

MUESTRA
ARQUIT

224

Ej. 2

03/48

Coats-Suits

INTERIOR DE UN NEGOCIO MODERNO

3

BS. AIRES. MARZO 1948

NUESTRA ARQUITECTURA

Correo
Argentino
Casa Central

FRANQUEO PAGADO
CONCESION N° 291

TARIFA REDUCIDA
CONCESION N° 1085

NUESTRA
ARQUIT

224

03/48



BIBLIOTECA



UNA "MANO" MAESTRA
PARA UN TRABAJO PERFECTO



CADA MANO DE LAS AFAMADAS PINTURAS
SHERWIN-WILLIAMS

es garantía de rendimiento, duración,
protección, belleza y economía.
Por eso, propietarios y profesionales
prefieren las pinturas Sherwin-
Williams en la realización de traba-
jos de categoría, seguros de obtener
excelentes resultados.

SHERWIN-WILLIAMS

Productos de

SHERWIN WILLIAMS ARGENTINA S.A.

Buenos Aires - Rosario

PINTURAS - ESMALTES - LACAS - BARNICES

GRAN FÁBRICA DE BALDOSAS TIPO MARSELLA - TEJAS Y LADRILLOS PRENSADOS Y HUECOS



FÁBRICA CERÁMICA
Alberdi S.A.

ESCRITORIO Y ADMINISTRACIÓN
SANTA FE 882 - ROSARIO
U.T. 22936

Premiadas con el Primer Gran Premio en la
Exposición de la Industria Argentina 1933 - 34

EMPLEE EN SUS OBRAS
TEJAS Y BALDOSAS
ALBERDI

ORGULLO DE LA INDUSTRIA ARGENTINA

PRECIOS, MUESTRAS E INFORMES:

Administración: SANTA FE 882 - T. A. 22936 - ROSARIO
o al Representante en Buenos Aires:

O. GUGLIELMONI

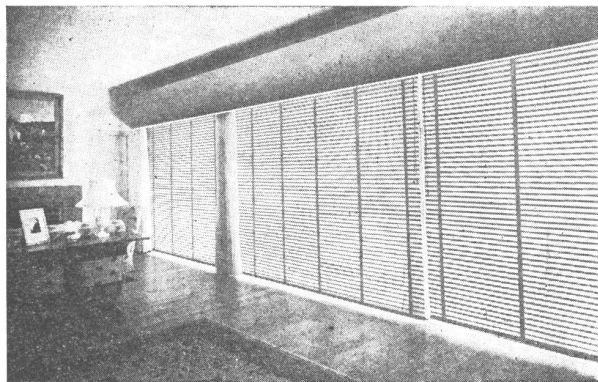
AVDA. DE MAYO 634 - (Piso 1º) - T. A. 34 - 2792 - 2793

EN VENTA EN TODAS LAS CASAS DEL RAMO

Kirsch

PERSIANAS METÁLICAS

Nuevamente disponibles en Buenos Aires



Solicite una cotización.
Nuestros técnicos le ayudarán gustosamente, y sin compromiso para Ud., a resolver sus problemas de ventanas.



Ofrecemos también Rieles y Accesorios KIRSCH para cortinados. Tenemos disponible una partida considerable en color marfil.

Representantes Exclusivos
y Distribuidores

H. A. DILLINGER & CIA. S. R. L.

HIPOL. YRIGOYEN 733
Bs. As. - T. A. 34 - 5553

RADIADORES



INDUSTRIA
ARGENTINA

PARA
CALEFACCION
CENTRAL



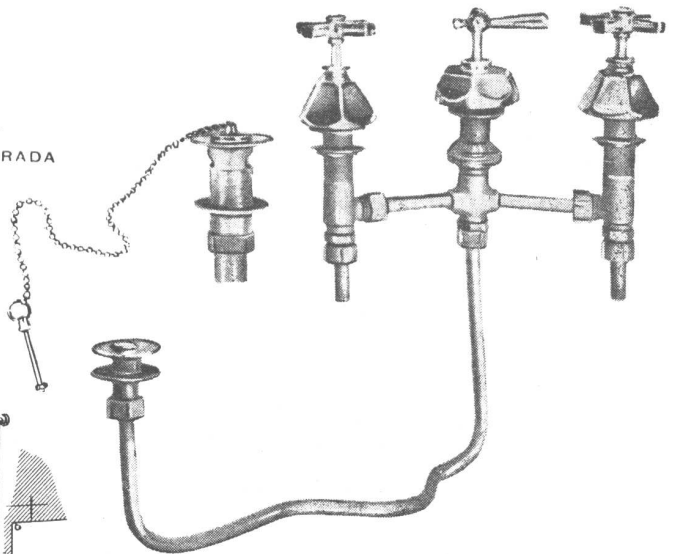
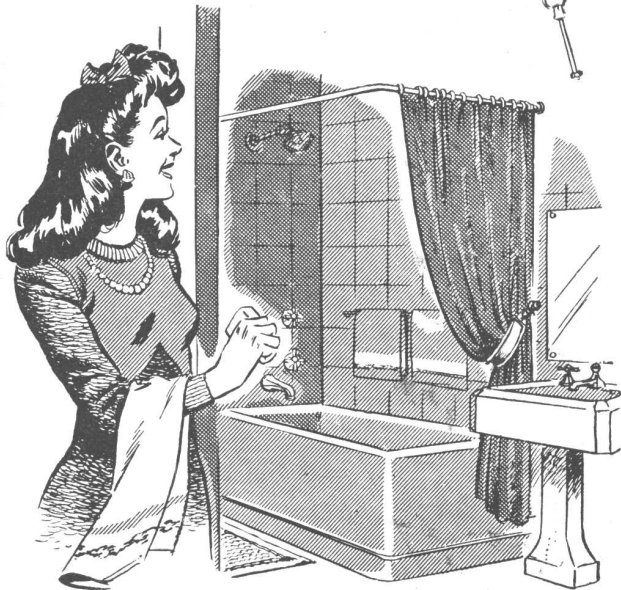
FABRICADOS DE FUNDICION

S. A TALLERES METALURGICOS SAN MARTIN

TAMET

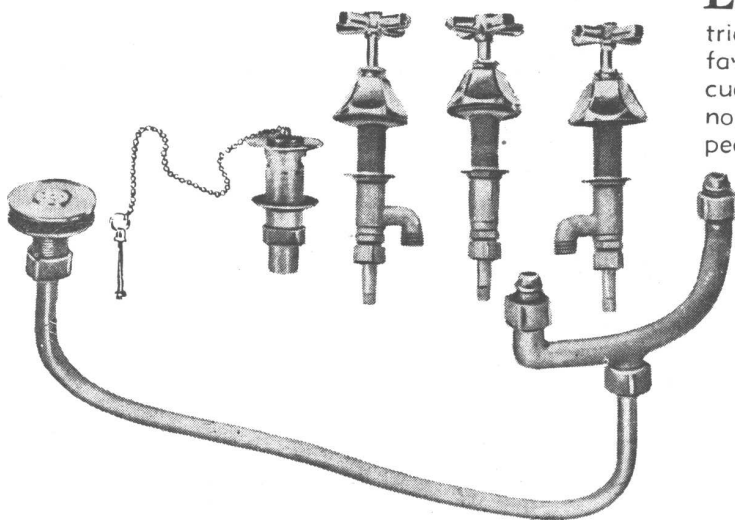
CHACABUCO 132 - BUENOS AIRES

SOLICITELOS A SU HABITUAL INSTALADOR



**CALIDAD
INTRINSECA...
HERMOSURA
EXTERIOR...**

LOS accesorios "L. U." que representan una preeminencia en la Industria Argentina, pueden compararse favorablemente con los fabricados en cualquier parte del mundo. Su calidad no radica solamente en su hermoso aspecto y brillo inalterable, sino también en la excelencia de los materiales empleados en su fabricación, a los que se une la perfección de sus diseños, ideados por técnicos especializados y su esmerada terminación, que aseguran un servicio ininterrumpido, eficaz, de absoluta seguridad y de rendimiento máximo. Por todo eso, los accesorios "L. U." son dignos de entera confianza.

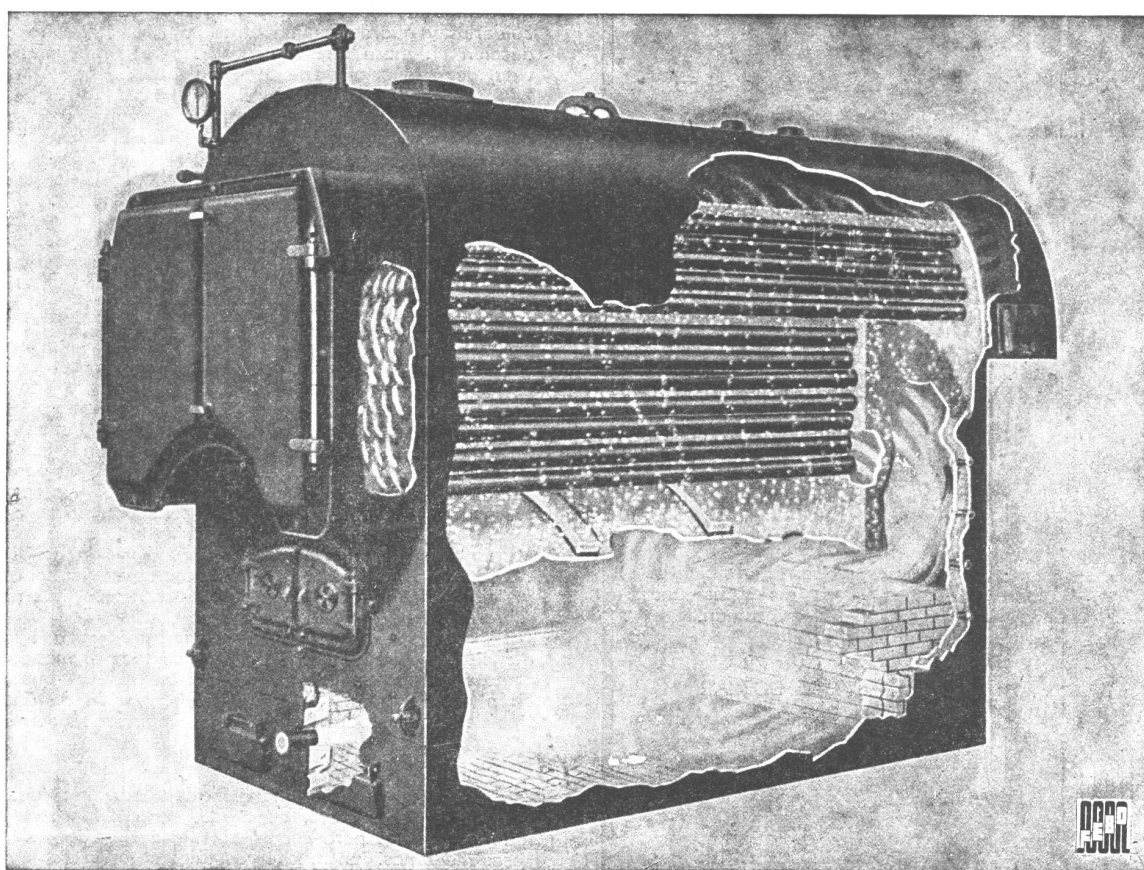


Soc. Anón. Fundición y Talleres
LA UNION
Industria Argentina de Calidad

VEALOS EN CUALQUIER CASA IMPORTANTE DEL RAMO

CALDERAS

FABRICADAS DE ACUERDO A PLANOS Y LICENCIA DE
THE TITUSVILLE IRON WORKS Co.



Caldera ACEROPETROL de baja y media presión

ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES

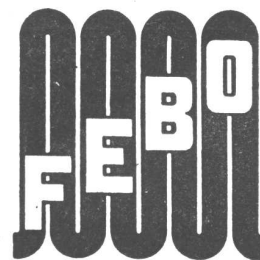
FEBO

SOC. DE RESP. LTDA. — CAP. M\$N. 3.000.000.—

MORENO 574

BUENOS AIRES

T. A. (33) AVENIDA 8391 con 7 líneas — CABLES: ESTAFEBO, BAIRES



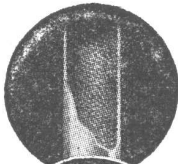
Tiempos Modernos
Exigen
Métodos Modernos

INSTALACIONES ELECTRICAS PERFECTAS

Con el nuevo Caño de Acero
ELECTRUNITE - Steeltubes
Fabricación Norteamericana

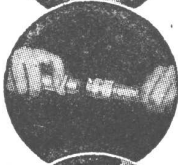
Abarata un 30 % la mano de obra

Inoxidable - Fácil de Instalar y doblar
Zingado eléctricamente



FACILITA LA INSTALACION DEL CONDUCTOR

Por los miles de nuditos que contiene en su interior.



FACIL DE CONECTAR

No hay que hacer roscas y sólo se precisa una llave de tuercas o una pinza.



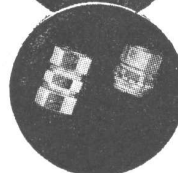
FACIL DE CORTAR

No se precisan herramientas costosas. Lo mejor es una simple sierra común.



FACIL DE DOBLAR

Fabricado en frío es muy maleable a mano. Para curvas perfectas usar la curvadora económica Electrunite.



POCOS ACCESORIOS

Sólo dos accesorios se necesitan para conseguir juntas perfectas y sólidas.

Solicite precios a su distribuidor

ANTONIO PEYRI

Importación de Materiales Eléctricos

RIVADAVIA 1967

T. A. 47 Cuyo 5899, 0581, 7574 y 3694

Suorsales: PIEDRAS 147 y en Avellaneda: Alsina 100

NOTICIAS

CONCURSO MUNDIAL PARA EL MUEBLE DE BAJO COSTO

La casa barata y los muebles de bajo precio, se cuentan entre los factores más importantes en la economía nacional y en el bienestar general de los pueblos de todos los países. Los gobiernos y la industria de todo el mundo están haciendo esfuerzos para encontrar una solución para el problema del alojamiento, pero hasta ahora han prestado poca atención al diseño y producción de muebles buenos y poco costosos. Para servir las necesidades de la vasta mayoría del pueblo, debemos tener muebles que sean proyectados para pequeños departamentos y casas, que sean bien diseñados y moderados en precio, que sean confortables pero no demasiado voluminosos, y que resulte fácil moverlos, cuidarlos y guardarlos; en otras palabras, muebles de producción en masa que consulten los modernos métodos de vida, de producción y de comercialización.

El Museo de Arte Moderno de Nueva York y un grupo de vendedores de muebles, se han estado preocupando grandemente con este problema en los últimos tiempos. Están convencidos que los medios para su solución están disponibles ahora mismo. Los avances espectaculares de la tecnología nos han proporcionado nuevos materiales, herramientas y métodos de producción, que ya han sido aplicados con éxito a muchas importantes ramas de la manufactura. Proyectistas individuales de muebles modernos, han hecho en diversos países brillantes trabajos de experimentación, pero han encontrado difícil hallar los caminos para traducir sus ideas en hechos reales. Los muebles necesitan ser estudiados desde muchos puntos de vista, entre los que se pueden citar el tamaño, la función, el precio, la disponibilidad de material y las técnicas de fabricación. Los problemas de remisión y almacenamiento tampoco han sido resueltos tan completamente como sería de desear. La fusión de todos esos problemas y su solución integral, producirán muebles nuevos, tanto en técnica como en apariencia. A fin de coadyuvar a resolver el problema, y proporcionar un poderoso estímulo para los diseñadores y técnicos de todos los países a fin de que acrecienten sus esfuerzos, el Museo de Arte Moderno y el Museum Design Project, asociación no lucrativa constituida por representantes del comercio, han resuelto organizar un concurso internacional sobre el diseño de muebles de bajo costo.

Los promotores creen que este concurso va a llamar la atención de diseñadores y técnicos de todo el mundo y que como resultado se presentarán nuevos diseños que conducirán a la fabricación y amplia distribución de un nuevo tipo de muebles para la casa de los tiempos modernos.

La Amplitud del Concurso

Este concurso tiene la intención de desarrollar ideas para muebles de bajo costo, adecuados para living rooms, dormitorios y sitios para comer, tal como se presentan en las casas modernas. En muchas de tales casas se combinan las funciones del living y del dormitorio en las mismas áreas, requiriendo muebles para un doble fin. Las muchas clases especiales de muebles necesitados en una casa, pueden dividirse en las siguientes categorías principales: de sentarse, mesas y para almacenamiento. El diseño de buenos muebles para sentarse y para almacenar es más complicado que el diseño de mesas, y por esa razón se otorgarán premios a los mejores diseños de muebles para sentarse y para almacenar, de los cuales pueden derivar grupos enteros de muebles (incluso mesas).

Pueden optar a los premios los diseños de dos clases:

1) Unidades para sentarse una o más personas, tales como sillas de respaldo derecho o inclinado, sofás, divanes, bancos, etc.

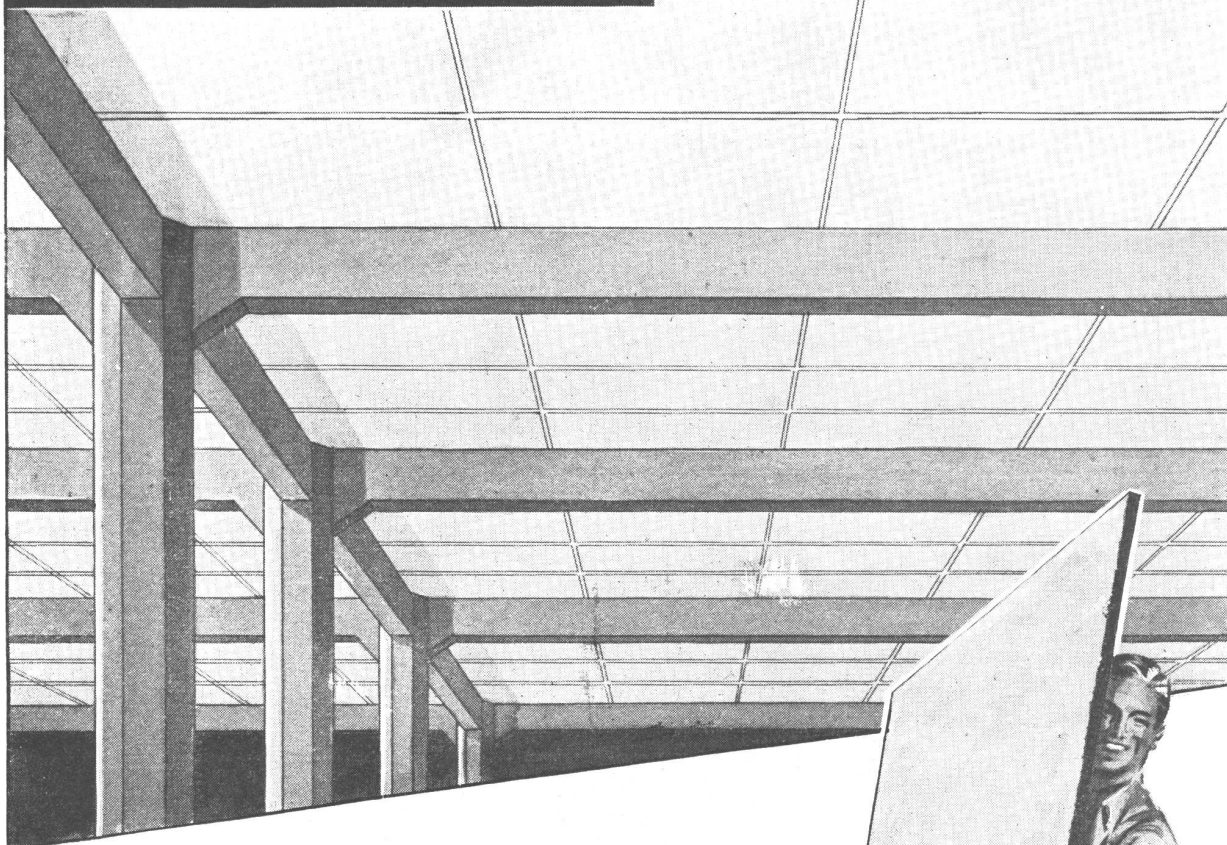
2) Unidades para almacenar cosas de la casa o efectos personales, o ambos.

Podrán ser premiadas piezas adaptables para más de un uso. Los competidores pueden enviar trabajos de una u otra de las categorías o de ambas y no hay límites respecto a la cantidad de proyectos que cada concursante pueda mandar.

(Sigue en la pág. 70)

CIELO RASOS AISLANTES KREG-O-TEX

PUBLI-ART



**ABSORBENTES DE RUIDOS
IMPIDEN EL PASO DEL CALOR
CONFORTABLES - LIVIANOS Y
ECONOMICOS.**

Nuestra oficina técnica está a su entera
disposición para la confección de planos
y asesoramientos gratuitos para la colo-
cación de todos nuestros materiales.

KREGLINGER LTDA.

COMPAÑIA SUDAMERICANA S. A.
CHACABUCO 151 BUENOS AIRES U.T. 33 Av. 2001-8

NO SOLO CAÑERÍA PARA ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE...



MONOLIT
(amianto - cemento)

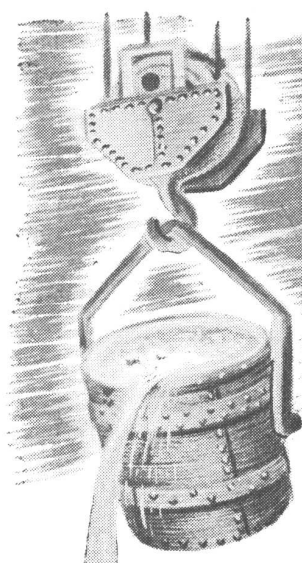
También provee:

- Cañerías para instalaciones sanitarias domiciliarias.
- Depósitos para reserva de agua potable.
- Chapas onduladas y lisas.
- Cenefas y babetas para techados.
- Hojas para persianas.
- Canaletas para techos.
- Piezas moldeadas, etc.

COMPAÑÍA FIBROCEMENTO MONOLIT S.A. INDUSTRIAL Y COMERCIAL

Fábrica en SAN JUSTO - Pcia. de Bs. As.

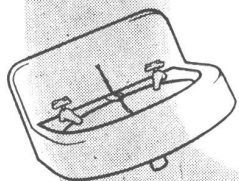
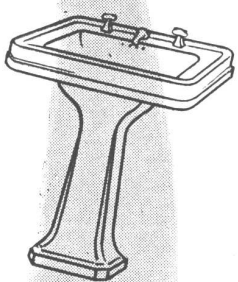
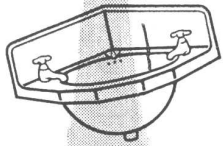
Distribuidores Exclusivos: **TAMET - Chacabuco 132 - Bs.As.**



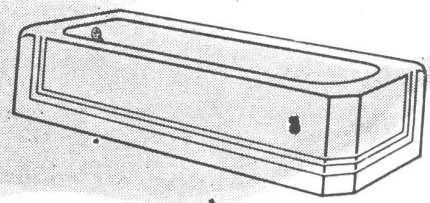
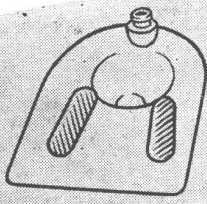
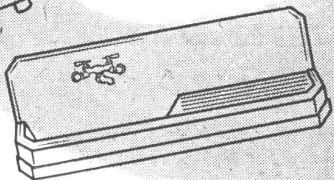
**NO ES UNA
MARCA MÁS...**



...ES UN SIMBOLO!



DE LA MAS ALTA
CALIDAD, DURABILIDAD
Y BELLEZA DE LINEAS



MANRIQUE

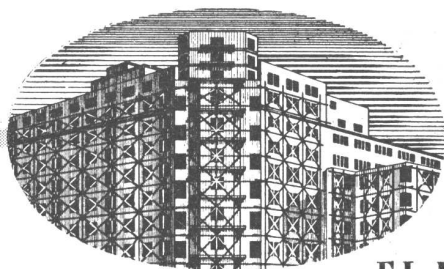
INDUSTRIA DE METALES ESMALTADOS
GENARO AVERSA

SOC. DE RESP. LTDA. • CAPITAL \$ 370.000 M/N

ADMINISTRACION Y FABRICA:

T. A. 22 - 9538 - 3216 • AVELLANEDA • MADARIAGA 1301

AL SERVICIO DE LA CONSTRUCCION



EL MAS CALIFICADO SURTIDO DE ESPECIALIDADES

Artefactos sanitarios en general - Mosaicos -
Revestimientos graníticos y revestimientos de esca-
leras "Tudor" - Azulejos y mayólicas ingleses -
Materiales "Eternit" de asbesto cemento -
Techado asfáltico frío "Agartech" - Tablas
aislantes "Treetex" - Chapas de fibra de
madera satinada (Hardboard) "Tablotex" -
Refrigeración centralizada "Agar" para edifi-
cios residenciales e instalaciones afines con equipos
eléctricos automáticos "York" a freón - Aire acondi-
cionado e Instalaciones frigoríficas "York"
adaptables a cualquier requisito - Pistas de patina-
je sobre hielo - Bombas centrífugas "Worthing-
ton" para elevación de agua corriente y aguas
cloacales, extracción de aguas de pozos semisurgentes
y en otros tipos para toda aplicación industrial -
Radiadores y calderas "Ideal" para calefacción
central, etc. - Instalaciones completas "Empire" para
lavaderos de ropa y cocinas - Ascensores eléctricos -
Instalaciones de alarma automática contra incendio
sistema "Vigilarm" - Etc.

*Solicite sin compromiso anteproyectos
y asesoramiento técnico a:*

AGAR. CROSS & CO
Ltd

Bs. AIRES - ROSARIO - B. BLANCA - TUCUMAN - MENDOZA

PARA LA INDUSTRIA

MOTORES ELECTRICOS
TABLEROS DE DISTRIBUCION DE ALTA Y BAJA
TENSION
INTERRUPTORES AUTOMATICOS DE PROTECCION
TABLEROS BLINDADOS
ELECTROBOMBAS CENTRIFUGAS, PARA TODA
CLASE DE LIQUIDOS, CAUDALES Y ALTURAS
EXTRACTORES DE AIRE INDUSTRIALES
VENTILADORES CENTRIFUGOS DE ALTA Y BAJA
PRESION
MATERIAL DE INSTALACIONES
CABLES AISLADOS DE ALTA Y BAJA TENSION

CAÑOS GALVANIZADOS Y NEGROS EN GENERAL
TUBOS LISOS
HIERROS EN GENERAL
CHAPAS Y ALAMBRES

POLVORA INDUSTRIAL
FULMINANTES, MECHAS
GELINITA

☆☆☆

CAEBA

BELGRANO 1000

Bs. AIRES

SUCURSALES

ROSARIO - MENDOZA - TUCUMAN

SALTA - CORDOBA

LOCAL PROVISORIO

MORENO 846

LA CASA IDEAL

ARMONIA EN EL PORCHE

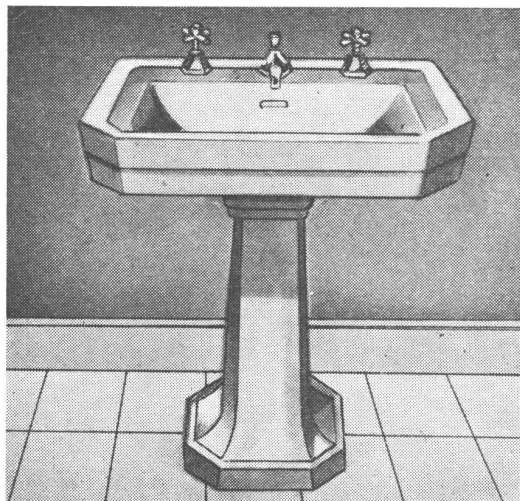
**Y en el
BAÑO...**



ARTEFACTOS SANITARIOS
DURCELANA
A TONO CON LA EPOCA

El concepto de la higiene moderna, exige para su cuarto de baño artefactos sanitarios que sean una buena garantía de salubridad. Los Artefactos Sanitarios DURCELANA - porcelana vitrificada - brindan en este sentido la máxima seguridad, pues su porosidad prácticamente nula, permite realizar una fácil y perfecta limpieza.

Esta excepcional cualidad, unida a la sobria belleza de sus líneas, extraordinaria blancura e ilimitada durabilidad, hacen de los Artefactos Sanitarios DURCELANA, el más valioso complemento de calidad y buen gusto para integrar la casa ideal.



UN PRODUCTO DE

FERRUM

S. A. DE CERAMICA Y METALURGIA



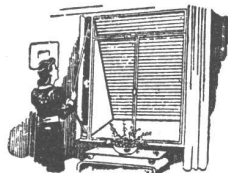
Adm. y Fáb. - España 402 - 600 - Avellaneda - Exp. Chacabuco esq. Alsina - Bs. Aires

CATTANEO

CORTINAS DE MADERA

Proyección a la Veneciana
SISTEMA AUTOMÁTICO

"8 en 1"

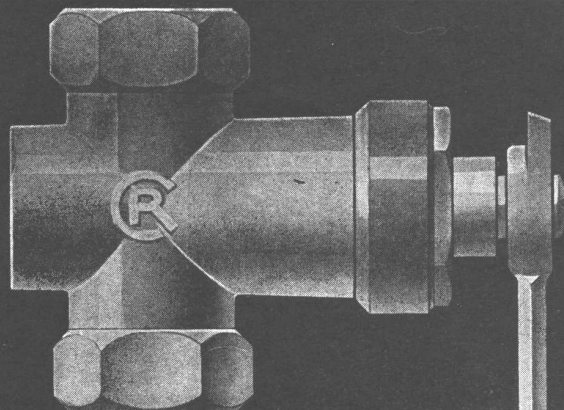


PERSIANAS PLEGADIZAS

AMERICANA
"VENTILUX"

EXPOSICION Y VENTAS

GAONA 1422 • U. T. 59, Paternal 1655



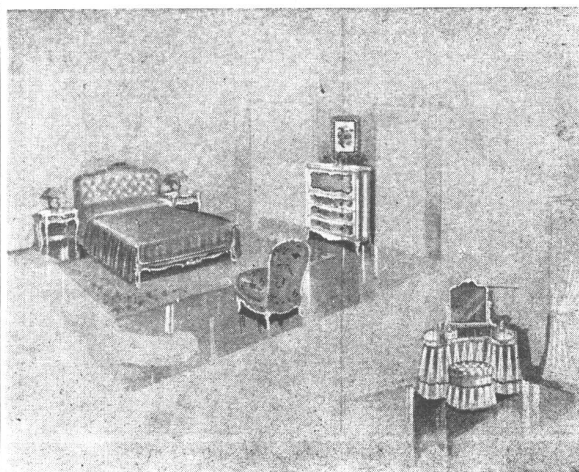
GAS - SUPERGAS

APROBADAS POR Y. P. F.

