



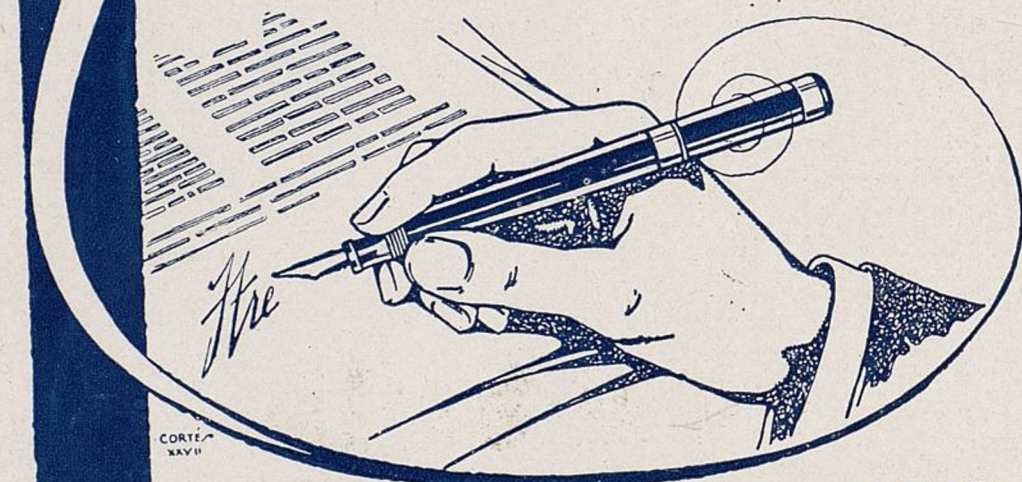
44372



LA OFICINA MODERNA

MAYO 1931

No firme Vd.



CORTE
XAVII

CONSÚLTENOS ANTES

Porque siendo la póliza de seguro un contrato de importancia, con muchas cláusulas, su propio interés le exige consultarlas previamente con un técnico en la materia

En su caso, le explicaré con detenimiento aquellos puntos que no vea con suficiente claridad, delimitando sus derechos y obligaciones, con lo que se evita siempre la menor discusión.

H. GEBHARD

OFICINA TÉCNICA DE SEGUROS

le hará este servicio gratuitamente
y le asesorará en caso de siniestro.

H. GEBHARD

Avenida Conde Peñalver, 14
Teléfono núm. 15929

◆◆◆ LA OFICINA MODERNA ◆◆◆

Número corriente:

0,50

Número atrasado:

1 PTA.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

CHURRUCA, 10

SUSCRIPCION:

Un año: 5 ptas.

Un semestre: 3 ptas.

AÑO III

MADRID, MAYO 1931

NÚM. 20

sumario



Las máquinas de Contabilidad en los Bancos.—Los tiempos malos.—Los efectos de publicidad en las marcas comerciales.—Las máquinas de estadística y sus múltiples aplicaciones. Radiomecanografía.—El ciclo de los negocios.—Exposición de eficiencia comercial en Londres.

Las máquinas de contabilidad en los Bancos

El deseo de obtener el máximo grado de economía, no solamente en el proceso de producción, sino asimismo en el trabajo de administración, está actualmente a la orden del día. En todas partes, sin excepción, predomina la categórica necesidad de "racionalizar" para poder rivalizar con la competencia. Racionalización significa, principalmente, complementar en los más amplios límites el trabajo del hombre por el de la máquina. En este sentido apoyamos el siguiente proyecto de mecanización de los más importantes servicios bancarios, mediante la mecanización eléctrica de la contabilidad.

Cuentas corrientes.

El empleado encargado de llevar un grupo de "Cuentas de Sucursales", comienza su labor diaria pasando, por las copias de la correspondencia, los asientos en las cuentas correspondientes, e inmediatamente después, sirviéndose de los Diarios de los respectivos servicios, efectúa la comprobación, o punteo, para conseguir una mayor seguridad en los asientos registrados, necesitando para obtener el "control" confeccionar la "hoja de movimiento", con los totales de débitos y créditos de las cuentas movidas durante el día; una vez terminada esta labor, tendrá que dedicarse a la confección de los extractos, o sea, a copiar exactamente el trabajo realizado con anterioridad sobre las cuentas.

En resumen, podemos decir que la labor del empleado, según el sistema indicado, se subdivide en las siguientes:

1. Pasar los asientos a las cuentas.
2. Puntear los Diarios.
3. Sumar las cuentas.
4. Confección y suma del "Libro de movimiento".
5. Confección y suma de los extractos.
6. Periódicamente, confeccionar los balances de comprobación.

Con el empleo de la máquina de contabi-

lidad estas seis operaciones quedan reducidas a dos:

1. Pasar los apuntes a las fichas.
2. Puntear los Diarios.

Es decir, quedan eliminados los trabajos de:

Sumar las cuentas.
Confeccionar el "Libro de movimiento".
Confeccionar los extractos de cuenta; y
Buscar las diferencias o errores que eventualmente se produzcan al realizar estas operaciones.

Teniendo en cuenta, además, que la máquina de contabilidad facilitará automáticamente cada día el balance de comprobación del día anterior, con lo cual la confección del citado balance, a fin de mes, queda reducida meramente a un documento de trámite, puesto que su objeto ha sido ya logrado.

La mecanización de esta clase de cuentas también origina una mayor comodidad en el cálculo de intereses, gracias al sistema de saldos continuos que la máquina facilita automáticamente, pues permite el empleo del método hamburgués con retrocesiones, y los cálculos de los números son, en la mayoría de los casos, multiplicaciones por un dígito, no habiendo necesidad de efectuar cálculo, cuando la valoración sea la misma que la fecha en que se efectúa el apunte.

Cientes con cuenta a la vista.

Idénticas ventajas que en la mecanización de las cuentas de "Sucursales" se obtienen en esta clase de trabajo; pero conviene hacer notar la novedad de enviar semestralmente —o anualmente, según la importancia y el número de operaciones que tenga la cuenta—, de una manera general, un extracto a los cuenta-corrientistas del grupo de "cuentas a la vista", y en cualquier caso, antes de la terminación de dicho período de tiempo, puede ser atendida inmediatamente toda solicitud en este sentido. Tenemos que hacer constar la satisfacción que ha produci-

do en los clientes de algunos Bancos—que han contabilizado por este sistema mecánico—el recibir los extractos de cuenta tres minutos después de su solicitud verbal.

