

Tobaris

Revista Comercial

Editada en Vigo
por los Almacenes TOBARIS

Distribuida gratuitamente a
nuestros clientes de toda España



NÚM. 6

NOVIEMBRE 1952

PUBLIC
3484

Yo-Yos



Nuevamente ha vuelto a ponerse de moda el juguete denominado Yo-Yo, que tan popular fué hace años. El éxito de venta es fabuloso.

ALMACENES TOBARIS, tiene el gusto de notificar a sus estimados clientes, que actualmente disponemos de existencias de preciosos Yo-Yos plásticos en colores a 42 ptas. la docena.



NÚMERO 6
NOVIEMBRE
1 9 5 2
VIGO

Tobaris

Revista Comercial

Sumario

Como si fuera un prólogo	Página	5
Hacerlo enseguida	>	6
El «mago de la electrónica»	>	7
Así se hace un principe de América	>	8
La voluntad	>	9
De cara al negocio	>	10
No ocultes los errores	>	11
Amemos el tiempo	>	12
California «El Estado Dorado»	>	13
Para hacer una fortuna	>	14
El arte de vender	>	15
Reflexiones	>	16
Nunca habrá una buena oportunidad	>	17
Humorismo	>	18



Le interesa saber...

Que para que sus ventas no disminuyan en bisateria, es imprescindible que en todo momento, presente las últimas novedades. Por eso en su propio interés, le aconsejamos que sin ningún compromiso por su parte, vea siempre el muestrario de esta firma.

Estamos seguros que en el mismo, siempre hallará las últimas fantasías al precio más conveniente.

Siempre a sus órdenes,

Almacenes Tobaris

Como si fuera un prólogo...

El dominio práctico de la Psicología aplicada a la vida cotidiana de los negocios bien puede calificarse de arte de conquistar el mundo. Cada día, más el mundo y sus vaivenes traducen lo que pasa en este mundo particularísimo, tan real y tan tangible como es el mundo de los negocios.

Todos los conocimientos técnicos: las matemáticas con sus guarismos; la gramática con sus giros, la contabilidad con sus asientos, el derecho con sus leyes, la economía con sus teorías, todo falla si no tiene en cuenta la intención humana de todo cuanto nos circunda.....

En efecto, desde el último peón al más encopetado dirigente son seres a quienes es preciso o conquistar, o estimular, o apaciguar, o dominar. El mundo de los negocios está hecho de una finísima tela de araña. Y la gracia está en que quien en ella quede prendido, quede prendido a gusto. Difícil, ¿verdad? Pero de un arte sublime y sorprendente.

Pues bien, ello es lo que nos enseña la Psicología aplicada. No es ciencia de agoreros, ni florilegio de academia para sesentones. Es una disciplina que modernamente ha entrado por la puerta grande de las necesidades sentidas por el hombre de negocios.

Por algo aquel muchachito que luego fué uno de los magnates del comercio tuvo no se sabe si clarividencia o maravillosa intuición al contestar a su padre. ¿Qué querrás ser, hijo mio, cuando mayor? Papá yo querré ser simpático. La simpatía, hermosa cualidad, ábre-sésamo de este arte de conquistar el mundo y primer capítulo obligado de la Psicología al mundo de los negocios.

Jaime Vicens Carrio

De la Academia de Ciencias Económicas-Financieras.



La solución mejor

Las soluciones son fórmulas más o menos eficaces a determinadas necesidades y actitudes. Pero las soluciones evolucionan como evoluciona nuestra capacidad interpretativa. La solución de hoy no será a propósito para mañana. Las soluciones gravitan como también gravitan los problemas. Quizá en sucesivas soluciones volvamos al punto de partida. En realidad en todos los casos hay una solución mejor y las soluciones son como un ideal que nunca logramos satisfacer plenamente pero que deben ser para nosotros objetivo constante para mejorarlas y superarlas.

● *Hacerlo enseguida*

Las cosas deben hacerse enseguida. Dejar los negocios mal acabados, es eternizarlos. Lo que se hace hoy exige sólo diez minutos; lo mismo, dejado para mañana, exige dos horas.

Las cosas deben hacerse enseguida. Tal es el sistema. Es un sistema que espera a nuestra puerta pero que se resiste a entrar a la menor interrupción. Cuando estáis dispuestos a acometer de frente todos los obstáculos, el mismo sistema se encarga de eliminarlos.

Cuando sin culpa vuestra os sale mal una cosa, es señal de que carecéis de sistema. Lo mejor en tal caso es que os sentéis y meditéis un sistema que os asegure contra un nuevo fracaso, pero no esperéis a mañana para aseguraros un sistema. Haced enseguida lo que tengáis que hacer.

Las cosas bien acabadas producen satisfacción y éxito. Los detalles inacabados son un peligro y provocan un aplazamiento. Proceded con tranquilidad, con firmeza y prestamente, pero no con apresuramientos. Haced siempre enseguida lo que debáis hacer.

