

FRATERNIDAD COMERCIAL

BOLETÍN MENSUAL

Órgano de los gremios de Ultramarinos,
Comestibles y similares y del Sindicato
de Productores, Almacenistas y Expen-
dedores de Vinos, Aguardientes y
Licores de Córdoba



© Este «Boletín» se reparte gratui-
tamente entre todos los señores so-
cios que integran las entidades arri-
ba mencionadas. © © © © ©



CÓRDOBA 1.º DE MAYO DE 1915

Año I. • Núm. 1.º

LIBRERÍA, 24.-CÓRDOBA

IMPRENTA «LA VERDAD»

Fábrica de Dulces
LA MEZQUITA

Caramelos ♦ ♦ Bombones

Peladillas ♦ ♦ Graúeas

Francisco F. Caparrós

CÓRDOBA

Almacén de Coloniales por mayor

ESPECIALIDAD EN BACALAO

Y CAFÉS

1, PLAZA DE COLÓN, NUMERO 1

CORDOBA

CAPARRÓS Y COMPAÑÍA

Unión Industrial Cordobesa

Sociedad Anónima

Fábrica de Gaseosas

✦ JARABES Y AGUA DE SELTZ ✦

3, Angel de Torres, número 3
CORDOBA



CLARITA

Amontillado fino lo más selecto en Vinos de Jerez de su estilo, procedentes de las bodegas de los señores don José García Delgado y Hermanos.

PARA LA VENTA

OSUNA Y CEBALLOS

Coloniales y Harinas al por mayor

Escritorio: Conde del Robledo, 3.-Almacenes: Eduardo Lucena, sin núm.

Teléfonos núms. 271 y 242.--Córdoba.

R. CRUZ CONDE

Bodegas de Vinos Finos de Montilla y Moriles

ESPECIAL C C

Marca registrada.

De venta en todas partes

Avenida de Cervantes, núm. 22.-Teléfono núm. 202

Gran Fábrica de Anisados Finos

DE

JUAN DE DIOS GIMÉNEZ PÉREZ

RUTE (CÒRDOBA)

Especialidad de la casa, "Anís Bombita"

Marca registrada

Fraternidad Comercial

BOLETIN MENSUAL

Órgano de los gremios de Ultramarinos, Comestibles y similares y del Sindicato de Productores, Almacenistas y Expendedores de Vinos, Aguardientes y Licores de Córdoba

Nuestros propósitos

Hoy, con la aparición del primer número de nuestro *Boletín*, vemos cumplidas las aspiraciones que abrigábamos hacía tiempo. Y en verdad que no pueden ser éstas más modestas y honradas pues sólo se reducen a seguir las modernas corrientes sociales en las que el progreso va marcando tenazmente su huella bienhechora.

Impúsose en primer término la asociación, como medio ineludible para la defensa de nuestros intereses, y aquella se llevó a cabo; pero a la asociación muda, realizando su labor interior en el seno de lo privado, parece como que le falta algo esencial, algo que ha venido en los tiempos modernos a dar robustez y fuerza a toda clase de organismos, haciéndolos respetables y respetados. Esta palanca poderosísima, este *quid* sin el cual la vida se hace mediocre y anónima, es la prensa. En ella se exteriorizan y divulgan las ideas, se cambian impresiones, se aprende y se enseña, se toman ejemplos, se lanzan iniciativas y se realizan, en suma, muchos proyectos, que en el seno de lo privado sería punto menos que imposible llevar a cabo.

Tanto el gremio de Ultramarinos, Comestibles y Similares, como el Sindicato de Productores y Expendedores, al por mayor y menor, de vinos, aguardientes y licores de Córdoba, entidades ambas de cierta afinidad en el negocio mercantil, comprendimos lo conveniente que sería a nuestros intereses disponer de un órgano en la prensa, en el que honradamente pudiéramos realizar la alta misión cultural que al periódico le está reservada.

Como se trataba, pues, de aspiraciones modestas, de lo que pudiéramos llamar verdaderamente un ensayo, creímos prudente marchar unidas a este fin ambas sociedades, pues nuestros recursos económicos no nos permitiesen aventurarnos por separado en una empresa que desconocíamos y que suponía gastos de cierta índole y sobre todo constantes.

Nuestro *Boletín* ha nacido, pues, a la luz pública bajo los mejores auspicios, porque nuestros asociados no han dudado en cooperar al mejor éxito de su publicación: unos aportando el anuncio, principal y tal vez única fuente de ingresos, y otros sus iniciativas, sus trabajos y consejos.

Nuestros propósitos, eso que llamamos vulgarmente programa, pueden sintetizarse en muy pocas palabras: serán únicamente la defensa de nuestros comunes intereses.

Para esta defensa no apelaremos a temperamentos de violencia, ni al ataque crudo, descarnado y mordaz; nuestra norma ha de ser la corrección, la sensatez y la prudencia, pues estamos convencidos de que para ser respetados, hay que empezar primero por observar las leyes elementales de consideración y respeto mutuos; la razón será nuestro argumento y de ella no nos apartaremos tanto en nuestras peticiones a las autoridades, como en nuestras quejas y anhelos de justa mejoras para la clase.

Sentado este breve preámbulo, primer impulso de nuestra vida pública, sólo nos resta dirigir un cortés y afectuoso saludo a la prensa, especialmente a nuestros colegas locales, a las autoridades, al público en general y muy en particular a nuestros asociados, a los que pedimos su eficaz y constante concurso para el mejor éxito de nuestra empresa, esta empresa que acometemos con la fé del triunfo y con todo el entusiasmo que piden las grandes obras.

LA REDACCIÓN.

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES de Ultramarinos, Comestibles y Similares

Sesión del 19 de Abril de 1915.

A las nueve de la noche del día 19 de Abril, reunieron-se en la Secretaría del Círculo de la «Unión Mercantil», bajo la presidencia de don Bartolomé Delgado Madueño, los señores don Pablo Vicente Calvillo, don Tomás de Aquino, don Pablo Sánchez, don Juan Costi, don Enrique Gutiérrez y don Braulio Revuelto, dándose lectura al acta de la sesión anterior, que fué aprobada.

A continuación se dió lectura a una carta de la «Federación Gremial Española» acusando recibo de *cuarenta y cinco pesetas*, cuota anual correspondiente a nuestra Sociedad por el presente año, haciendo resaltar en su escrito el parecer de que, como hasta fin de año podía haber alternativas en pro o en contra en el número de socios, necesitaban una lista de los que hoy existen. Dicha lista ha sido facilitada oportunamente para su gobierno.

