MTNG EXPERIENCE
Elche Parque Empresarial
C/Severo Ochoa, 36
03203 Elche - Alicante
T. +34 96 663 24 74
www.mtngexperience.com
info@mtngexperience.com

MUSTANG

Aquí está el futuro: una empresa de fabricación y comercialización de calzado y complementos en continua comunicación con sus consumidores, fresca, adaptable a los cambios y tremendamente dinámica. Una empresa que te envuelve y te lleva a querer experimentar juntos.

MUSTANG:

1ª ETAPA: PASCUAL ROS AGUILAR-UNA MENTE CON UNA VISIÓN EXPORTADORA.

Desde el inicio de su actividad profesional en el año 1961, Pascual Ros Aguilar, fundador de esta empresa, vio la importancia de evolucionar hacia una empresa internacional, así como a la necesidad de diversificación de sus productos para adaptarlos a los distintos clientes potenciales.

Diversos premios corroboran esta vocación, como la Carta Exportador de Primera Categoría del Ministerio de Comercio a la actividad exportadora, o la Medalla de Oro de la Exportación, por la editorial Office. Su fundador consiguió hacerse un hueco en el escenario europeo, adaptando sus diseños a las necesidades que se iban detectando en las grandes cadenas de distribución de calzado en Europa, que por aquel entonces se centralizaban en Alemania, Francia y Holanda. Entonces, el marketing estaba muy enfocado a la empresa como entidad paraguas de todas sus acciones, y los productos se comercializaban en su mayoría bajo la marca de estas cadenas de distribución.

Se crearon líneas de producción especializadas en Elche para cada uno de los tipos de calzado a comercializar. Ello le permitió a la firma ser muy competitiva en cuanto a calidad y precio, lo que supuso un crecimiento muy fuerte durante esos años.

Las botas camperas, las sandalias de tela con suela de esparto y los "Wallabies" son estilos de producto muy significativos durante esta etapa.

2ª ETAPA: LA ADAPTACIÓN INCORPORACIÓN DE LA SEGUNDA GENERACIÓN

Lejos de estancarse, a principios de la década de los 90, sus hijos Pascual, Santiago, Sergio y María Ros Vidal tomaron el relevo, y dieron un nuevo enfoque a la empresa familiar, orientándola a un público adolescente que empezaba a tener poder adquisitivo durante esta década. Se apostó decididamente por tres pilares fundamentales que actualmente siguen vigentes: escuchar activamente al mercado, gestión eficiente de los recursos y apuesta decidida por la marca como firma de todo su trabajo. Desde entonces en adelante, la estrategia de marca ya se centra en el producto, firmados bajo la marca MUSTANG. Aunque en esa línea de continua evolución y adaptación a las tendencias del momento, en este siglo XXI se crean marcas enfocadas a distintos segmentos de mercado, todas ellas bajo el paraguas de la empresa. Todas estas marcas, y el marketing que llevan asociado, han conseguido penetrar de forma rápida en el mercado. La empresa a partir de entonces evoluciona para ser una gestora de marcas para distintos segmentos de consumidores.

mustang inevitably yours · SIXTYSEVEN · MARIAMARE · Cheiss · ESTEFANIA MARCO

EVOLUCIÓN DE LOS DISEÑOS

La multitud de diseños asociados a esta empresa han ido evolucionando según la estética o moda del momento, y siempre buscando anticiparse a lo que el consumidor demanda.

MODA CASUAL: CAMPERAS

Un pequeño recorrido histórico por los diseños más representativos de esta época nos llevan en primer lugar a la bota campera con plataforma y horma redonda (OASIS), pieza clave de los noventa, o la misma renovada, más COWBOY, con tacón más bajo y horma más puntiaguda, ya de finales de los 90.

ADAPTACIÓN A UN PÚBLICO JÓVEN: SALONES/BAILARINAS

Alrededor de la década del 2000 resurgen los zapatos estilo salón, pero adaptados a un público adolescente, con fuertes colores en el corte y con forros estampados de fantasía. En estos años, irrumpen también las "bailarinas", que tienen su origen en los zapatos utilizados por las bailarinas de ballet en Francia, principalmente en tejidos y materiales sintéticos y con gran éxito en sus versiones con lazos y bordados.

MODA URBANA: BOTAS MILITARES

Hacía el 2007, la moda gira hacía una estética más relacionada con el Mundo Urbano y Casual. Durante este periodo los botines planos con cordones, estilo militar, bajo una estética más punk, son los productos más consumidos. Como elemento más significativo, los remaches están presentes en casi todos los productos estrella de este periodo.

SPORT CASUAL: DEPORTIVOS

Paralelamente, desde finales de los 90, nace con fuerza entre el público más joven la moda deportiva para un uso casual o del "día a día". Las líneas deportivas dejan de estar presentes sólo en las tiendas de deporte para invadir territorios que hasta entonces habían estado reservados a los productos de moda. Durante este periodo, la estética deportiva se ha convertido en todo un símbolo que representa a las generaciones más jóvenes aunque también es utilizado por edades más adultas como reminiscencia de su juventud.

LA PROTECCIÓN DE SUS DISEÑOS. MIRADA EXTERIOR

Si bien la importancia de sus marcas y diseños desde siempre han estado presentes, no fue hasta el 2009 cuando tímidamente empezaron a buscar formas de proteger estos diseños de posibles copias por parte de sus competidores, importantes ya no sólo por sí solos, sino como apoyo a sus marcas.

Esta evolución queda reflejada en sus primeros registros de DISEÑOS INDUSTRIALES para Mustang Inter S.L., hasta la actualidad, en la que MTNG Europe Experience, S.L.U. tiene registrados más de 3.000 diseños de calzado y 140 de bolsos.

La multitud de diseños asociados a esta empresa han ido evolucionando según la estética o moda del momento, y siempre buscando anticiparse a lo que el consumidor demanda