Teniendo presente que el movimiento de esta clase de cuentas no es general, como sucede en el grupo de “Sucursales”, no hay oportunidad de obtener un balance diario; pero la posibilidad de cualquier error hay que rechazarla, gracias al sistema del cierre automático, con el que cuentan las buenas máquinas, en caso de transcripción falsa de los saldos anteriores, pues en el supuesto de que al transcribir uno de ellos se cometa un error, escribiendo una cifra equivocada, entrará instantáneamente en funciones el ingenioso dispositivo del cierre, caracterizando o revelando el error del siguiente modo: No aparece el asterisco de comprobación, queda paralizado el retroceso automático del carro y aparece en los totalizadores una banda roja. Pero aunque el contable no haya hecho caso de dichas señales de alarma y haya obligado al carro a ir a su posición normal, al intentar hacer nuevos asientos observará forzosamente el error, porque el total mecanismo calculador de la máquina estará atrancado. Resulta, pues, que las buenas máquinas de contabilidad ofrecen una cuádruple garantía de transcripción exacta del saldo.

Cuentas corrientes. Intervención.

Este servicio, que representa para el Banco el “control” de los anteriormente citados, también puede mecanizarse en forma semejante, y aparte de las ventajas citadas, queda suprimida la relación de saldos diarios para la comprobación por “Contabilidad”, puesto que la máquina la efectúa simultáneamente al pasar los asientos a las fichas.

Escalas de intereses.

La confección de escalas de intereses sobre la máquina proporciona la seguridad de

que los saldos anotados después de cada partida son exactos, y una vez realizado el asiento de la última, aparecen en los totalizadores los siguientes resultados:

Suma total de Débitos.
Suma total de Créditos.
Suma de saldos deudores.
Suma de saldos acreedores.

Y al quedar a cero los totalizadores horizontales se obtiene el “control” de que la diferencia entre el total de débitos y créditos es igual al último saldo.

Salida de efectos sobre provincias.

Su mecanización consiste en que al establecer la carta para la Sucursal o Corresponsal, se obtiene una copia mediante papel carbón, que se conservará en el servicio como “hoja de salida”, facilitando la máquina en cada carta los siguientes cálculos:

Totales parciales.
Total nominal.
Líquido a Adeudar.
Suma de daños deducidos.

Y al final del día se obtienen los resultados siguientes:

Total general nominal de efectos facturados.
Suma general de daños deducidos.
Suma general de líquidos adeudados.

Al establecerse la “hoja resumen” se confecciona simultáneamente el diario para contabilidad y nuevamente proporciona la máquina los resultados últimamente citados, estableciéndose, por tanto, un “control”.

Para la obtención del “control” absoluto también se utiliza en la mecanización de este trabajo una máquina sumadora, de dos totalizadores, donde se registran los efectos facturados, en sustitución del punteo tradicional, con la ventaja de facilitar al final del trabajo el total nominal de la salida del día, que deberá ser igual al total indicado por la máquina de contabilidad.

Entrada de efectos sobre plazas y provincias.

También se establece con el original una copia, que se utiliza como “hoja de entrada”, y que tendrá una columna más, para

registrar el número que a cada entrada de efecto corresponda. La máquina facilita en cada carta los siguientes resultados automáticos:

Totales parciales.
Total de quebranto.
Total de números.
Líquido a abonar.

Y después de terminado el trabajo, aparecen en los totalizadores de la máquina los siguientes resultados:

Total general de nominales.
Total general de quebrantos.
Total general de líquidos.

Al confeccionar la "hoja resumen" se obtiene también, mediante papel carbón, el Diario para contabilidad, y en dicha hoja aparecen especificados los descuentos, en sus diferentes conceptos, obteniéndose los siguientes datos:

Totales generales por cuentas acreedoras.
Total de daños.
Total de intereses.
Total de comisiones.
Total de timbres.
Total de correo.
Total de descuentos.
Total de nominales.

El empleo de la sumadora para obtener el "control", al igual que en la salida, también es necesario, por la seguridad que proporciona.

Libro de Vencimientos y efectos remitidos a Caja.

En la máquina de contabilidad, el libro de vencimientos se establecerá por fichas, y al mismo tiempo se confeccionará, mediante papel carbón, un duplicado con los datos estrictos, que constituirá en la fecha oportuna la relación de "Efectos remitidos a Caja".

La mecanización de este servicio ofrece un "control" interesantísimo en la existencia de la Cartera, puesto que al pasar cada

día los efectos a las fichas de sus respectivos vencimientos, aparecerá en el totalizador de la máquina el saldo "Efecto sobre Plaza", es decir, que la máquina efectúa cada día un balance de comprobación, además de simplificar enormemente la labor que este servicio requiere, evitando la duplicidad de trabajo, puesto que la relación de "Efectos remitidos a Caja" es una copia de la hoja de vencimiento.

Efectos al descuento impagados.

En la confección, en una sola vez, de la carta adeudo al cliente, la "Hoja de Salida" y el Diario, se evidencia la economía que reporta la mecanización de este trabajo, cuyas operaciones de cálculo quedan también a cargo de la máquina de contabilidad. En la "Entrada", únicamente se confecciona la relación y el Diario, puesto que la carta, generalmente, ya viene establecida por la Sucursal o Corresponsal que efectúa la devolución. Tanto el trabajo de entrada como el de salida pueden ser realizados en la misma máquina, e igualmente los balances de fin de mes.

Cupones.

Un rendimiento extraordinario se obtiene en la máquina al realizar este trabajo, debido en gran parte al aparato de que va provista, que evita las manipulaciones de colocar y quitar de la máquina la carta-abono para el cliente. Un mecanismo especial acciona al registrarse el líquido de cupones abonados, y sin necesidad de pulsar botón ni resortes, la carta terminada se desplaza hacia arriba y un nuevo impreso pasa a ocupar su lugar; a pesar de la cual, el diario y relación, que permanecen fijos en la máquina, sólo avanzan un espacio por cada carta. La organización bien montada permite efectuar simultáneamente los siguientes documentos:

Carta-abono para el depositante o beneficiario.
Relación para el servicio.
Diario de contabilidad.

facilitando la máquina los siguientes resultados matemáticos:

Deducción de gastos de custodia y timbres.
Líquido a abonar.
Totales por cuentas generales.
Suma total de cupones abonados.
Suma total de importes nominales.
Suma total de gastos de custodia.
Suma total de timbres deducidos.
Suma total de líquidos acreditados.

Títulos.

En los trabajos de constitución de depósitos, entrada, salida y avisos de existencias, la máquina confecciona el original y dos copias, las cuales tienen aplicación de cada caso determinado, bien como comprobante de salida o entrada, bien como acuse de recibo de conformidad del depositante.

La característica de la máquina es efectuar la diferencia, *más uno*, entre la numeración de los títulos anotados, facilitando también el total de títulos de cada carta y el total general de los títulos entrados durante el día. Igualmente pueden confeccionarse los diferentes balances de fin de mes que este trabajo requiere.

Balances.

