

# ***Tenis 'Supra' buscan mayor presencia en México***

La firma de calzado deportivo Supra Footwear nació en 2006 con el objetivo de atender a los skateboarding o patinadores, que requerían de un calzado cómodo y duradero para realizar los trucos. La marca llegó a México en 2012, convirtiéndose en sólo dos años, en su segundo mercado más importante, después de Estados Unidos.

Aunque Supra maquila la mayor parte del calzado en China, el crecimiento reportado en Latinoamérica, y especialmente en México, ha motivado a la firma a trasladar parte de la producción al continente, dijo Scott Bailey, CEO de la firma.

Recién empezó a producir en Brasil y hacia 2015 buscará proveedores para fabricar en México, producción que servirá para abastecer tanto al mercado local como a otros países de Latinoamérica e incluso a Estados Unidos, precisó Bailey.

## **Segmentación, la clave**

Supra encontró en las ventas de nicho la clave para posicionarse en el mercado del calzado deportivo, dominado por Nike y Adidas.

Los skateboarding requerían un calzado con ciertos atributos y para satisfacer esta necesidad, los creadores de la marca -el patinador profesional Chad Muska y el diseñador Ángel Cabada- pusieron énfasis en la construcción del calzado, la durabilidad de los materiales y el diseño.

Estos atributos marcaron el éxito de los tenis, que pronto trascendió de las calles a los escenarios, Justin Bieber, Usher, Chris Brown y Rihanna empezaron a usarlos como parte de su indumentaria.

El calzado ahora es usado por patinadores, pero también por personas que se identifican con el estilo de vida 'skate', al menos en México, estos consumidores ya representan 70% de las ventas, detalló Rodrigo Arce, gerente de marketing para México.