

# IMPETU

**Año 1, n. 6, diciembre 1933**

**Contenido:**

- Bueno, el año que termina; promisorio, el que empieza
- Concurso de afiches para artistas argentinos
- Por qué se anuncia, del libro recién publicado "Naciones sobre Arte Gráfico y Publicidad"
- ¡Regalos... Sorteos... Obsequios!
- La tinta de nuestros impresos. Historia Gráfica de su fabricación (2ª parte)
- El mensaje mensual de Londres, por el Sr. Fernando A. Marteau
- Ponderable esfuerzo: la Exposición de la Unión Industrial Argentina
- ¿Dónde está nuestra imaginación latina?
- Economía, pagando unos pesos más. Algunas consideraciones sobre las ventajas de utilizar buenos elementos en la preparación de impresos de propaganda, por el Sr. R. H. Cowper-Coles
- Ligando la propaganda a las ventas. Una experiencia de la General Motors Argentina que demuestra la importancia de secundar la propaganda con una activa compañía de ventas, por Sr. H. E. Ems, Gerente de fomento de ventas de la General Motors Argentina, S. A.
- ¿Cree Ud. Que su organización es perfecta?, por el Sr. Eduardo Alvarez de la Cía. La Camona
- La propaganda directa es un valioso factor de ventas

**Tabla:** Córdoba: emporio comercial del Centro del país

Incluye 3 estudios analíticos de avisos extraídos de la prensa local