CASA ROSSI

HUMBERTO 1° 1625 - T. A. 23-2858

BUENOS AIRES



Muebles
Tapicerías
Decoraciones

Fendrik Hnos.

Unicamente

Avenida Alvear 1552
T. A. 41 - 3366 y 1369

EN QUEMADORES

Sociedad C. A. R. E. N.

a la vanguardia

SYNCRIO-FLAME

Están colocados en todos los Grandes Establecimientos
Industriales del País y Casas de Renta

"TODD" - Hex - Press

Preferidos por los Industriales
de todo el país, por ser:

EFICIENTES, ECONOMICOS Y DE FACIL MANEJO

Y Ahora

EL FAMOSO QUEMADOR

ENTERPRISE

de nuevo en la Argentina

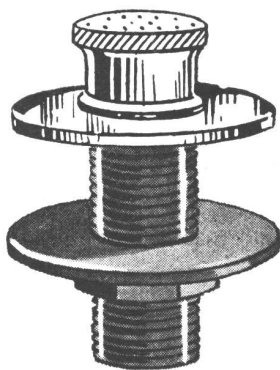
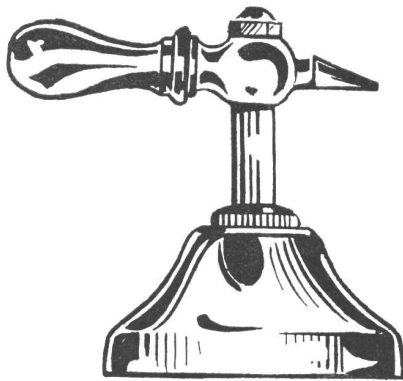
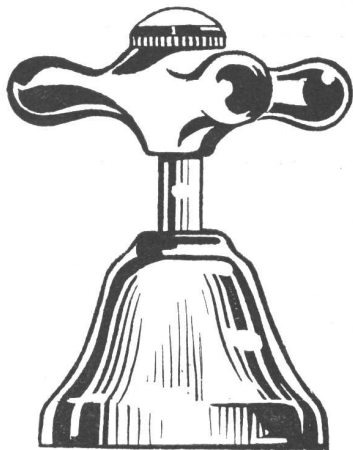
UNICOS DISTRIBUIDORES:

Sociedad C.A.R.E.N.

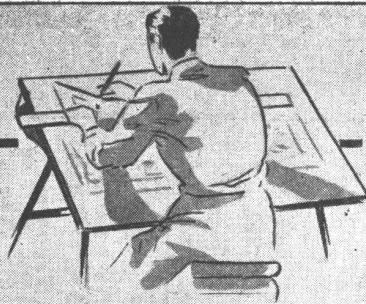
Cía. Argentina de Representaciones
Nacionales y Extranjeras

GUAVIYU 2859 | ANTONIO MACHADO 628/36
Teléf. 27635 | T. A. 60-1068/9 y 7 Internos
Montevideo - R.O.U. | Buenos Aires - R.A.

ESTE HOMBRE



SALAS PUBL.

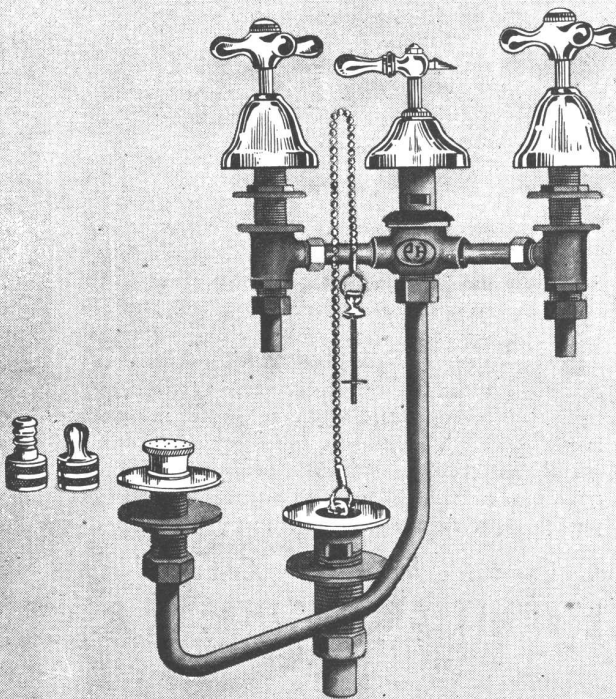


CREA BELLEZA Y ESTA A SUS ORDENES

Nuestros establecimientos cuentan con personal técnico, siempre a las inmediatas órdenes de los señores Ingenieros, Arquitectos y Constructores, que colaboran en constantes y renovadas investigaciones para producir

**ACCESORIOS SANITARIOS DE
MAS BELLEZA Y MEJOR CALIDAD**

VENTA EN TODAS LAS CASAS DEL RAMO



SON ARTICULOS NOBLES
INDUSTRIA ARGENTINA



BIBLIOTECA

ESTABLECIMIENTOS
METALURGICOS

PIAZZA H^{NOS}

SOCIEDAD DE RESPON-
SABILIDAD LIMITADA
CAPITAL M\$N. 1.680.000,-

Administración - Venta y Talleres: ARRIOLA 154/58 (Suc. 37, Rto. 1)
U. T. 61, 3389 y 3312 * Exposición: BELGRANO 502 - Bs. As. *

NO OLVIDE! PARA SUS TECHOS...

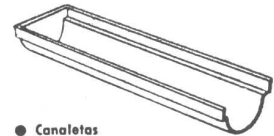


CANALETAS
Eternit

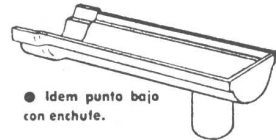
La canaleta ideal y eterna

Verdadero hallazgo en materiales de construcción, ETERNIT ha echado al olvido los inconvenientes del zinc y del hierro galvanizado, pues no se pica, no se deforma, no es afectado por el calor ni el frío, se corta y se coloca fácilmente y dura siempre! De ahí que las canaletas ETERNIT — lo mismo que sus otros productos de asbesto-cemento — hayan triunfado rotundamente. No solamente son el complemento lógico e indispensable de un techo de chapas acanaladas ETERNIT, sino también de un techo de cualquier otro material. Es un buen negocio adoptarlas, pues jamás se estropean y resultan muy económicas.

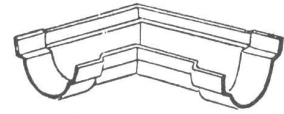
Compañía Industrial y Comercial
ETERNIT ARGENTINA, S. A.



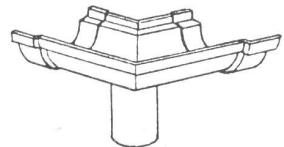
● Canaletas terminales punta alto sin enchufe.



● Idem punta bajo con enchufe.



● Rinconeras punta alto con 2 enchufes.



● Idem punta bajo con 2 enchufes.

Solicite a los distribuidores el folleto detallado N° 17.

Las canaletas ETERNIT y todas las piezas complementarias se hacen en modelo standard desde 100 hasta 300 mm. de sección. A pedido se fabrican canaletas de otros modelos y otra capacidad.

Sírvanse enviarme gratis el catálogo detallado N° 17.

Nombre.....

Domicilio.....

Distribuidores:

KREGLINGER LTDA.
CIA. SUD AMERICANA S. A.
Chacabuco 151 - Buenos Aires

AGAR CROSS & Co. Ltd.
B. Aires - Rosario - B. Blanca
Tucumán - Mendoza



Yo pinto tranquilo
y siempre quedo bien:

USO

Apeles

PINTURA VIVA

A PRUEBA DE TIEMPO

EL CIRCULO MAGICO

ESMALTES "4 HORAS" PARA EXTERIOR

PINTURAS PARA TECHOS Y TANQUES

PINTURAS PARA PAREDES

ESMALTES PARA INTERIORES

PINTURAS PREPARADAS ECONOMICAS

Industria Argentina

ESMALTES SINTETICOS PARA EXTERIOR

LACAS INCOLORAS PARA MUEBLES

BARNIZ PARA EXTERIOR

BARNIZ PARA INTERIORES

PINTURAS PARA PUENTES, VERJAS, ETC.

UNICOS FABRICANTES

"INQUIMAR" Soc. Anón.

Nahuel Huapí N° 5833 T. A. 51-2898 Buenos Aires

NOTICIAS

CONCURSO MUNDIAL ...

(Viene de la pág. 60)

Fecha

El concurso está ya abierto y se cierra a medianoche del **31 de octubre de 1948**. Lo que pueda llegar en fecha posterior será rechazado.

Premios

Los premios serán acordados a los proyectos que puedan ser realizados y consisten en lo siguiente:

El mejor diseño para un asiento

Primer premio	\$ 5.000.—
Segundo premio	" 2.500.—
Tercer premio	" 1.250.—

El mejor diseño para un mueble de guardar

Primer premio	\$ 5.000.—
Segundo premio	" 2.500.—
Tercer premio	" 1.250.—

Todo expresado en dólares americanos. El jurado se reserva el derecho de no otorgar los premios, si no se presentan trabajos de suficiente mérito.

Los diseños premiados están sujetos a las condiciones enunciadas bajo el subtítulo "Fabricación y Venta de los proyectos premiados".

El Jurado

Está compuesto por siete miembros que son: Alfred Auerbach, Catherine Bauer, Luis de Florez, René d'Harnoncourt, Hugh Lawson, Ludwig Mies van der Rohe y Gordon Russell. Los premios se otorgarán dentro de los dos meses de clausurado el concurso. Los ganadores serán notificados

por telégrafo o por cable. La decisión de los jueces será inapelable.

Quiénes pueden Competir

El concurso está abierto a personas de todos los países. Los empleados de las entidades patrocinadoras son los únicos que no pueden presentarse.

La Originalidad de los Trabajos Presentados

Todos los proyectos presentados deben ser creación del competidor y su propiedad exclusiva. Un diseño no podrá aspirar a premios, si ha sido previamente producido para vender, o si cualquier fabricante, distribuidor, o cualquier persona que no sea el concursante, tiene derechos sobre él. Puede en cambio aspirar a premios si existen modelos experimentales que sólo han sido vistos por un número limitado de personas.

Notificación de la Intención de Concurrir al Concurso

Cualquiera que tenga la intención de presentarse al concurso debe notificarlo al Director del mismo. La notificación debe mencionar el nombre completo del interesado y su dirección. Esta notificación no constituye obligación de presentar trabajos.

Esa comunicación debe ser enviada a:

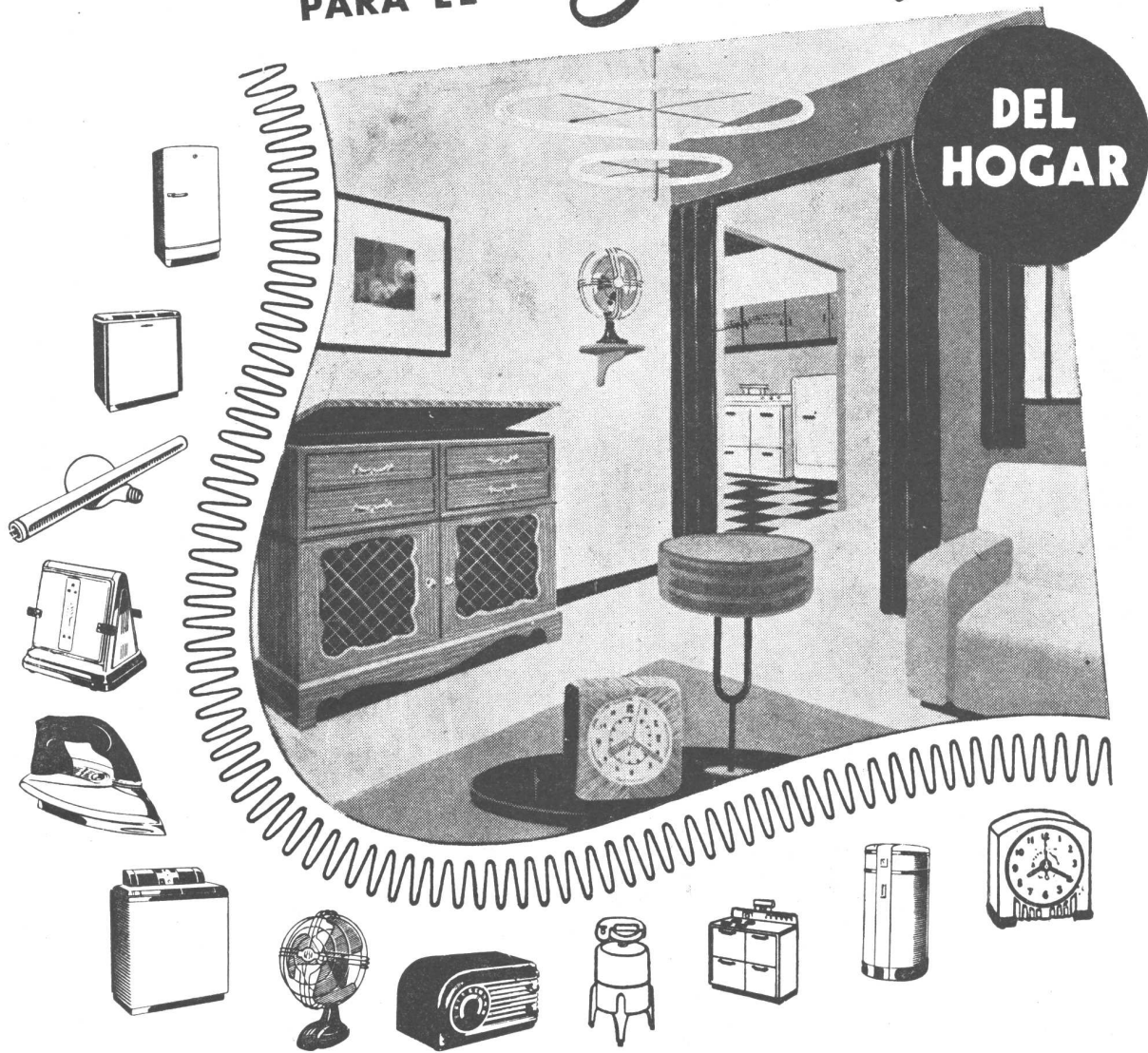
Edgar Kaufmann, Jr., Director
Department of Industrial Design
Museum of Modern Art
11 West 53 Street
New York 19, New York, U.S.A.

Presentación de Proyectos

Todos los dibujos deben venir montados sobre cartones de 0.50 X 0.80. Si los reglamentos postales prohíben el envío de cartones de ese tamaño, los dibujos deben ser enviados en cartones tan grandes como lo permitan las autoridades de correos. Los dibujos pueden ser hechos por cualquier

(Sigue en la pág.82)

APARATOS ELECTRICOS **GENERAL ELECTRIC**
 PARA EL *Electroconfort*



Los enseres eléctricos de la General Electric materializan el sueño del hogar confortable. La cocina eléctrica, la máquina lavarropa, el aspirador y la plancha, la radio, la estufa eléctrica y la suave

luz fluorescente, son otras tantas maravillas que la General Electric produce para llevar al hogar todos los adelantos de la ciencia moderna y hacerlo acogedor y confortable.-

GENERAL  **ELECTRIC**
 SOCIEDAD ANONIMA

CON DISTRIBUIDORES Y CONCESIONARIOS EN TODO EL PAIS



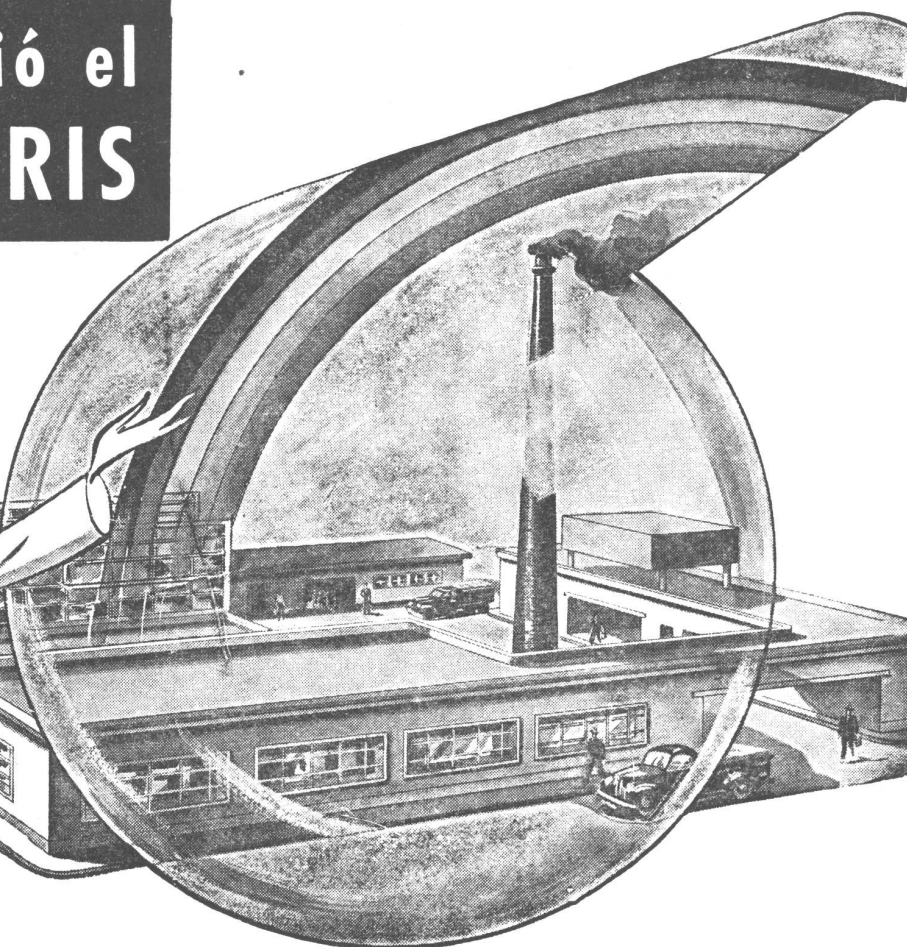
Transfiéranos sus preocupaciones...

Sr. Arquitecto: todas sus preocupaciones en materia de: filtros, lavarropas, refrigeración central y bombas para agua, podrán ser satisfactoriamente resueltas por SIAM. Nuestra experiencia de largos años de continua fabricación y especialización, está respaldada por un nombre que representa, en sí, todo un prestigio: SIAM DI TELLA LTDA.

SIAM
Di Tella Ltda

Avda. de Mayo 1302 - T. A. 37 - 1081 - Bs. Aires

Aquí nació el
ARCO IRIS

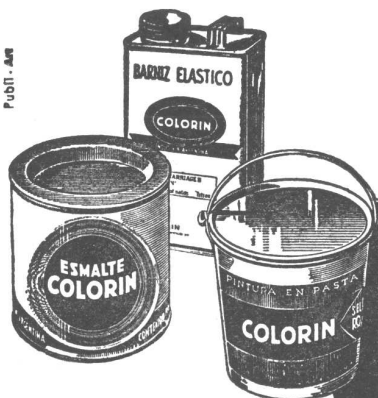


La brillantez y hermosura de colores de las pinturas **COLORIN**, aprisionan, realmente, toda la belleza del ARCO IRIS.

Su alta calidad surge de los métodos que empleamos en su fabricación. Todos los progresos de la Industria sintética se aplican en su elaboración, previo un proceso de laboratorio de extrema severidad. Cada uno de los 300 tipos que forman la línea de **COLORIN**, se someten posteriormente a una rigurosa comprobación práctica... ¡antes de ofrecerlos al mercado!

¡Pinte llevando alegría en su pincel!.. ¡Pinte con **COLORINI!**.. y al terminar, diga con nosotros... **COLORIN!**.. **COLORADO!**.. ¡como nuevo ha quedado!

Publ. Am



LA PINTURA DE LA "MANO PERFECTA"
COLORIN

PINTURAS - ESMALTES - BARNICES - LACAS

COLORIN: Industria de Materiales Sintéticos, S. A. — Av. V. Sársfield 5853 — T.A. 741-6701 - MUNRO (FF. CC. del E.)

AZULEJOS - ZOCALOS - CHAPAS

MARCA

"Marlite"

REGISTRADA

CORNISAS 1/4 CAÑAS

PABLO ARRIGONI

Adm. y Fáb. FORMOSA 353

T. A. 60, Caballito 4641

W. LANGER

*comunica a su distinguida clientela que ha tomado a su cargo la sección
Felpudos de la Cía. CORDMAT S. R. L., ampliando la fabricación de
los famosos felpudos y caminos FALCA.*

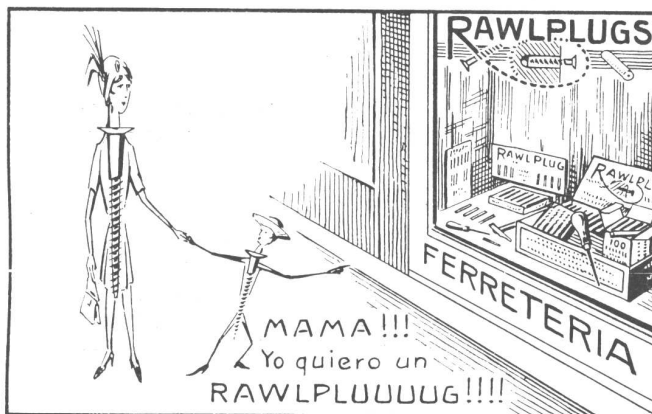
A B O

FABRICA DE MATAFUEGOS
TODA CLASE DE EQUIPOS Y EX-
TINGUIDORES CONTRA INCENDIO

V I A M O N T E 3 4 9
T. A. 32 - 1146 y 5562

FALCA

FABRICA DE FELPUDOS
Y CAMINOS DE GOMA
FELPUDOS EN GENERAL



TARUGOS DE FIBRA,
MECHAS TRIANGULARES
Y BULONES DE EXPANSION

van Wermeskerken, Thomas y Cía.
SOC. RESP. LTDA.
CHACABUCO 682 - T. A. 33-3827
BUENOS AIRES

TECHADOS ASFALTICOS

CARD - TEX

TERMINACION BLANCA

257 - AGUIRRE - 259

BUENOS AIRES

T. A. 54, Darwin 1386



Cuando proyecte sus obras!...

...prevea las futuras necesidades de sus clientes. Al planear la instalación eléctrica, procure que la amplitud de sección de los conductores y la adecuada distribución de las tomas, faciliten oportunamente la conexión de tanque, heladera, lavarropa, secador, aspirador...

Para ese fin, utilice la cooperación de nuestra Oficina de Asesoramiento, cuyos técnicos especializados están siempre a sus órdenes.



COMPañIA ARGENTINA DE ELECTRICIDAD S. A.

Av. Pte. ROQUE SAENZ PEÑA 832

Oficina 112

T. A. 34 DEFENSA 6001

Internos 5 y 20

PUB. EXCELSIOR

Copimex • Copimex • Copimex • Copimex • Copimex



**Calor
a
Voluntad**

con este
**RADIADOR
ELECTRICO**
T. 40 a 13 elementos

Portátil. Ideal para cualquier ambiente. De consumo económico, no produce humo ni olor y funciona eléctricamente sin necesidad de reponer el agua.


Véalo en nuestra exposición

Importadores
Copimex
COM. e IND. S.A.
TUCUMAN 830
CASI ESQ. ESMERALDA - 35-9513-9543

P. 1

**ESTABLECIMIENTO
INDUSTRIAL METALURGICO**

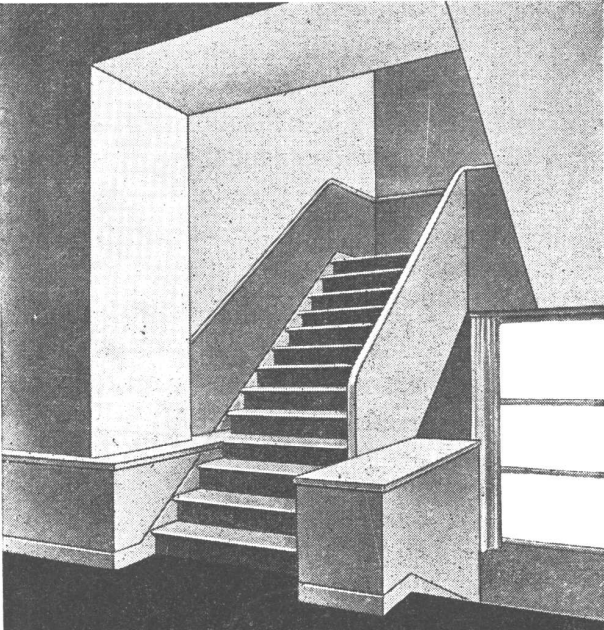
FABRICA DE
HERRAJES y CERRADURAS

IMPORTACION  EXPORTACION
MARCA REGISTRADA

FRANCISCO AURELIO
SOC. DE RESP. LTDA.—CAPITAL \$ 1.000.000.— m/n.

PAVON 4068/84

T. A. 61 - 7437 BUENOS AIRES



DUROSIL
MARCA REGISTRADA
PISOS MONOLITICOS - ESCALERAS - REVESTIMIENTOS
BONAVENTURA S.R.L.
CAPITAL \$ MÍN. 50.000 —
SARMIENTO 938 BUENOS AIRES U. T. LIB. 35 - 2474

*A los Ingenieros, Arquitectos
y Constructores*

"POLCECAL"
MARCA REGISTRADA

Una Industria Argentina de Cal Hidráulica, a sus órdenes.

Nuestra moderna instalación nos permite mantener STOCK permanente.

Calidad EXTRA, elaborada con materia prima de primera.

ENTREGA INMEDIATA

Carrascal, Fernández y Córdoba
Importación y Exportación

Materiales de construcción en general

OFICINA: **ALSINA 1835**
T. A. 38-9362

FABRICA: **AGUSTIN DE VEDIA 2460/70**
T. A. 61-8826

BUENOS AIRES

OTIS

ALGUNOS EDIFICIOS
RECIENTEMENTE TERMINADOS
DOTADOS DE ASCENSORES

OTIS

PROVISTOS DEL SISTEMA DE CONTROL DE
UNIDAD MULTI VOLTAJE CON MANIOBRA
A SEÑALES SELECTORAS:

EDIFICIO AGUIRRE Y ARAGON
AVENIDA ALVEAR 882

EDIFICIO ATALAYA I. C. I. y F.
CORDOBA 679

EDIFICIO AUTOMOVIL CLUB ARGENTINO
AVENIDA ALVEAR 2750

EDIFICIO BANCO DE LA NACION ARGENTINA
RIVADAVIA - 25 DE MAYO - BME. MITRE

EDIFICIO BORRAS
BARTOLOME MITRE 737

EDIFICIO RADAR
PASEO COLON 359



OTIS

ELEVATOR COMPANY

en toda
CONSTRUCCION

**CEMENTOS PORTLAND
SAN MARTIN e INCOR**

Empleados en toda clase de construcciones, tanto el cemento portland SAN MARTIN como el cemento portland INCOR, de endurecimiento rápido, representan la más firme garantía para realizar obras sólidas, seguras y permanentes.

CALIDAD - SERVICIO - COOPERACION

**COMPAÑIA ARGENTINA
DE CEMENTO PORTLAND**
RECONQUISTA 46 (R. 3) - BUENOS AIRES
SARMIENTO 991 ROSARIO



NUESTRA ARQUITECTURA

Director: W. HYLTON SCOTT



BIBLIOTECA

3

Marzo 1948

AÑO 19 — NUMERO 224

S U M A R I O

- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — Zapatería en Nueva York.
- MORRIS KETCHUM, JR. Y FRANCIS X. GINA, ARQS. — Oficina para una Agencia de Publicidad.
- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — Comercio de Zapatería.
- MORRIS KETCHUM, JR. Y VICTOR GRUEN, ASOCIADO. — Local para Camisería y Sombrerería.
- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — Local para Negocio de Títulos.
- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — Local de Ventas de Guantes y Carteras.
- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — Local para Venta de Carteras.
- HAROLD M. HEATLEY, ARQ. — KETCHUM, GINA Y SHARP, CONSULTORES. — Modernización de un Negocio.
- MORRIS KETCHUM, JR. Y FRANCIS X. GINA, ARQS. — Negocio de Muebles.
- KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. — ANDERSON Y BECKWITH, ARQS. AS. — Un Centro de Compras.
- HENRY C. HUDGINS, ARQ. — KETCHUM, GINA Y SHARP, ARQS. AS. — Grandes Almacenes Valdiri, Bogotá.
- Noticias varias.

