

Buscará competir con Pony, Converse y Vans

Alpargatas retoma la producción de las zapatillas Flecha en el país



03-11-10 / A cuarenta años de su nacimiento, Alpargatas retoma la producción de lo que fuera su marca insignia entre el público joven: Flecha. Con la marca la empresa, ahora de capitales brasileños, busca producir hasta 180.000 pares.

Por Lorena Guarino

Cuatro décadas pasaron desde que las zapatillas Flecha se convirtieran en las favoritas de una generación que buscaba su identidad en un calzado reconocido por su estética, al mejor estilo de las zapatillas norteamericanas que a cuentagotas llegaban al país. "A través de una estrategia conjunta desarrollada por Alpargatas Brasil y su subsidiaria local se decidió volver a producir las zapatillas Flecha para el mercado argentino", cuenta Diego Mohadeb, director de Marketing de Alpargatas. "Queremos conquistar el mercado 'casual urbano' donde actualmente con Topper tenemos el 65% de la ventas y creemos que porcentajes similares se pueden alcanzar con Flecha", agregó.

De esta manera, en la planta Aguilares que la empresa tiene en Tucumán, ya comenzó la fabricación de los 80.000 pares proyectados para este año y que comenzarán a salir a la venta este mes. Asimismo, ya el año que viene planean incrementar su producción a 180.000 pares.

Si bien desde la empresa no pudieron precisar la inversión que requerirá esta vuelta, adelantaron que mucho capital será puesto en materia publicitaria donde, sólo para lo que queda del año, destinarán \$2,5 millones. Además, para este relanzamiento se necesitó de la incorporación de más empleados en la fábrica.

De este modo, Flecha comenzará a competir con marcas tales como Pony, Converse y Vans, destinadas a un segmento de menores de 30 años. Al igual que estas firma apostará fuertemente al diseño apelando a estándares tradicionales argentinos o retro que hoy tienen particular atractivo para los consumidores de ese nicho, a la vez que se posicionará en el mismo segmento de precios, que arranca desde los 170 pesos.

Para ello, Alpargatas realizó acuerdos con marcas como Rasti, Mafalda o El Eternauta para realizar modelos temáticos de cada una de ellas y buscará en el futuro seguir implementando este tipo de alianzas.

Aunque las zapatillas se producirán exclusivamente para el mercado interno, es probable que en tres años crucen las fronteras para llegar a países como Chile y Uruguay.

Por otro lado, Alpargatas buscará reforzar el segmento de running cuando en el 2011 comience con la importación y comercialización del calzado deportivo japonés Mizuno.

Flecha. La historia de la marca se remonta a 1962, año de sus surgimiento y su éxito a lo largo de dos décadas. Luego de ese suceso, Alpargatas decidió discontinuar su producción y apuntar sus cañones a su otra etiqueta, Topper, la que tenía un espectro más amplio de productos, ya que también se dedicaba al segmento deportivo.

A pesar del transcurrir del tiempo, las Flecha parecieron trascender a través del inconsciente social y en el 2005, cuando Kosiuko decidió comprar la licencia para volverlas a producir, el público le dio el visto bueno a esta vuelta.

Sin embargo, al no realizarse una producción en gran escala, el sueño duró menos de dos años y las Flecha volvieron a quedar en el olvido; hasta ahora que Alpargatas acaba de recomprar su licencia para salir a la calle con un estilo renovado.

Url: <http://www.elargentino.com/Content.aspx?Id=112772>

IMPRIMIR

ElArgentino.com - © Copyright 2008. Todos los derechos reservados.