ARTURO HELPS

● *Casas al minuto*

En Gran Bretaña se están construyendo casas a un ritmo de dos cada cuatro días. El nuevo sistema de edificación se caracteriza por el empleo de tableros de cemento huecos para levantar los muros. Estas casas son de un piso y se les conoce por el nombre de Ca-

sas «Reema». De ellas se han erigido varios centenares durante los dos últimos años, con el fin de comprobar su rendimiento. Según un informe del Ministerio de Obras Públicas británico, conservan bien el calor, ahuyentando la humedad, y gustan mucho a quienes las habitan.

Se necesitan unos cuarenta tableros de muros para completar dos casas de este tipo, calculándose el coste de cada una en poco más de 1.000 libras esterlinas. Pueden resultar más baratas que la casa tradicional de un tamaño análogo, con la gran ventaja de que exigen mucho menos esfuerzo. Para construir una casa «Reema» son precisas 1.350 horas-hombre, en contraste con las casi 2.500 que son menester para levantar una casa de ladrillos del mismo tamaño.

● *La ignorancia*

La ignorancia—dice Castelar— engendra el crimen; la ignorancia es la obscuridad donde comienza el abismo en que se arrastra la razón, en que la honradez perece.

Dad al niño libros adecuados. Caminad delante de él con la lámpara en la mano para que pueda seguirlos.

La ignorancia produce el error y el error produce el atentado.

La falta de enseñanza lanza en el Estado hombres animales, cerebros incompletos, insipientes fatales, ciegos terribles, que caminan a tientas por el mundo moral. Iluminar los espíritus es nuestro primer deber; hagamos que el cerebro más vil se convierta en luz.

Debemos cultivar las inteligencias; el germen tiene derecho a ser fruto; el que no piensa no vive.

EL MAGO DE LA ELECTRÓNICA PREANUNCIO del MUNDO FUTURO

Hollywood, 27. (Servicio especial de crónicas EFE-United Press.)—Un joven genio de la electrónica, llamado Mac Brainard, se ha especializado en idear fantásticos aparatos para satisfacer los gustos de los artistas cinematográficos, aficionados a contar en sus domicilios con artilugios que les eviten esfuerzo. La moda en Hollywood es, actualmente, «llevar la casa» por control remoto. Por ejemplo, en una lujosa mansión de Brentwood, la dueña no tiene que preocuparse de que el sol pueda estropear sus muebles. Cuando los rayos solares dan en una gran cristalera, las cortinas se corren automáticamente. Y cuando el sol se quita, las cortinas vuelven ellas solas a descorrerse de nuevo. Un ojo electrónico, instalado por Brainard, es lo que realiza este prodigio.

Tanto este original dispositivo, como otros semejantes, son realmente prácticos y persiguen, sin duda, una mayor comodidad para sus usuarios. Sin embargo, más parece que la finalidad primordial de los mismos es que sus dueños presuman de gentes modernas, a juzgar por lo que éstos alardean con tales aparatos electrónicos. Así, por ejemplo, la dueña de la casa de las cortinas sensibles al sol, cuando tiene invitados por la noche los saca siempre al jardín para que vean cómo, proyectando sobre el ojo electrónico el haz luminoso de una linterna de bolsillo, las cortinas se corren por sí solas.

Brainard ha instalado unos botones en varios automóviles, oprimiendo los cuales el conductor puede encender las luces del patio, abrir la puerta del garage y poner en marcha un gramófono, cuando todavía se encuentra aquí a veinte kilómetros de su casa.

Un productor cinematográfico pidió a Brainard música subacuática, y ya la tiene. El mago de la electrónica instaló un altavoz metálico especial en el fondo de la piscina, de forma que la música puede oírse perfectamente cuando se sumerge uno en ella, pero no la oyen los que están fuera del agua.

Clark Gable y Donald O' Connor se encuentran entre los clientes de Brainard, quien ha acondicionado también un automóvil especial «a prueba de robos», por encargo de un alto directivo cinematográfico. Si el coche avanza más de media manzana sin que se accione una «alarma especial contra ladrones», los frenos lo inmovilizan, se encienden las luces y el claxon se pone a sonar estrepitosamente.

También vende Brainard controles electrónicos para accionar desde la cama. Todos llevan una especie de disco. Se marcan en el mismo números distintos, y ya se tiene en marcha la cafetera, se abre la puerta para que salga el perro al jardín o se pone en funcionamiento un receptor de radio.

En una fábrica por la que ha pasado el mago de la electrónica, no es posible penetrar a través de una puerta electrónicamente controlada sin antes silbar determinada melodía. También tiene Brainard varios clientes que pueden encender las luces de su cuarto de estar o de su comedor sin más que agitar suavemente una mano delante de determinada pared.

El actor cómico Lou Costello ha hecho que Brainard interviniera también en su casa. Hay en ésta una fotografía de Lou en la pared; basta apretarle con el dedo la nariz para que se abra una puerta secreta escondida tras una librería.

ASI SE HACE UN PRINCIPE DE AMERICA

Si el ideal de todo americano es el éxito, el éxito de cada charlatán, periodista o escritor americano es llegar a "columnista".