También se dió lectura de otra carta de dicha Federación, comunicando que en 26 de Marzo había acordado el Comité Directivo celebrar una Asamblea en Valencia, que tendría lugar en los días 5, 6, 7 y 8 de Mayo, adjuntando cinco *carnets* por si esta Sociedad quería o podía utilizarlos para otros tantos socios que acudieran en su representación.

Sobre este particular la presidencia tuvo a bien poner a disposición de los socios dichos *carnets* por si particularmente los querían utilizar con las ventajas consiguientes, pero sin que esta Sociedad tuviera que sufragar gastos, por no haber fondos dispuestos para ello. La presidencia agregó que, por su estado de salud delegaba en la vicepresidencia y demás señores socios que quisieran formar la comisión, costeada exclusivamente por la Junta Directiva, haciendo resaltar el generoso rasgo del Inspector señor Alvarez, que había ofrecido una mensualidad de su haber para cooperar a los gastos que ocasionara el viaje de dicha comisión.

Discutido suficientemente lo anteriormente expues-

to, se acordó que en dicha Asamblea fuese representada esta Sociedad por la nutrida comisión de nuestros compañeros federados «Sindicato de productores y expendedores al por mayor y menor de vinos, aguardientes y licores.»

Así mismo se dió cuenta de una comunicación de este Sindicato de Vinos, Aguardientes y Licores, manifestando su conformidad en sufragar la mitad de los gastos que ocasione la tirada del *Boletín* que, como órgano de estos dos gremios, ha de publicarse en esta capital y que llevará por título FRATERNIDAD COMERCIAL.

Terminados los asuntos presentados por la presidencia, varios señores presentes se lamentaron de la situación económica de la Sociedad por el corto número de asociados que la integran, a lo cual contestó el señor Alvarez, allí presente, que él no tenía inconveniente, y lo haría con mucho gusto, en ceder de su sueldo mensual la suma de diez pesetas.

No habiendo más asuntos de que tratar, se levantó la sesión.

*
**

Sindicato de Productores y Expendedores de Vinos, Aguardientes y Licores

En Junta general celebrada el día 9 de Abril por este Sindicato, entre otros acuerdos se tomó el siguiente:

«Después de dada lectura de una carta de la Federación Gremial Española invitando a que se nombra- sen por esta Sociedad representantes que asistan a la Asamblea que se ha de celebrar en Valencia los días 5, 6, 7 y 8 de Mayo próximo, y puesto a discusión el asunto, se acordó nombrar una comisión compuesta de los señores siguientes:

Don Rafael Carretero Lozano, don Rafael Ruiz Buiro, don José de Rueda Leiva, don Rafael Cruz Conde y don José Márquez Muñoz, para que representen a este Sindicato en dicha Asamblea.»

VÍCTIMAS POR SU CULPA

Al Gremio de comerciantes de comestibles y similares

Muchas cosas se han dicho en contra de las trabas innúmeras que agobian al comercio de artículos de primera necesidad. Algunas de estas trabas son inevitables. Tal sucede con la que oponen los inspectores de higiene, quienes al menor descuido formulan denuncia; tal sucede con la asimismo terrible competencia que vienen presentando cooperativas y economatos.

Pero a lo inevitable se une lo que podría fácilmente evitarse con sólo un decisivo acuerdo de los comerciantes de comestibles, que acostumbra a la clientela a hacer sus compras al contado.

La venta de géneros a crédito es una ficción comercial, por la que vendedor y consumidor se enzarzan en un dédalo de trampas, engañándose recíprocamente a sí mismo.

El *fiado*, tal como se practica generalmente, sin garantías mutuas, implica la ruina del comerciante y demoraliza sus relaciones con el comprador; hay parroquianos que, sistemáticamente, sin necesidad perentoria,

cultivan este sistema ó procedimiento, enorgulleciéndose de *tener quien les fie* y aun amenazando con cambiar de comercio cuando se les llama la atención sobre su falta de puntualidad en el cumplimiento de sus compromisos. ¡Extraña actitud la del deudor imponiéndose al acreedor!

En las grandes urbes, sobre todo, no faltan desocupados que llevan una vida de crápula y orgía y hasta veranean con dinero que deben a los que les proveen de los artículos de primera necesidad. ¡Quién verá la sonrisa sardónica de esos maleantes allá en las playas por donde pasean y sacian sus caprichos, mientras el comerciante, esclavo tras el mostrador, incapacitado para pagar sus facturas, ojeando sin cesar los libros de cuentas, queda abocado al borde del abismo, del embargo, de la bancarrota, del mal vivir futuro.

Urge, pues, que los patronos reunidos hagan desaparecer toda clase de venta al crédito. El crédito, no he de negarlo ha enriquecido á las naciones mil veces más que todas las minas existentes en la tierra, por cuanto significa el descubrimiento de que las deudas hacen vendibles los productos. Pero este crédito, equivalente a la moneda, es el crédito *bancario*, de puro origen industrial, y que un día matará a la peste de las pestes, a la *usura*, y que ya empezó a matar a la chalanería.

En cuanto salimos de este terreno, el crédito, sin condiciones eficaces de pago, es un suicidio para el mercader, un contrato torpe y desigual. El mismo crédito bancario, cuyo desenvolvimiento depende del progreso fabril, requiere bases de garantía y obligación.

Uno de los mayores obstáculos con que tropieza nuestro mercado interior, está en la deplorable costumbre de no querer los comerciantes é industriales obligarse de una manera fija, por medio de letras ó pagarés, de documentos ejecutivos. Sin estos instrumentos, no es posible el crédito bancario.

El comercio español debe procurar no quedar rezagado ante la banca, como quedará si subsiste el crédito en la forma que hoy se lleva. Derogada la actual costumbre, se abrirán para él más amplios horizontes, que le ofrecerán nueva vida, vida mejor.

¡Ay de los que no vean que para conseguirla necesitamos implantar en la venta al contado el mismo régimen severo y enérgico que hemos empezado a implantar en el precio fijo!

A. V. M.

A nuestros asociados

Huelga decir cuánto agradeceremos a todos nuestros asociados que aporten a esta Redacción cuantas iniciativas, indicaciones, ideas o noticias crean de interés y provecho a la finalidad que perseguimos, en la seguridad de que han de encontrar franca acogida en estas columnas.

