

Zeitschrift: Textiles suizos [Edición español]
Herausgeber: Oficina Suiza de Expansión Comercial
Band: - (1964)
Heft: 1

Artikel: Un éxito que no tiene historia
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796864>

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: 03.04.2026

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

Un éxito que no tiene historia



Vista aérea de la fábrica «Alpinit» en Sarmenstorf

El éxito, que ha hecho del nombre «Alpinit» una de las marcas representativas de la calidad suiza en el ramo de la calcetería — tanto en el país como en el extranjero — parece no tener historia, como el destino de los pueblos felices (según dice la sabiduría de las naciones). Esto no quiere decir empero que el éxito haya venido de por sí solo... También la coyuntura ha contribuido a ello, por cierto, pero el auge económico no podría haber surtido ningún efecto sin otros factores importantes, como la perseverancia, la clarividencia comercial, el estudio y conocimiento de los mercados, el buen gusto y, sobre todo, la fidelidad sin reserva al principio de la calidad.

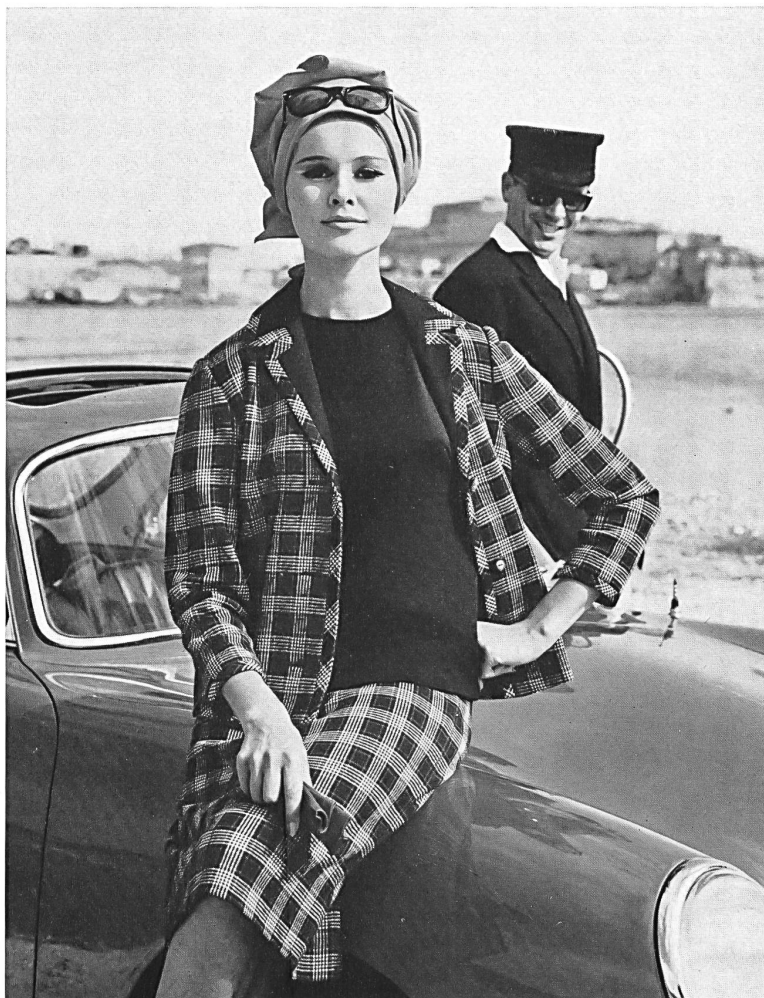
Al principio hubo tan sólo una pequeña fábrica de vestidos de punto fundada en 1910, pero pronto se formó una tradición y alcanzó reputación de buena calidad: calidad de las primeras materias, calidad de la ejecución... y de elegancia de los modelos. Al terminar la guerra, la necesidad de reponer las existencias que prevalecía en todos los países, facilitó enormemente la tarea. También para la competencia, por lo demás. Y entonces fue elegido el camino a seguir de acuerdo con la tradición de ejecución esmerada que prevalece en Suiza. ¡Velay toda la historia! Para todo lo demás, tan sólo se trata de detalles de orquestación. Se fue formando una clientela, se ha desarrollado la fábrica, se llegó imponer la marca.