"Columnista" se le llama aquí al que posee una sección fija en un periódico y ocupa diaria o semanalmente, bajo un título genérico y firmada con su nombre o seudónimo, una "columna". Los "columnistas" son los favoritos del periodismo americano, y desde que usted se entrona en el alto pedestal de una "columna" comienza a ser un príncipe de América. Los políticos le halagan, le llama por su nombre de pila el Presidente de la República, le sirven antes que a nadie los camareros de Broadway y se lo disputan en los salones de Sutton.

Pero el éxito profesional y social en América se traduce siempre además por una cifra en dólares. Las columnas de las cuentas corrientes de los "columnistas" muestran aún mayor rutilancia que las columnas de sus periódicos. Entre 200.000 y 500.000 dólares pueden arrojar anualmente los ingresos de un "columnista" de primera fila. A su vez, las cifras y el éxito de los "columnistas" tienen subyugados, como mariposas, a los novelistas, los dramaturgos y los poetas, que han olvidado la poesía, la dramaturgia y la novela haciendo esfuerzos por encaramarse en una columna. Las columnas son como las cañas, empero. Sólo llegan a la cumbre los más ágiles. Y por cada uno que llega, 100 gatean inútilmente. Yo acabo de presenciar aquí una ascensión mientras toda América aplaude. La de Billy Rose.

Billy Rose debe andar por los cuarenta años. Es un judío pequeñito, con cara de buho, nacido por esos mundos de Dios, que hasta hace poco había empleado su pintoresco y vigoroso inglés lo mismo para vender aspiradores eléctricos que para hacer reír en los cabarets de barrio o escucharse a sí mismo en las tertulias de Broadway. Pero en América uno puede escucharse a sí mismo hacer chistes para los demás y vender aspiradores eléctricos al mismo tiempo que uno va enriqueciéndose. Billy Rose era el propietario del teatro de Ziegfield y el cabaret Horseshoe (La Herradura), cuando hace un año empezó a escribir anuncios para un periódico sobre su cabaret.

Por los tres primeros anuncios tuvo que pagar. Pero el director del periódico había encontrado los anuncios tan interesantes que al cuarto le ofreció publicarlo como "columna" y abonárselo. Billy Rose aceptó. Ahora su columna, titulada "Pitching Horseshoes", acaba de ser adquirida en 150.000 dólares al año por un sindicato, que la ha vendido a periódicos ingleses, australianos, canadienses, franceses, suecos, noruegos e italianos, amén de 100 americanos, entre ellos el exclusivo y elevado "New York Herald Tribune".

"Yo cojo la máquina y escribo lo que me viene a la cabeza", ha dicho Billy Rose a los periodistas que le han preguntado sobre su método.

Así se hace un príncipe de América.

AUGUSTO ASSIA

LA VOLUNTAD

Quien desde niño se acostumbra a calcular llega a tener una seguridad tan grande en su propia habilidad que jamás repasa las sumas, restas o multiplicaciones que hizo, aun cuando las hiciera con mucha rapidez. Y en efecto, casi nunca se equivoca.

Lo propio ocurre con la voluntad. Cuando se ejercita a menudo obedece de un modo maravilloso, es capaz de cualquier esfuerzo, se muestra dócil a los mandatos de la razón y día tras día adquiere nuevas fuerzas y no hay empresa que la arredre ni valla que la contenga. Pero si permanece arrinconada sin que jamás se la emplee diríase que su resorte pierde el temple, y cuando en un momento dado se quiere echar mano de ella no responde como es debido.

Para fortalecer la voluntad no hay más que un método: hacer que de continuo se ejercite.

Emerson cita el caso de un hombre que era abúlico casi por completo. A consecuencia de ello le era punto menos que imposible hacer nada de provecho. A pesar de ser inteligente veía cómo sus compañeros se le adelantaban y ocupaban los mejores puestos. Pasó algún tiempo deplorando su suerte menguada, apiadándose de sí mismo; pero como esto no remediaba sus males, reflexionó acerca de la causa de ellos y decidió variar de conducta por completo.

Le producía repugnancia indecible ir a proponer sus servicios a un desconocido o explicar ante una persona con la que no tuviese relaciones amistosas lo que podría producir un negocio, de que manera concebía él que debía plantearse una industria nueva. Le asqueaba tener que insistir en sus afirmaciones, verse obligado a repetir cosas que había explicado claramente, emplear fórmulas poco menos que charlatanescas, ponderar lo que bastaba exponer para que todo el mundo se hiciera cargo de su bondad. Pero a la fuerza ahorcan. De seguir por el camino emprendido llevaba mucho adelantado para morir de hambre y para ver cómo la ineptitud le escarnecería de continuo.

¿Qué es lo que se oponía a que triunfase como los demás, mejor que los demás? Su pereza moral. ¿Cómo domar esa pereza? A fuerza de voluntad. Pero, ¿de que modo podía adquirir esa voluntad que tanta falta le hacía y que parecía haberle sido negada desde su nacimiento? De un modo muy sencillo.

Todos los días, al levantarse, escribía una lista de lo que tenía que hacer, hora por hora.