Registro Nacional de la Propiedad Intelectual N° 261.143

TARIFAS: Suscripción anual, en la Argentina \$ 20.00; en el exterior, \$ 28.00. Números sueltos, en la Argentina, \$ 2.50; en el extranjero, \$ 3.00. Números atrasados, \$ 3.00.

ESTE MES

La firma de Ketchum, Gina y Sharp, cuyos trabajos publicamos en este número, se han especializado desde hace tiempo en los proyectos para edificios comerciales y el valor de sus trabajos ha hecho que su firma sea una de las de mayor prestigio mundial en su especialidad.

Morris Ketchum Jr. es graduado en la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Columbia y ha enseñado en las Escuelas de Bellas Artes de Yale, Universidad de Nueva York y Cooper Union. Después de seis años de experiencia con distintas firmas de arquitectos de Nueva York, empezó a trabajar por su cuenta en 1934.

Francis X. Gina también graduado en la Escuela de la Universidad de Columbia enseñó dibujo arquitectónico en la Universidad de Nueva York y empezó a trabajar independientemente en 1938.

J. Stanley Sharp recibió su título de arquitecto en la Escuela de Arquitectura y Artes Afines de la Universidad de Nueva York, trabajando después con varios conocidos arquitectos hasta que empezó a hacerlo por su propia cuenta. A igual que sus socios, ha dedicado parte de su tiempo al campo de la educación arquitectónica.

En Estados Unidos, país de desarrollo comercial e industrial tan avanzado, la especialidad a que se ha dedicado esta firma exige, no sólo ingenio, sino también constante estudio. Prestar a un local comercial atrayente aspecto tanto de día como de noche; hacer el acceso tan invitante como se pueda para el peatón; distribuir dentro los distintos departamentos y servicios; asegurar una buena circulación y un atrayente interior; disponer lo necesario para una hermosa exhibición de las mercaderías y otros problemas semejantes, exige el dominio de los recursos que la técnica moderna pone a disposición del proyectista, amén del indispensable gusto arquitectónico, que no se aprende, pero que puede perfeccionarse.

Y tales exigencias se multiplican, cuando hay que proyectar un Centro Comercial como el de la Costa Norte que publicamos en este número, que es a nuestro entender una de las mejores muestras de urbanismo práctico que nos haya sido dado publicar en nuestras páginas.

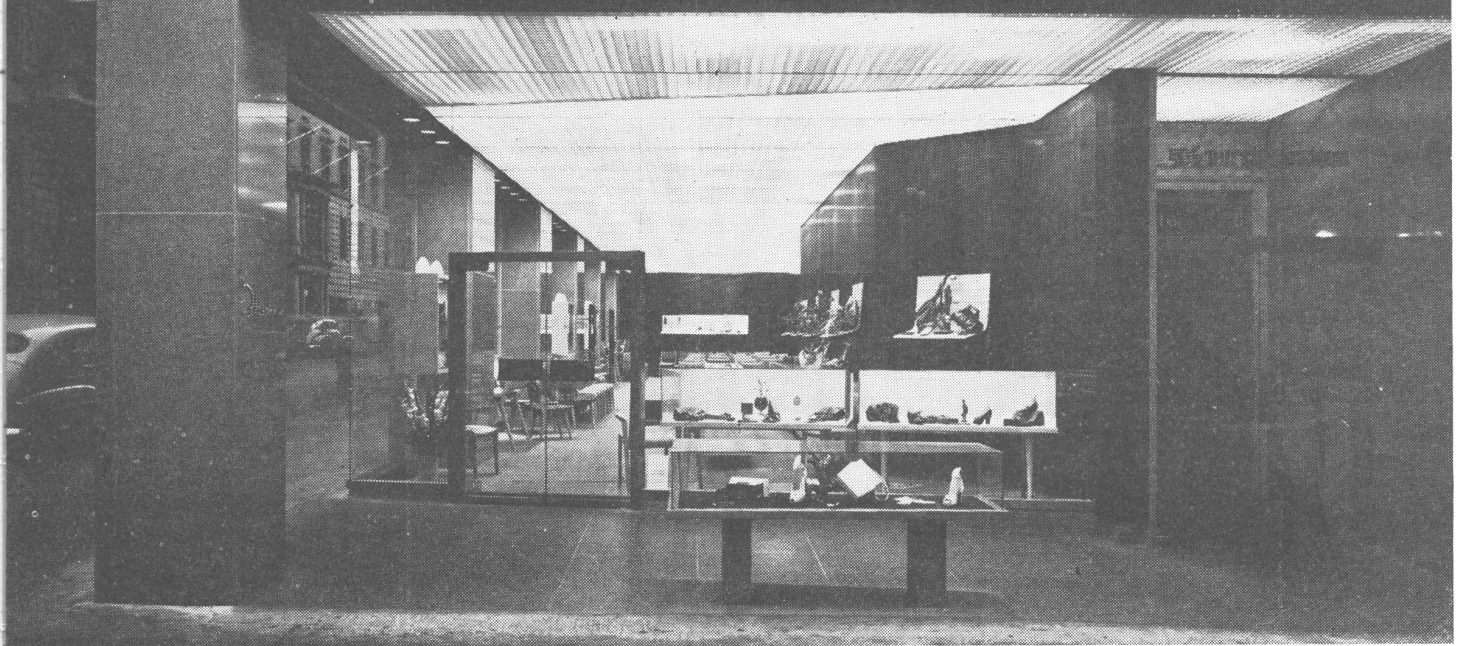
EDITORIAL CONTEMPORANEA S. R. L.

Capital: \$ 51.000.00

SARMIENTO 643, BUENOS AIRES

TELEF.: 31, RETIRO 2574 Y 1893

Florsheim Shoes

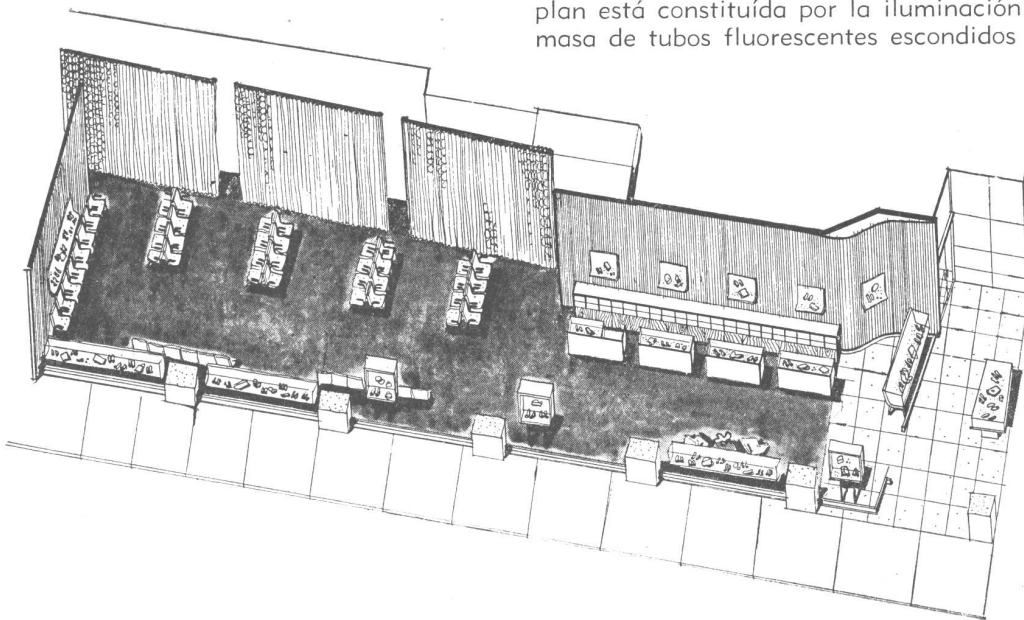


El frente de vidrio es entrado y sesgado para dar lugar a vitrinas de exposición.

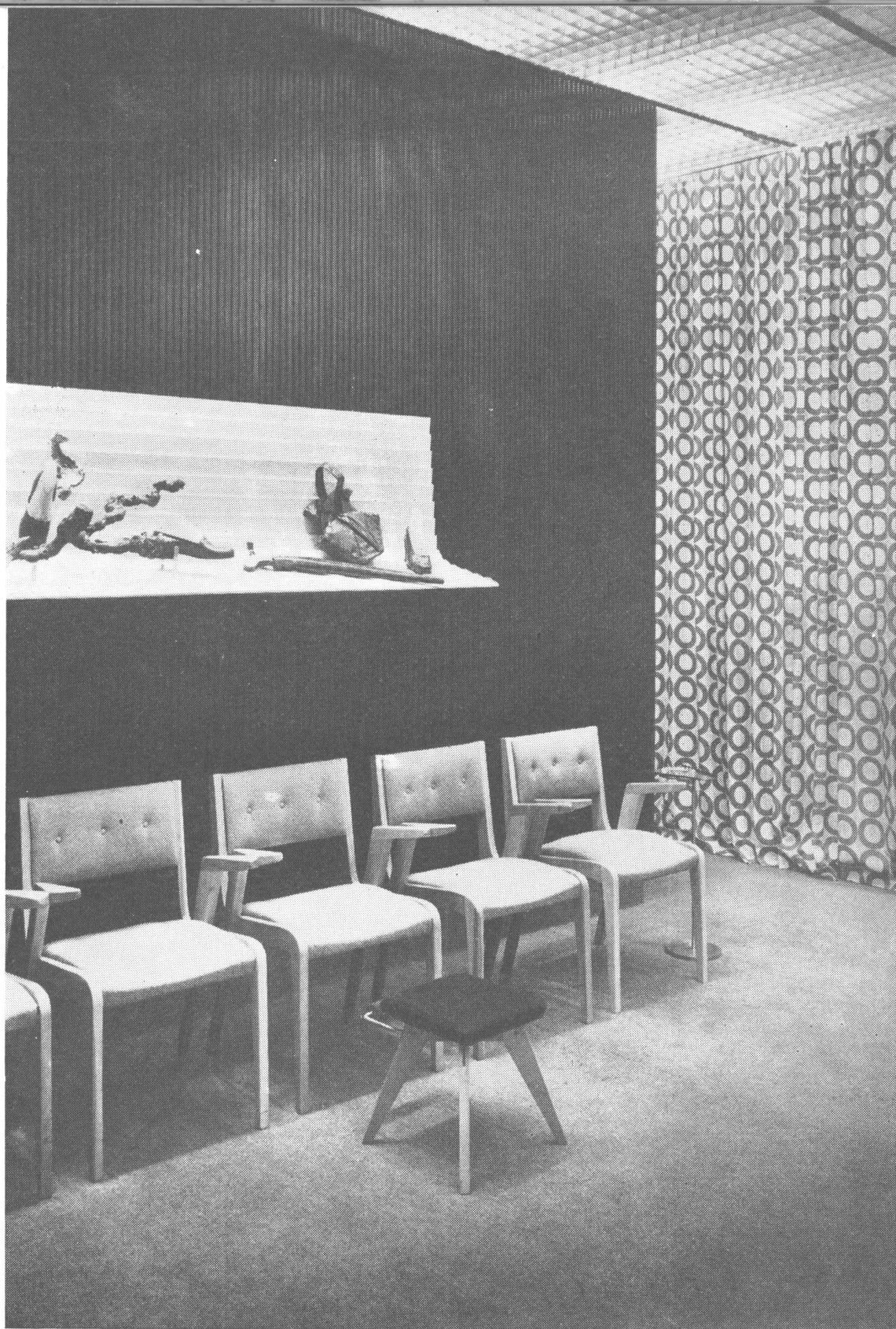
ZAPATERIA EN NUEVA YORK

KETCHUM, GINA y SHARP, Arqs.

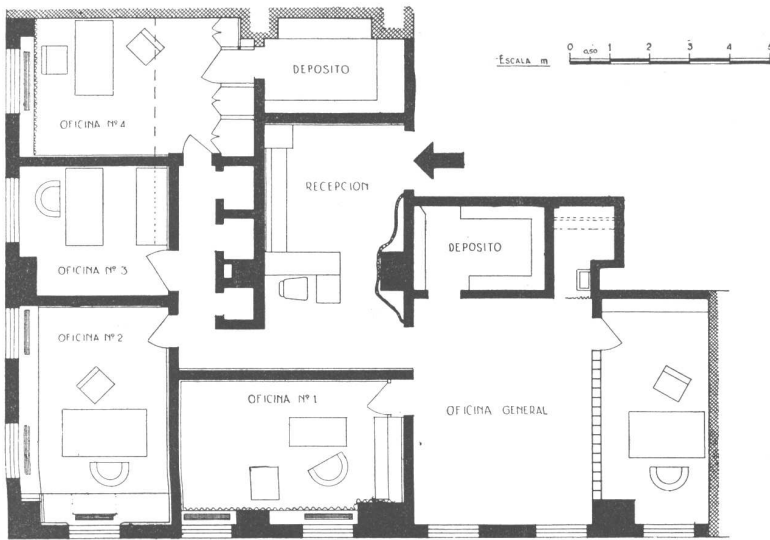
Cuando un local comercial es, realmente, un vidriera de exposición, ¿por qué no proyectarlo como tal? Ese es el razonamiento aplicado al planear la zapatería Florsheim que, por la primera vez, saca partido de su frente abierto. La idea ha resultado fecunda, por la atracción que ejerce el negocio sobre los peatones y su incitación a entrar. Una parte importante del plan está constituida por la iluminación del cielo raso, compuesta por una masa de tubos fluorescentes escondidos detrás de un encasetado, que pro-



Fotos Hedrich Blessing



porcionan una intensa iluminación, lo que permite una fácil visión del interior del negocio. Algunas lámparas móviles de tungsteno han sido empleadas para crear algunos cambios de color del cielo raso, factor también importante cuando todo el local es tratado como una vidriera. Parte del mismo plan es el revestimiento de una parte de la pared con cortinados, que pueden ser cambiados según las estaciones para variar los colores.



OFICINA PARA UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD

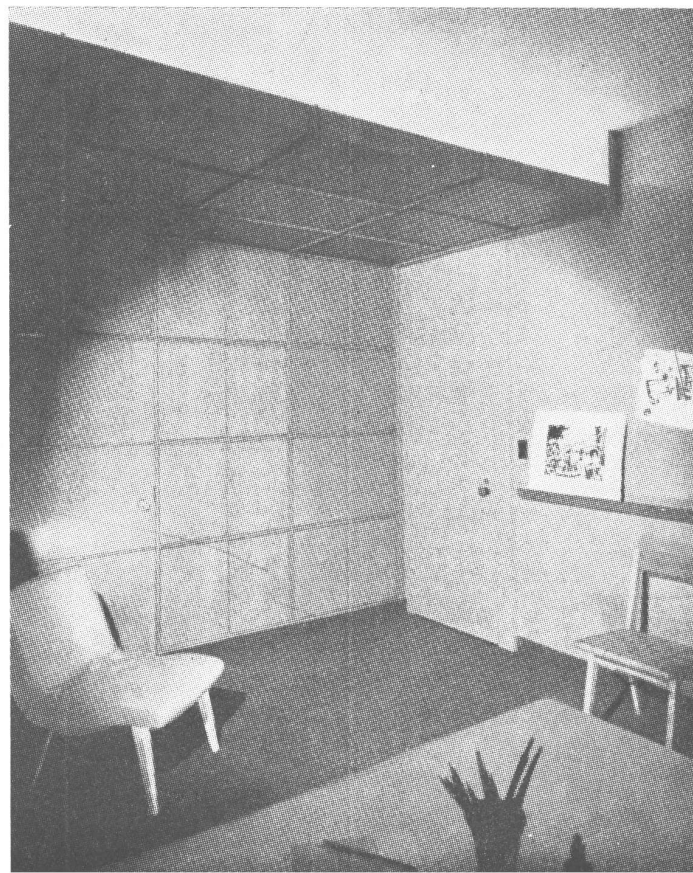
MORRIS KETCHUM, JR. y FRANCIS X. GINA,
Arqs.

Una agencia de publicidad tiene relaciones con el arte de vender en todos sus aspectos y uno de ellos es el de sus propias oficinas. —como lo ilustran estas páginas—. Se trata de locales en un edificio de oficinas convencional, con habitaciones interrumpidas por interminables vigas, columnas y profundas entradas de ventanas, lo que inevitablemente crea una sensación de inquietud. La primera preocupación de los arquitectos ha sido, por tanto, establecer simples y sencillas superficies de paredes y de cielo rasos, acentuadas por una iluminación ingeniosa. El problema fué resuelto mediante el uso, en amplios espacios, de hermosas cortinas y revestimientos de madera natural. Estos últimos se utilizaron asimismo para que sirvieran de nexo entre los distintos elementos muebles, creando una unidad armoniosa de todos ellos, que incluyen estantes bajos, profundos armarios para almacenamiento, etc. y que integran también las puertas de comunicación entre oficinas. En la fotografía de abajo de esta página, se ha colocado un cielo raso bajo por dos motivos: para cubrir una poco estética deficiencia de la estructura y para crear una entrada efectiva hacia el espacio interior, más alto,

La oficina del director tiene una pared de paneles de madera que esconde los armarios y la puerta de entrada al depósito; una cortina que va del techo al piso cubre la ventana, el radiador y los estantes de libros.



Fotos Ezra Stoller

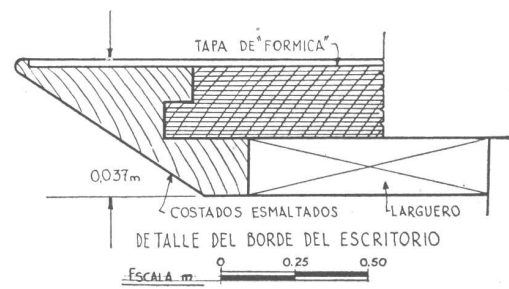
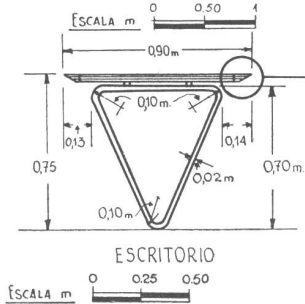
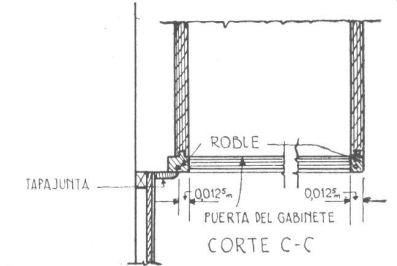
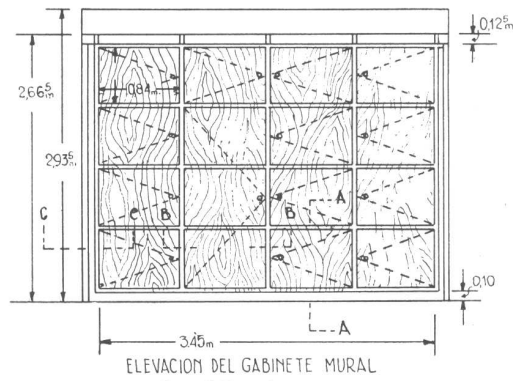
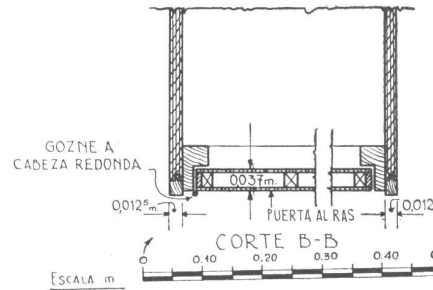
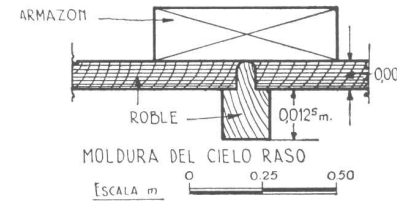
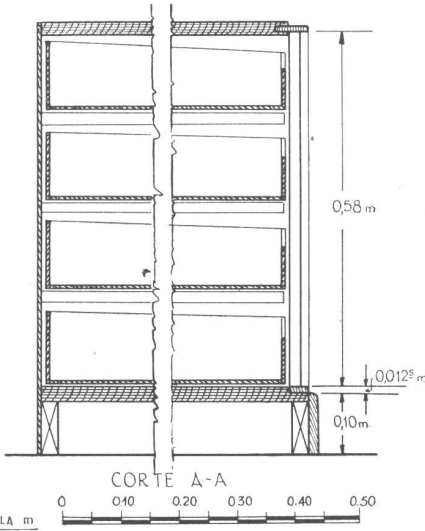
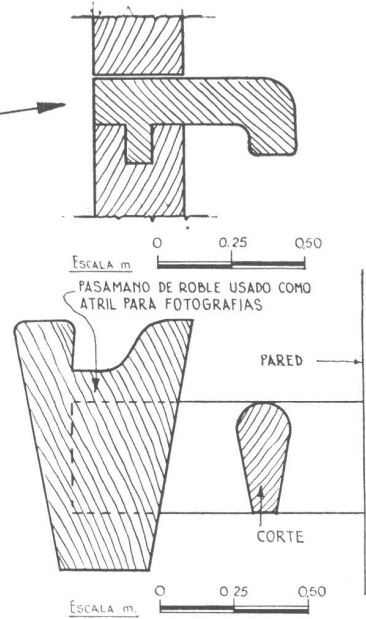
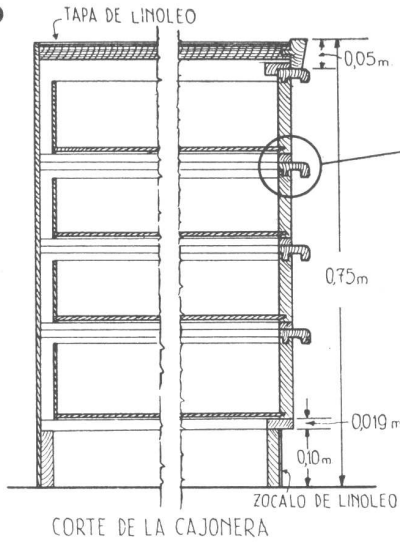
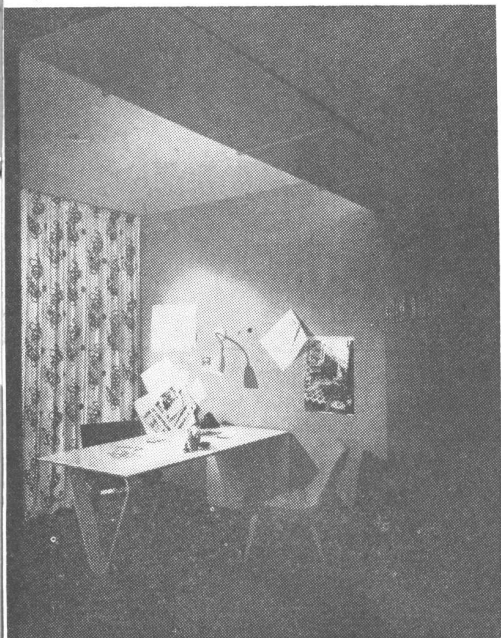
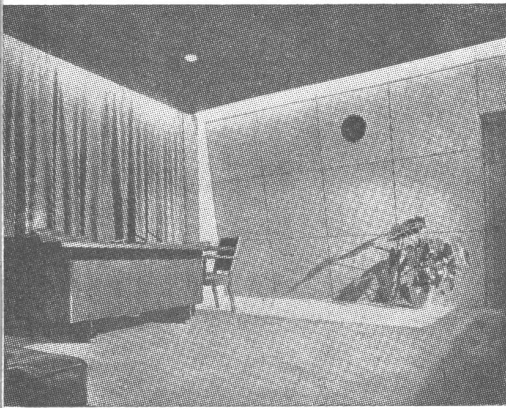




El ambiente de recepción es cómodo y acogedor. Un cielo raso encasetado difunde una luz pareja y suave. En esta oficina, los miembros de la agencia y los clientes pueden escuchar programas radiotelefónicos o de discos. Siendo el acústico el problema principal, se lo ha resuelto mediante varios recursos, incluso el de la pared inclinada en que va el altoparlante.

OFICINA PARA UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD

MORRIS KETCHUM, JR. y FRANCIS X. GINA, Arqs.





El interior tiene revestimientos de caoba y paredes cubiertas de terracota, armonizando con los ricos tonos del cuero de los zapatos.

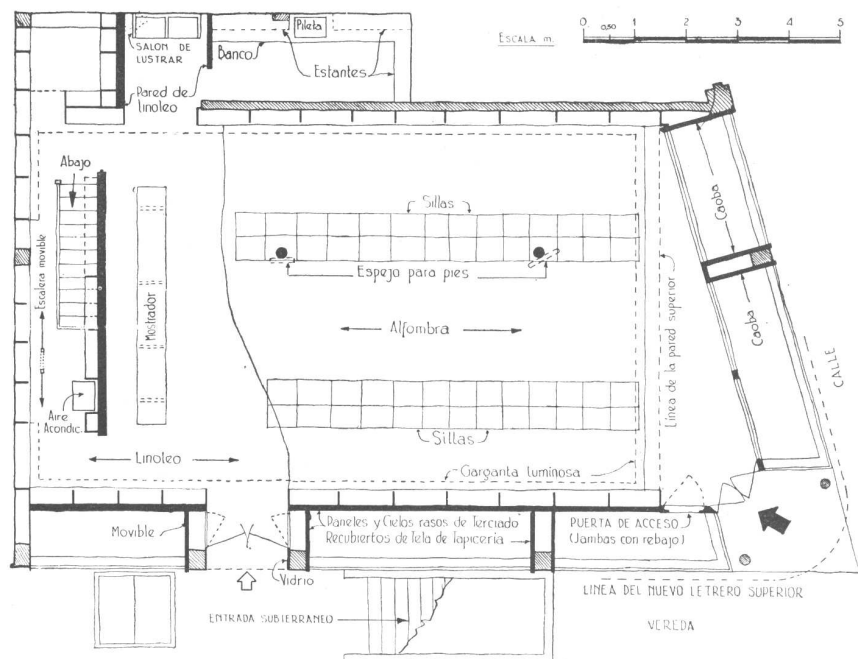
Fotos de Hedrich Blessing

COMERCIO DE ZAPATERIA

KETCHUM, GINA y SHARP, Arqs.

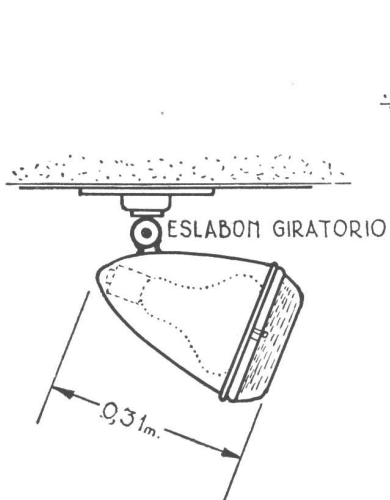
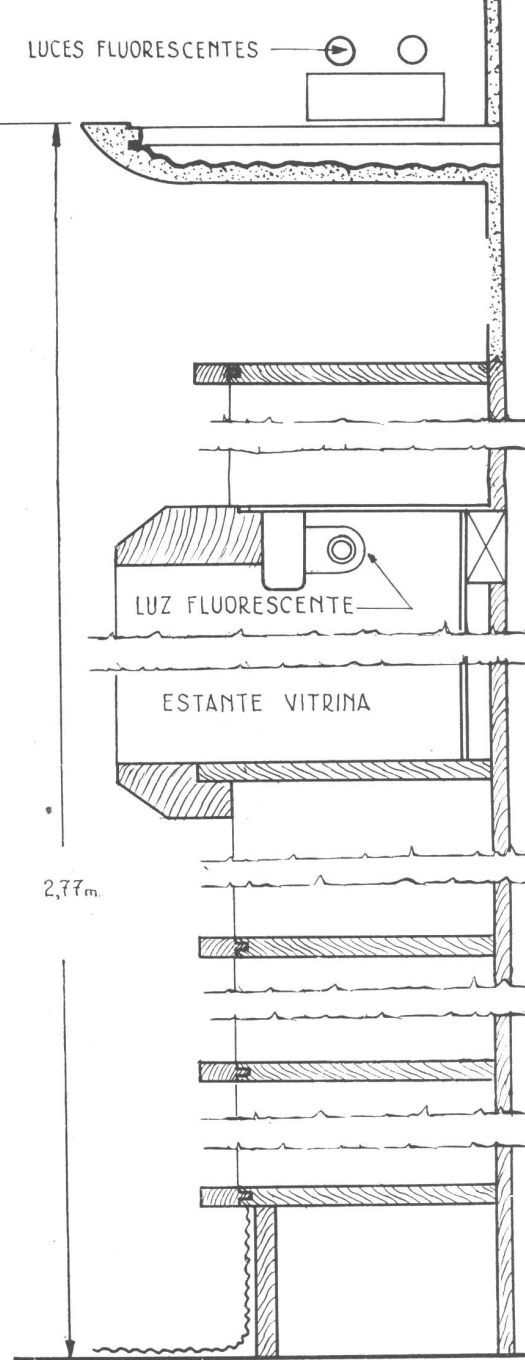
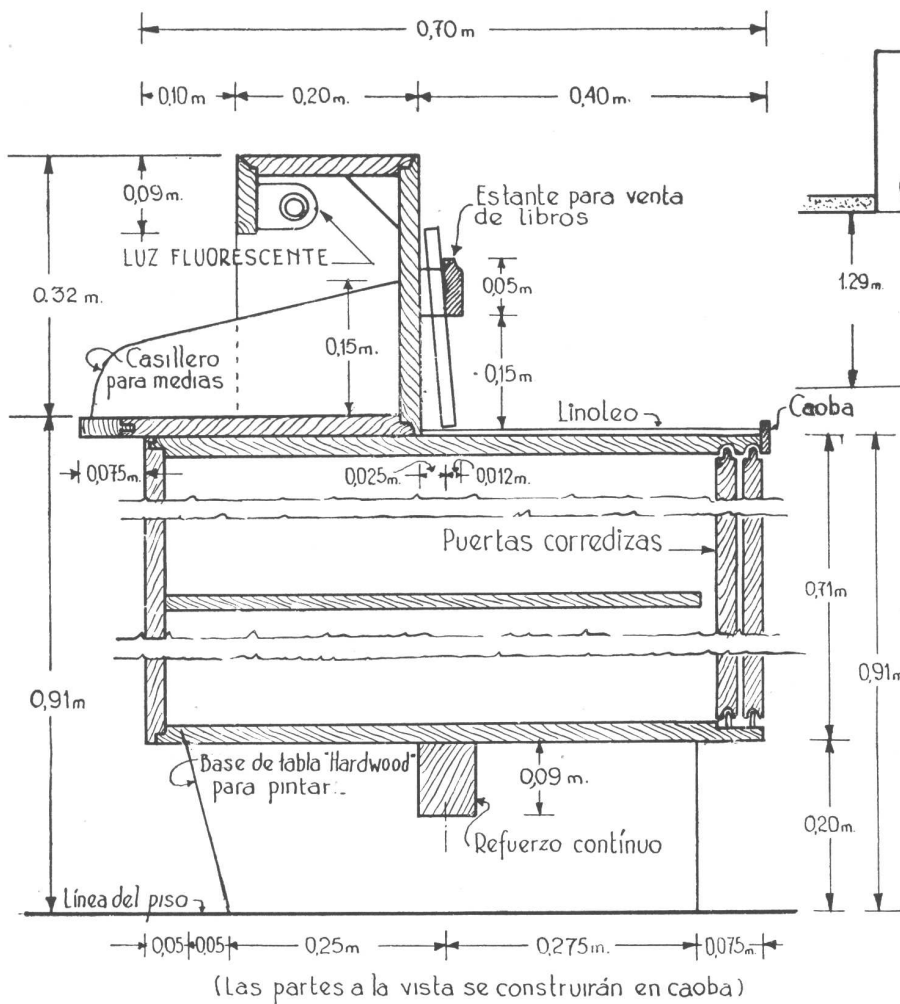
Encontrando que su viejo local ubicado en un activo distrito comercial de negocios al detalle de Nueva York, era demasiado pequeño para atender la clientela en potencia, la firma se mudó a una esquina adyacente, en la que se proyectaron los equipos para una venta creciente. Algunas de las exigencias que los arquitectos debieron contemplar fueron: un plan abierto para dar cabida a un gran número de compradores, estantes para zapatos de una altura adecuada para resultar accesibles a los vendedores de talla mediana y estantes de exhibición de buena altura, tanto para los compradores de pie, como para los que estuvieran sentados.