Todos los balances auxiliares del servicio de Cartera y Contabilidad pueden establecerse en la máquina de Contabilidad, con la garantía de la suma y el ahorro de la fatiga mental.

LOS TIEMPOS MALOS

"A veces, conocemos la verdad, pero de un modo grosero; no se presenta a nuestros ojos tal como es, sino con alguna falta, añadidura o mudanza..."

Cuando conocemos perfectamente la verdad, nuestro entendimiento se parece a un espejo en el cual vemos retratadas con fidelidad las cosas como son entre sí...

Pero cuando conocemos la verdad a medias, podría compararse—nuestro entendimiento—a un espejo mal azogado..."

BALMES.

Con el más devoto de los respetos tomamos las precedentes líneas de *El Criterio*, obra cumbre del filósofo catalán doctor Jaime Balmes, como fundamento de máxima autoridad de los razonamientos que expone a continuación:

"—Hola, hombre, ¿qué tal van los asuntos?"

—Muy flojos; "no se vende una escoba"; corren muy malos tiempos."

¿Quién no oye casi a diario esta u otras

exclamaciones parecidas? Es una tara hereditaria, fruto de la Gran Guerra, la costumbre de consolarse pensando que los tiempos son malos, para justificar ante nosotros mismos la falta de consistencia y desarrollo de los negocios. Es una fórmula de filosófica resignación abúlica, que nos induce a buscar el restablecimiento del equilibrio económico en una caprichosa reducción de gastos, innecesarios o necesarios, compensadores numéricos de la merma de ingresos.

Con tan mezquino criterio rigen hoy día la mayor parte de los comerciantes sus negocios, sin darse cuenta de que ellos mismos son causa de los tiempos malos. La ley de la compensación es de fuerza decisiva en los negocios con trascendencia inatajable, y así ocurre que si el vendedor de máquinas de escribir, puesto en plan de economías, reduce el presupuesto de propaganda, siguiendo su ejemplo los vendedores de oros artículos, que por igual razón limitan este y otros gastos, las casas de publicidad, los periódicos, etc., se verán forzados a economi-

zar en nóminas e incluso en máquinas de escribir y toda clase de artículos y se establece el círculo vicioso de los fracasos en los negocios, veneno inagotable de malos tiempos.

Están malos los tiempos por indudable influencia de las circunstancias, pero en una gran parte por enfermedad del organismo comercial, que al ser víctima de su desidia, trastorna la vida económica en su totalidad. En los casos de enfermedad corporal, recurrimos al médico, que, una vez diagnosticada la dolencia, tras escrupuloso examen del paciente, prescribe los cuidados a que ha de ser sometido y receta los medicamentos adecuados para la curación. Otro tanto debe hacerse cuando el organismo comercial enferma: examinar las causas y tomar las disposiciones pertinentes para recobrar la salud y luchar con nuevos bríos en la consecución del éxito.

Un somero análisis de las ventas hace saltar a la vista los cuatro puntos de importancia capital que deben ser tenidos en cuenta para una buena organización: 1.º, el mercado; 2.º, los clientes; 3.º, las perspectivas; 4.º, los representantes. Y cada uno de estos puntos merece ser estudiado por separado con detenimiento proporcionado a la decisiva importancia que todos ellos tienen en el problema de las ventas, al formar los cuatro el engranaje de la máquina motriz.

1.º *El conocimiento del mercado.*—Las suposiciones a base de pasadas experiencias e impresiones personales, cuanto menos las "corazonadas", no son actualmente suficientes para dirigir racionalmente las ventas. Es indispensable ceñirse a realidades, dejando a un lado prejuicios subjetivos, que la verdad, como la define San Agustín, "es lo que es", no lo que nosotros queremos que sea.

Sólo será, por lo tanto, eficiente un sistema que permita discernir dentro de una relación exacta de posibilidades, tenidas en cuenta las modalidades especiales de cada plaza y gremio, lo conveniente a resolver en cada caso concreto. Únicamente así pueden hacerse acertadas divisiones del mercado por distritos y representantes, asignar cuotas de venta y dirigir la propaganda.

2.º *El conocimiento de los clientes.*—Se acostumbra, por lo general, a llevar los impresionismos al "control" de clientes, fijándose demasiado en el pasado, en lugar de dar preferencia a aquellos datos que muestran los recursos de nuevas posibilidades aún existentes. No debe bastar la comprobación de que el cliente continúa siéndolo, sino que hay que, conforme a su capacidad de adquisición y necesidades, "controlar" la importancia y regularidad de sus pedidos. Es preciso también saber si un cliente adquiere todos los artículos que le interesan, pues si en el suministro de otros se ha conseguido satisfacerle no será difícil de convencer para que compre también igualmente los que se le ofrezcan nuevos. En resumen: debe ser encaminado el esfuerzo, aprovechando las facilidades que da el sistema, no sólo a ganar clientes, sino a ganarlos en proporción del ciento por ciento.

3.º *El conocimiento de las perspectivas.* No es elemento suficiente de juicio para estimar la importancia de un distrito o ponderar el trabajo de un representante la importancia de los pedidos, calculada en pesetas; tiene mucha mayor importancia para el caso la amplitud del círculo de la clientela. De dos distritos con el mismo movimiento de pesetas tiene mayor interés, sin duda alguna, el que cuenta con mayor número de clientes. La proporción entre el número de

RADIOTELEFONIA
Y MATERIAL
ELECTRICO

Casa González

MAYOR, núm. 74
TELEFONO núm. 94200
MADRID

clientes efectivos y posibles y las gestiones convenientes a realizar para ensanchar el círculo de compradores, son los dos requisitos esenciales para establecer un buen "control" de ventas.

4.º *El conocimiento de los representantes.*—Es dado a lamentables errores juzgar por primeras impresiones o simpatías. Únicamente *a posteriori*, una vez hechas varias pruebas, es como puede apreciarse la labor del representante. Debe adaptarse el trabajo de los representantes a la índole de la

representación, ateniéndose al sistema adoptado e instrucciones que reciban de la Casa central, a la que interesa saber exactamente cómo trabajan en la adquisición de clientes, el modo de seguir la propaganda, de atender a los clientes posibles y a los efectivos, para pasar los primeros a la categoría de los segundos, aumentándolos en proporción del ciento por ciento.

Creemos poder sintetizar lo que debe ser un lógico análisis de ventas en el siguiente gráfico:

A	— <i>Clientes</i>	{	Su capacidad adquisitiva y nuestra participación en sus suministros.
N			Proporción entre nuestros suministros actuales y pasados.
A			Servicios prestados al cliente = número de visitas.
L			
I	— <i>Perspectivas</i> = Posibilidades de venta.		
S			
I			
S			
D			
E	— <i>Clientes perdidos</i>	{	Deficiente servicio del cliente por el representante o viajante.
L			Mercancía mala.
A			Entregas con retraso u insuficiencia.
S			Cuestiones de crédito.
V			
E			
N			
T	— <i>Perspectivas perdidas</i> ...	{	Insuficiente atención del representante o viajante.
A			Irregularidad en las visitas.
S			Servicio a satisfacción de los proveedores actuales.
			Escasez de propaganda.
			Inferior servicio al que presta la competencia.