Y a pesar de la repugnancia que sentía por alguna de las cosas que la lista le señalaba como necesarias, vencía su repulsión y cumplía punto por punto el programa que se trazara. Durante los primeros días le resultó penoso hacer tantas cosas que le resultaban desagradables; pero poco a poco se convenció de que lo

esencial es obtener el fin que se persigue, prescindiendo de los medios empleados para lograrlo.

Perseveró en la línea de conducta que se había trazado y cuando al cabo de un par de meses vió que obtenía magníficos resultados, olvidó por completo su antigua pereza moral y se acostumbró a marchar rectamente hacia el fin que se proponía. En cuanto a la molestia que le producía poco tiempo antes ir a proponer negocios o servicios a gente desconocida, desapareció por completo. Y en la actualidad—dice Emerson—no hay hombre que tenga en la Unión una voluntad tan firme. Esa voluntad adquirida le permite realizar empresas que parecen superiores a las fuerzas humanas.

WALDO J. SWINGLE.

De cara al negocio

Cualquier historia puede ser ésta: Un hombre ha tocado un negocio y por falta de aptitud fracasa; entonces se interesa por otro negocio y, un poco aleccionado por su primer fracaso, aunque en éste pierde menos, también es vencido, pero insiste, y se propone un tercer negocio y con la experiencia de los dos primeros logra que marche bien, y satisfecho exclama: éste es el negocio que yo buscaba.

El comerciante debe conducir el negocio como el capitán conduce la nave, el piloto el avión, el chófer el coche, y como éstos, salvan peligros durante la ruta, pero siempre llega donde se proponía, unas veces descansado, otras rendido de tanto luchar y siempre decidido a continuar en su puesto.

Tener contrariedades en los negocios es tan natural como dar con temporales en el mar. Cuesta pasar esos temporales, pero generalmente se pasan a flote. Pero debes pensar que otros los pasaron mayores, y no ser pesimista, porque tras la tempestad viene la bonanza.

Si tienes carácter y aptitudes, no temas establecer tu negocio en momentos de crisis; ello tiene también sus ventajas, y quien triunfa en momentos de crisis asegura la vida de la empresa contra toda adversidad.

Tener intuición mercantil y sentido jurídico es practicar las reglas y costumbres que recoge y regula el código de Comercio, sin haberlas estudiado.

Tus competidores no te darán la alternativa hasta que les demuestres que tu negocio es inmortal. Entonces será cuando cesarán las insidias y calumnias, que el tiempo es siempre el encargado de destruir.

Los negocios necesitan empuje para subir, con la advertencia de que a menor esfuerzo, más lenta marcha; pero si confiadamente se les deja y se encallan, el empresario sufre las consecuencias desagradables al caso.

Cuando alguien te informe de que ha constituido una Sociedad mercantil, te dirá que el móvil ha sido: deseo de lucro, amor al trabajo, crearse una posición, destacarse entre los mediocres, elevar el nivel de vida de los trabajadores, explotar un invento, cuando en realidad sólo se trata de "dar aplicación útil a la sociedad de sus actividades organizadoras".

Cuando se trata de conocer el verdadero estado de una Empresa, y quien investiga es un experto, un Balance-Inventario es como la radiografía del negocio.

ESTEBAN FILARGENT.

● Para hacer que vuelvan los clientes

Ningún detallista sabe lo que pierde con los clientes que deja de tener, pero de una cosa puede estar seguro: se trata de la mayor de las pérdidas. Precisamente la que más contribuye a detener la expansión de su negocio.

Por esto, al preparar gente para la venta, les hemos de decir que lo más importante no es realizar la venta, sino crear clientes satisfechos. Cuesta infinitamente más la pérdida de un cliente que la pérdida de una venta.

Venda usted a una mujer los artículos que ella desea y podrá volver o no. Hay muchos otros sitios donde puede comprar. Pero si se le tiene un poco de deferencia y atención, puede usted apostar su corbata a que volverá.

Si la mujer viste muy a la moda, espera que se le tenga mucha deferencia. Quiere ser tratada como una princesa. Si viste con sencillez, no esperará tal deferencia, pero quedará encantada si se la conceden.

Los clientes constantes de un detallista constituyen la columna vertebral de su negocio. Tienen para él un valor monetario, aporte de lo que compran. Representan su Benevolencia. Puede hacer pagar por ellos una fuerte suma si traspasa a otro su negocio.

Al salir un cliente, ¿se siente turbado o complacido? Esta es la pregunta vital que deben hacerse los tenderos al terminar toda venta. Si la visita de la compradora ha terminado felizmente, entonces todo va bien.

Una mujer saldrá siempre complacida, creo yo, si quien ha realizado la venta se despide de ella diciendo: Siempre nos agrada saludarla, señora Pérez, y espero poder tener el gusto de servirla de nuevo cuando vuelva usted.

===== No ocultes los errores =====

Si cometes un error, no incurras en otro, ocultándolo. Confiésalo abiertamente. El momento de apartar los huevos podridos es cuando se sacan del nidal. Si quedan en el fondo de la cesta, mayor tiempo estarán en circulación y peor será el efecto que produzcan al servirlos. Ocultando una falta, se da pie a una mentira, y una mentira engendra el recelo capaz de destruir la confianza más sólida que un hombre haya llegado a granjearse.