Su colaboración no sólo la creemos útil, sino necesaria; pues nuestra labor ha de ser una obra común que responda cumplidamente el sentir general, que siempre será el nuestro.

También creemos oportuno recordarles la conveniencia mútua del anuncio en las planas de nuestro *Boletín*; no sólo porque así favorecerían muy directamente la vida y prosperidad de esta publicación, sino por interés propio y particular, pues no creemos que será preciso demostrarles los beneficios que reporta la publicidad.

INSTRUCCIONES A LAS JUNTAS DE SUBSISTENCIAS

En vista de los datos facilitados por los Gobernadores respecto a las existencias y precios de trigos, harinas y otros artículos de necesario consumo, y habida consideración de la llegada de trigos extranjeros, y por haberse asegurado el abastecimiento de los mercados e iniciado la baja de precios, y en atención a que los precios de los trigos, harinas y pan deben guardar relación constante según las clases, y a que por las juntas de subsistencias debe extenderse la acción a otros artículos de consumo, se ha dictado por el señor ministro de Hacienda la siguiente real orden:

“S. M. el Rey (q. D. g.), de conformidad con lo propuesto por esta Dirección general, se ha servido disponer lo siguiente:

1.º Que ese centro directivo remita nota á las respectivas Juntas de Subsistencias de los precios de los trigos extranjeros adquiridos con su intervención.

2.º Que en vista de estos precios, de los que rigen en los mercados locales o cercanos y de los demás antecedentes que puedan adquirir las Juntas, cuiden de que los de las harinas guarden relación con los del trigo, teniendo en cuenta que el margen entre los precios de los trigos y de las harinas debe establecerse entre 10 y 11 pesetas para los originarios de los Estados Unidos, Cataluña, Aragón, Castilla la Nueva, Andalucía, Extremadura y otros de los llamados rendimientos, y entre 11 y 12 pesetas para los de la Argentina, Castilla la Vieja, Navarra, Rioja y otros análogos.

3.º Que el precio del kilogramo de pan de la clase corriente no debe exceder del que tenga en cada localidad el kilogramo de harina.

4.º Que igualmente deben vigilar las Juntas la venta al detall de los demás artículos de consumo, tales como arroz, garbanzos, patatas, aceite de olivas, manteca y tocino, teniendo en cuenta los precios de origen, los gastos de arrastre y las mermas, a fin de que se procure que en la mencionada venta el recargo no exceda de un 15 por 100.

5.º Que dada la posibilidad de completo abastecimiento, no se ponga ninguna clase de trabas ni formalidades al comercio interior ni al de cabotaje, a no ser en los casos en que se trate de las cantidades de trigos o harinas de que los Ayuntamientos se hayan incautado.

6.º Que los gobernadores civiles, como presidentes de las Juntas de Subsistencias, dispongan lo conveniente para el cumplimiento de las anteriores instrucciones.

LA EXPORTACION DE ARROZ

Publicó la *Gaceta* la siguiente real orden:

“Vista la instancia dirigida a este ministerio por el presidente de la Cámara Agrícola de Valencia, en súplica de que se amplíe la autorización concedida por Real orden de 20 de Octubre del año próximo pasado, para exportar al extranjero otras 30.000 toneladas de arroz.

Resultando que el reclamante funda su pretensión en la abundancia de la cosecha de 1914 y en el escaso consumo hecho en España de dicho cereal, haciendo cálculos, según los cuales supone debe quedar un sobrante de 56.000 toneladas, después de deducidas las exportaciones verificadas y la cantidad necesaria para el consumo nacional:

Resultando que la real orden anteriormente citada apreció la cosecha de 1914 en 236.000 toneladas, fundándose en los datos provisionales que fueron facilitados por las oficinas agronómicas provinciales y deducido el consumo medio anual en España, estimó como sobrantes unas 30.000 toneladas, cuya exportación al extranjero autorizó:

Resultando que publicados los datos definitivos de la cosecha agronómica se vino en conocimiento de que el verdadero rendimiento de la citada cosecha era de toneladas 247.582, cifra que excede a la que primitivamente se tuvo en cuenta en unas 12.000 toneladas, en números redondos.

Vistas las repetidas real orden de 20 de Octubre del año último y la de 30 de Enero del corriente, por las que se previene que una vez salidas para el extranjero las primitivas 30.000 toneladas, se proceda a adoptar las disposiciones que procedan respecto a las futuras exportaciones de arroz; y

Considerando que apreciada la cuantía de la cosecha en la real orden de 20 de Octubre en 12.000 toneladas menos que la definitiva, la equidad aconseja subsanar dicho error, derivado de la falta de datos fijos en la época en que se dictó la mencionada real disposición.

Su Majestad el rey (q. D. g.), de conformidad con lo acordado en Consejo de ministros, se ha servido disponer que se autoricen nuevamente las exportaciones de arroz hasta la cantidad de 12.000 toneladas, en las mismas condiciones que anteriormente se han venido realizando.”

VINOS Y ALCOHOLES

Los mercados vinícolas nacionales no salen del estancamiento en que hace varios meses cayeron, y de seguir así, los ya bajos precios que hoy rigen aún habrán de descender más.

BARCELONA.—No hay ni la más mínima variación que registrar en el curso de este negocio. Persiste, pues, la paralización y rigen los mismos precios que, por desgracia, hace tiempo tenemos que indicar. Se cotizan, pues, nuestras clases corrientes, tanto blancos como tintos y rosados, alrededor de una peseta por grado en la propiedad; pero, como antes decimos, no son muchas ni importantes las operaciones. Las clases superiores se pagan algo más, y en particular los tintos de mucho color, clase buena y alta graduación natural. Precios sostenidos.

Cotizamos: Rectificados industriales, de 124 a 126, según clases; idem de vino, de 121 a 123; idem destilados de vino, de 114 a 116.

Todo pesetas el hectólitro.

VALENCIA.—Sin derechos: destilado corriente; de 94 a 95°, a 83 pesetas hectólitro; destilado a vapor, de 95 a 96°, a 86; rectificado vínico, de 96 a 97°, a 95; rectificado industrial, de 96 a 97°, sin cotización, de orujo; a 79 pesetas 100 grados, sin impuesto.

En la región manchega existe cierta animación en la salida de vinos corrientes para Castilla y puertos del Cantábrico, y el precio más general es el de 9 a 10 reales arroba.