Nos hemos referido a *El Criterio de Balmes*, como criterio de máxima autoridad, y pedimos perdón por el atrevimiento, aun cuando nuestro propósito no ha sido en modo alguno hacer una glosa de la obra del gran filósofo, por ningún concepto, sino

demostrar que permitiéndonos actualmente el sistema arquetipo de visibilidad el conocimiento de la verdad íntegra, queda eliminada la preocupación ridícula de las "dificultades insuperables" y deshecha la leyenda de "los tiempos malos".

Los efectos de publicidad en las marcas comerciales

El objetivo de la publicidad es difundir las ventajas que puede obtener el público con los servicios o productos que se ofrecen, creando así el deseo y el hábito de ejercer una costumbre no practicada anteriormente, pero cada productor ha de es-

forzarse en que su nombre comercial sea objeto de distinciones y preferencias que le rodeen de una envidiable reputación.

La marca que denomina el nombre de la firma vendedora, o que sirve para distinguir los artículos ofrecidos, tiene una con-

siderable importancia, pues en el transcurso del tiempo, cuando se haya consolidado su prestigio y sea reconocida por toda la multitud, servirá de poderosa garantía que ha de llevar a muchos posibles compradores a inclinarse en favor de la marca que goza de una confianza sin límites.

Es cuestión harto conocida la labor titánica y los esfuerzos que han de practicarse para cimentar sólidamente el renombre de cualquier empresa que surge en el mundo mercantil, pero tampoco debe creerse que el éxito está reservado para ocasiones muy contadas. Lo que se necesita para esto—igual que en todos los órdenes de la actividad humana—es seguir un procedimiento ordenado, que responda al plan previamente trazado después de un estudio concienzudo de las características de la oferta que se hace, composición del público consumidor, y análisis de los mercados en que ha de tomarse el radio de acción.

Se consigue acreditar una marca después de haber lanzado varias campañas publicitarias hábilmente dirigidas por elementos técnicos que han aprendido en la cátedra, en el libro y en la revista, las reglas y los principios que en Publicidad, como en todas las ciencias, componen la base inicial de los conocimientos más amplios y profundos que se adquieren con posterioridad a la posesión de ese grado previo de preparación.

La marca ha de ser breve para que se recuerde con facilidad, no debe contener palabras extranjeras que dificulten su pronunciación, su aspecto ha de ser agradable y sugestivo para que llame la atención y ha de componerse de absoluta originalidad, pues el menor detalle que indique un símil extraño obstaculiza el fin que se trata de conseguir.

No es muy costoso encargar a un buen artista el dibujo del distintivo que conviene imprimir en el mayor número de veces que sea factible, y siempre, sin excepción, con igual tipo de letra, aunque en diferen-

tes tamaños, según lo exijan las condiciones de los impresos. Esta intensidad obra un efecto favorable para divulgar un nombre y obtener para el mismo el favor constante de una masa de público que lo distingue con su preferencia.

La Academia Cots, importante centro de enseñanza mercantil, sigue ese sistema con un éxito indiscutible, y la casa Rudy Meyer, vendedora de material moderno para Oficinas, lleva su distintivo en cuantos documentos expide, habiendo conseguido ambas que se conozcan sus titulares sin vacilación en todos los folletos y anuncios.

Siguiendo normas idénticas a las que exponemos han adquirido verdadera personalidad diversas casas que tienen una importancia considerable. Se destaca la Perfumería Gal, una de las más acreditadas en su ramo, que ha sabido rodear a todos sus productos de un ambiente refinado y exquisito que los sitúa en la vanguardia de los artículos de perfumería, lo cual le ha permitido conquistar extensos mercados donde colocar fácilmente su inmensa producción.

Sin necesidad de fijar la atención completamente en el texto de cualquiera de sus anuncios, con sólo entrever el título PERFUMERIA GAL, surge la evocación espontánea de lo que es y significa esta firma, representada por una vasta organización productora de artículos de máxima calidad y distinción, en absoluto irreprochable, que son objeto de una extremada confianza.

KARDEX hace vislumbrar las acertadas soluciones que en problemas de organización puede facilitar a sus clientes el departamento técnico, que se compone de especialistas de indiscutible renombre, de los distribuidores del fichero visible que tantas ventajas reporta.

Cualquier interesado en reorganizar su oficina siente predilección hacia el sistema cuya fama es unánimemente reconocida, y, en verdad, que justifica la preferencia. KAR-

DEX no abandona a sus clientes una vez que se ha realizado la venta, sino que en cualquier momento, a la más simple indicación del comprador, se resuelven las dificultades, mas bien imaginarias, que se hallen para su implantación.

Esa preferente atención, ese apoyo incondicional que se le brinda, ha surtido un resultado imponderable. Nada puede agradar tanto a un favorecedor como dar sensación de interés por ayudarle a resolver los asuntos que le preocupan, y eso lo ha resuelto KARDEX de forma perfecta, granjeándose además simpatías y adquiriendo el prestigio universal que disfruta actualmente.

La casa KODAK despertó entre nosotros la afición hacia la fotografía expon-tánea. En realidad, nada más perfecto se puede desear que la "foto" hecha por un profesional, que la realza, cuidando hasta los más pequeños detalles, con su valiosa experiencia; pero el placer de un KODAK es retener felices momentos vividos en la intimidad, sin recurrir a personas extrañas, y así es hoy cuestión de gusto el conservar un bonito recuerdo de la excursión al mar o a la montaña, de la visita a una población en moda, etc., formando un álbum donde queda una señal indeleble de esa serie de esparcimientos.

KODAK tiene especial interés en no perder el contacto con sus favorecedores

y les brinda la cooperación de un excelente laboratorio, donde se encargan de la parte menos grata de la fotografía—librando al cliente de cierto número de molestias—, pero tampoco se olvida de instruir en forma adecuada a quienes les agrada conocer todo el proceso técnico y realizarlo por sí mismo. También ofrece buenos accesorios de su marca, contribuyendo así a que para nada haya de solicitar el aficionado de fotografía el concurso de otra firma que no sea KODAK.

El mejor elogio del resultado obtenido por estas cosas lo expresa de modo elocuente la popularidad que tienen esos mismos nombres que en sus comienzos fueron desconocidos, reflexiónese además sobre la incrementación de ventas que han conseguido en el pasar de los años, y nuestra admiración no encontrará límites para apreciar los efectos de una intensa propaganda que ha rendido el máximo que podía suponerse.