Desde luego, es fácil lograr la confianza de tu patrón, o la del comprador, pero debes captarte la de ambos. La casa te paga el sueldo, y el comprador te ayuda a ganarlo. Si desuellas al comprador, perderás la clientela; si te portas mal con la casa, perderás el empleo. Has de seguir recto entre esas dos palizadas; no te desvíes a uno ni a otro lado, pues el airecillo habría de molestarte.

Incluso cuando hayas logrado captar la atención y confianza de tus compradores, todas las horas del día habrás de estar dispuesto a defender lo conquistado, y en todas las de la noche a pensar cómo atraerte algún negocio de la competencia. El momento adecuado para trabajar de firme es cuando los tiempos son buenos, pues entonces los asuntos vienen por sí solos. Y si no son buenos, habrás de trabajar con más ánimo que nunca, pues necesitaremos pedidos.

GEORGE HORACE LORIMER.

AMEMOS AL TIEMPO

Amemos el tiempo para aprovecharlo, para sacarle fruto.

El tiempo perdido es vida extinguida, posibilidades que se esfuman, riqueza que se pierde. Toda nuestra existencia, nuestros sufrimientos y esperanzas son representativas y componentes de tiempo. Corto es el vivir e infinito el saber. En la inteligente distribución del tiempo descansa la eficacia y la justa retribución al esfuerzo. Examinemos las causas de pérdida de tiempo para organizarlo y obtener su rendimiento:

PERDEMOS EL TIEMPO

- Por inercia de emplearlo.
- Por calcular mal el objetivo perseguido.
- Por empleo sin organización.
- Por ausencia de tareas impuestas.
- Por comenzar muchos trabajos sin terminarlos.
- Por imprevisión en los obstáculos.
- Por falta de voluntad en el propósito.

GANAREMOS EL TIEMPO

- Trazándonos un plan lógico de acción o de estudio.
- Determinando un horario de trabajo.
- Previendo posibles dificultades.
- Continuando lo que hemos decidido.
- Analizando las causas de pérdida de tiempo.
- Eludiendo los enemigos de nuestro tiempo.

Nacieron cansados

Tropezamos con personas, aquí y allá, que parecen haber nacido cansadas. Quieren tareas fáciles. Sólo poseen escasa energía, que no les basta para un esfuerzo.

No les interesan los deportes al aire libre, a no ser como espectadores. Si jugasen al golf, quisieran que los agujeros fuesen mayores y más cercanos unos a otros. Para jugar al tenis, querrian que las palas fuesen de mayor tamaño y las redes colocadas a menor altura. Quieren que todo sea más fácil.

Como empleados, no rinden por valor de lo que se les paga. Al tener necesidad de descartar empleados, son ellos los primeros que han de encaminarse a la puerta de salida. Y no pueden nunca aventurarse a establecer un pequeño negocio propio.

Les desagrada trabajar recio, lo cual es un defecto serio. Van a la deriva, pasando por colocaciones insignificantes, que no llegan a dominar. ¿Sabrá alguien lo que se pueda hacer por ellos?

Sucede a veces que un joven que nació cansado se casa con una mujer enérgica, que hace de él un hombre; y también puede ocurrir que, en donde trabaja, un encargado de buen carácter lo tome de su cuenta y le estimule. Esto es exactamente lo que les hace falta: asistencia y ánimo.

CALIFORNIA *El Estado Dorado*

El estado norteamericano de California está celebrando actualmente su "siglo dorado". Porque hace cien años se convirtió California en uno de los estados de la Unión. Entonces tenía menos de 100.000 habitantes. Diez años después contaba cerca de 400.000; hoy día puede calcularse su población en once millones de almas.

Los exploradores españoles que descubrieron California hace cuatro siglos buscaban "El Dorado", país fantástico abundante en oro. No encontraron las riquezas que perseguían pero la leyenda áurea persistió y, en efecto, se descubrió oro en California en enero de 1948. Surgió la fiebre del oro y un año después aflúan a California muchos millares de personas procedentes del resto de la nación. En estos tiempos se ha repetido la inmigración a esa región, hasta el extremo de que la población del estado ha aumentado en más de tres millones y medio de almas desde 1940.

Los norteamericanos conocen California por el nombre del "Estado dorado", pero ya no por su precioso metal amarillo, sino por su sol dorado, sus amapolas doradas y sus limones, naranjas y uvas doradas, que se envían a todos los puntos de los Estados Unidos. Para muchos norteamericanos, California semeja un país lejano y fabuloso. Su clima suave se ha convertido en lugar ideal para residencia de personas de edad avanzada. También es una tierra de promisión o de desesperación para los jóvenes que acuden a Hollywood buscando la fama del cinematógrafo.



La Universidad de California, una de las mayores de los Estados Unidos, tiene matriculados unos 42.000 alumnos.

California es probablemente el estado de la Unión que tiene un nivel más elevado de vida. Es el que tiene más automóviles matriculados, hasta el punto de que hay uno por cada dos personas; y, después de Nueva York, es el que tiene más teléfonos y receptores de radio. Se ha dicho que es el estado de la Unión que tendría menos dificultades para vivir independientemente, pues lo tiene todo: industria, agricultura y un extenso litoral. Por otra parte, es el segundo estado norteamericano en extensión, abarcando más de 400.000 kilómetros cuadrados.