En Valdepeñas el vino tinto y blanco se cotiza a tres pesetas arroba.

En Nava del Rey (Valladolid), el vino blanco nuevo se vende a 28 reales cántaro; el tinto, de 20 a 24, y el blanco añejo, a 80, y en Villalón se paga a 21 reales el tinto y a 20 el blanco.

Por la salud pública

Afortunadamente no podemos señalar hecho concreto alguno que pueda ser origen de denuncia, pero en la materia o asunto a que nos vamos a referir, toda precaución y rigor serán pocos.

Se trata de la introducción en la capital de los jamones y embutidos forasteros.

Ya sabemos que sólo pueden venderse los que ostenten el precinto del previo reconocimiento sanitario; pero como la vigilancia de puertas puede hoy ser burlada más fácilmente que cuando estaba establecido el cordón de consumos, puesto que el personal es más escaso, nunca está demás extremar la vigilancia e inspección en materia de tanta responsabilidad y de la que depende la salud pública, sin contar los perjuicios que al comercio de buena fé originaría la venta clandestina de dichos artículos.

Confiamos, pues, en el celo que hasta aquí se viene demostrando por las autoridades municipales y sanitarias.

El poder del anuncio

«El que no anuncia no vende.» Esta frase, repetida un día y otro día, que ha tomado carta de naturaleza, pasando a la categoría de aforismo comercial por lo sabida, y que nadie pone en duda, parece ya tan peregrinilla como una sentencia del doctor Pangloss o como un consejo de Mr. Prudhomme. Pero reconociendo la verdad que encierra, ocurre como con los viejos refranes castellanos, cuya honda filosofía y sentido práctico nadie discute, pero son contados los que a su espíritu se atienen.

Todo el mundo reconoce las ventajas del anuncio, pero son pocos los que anuncian perseverante y eficazmente. Puede decirse que en nuestro país no ha echado todavía raíces el anuncio. Aparte de algunas casas que conocen su importancia y la utilizan, la generalidad, si no la desconocen, por lo menos parecen que no quieren aprovecharla.

Son muchos los que opinan que por la clase de negocio a que se dedican, no necesitan anunciar. ¡Como si en todos los negocios, cualquiera que sea su importancia, género y residencia, no constituyera hoy una necesidad el anuncio! ¿Quién debe anunciar entonces? Nosotros nos atreveríamos a contestar, categóricamente, contundentemente: todo el mundo. En efecto; todas las personas, no sólo aquellas que se dedican a los negocios, sino en general *todo el mundo*, debiera utilizar el anuncio. El que necesita adquirir algún objeto que no encuentra fácilmente en el mercado; el que, por el contrario, pretende enajenar algo de su propiedad, el que necesita de los servicios de otro o el que los ofrece, todo el que solicita comprar, vender, cambiar, conocer o conseguir algo, deben utilizar el anuncio.

Sin embargo, no se ha generalizado su empleo como fuera debido. En otras naciones, cualquiera que se encuentre en las condiciones que dejamos enunciadas, apela al anuncio. No hay más que ver las planas de anuncios ingleses, alemanes, americanos, etc., que contienen hojas y más hojas con anuncios de todo género, ofertas y demandas.

En el comercio, en los negocios, el anuncio es indis-

pensable. Y si no, veamos una prueba de ello. El que abre una tienda, un establecimiento, lo primero que se le ocurre es poner un rótulo bastante visible con la denominación del negocio a que se dedica, y un escaparate con la exhibición de los artículos que vende, porque si así no lo hiciera, la tienda no sería vista por nadie y el que pasara por delante no se daría cuenta de su existencia. Al poner un rótulo en su establecimiento y un escaparate con sus artículos, el comerciante reconoce tácitamente la necesidad de anunciar, porque anuncios son los rótulos y los escaparates.

La publicidad que se haga por medio de los periódicos, de catálogos, de prospectos, de carteles, son otros tantos rótulos del establecimiento que llevan noticia de él a todas partes y extienden el campo de acción del negocio a las mayores distancias. Por medio del anuncio, lo que sólo se vendería en otro caso en un radio de algunos centenares de metros, puede venderse a cientos de kilómetros.

Algunos piensan que es arriesgado aventurar dinero en anuncios sin saber el resultado que darán, y si las cantidades, a veces de importancia, que se han de desembolsar podrán recuperarse. Los que tal suponen no conocen el poder del anuncio. Cuando reúne las cualidades que son necesarias, el anuncio siempre es eficaz y dá buenos resultados. Con razón ha dicho Barnum, maestro del anuncio y precursor del reclamo moderno, que «el anuncio lo reembolsa todo más tarde o más temprano, bajo una u otra forma».

Naturalmente, en la publicidad no deben aventurarse sumas desproporcionadas a la importancia y a la calidad del negocio. Sin caer en una perjudicial tacañería, conviene no arriesgar demasiado, empleando la fórmula de Rostchild: ser prudentes y atrevidos.

El anuncio, para que sea eficaz, ha de ser persistente. Anunciar una sola vez es emplear el dinero inútilmente. «El anuncio—ha dicho también Baraun—es como la ciencia: en corta cantidad no sirve para nada.»

Para que dé buenos resultados, el anuncio debe de ser honrado. No conviene ofrecer nunca lo que no se ha de cumplir, ni exagerar las condiciones de lo que se vende para que después el comprador sufra una decepción. Ha de ser claro y preciso, para que su comprensión resulte fácil al lector.

En los catálogos, prospectos, circulares y otros impresos de propaganda ha de tenerse en cuenta para su confección cierto buen gusto y elegancia, para que el que los recibe los vea con agrado y le interesen.

En los prospectos, género de propaganda del que más se usa y hasta se abusa, por ser uno de los más económicos, además de las cualidades expuestas, ha de buscarse la permanencia, porque en otro caso el prospecto va generalmente al cesto de los papeles. Es conveniente en estos impresos, siempre que sea posible, incluir algo que les dé carácter de utilidad y mueva a conservarlos.

Recuerdo, por ejemplo, el caso de un comerciante de comestibles, que en las tarifas de precios de sus artículos, que frecuentemente enviaba a los probables compradores, intercalaba fórmulas de guisos, recetas culinarias que se relacionaban con los productos que ofrecía. De este modo, el anuncio de su casa, teniendo algo práctico, incitaba a guardarlo y adquiría el carácter de permanencia que trataba de buscar y los resultados eran excelentes.