El planeo lógico arrancó de la impor-



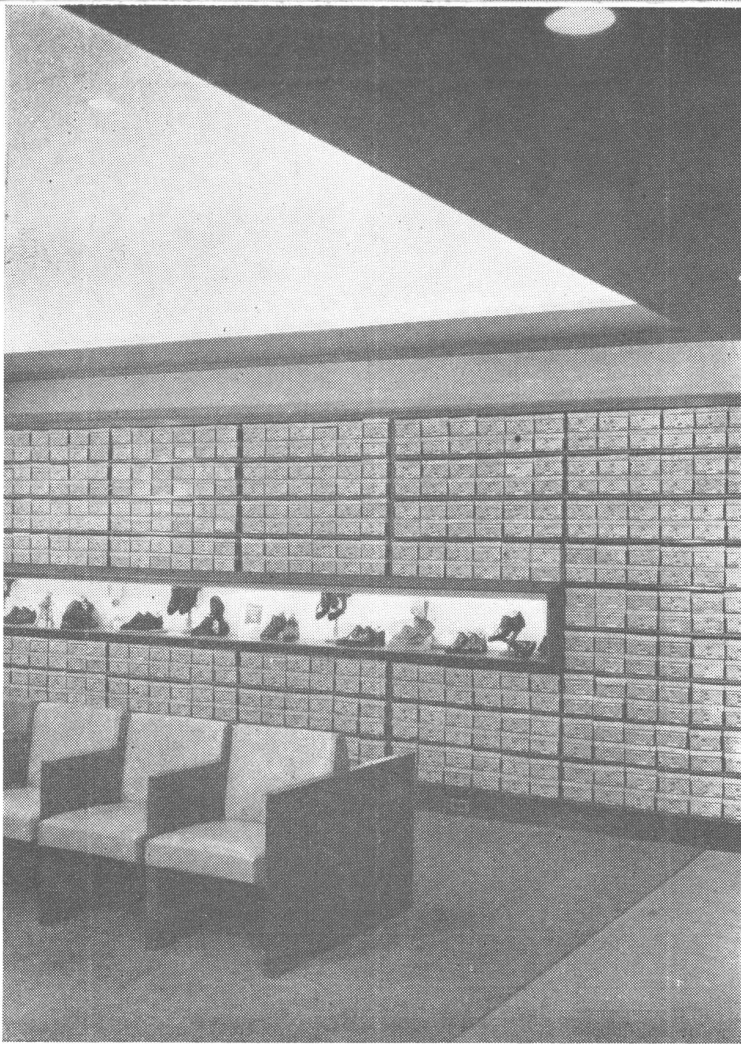
CORTE DEL MOSTRADOR VITRINA

ESCALA m



REFLECTOR DE LUZ CONCENTRADA

SECCION A-A



Desde las sillas hay vistas sobre vitrinas de exhibición.

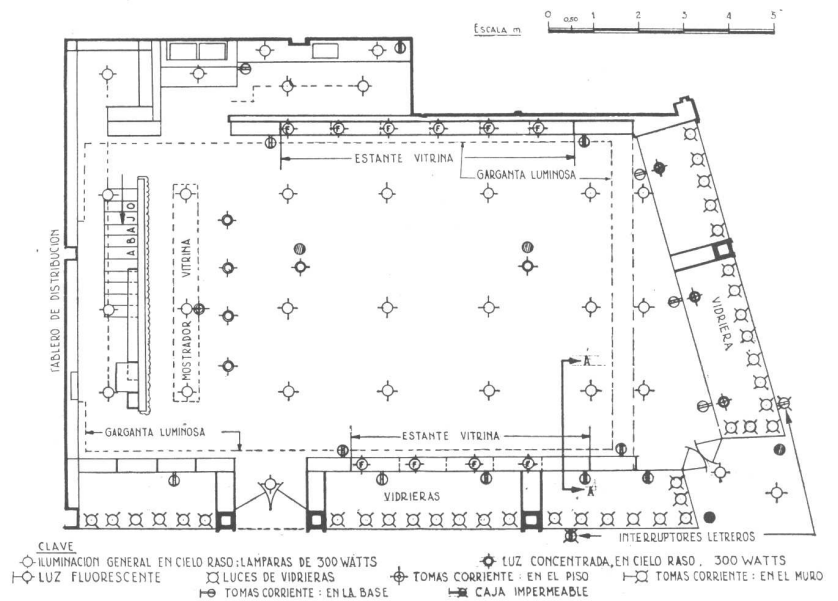


En el mostrador de ventas hay equipos para exposición de medicinas.

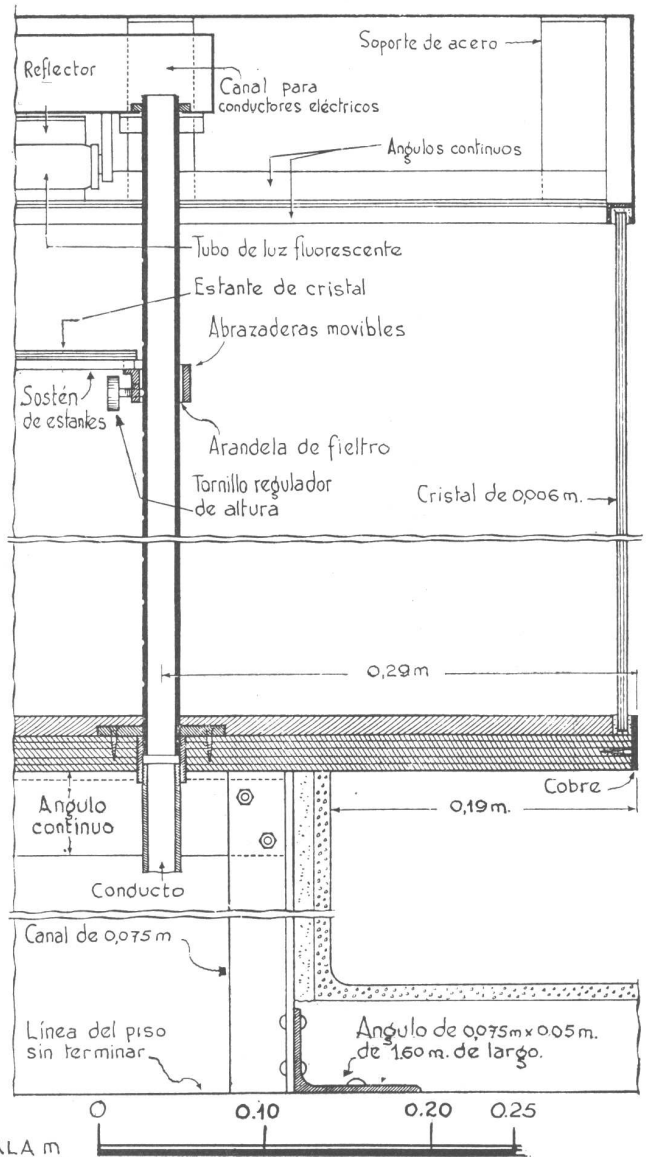
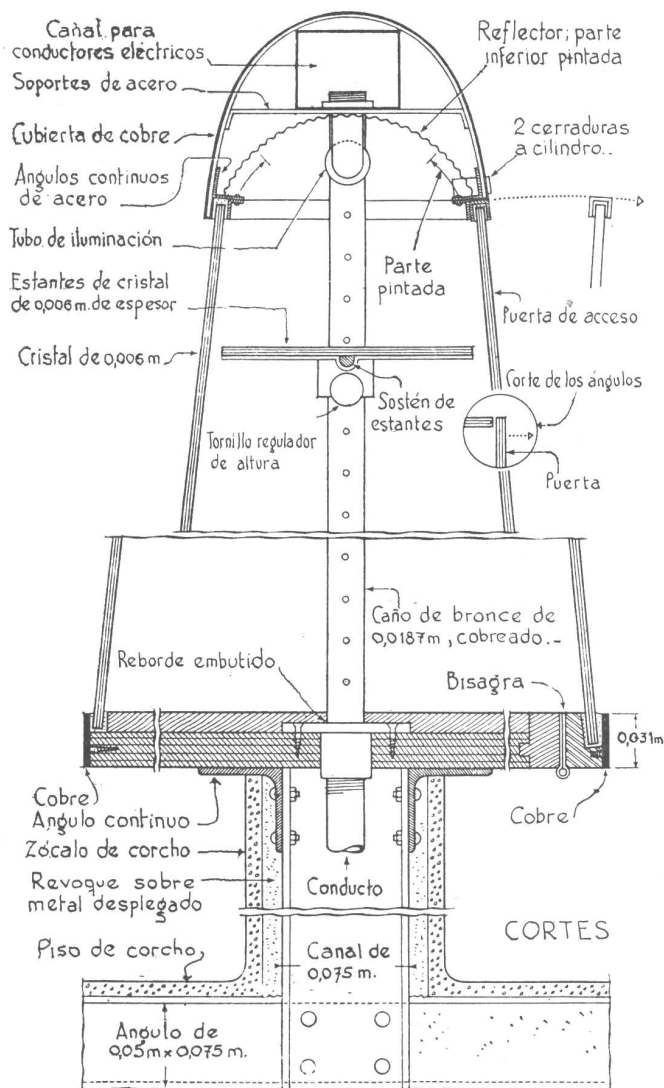
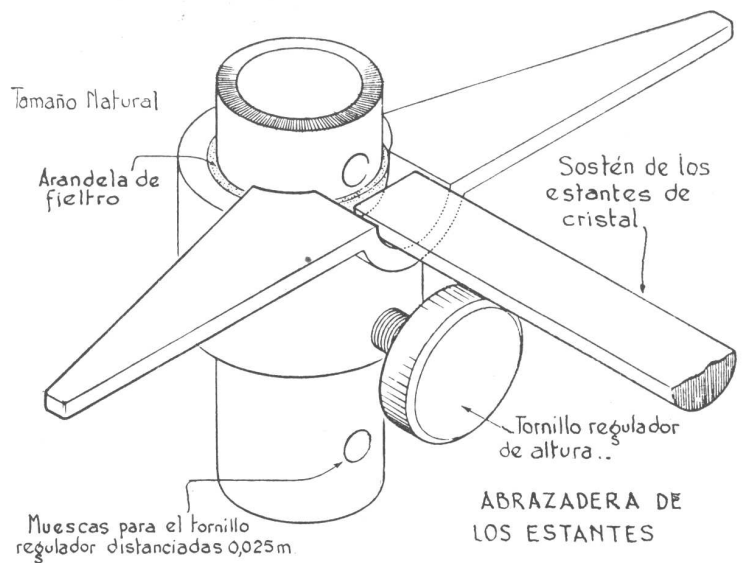
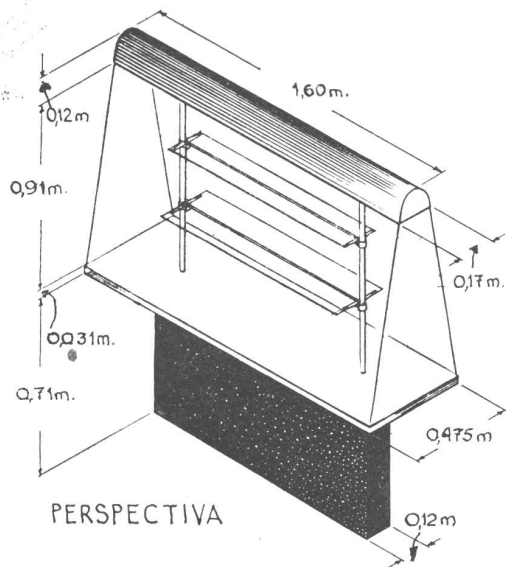
tancia concedida a las vidrieras. Las que dan a la calle Fordham (a la derecha del plano) no tienen fondo, de manera de abrir el interior hacia la calle. Las que dan sobre la otra calle, tienen fondo de madera terciada recubierta de lona amarilla, siguiendo el principio de que un fondo claro disminuye la tendencia del vidrio a reflejar como un espejo. Estas vidrieras tienen puertas de acceso móviles en los extremos, para permitir que los estantes de zapatos en el interior puedan extenderse casi a todo su largo.

Los peatones tienen amplias vistas, por encima de los bajos asientos de prueba, sobre los estantes con cajas de zapatos de buen gusto y un biombo de madera de ciprés, que cubre un equipo de aire acondicionado y una escalera. En frente del biombo hay un mostrador combinado para exposición y empaque (ver detalle).

La línea curva en el plano marca el comienzo de una alfombra entera que cubre la zona de ventas. También se ha incluido un stand para lustrar botines.



Detalle de la instalación eléctrica.



LOCAL PARA CAMISERIA Y SOMBRERERIA

MORRIS KETCHUM, JR. Arq. y VICTOR GRUEN, Asociado



BIBLIOTECA



Fotos Ezra Stoller

Lo reducido del local disponible ha obligado a ingeniarse para resolver los muchos problemas que se presentan al proyectar cualquier local de exhibición y ventas. En este caso los arquitectos, aparte del cuidadoso estudio de la disposición general, han echado mano de diversos equipos de exposición, que ayudan a exhibir la mercadería sin detrimento del espacio. En los dibujos adjuntos se aprecian las detalles de los mismos.

LOCAL PARA NEGOCIO DE TITULOS

MAURER y MAURER, Arqs.

KETCHUM, GINA y SHARP, consultores

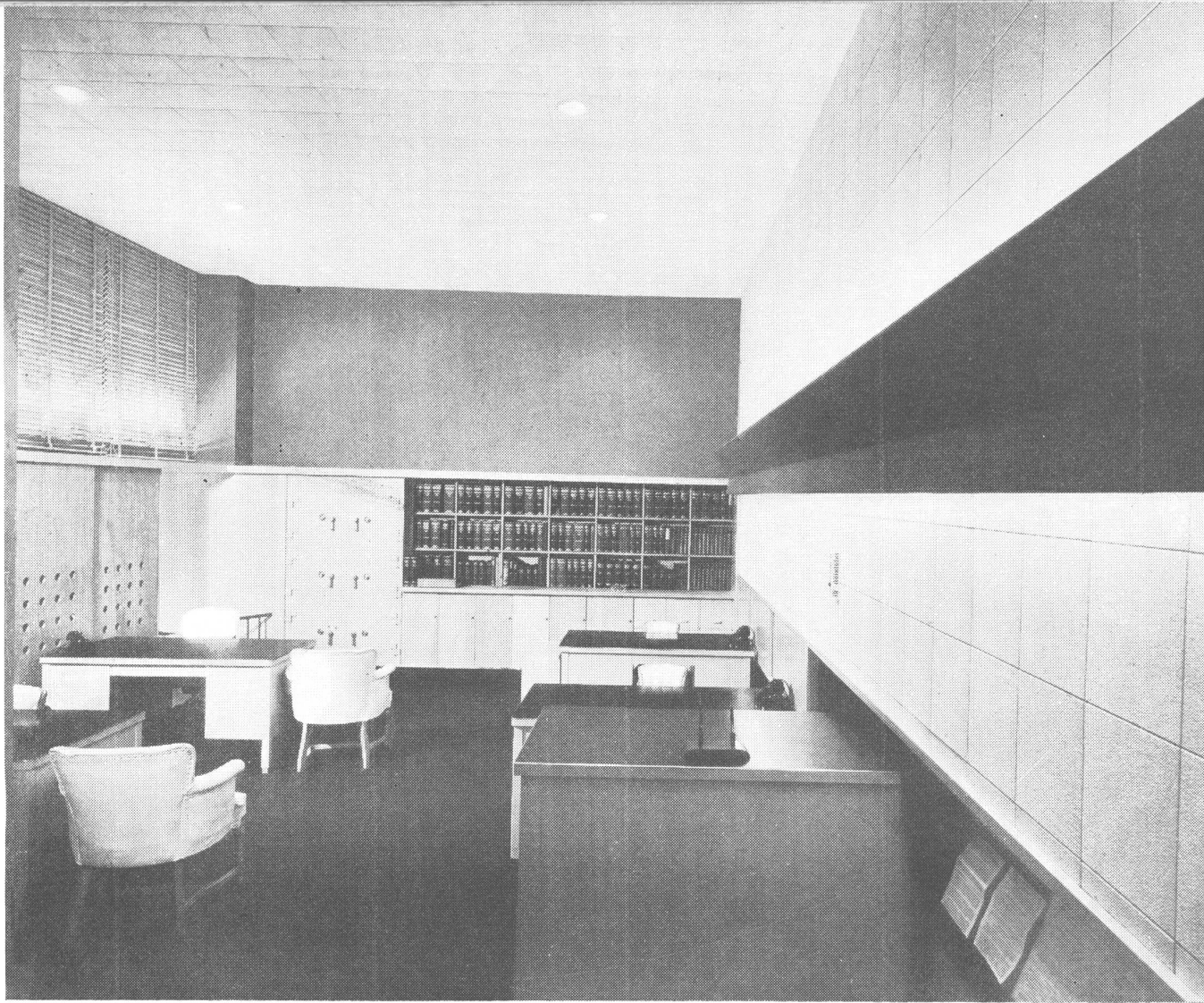
Cuando esta firma, dedicada al negocio de títulos, debió abandonar sus anteriores oficinas, el único local disponible era uno ubicado en una esquina, de 12 metros por 6.60. La escasez de espacio era un problema apremiante, pues se necesitaba lugar para el trabajo del presidente de la firma, para un vendedor y cuatro empleadas, espacio para los clientes que esperaban y sitio para almacenaje. Utilizando hábilmente el reducido espacio, los arquitectos han proyectado una oficina confortable para todas las funciones.

La división del ambiente en tres zonas especializadas ha acrecentado grandemente su eficiencia. La parte del frente, a la izquierda, ha sido destinada a oficina del presidente; a la derecha se ha ubicado un pequeño lugar de recepción. La parte posterior, de pared a pared, es una oficina general equipada con escritorios para el vendedor y

Fotos Hedrich Blessing



Una vista a través del frente de vidrio muestra un local abierto y ordenado. Los libros de la pared posterior añaden una nota de color.

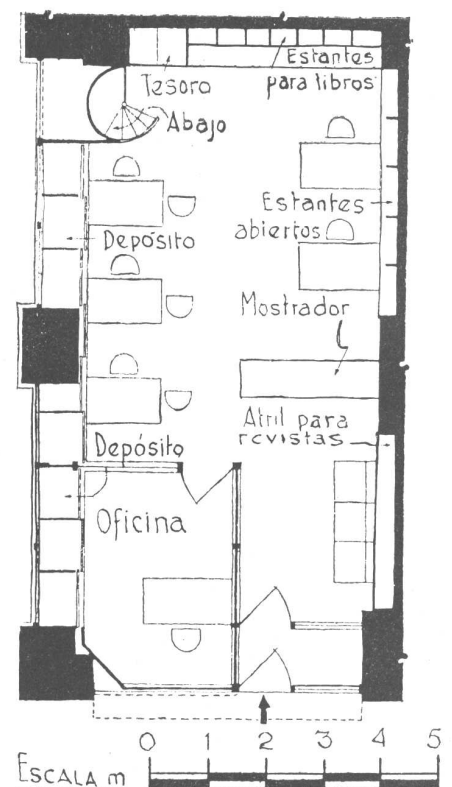


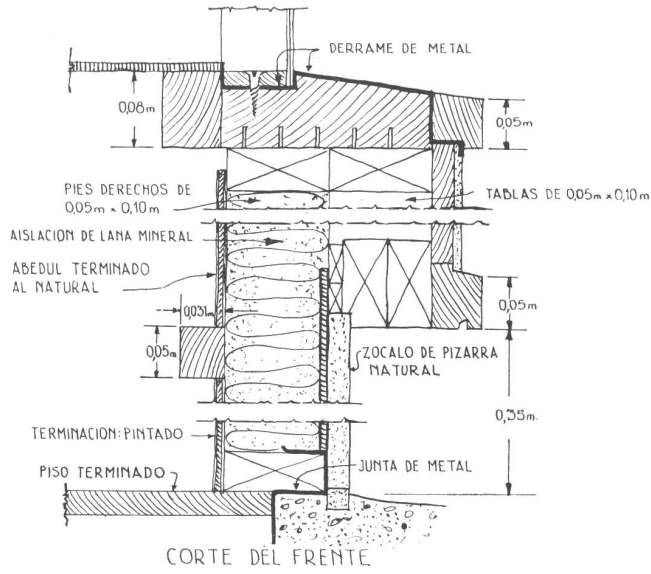
La cornisa luminosa de la pared da luz a los escritorios, suplementada por la luz directa del cielo raso.

las empleadas. Se ha ganado algún espacio reemplazando las existentes vidrieras y la puerta central retirada de la fachada, por un frente a ras de la línea de edificación municipal. Además, la puerta misma ha sido corrida hacia la derecha, para dar lugar a la oficina del presidente; ésta está escondida del exterior por una división de media altura, siendo de vidrio el resto de la fachada. Así, desde la calle, el local parece mucho más grande de lo que realmente es.

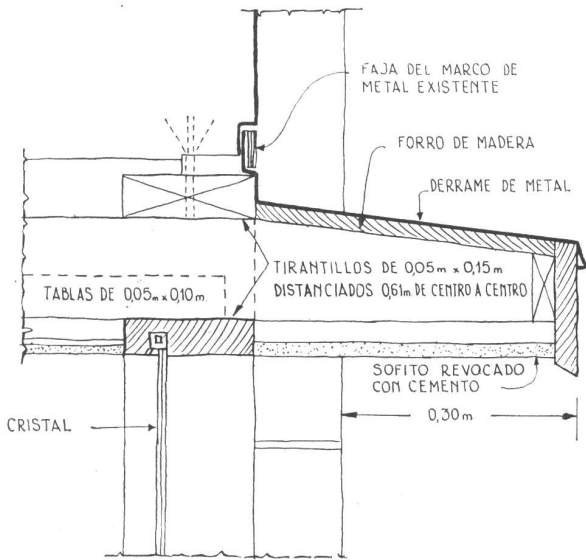
Dos de los requisitos más importantes en un negocio de esta naturaleza, son la privacidad y el espacio para almacenamiento; los arquitectos han asegurado ambos de la manera más simple. El presidente está separado de los clientes que esperan, por una división de madera terciada, pero tiene control sobre la zona de trabajo a través de una división de vidrios. Un adecuado tratamiento acústico amortigua el ruido de las máquinas, dando una sensación de privacidad donde realmente hay poca.

El almacenamiento se ha asegurado mediante una serie de armarios y estantes en la pared posterior y en las laterales.

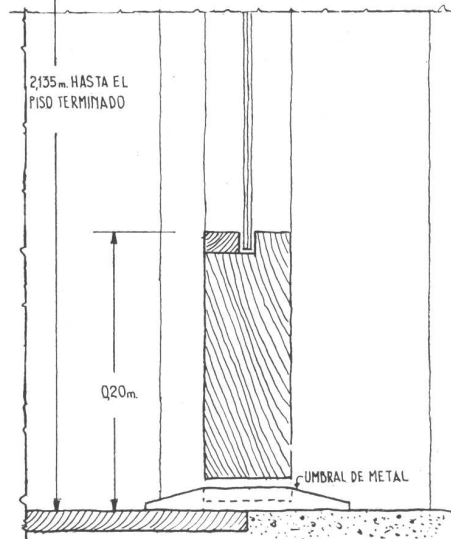
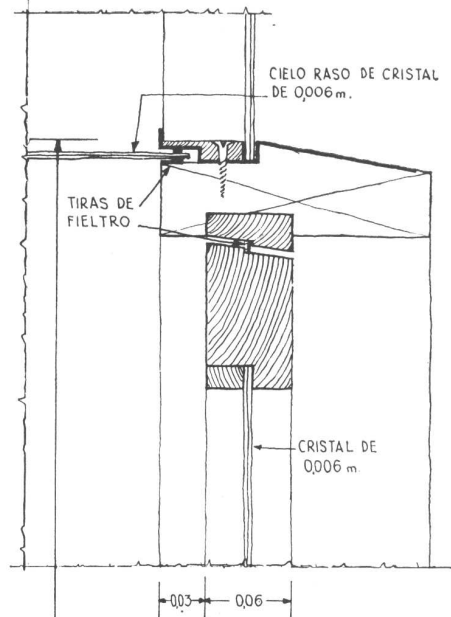




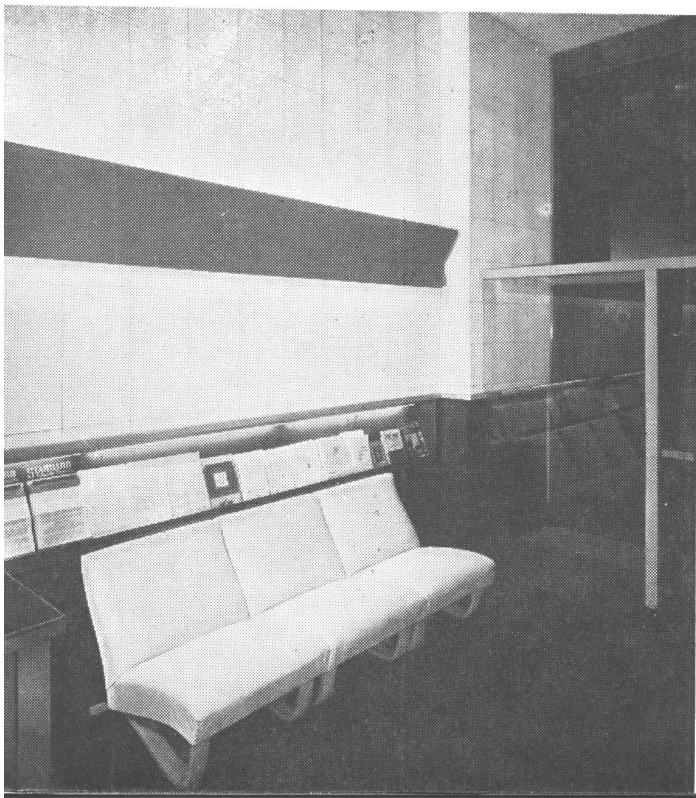
CORTE DEL FRENTE



CORTE DE LA CORNISA



CORTE DE LA PUERTA



La parte de recepción; nótese el dispositivo para revistas.

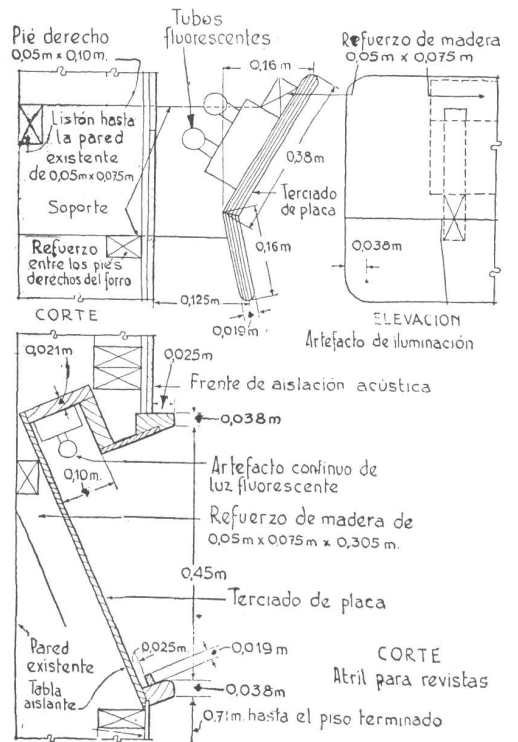




Foto de "Lionel Freedman, Pictorial Services"

LOCAL PARA VENTA DE CARTERAS

KETCHUM, GINA Y SHARP, Arqs.