Para hacer una fortuna

El hacer fortuna parece ser cosa fácil. He aquí algunas maneras:

En el aspecto agrícola. Haga usted venir unas berzas o unas cebollas más hermosas y a mejor precio que las de sus competidores. Su éxito es cierto.

En el aspecto industrial. Sea usted capaz de hacer una bagatela, por ejemplo, un afiler, un lápiz, mejor y a precio más conveniente que sus rivales. Ganará usted millones.

En el aspecto comercial. Tenga usted una buena idea, pero bien nueva, y empújela a fondo. Cobrará usted lo que quiera.

Y con todo, ¿son tan pocos los que tienen éxito! ¿Por qué?

Por la sencilla razón de que los jóvenes desdeñan el dedicar su esfuerzo a cosas sencillas. Lo que les atrae son las cosas difíciles, las únicas dignas de su atención, a lo que parece.

¿Fabricar alfileres?, dirá uno encojiéndose de hombros. Lo que nosotros queremos es fabricar automóviles, turbinas de vapor, alternadores, motores de aviación...

En vez de probar de llegar a ser un maestro en alguna cosa sencilla, se adentra uno sin reflexión en un terreno complicado, ansioso de correr el gran riesgo de vegetar en él toda la vida.

Aun cuando comprendiesen la se-

ducción de las cosas sencillas, nuestros jóvenes harían bien, con todo, en meditar el hecho de que hacer venir berzas excepcionales, fabricar alfileres mejores y a mejor precio que los demás, tener una idea que antes nadie tuvo y llevarla hasta sus últimas consecuencias, son cosas solamente accesibles a una selección de hombres que tengan ya un largo pasado de estudios, de comparaciones, de investigaciones; selección que únicamente la pueden formar seres excepcionalmente observadores y tenaces.

Esto explica que los hombres que hacen fortuna sean en número restringido.

Acuérdese Vd. de sus comienzos

Todo hombre que ha conquistado con su propio esfuerzo la prosperidad, tendría que acordarse de sus primeros esfuerzos, de aquellos tiempos en que se lanzó a trepar la escalera de la promoción.

Tendría que acordarse de cuando se creyó ser un hombre olvidado, y de la cuantía en que le ayudaron las pocas personas bondadosas que le animaron.

En su propia casa, ahora mismo, hay jóvenes ambiciosos que empiezan sus carreras. Necesitan una palabra de aliento, de la misma manera que usted quizá la necesitó en su juventud.

Es un signo de buen gobierno en cualquier casa, que los hombres que han trepado ya el último peldaño de la escalera ayuden a subir a los jóvenes que se encuentran al pie de ella.

El arte de vender

La mayor parte de los vendedores técnicos son unos técnicos del tedio. Desarrollan un raudal de elocuencia técnica sobre su mercancía. Su fin principal es el mostrar sus conocimientos. Fallan ventas por este único motivo. Cuando un vendedor conoce sus mercancías, sólo sabe la mitad de lo que debe saber. Le queda aún por aprender el arte de vender. El saber manejar a las gentes necesita también una técnica.

Un representante debe conocer todas las cualidades de sus mercancías, defender sus precios con demostraciones y la mayor cantidad posible de pruebas. Vender un artículo gracias a su precio no exige ningún conocimiento especial. Nadie necesita aprender el arte de vender para cambiar un duro por cinco pesetas.

Para vender a las mujeres, el vendedor inteligente sigue la línea de las preferencias de la cliente. No le serviría de nada el discutir para decir la última palabra. Si vence en la discusión, es muy probable que no obtendrá el pedido. Si demuestra la más mínima impaciencia, perderá la consideración de la visitante. Inmediatamente ésta se alzará contra él. No debe atribuir a sus artículos demasiadas cualidades, ya que una cantidad excesiva de ellas induce a la mujer a sospechar.

El escuchar es una cortesía que muchos vendedores olvidan. Es el único buen medio de atraerse favorablemente la atención de los clientes habladores. Un vendedor que ha sabido escuchar durante diez minutos a un cliente raramente es despedido. Utilizad más las orejas y menos la lengua; os llevaréis más pedidos.

Los vendedores deberían estudiar la actitud de un buen pescador. Inspecciona rápidamente, pero con competencia, el agua y el fondo. Elige el cebo que le conviene. Observa con paciencia, esperando el momento en que se sumergirá el flotador. Sabrá sacar hábilmente el pez del agua. Un vendedor debe ser honrado consigo mismo, para con su empresa y para con sus clientes. Nunca debe apuntar a la cantidad. Debe desarrollar su propia personalidad y adquirir una agradable persuasión.

MAURICE TORFS

La mayor parte de las mercancías se compran, no se venden. Los clientes vienen y piden sus productos porque son, en general, de buena fabricación e inspiran confianza. Pero se preocupa Vd. demasiado poco de vender sus artículos allí donde no existe ninguna demanda. Sus métodos de venta no son bastante progresivos. Cese Vd. de pensar que la gente sabe que sus mercancías son buenas y que las encontrarán en su casa.