El poder del anuncio es infalible. De él podría decirse modificado el lema constantiniano: «Anuncia y venderás.»

Anuncio es todo lo que propaga la venta de artículo,

la publicidad en los periódicos y revistas, los prospectos, cartas circulares, listas de precios, los carteles y, sobre todo, el más poderoso, el anuncio viviente: el Representante y Viajante de Comercio.

S. V.

El comercio y los parroquianos

Todo comercio, ya sea un bazar, un almacén o una tienda; ya venda al por mayor o al detall, para poder prosperar necesita asegurarse una clientela.

¿Cómo se consigue? Procurando que el transeunte que por azar entró a hacer una compra, salga tan complacido y satisfecho, que vuelva otra vez y se convierta en asiduo parroquiano.

Para conseguirlo, es indispensable que el comprador halle en ese comercio varios elementos y condiciones.

Veamos cuáles son:

En primer lugar, la variedad y buena calidad de los artículos que en él se expenden, ya sean muebles o comestibles; joyas o zapatos; géneros o juguetes; loza o ferretería. Cuando un comprador no encuentra en una tienda el artículo que busca, difícilmente vuelve a ella. Y lo mismo sucede si el artículo que se ha vendido es de mala calidad. Ningún comprador se deja dar dos veces gato por liebre.

En segundo lugar, la modicidad y fijeza de los precios. La baratura atrae compradores; la carestía los aleja. El buen comerciante prefiere ganar poco en cada artículo y vender mucho. Con ello aumenta el movimiento: como vende más, puede comprar más y en mejores condiciones que el que hace pocos pedidos, y al cabo del año ha dado muchas vueltas a su dinero. La experiencia ha demostrado que el marcar los precios de los artículos que se exhiben en los escaparates, atrae a muchos compradores, sobre todo cuando los precios son arreglados. La gente prefiere saber lo que le costará un objeto antes de entrar en la tienda, sin tener que preguntarlo.

La buena presentación de los artículos en los escaparates y el buen orden y limpieza en el interior de la tienda, son también poderosos atractivos. En París, en Berlín y en otras capitales hay comercios que emplean artistas para «vestir» sus escaparates, y lo hacen con gusto tan refinado, con un arte tan exquisito, que el público se siente atraído de un modo irresistible.

Y por último, aunque tal vez por su importancia sea ésta la primera condición para conquistar parroquianos: el buen agrado del dueño

y de sus dependientes. Hay comerciantes que no se fijan en este detalle, que es de transcendencia suma. Quizás vigilan y están atentos a que sus dependientes no les roben; tal vez les encargan que no se excedan en el peso o en la medida; pero mucho más debieran cuidar de que sirvan a los clientes con buen agrado, siempre con una sonrisa y con buenas palabras, sin cansarse en mostrar artículos, procurando satisfacer los deseos y caprichos del comprador, en vez de insistir en venderle lo que no desea. ¡Si supiesen algunos tenderos que su comercio no prospera precisamente por esta causa! ¿Qué comprador querrá volver a una tienda donde se le sirve con indiferencia y hasta con desagrado?

No olvide el comerciante que para tener buena y numerosa parroquia, es preciso que cada comprador salga satisfecho de su establecimiento por la calidad del artículo, por la modicidad del precio y por el buen trato de los dependientes.

Mirando el porvenir

El comerciante moderno no cifra el ideal de sus aspiraciones en conseguir un lucro inmediato, una ganancia fácil, pero sin esperanza de que el fruto de una operación se reproduzca y que sea el germen de otras más provechosas. El principio fundamental del comerciante de hoy es crear un negocio serio y honrado, cuyas utilidades sean el resultado progresivo de sus nobles esfuerzos por conseguir la mayor perfección en la calidad de los géneros, en los procedimientos de venta, en la manera de servir al público, etc. etc.

No considera cumplida su misión ni satisfechas sus obligaciones, trabajando tan sólo para el momento, por el negocio de hoy, sino que va poniendo los jalones para levantar el edificio que un mañana más ó menos lejano será su satisfacción y su orgullo, y los cimientos de ese edificio son el crédito, el buen nombre, la reputación de hombre serio, recto, formal y laborioso.

Por eso el comerciante de hoy, al revés del mercader de otro tiempo, se esfuerza en atender y dejar satisfecho al comprador, vendiéndole buenos géneros, diciéndole la verdad sobre su calidad y otras condiciones; sirviéndole lo justo en la medida y en el peso y procurando que el que compra por primera vez quede contento y vuelva otra, y cada nueva vez que vaya a comprar, aumente su confianza y se consolide su fama de comerciante honrado, que es lo que importa para asegurar el porvenir.

FALLO INTERESANTE

LAS DEUDAS DE LOS MILITARES

Es de interés extraordinario para muchos de nuestros lectores leer y recordar las siguientes líneas:

«La Sala de Gobierno de la Audiencia for-

muló recurso de queja ante el Gobierno por haberse negado el Capitán general de la segunda región a ordenar la retención de parte del sueldo de un capitán de infantería, para el pago de 365 pesetas que por alimentos suministrados a él, su esposa e hija, fué condenado dicho oficial a satisfacer por sentencia del Tribunal municipal de Valverde del Camino, y también para el pago de costas a que a aquél fué así mismo condenado, pero teniendo en cuenta:

1.º Que el art. 2.º de la ley de 29 de Junio de 1908, prohíbe que sean objeto de retención los sueldos de los oficiales del Ejército para hacer efectivas a favor de particulares responsabilidades procedentes de contratos perfeccionados después de la promulgación de dicha ley.

2.º Que después de consignar dicho artículo la prohibición de que para hacer efectivas tales responsabilidades se embarguen sueldos, gratificaciones, pluses, pensiones de cruces y demás devengos personales, establece quedarán expeditas y rigiéndose por la legislación común, las acciones de los acreedores particulares contra los demás créditos, alcances y bienes que pertenezcan a los responsables.

3.º Que los alimentos a que se refiere el art. 3.º de la ley indicada, son aquellos que entre determinadas personas se deben en virtud de la ley; pero no los que para la manutención de un oficial y su familia han sido suministrados por un particular, los cuales no pueden dar motivo a una retención de sueldo, no sólo por prohibirlo el citado art. 2.º, sino por venir a corroborarlo así el mismo art. 3.º, que al autorizar, cuando se trate de las responsabilidades que indica, la retención de la quinta parte de los haberes personales que el art. 2.º prohíbe retener, limita esta autorización a los casos en que proceda judicialmente para hacer efectivas obligaciones o responsabilidades que no provengan de contratos, en consonancia con lo establecido en el artículo anterior de la misma ley, que prohíbe para este caso toda retención de los expresados haberes.