Este negocio está organizado en dos niveles —una planta baja y un entresuelo—. En la planta baja, toda la mercadería es de la clase denominada de "impulso", tal como artículos de joyería, carteras, blusas, ropa interior. Los trajes de calle y de sport son vendidos en el entresuelo.

La fotografía ilustra la solución de la escalera que vincula a los dos pisos. Ella está proyectada con escalones bajos y cómodos y tiene amplitud suficiente para asegurar una confortable circulación de los clientes. El terminado de la planta baja y de la escalera es de mosaico blanco con fajas de bronce. A la izquierda, la escalera está terminada interior y exteriormente en terciado de nogal. La baranda del entresuelo que empalma con este lado de la escalera es de metal pintado de blanco con pasamano de nogal. También es de la misma madera el pasamano de la derecha. Donde la escalera llega a la planta baja, hay un escaparate para exhibición de zapatillas, que limita la sección destinada a esa mercadería. Los colores del cielo raso son vívidos; el de la planta baja es rojo oscuro y el del entresuelo, amarillo limón. Los muebles son de Knoll.



Fotos Gottscho - Schleiner

LOCAL DE VENTAS DE GUANTES Y CARTERAS

KETCHUM, GINA y SHARP, Arqs.

PROBLEMA: Los propietarios, una corporación de negocios en cadena, tienen una serie de negocios en Nueva York. Ellos nunca han creído en los beneficios de standardizar el diseño de sus locales; en cambio han pedido a sus arquitectos que varíen los proyectos en cada caso, para ponerlos de acuerdo con las condiciones locales y la naturaleza de las mercaderías que en ellos se venden.

Este pequeño negocio, en particular, ha estado en el mismo lugar alrededor de veinte años. Su entrada, fachada, disposición interior y equipos eran todos anticuados y necesitados de una modernización. Ya que vende a una clientela pudiente y mercaderías de más precio que otros de la misma firma, los propietarios deseaban que los arquitectos les proyectaran algo que prestara al local un aire de quieta elegancia y distinción.

SOLUCION: Se instaló un nuevo frente abierto, la zona interior de ventas fué completamente modernizada y se agregó un área de ventas adicional mediante la construcción de un entrepiso.

EL FREENTE: La nueva entrada tiene un zócalo bajo de baldosa de vidrio gris, sendas vidrieras a uno y otro lado de la puerta y un nuevo letrero. Hay un vestíbulo de entrada de la profundidad de las vidrieras, con doble puerta, para evitar las corrientes de aire; sus costados son de vidrio armado, las puertas de vidrio templado y los marcos de las mismas de nogal natural.

INTERIOR: El piso bajo está dividido en una serie de departamentos, pero integrados en una sola unidad. A lo largo de la pared de la izquierda se venden carteras y bolsas de mano. Los mostradores con tapas de vidrio sirven también como vitrinas de exposición. Los armarios contra la pared son para stock, habiendo dis-

positivos de exhibición en la pared sobre esos armarios. El departamento de guantes está a continuación, debajo del cielo raso del entresuelo. Está separado del departamento de carteras mediante una división de varillas de aluminio. En este departamento, el stock de guantes está guardado en el mueble que va contra la pared, y las medias en el mostrador.

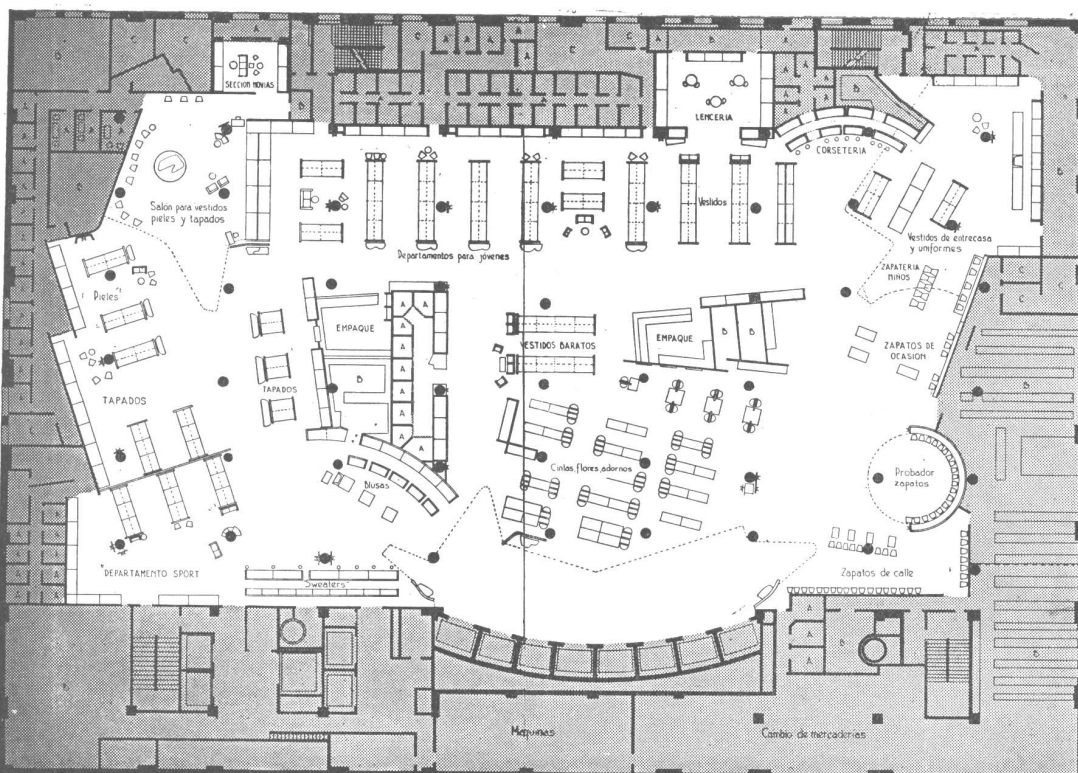
El departamento de joyería está en la pared de la derecha, hacia adelante del negocio. A continuación de esta sección las ropas interiores. Al fondo hay un mostrador para caja y empaçado. Todos los muebles y armarios están contruídos con una combinación de nogal y caoba blanca decapada. Las paredes son de yeso marfil, el cielo raso está terminado con tablas acústicas perforadas, pintadas amarillo canario. El piso lleva una alfombra gris claro.

Los propietarios están muy satisfechos del resultado de la modernización, tanto en sus líneas generales como respecto a los equipos empleados.





Una luz intensa se concentra en la mercadería exhibida



A. F1 - BARRIOS
B. DEPOSITOS
C. OFICINA

MODERNIZACION DE UN NEGOCIO

HAROLD M. HEATLEY, Arq.

KETCHUM, GINA y SHARP, consultores

THOMAS S. KELLY, consultor de iluminación

Fotos de Hedrich Blessing



El nuevo equipo tiene puertas corredizas y artefactos de luz empotrados.

Frecuentemente, un perchero cargado de mercaderías tiene, sobre el comprador que llega, un efecto negativo, porque para los interiores de un local comercial, lo mismo que ocurre con los exteriores, son principios psicológicos esenciales el carácter abierto y la visibilidad. Los cambios más notables hechos en el curso de esta modernización de un piso de ventas, fué la eliminación de una cantidad de altos armarios, percheros y divisiones, de manera que los clientes tengan una buena vista de todos los departamentos apenas salen de los ascensores.

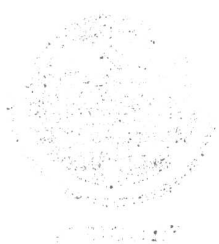
El proyecto tuvo en vista cinco objetivos principales: 1) planear cada departamento de ventas como un negocio individual y, al mismo tiempo, integrarlos en un solo salón, 2) relacionar cada departamento de ventas con la mercadería vendida en los departamentos vecinos y con las zonas de circulación, 3) organizar el tránsito de los clientes en una "calle de compras" que salga de los ascensores y abarque todo el piso, 4) organizar las zonas de servicio tanto en las áreas de venta, como fuera del alcance de la vista, para resultar eficaces y 5) coordinar la iluminación, el color y los artefactos de iluminación en un agradable proyecto de conjunto. Como puede verse en la planta, la sección vestidos, considerados como

"mercadería solicitada", fué ubicada lejos de los ascensores pero a plena vista. A la izquierda está el salón para modelos, pieles y tapados. Los vestidos menos caros han sido ubicados hacia el centro, frente a los ascensores. A la derecha del centro hay un departamento especial destinado a los vestidos de entrecasa y uniformes. Los accesorios que caen dentro de la categoría de "mercadería que se adquiere por impulso" ocupan el centro, cerca de los ascensores.

La apariencia general del local fué inmensamente mejorada mediante la supresión de algunos desgraciados capiteles que originalmente "ornamentaban" la parte superior de las columnas, y cubriendo el artesonado de los ascensores con una pared lisa. Otros tabiques, a veces sólidos y otras compuestos de varillas verticales, se han usado para delimitar las líneas exteriores de las zonas de venta y para separar y poner acento en las diversas secciones. Debido a las restricciones de tiempos de guerra, hubo que conservar algunos artefactos de iluminación, pero todos los nuevos que se instalaron eran del tipo fijo o iluminaban desde el techo, de manera de llamar la atención sobre las mercaderías en exhibición. La mayor parte del equipo mueble existente fué modernizado y vuelto a usar.



La exhibición de mercería esconde uno de los dos rincones destinados a servicio del piso de ventas.



MODERNIZACION DE UN NEGOCIO

HAROLD M. HEATLEY, Arq.

KETCHUM, GINA y SHARP, consultores

THOMAS S. KELLY, consultor de iluminación



Foto Ezra Stoller

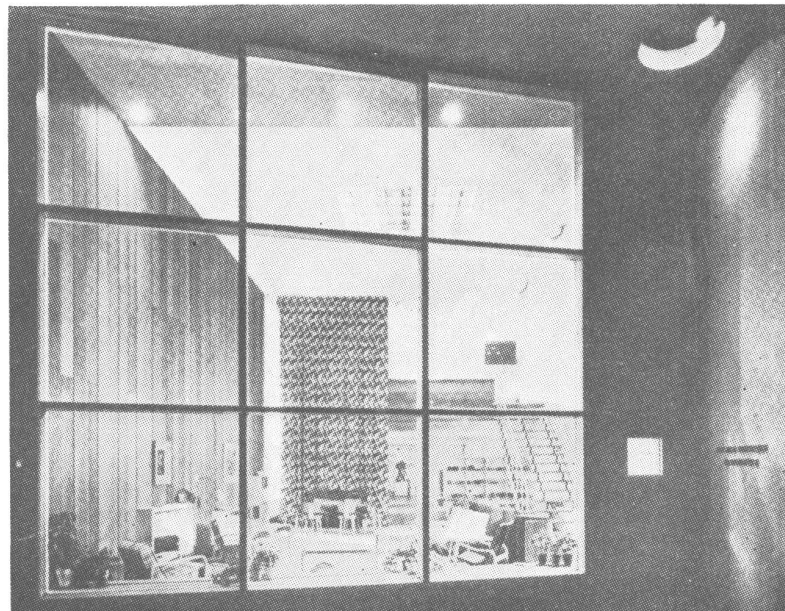
NEGOCIO DE MUEBLES

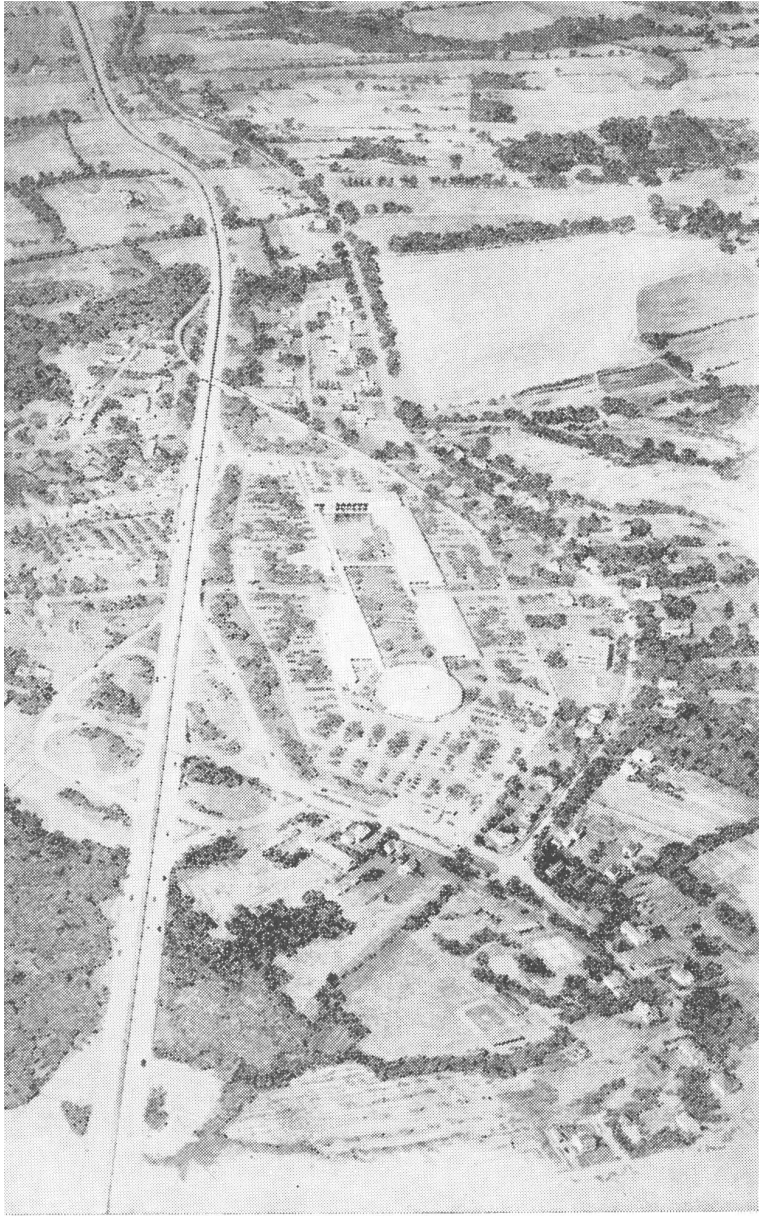
En este salón de ventas de Artek-Paskoe, los bien conocidos fabricantes de mobiliarios modernos, toda la parte anterior del salón ha sido tratada como una gigantesca vitrina de exposición de dos pisos de alto, diseñada para proporcionar un marco y fondo para la exposición, que semeja el interior de una casa moderna. El local ofrece una superficie de ventas de 7,50 por 27 metros, un depósito en el subsuelo y una galería de entresuelo con las oficinas, en la parte posterior. La disposición general del espacio es excepcionalmente simple y eficaz, habiéndose usado la gran altura de la vidriera de frente, ingeniosamente, para dramatizar la presentación. Los terminados interiores, en su mayor parte madera y telas, son cálidos y atractivos y tienen la ventaja adicional de no haberse empleado materiales considerados críticos durante la guerra. La escalera abierta que lleva a la galería de entresuelo fué usada para no obstruir la vista posterior de la planta de ventas.

MORRIS KETCHUM JR. y FRANCIS X. GINA



BIBLIOTECA





UN CENTRO DE COMPRAS

a levantarse en los suburbios de Boston utiliza la buena ubicación, ilimitadas posibilidades de estacionamiento, una calle para peatones y diseño moderno, para proteger una inversión de \$ 24.000.000.

Propietario: CONANT REAL ESTATE TRUST

Consultores generales: NATIONAL RETAIL RECENTRALIZATION INC.

Estudio económico: KENETH WELCH

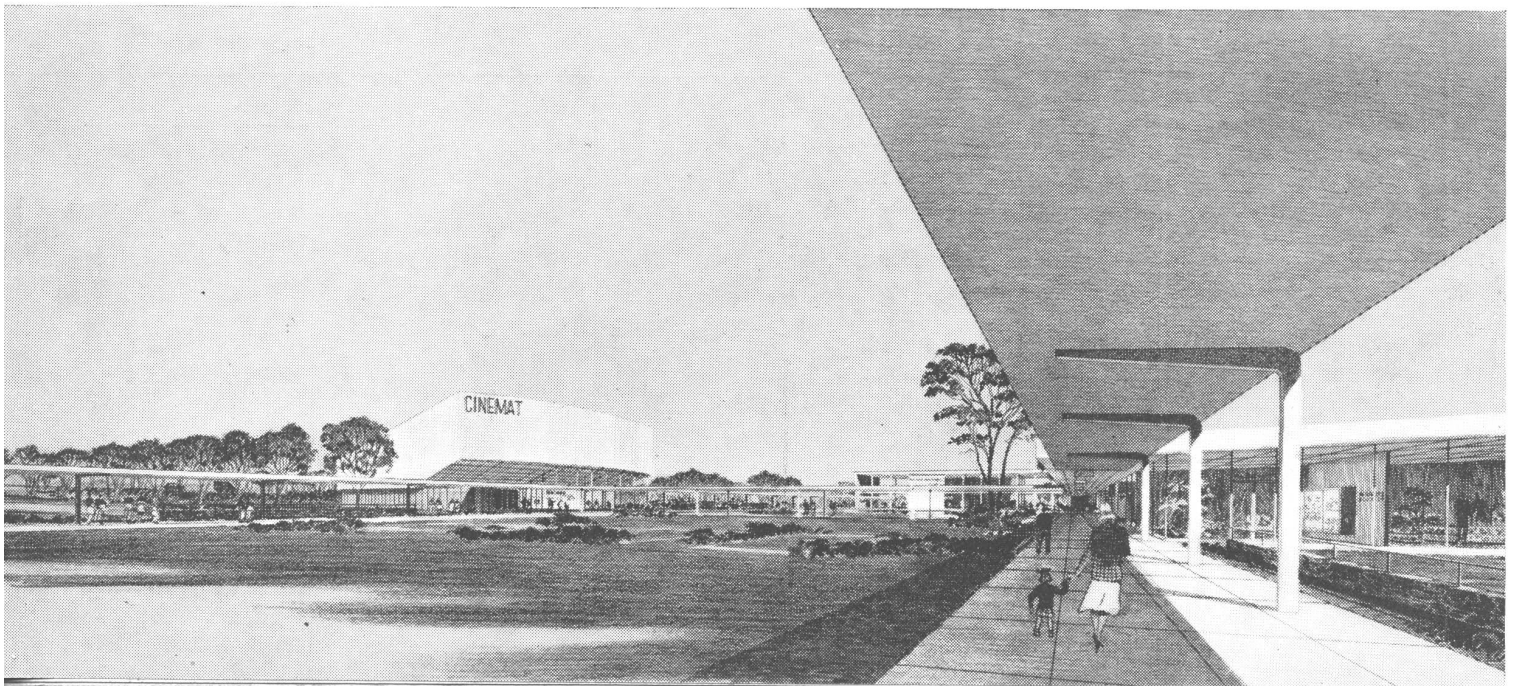
Planeo del lugar: FREDERICK J. ADAMS

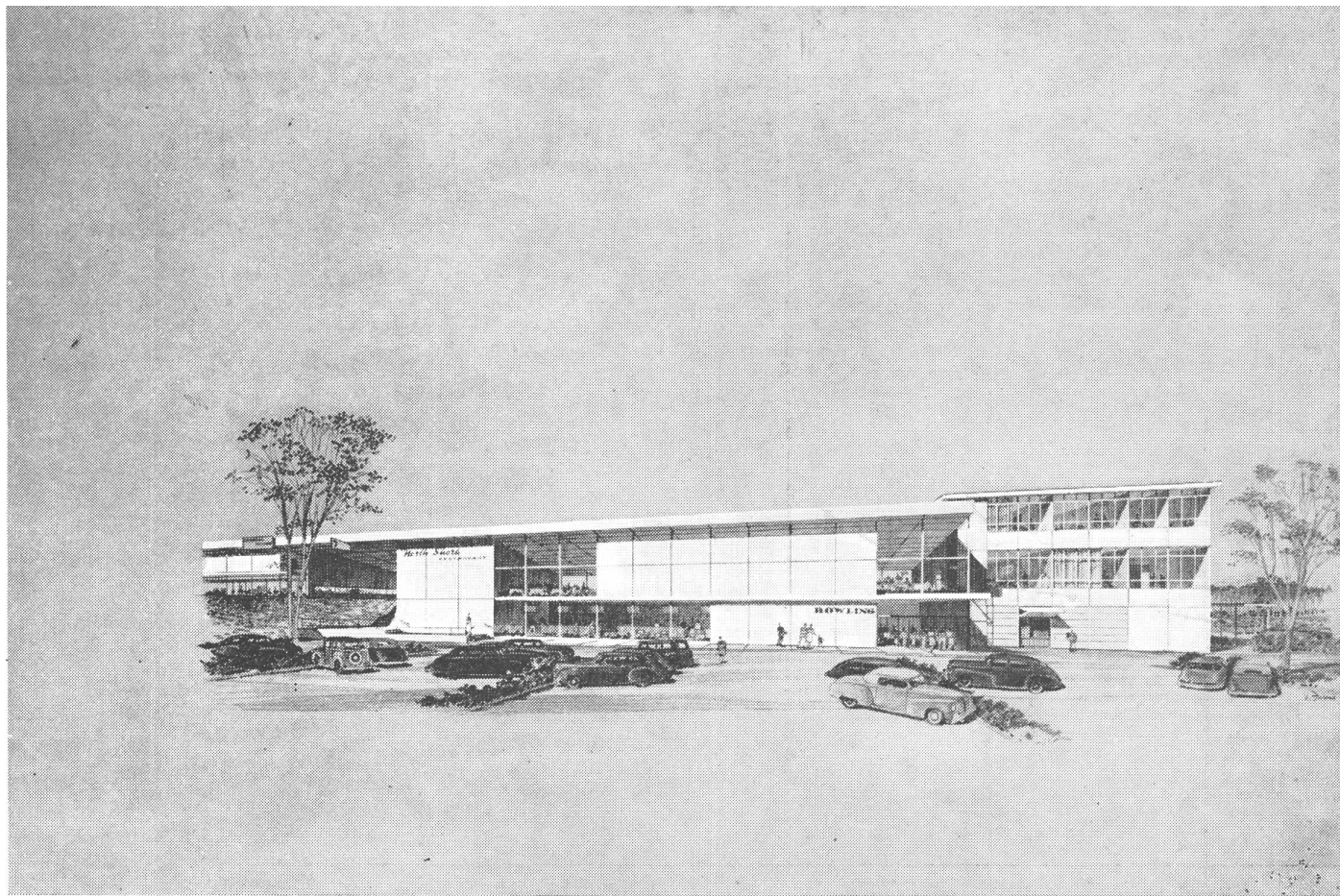
Diseño y construcción: KETCHUM, GINA y SHARP, Arquitectos. ANDERSON y BECKWITH, Arquitectos Asociados.

Paisajistas: ARTHUR A. y SIDNEY N. SHURCLIFF y THOMAS CHURCH, Arquitectos Paisajistas Asociados

Apretados entre el uso creciente del automóvil y la creciente dificultad para encontrar un sitio donde estacionarse, los comerciantes de Boston reclaman desesperadamente más aire. La ciudad ha perdido la venta al detalle de mercaderías por valor de ochenta millones de dólares del 30 al 40. Unos pocos comerciantes de más visión, escaparon a las zonas menos congestionadas de los alrededores, descubrieron que allí las ventas por metro cuadrado de negocio resultan más económicas, haciendo que la zona suburbana ganara unos treinta millones de dólares en el mismo lapso. Pero estos precursores de la descentralización y sus clientes están de nuevo perseguidos por la dificultad de estacionamiento. Y lo que es peor todavía, el desarrollo incontrolado de la propiedad que ellos originaron, infló de tal manera los valores de la tierra cercana, que los precios de los terrenos vecinos para estacionamiento adicional resultan prohibitivos.

En la desintegración del centro de Boston y la cortedad de vistas de los comerciantes que descentralizaron, un grupo de hombres de negocios locales ha visto la oportunidad de hacer la vida más fácil para miles de acosados compradores sub-

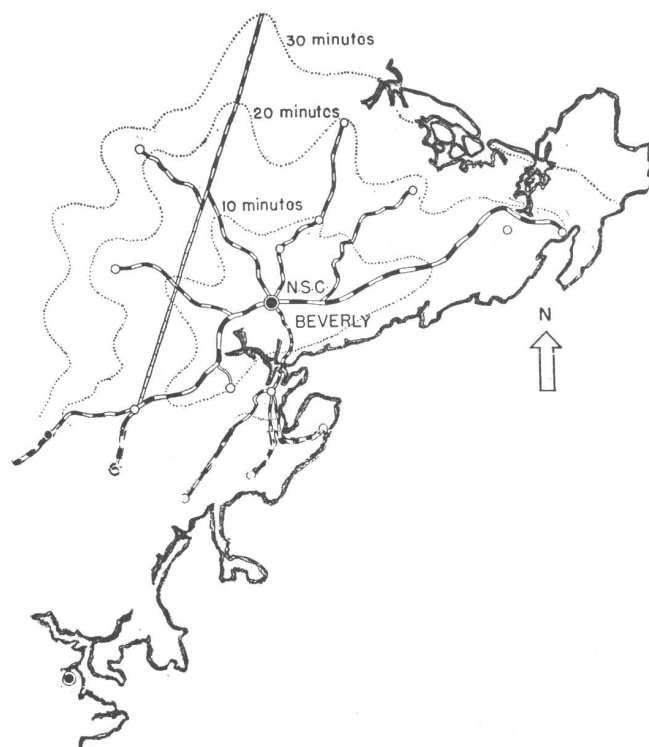


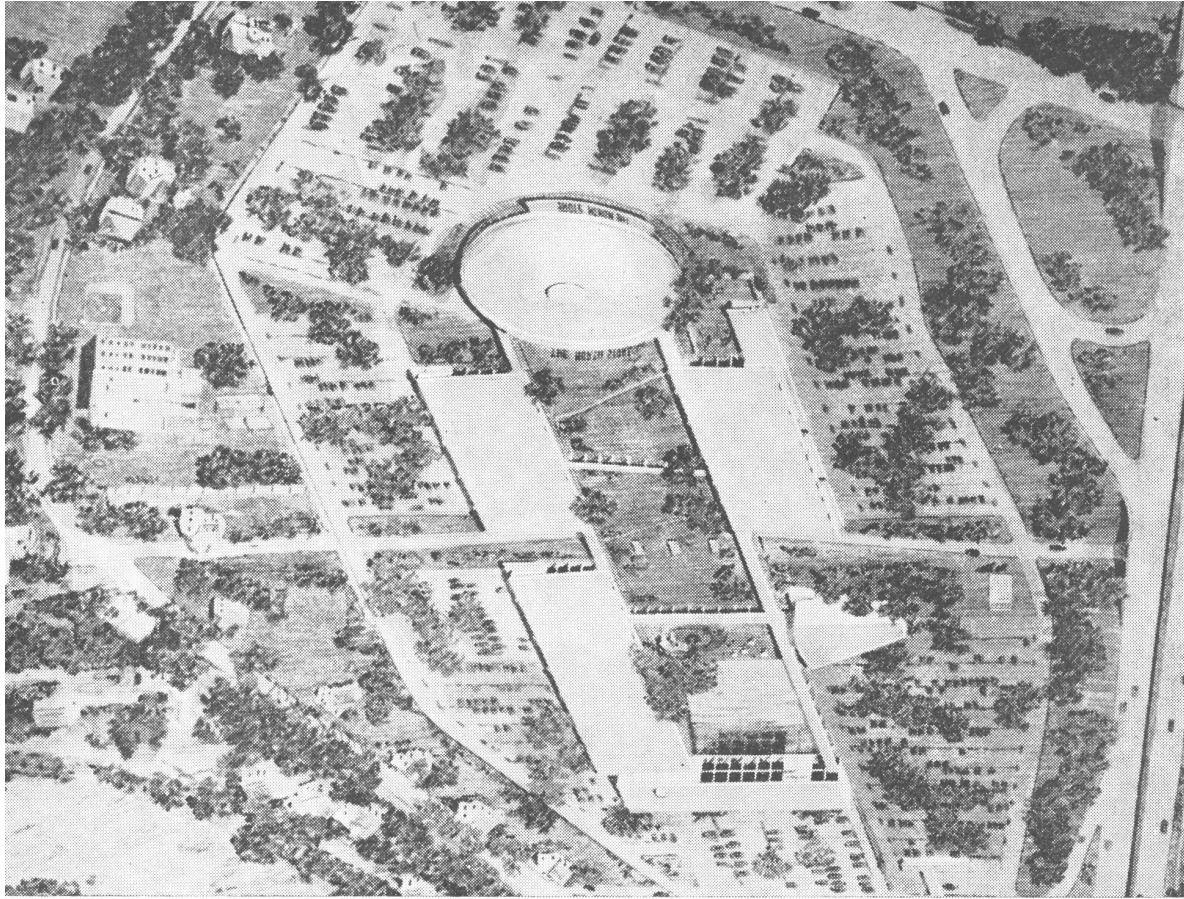


urbanos, de mejorar los negocios de un selecto grupo de comerciantes, y una oportunidad de inversiones más seguras para ellos mismos. Ellos contemplan para Boston (y en última instancia para toda la nación) una serie de grandes centros de compras regionales, modernos en todo sentido y eficazmente protegidos contra todas las presumibles contingencias. Para prevenir toda posibilidad de error, se ha asegurado la colaboración de expertos en todas las especialidades en materia de construcción y ventas.