Desde luego que siempre existió cierta especialización: Esta casa no fabrica prendas interiores, y esta restricción voluntaria de su programa representa un factor positivo en la época presente, cuando existe carencia de mano de

obra. El programa abarca tan sólo vestidos, faldas, pulóveres y chalecos de señora, pulóveres y chalecos de caballero. Con una dotación de 300 colaboradores aproximadamente esta fábrica puede ser considerada como importante si se tiene en cuenta que se le limita a la producción de vestidos exteriores en la categoría de calidad elegante. Por motivos económicos también, la clientela se limita a unos diez países incluyendo a Suiza que absorbe aproximadamente la cuarta parte de la producción, mientras que las otras tres cuartas partes se reparten entre Alemania, los Estados Unidos de América, Suecia, la Gran Bretaña, los Países Bajos, el África del Sur, Bélgica y Francia. A pesar de este número limitado de mercados, la producción ha de ser sumamente variada ya que los gustos difieren mucho de un país a otro.

Para la producción no se utiliza fibras mezcladas, sino exclusivamente lana merino de Australia en su mayor parte, así como hilo de Escocia y también cierta cantidad de Shetland y de moharé. Los artículos no son teñidos en piezas, sino que se los hace siempre con lana y algodón teñido en hilo e inclusive en fibra. La mayoría de los artículos salen de fábrica ya deslustrados y son por consiguiente inecogibles, y todos los artículos de punto de fibras animales están protegidos contra la polilla por el tratamiento con «Mitin».

Para que los artículos de punto de lana sean de buena calidad necesitan además ser enfurtidos con lo que se



Terno, con falda y chaqueta de malla Wevenit pura lana



Elegante blazer para caballero, de malla pura lana. Apuesto conjunto de tricot pura lana, para señora: blazer, pulóver listado fantasía, pantalón

vuelven más suaves al tacto, pero lo principal es que se emplee los telares de punto más apropiados.

Al recorrer esta importante fábrica se descubre un gran número de máquinas de hacer punto o de calcetería de construcción reciente y que, en parte, están gobernadas electrónicamente. Esta variedad de telares circulares, rectilíneos y para calcetería disminuida confiere a esta empresa la facultad de adaptarse rápidamente a la moda que, a veces, se modifica bastante de prisa. Estas máquinas que ofrecen numerosas posibilidades pueden producir, de acuerdo con las necesidades, artículos lisos o jacquard.

Un hecho notable es que los telares de hacer punto son casi todos manejados por hombres que generalmente se dan más maña que las mujeres para manejar estas complicadas máquinas. Las obreras, por su parte, se dedican sobre todo a la confección. En esta parte de la

fabricación observamos en primer lugar que las telas de malla son cortadas individualmente en vez de superponerlas en capas para cortarlas todas juntas; así se obtiene unas piezas de mayor exactitud. En la confección están ocupadas además muchas mujeres que hacen labor de remallado que consiste en unir dos piezas malla a malla, sin costura aparente. Además, otro detalle de primera importancia, unas veinte personas se dedican exclusivamente a la verificación de las piezas terminadas. También durante la fabricación se vigila cada pieza durante unos quince minutos, lo que quiere decir que a su salida de la fábrica, se trata efectivamente de una calidad perfectamente controlada.

Como es natural, también la creación desempeña un papel para el buen éxito de esta marca, cosa que no hemos de olvidar. Los modelos son concebidos en la misma

- 1 Vestido de dos piezas de pura lana
- 2 Juvenil chaqueta de pura lana

casa para que resulten simultáneamente conformes a la exigencias de la moda — de la moda internacional, lanzada por París y adoptada por los otros centros — y portables, correspondiendo al mismo tiempo a las exigencias del material utilizado, tela de punto de lana o de algodón, y al gusto de los distintos mercados... Problema complejo y nada fácil de resolver, pero para el cual siempre se ha encontrado una solución como se puede deducir del éxito logrado que es cada vez mayor.

Con estas pocas y breves anotaciones sobre la casa *Ruepp & Co., S.A.*, de Sarmenstorf hemos querido indicar que se trata de una empresa fiel a su principio de base, el de la calidad, que le ha valido a la marca tan conocida «ALPINIT» la fidelidad de una importante clientela, en la actualidad limitada tan sólo por la carencia de mano de obra.

René Cadet



1
2

Encantador juego de dos piezas de malla fantasía de algodón mercerizado