Y 4.º Que al negarse el Capitán general a la retención solicitada para hacer efectiva la responsabilidad procedente de una deuda contraída en Septiembre y Octubre de 1909, y, por tanto, ser posterior a la promulgación de la ley de 29 de Julio de 1908, ha interpretado ésta recatadamente el recurso de queja formulado por la Sala de Gobierno de la Audiencia territorial de Sevilla, y en consecuencia se declara que no há lugar a él.»

El movimiento comercial exterior de España en 1914

Publicado por la Dirección general de Aduanas el cuaderno que contiene las importaciones durante el mes de Diciembre último y el resumen del año 1914, resulta que el valor total de las mercancías que entraron en la Península en el último mes de dicho año fué de 68 millones de pesetas, cantidad compuesta de las partidas siguientes: 344.202 pesetas por animales vivos, 32,7 millones por primeras materias, 13,9 millones por artículos fabricados, 16,1 millones por substancias alimenticias y 4,7 millones por metales preciosos.

Como el valor total de lo importado en igual mes de los dos años anteriores fué de 108,1 millones (en 1913) y de 110,1 millones (en 1912), hay, pues, una baja de 40,1 y de 42,1 millones de pesetas respectivamente.

El valor total de las exportaciones en Diciembre ha sido de 104,4 millones de pesetas, o sea 207,398 pesetas por animales vivos, 18,9 millones por primeras materias, 45,9 millones por artículos fabricados, 38,6 millones por substancias alimenticias y 2,7 millones por metales preciosos.

La exportación en igual mes de 1913 fué de 90,6 millones, y de 101,4 millones en 1912; luego hay un alza de 15,8 y de 5 millones respectivamente.

El resultado de 1914 ha sido de 1.047 millones en las importaciones, estando formado ese total por las partidas que seguidamente se detallan: por animales vivos 8,1 millones; por primeras materias, 448,8 millones; 310,1 millones por artículos fabricados, 251,8, por substancias alimenticias, y 28,3 millones en metales preciosos.

Deducida esta última partida (que es superior en 22 millones a la obtenida en los dos últimos años), queda el valor de las importaciones en 1,019,1 millones de pesetas, y esta cifra es menor en 283,9 millones a la del año 1913 y en 29,7 a la correspondiente a 1912.

El valor total de lo exportado en el año 1914 ha sido de 887,2 millones de pesetas, o sea 5,9 millones en animales vivos, 257,7 millones de pesetas en primeras materias, 253,2 millones en artículos fabricados, 358,2 millones en substancias alimenticias y 11,9 millones de pesetas en metales preciosos.

Prescindiendo de esta última partida, el valor de lo exportado ha sido, en 1914, de 875,3 millones de pesetas, lo que supone una disminu-

ción de 182,3 millones de pesetas con respecto a 1913 y de 156,2 millones con relación a 1912.

Tanto en la importación como en las exportaciones hay baja en todos los conceptos, excepto, como antes se dice, en la entrada de metales preciosos.

El saldo del comercio exterior nos ha sido contrario en 143,8 millones de pesetas; en 1913 nos fué adverso en 248,4 millones y solo en 17,3 millones de pesetas en el año 1912.

EL NUEVO DIRECTOR DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y TRABAJO

DON JAVIER GARCIA DE LEANIZ

En los últimos días del pasado mes de Marzo tomó posesión de su nuevo cargo el nuevo Director de Comercio, Industria y Trabajo, Excmo. Sr. D. Javier García de Leaniz y Arias de Quiroga.

Abogado y Jefe de Administración de Hacienda pública, excedente, natural de Sevilla, terminó su carrera de Derecho a los diez y nueve años, ingresando como Oficial Letrado en el Tribunal de Cuentas, de donde pasó al Ministerio de Ultramar, desempeñando en éste importantes comisiones, entre ellas la del Canje de Moneda, que le valió declaraciones especiales de mérito y la Cruz de Carlos III.

Al suprimirse el Ministerio de Ultramar, pasó al de Hacienda, ingresando como Jefe de Negociado en la Sección de Presupuestos de la Intervención general. En Hacienda sirvió ocho años, llegando a alcanzar la categoría de Jefe de Administración, cuyo destino desempeñaba en cargo de confianza a las órdenes personales del Ministro, como Jefe de su Gabinete particular, habiendo colaborado con el Sr. O'ma en la reforma arancelaria de Cuba, y posteriormente fué elegido Diputado a Cortes por Chantada (Lugo), en 1907.

En las Cortes conservadoras, que fueron disueltas en 1909, actuó repetidamente como Secretario de la Comisión de Presupuestos, defendiendo la obra económica de su Jefe y gran amigo, Sr. O'ma. Especialmente su *debut* parlamentario, con ocasión de discutirse la reforma del impuesto sobre los azúcares, fué brillante, y la Prensa, sin distinción de color político, le aplaudió calurosamente.

En 1908, el Ministro de Hacienda a la sazón, señor Sánchez Bustillo, le nombró Director general del Tesoro, con motivo de la vacante ocurrida por fallecimiento de D. José Ramón de Oya. García de Leaniz, por motivos de delicadeza, raros en estos tiempos, se negó a aceptar tal cargo, y fueron inútiles cuantos esfuerzos se hicieron por todas para disuadirle de su resolución.

En las Cortes de 1910, y tras reñida lucha, fué reelegido Diputado por el mismo distrito de Chantada.

Durante la actuación de las mismas, y en nombre de la minoría conservadora, intervino varias veces, con gran brillantez y general aplauso, en las discusiones de Presupuestos y de importantes asuntos económicos, y por último, defendió calurosamente en el Congreso a la sufrida clase de funcionarios de Hacienda, de la que declaró con orgullo que procedía, obteniendo del señor Presidente del Consejo de Ministros, Sr. Canalejas, promesas categóricas de mejoras para la misma.