El primer proyecto que saldrá de esta poderosa organización es el Centro de la Costa Norte (North Shore Center), programado para construcción inmediata cerca de Beverly, Massachusetts, a 28 kilómetros al norte de Boston. Contrariamente al usual centro de compras, este proyecto, que costará 6 millones de dólares o sea unos 24 millones de pesos argentinos al cambio actual, es una comunidad completamente integrada de negocios al detalle, servicios y diversiones. Sus treinta y tantos negocios al detalle estarán dominados por un negocio de secciones o departamentos, alojado en un edificio circular y suplementado por un teatro con cabida para 1.500 espectadores, 20 canchas de bowling, un restaurant, un hall de exposiciones y oficinas para profesionales, todo construído alrededor de un paseo central cubierto de césped y libre de tránsito.

Principalmente estudiado para atraer a los clientes que llegan en automóvil, este centro tiene muchas cosas para facilitar las ventas. Tiene una ubicación estratégica en la convergencia de tres caminos principales y fácil acceso desde los tres. Tiene espacio para estacionar 3.000 automóviles, más que suficiente para el movimiento máximo del día más activo del año. Tiene hermosas construcciones diseñadas para la máxima atracción del consumidor. Tiene veredas cubiertas que vinculan a todos los negocios. Y tiene protección completa contra la erosión de los valores debida a una incontrolada expansión.





El plano se define por un cuadrángulo de edificios alrededor de un paseo central, servido por un espacio de estacionamiento para 3.000 coches y protegido por una faja verde residencial.

Este Centro es mucho más que un simple grupo de edificios. Es una ubicación ideal en un cuadrante formado por dos caminos de gran tránsito y al que concurre un tercero. Ningún comprador va a pasar por frente al centro sin detenerse por falta de lugar para estacionar, pues el espacio para estacionamiento se ha calculado generosamente y no en base a suposiciones. Ese espacio se ha deducido de una serie de índices experimentales (1,6 pasajeros por coche, 34 metros cuadrados por coche, un movimiento de 3,5 coches por espacio, un pico de 1,7, una venta promedio de \$ 3.—, 1,7 ventas por cliente, etc.) todo lo cual indica la necesidad de 225 espacios para cada millón de dólares de ventas. Cálculos similares llevan el total necesario para los compradores a 2000 espacios; los servicios y las diversiones exigen 1000 más. Gracias a la intermitente plantación de árboles, la apariencia de este estacionamiento de 3000 automóviles no parecerá tan desagradable como el mar de asfalto habitual en estos casos.

También se ha prestado adecuada atención a la comodidad de los peatones. Agrupando los edificios alrededor de un amplio paseo jardinizado, los arquitectos han puesto el gran negocio de departamentos o secciones en un extremo y los edificios de recreación en el otro, con los negocios al detalle a uno y otro lado del paseo. Alrededor y a través de este parque central hay veredones cubiertos que vinculan todos los negocios, protegen a los clientes del sol y la lluvia y ayudan a aumentar las compras cuando hace mal tiempo. Rodeado por una terraza para comer al aire libre, el espejo de agua situado al extremo oeste del paseo servirá en invierno como pista de patinaje.

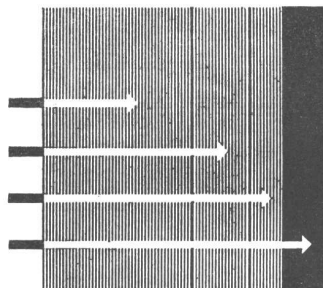
Para preservar el carácter del Centro y evitar su desmejoramiento por causa de la actividad incontrolada de afuera, los promotores han comprado una faja protectora de tierra que lo rodea por los tres lados donde no hay caminos. Zonificada para uso público y residencial, la mayor parte de este terreno está ya desarrollado; otra parte será destinada a ubicar algunas casas históricas situadas en el sitio donde va el barrio comercial y en ciudades vecinas; el resto ha sido ofrecido a la comunidad como campo de juegos.

El resultado más importante de esta iniciativa y de lo bien planeado de todo el conjunto, será la creación de valores reales de la tierra, en contraposición con lo que ocurre habitualmente.



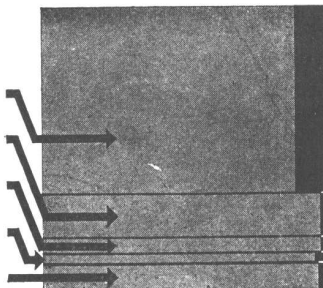
Población dentro de una zona de 30 minutos: 323.000.

- 170.000 no querrán viajar 30 minutos.
- 66.000 no tienen suficientes medios.
- 37.000 comprarán en negocios locales
- 50.000 serán probables clientes del centro



Ventas dentro de la zona de 30 minutos: \$ 248.767.000.

	Ventas en la zona	Ventas en el Centro
Mercaderías generales	84.132.000	10.040.000
Alimentos	81.196.000	2.480.000
Comida y bebidas	30.654.000	906.000
Drogas	10.519.000	476.000
Varios	42.266.000	1.479.000
Total	248.767.000	15.381.000



El análisis del mercado da al Centro de la Costa Norte el 16 % de los compradores y el 6 % de los dólares en 21 comunidades de los alrededores.

La ubicación de un comercio al detalle se basa habitualmente en la posibilidad de conseguir tierra barata, en la prosperidad de negocios vecinos o en el estudio de las costumbres de los clientes, que generalmente no obedecen a sus deseos sino a costumbres que se han visto obligados a aceptar. En este caso, no se han seguido tan simples expedientes. En su lugar, el proyecto se basa en el estudio de hechos y cifras para determinar el lugar adecuado y su magnitud. Detrás de este proyecto hay dos años de estudios respecto al nivel económico, poder adquisitivo y deseos de todas las personas que viven en 21 comunidades cercanas.

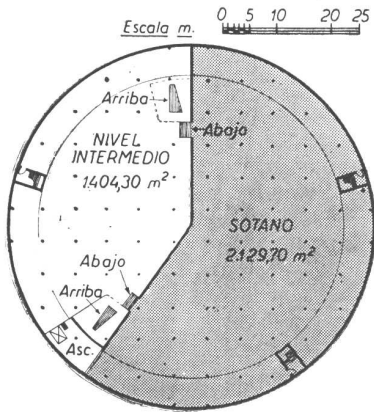
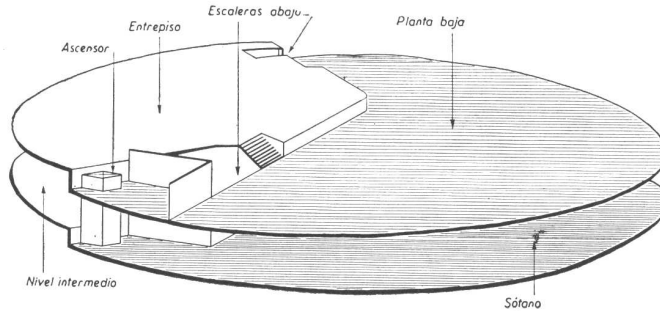
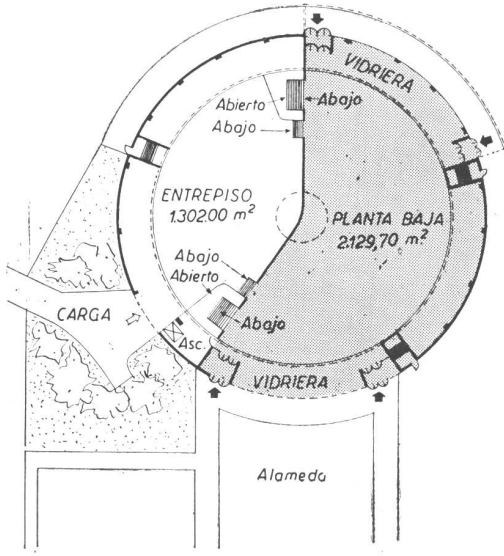
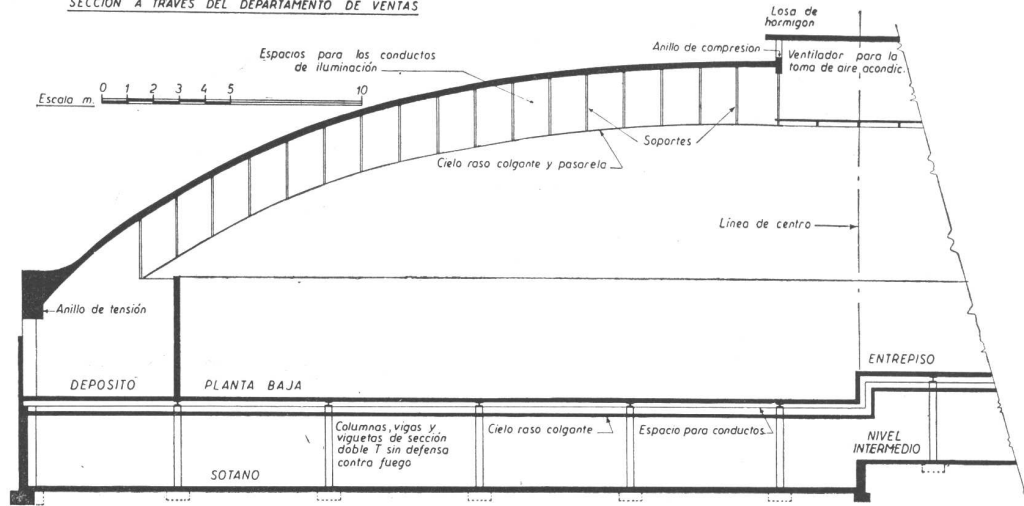
Basado en esta investigación, el mercado calculado de 50.000 personas y las compras estimadas en 15 millones de dólares anuales, resultan cifras conservadoras. En realidad y dentro de una zona situada a 30 minutos de viaje del Centro, hay 323.000 personas que gastan 249 millones por año. Pero se ha estimado que muchos de ellos considerarán muy largo el viaje de 30 minutos. Se ha procedido a descontar, así, la población de las 21 comunidades en proporción directa a su tiempo-distancia del Centro.

Los descuentos variados se han combinado para eliminar 170.000 personas del mercado potencial. Otras 66.000 se han descontado por no tener los medios suficientes para adquirir la mercadería superior del Centro, cifra que ha sido establecida en base al estudio de las rentas, pago de impuestos de réditos, servicios telefónicos, registros de propiedad de automóviles, contribuciones, etc. Una tercera reducción de 37.000 ha sido hecha para reflejar la competencia ofrecida por los negocios existentes y otros que pudieran establecerse.

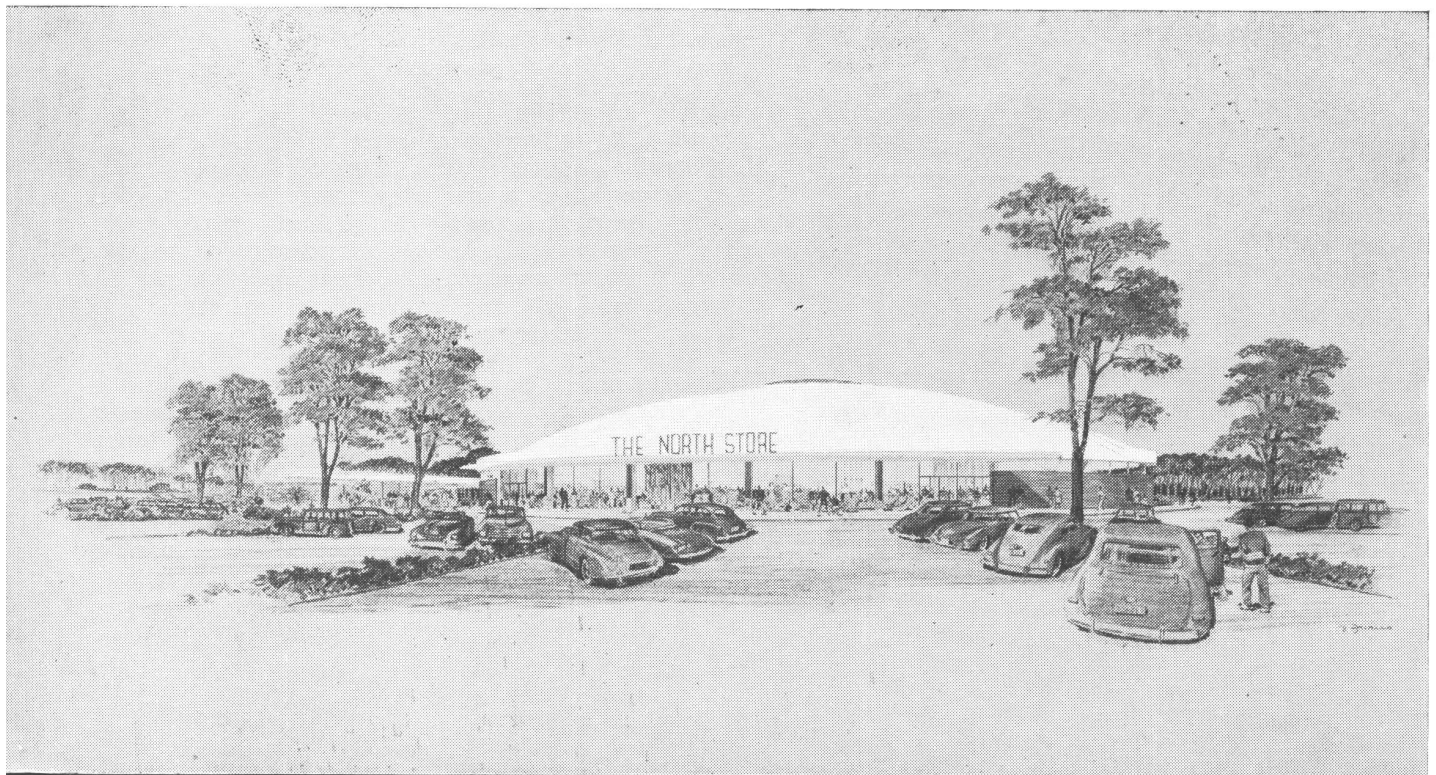
Estos tres factores cortan en 85 % la clientela, restando 50.000 como clientes seguros. Estas cifras están basadas en la compra de mercaderías generales, trajes, muebles, equipos y mercaderías de lujo, pues mucha gente no vendría al Centro sólo para hacer sus compras todos los días. Sobre la base de una venta por cabeza de \$ 300 anuales, el negocio total del centro se ha fijado por tanteo en 15 millones. Esto representa sólo el 6 % del mercado total.

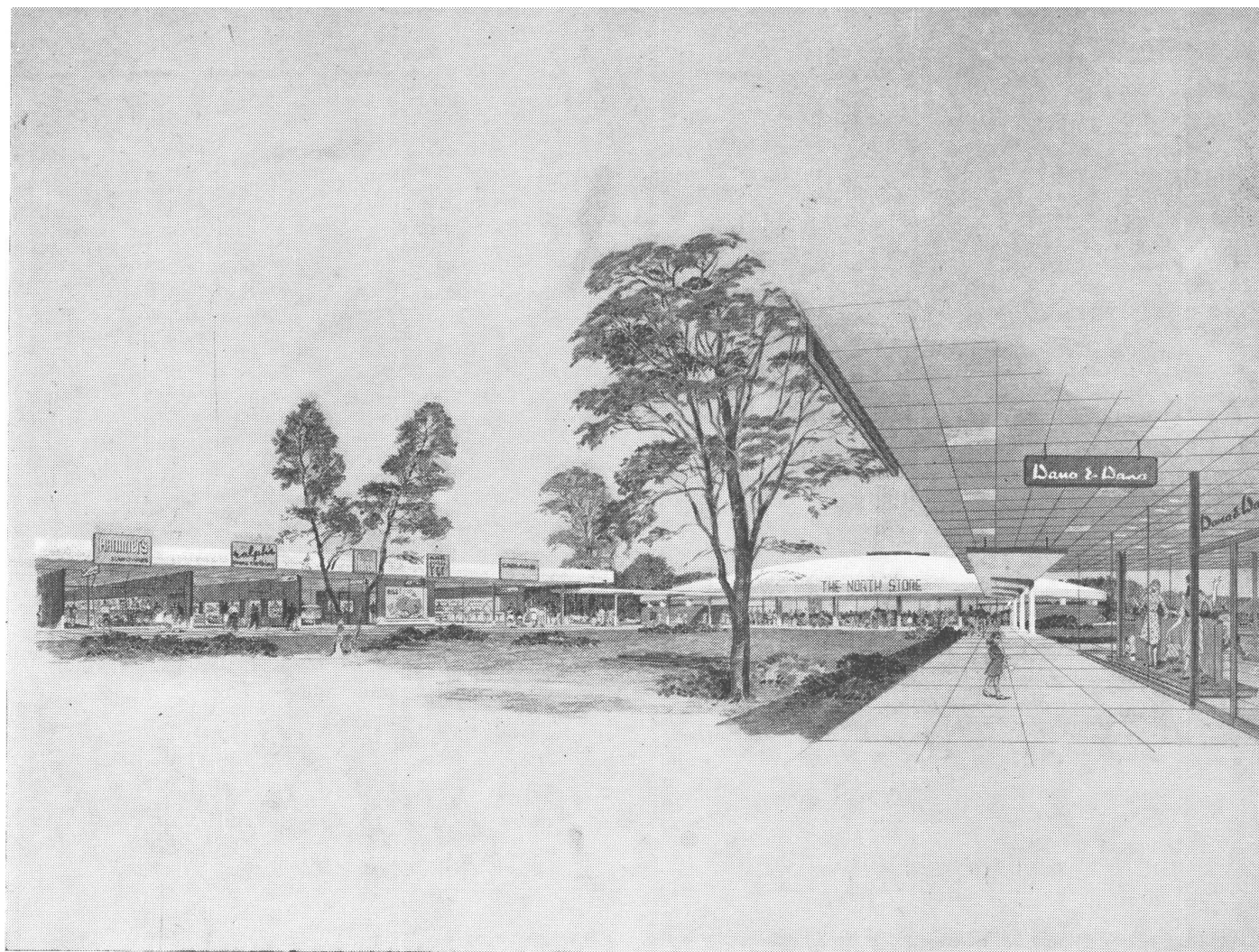
Desde que alrededor de las tres cuartas partes de los locales para comercio al detalle estarán destinadas a vender mercaderías de la naturaleza antes mencionada, puede adelantarse que muchas de las ventas se harán en esos renglones. El cálculo dice que probablemente ellas alcanzarán a 10 millones, o sea el 12 % del total de negocios de esa naturaleza en la zona, mientras las mercaderías que se compran diariamente importarán 5 millones, que son entre el 3 y el 5 % de esa clase de negocios.

SECCION A TRAVES DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS



El edificio para los grandes almacenes será una atracción pública. Los negocios están diseñados para aprovechar del tránsito a que darán origen.





La piedra angular del Centro de la Costa Norte, tanto por su ubicación como por su finalidad, es el edificio para los grandes almacenes, con techo en cúpula, ubicado al extremo del paseo; se trata de un gran edificio, que será alquilado también a una gran firma. Su tamaño y nombre constituirán la atracción N° 1 del Centro, producirá la más grande renta y generará una fuerte corriente de tránsito que beneficiará a los otros negocios. Ofrecerá una amplia variedad de mercaderías que la actual población suburbana sólo puede encontrar en el propio centro congestionado de Boston.

Aunque su diámetro podrá ser cambiado para complacer al futuro inquilino, la forma del edificio será circular —forma nueva cuya eficiencia ha llamado la atención de los probables interesados.

Como se muestra en estas páginas, el círculo mide 66 metros de diámetro, proporcionando una superficie bruta de 7.000 metros cuadrados en sus cuatro pisos escalonados. Desde que la cúpula de hormigón armado está soportada por un anillo de tensión, las principales superficies de venta en la planta baja y en el entresuelo están libres de columnas. En los niveles más bajos las columnas están muy espaciadas (6 metros entre centros) para evitar inconvenientes en el aprovechamiento del espacio relativamente reducido del subsuelo. Gracias al diseño único del edificio, la superficie neta de ventas es de 5.000 metros cuadrados, es decir el 73 % de la superficie bruta y un 24 % más que el tanto por ciento corriente. Las zonas de servicio, no utilizadas para ventas, están concentradas en las partes más bajas y menos valiosas del edificio y suman el 24 % del total; las escaleras, ascensores, equipos mecánicos, etc., ocupan el otro 3 % restante.

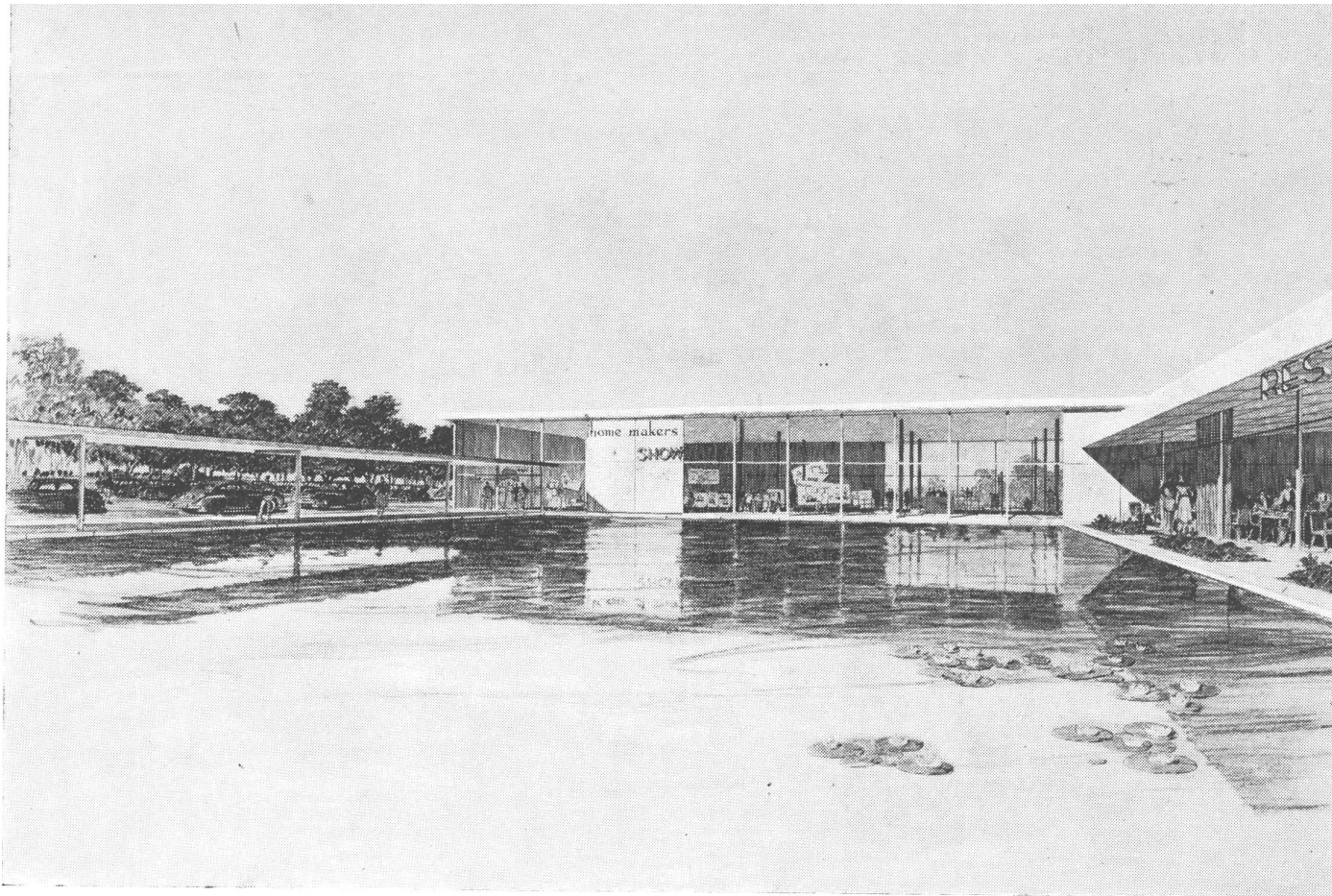
Estas cifras respecto al lado económico del proyecto reflejan también la disposición en varios pisos del espacio disponible. Las cortas escaleras que corren de piso a piso son fáciles de subir, haciendo innecesarios los costosos ascensores y escaleras mecánicas y alentando a los compradores a circular libremente por todos los pisos y secciones. Aparte de un muelle de descarga en el entresuelo, el edificio tiene cuatro entradas principales para clientes: dos que se abren sobre las veredas cubiertas del parque y dos sobre el lado del estacionamiento.



Todos los treinta y tantos negocios, a igual que el edificio para los grandes almacenes, han sido proyectados de manera de permitir una gran densidad de tránsito de peatones (por metro cuadrado de mercadería exhibida), mayor que la que se encuentra en los comercios más frecuentados del centro de la ciudad. Esto resulta del hecho de que la mayor parte de las paredes exteriores es enteramente de vidrio y que los negocios están flanqueados en su parte delantera y posterior por veredones cubiertos. Estos locales para negocios, contruídos sobre ligeros esqueletos de acero, con vanos de 9 metros entre columnas, permiten disposiciones variadas, así para la expansión como para la contracción. Los negocios mayores podrán extenderse a todo lo largo de los 30 metros de profundidad de los edificios y tener así entradas sobre el lado del estacionamiento. Negocios más pequeños de menor profundidad podrán ocupar el espacio a ambos lados de los pasajes que conectan la zona de estacionamiento con el paseo interior. El techo inclinado de los edificios comerciales típicos, asciende 1.80 desde una altura de 3.60 que tiene sobre el paseo, para dar lugar a un entre-suelo. Destinado a almacenamiento o a superficie de venta adicional, elimina la necesidad de un más costoso subsuelo. La necesidad de almacenamiento ha sido limitada por la provisión de un edificio para depósito y recepción de mercaderías para los comerciantes del Centro. Ubicado en un sitio cercano, este depósito reducirá el costo de manejo de las mercaderías y limitará las operaciones de camiones en el Centro a las realizadas por unidades pequeñas.

Si el Centro de la Costa Norte hubiera sido ubicado en la ciudad de Beverly, a cinco kilómetros de donde ha sido situado, la tierra sola hubiera costado dos veces más de lo que va a costar el proyecto completo. Y los alquileres y los costos de operación hubieran sido proporcionalmente mayores. Las 24 hectáreas compradas han resultado a \$ 35.— m/n. el metro (mientras en el distrito comercial de Berkely cuesta alrededor de \$ 160.—). En resumen, el costo total del proyecto, en moneda argentina, será, en cifras globales, de ocho millones para la tierra y diez y seis millones para los edificios y mejoras.

Comparados con las ventas calculadas, estos costos y los consiguientes alquileres resultan bajos. Cada inquilino pagará una renta fija básica, establecida de acuerdo al tamaño del



local y al tipo de la mercadería vendida y que cubre la parte que le corresponde por comodidades adicionales, como sitio para estacionamiento, veredas y jardinería. Para que el alquiler no le resulte gravoso al comienzo, el mismo será reducido de 20 a 25 % durante el primer año. Cuando el Centro esté en pleno funcionamiento y un comerciante haga los negocios que esperaba, su alquiler se fijará en un tanto por ciento de sus ventas brutas, y teniendo también en cuenta el tamaño de su local y el tipo de mercadería. Los alquileres mínimos fijados, establecidos por tanteo, variarán entre \$ 48.— m/n. por metro cuadrado y por año para los grandes almacenes y \$ 112.— para un negocio próspero de joyería. El término medio de \$ 72.— por metro es más alto pero aun así más favorable que el término medio nacional de \$ 60.—, basado en gran parte en negocios de diseño anticuado y subsuelos inútiles como lugares de venta y sin los beneficios de un buen estacionamiento. Los alquileres basados en el por ciento de ventas, también establecidos por tanteo, varían del 2 % en el caso de un supermercado a un 8 % en algunos de los negocios más pequeños. Este arreglo impulsará a los promotores del proyecto a hacer todo lo que puedan para impulsar los negocios de sus inquilinos.

Un alquiler razonable es sólo una de las atracciones ofrecidas a los comerciantes. Los estudios realizados indican que los costos de distribución, término medio, disminuirán en un 13 %. Este será el resultado de la centralización de los depósitos, el camionaje, calefacción y otros servicios centrales y por otras economías en la locación, la venta y la distribución.

Calculado para cubrir un 6 % de interés y amortización de un préstamo para construcción al tipo otorgado por una compañía de seguros, los alquileres mínimos fijados, establecidos por tanteo, darán un total de \$ 1.470.000 durante el primer año y 1.900.000 después. Cuando el Centro de la Costa Norte venda lo que se espera, los promotores recibirán un adicional de 1.633.280 en concepto de porcentaje de ventas. El total de \$ 3.533.280 cubrirá fácilmente todos los gastos de operación y reparaciones y les proporcionará por lo menos un 6 % en sus inversiones. También justificará su decisión de reunir una gran parte de este efectivo, deshaciéndose de propiedades comerciales en el centro de la ciudad, de dudoso futuro y que proporcionan ahora un interés que apenas es una fracción de unidad.



