	134,631	60,000	3,499,631	757,610	63,862	132,374

AYALA Y COMPAÑIA

FUNDADA EN 1834

Filipinas Bldg., Plaza Moraga Tel. 2-22-42
MANILA

CHEQUES PARA VIAJEROS Y CARTAS DE CRÉDITO

Donde quiera que vaya el viajero, ya sea en el Oriente, por los Estados Unidos, Europa, América del Sur, el Caribe, encontrará las sucursales y corresponsales de THE NATIONAL CITY BANK OF NEW YORK, cuyos servicios están siempre a su disposición.

Provisto de estos fondos especiales, el viajero cuenta con un servicio bancario mundial.

THE NATIONAL CITY BANK OF NEW YORK

Comercio Exterior de las Islas Filipinas

Valor de las importaciones clasificadas por la nacionalidad de los buques que las transportaron y por naciones de origen

MES DE MAYO 1935

PAISES	Americanos	Ingléses	a) Filipinos (b) Chinos (c) Franceses (d) Panama	Daneses	Holandeses	Alemanes	Japoneses	Noruegos	Suecos	Correos
Estados Unidos	3,236,621	3,679,574	(d) 5,935	69,761	279,128		30	1,354,429		226,384
Hawaii	34,346									
Guam	400									
Gran Bética	12,893	122,304			1,765	11,882	259		615	4,025
Austria	1,117	8,021			5,088	1,455				20
Bélgica		2,237			33,745	26,558		15,568	5,802	6
Dinamarca					283	1,713				
Francia	40,690	6,096			19,427	17,770	3,701	8,200	7,701	4,154
Alemania	538	158	(a) 27	1,041	17,060	180,764		6,565	16,412	8,037
Italia	1,545	43		557	40	4,346				613
Holanda	286	790		2,217	9,262	46,056		17,519	1,592	7,062
Noruega					6,669	534		17,519	3,222	
España		4,416		2,447	1,721	7,828		9,374		2,289
Suecia	859	12			8,862	8,862		22,125	12,625	366
Suiza	1,882	124,982			9,266	28,952		401	3,453	10,476
Canadá	248,985	159,393	(a) 72	1,876	3,711	3,237		4,000	654	76
China		16,945	(a) 122,400	5,257	9,597	36,003	2,082	1,240		3,172
China-Japonesa	56,053	66,038	(a) 828	24,562	10,883	2,271	3,791			
India-Inglesa		847			17,027	24,479	2,668		13,046	5,586
India-Holandesa	20,966	12,206	(a) 99		95,328	1,978		2,760		37
India-Francesa	16,631	7,711	(b) 47,969		226	6,948	31			15
Hongkong	359,980	54,925			2,926	2,929	1,005,263	65,587		881
Japón					1,051		62			5,359
Siam	57	105,317			1,213	34,885	22,566	5,013	2,312	50
Australia	14,309	3,003								469
Otros países			(a) 258 (b) 47909 (c) 122,400 (d) 5,935	106,716	526,315	460,650	1,040,631	1,516,517	67,444	278,986
Total	1,042,160	4,375,076		106,716	526,315	460,650	1,040,631	1,516,517	67,444	278,986



Brinde con la mejor de las bebidas

He aquí la famosa bebida que estimula el apetito y mejora el sabor de los buenos manjares. Beba una botella durante sus comidas y quedará Vd. satisfecho



Nuestra cerveza está fabricada con los mejores materiales, bajo la dirección de un experto maestro cervecero.

SAN MIGUEL BREWERY
132 AVILES



La mejor mezcla para un "drink"

LONDON DRY

Preparada con "Gengibre" de la mejor calidad, perfectamente mezclada y sazónada. Es una bebida deliciosa.

Beba Soda Royal

Acompañando a sus comidas le ayudará la digestión. Es una bebida que no solo refresca sino que abre el apetito. Está perfectamente carbonatada y es inapreciable para calmar la sed.