Aristides Boucicaut revolucionó el comercio al por menor al instituir la venta a precio fijo. El marcar el precio sobre la mercancía no se había visto nunca. Nadie aún había pensado en ello. El precio fijo ha hecho mucho para la reputación del comercio. Boucicaut inventó el Arte de Vender. Antes sólo se practicaba el arte de regatear. Algunas clientes sabían más que los vendedores. Boucicaut al morir, en 1877, había creado, en un cuarto de siglo, el mayor almacén del mundo.

F. A. Lecharlier.

Reflexiones

En la lucha diaria sufrirás enormes disilusiones y el desaliento, en muchos momentos, será grande al observar el pequeño resultado a cambio de tanto esfuerzo. No importa. Sigue adelante y medita que los pequeños triunfos son los que forman la sólida base para los grandes éxitos.

Pequeño será el triunfo del comerciante, que a la noche no vuelve a su hogar positivamente cansado. Ello es señal que su vocación mas bien le aburre que interesa.

Para triunfar hay que gravar en la mente la idea de que nada hay imposible. Si fracasas no pienses en la mala suerte. Medita que lo hecho necesita rectificación y que el fracaso puede convertirse en éxito.

Se dice que para amar es necesario conocerse. A menudo amamos porque nos ignoramos.

No prestes mucha atención a las alabanzas inmerecidas. Quien te encomia es posible que vea en tí el medio de conseguir favores.

La amistad huye de la pobreza y el dolor. Si deseas conservar los amigos no les hables de tus penas y necesidades.

El no corregir a un hijo una falta grave, es hacerse víctima de la próxima.

Si deseas saber el grado de la estimación en que te tiene un amigo, informate como habla de tí delante de tus adversarios.

Es una ligereza juzgar por la apariencia. ¿Cómo puede saber por la faz si es constante en el trabajo y posee voluntad creadora?

No cultives la amistad de los amigos de tus adversarios, son pregoneiros y espías encubiertos de tus equivocaciones.

Prefiere el pedigüeño ingrato al agradecido. El ingrato, conseguido el favor, desaparece. El agradecido continuamente te está acosando con sus penas y tribulaciones.

Herminio Puertas

Nunca habrá una buena oportunidad para:

El perezoso, el indolente, el dormilón, el que pierde el tiempo como si esto fuese una profesión.

El que carece de aspiración y entusiasmo, el que no pone sus cinco sentidos en su trabajo; el que continuamente se queja de su suerte y de su falta de oportunidades.

El que no es honrado, el que miente, el tramposo que quiere ganarse la vida con su astucia; el que saca ventaja de los otros siempre que puede; el que dice «los negocios son los negocios» y hace cosas dudosas simplemente porque otros las hacen.

El que no siente orgullo en su trabajo ni en su aspecto personal; el sucio, el descuidado, el desordenado, el que no tiene aspiraciones, el que empieza las cosas y las deja a medias; el que carece de energía suficiente para hacer proyectos y ejecutarlos.

El que siempre busca empleos fáciles, trabajos que no lo obliguen a levantarse temprano ni lo tengan ocupado todo el día; el que prefiere los empleos sencillos, aunque sin porvenir, a los que brindan brillantes oportunidades al hombre de aspiraciones, que no le tiene miedo al esfuerzo perseverante.

El hombre débil y vacilante, que continuamente está descansando, sin resolverse a hacer nada, que siempre busca quien le aconseje y le ayude a pensar y a trabajar.

El tímido, el que carece de confianza en sí mismo, el que tiene miedo de decir «esta boca es mía»; el que siempre evita las responsabilidades, el que se esconde para no llamar la atención, el que se excusa de tomar la iniciativa en ninguna cosa diciendo que alguna otra persona lo haría mejor que él.

Los que quieren triunfar en la vida, necesitan tomarse trabajo para ganar palmo a palmo cada lugar y cada punto en el escalafón de la laboriosidad. Los que no trabajan se hacen viejos en su humilde puesto y se conforman con expresar a todo el mundo las amarguras de su existencia.

DEL ABURRIMIENTO

El aburrimiento es decadencia de la sensibilidad y como consecuencia decadencia del espíritu. El aburrimiento es ausencia de inquietud; inercia en pensar y sentir. La inteligencia precisa de la savia del estímulo. Al hombre estudioso le falta el tiempo que el aburrido desperdicia. El afán de saber, de ocupar el tiempo en cosas útiles, ilumina la vida y nos conduce al éxito para proporcionarnos orgullo y satisfacción.

Humorismo

EMPLEADO MODELO

El Jefe entra en la oficina y le dice a su empleado:

—¿Piensa usted en el trabajo que le encargué?

—Si señor, pienso en ello; lo único que me falta ahora es realizarlo.

YERNO ATENTO

—Hija mía, estoy muy contenta con tu esposo. Es la delicadeza personificada. Ni una sola vez pronuncia la palabra bruja sin volverse hacia mi y decirme: «No me refiero a usted, mi querida suegra».