Entusiasmados los funcionarios de Hacienda con el

acto realizado en su defensa por el Sr. García de Leaniz, y queriendo testimoniarse su agradecimiento, hicieron una suscripción para regalarle una plancha de plata y un álbum, que su excesiva modestia le hizo rehusar, queriendo que se devolviera a los suscriptores la importante cantidad reunida. Ante tal negativa, dando una prueba más de su interés por la clase, rogó se destinase la mayor parte de la suma recaudada, a repartir socorros de cien pesetas a las familias de funcionarios que falleciesen sin recursos; aceptando, con agradecimiento, por el cariño que representaba, un álbum con las firmas de casi todos los funcionarios de Hacienda de España.

Por último, ha sido nombrado Director general de Comercio, Industrial y Trabajo, para cuyo cargo tiene excepcional competencia en la ciencia económica, que tan íntima relación guarda con la casi totalidad de los asuntos que se ventilan en dicha Dirección.

La designación del Sr. García de Leaniz para este alto puesto, ha sido un verdadero acierto, y nosotros abrigamos la esperanza, por no decir la seguridad, de que su permanencia en él ha de ser muy beneficiosa para los intereses de las clases industriales y mercantiles. Por lo pronto, es «de los que trabajan» desde el primer momento, y prueba de ello es que a los pocos días de haber tomado posesión, se ha ocupado ya de asunto tan importante como la Organización del Negociado arancelario.

El azúcar en Marruecos

La alta Comisaría de España en Marruecos ha remitido al Ministerio de Estado el siguiente informe respecto a la importación de azúcar en Marruecos:

«La época de anormalidad por que atraviesa el comercio, como consecuencia de la actual contienda europea, había de alcanzar en sus derivados a este territorio, sobre todo en la importación de aquellos artículos que por razón especial del carácter moro constituyen una de las principales bases de su alimentación, entre ellos el azúcar. Este artículo, en cuya exportación España ocupaba un lugar muy secundario, llegó a escasear por las dificultades de tráfico consiguientes, circunstancia que varió por completo los términos del problema dando en la actualidad a la producción española un coeficiente de exportación considerable. Sin embargo, esta corriente altamente favorable a nuestros propios intereses, no alcanzan el grado de desarrollo que sería de desear, debidos a pequeños defectos de presentación fácilmente subsanables, pero a los que concede el moro, de carácter tradicional y consiguiente, una gran importancia. Los azúcares que consume la mayor parte de la población mora son los llamados de pilón, razón por lo que sería de desear que el comercio español tuviera presente esta circunstancia, que redundaría en beneficio de sus propios intereses.

Por tanto, creo firmemente en la necesidad de estimular en este sentido a la producción española, para lograr con ello, no sólo un aumento de exportación transitorio, debido a las circunstancias actuales, altamente favorables a ello, sino como medio de afirmar para lo futuro al comercio español en Marruecos el desarrollo que por razones de vecindad le corresponde.»

NOTICIAS

Representante

En sesión celebrada el 25 del pasado mes de Abril por la Asociación de Comerciantes de Ultramarinos, comestibles y similares, se acordó que el socio don Luis Martínez Navarro, concejal de este excelentísimo Ayuntamiento, marche a Valencia con objeto de representar a la Sociedad en la segunda asamblea que celebrará en aquella capital la Federación Gremial Española.

Monedas de siete centimos

Se han comunicado las órdenes a la Casa de la moneda para que comience la acuñación de monedas de cobre de 0.07 pesetas y de níquel de 0.25. Estas últimas llevarán un agujero en el centro para que no se confundan con las pesetas.

Cuando se ponga en circulación la moneda de 7 céntimos, se celebrará en Madrid una reunión de directores de periódicos, con objeto de ponerse de acuerdo para elevar el precio de los ejemplares, vendiéndolos a 7 céntimos en vez de 5.

Vendedores de vino en ambulancia

Una Real orden del Ministerio de Hacienda dispone que se suprima el último párrafo del número 1 de la sección 2.ª de la tarifa 5.ª, y en su lugar se crea el número 1 bis, redactado en la siguiente forma: «Vendedores ambulantes de vino dentro de una localidad. Pagarán en Madrid, 120, pesetas. En poblaciones comprendidas en la segunda base de población de la tarifa primera, 110 pesetas; en las comprendidas en la tercera base de población, 100 pesetas; en las comprendidas en la cuarta base de población, 90 pesetas; en las comprendidas en la quinta base de población, 80 pesetas, y en las demás poblaciones, 70 pesetas. Cuando las ventas sean por mayor, las cuotas señaladas se duplicarán.

El giro postal con la Argentina

Se hace público por el presente anuncio que el día 1.º de Mayo será inaugurado por todas las oficinas del ramo autorizadas el servicio de giro postal con la República Argentina.

No se admiten en este servicio que se inaugura los giros telegráficos.

La moneda adoptada para el envío de cantidades a la Argentina es el peso oro de 100 centavos, 5 pesetas oro.

El azafrán en España

La producción media anual de azafrán, según los datos oficiales del ministerio de Fomento, es de pesetas 12.853.525.

Hay dedicadas 11.947 hectáreas a este cultivo en las siguientes provincias, enumeradas por el orden de su importancia en cuanto a la extensión: Teruel, Ciudad Real, Cuenca, Toledo, Albacete, Valencia, Guadalajara y Murcia.

La producción total asciende a 14.500 kilogramos anuales, y el precio es de 84'37 pesetas kilo. Si sumamos al producto principal de azafrán los secundarios, representados por el valor del espartillo y los bulbos, puede aumentarse a 14.410.704 la cifra que antes hemos congnado.

Resulta de todos estos datos que ocupa un lugar bastante importante el cultivo del azafrán en nuestro país.

Una gran parte del producto se destina a la exportación, alcanzando la cifra 9.640.133 pesetas, como promedio del último trienio.

En favor del comercio

El embajador de España en París ha telegrafado al Ministerio de Estado comunicándole que, para la entrega de las mercancías detenidas en puertos franceses, procedentes de Alemania y Austria y destinadas a España, se deben mandar las facturas directamente al tribunal de presas, por conducto de la Embajada, con el visto bueno de la autoridad judicial española y del cónsul francés.

Se recomienda, a fin de evitar que las mercancías que se hallan en puertos neutrales sean detenidas, que vayan acompañadas de los documentos referidos.

Compras de trigo

Para hacer frente a las necesidades que se presentan, la Hacienda ha adquirido un cargamento de 3.500 toneladas de trigo extranjero, que será desembarcado en Alicante, donde ya está cedida la mayor parte a los harineros.