La seriedad es el complemento imprescindible para conseguir ese apetecido éxito, pues las casas poco escrupulosas no pueden sostenerse mucho tiempo en el ambiente selecto, que no encaja en su comportamiento, y se ven precisadas a idear trucos y proposiciones que siembran el desprestigio que es tan difícil hacer olvidar.

Salvando las naturales diferencias, puede observarse la similitud de los medios que

NOTABLE REBAJA
DE PRECIOS

KALAMAZOO

Debido a la cada día mayor aceptación de los libros de hojas cambiables KALAMAZOO para Contabilidad y a la perfecta organización de nuestra fábrica, establecida en esta Corte, dotada de los mayores adelantos modernos, nos es grato anunciar a nuestra distinguida clientela y admiradores, que desde esta fecha introducimos una rebaja en los artículos de mayor consumo que oscila de un 15 a un 25 por 100, sin variar en lo más mínimo sus indiscutibles perfeccionamientos e inmejorable calidad.

S. A. KALAMAZOO

Fernánflor, 6.-MADRID
APARTADO 1.140

han utilizado las prestigiosas casas que mencionamos. Corrección máxima, facilidades inmensas al cliente, y selección de calidades, unido a publicidad científica y constante, es lo que se precisa para adquirir una buena aureola de prestigio.

Realmente no es mucho exigir, si se tiene en cuenta los beneficios que con ello se obtienen. La dificultad consiste en hallar la persona capacitada que oriente con efica-

cia el plan que ha de realizarse, que aporte el caudal de sus valiosas iniciativas y la provechosa experiencia de su práctica, evitando en ese modo gastos superfluos que se ocasionan empleando medios que no están en consonancia con las exigencias del público, las clases de producto, etc.

J. BARRADQ.

Abril de 1931.

Las máquinas de estadística y sus múltiples aplicaciones

III

Hemos explicado en nuestro artículo anterior los principios de aplicación de las máquinas en un caso hipotético, eligiendo como ejemplo un sencillo trabajo de estadística de Ventas. Todo lo expuesto, hasta ahora, demuestra que es la preparación de las fichas la parte más pesada del trabajo, y presentaremos en este artículo lo que se ha hecho para reducir la tarea, aumentando la producción y precisión en mínimo riesgo de errores.

Consistía la perforadora primitiva en un dispositivo de doce punzones con su matriz, entre los que se deslizaba una especie de bastidor para colocar la ficha. Todavía hay en uso máquinas de este tipo, cuyo máximo rendimiento normal es de 150 fichas por hora, lo que para las exigencias corrientes de las casas comerciales es hoy demasiado lento, por lo que son reemplazadas por modelos más modernos.

El tipo normal de perforadora es la denominada "automática", porque en ella se manipulan mecánicamente las fichas, mediante un pequeño motor eléctrico. También funcionan por teclas, que a una ligera pre-

sión digital—que sería insuficiente para lograr el taladro directo—, llevan topes sobre los punzones, que quedan dispuestos para, una vez pulsada la tecla del embrague, perforar a impulso del movimiento de la máquina. Gracias a este ingenioso dispositivo, cabe rectificar errores, antes de embragar, lo que era imposible en las perforadoras primitivas, accionadas directamente a mano. Entre los perfeccionamientos que logran abreviar el trabajo, tiene gran importancia el que permite la repetición de datos fijos, comunes a varias fichas. Pero como esta máquina no funciona completamente de modo automático, no puede garantizarse para un rendimiento exacto, si bien puede asegurarse que un operador medianamente hábil llega a perforar, con facilidad, de 300 a 350 fichas por hora.

A más del tipo normal de perforadora, existen otros, más o menos especiales, contruidos para acomodarse expresamente a casos y necesidades determinadas. Uno de estos tipos es la perforadora impresora, máquina movida a mano, que a la vez que taladra imprime en el borde superior de la ficha la cifra correspondiente a la perforación. Esta máquina es muy solicitada por

determinadas Empresas, tales como Compañías de seguros, que necesitan hacer referencias manuales a sus fichas durante un período de varios años.

Otra máquina de general aceptación es la perforadora visible, casi idéntica al modelo automático, pero adaptada especialmente para los casos en que los datos a perforar van escritos en la misma ficha. Este procedimiento se ha extendido entre las fábricas, para trabajos de costes, sirviendo primero las fichas para relaciones de materias primas, por ejemplo, y luego para estadísticas de consumo.

Se han inventado aparatos de comprobación de perforados, pero no existe procedimiento más seguro y sencillo, disponiéndose

de una tabuladora, que el de pasar las fichas por esta máquina, reproduciendo una lista detallada que se comprueba con los originales.

De vez en cuando, las casas explotadoras del sistema lanzan modelos modificados, normales, o construyen tipos especiales adaptados a las necesidades de algún cliente, poniendo toda su producción a la disposición del público. Citaremos entre los modelos especiales el de una perforadora acoplada a una máquina de escribir, en forma de funcionamiento simultáneo correspondiente, quedando terminadas a la par la lista a máquina de escribir y las fichas perforadas.

K. S. M.

RADIOMECHANOGRAFÍA

La primera máquina de escribir teleactuada por ondas, invención del ingeniero Glen W. Watson, por lo que es denominada "Watsongraph", ha obtenido un éxito rotundo en las pruebas realizadas recientemente en Detroit.

Puede desarrollarse mediante esta máquina, teóricamente, una velocidad de 1.200 palabras por minuto, eliminando por completo interrupciones y recepciones indeseadas. Repite automáticamente la máquina receptora la emisión íntegra, y la emisora, tipo de utilización comercial, puede tener un peso que no excede a veinte libras. La velocidad de transmisión depende de la facilidad dactilográfica del que emite, pudiendo simultanearse varias recepciones.

La sencillez de sincronización de emisoras y receptoras garantiza el secreto de las comunicaciones, proporcionando absoluta in-

dependencia a los que utilizan el sistema "Watsongraph".

Entre las muchas aplicaciones practicadas del sistema, cita el inventor las de comunicación de los agentes policíacos con las Direcciones, sin necesidad de recurrir al empleo de claves especiales y de los informadores de periódicos, pudiendo salvar las desagradables trabas de intervención y censuras previas de las autoridades. Es una aplicación ingeniosa de los principios de telegrafía, suprimidos los alfabetos de signos Morse, donde no sólo no se precisan hilos, sino que pueden adoptarse indistintamente ondas de diversas longitudes. Y las dificultades de velocidad, achacables exclusivamente a las posibilidades de los mecanógrafos y perfección de las máquinas, son perfectamente corregibles, por no afectar en nada al medio de transmisión.

