

Bata^{MR}

MERCADO

Bata es una empresa que ha estado junto a la familia chilena a lo largo y ancho del territorio nacional desde 1939, entregando calzados de alta calidad y modernos diseños, de acuerdo a las exigencias del mercado chileno a través del tiempo.

Hoy, la marca Bata está presente en 66 países del mundo, en los cinco continentes, con más de 4.800 tiendas. En Chile atiende a través de 145 tiendas a lo largo del país, con presencia en los principales malls y áreas comerciales de Chile.

Tiendas Bata ha establecido una relación con la familia chilena desde hace muchos años, pues son la primera alternativa para la compra de calzado escolar. A su vez, ofrece las tendencias de moda para damas y caballeros, tanto de vestir como casual. La gente joven también encuentra en tiendas Bata un amplio surtido de marcas y modelos en sus líneas deportivas y sport fashion, siempre con su excelente relación precio calidad.

Con esto ofrece una amplia variedad de calzados y accesorios para la familia neo tradicional que valora su dinero, y por lo tanto, maximiza su relación de valor con el producto que compra.

Desde los inicios de Bata hasta hoy el mercado ha sufrido muchos cambios. En un comienzo se trataba de un mercado muy cerrado, con grandes fábricas locales y una distribución atomizada. Hoy, en cambio, el retail está concentrado en grandes jugadores y existe una importación de fronteras abiertas. El consumidor de hoy es más exigente, informado y ha dejado de ser tradicional para adaptarse rápidamente a las tendencias de la moda.

LOGROS

El principal logro de Bata es llevar más de 67 años en el mercado chileno, adaptándose satisfactoriamente

a todos los cambios y evoluciones de la industria del calzado, sin dejar de ser una marca rentable. Por otro lado, Bata ha vivido un destacado proceso de transición y flexibilización hacia un retail exitoso, manteniendo siempre una coherencia en el mensaje, los productos y el posicionamiento que se ha establecido en la estrategia de la marca.

Esa facilidad de adaptación le ha permitido reinventarse constantemente, con formatos y líneas de tiendas diferentes, como lo que se ha hecho en los centros



comerciales Alto Las Condes y Parque Arauco, y en sus nuevas tiendas de formato grande en Concepción y Maipú.

No menos importante es la cobertura y distribución que tiene a nivel nacional. Podemos decir que en cada ciudad con más de 20.000 habitantes hay siempre una tienda Bata.

Otro punto a destacar, es que siendo una marca internacional, logra un alto nivel de identificación

con la gente, quienes la ven como una marca chilena. Ese vínculo con las personas ha sido fundamental para su éxito.

Finalmente, el producto siempre está evolucionando en función de las nuevas tendencias y de la tecnología.

HISTORIA

En 1876 nace en Zlin (actual República Checa) Thomas Bata, novena generación de una familia de zapateros. El 24 de agosto de 1894, a los 18 años, Thomas funda la Organización de Calzado BATA, junto a sus hermanos Antonin y Ana. Y en 1897 se lleva a cabo la producción de la "Batovka", el primer zapato de tela que se fabricó mecánicamente.

En 1905 Bata, gracias a la visión de su fundador, la mano de obra cualificada y a los equipos

modernos que posee, consigue una producción de 2.200 pares de zapatos al día y emplea 250 personas. Su divisa era: "El cliente es nuestro maestro". Así, en 1909 la sociedad comienza a exportar y crea sus primeras representaciones comerciales en Alemania, en los Balcanes y en el Medio Oriente.

1917, las ventas alcanzan 2 millones de pares al año. Las

fábricas, que emplean 500 personas, son modernizadas gracias a la importación de máquinas eléctricas. La prosperidad de la empresa es compartida con las comunidades en donde se ubican y con quienes trabajan. Estos beneficios se pueden ver en la construcción de escuelas, habitaciones modernas, hospitales y tiendas cerca de las fábricas Bata. En 1932, Thomas Bata muere en un accidente aéreo (en ese momento se producían zapatos Bata en 28 países). Su hijo, Thomas J. Bata, se hace cargo de la organización. Bajo su dirección, la empresa duplicó el volumen de sus negocios y se extendió hacia



muchas regiones del mundo, hasta transformarse en lo que es hoy: una empresa multirracial, multicultural y multilingüe, dirigida por Thomas G. Bata, nieto del fundador y actual CEO.