La partida sobrante quedará en depósito para satisfacer la demanda que se haga de otras poblaciones.

En Barcelona hay un stock de trigo de 40.000 toneladas, entre las fábricas y muelles, y aún desean comprar más para tener harina disponible, no sólo con objeto de atender a su clientela del litoral, sino también a fin de satisfacer la demanda que se hace de Canarias, Ceuta y Melilla, cuyos territorios se nutrían antes de harinas extranjeras y ahora acuden al mercado nacional.

El problema de las subsistencias

En la Cámara de Comercio de Madrid se ha celebrado una reunión de representantes del Comercio y de la industria catalanes.

Los reunidos, después de cambiar impresiones, y contando con los ofrecimientos del presidente del Consejo de Ministros, la conformidad del ministro de Estado y la cooperación y colaboración decididas de diferentes Cámaras de Comercio, acordaron, entre otros extremos, constituir una Comisión permanente que informe al Gobierno acerca del interesante problema de la importación.

Restablecimiento de Tarifas especiales

Las Compañías de Explotación de los ferrocarriles de Madrid a Cáceres y Portugal y del Oeste de España, de Madrid a Zaragoza y a Alicante, de Medina del Campo a Salamanca y de Pontevedra a Santiago, tienen el honor de poner en conocimiento del público que, por Real orden fecha 22 de Febrero próximo pasado han sido autorizadas para restablecer las siguientes tarifas especiales de pequeña velocidad.

Especial número 114, para el transporte de hierro en lingotes; idem N. C. núm. 6, para el transporte de paja; idem N. C. núm. 7, para el transporte de vinos, vinagres y uva fresca; idem N. C. Z. núm. 2, para el transporte de sardina salada ó prensa de barriles, mojama, caballa y pulpo seco ó curado; idem N. M. C. número 1, para el transporte de mercancías varias; idem N. M. Z. núm. 1, para el transporte de aceites de oliva.

En su consecuencia, dichas tarifas rigen nuevamente desde el 22 de Febrero de 1915.

Elaboración de Corcho
 EN
CUADRADILLOS, TAPONES
 Y
PLANTILLAS PARA EL CALZADO

Félix Táguas Sánchez

Zarco, 5 Córdoba

Francisco Guerrero Barea

Muñices, núm. 7.--Córdoba

Esta casa se dedica a hacer instalaciones de luz eléctrica, teléfonos, pararrayos, motores, timbres, ventiladores y todo lo concerniente al ramo de electricidad, empleando para ello materiales de primera calidad. También se hace cargo de las instalaciones de timbres eléctricos, siendo de su cuenta la reposición del material de los mismos, desde una peseta al mes. Los muchos años de práctica dedicado a esta clase de trabajos, me permiten hacerlos a precios sumamente económicos,

Tejada y García
Coloniales por mayor

DEPOSITARIOS

de la leche condensada suiza, marca

“**LA LECHERA**”

y del carburo de calcio, marca

“**F A R O**”

Almacenes y Escritorio

Avenida de Cervantes, sin núm.

CORDOBA

Chacinería y Semillas

DE

ANTONIO GONZALEZ MADRID

Moriscos, número 6.--Córdoba

Superiores Tocinos y Jamones

ESPECIALIDAD

EN

Embutidos, Garbanzos tiernos y Alubias

SANTIAGO SANCHEZ ROBLES

72, Realejo, 72.-Córdoba

**Aceites, Vinos, Vinagres
Y AGUARDIENTES**



LA VERDAD



Grandes Talleres de Imprenta

MOVIDOS POR LA ELECTRICIDAD
Unicos premiados en las Exposiciones de 1903 y 1904

Especialidad en Trabajos Comerciales

•••• Y DE GRAN LUJO ••••

Sellos de Cautchoux

CARTELERÍA Y BILLETAJE PARA CORRIDAS DE TOROS

•••• Y demás Espectáculos ••••

MODELACIÓN

Para Ayuntamientos, Consumos, Juz-
gados, Médicos, Loterías y toda clase
de oficinas del Estado y particulares.

¡Imposible competencia!

¡Verdadera economía!

A. MORALES.-LA VERDAD.-CORDOBA

JOSÉ DELGADO MARTÍNEZ

Llano del Pretorio, 3.-Teléfono 222

ALMACENISTA, COSECHERO Y EXPORTADOR DE ACEITUNAS Y CEREALES

Especialidad en garbanzos de siembra, finas co-
churas y clases corrientes.

No comprar sin antes ver muestras y precios de
esta casa.

CORDOBA (España)

RODRIGUEZ HNOS.

Exportadores de Aceites de Oliva
Cereales y Legumbres

OFICINAS Y ALMACENES

46, AVENIDA DE CANALEJAS, 46
CÓRDOBA

CARBONELL Y COMP.^A (S. EN C.)**CASA CENTRAL EN CÓRDOBA FUNDADA EN 1866**

Fábrica de refinación de aceites último sistema.

La primera en España.

Fábrica-molino de aceite fino, sistema Marqués de Cabra.

Bodegas de vinos finos de Montilla y los Moriles.

Fábrica de harinas sistema Austro-Húngaro Daverio y Bühler. Producción diaria, 35.000 klgs.

Almacén de maderas de Flandes, Austria y América.

Fábrica de fideos y pastas para sopa.

Compra-venta de cereales y legumbres**SUCURSALES EN****SEVILLA**

Grandes almacenes de maderas de Flandes, Austria y América.

Fábrica de aserrar.

Aceitunas.

Compra-venta de cereales.

MELILLA

Abastecedores de la Comandancia de Ingenieros.

Grandes almacenes de maderas de Flandes, Austria y América.

Fábrica de aserrar y labrar.

Aceite de oliva.—Jabón.—Vino.—Alcohol.—Harinas.—Azúcar.—Hierros.—Cementos.—Etc.
Etc.**Aguilar de la Frontera.-Castro del Río.-Pinos Puente**

Grandes fábricas de aceites de orujo, Sulfuro de Carbono y de Jabones

Producción diaria, 20.000 kilos de aceite**ALMACÉN AL POR MAYOR****Mercería, Quincalla y Bisutería**

Surtido completo en Perfumería, Horquillas, Peinas, Abanicos, Botonaduras, Gemelos, Cadenas, Collares y todos los artículos para feriantes y tiendas al detall

LARA Y GARCIA, S. C.**Librería, 16 y 18.—Teléfono 23.—Córdoba****Precios sin competencia**