SORPRESA

Un hombre que había sido rico y estaba pobre entró a comer en un restaurante muy barato, y se quedó sorprendido al ver allí de mozo a uno que había sido su sirviente.

—¡Santo cielo!— exclamó—. ¿Tú de mozo en este sitio?...

—Sí— contestó el otro con dignidad—, pero no como aquí.

PROPAGANDA EFICAZ

¿Por qué se venden más los huevos de gallina que los de pato?

¿.....?

Porque la gallina cacarea.

Feliciana García, de Burgos.

EL INGENIO DE UN TAXISTA

BOGOTA.—El chofer de un taxi, en el curso de una discusión con una cliente, la llamó «vaca holandesa». La dama, una condesa de origen austriaco demandó al taxista que fue condenado a una ligera multa.

—Estoy dispuesto a pagar, pero quisiera decir unas palabras a la señora—declaró al juez.

—Ni una palabra más o tendrá que pagar doble multa—respondió éste.

—Señor juez, ¿me estará permitido llamar «señora condesa» a la primera vaca holandesa que me encuentre?

—No veo ningún inconveniente.

Entonces, volviéndose hacia la demandante, el conductor se inclinó y dijo:

—Hasta la vista... señora condesa.

CURIOSILLOS ELLOS

—¿Qué harías con el dinero si tuvieses los ingresos que tiene el Ministerio de Hacienda?

—No lo sé. Lo que me gustaría saber es lo que haría el Ministerio de Hacienda si tuviera los míos.

ESTABA JUSTIFICADO

—Vas de mal en peor. La semana pasada, el penúltimo de la clase, y ésta, el último.

—¿Y qué culpa tengo yo de que el último esté enfermo, papá?

OCHO DIAS CUERDA

La esposa lee el periódico mientras el marido fuma un cigarro, después del almuerzo.

—Es increíble lo que dice un jefe de estadísticas en Norteamérica.

—¿Qué dice?

—Que una mujer pronuncia diez mil palabras al día por término medio.

—No te preocupes, querida. Siempre te he dicho que tú eres una mujer superior al término medio.

IR POR LANA....

¿Qué te ha dicho el jefe cuando le advertiste que te irías si no te subía el sueldo?

—Me ha dado un certificado de buena conducta.

EN LA ESCUELA

LECCIÓN DE CIENCIAS NATURALES

—¿Cuál es el animalito que se pasa toda la vida trabajando para que tu mamá tenga medias de seda?

—Mi papá.

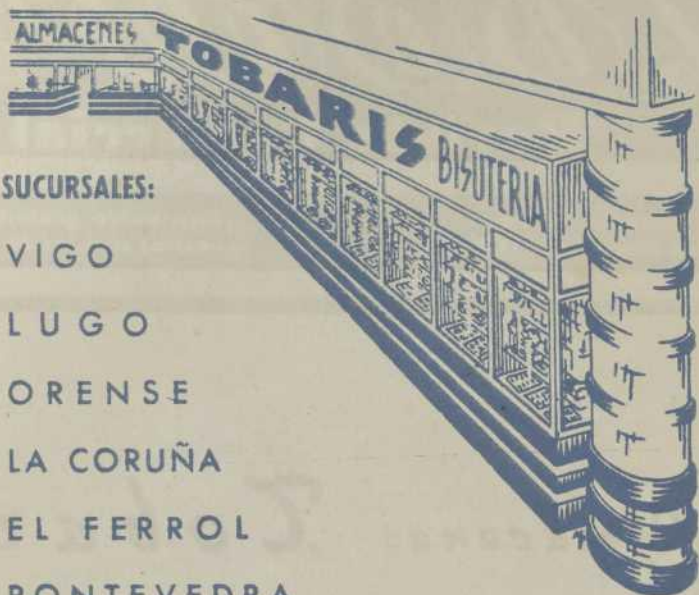
UNO DE DOS

—Me alegro de encontrarte, porque tengo que pedirte dos favores.

¿Cuáles?

—Que me prestes cien pesetas y que no se lo digas a nadie.

—¡Hombre!, los dos favores a la vez no puedo hacerlo; pero uno, sí. No se lo diré a nadie.



SUCURSALES:

- 3 VIGO
- 1 LUGO
- 1 ORENSE
- 1 LA CORUÑA
- 1 EL FERROL
- 1 PONTEVEDRA

Total 8

OFICINAS Y ALMACENES: PRINCIPE, 17 - VIGO
APARTADO, 232 - TELÉFONO, 3707

Con cada pedido que enviamos a nuestros clientes, continuamos incluyendo un modesto obsequio. En sí no tiene más valor que ser el mensajero que simbolice nuestro agradecimiento por la atención dispensada a nuestra firma.

*Siempre a sus órdenes,
Almacenes Tobaris*

Tobaris

Revista Comercial

Editada en Vigo
por los Almacenes TOBARIS

Distribuida gratuitamente a
nuestros clientes de toda España

Almacenes **Tobaris**

Herminio Puertas

•
Bisutería y Quincalla
•

Príncipe, 17

Vigo

Sucursales:

*Vigo, Pontevedra, El Ferrol,
La Coruña, Lugo, Orense*