En Chile, Bata es fundada el 29 de agosto de 1939, con la apertura de su fábrica en la ciudad de Peñaflor. De ahí en adelante, la compañía se integra verticalmente en la fabricación y comercialización de calzados, abriendo sus primeras tiendas en Peñaflor y San Diego, en Santiago. A partir de aquí, la cadena de tiendas Bata comienza a estar presente en las principales ciudades de Chile, y atiende a clientes de las diversas zonas: norte, centro y sur del país. Bata se ha caracterizado por establecer una relación con la comunidad, entregando no sólo calzados, sino también proveyendo de una fuente laboral estable a sus más de 2.000 trabajadores en Chile. Actualmente, Bata tiene 145 tiendas a lo largo de todo el país, en las cuales ofrece al público productos con la marca Bata junto a destacadas marcas internacionales.

PRODUCTO

Bata comienza en Chile fabricando el cien por ciento de sus productos localmente, bajo los más altos estándares de calidad internacional. Posteriormente extiende la fabricación a otros países, manteniendo las exigencias y estándares en sus fábricas en el exterior. En cada tienda Bata existe un área y un producto pensado en cada miembro de la familia.

Entre sus productos destacan sus calzados de alta tecnología, creados con sofisticados sistemas de aire y hormas



anatómicas que otorgan máxima flexibilidad y comodidad en sus líneas comfort, para damas y caballeros.

Su estrategia es ofrecer al consumidor una excelente relación precio calidad, utilizando materiales de primera, innovaciones tecnológicas y siempre siguiendo las últimas tendencias de moda. El producto final siempre tiene un valor agregado. Así, Bata busca entregar a sus consumidores un elemento adicional a sus expectativas.

DESARROLLOS RECIENTES

Destacable es el nuevo concepto de tienda, con un enfoque netamente familiar. Ejemplo de ello son las nuevas tiendas de Alto Las Condes y Parque Arauco, en Santiago, donde se disfruta de un ambiente más moderno y cómodo, para dar una mejor atención al consumidor. Esto último se refleja, principalmente, en la segmentación de productos por sectores, que hacen más fácil y agradable la experiencia de

compra del consumidor. El formato de venta asistida (large format) se enfoca a mostrar una gran variedad y cantidad de productos. Este gran surtido y stock le permiten al cliente encontrar rápidamente lo que está buscando. A diferencia de otras, este tipo de tiendas cuenta además con ropa de mujer, niños y deportiva, además de accesorios para cada uno de los consumidores. En definitiva, está pensada para que la familia completa compre en un lugar amplio y cómodo.

Se desarrolla también la Gift Card, que es una tarjeta de regalo prepagada que se puede adquirir en cualquier tienda Bata del país, con el objetivo de proporcionar un medio fácil y novedoso para realizar un regalo a un pariente o amigo.

El Club Privilegios Bata, que es un programa de fidelización, permite al consumidor ahorrar, ganar y obtener beneficios todo el año. También ofrece oportunidades exclusivas, como ventas especiales, liquidaciones, ofertas y todas las ventajas que el Club desarrolla para sus socios.

Actualmente se está desarrollando la E-gift y las compras de sus productos por Internet.

PROMOCIÓN

La marca se caracteriza por estar desarrollando continuamente promociones que tienen como estrategia entregar un valor adicional al cliente, y por supuesto asociado a los productos. Las promociones van dirigidas a mujeres, hombres y niños, siempre entregándoles una novedad.

VALORES DE MARCA

La marca Bata está en el top of mind de la familia chilena. Esto lo ha logrado gracias a que ha sido una marca con un gran conocimiento del mercado del calzado, entregando un excelente producto y servicio, y además, proporcionando la garantía de satisfacción a todos sus clientes.

Es indiscutiblemente una marca líder, innovadora y, como tal, experta en el cuidado de los pies de toda la familia. Bata es una experiencia familiar, un calzado para todos y en todo momento de su vida.



La misión de Bata es “tener éxito como la organización mundial más dinámica, flexible y expansiva al mercado, con el calzado como su núcleo de negocios.”

Todos los miembros de la organización Bata conocen que la misión favorece el trabajo del vendedor en función de un horizonte común, aumentando con ello las posibilidades de tener éxito en su labor.

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE BATA

- Hoy BATA, está presente en 66 países en los cinco continentes. En Chile posee 145 tiendas en el norte, centro y sur del país.
- El 24 de agosto de 1894, a los 18 años, Thomas Bata fundó, en la república Checa, la Organización de Calzado BATA, junto a sus hermanos Antonin y Ana.
- En cada tienda BATA existe un área y un producto pensado en cada miembro de la familia.
- La marca se caracteriza por estar desarrollando continuamente promociones que tienen como estrategia entregar un valor adicional al cliente.