SAN MIGUEL BREWERY
132 AVILES

————— SOCIOS DE LA —————

Camara de Comercio Española de Filipinas

- Ayala y Compañía**, Hogar Filipino Building, Manila. Hacenderos y Administradores de fincas, pesquerías, etc.
- Angel Vives**—Maquinaria industrial de todas clases Planos y proyectos. Laboratorio para investigaciones industriales. Tel. 5-19-86. P. O. Box 537, Manila.
- Antonio Ferrer**, P. O. Box 2465, Manila. Fabricación de muebles.
- Antonio de la Riva**, Paterno Bldg., Manila.
- Andrés Soriano**, Aviles 154, Manila.
- B. de Erquiaga Inc.**, P. O. Box 2053, Manila.
- Cacho Hermanos**, Legarda, 672, Sampaloc, Manila. Imprenta y Litografía.
- Campos Rueda Hermanos**, Azcarraga 2205, Manila. Importación, exportación, comisiones y consignaciones.
- Central Azucarera de Bais**, M. de Comillas 212, Manila. Fabricantes de azúcar.
- Central Azucarera de Tarlac**, M. de Comillas 212, Manila. Fabricantes de azúcar.
- Cía. Gral. de Tabacos de Filipinas**, M. de Comillas 212, Manila. Importadores, exportadores, propietarios, armadores, administradores, consignatarios y representantes, hacenderos, fabricación de cigarros y cigarrillos.
- Carlos de Oteyza**, Hogar Filipino Bldg.
- Enrique P. Brias Roxas**, Colorado 622, Manila.
- Enrique Vazquez Prada**, P. O. Box 138, Manila
- Enrique Zobel**, Hogar Filipino Building, Manila.
- Florentino Garriz**. Apartado 498, Manila.
- Fanlo y Cía, Inc.**, Ave. Rizal 518, Manila. Importadores.
- Gerardo García García**, Gral. Luna 18, Manila. Importaciones, exportaciones, comisiones y consignaciones.
- Gutierrez Hermanos**, Beaterio 116, Manila. Hacenderos, exportadores, comisionistas, consignatarios, navieros y ganaderos.
- Isidoro Armada**, Herrán 334.
- José Vaca**, Cavite, Cavite. Propietario.
- J. B. de Vicente Cosín**, M. de Comillas 155, Manila. Importación de vinos y comestibles.
- Joaquin M. Elizalde**, P. O. Box 121, Manila.
- Juan Mencarini**, socio de honor.
- Juan Galmes**. P. O. Box 53, Manila. Hostelería, Panadería y dulcería.
- Joaquín Orío** — Representante General. Perfumería MYRURGIA S. A. Importador. Comisionista y Agente de Seguros. P. O. Box 2246, Manila.
- La Insular**, P. de Binondo 20, Manila. Fábrica de tabacos y cigarrillos.
- La Puerta del Sol**, Escolta 52, Manila. Importación y venta de vajilla, cristalería y efectos para la casa.
- La Urbana**, Paterno Bldg., Manila. Sociedad Mútua de construcción y préstamos.
- La Yebana Company, Inc.**, 57 Gastambide, Manila. Fábrica de Tabacos y Cigarrillos.
- Lizarraga Hermanos**, Hogar Filipino Bldg., Manila. Hacenderos, navieros, comisionistas, consignatarios, importadores y exportadores.
- Luis Perez Samanillo**, Perez Samanillo Bldg., Manila. Propietario.
- Manila Gráfica**, Escolta 62, Manila. Importación y venta de efectos de escritorio. Imprenta y librería.
- J. R. McMicking**, El Hogar Filipino Bldg.
- Miguel Pujalte**, Plaza Moraga 9.
- M. Pellicer y Cía, Inc.**, Escolta 44, Tejidos y Novedades.
- Mira Hermanos**, Escolta 57, Manila. Expendio de Tabacos.
- Nicolás Guerra**, M. II. del Pilar 405, Manila. Importación y venta de comestibles y vinos.
- Oquiñena y Cía.**, Cebú, Cebú. Importación y exportación.
- Paulino Miranda Sampedro**, Juan Luna 343, Manila. Importaciones, exportaciones, comisiones, representaciones. Venta de efectos navales.
- Parsons Hardware Co. Inc.**, Echague 805, Manila. Importación de ferretería y quincalla, automóviles, pianos, instrumentos musicales, relojería, etc.
- Pedro Domecq y Cía.**, Jerez de la Frontera., P. O. Box 1831, Manila.
- Porta, Pueo y Cía.**, Magallanes 212, Manila. Importación y venta de comestibles y vinos.
- Panadería de Viena**, M. de Comillas 131-133, Manila. Panadería y repostería.
- Rafael Perez Samanillo**, Juan Luna 116-122, Manila. Propietario.
- Riu Hermanos**, Escolta 151, Manila. Talabartería y efectos de cuero.
- Roxas y Cía**, Echague 719, Manila. Hacenderos Fabricantes de azúcar.
- San Miguel Brewery**, Aviles 154, Manila. Fábrica de Cerveza, hielo y bebidas gaseosas.
- Sorox y Cía.**, Aviles 155.
- Santiago Picornell**, 34-B Plaza Cervantes, Manila.
- Tre Hispano Filipino Imp. & Exp.**, Gral. Luna 18, Manila. Importación, exportación, comisiones y consignaciones.
- Valentin Descals**, Echague 328, S. Miguel, Manila. Compra y venta de muebles.
- Elizalde y Co.**, M. de la Industria 845, Manila. Fabricantes de azúcar. Comisionistas, consignatarios, y agentes generales.

BOLETIN

DE LA

Camara de Comercio Española

de Filipinas



REVISTA MENSUAL DE COMERCIO

Defiende los intereses del Comercio, la Industria y la Agricultura y recoge cuidadosamente cuantas estadísticas comerciales y disposiciones oficiales en Filipinas pueden interesarles.

Extracta ó copia los datos comerciales y económicos más importantes que se publican en las revistas similares de España y muchas del extranjero con las cuales tiene establecido intercambio.

Se reparte, además, con profusión por todas las provincias del Archipiélago y facilita relaciones comerciales dentro y fuera del mismo.

PRECIOS DE SUSCRIPCION

En Filipinas P 3.00 Semestre.

En España 18 Ptas. al año.

PRECIOS DE LOS ANUNCIOS

Plana entera P25.00 mensuales

Media plana 15.00 mensuales Directorio línea 0.25 mensuales

1/4 de plana 10.00 mensuales

DISPONIBLE