PAPELERIA ASOR AVENIDA DE
ED. DATO, 13
LA MAS ECONÓMICA EN ARTÍCULOS DE CALIDAD

EL CICLO DE LOS NEGOCIOS

Dice el capítulo XLI del *Génesis* que llegaron a término los siete años de abundancia en Egipto. Y comenzaron los siete años de carestía, profetizados por José, de escasez y miseria para todos los pueblos; pero en toda la extensión del Egipto hubo pan.

Hubo pan en Egipto porque tuvo Faraón a su lado un hombre "sabio y discreto" que almacenó la quinta parte de la producción del país durante los siete años de abundancia para subvenir a la provisión del país durante los otros siete de hambre.

Pueden aducirse, sin duda, ejemplos más recientes de ciclos de los negocios, pero basta éste como demostración que prueba a la vez la antigüedad de los mismos. Muestra claramente la influencia del "hombre sabio y discreto", cuya previsión fué bastante a contrarrestar los desastres de la escasez, teniendo José en cuenta la necesidad de hacer frente a las consecuencias del final de la abundancia. La sabiduría de José, su preparación y sus acertadas y activas gestiones defendiendo el porvenir de la nación, hicieron que en todo Egipto hubiera pan.

Bien, no hemos aprendido hasta ahora demasiado: ¿verdad?

No ha alcanzado hasta época muy reciente suficiente desarrollo la ciencia que estudia la curva de intensidad de los negocios. Cuando el promedio de los negocios toma incremento, aseméjase esta curva al corte transversal de un mar fuerte de los que no dejan posibilidad de botar un barco cuyo desplazamiento alcance a contrarrestar los cabeceos. Y hemos de tener en cuenta que los negocios son tan propensos como los hombres al mareo. Mientras rinden viaje con relativa seguridad los barcos grandes, es, en el mismo medio, arriesgada y dura la navegación a remo.

Afirman algunos que influye en gran manera en el ciclo de los negocios el elemento psicológico, y en mucha parte les asiste la razón. Somos la mayoría gentes del "montón".

En épocas de prosperidad apenas dan abasto las industrias a la máxima producción. Todos trabajan y compran todos en los años de las vacas gordas: fabricantes, intermediarios, revendedores y banqueros no cesan de moverse. Con el aumento de las demandas aumentan los precios, incluso de las mercancías en existencia. Hace pensar el instinto ciego a las muchedumbres que quizá no vuelva a llover, y se intensifican trabajos y compras recurriendo incluso a los préstamos. Hay un período de "calma chicha". Una nimiedad sin fundamento, actuando de chispa, provoca la explosión del nerviosismo. En contagioso movimiento irreflexivo se lanzan todos a la venta, llegando hasta el borde de una sima cuyo fondo es imposible adivinar. Presa de pánico, se agita la multitud y culpa a los gobiernos, como si sus hombres fueran taumaturgos capaces de lograr la salvación colectiva a medida del deseo o la necesidad, enmendando con disposiciones legales los errores cometidos por la misma "masa" que les reprocha. Se presentan proyectos utópicos y se proponen como panaceas infalibles las fórmulas más absurdas.

He aquí cómo los ciclos de los negocios están influenciados por proceso psicológicos, resultado del modo inconsciente de obrar las muchedumbres, que por sugestión colectiva trastocan las condiciones ordinarias de viabilidad.

Pero el ciclo no ha terminado todavía. Trasponen los precios en baja la línea de coste de producción. Nadie, asustado, se ocupa de producir.

La "multitud", que en los momentos de exajerada actividad provoca el "surplus"

(sobrante), se convierte en la masa abúlica e ignara que acarrea luego el "shortage" (escasez). Cuestión del grado a que llega la fiebre del "montón" de carne humana del que formamos parte.

Llegamos a la última fase del ciclo de los negocios. Hace también presa el miedo en los compradores, en forma distinta, y asustados por el "shortage" arrecian en sus compras, que nos cogen en pésimas condiciones, para retroceder al principio. Se repiten constante y fatalmente los hechos.

Únicamente cuando estemos todos preparados para hacer frente a las caprichosas sorpresas de las oscilaciones bruscas, quedará resuelto el problema. Las cábalas y conjeturas parece que debieran quedar reservadas para los novelistas, pero desgraciadamente están a la orden del día en los negocios.

Tenemos en la vida ordinaria un ejemplo bien claro de ciclo de los negocios a cada semana. Es casi nula la producción desde el mediodía del sábado hasta la madrugada del lunes: bancos, tiendas y almacenes tienen cerradas sus puertas, e incluso los campesinos descansan casi por completo, y lejos de ocasionar trastornos, se traduce la interrupción en beneficio general. Es una depresión de día y medio cada siete bien recibida por todos. Pero si tratásemos de trasladar el ensayo a períodos de siete años con interrupción de uno y medio de trabajo, sobrevendría fatalmente la catástrofe. Se quedaría Egipto sin pan. ¿Por qué? Por falta de preparación para este largo descanso, como la que tenemos para el se-

manal. Porque en casos semejantes sólo cabe salvarse cuando existe el hombre "sabio y discreto", con autoridad bastante para obligarnos a almacenar la quinta parte de la cosecha de cada año, previniendo la escasez subsiguiente.

Aproximadamente cada veinte años hay lo que pudiéramos llamar una noche de orgiástica embriaguez de negocios, a la que sigue una mañana de arrepentimiento. Durante esos veinte años hay sortilegios episódicos sin resultados definitivos. Se repite la historia periódicamente, con la regularidad de las mareas. Y nosotros, en calidad de "masa", nos limitamos a gruñir cuando falta pan en Egipto y a hartarnos en los momentos de abundancia.

¿Que no digo nada con todo esto?

¡Acaso nada pueda librarnos! Hay pocos "sabios discretos" exceptuados de formar en el "montón". No se encuentran..., ni en tiempos buenos ni malos, casi puede decirse que ni hay siquiera escarmentados.

Cuando mejor "marchan las cosas" se prepara el descenso automático, y cuando "corren malos tiempos" se inicia sola la mejora.

Imperios y negocios colectivos e individuales tienen sus ciclos rigurosamente periódicos que sería demasiado pedir vencer y hasta, prácticamente, poco conveniente, porque han dado ocasión a muchos progresos.

¿Será también mucha ambición aspirar a vivir siempre prevenidos?

¿Deberemos resignarnos a que la sabiduría y la discreción sean patrimonio exclusivo de unos pocos?

Exposición de eficiencia comercial en Londres

La exposición de eficiencia comercial celebrada en Londres durante el mes de marzo de 1931, en la "White City", fué mucho más amplia que todas las anteriormente organizadas por la "Office Appliance Trades Association" de la Gran Bretaña e

Irlanda, presentando los más acreditados industriales una copiosa e interesante selección de productos, equipos de oficina e industrias de papelería, con exhibición de muy notables novedades.

