

# PULI

A esto se nos responde que juega así mismo una baza muy importante la ambición humana, ese afán de no querer desaprovechar cualquier coyuntura favorable, aunque para ello sea preciso apelar a la picaresca.

Yo, particularmente, no soy partidario de dar crédito a la primera piedra que alguien lance alegremente desde cualquier esquina, máxime en estas tan delicadas cuestiones del vino, donde el profano co-

mete errores de apreciación; no obstante por si algo de cierto hubiera en ello, diré que solo aquellas firmas que han mantenido una calidad constante a través del tiempo, aquellas que han servido invariablemente al paladar humano ese sabor al que lo tienen acostumbrado, son los que permanecieron año tras año seguros ante el futuro.

No fué dicho en vano que el hombre es un animal de costumbres.

El individuo que está ecostumbrado a un vino quiere degustar siempre lo mismo, no importa que éste sea de mejor o peor calidad, pero sí que posea la homogeneidad necesaria.

Una de las causas que apoyan la creación de grandes empresas vitivinícolas, la concentración de modestos elaboradores en un solo bloque, es precisamente la de conseguir un producto homogéneo con miras a una comercialización masiva y continua.

Una marca cualquiera que, tras garantizarse, se pase al bando de los altibajos, puede sorprender a ese grupito de inexpertos que siempre constituyen cada vez más minoría, y el fracaso ha de llegar tarde o temprano.

M. Terrín

## GUIAS EN PAPEL ENGOMADO CON DIRECCIONES EN FORMA DE ETIQUETAS IDEALES PARA CONSULTAR FICHEROS O PEGAR EN SOBRES, CIRCULARES O IMPRESOS DE CUALQUIER CLASE.

Fábricas de aguardientes, anisados y licores . . . . .	200	ptas
Elaboradores de vinos . . . . .	150	"
Almacenistas y exportadores de vinos (7.500 direcciones) . . . . .	600	"
Fábricas de vinagres . . . . .	150	"
Almacenes y comerciantes de abonos . . . . .	400	"
Almacenes, maquinaria industrial y agrícola . . . . .	300	"
Cooperativas del Campo . . . . .	500	"
Agricultores (20.000 direcciones) . . . . .	1.600	"
Bares, cafés y cafeterías (30.000 direcciones) . . . . .	2.400	"
Agentes comerciales colegiados (por cada millar de direcciones) . . . . .	80	"

(Estas tres últimas guías pueden servirse por provincias a razón de 80 ptas. el millar.)  
Pedidos a esta revista. Se envían contra reembolso de su importe más gastos de envío.