Dibujo de Dyke Nagano

GRANDES ALMACENES VALDIRI, EN BOGOTA

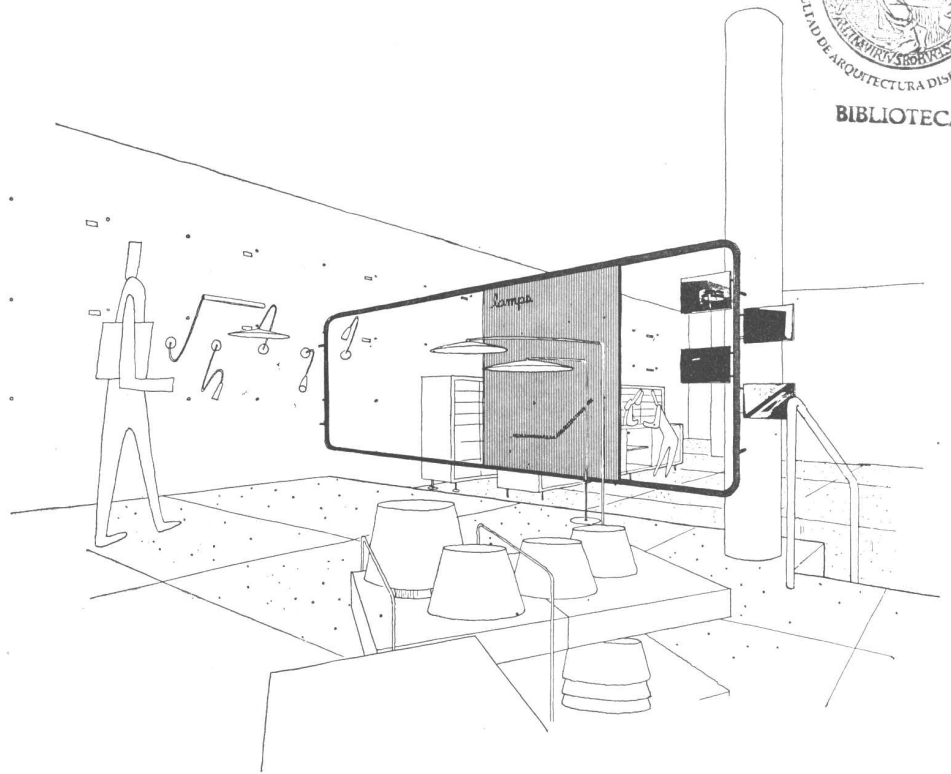
**Arquitectos Asociados: HENRY C. HUDGINS (BOGOTA) -
KETCHUM, GINA y SHARP**

Proyectado por dos firmas que han combinado su trabajo, el edificio Valdiri es también una estructura dual. Inicialmente la planta baja, el entrepiso y el primer piso alto, serán utilizados para salas de ventas de estos almacenes que se han especializado en mercaderías de alta calidad, mientras que los tres pisos superiores serán alquilados para oficinas. A su tiempo, los pisos superiores serán incorporados al negocio y la estructura ha sido proyectada de tal manera, que para entonces se podrán añadir dos pisos más al edificio. El trabajo entre las dos firmas proyectistas se dividió así: la firma sudamericana se encargó del estudio del terreno, los reglamentos locales, la preparación de los dibujos definitivos y las especificaciones, la construcción del edificio y la supervisión; los arquitectos neoyorkinos desarrollaron el partido básico y el diseño estructural y mecánico, diseño del esquema de distribución, proyectos de muebles y equipos y selección de los materiales, colores y terminados.

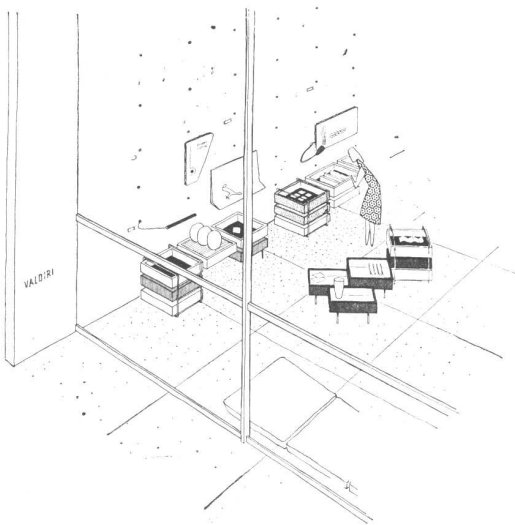
Dibujos de Jules Gregory



BIBLIOTECA



La pared de la izquierda en la planta baja lleva numerosos toma-corrientes para facilitar la exposición de una cantidad de artefactos de iluminación.



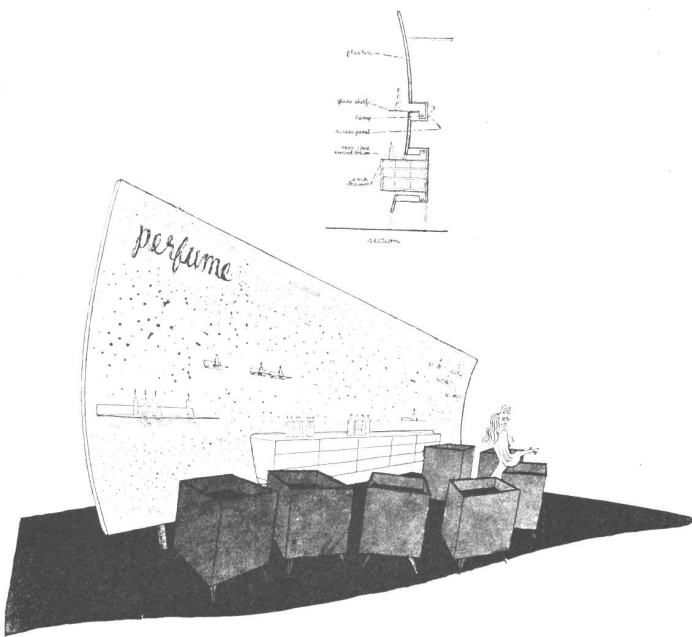
El departamento de regalos, tal como se lo ve a través del frente, todo vidrio, de dos pisos.

El angosto lote de forma de L, está rodeado por todos lados, excepto el de la calle, por edificios existentes. Un nuevo edificio, con esqueleto de hormigón hacia la derecha, tiene un subsuelo y cimientos que van debajo del nivel del Valdiri; a la izquierda y hacia atrás, hay viejas estructuras coloniales que no tienen ni profundos cimientos, ni pesadas cargas estructurales. Estos factores, aparte del hecho que el terreno es cenagoso y por lo tanto ejerce presión de agua, limitaban el espacio de subsuelo, y determinaron la ubicación de las columnas estructurales cerca de las paredes medianeras, entre el edificio Valdiri y le nuevo edificio hacia la derecha. Así se evitó la necesidad de apuntalar los cimientos existentes.

La ciudad de Bogotá tiene en vista el ensanche de la calle donde se encuentra el edificio proyectado. Para evitar ulteriores modificaciones, la fachada se ha trazado siguiendo la futura línea.

Desde que el subsuelo es pequeño, es usado solamente para recibir y desempacar mercadería, que llega por un ascensor. El almacenaje de las mercaderías se hace en lugares cercanos a las zonas de venta.

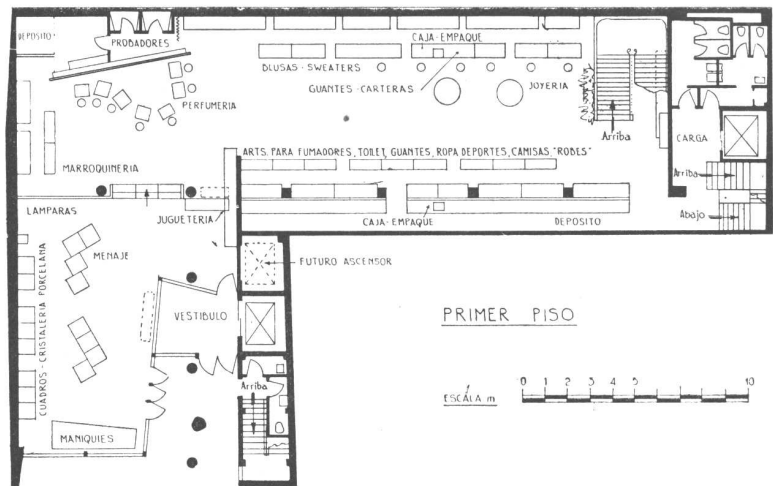
Desde que los reglamentos de Bogotá para esta calle limitan la



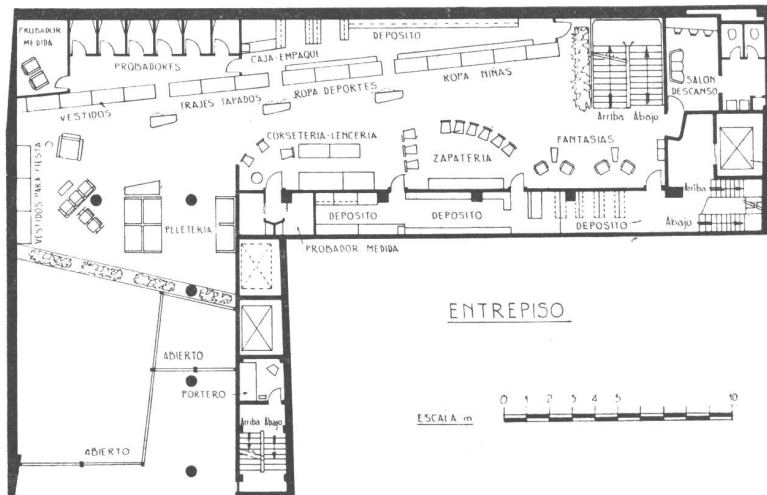
Un panel curvo para venta de cosméticos, situado al fondo del negocio, cubre un lugar de almacenaje.

GRANDES ALMACENES VALDIRI, EN BOGOTA

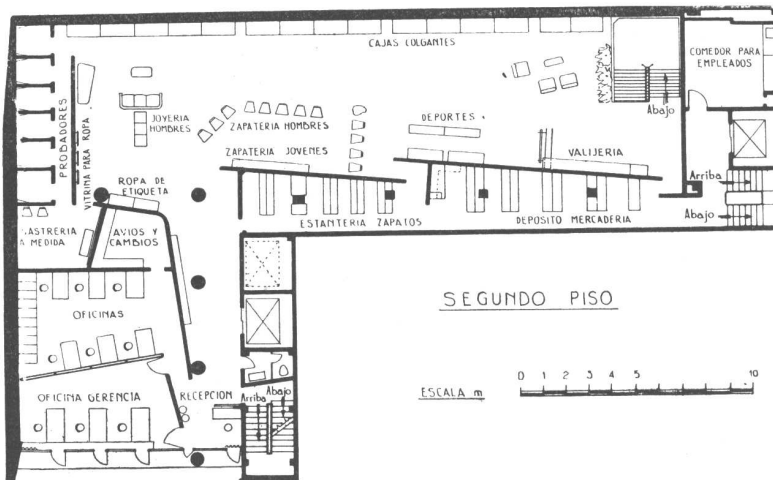
altura, antes de un retroceso de la fachada, a 24,60, y se ha previsto que harán falta eventualmente (una vez añadidos en el futuro los tres pisos previstos) siete pisos, la altura de cada piso ha resultado bastante baja: 2,50. Para vencer esta dificultad y para proporcionar un frente llamativo, se ha introducido el entresuelo, dándole al frente de la calle la altura de dos pisos. La ubicación de la baranda del entresuelo, al fondo del ala corta de la L, ha obedecido a resolver el problema importante de atraer clientes hacia la parte posterior del negocio.



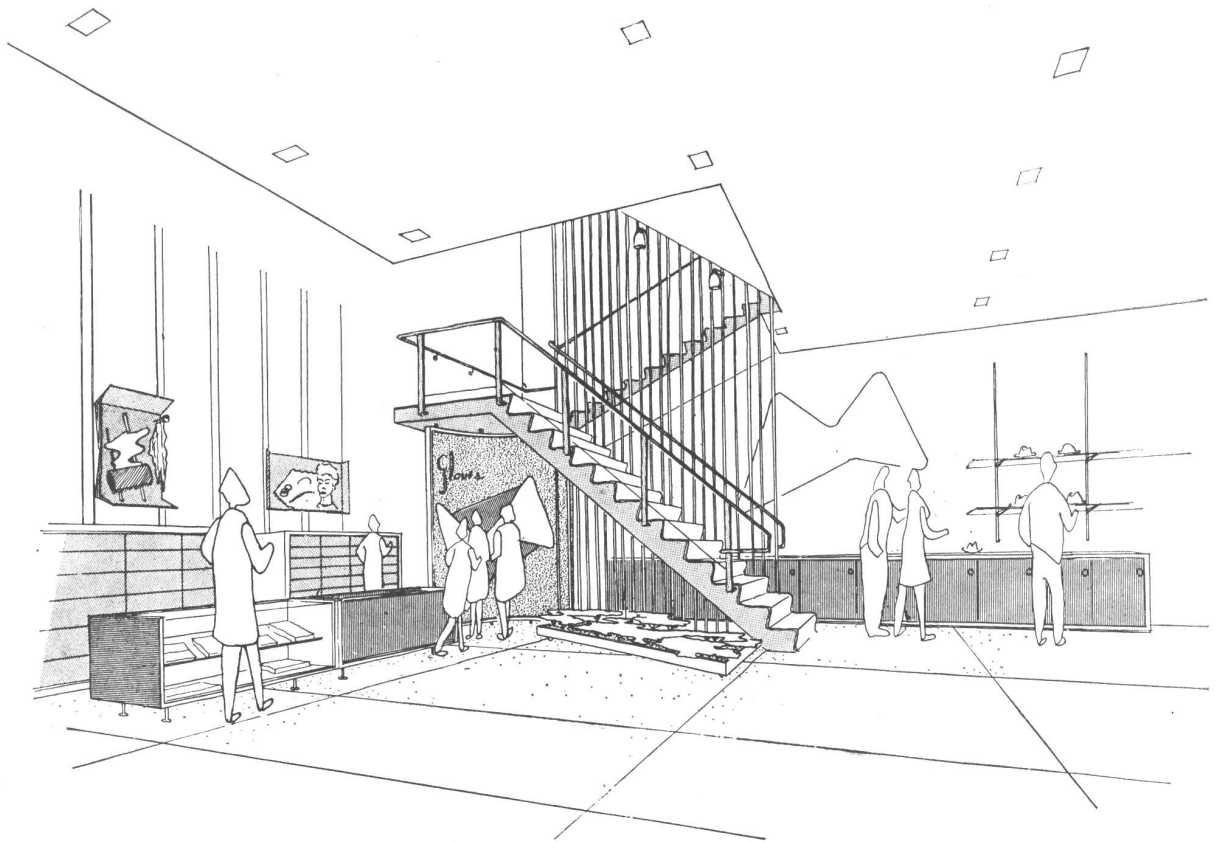
PLANTA BAJA. — Todas las mercaderías de este piso son de las llamadas de "impulso". Al frente, además de los regalos y las lámparas, la exposición de mercaderías de otros pisos y la vista del entresuelo, que dan una impresión general de lo que se vende. La parte posterior del piso, con un descenso de tres escalones. En el lobby, un ascensor de pasajeros y espacio para ubicar otro.



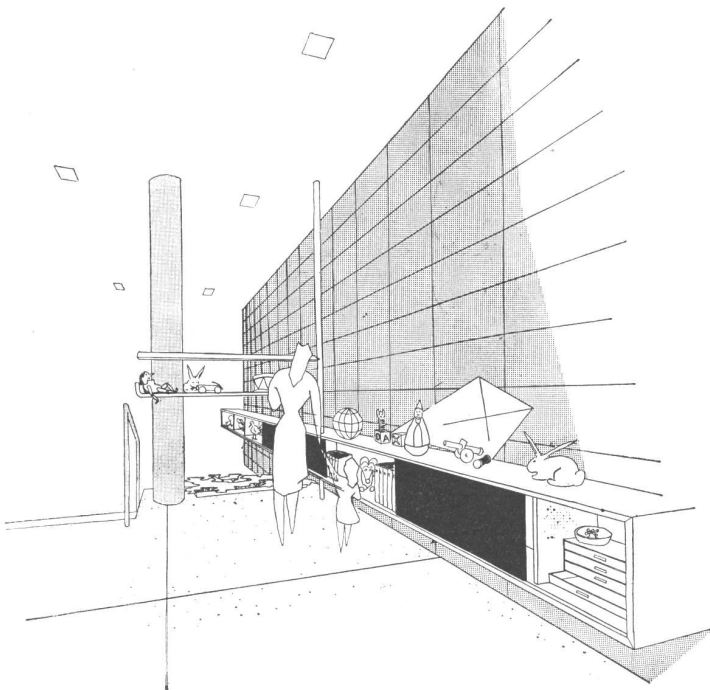
ENTRESUELO. — Mercaderías llamadas de "impulso" y "buscada". Acceso por medio de una atractiva escalera abierta, al fondo. Los maniqués ubicados en primer plano del entresuelo son visibles desde la calle. Un montacargas ubicado de manera de llevar mercaderías (como en todos los pisos) a las zonas reservadas para tal fin.



SEGUNDO PISO. — Directamente accesible desde el ascensor del frente. El lugar para mercaderías de reserva, sirve también para recibir y marcar mercaderías destinadas a otros departamentos. La iluminación se hace por medio de focos colocados a ras del cielo raso y por lámparas fluorescentes que dan luz hacia arriba, desde la parte superior de los muebles de exhibición.



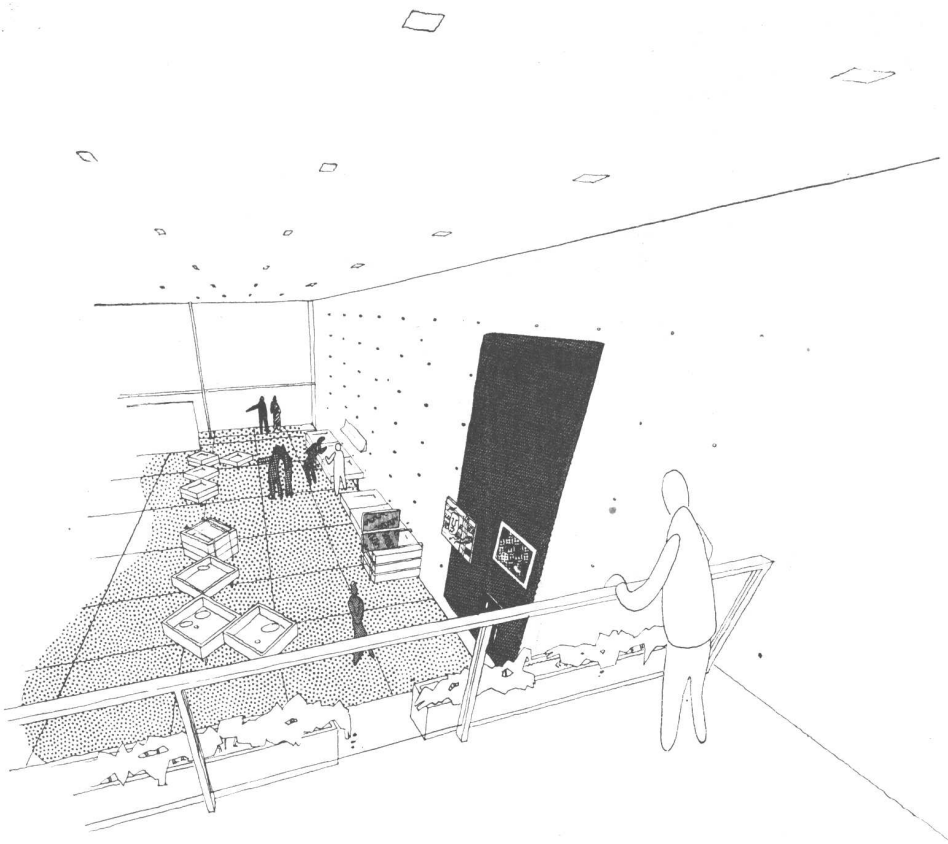
Llamativa escalera para ascender al entresuelo. En general, los muebles simplemente son para almacenaje (excepto donde el almacenamiento y la exhibición se realizan a la vez). La exhibición se hace principalmente sobre los muebles o en las paredes.



El mostrador de juguetes entre el nivel de entrada y el de la parte posterior. Un nivel, a la altura de los chicos; el otro, a la de los adultos.

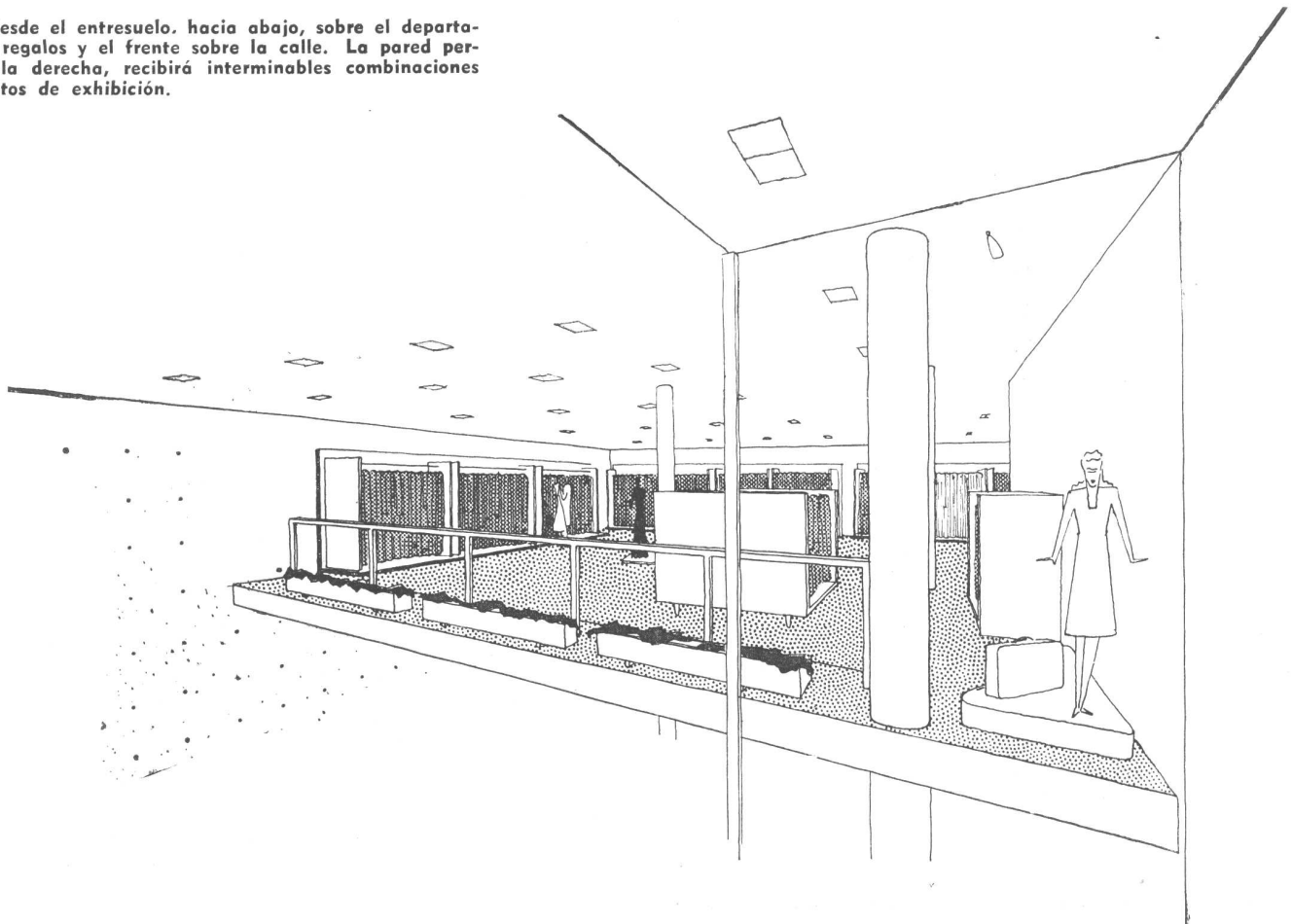
Nuestros consultores especializados nos preguntaron: ¿Cómo harán para que, con la ubicación adelantada del ascensor del hall (necesario para que el negocio y las oficinas de arriba puedan estar directamente servidas) los clientes sean atraídos más allá de la esquina del local, hacia el fondo?

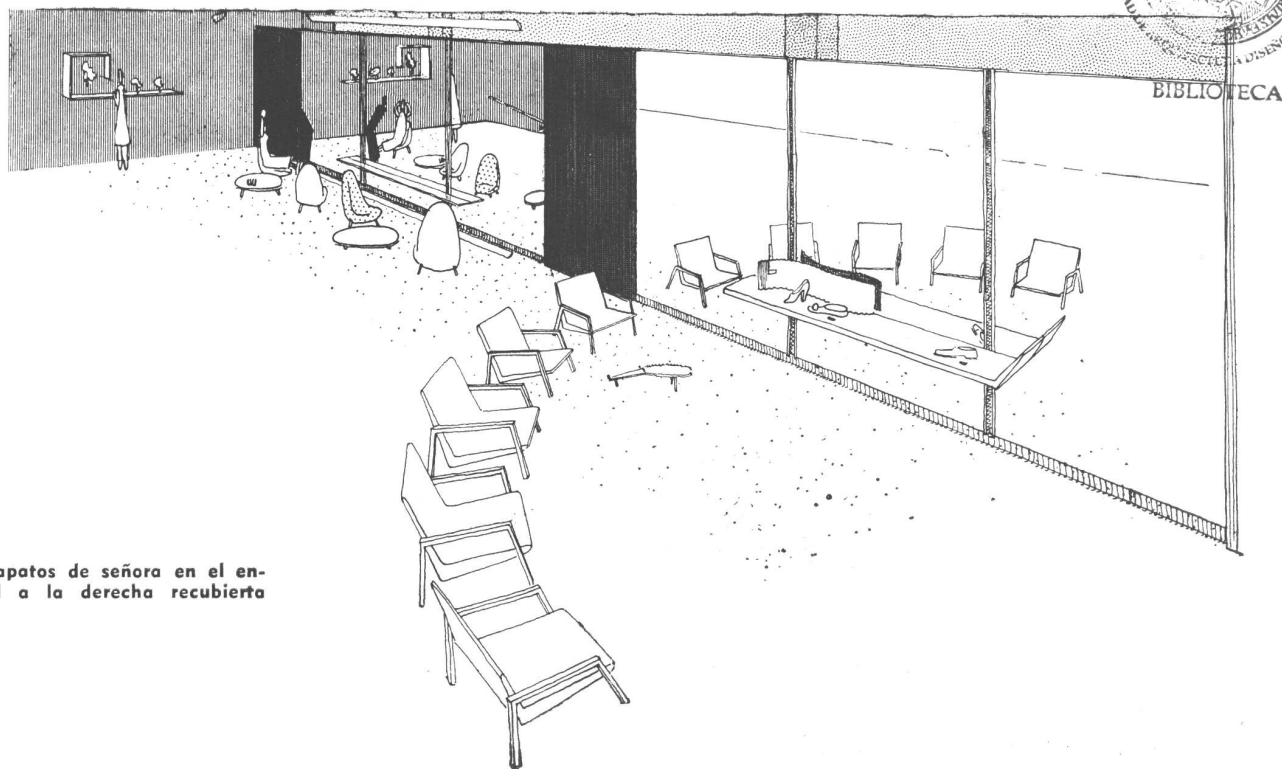
Entre los recursos empleados para resolver este problema se cuentan: 1) la disposición de las mercaderías en el primer piso (regalos, lámparas, juguetes, y otras mercaderías de "impulso" semejantes, cerca de la entrada; cosméticos y accesorios llamativamente desplegados al fondo, en un nivel de tres escalones debajo del piso); 2) la ubicación de la escalera al entresuelo (único acceso) al lejano extremo del salón de ventas; 3) el tratamiento abierto del frente del entresuelo, elemento que invita tanto a los peatones como a los clientes que ya están dentro del local; y 4) el plan del segundo piso que ubica las oficinas al frente y que no deja al cliente otra elección que la de entrar a la parte posterior del local, sea que llegue por el ascensor o por la escalera que arranca del entresuelo.



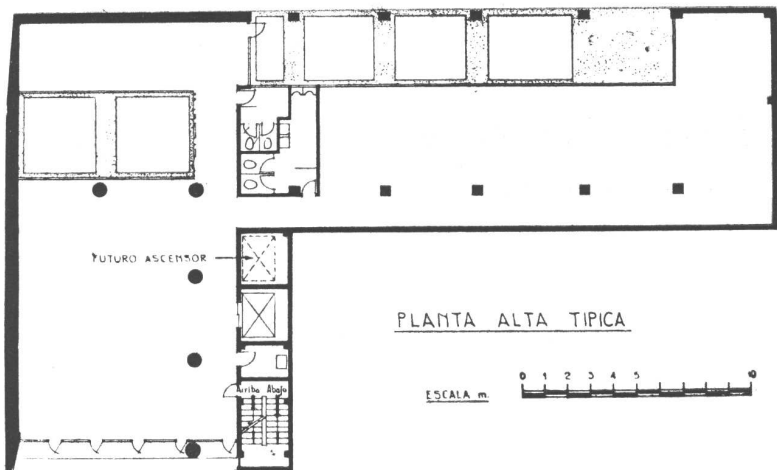
Vista del entresuelo desde una altura media. Los manequies exhibidos se ven fácilmente desde la calle.

Mirando desde el entresuelo. hacia abajo, sobre el departamento de regalos y el frente sobre la calle. La pared perforada a la derecha, recibirá interminables combinaciones de elementos de exhibición.



