

# IMPETU

**Año 29, n. 331, mayo 1962**

***Contenido:***

- Un problema de costos
- La vidriera: un medio publicitario demasiado olvidado
- Cinco millones de dólares para promover el turismo en Estados Unidos
- La nueva fórmula de la distribución moderna
- Dramas sobre eso que es pensar. "El changador de ideas"
- La aprobación progresiva de las campañas
- El cliente en perspectiva y la ética. Definición de una política en la conquista de nuevos clientes
- Un panorama de los modernos conceptos tipográficos
- El mejor vendedor de un envase: el color
- Gotas publicitarias - Dulces y Amargas. Tercera etapa: IX, por Alejandro Low
- La "imagen" de la empresa... y la vanidad
- Radio y gráfica exigen textos distintos
- Productos bien envasados venden más
- Nuevos estudios sobre la previsión de venta y el programa de producción
- Los avisos del mes (caldos Konorr-Suiza, fijador Lord Cheseline, medias Ban-Lon, coñac Consular)