Los visitantes de más importancia, por

número y calidad, que en certámenes pasados, mostraron una especial predilección por las invenciones en esta ocasión.

Entre las máquinas expuestas citaremos:

Máquinas de imprimir direcciones

Addressal Machine Co., de Londres, que expuso entre sus acreditados modelos de impresoras y accesorios uno nuevo de máquina eléctrica de dos matrices dispuestas para la impresión simultánea, logrando doble rendimiento con las mismas características y facilidad de los modelos ordinarios. Otra de las máquinas presentadas, de accionamiento eléctrico, completamente automático, permite imprimir sobres y tarjetas de diversos tamaños, a razón de 10.000 por hora. También llamó la atención del público una máquina de mano de cabida de nueve líneas de texto.

Addressograph Ltd., también de Londres, mostró equipos que merecieron la atención de los visitantes, siendo uno de los más admirados la máquina *Addressograph 3.700*, construida expresamente para la "Prudential Assurance Co. Ltd. de Londres. El *Addressograph 1.100* es otra de las novedades, cuya característica es la visibilidad completa, gracias a la que el operador, viendo simultáneamente las tres placas, puede imprimir solamente lo que le convenga, este dispositivo se presta a la repetición en combinaciones distintas, cuya ventaja es altamente estimable. Por su parte, el modelo 2.000 del *Improved Lister* ha sido provisto de un bloque "contador" y de un dispositivo regulador de la impresión.

Adrema Ltd., de producción londinense, expuso una gran variedad de máquinas para direcciones y registros, entre ellas la impresora *Selector*, suplemento adaptable para selección eléctrica automática, clasificando por gremios, ramos de comercio, etc., que facilita notablemente el trabajo, pudiendo hacerse 10, 20, 30 o mayor número de selecciones. También fué expuesta una

máquina de mano perfeccionada para hacer placas, con la dirección visible en la parte superior.

Multicopistas

Andrews & Co., de Londres, presentó sus "duplicadoras giratorias *Andrew*, eléctricos y a mano, provistos de transmisión perfeccionada de correa, y rodillos de superficie patentada que permiten la distribución uniforme de la tinta.

Beveridge's Office Appliances Ltd., de Melbourne, expuso, entre otras novedades, la máquina impresora "Presilo Office" que emplea cuatro procedimientos distintos de impresión: de electros y tipos, de cinta y de impresión tipográfica combinada o separadamente, que duplica imprimiendo directamente de una placa metálica; la máquina de duplicar Wiko, que se puede aplicar para hacer veinte duplicados distintos, sea transversal o paralelamente, en casillas dobles, y en cuatro duplicados por operación, a más del "duplicador "Skrebograph", capaz para direcciones y textos, simultánea o separadamente.

D. Gestetner Ltd., de Londres, presentó una serie completa de multicopistas de funcionamiento a mano y automático, por motor eléctrico. El borde del metedor de papel de todos los modelos, construido en metal ligero, va provisto de una escala graduada para regular márgenes. Un rodillo adicional, sobre el metedor, garantiza el "control" completo del papel, para surtir el tambor de impresión. Pueden actualmente utilizarse tintas de tres colores, siendo el manipulado y cambio de rodillos tan sencillo que dos minutos son suficientes para hacer los cambios necesarios.

The Hayward Co., de Londres, exhibió una máquina llamada de direcciones *Elliot*, que incluimos entre las multicopistas, porque su modelo "Flat Pad Double Headed Model" imprime hasta dos columnas a un mismo tiempo, y la "Elliot Flat Pad Model" hasta nueve líneas.

Internacional Multigraph Co., de Londres, presentó un sugestivo equipo, denominado "Multigraph Gammeter", cuyas reproducciones dan la sensación de directo, igualmente en inscripciones de simple dirección que en todos los tirajes. Su nuevo modelo "Multigraph núm. 86" permite el empleo de matrices más amplias, utilizándose indistintamente, según conveniencia, cinta o rodillos, removiéndose estos con suma facilidad y graduándose perfectamente la presión. Puede hacerse el ajuste de planas que mejor convenga, en uno o varios clichés por página, de iguales o diferentes tamaños, empleando segmentos "standard" o especiales, añadiendo tipos en los segmentos, con un dispositivo especial que permite situar firmas a todo lo ancho, alcanzando a simultanearlas en segmentos distintos. "Power Drive", dispositivo integral del equipo, funciona constantemente a una sola vuelta. También fué expuesto el modelo "Multigraph 66" para direcciones, provisto de metedor automático y estampador para firmas, actuado por motor eléctrico.

Kaye Rotaprint Agency Ltd., de Londres, exhibió sus máquinas "Rotaprint Office Offset Lithographic" impresoras multicopistas, cuyo modelo eléctrico R. G. S. da una superficie de impresión de 17,50 por 11,75 pulgadas, con metedor automático y producción de 7.000 ejemplares a la hora, pudiendo asociarse un dispositivo de cortar y perforar en operación simultánea.

Lion Typewriter Supplies Co. Ltd., también de Londres, expuso sus multicopistas "Llion Flat y Rotary", con accesorios, papel carbón y tintas. El multicopista giratorio "Handy", de metido manual de papel, lleva una tabla de apilar, que, mediante guías, permite hacer un metido correcto. Puede no solamente hacerse un metido perfecto, sino también graduar la impresión.

Ellams Duplicador Co. Ltd., de Londres, a más de sus multicopistas giratorios "Ellams", dió a conocer su modelo K, de

metido perfeccionado de papel y dispositivo de tintaje, provisto de amortiguadores, que mejorando la impresión protege todo el mecanismo durante el funcionamiento.

Registradoras diversas

Gledhill-Brook Time Recorders Ltd., de Huddersfield, expuso con sus acreditados relojes registradores "Gledhill - Broock" el proceso repetidor de oficinas "Facsimio", a base de un reloj registrador sincronizado con movimiento eléctrico. El modelo "Facsimio" a que nos referimos núm. 18, tiene un dispositivo impresor de tipos que evita a la vez que la hoja de papel debido a las holguras forme agujetas.

Blick Time Recorders Ltd., de Londres, mostró, entre otros muchos modelos, el llamado "Reloj Registrador del Tiempo Universal Blick", destinado al uso de pequeñas y grandes oficinas, con ocho días de cuerda.

Egry Ltd., de Londres, dió a conocer los modelos "Egry Com-Pack", de motor universal y el tipo completamente nuevo "Registrador Tru-Pack", de gran capacidad (hasta 400 series, por triplicado), de pequeñas dimensiones y bajo precio.

