Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansiòn Comercial
Band: - (1956)
Heft: 3

Artikel: Carta de Londres
Autor: Fonteyn, Ruth
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-797675

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Carta de Londres

El mes de agosto suele ser el de la serpiente de mar, fabuloso animal que ha sido reemplazado estos últimos años por los platillos volantes y por los Marcianos que se pasean por nuestro planeta. Este verano, los periódicos se han ocupado mucho del tiempo que viene haciendo, pero también han encontrado sitio para hablar de una novedad: los vestidos y trajes de papel cuyo precio al detall sería de aproximadamente una libra esterlina. Confieso que yo, por mi parte, no llevaría un vestido de esos sin algo de aprensión. Más bien serían los señores los que deberían demostrar su galantería y su valor siendo los primeros que experimentasen públicamente estos nuevos artículos.

Pero dejémonos de chanzas y examinemos rápidamente las tendencias marcadas en el comercio de detall durante la pasada temporada. Naturalmente que las restricciones impuestas al crédito, de la que se habló mucho, van causando efecto, si bien esto se hace sentir en distintos grados según las categorías de artículos. En el momento de escribir estas líneas, las ventas de la temporada de verano han terminado ya desde hace algún tiempo; los resultados se consideran como confidenciales, cierto es, pero según lo que he podido saber, es evidente que no son completamente satisfactorios. Según mi parecer, este hecho no se le debe únicamente a la reducción del dinero líquido disponible, sino hasta cierto punto, a que las liquidaciones de fin de temporada tienen lugar ridículamente pronto, o a mediados de junio o a principios de julio. Es evidente que esas ventas tienen por objeto liquidar las existencias y permitir el cierre de cuentas a fines de julio, pero, juzgando según los últimos años, coinciden precisamente con el momento de empezar el estío ..., si es que llega a haberlo. Algunas casas que tienen un carácter más individual se ven obligadas a seguir la corriente y situar sus liquidaciones de saldos en las mismas fechas que las de los grandes almacenes, pero existe una «boutique» en Londres que ha despertado el mayor interés: Ha seguido vendiendo su surtido a los precios corrientes hasta mediado agosto y solamente entonces ha realizado sus existencias con una liquidación «verdadera». El resultado de semejante táctica ha sido para ella una temporada muy fructífera vendiendo sus artículos al precio normal y realizando una venta de saldos al verdadero final de la temporada.

Las parroquianas más jóvenes sienten la tentación de comprar pronto y de empezar a llevar los vestidos de algodón ya en abril, en parte, con la esperanza de que la buena estación empiece temprano y, en parte, debido al atractivo que ejercen los colores vivos de los vestidos primaverales. Los departamentos que han logrado más éxito en los grandes almacenes y en los comercios especializados son precisamente los que vendían prendas sueltas, «separates», de las categorías interesantes y de colores vivos, pero las mujeres de cierta edad que también aprecian los colores alegres y los modelos que pueden ver en el extranjero no sienten interés por muchos artículos de buena calidad y bien hechos pero faltos de inspiración y de personalidad. Se comprueba que el público está dispuesto a comprar donde encuentre artículos originales hasta cierto punto, mientras que las ventas permanecen estagnadas en los almacenes que únicamente se abastecen

METTLER & CIE S. A.,
SAINT-GALL
Woven Jacquards.

RUDOLF BRAUCHBAR & CIE, ZURICH

Gold and black lamé.
Model by Frederick Starke Ltd., London

Photo Zanton

con artículos cuya venta parece segura. Estoy absolutamente persuadida de que vivimos en una época en la cual el comercio está dominado por la mujer «término medio»; quiere sentir la tentación y que se la solicite para que compre artículos más originales, pero, frecuentemente, los fabricantes y los compradores profesionales de los almacenes ignoran, olvidan o no tienen en cuenta los que constituye el verdadero placer de comprar y cómo han de estimularlo. Los que se contentan con fabricar o vender artículos de venta corriente empiezan estos últimos años a experimentar dificultades para colocar su producción, y si no evitan a tiempo ese peligro, acabarán quedándose completamente a la zaga. Esta afirmación pudiera parecer brutal, pero no es menos patente que la moda es una preocupación primordial para muchísimas mujeres (lo que, por lo demás, ha llegado a ser una cantera de chistes fáciles y gastados para los hombres). En resumidas cuentas, lo cierto es que, desde aquella época en que cubrían su desnudez con las pieles de las bestias, el vestido es para la mujer un asunto apasionador y la mejor posibilidad que tiene a su disposición para expresar su personalidad.

Los fabricantes y los compradores profesionales deberían tener estas verdades siempre presentes; los primeros tendrían que ser más sensibles y más audaces, y los segundos, deberían hacer que prevaleciese su propio juicio basado en la experiencia. Al fin y al cabo, el buen comprador profesional es el que sabe lo que se venderá rápida-

mente y no aquel cuyas estanterías están atestadas de maulas que inmovilizan capital inútilmente.

Cuando escribimos estas líneas, no es precisamente en la época en que se encuentran muchos artículos suizos en los almacenes, puesto que las entregas para el otoño todavía no han llegado, pero, no obstante, me fué posible ver hace poco algunos nuevos tejidos para la primavera (Mettler). Confieso francamente que quedé fascinada por los efectos, los colores y los dibujos de estas telas de algodón estampadas y labradas. Aunque los precios de algunos de ellos parecen algo altos para que se puedan esperar muchas ventas en los mercados británicos, ello quedará compensado por el choque psicológico que producirán sobre el sentido de la moda de ciertas parroquianas acomodadas. Entre los tejidos que más me han gustado, había unos tejidos Jacquard con dibujos de flores y geométricos, algodones peinados, con un acabado satinado y, también, dibujos frescos y chisporroteantes, en parte cobre semihilo, absolutamente encantadores y que sientan muy bien para las muchachas jóvenes.

En el campo del calzado, la marca Bally conserva su posición dominante y ha lanzado dos colecciones para este otoño que son nuevas aquí y que llaman «Alta Costura» y «Vanguardia». El interés principal ha sido dedicado a los tacones, que son esbeltos y elegantes, a menudo decorados con piedras falsas o con metal dorado. En general, los modelos son más bien altos que bajos, dando mayor importancia a una línea más esbelta en el empeine, como puede verse en los modelos de calzados más distintos, desde los de cóctel hasta los de deporte. Como era de esperar, el negro mantiene su supremacía, siguiéndole los tonos oscuros del pardo, del rojo y del azul.

De los calzados, sólo nos separa un paso para hablar de las medias, campo en el cual el nylón espumoso sigue mereciendo el mayor interés. Los hilados «Helanca» son utilizados ahora en gran escala por muchos fabricantes importantes (30 deniers). Se los emplea cada vez más, y también para la ropa interior, los calcetines, etc.; para terminar, hemos de mencionar que el equipo británico masculino delegado para los Juegos Olímpicos de Melbourne usará calcetines blancos y grises manufacturados con hilados «Helanca».

Ruth Fonteyn

BALLY CHAUSSURES S. A., SCHOENENWERD
(modèle déposé)
White satin mule with gold kid buckle.
Photo Wallace Heaton Ltd.

BALLY CHAUSSURES S. A., SCHOENENWERD
(modèle déposé)
Suede and grograin court shoe with elasticised sides.
Photo The London News Agency Photos Ltd.

BALLY CHAUSSURES S. A., SCHOENENWERD
(modèle déposé)
Black suede pump with gilded heel, lined with gold leaf kid.
Photo Wallace Heaton Ltd.