

Semana del Alfajor: Llegó a San Rafael una marca “de culto”, con alta reputación y muy difícil de conseguir

09/05/2025



ALFAJORES
CAPITAN
DEL
ESPACIO
MR

\$1200

ALFAJOR RELLENO CON DULCE DE LECHE
CON BAÑO DE REPOSTERIA

PESO NETO **40g**
INDUSTRIA ARGENTINA

Cada inicio de mayo Argentina celebra la “semana del alfajor”, una de sus efemérides más dulces.

Esta golosina tan popular en el mercado lugar tiene su homenaje con promociones, lanzamientos de nuevos sabores y actividades a lo largo y ancho del país.

En este marco, sorprendió a varios sanrafaelinos la aparición en los últimos días de una marca “de culto”, que es muy popular en las redes sociales (sus fans lo definen como el mejor alfajor del país), de baja producción y muy difícil de conseguir: Capitán del Espacio.



Es que en un autoservicio de la zona Norte de la Ciudad (sobre Adolfo Calle) un lograron incorporarlo a su stock de ventas y el “boca en boca” llevó a que varios concedores empiecen a disfrutar de su aparición en el mercado local, pero también aprovecharon para “difundirlo” entre sus conocidos.

“Capitán del Espacio» es un alfajor de culto en Argentina, conocido por su misterio y reputación, especialmente en el sur del Gran Buenos Aires, ya que su planta de producción se encuentra en la localidad de Quilmes.

DEL PAPA AL KUN AGUERO

Se creó en 1962 por Ángel de Pascalis. Su falta de publicidad, lo convirtió en un producto deseado y objeto de un fuerte culto entre sus fanáticos. Su extraño nombre se debe a que por aquella época estaba “en boga” la carrera espacial en plena guerra fría.

Esa falta de difusión fue lo que generó un halo de misterio y un culto entre sus seguidores. El alfajor tiene grupos de fanáticos, tatuajes, helados y hasta muñecos del Capitán, su emblema durante años.

Entre sus fanáticos se encontraba el Papa Francisco, a quien lo fotografiaron con una caja en el Vaticano y también el ex futbolista Sergio “Kun” Agüero quien recordó que “de chiquito me mataba jugando a la pelota por un Capitán del Espacio”.



Durante mucho tiempo pareció un mito ya que casi no se conseguía. En los últimos años ampliaron su distribución y ha aparecido en algunos nuevos mercados. Se trata de un alfajor que ha creado una “cultura propia”.

Si bien ha ganado popularidad, su producción y distribución son limitadas. Esto sumado a su “antimarketing” y precio accesible (a nivel local se consigue a 1200 pesos) contribuyen a su exclusividad, que se retrata en su slogan “primeros en la conquista del buen gusto».