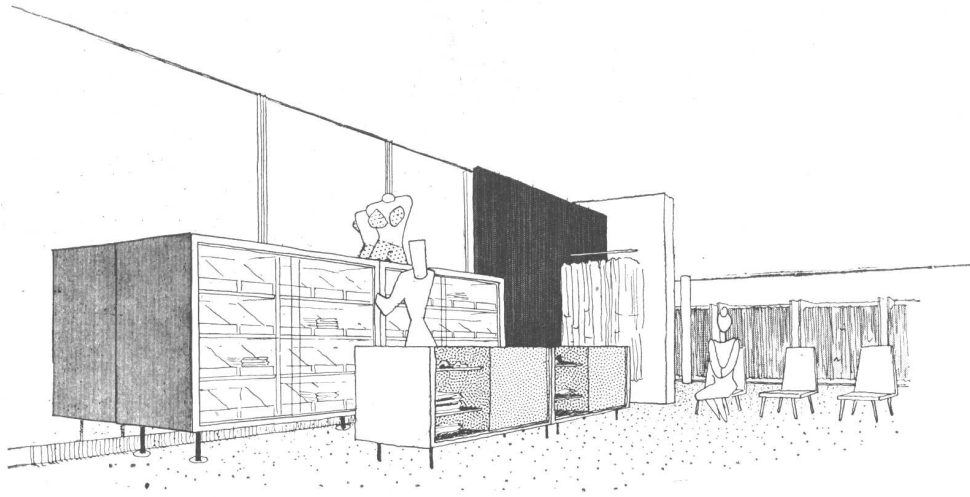


Departamento de zapatos de señora en el entresuelo. La pared a la derecha recubierta con un espejo.

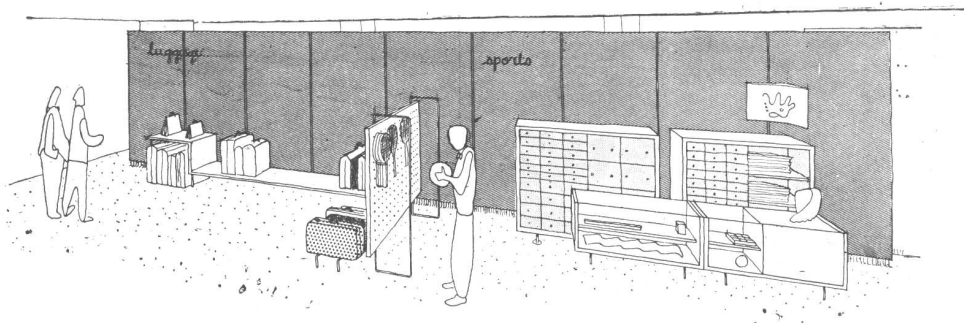


Cuando los pisos de oficinas hagan parte de los almacenes Valdiri, los pozos de luz serán suprimidos. El espacio de la derecha será en su mayor parte destinado a almacenaje; así, los ascensores llegarán cerca del centro del espacio de ventas.

Los reglamentos locales afectaron tanto el plan, como el esquema estructural de los pisos superiores, que se usarán temporariamente como oficinas para alquilar. El espacio con acondicionamiento de aire (el negocio propiamente dicho) podía carecer de ventanas; el que no tiene acondicionamiento (las oficinas para renta) debía tener luz y aire de afuera. La respuesta al problema fue proveer patios de luz para los tres pisos superiores. Pero desde que esta parte puede convertirse eventualmente en parte integrante del negocio, las columnas y las vigas corren más allá de estos patios, hacia la línea de construcción. Cuando este espacio se agregue al negocio y se le proporcione aire acondicionado, será cuestión sencilla llenar los espacios abiertos entre los existentes elementos estructurales.

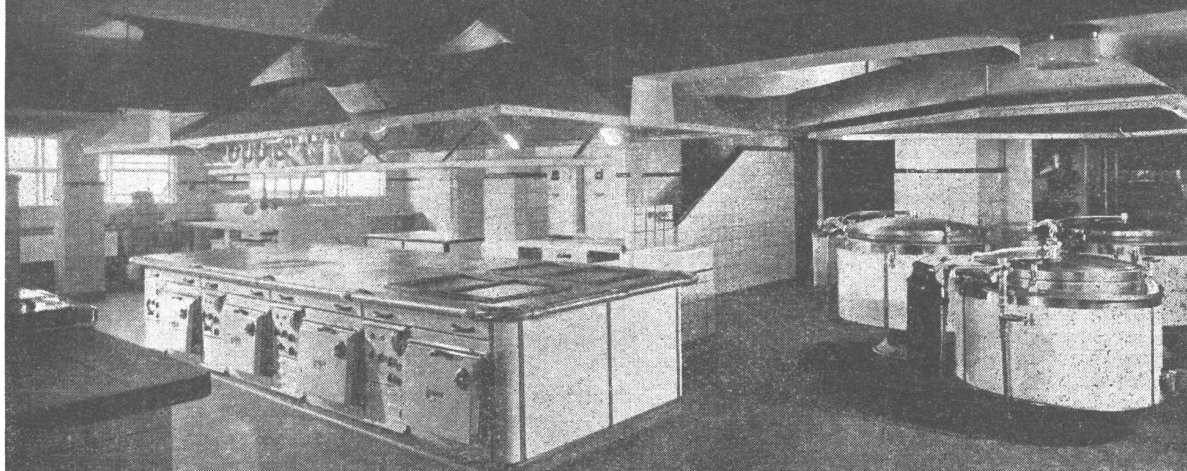


El departamento de lencería en el entresuelo. El entresuelo y el segundo piso llevarán alfombras.



DEPORTES Y VALIJERIA, en el segundo piso. Un departamento de cambio de mercaderías funciona en el tercer piso. El resto, destinado a oficinas.

Donde se cocina para cientos...



...la cocina es

LONGVIE

C.A.FLORES

FABRICA ARGENTINA DE ALPARGATAS

La técnica LONGVIE supera cuanto se haya hecho hasta el presente y así lo prueba la cantidad record de cocinas especiales instaladas en el país por su Departamento de Ingeniería.

Señor Profesional: Queda usted cordialmente invitado a consultarnos sobre cualquier problema de esa índole, sin compromiso alguno de su parte.

LONGVIE

HOTELES - RESTAURANTES: Alvear Palace Hotel • Plaza Hotel • Lo Prete • Fantasio (Olivos) • Chiquín • Golden Gate • **ASOCIACIONES - CLUBES:** Club Atlético Huracán • Jockey Club - Capital • Jockey Club de Córdoba • Asoc. Cristiana de Jóvenes • Club Editorial Haynes • Club de Gimnasia y Esgrima • Asociación del personal de la Cía. Italo Argentina de Electricidad • **FABRICAS:** Fca. Argentina de Alpargatas • R. y N. del Sel Ltda. • Eternit Argentina • La Farma Platense • Caico S.^a A. • Standard Electric (San Isidro) • Manufactura Algodonera Argentina • Roccatagliatta Hnos y Cía. • Prductos Roche S. A. • La Hidrófila Argentina S. A. C. e I. • C.A.T.Y.A. • La Cantábrica • Frigorífico Swift de Rosario • Atanor S. A. • Ferrun S. A. • CADE (Usina Dock Sud) • DUCILO • Pirelli S. A. Platense • **HOSPITALES - SANATORIOS:** Hospital Cosme Argerich • Maternidad María Nougués de Mours • Instituto Argentino de Diagnóstico y Tratamiento • Hospital Rawson • Hospital de Niños de La Plata • Hospital de Niños (Solarium) (Mar del Plata) • Hospital Juan A. Fernández • Hospital Durand • Patronato de Leprosos - Colonia Infantil Mi Esperanza • Hospital Israelita • Maternidad Pedro A. Pardo • Clínica Bazterrica • **COLEGIOS - INSTITUTOS:** Colegio de San Martín de Tours • Escuela de Guerra Naval • Escuela de Enfermeras N. S. de la Misericordia • Monasterio Santa Escolástica (San Fernando) • Colegio Santa Rosa de Lima (San Justo) • Esclavas del Sagrado Corazón • Instituto Evangélico Americano San Vicente de Paul • Fundación María Antonia Loreto • Colegio Sagrado Corazón de Jesús • Hogar de Ancianos de Avellaneda • **INSTITUCIONES PUBLICAS. MINISTERIO DE MARINA:** **Cruceros:** Almirante Brown • 25 de Mayo • La Argentina • **Transporte:** Ushuaia • Base Naval de Mar del Plata • 5 Hoteles - Colonia de Vacaciones • **MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS:** Colonia de Vacaciones Embalse Río III^o • 2 Hoteles para empleados públicos Embalse Río III^o



FABRICACION
ARI

CARPINTERIA
MECANICA

IND. ARGENTINA
PATENTE N° 63110
**HARRY
FISHMAN**
PRESENTA

UNA NOVEDAD EN CONSTRUCCION

Las excelentes cualidades del aluminio son conocidas. Todo el mundo sabe que es un metal muy liviano y resistente, que su superficie es agradable a la vista y suave al tacto. Hay que añadir algunas otras ventajas, por ejemplo:

- es perfectamente inalterable, cualquiera sea el tiempo transcurrido,
- al contrario de los otros metales, cuanto mayor sea la capa de oxidación, más eficaz será su protección,
- su peso es 3 veces menor que el hierro y 4 veces inferior al del bronce,
- anodización, etc., etc.

Estas cualidades excepcionales hacen que en el mundo entero, los fabricantes hayan elegido el aluminio de preferencia para las casas prefabricadas, puertas, ventanas, etc. Al igual que el material plástico, es un material de progreso.

El trabajo de las chapas de aluminio es una especialidad y las PUERTAS ARI pueden ser consideradas como un gran éxito de la industria argentina. La forma del perfil utilizado en la fabricación de las PUERTAS ARI (y más tarde de las ventanas) es también una especialidad (Patente N° 63.110). Su cajón constituido por una sola chapa doblada ofrece una gran resistencia. Después de la fijación de la pestaña, este perfil puede compararse a una pieza tubular soldada. Esta gran resistencia permite disminuir el espesor de las chapas, ahorra la mano de obra exigida para soldar los cajones formados por 2 chapas y así es posible fabricar una puerta metálica en serie, a un precio económico.

La PUERTA ARI no se puede comparar ni a la puerta de madera, ni a las metálicas conocidas. Entre estos dos tipos de puertas se necesitaba una puerta metálica construida en serie, barata y muy liviana, respondiendo a las exigencias de la construcción moderna. Esta puerta nació en la Argentina. Resuelve un problema importante y complementa los recursos de los arquitectos y constructores.

El marco de hierro se impuso en la construcción. Su uso es corriente para las puertas de madera, y esto por razones bien conocidas de los técnicos. Estos mismos motivos indican el uso muy frecuente de las puertas metálicas por la condición que ellas son livianas. Sólo el aluminio y las finas chapas de hierro pueden dar una solución feliz. Son éstas las características esenciales de la PUERTA ARI.

El chasis de aluminio es incombustible, inatacable por el tiempo y por los elementos exteriores más variados, por ejemplo: humedad, agua, insectos, ácidos, gases, vapores, calor, frío, lombrices, hongos, etc.

Las virtudes de las PUERTAS ARI serán su mejor propaganda.

PUERTAS ARI para: departamentos modernos, fábricas, talleres, garages, edificios, hospitales, escuelas, universidades, bancos, plantas, oficinas, negocios, casas balnearias, hoteles y muchas aplicaciones más.

PARA MAYORISTAS

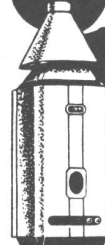
Taller:

Oficina:

ALVAREZ THOMAS 1084 ZABALA 3538 - D° 5

ORBIS

ARTEFACTOS A GAS



Una marca de
PRESTIGIO



CALLAO 53-61
T. A. 38-2024-26
BUENOS AIRES

OLIVOS - LA PLATA - MAR DEL PLATA - ROSARIO
SANTA FE - CORDOBA - MENDOZA - PARANA



**VALVULA
SANITARIA**

DIOGENES

ARTICULO NOBLE
INDUSTRIA ARGENTINA

VENTA EN TODAS LAS CASAS DEL RAMO

AVISOS CLASIFICADOS

PINTURERIA y PAPELERIA DEL NORTE

Variado surtido
de papeles pintados. Las últimas novedades

en **TEKKO y
SALUBRA**

Vicente Biagini y Hnos.

PARAGUAY 1126
T. A. 41 - 2425
Buenos Aires



PROTEJA
SU TECHO
PINTANDOLO
CON

GRAFISOL

PRESEPA Y EMBELLECE
Solicite folletos con colores
Fco. J. COPPINI
CHACABUCO 82 - T. A. 33, Av. 9676

MOSAICOS

E. ALFREDO QUADRI

Fundada en el año 1874

Avenida Angel Gallardo 160
(antes Chubut)

(Lindando con el P. Centenario)

U. T. 60, Caballito 0301 - 2564

Coop. Tel. 988, Oeste



"ARMANDAM"

La Grampa Ideal
para
Armado de Andamios

Rápida
Segura
Rendidora



JOSE LATRONICO

E. LAMARCA 4831-33
50-4356

CANILLAS

APROBADA POR

O.S.N.

DIQUE

NO GOTEA · HIGIENICA · PRACTICA · ECONOMICA · MODERNA

HELIOFOTO

SARMIENTO 372

T. A. 33 - 9095/96

COPIAS DE PLANOS

Fotocopias de Documentos

COPIAS
DE
PLANOS

IMPORTACION DE PAPELES Y TELAS
Artículos para dibujos en general

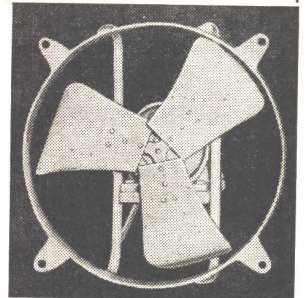
DESALVO Hnos.

Sucesores de S. Casagrande

B. de Irigoyen 276 Ferro Prusiano -
T. A. 37, Riv. 0231
T. A. 38, Mayo 4647 Galato y Sepia

EXTRACTORES DE AIRE "NELSON"

Aplicables
a cualquier
ambiente
y en todo
diámetro



Fabricantes

TALLERES ELECTROMECHANICOS "NELSON"

SOC. RESP. LTDA. - CAP. \$ 120.000
BOLIVAR 839 33 - 0132

GUIA PROFESIONAL

AMIANTO

CALEFACCION

CERAMICAS

CALEFONES



amianto

ASLACIONES - MASILLA
DE AMIANTO (Aprobado
por el Min. de Guerra)

Termotécnica Argentina
(José Tomassini)

RIVADAVIA 755 T. A. 34-1734

D. Fortunato & Cía.

INSTALACIONES DE
CALEFACCION

en todos los Sistemas y Anexos
Instalaciones de quemar petróleo

QUESADA 2670 — T. A. 70-5024
BUENOS AIRES

**CERAMICA
LIGURE**

PISOS Y REVESTIMIENTOS

B. SORGE y Cía. Esmeralda 22
Buenos Aires 34-Def. 5212

HURI

Supercalafones y

Cocinas a Gas

Seguros - Sólidos - Económicos

Exposición y Ventas:

SARMIENTO 2745

T. A. 47, Cuyo 4353

CONSTRUCTORES	HIERRO FORJADO	MAQUETTES	MOSAICOS
<p>Luis V. Migone ING. CIVIL EMPRESA CONSTRUCTORA Arenales 2428 T. A. 44-9119</p>	<p>RODOLFO RAPETTI Ex Empleado de la Casa Thenée Hierros forjados - Cobres a mano - Cerámicas de Estilo - Araños - Faroles - Lámparas - Herrajes para bargueños y chimeneas. TALLER EN LA CASA CARLOS PELLEGRINI 748 T. A. 41-4612 - Bs. Aires</p>	<p>MAQUETTES CUALQUIER CATEGORIA HANS E. JORGENSEN H. Irigoyen 676 - T. A. 34-5207</p>	<p>MOSAICOS REVESTIMIENTOS Y ESCALERA V. MOLTRASIO e HIJOS S. R. L. - Cap. \$ 200.000 Exp. y venta: FED. LACROZE 3335 T. A. 54, Darwin 1868 - Buenos Aires</p>
CONSTRUCCIONES	HIERRO FORJADO	MARMOLERIA	MOSAICOS
<p>EMPRESA DE CONSTRUCCIONES "OETTEL" CORRIENTES 4634 T. A. 79, Gómez 6153</p>	<p>BAIOCCO hierro forjado MUEBLES Y ARTEFACTOS DE CALIDAD Mayolicas Italianas Avenida CORDOBA 3843 T. A. 71 - Pal. 5813</p>	<p>MARMOLES CELSI & Cía. R. de Janeiro 631 esq. Díaz Vélez T. A. 60, Caballito 1840 Buenos Aires</p>	<p>COMERCIAL INDUSTRIAL MAYMO MOSAICOS SOC. RESP. LDA. CAP. \$ 125.000 MAYOLICAS - MOSAICOS - CERAMICA Dep. y Fábrica Exp. y Ventas Av. SAN MARTIN 3994 CHACABUCO 710/14 T. A. 741 - 1990 T. A. 33-3312 Florida F. C. del E. Bs. Aires</p>
HERRAJES PARA OBRAS	INSTALACIONES DE GAS	MOBLAJES Y DECOR.	PINTURAS
<p>HERRAJES PARA OBRAS MODERNOS Y DE ESTILO CARLOS R. FORNI Av. Ple. R. S. PEÑA 1146 35-7724</p>	<p>Cía. Arg. Instal. Gas S. R. L. (CAP. \$ 20.000) Mair. Gas de L. E. y Munic. COC. CALEF. RAD. ETC. Exp. y Venta Dep. B. MITRE 2664 A. THOMAS 784 T. A. 54 - 8561</p>	<p>Angel di Baja Decoraciones de interiores Tapicería Bustamante 884 T. A. 79, Gómez 4295</p>	<p>B. BAYON EMPRESA DE PINTURA Para Trabajos de Calidad Escritorio y Depósito Estados Unidos 324/6 T. A. 34-2083</p>
HIERRO FORJADO	LADRILLOS	CASA RIZZA	VITRAUX
<p>BELLANI & Cía. CREACIONES FABRICANTES-IMPORTADORES HIERROS ARTISTICOS ARAÑAS-FAROLAS-CADELABROS LAMPARAS-CONSOLAS-CHIMENEAS REJAS-HERRAJES-APLIQUES BRONCES-COBRE BAT. CERAMICAS DIAZ VELEZ 3473-U.T. 62-2879</p>	<p>SUCESION DE FRANCISCO CTIBOR FABRICA DE LADRILLOS Ringuelet F.C.S. - U. T. 890, La Plata Escritorio: Avda. de Mayo 878 U. T. 34, Defensa 8580 LADRILLOS MACIZOS F. C. aprobados por la Dirde las O. S. de la Nación HUECOS PATENTADOS para entrepisos azoteas, chimeneas, bebederos, etc.</p>	<p>CASA RIZZA CARPINTERIA MOBILIARIOS DECORACIONES INSTALACIONES 47, Cuyo 4960 CASTELLI 135</p>	<p>CASANOVA Hnos. Vitraux D'Art En todos los estilos Av. FOREST 731-33 T. A. 54, Darwin 8050</p>

NOTICIAS

CONCURSO MUNDIAL...

(Viene de la pág. 70)

procedimiento y dispuestos de la manera que se prefiera sobre los cartones.

Cada pieza debe ser mostrada en suficientes dibujos (planos, cortes, detalles, etc.), de manera que pueda ser construida con ellos. La escala de los dibujos es dejada a elección de cada uno, aunque como sugestión se adelanta que convendría la de 1/4. La escala de todos los dibujos debe ser claramente indicada en los mismos. Todas las dimensiones importantes deben ser indicadas y los materiales claramente especificados. Además de los dibujos técnicos, cada pieza puede ser mostrada en una perspectiva coloreada o mediante un dibujo isométrico a escala suficiente como para dar una idea bastante exacta de la pieza terminada.

Todos los dibujos presentados al concurso deben carecer de toda señal de identificación y deben ser acompañados de un sobre sellado conteniendo el nombre y dirección del competidor; más datos se dan bajo el título "anonimato de los concursantes".

Se pueden presentar también, aún cuando no es obligatorio, fotografías de los modelos o de los muebles hechos;

así como los dibujos sometidos, no deben llevar marcas de identificación y deben ir acompañados de un sobre sellado conteniendo la dirección y el nombre del competidor.

Anonimato de los Concurstantes

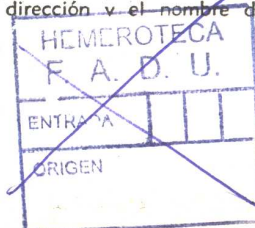
Los dibujos no deben llevar nombres o símbolos de identificación. Cada competidor enviará, junto con sus dibujos, un sobre común, opaco, sellado, conteniendo su nombre completo y su dirección. Una mesa de entradas le dará número a los dibujos y al sobre. Como cada competidor puede presentar más de un proyecto, hará lo indicado para cada uno de ellos. Los envíos que no respeten esta condición no serán tomados en cuenta.

El Envío de Material por Correo

Se pueden mandar trabajos por correo común o aéreo, por cuenta del que envía. En este caso deben llevar la siguiente dirección:

Edgar Kaufmann, Jr., Director
Museum of Modern Art Furniture Competition
c/o Manhattan Storage & Warehouse Company
801 Seventh Avenue
New York 19, New York, U.S.A.

Una declaración de valor debe aparecer en el exterior del paquete. Una factura mostrando los valores detallados debe ir en el interior del mismo. Este paquete debe ir separado del sobre conteniendo la dirección y el nombre del competidor.



PRODUCTOS
DURABEL

Hijos de **PABLO CONCARO**

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - CAPITAL \$ 1.000.000

CORRESPONDENCIA
CASILLA DE CORREO N° 20
BERNAL
F. C. S.

AVDA. LOS QUILMES Y LINIERS
(RUTA NACIONAL N° 2 - KILOMETRO 17355)
QUILMES
F. C. S.

U. T. 202 (BERNAL) 0149

Fabricantes de Pinturas · Colores · Barnices · Esmaltes · Aceites de Lino



JOSÉ THENÉE
HIERROS Y BRONCES
ARTÍSTICOS FORJADOS
BELGRANO 774

BONAFEDE E HIJOS S. R. L.
CAPITAL \$ 1.200.000 M/N

☆

SAN JUAN 2599
T. A. 45-3830-0395 — COOP 492 SUD

☆

MATERIALES Y ARTEFACTOS SANITARIOS
FABRICA DE CAÑOS DE PLOMO

Nota: Los trabajos que estén tasados en 100 dólares o más, requieren una factura consular que puede ser obtenida del cónsul de los Estados Unidos, y debe ser enviada al director de la competencia a fin de que el paquete no encuentre dificultades en la aduana de los Estados Unidos. Tal factura consular es innecesaria si el valor asignado es inferior a 100 dólares.

Devolución de los Trabajos

Los dibujos ganadores de premios quedan de propiedad del Museo. Los concursantes deben notificar al Director del Concurso si quieren que se les devuelvan los trabajos en caso que no sean premiados. Esta información debe formar parte de la notificación a enviarse anunciando la



INDUSTRIA GRANDE
NACION PROSPERA

- CEMENTO PORTLAND
- CALES HIDRATADAS MOLIDAS
- AGREGADOS GRANITICOS

LOMA NEGRA S. A.
AV. ROQUE SAENZ PEÑA 636 - BUENOS AIRES
T. A. 33, AVENIDA 1533

intención de intervenir. Si así se pide, los trabajos serán devueltos a sus propietarios dentro de un tiempo razonable, a menos que el Museo pida y obtenga la autorización de conservarlos más tiempo con propósitos de exposición o de inclusión en sus colecciones. Los trabajos que no sean reclamados, serán destruidos después de seis meses. Aunque lógicamente el Museo tendrá el mayor cuidado, no se hace responsable por la pérdida o avería de cualquiera de los trabajos presentados.

Fabricación y Venta de los Proyectos Premiados

Museum Design Project Inc., uno de los promotores del concurso, dará los pasos necesarios para conseguir la fabricación y venta de los muebles premiados, en los Estados Unidos.

Cada proyectista ganador en la competencia, acepta que durante un periodo de seis meses después de la fecha del otorgamiento de los premios, sólo negociará para la fabricación y venta de sus muebles en los Estados Unidos, con los fabricantes que le indique Museum Design Project. Este a su vez se compromete a que, en cualquier negociación de esta clase, para la fabricación y la venta de los muebles premiados, la base de compensación para el proyectista será una regalía no inferior al 3% sobre las ventas, o una suma fija consentida que equivalga a esa regalía.

A fin de que se mantenga el carácter esencial y la integridad de los proyectos premiados, el Museo arbitrará controversias que surjan de cualquier modificación sugerida en el proceso de realizar los proyectos. Los diseños finales deberán ser aprobados por el diseñador y por el Museo, y sólo proyectos así aprobados podrán ser identificados con el nombre del Museo de Arte Moderno o con el de este concurso.

Ningún proyecto presentado podrá ser identificado con el nombre del Museo, a menos que medie una autorización explícita.

Sobre Dudas

Cualquier duda que se tenga podrá ser disipada escribiendo a:

Edgar Kaufmann, Jr., Director
Department of Industrial Design
Museum of Modern Art
11 West 53 Street
New York 19, New York, U.S.A.

Ninguna pregunta recibida después del 30 de abril será contestada.

Para contestar estas preguntas se publicará un boletín que será enviado a todos los que hayan manifestado intención de intervenir. También se publicarán todos los cambios que pudieran introducirse en las condiciones generales originalmente anunciadas.

LADRILLOS DE CENIZA HOLANDESES

Las paredes interiores de las viviendas europeas se construyen habitualmente, con una especie de ladrillo hecho de residuos de piedra, al que se conoce en Holanda bajo el nombre de "bimsteen".

Mucho antes de la guerra advirtió Holanda hasta qué punto dependía de Alemania para la provisión de materias primas necesarias a la fabricación de este producto; por ello, en 1933, un grupo de previsores hombres de negocios encaró en Rotterdam las formas y procedimientos tendientes a producir un sustituto.

La medida fué, en verdad, oportuna, ya que las importaciones de esos ladrillos se interrumpieron bruscamente en 1940, y, por otra parte, la negativa de las autoridades de ocupación en Francia a permitir la reanudación de las exportaciones excluía cualquier posibilidad de resurgimiento mercantil en dicho renglón. Pero los investigadores de Rotterdam hallaron rápidamente un sucedáneo: los ladrillos o piedras de residuos, los que pueden producirse en masa en el país, utilizando cenizas y cemento.

COPIAS DE PLANOS



Papeles
y TELAS TRANSPARENTES
MATERIAL PARA DIBUJO
FOTOGRAFIA TECNICA

A. & M. CASASCO Y CIA

SOC. de RESP. LTDA. CAPITAL \$ 1.500.000. - %

SUC. RIVADAVIA 589 • LIMA 461 • B. A.

Casa Central:
CORDOBA 1836

• SUCURSAL ROSARIO RIOJA 867 •

80 kgs. por cm²

Los resultados fueron altamente satisfactorios, pero había aún lugar para mejorarlos. Posteriores investigaciones permitieron finalmente, obtener el ladrillo "Hannite", un producto de cenizas y cemento similar al anterior, pero con la adición de una cierta sustancia química, denominada "Hannotine".

Protegido por patentes nacionales y extranjeras, el ladrillo "Hannite" ofrece las siguientes características: tiene un contenido de 90 por ciento de cenizas y las medidas corrientes de su fabricación son de 25 centímetros de largo, 12 de ancho y 5, 7 ó 9 de espesor.

Primeramente se pasan todas las cenizas por una máquina que produce partículas de tamaño uniforme, separando aquellas de las dimensiones deseadas (de 1 a 5 milímetros) y triturando el resto.

Esto confiere a los ladrillos "Hannite" sus contornos regulares, lo que tiene grandes ventajas en la construcción, pues ahorra mezcla. Además el ladrillo se torna sumamente resistente, hasta el punto de aguantar una presión de 80 kgs., por centímetro cuadrado, o sea cuatro veces la requerida usualmente.

La mezcla con "Hannotine", impide la oxidación de las cenizas y evita que el ladrillo se desmenuce. Un clavo se sostiene con tanta firmeza en un ladrillo de esta clase como en un pedazo de madera.

Elaboración Fácil

El proceso de fabricación de estos ladrillos es relativamente sencillo. Las cenizas, después de su separación y molimiento, se mezclan con cemento. La mixtura pasa en seguida a una máquina que le agrega agua y la sustancia química, después de lo cual se vuelca en moldes y se la deja allí bajo presión. Se extraen más tarde los ladrillos y se les deja secar. Después de permanecer estacionados durante un mes, se hallan listos para el uso. De esta manera se producen diariamente más de 5.000 ladrillos en una fábrica de Rotterdam, destinados todos al mercado interno. Enormes cantidades se reservan para su empleo en las casas de departamentos que se hallan en construcción. El nuevo ladrillo se utiliza actualmente sólo en las paredes interiores, pero se proyecta emplearlo tan pronto como sea posible, en reemplazo del maderamen, especialmente en la tirantería. Los ladrillos "Sintelsteen" ya están siendo exportados y los "Hannite" lo serán también en el futuro cercano. Las numerosas cualidades que ellos reúnen eliminan cualquier duda acerca de las preferencias que habrán de merecer entre los constructores de otros países.

Una gran ventaja del proceso de producción "Hannite" es que permite manufacturar también vigas y tablas de un espesor mínimo de 3 centímetros.

Gran Bretaña, que sufre en la actualidad una gran escasez de materiales de construcción, pues sólo en Londres hacen falta cien mil casas para vivienda, ya ha solicitado a Holanda veinticinco millones de ladrillos. Pero como las casas inglesas no pueden construirse enteramente de ladrillo, los británicos se han dado a buscar un sustituto de la madera, más fácilmente obtenible, pues aquella es de precio muy elevado y resulta inconveniente importarla. Las tablas y vigas "Hannite" serán sin duda el mejor y más conveniente sustituto para tales casos.