International Time Recording Co. Ltd., de Londres, llamó la atención de los visitantes con el nuevo modelo estampador eléctrico automático "Electroprint", que igualmente puede funcionar aislado, por simple conexión a un enchufe, que sincronizado por un reloj internacional tipo "Master".

Halsby & Co. Ltd., de Londres, presentó una serie muy completa de aparatos de diversos tamaños para cheques "Protectograph", con un modelo nuevo para moneda internacional "doble-veloz", para inscripción de más de 20 valutas, y un aparato estampador de cheques "Protectograph" para 7.500 a la hora.

C. H. Gledhill & Sons Ltd., de Halifax, llevó a la exposición sus registradoras sumadoras totalizadoras, con producción de

recibos en que se imprimen los importes desde medio decímetro hasta 19, 19, 11,50, con una serie de perfeccionamientos que sería prolijo enumerar.

National Cash Registres Ltd., de Londres, mostró entre sus ventajosamente conocidos modelos uno cuya novedad consiste en la repetición del registro, a discreción del operador, automáticamente, para imprimir cuantas veces precise, a más de obtenciones impresas de las tarjetas de recibo, con capacidad de 99, 19, 11. A la vez, sus contabilizadoras, mostraron sus nuevas características, incluyendo a funcionamiento en anverso y reverso, fechador automático, placas corrientes y hendidas y dispositivo especial de arrollado.

British Neopost Ltd., de Londres, presentó sus máquinas de franquear modelos: 2 V, 3 V, 6 V, para 2, 3 y 6 valores.

British Tabulating Machine Co. Ltd. mostró las máquinas "Hollerith Eléctricas" tabuladoras y sorteadoras, con el nuevo modelo distributiva con dispositivo automático tabulador impresor de extractos de cuentas. La máquina del debe y haber, que obtiene balances simultáneos.

British Home and Office Telephone Co., Ltd., de Londres, llevó a esta exposición un tipo pequeño, de separación en diez colores, para equipos telefónicos de despachos y oficinas.

Varios

Cox & Co., de Londres, presentó muy interesantes modelos de sillas, construídas de tubo de acero, completamente estéticas y fuertes "Stronglite", con plateado al cromo.

Dictaphone Co. Ltd., de Londres, dió a conocer los nuevos perfeccionamientos de sus equipos, entre los que podemos citar el de imposibilidad de desplazar el cilindro (no siendo de propósito y a sabiendas), en tanto queda superficie sin impresionar y de que funcione el cilindro impresor hasta que comienza a marcar la aguja su huella.

Mostráronse modelos de diversos colores y decorados con niquelados al cromo.

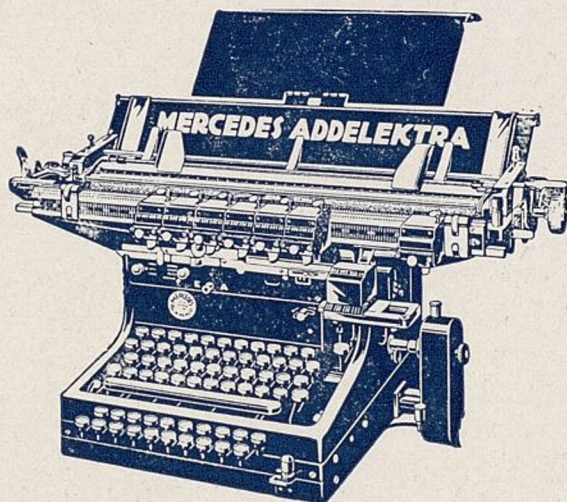
Dictograph Telephones Ltd., de Croydon, mostró un equipo de teléfono para dictado los relojes "Magenta-Dictograph" y un tipo nuevo de pedestal "Master-Station", fácil de trasladar para ser llevado al lado de la mesa del director. También mostró un modelo semejante con pupitre para trabajar.

Thomas A. Edison Ltd., de Londres, mostró la "Ediphone", para dictar, y la "Ediphone Secretarial", para escribir. También mereció especial atención el "control" eléctrico "Typease" (impulsor e interruptor), accionando desde el teclado de la máquina de escribir directamente. Es este aparato de un escrupuloso ajuste, fácil de entretenimiento y escaso gasto, funcionando de modo seguro y sencillo.

Kalamazoo Ltd., de Birmingham, sobre los más perfectos tipos de los afamados libros de hojas sueltas "Kalamazoo" dió a conocer el libro "Visible Strip Index", altamente eficiente para registros e índices, de nombres y direcciones, precios, descuentos, listas, etc., o sea, cada información susceptible de ser extractada y rápidamente encontrada.

Kardex, de Londres, expuso una interesantísima serie de equipos visibles "Kardex", ficheros y registros. Y, como novedad, presentó el "Lin-a-dex", índice de tiras de gran capacidad. Leves bandejas de acero contienen tiras de madera comprimida de aspecto semejante al cartón laminado, facilísimamente removibles. Los estantes giratorios pueden contener desde 78 hasta 780 bandejas, mientras hay también pequeños índices especiales de 18 bandejas. 1.000 tiras ocupan aproximadamente siete bandejas. Mediante señales de colores, también se destacan hechos o hacen agrupaciones de igual o semejante interés.

MERCEDES ADDELEKTRA



Máquina de CONTABILIDAD totalmente eléctrica
escribiendo y operando.

¡La más perfecta!!

Adoptada por los Bancos: Hispano-Americano, Español de
Crédito, Cataluña.

AGENTES GENERALES EN ESPAÑA
JOSÉ LEBLANC, S. A.

Av. Conde Peñalver, 7 MADRID Teléfono 95237 Apartado 381

Las entregamos a prueba, sin compromiso de adquisición

Salvado de la quiebra por "KARDEX"



los de difícil venta. Vió, con espanto, la cantidad de maulas que guardaba en sus estantes y dejó de admirarse de que fueran en progresivo aumento mensual sus preocupaciones financieras.



«KARDEX» abrió los ojos al dueño de esta zapatería y, como hombre que sabe los negocios, procedió a la liquidación inmediata de todos los pares de difícil salida. Redujo, de este modo, en un tercio las existencias, salvando muchos miles de pesetas; tiene hoy un «control» exacto de cada artículo, ha duplicado el turno de renovación de existencias y con dinero siempre disponible han cesado, también para siempre, sus preocupaciones crematísticas.



Es este uno de los millares de casos que podríamos citar. Así, pues, sea cual fuere su comercio, llame al «Kardexer» y verá con sorpresa cuántos hechos del mayor interés para su negocio, que escapan ahora a su vigilancia, surgen con claridad meridiana ante su vista.



«KARDEX» es para los negocios, lo que las señales para el tráfico ferroviario: Orden y seguridad.

REPRESENTANTE GENERAL PARA ESPAÑA

Rudy Meyer

Montera, 28, Madrid. — Tel. 11962 y 14281