

plus

Remeras al 50% Off

Comodidad y elegancia a un click. ¡Descubrí las opciones!



26 Junio, 2015

Zapatos no para cualquiera: Cápita ya vendió 300 pares (facturó aproximadamente US\$75.000)



(Por Liz Gandini) **Cápita** ofrece diseño y calidad artesanal en calzados para hombres que "no siguen a la manada", según comentó **Sofía Gruss**, una de las emprendedoras detrás de este proyecto. Esta marca uruguaya tiene tan sólo un año de antigüedad, se dedica al diseño, confección y comercialización de calzado para hombres y apuntan a aquellas personas que valoran lo...
(seguí, hacé clic en el título)

... artesanal, los procesos creativos, a un "hacedor". Los precios de sus productos van entre **US\$ 210** y **US\$ 275** y, en un año han vendido **300** pares. Si bien estos precios marcan un poco el tipo de público al que aspira **Cápita**, "nos hemos sorprendido porque tenemos compradores que hacen muchísimo esfuerzo por tener un par de zapatos nuestros, nos damos cuenta por el lugar donde viven, el restaurante en el que comen... es gente de sacrificio pero que valora adquirir productos de calidad", agregó **Gruss**.

Los calzados de **Cápita** se pueden conseguir en la tienda de indumentaria **Zurra**, en la calle **Miñones 412** del barrio **Punta Carretas**, así como en la tienda online. "Nos dimos cuenta que tener una tienda online es como tener un punto de venta, necesitás alguien que responda un chat y que esté permanentemente atento", explicó **Gruss**. Y es que una vez se dieron cuenta del poder que tiene el "carrito online" vieron como las ventas por ese canal se dispararon, llegando incluso a vender para **Chile** y **Argentina**. Además de **Sofía Gruss** atrás de este proyecto está **Juan Severino**, ella diseñadora de modas y amante de la sastrería para hombres, él, diseñador industrial y fanático de los zapatos. "Juntamos nuestras dos pasiones y nos la jugamos por hacer un producto focalizado en hombres, hombres que no se rigen solo por lo que está de moda una temporada, sino que un hombre que van más allá de todo esto", opinó **Gruss**.

Los objetivos de **Cápita** para este 2015 son jugados: Internacionalización de la marca, llegar al interior del país y lograr poder confeccionar ellos mismos los cueros sin tener que depender de un almacén de cueros, con quienes trabajan hoy, pero a veces les dificultan la tarea al depender de si tienen o no el stock del cuero que necesitan. Una vez más, atrás de esta nueva marca uruguaya está **Uruguay XXI**, que cree en el interés que esta empresa puede causar tanto en el consumidor final como entre posibles proveedores e inversores.



dejanos TU COMENTARIO

Tu Nombre

Tu Apellido

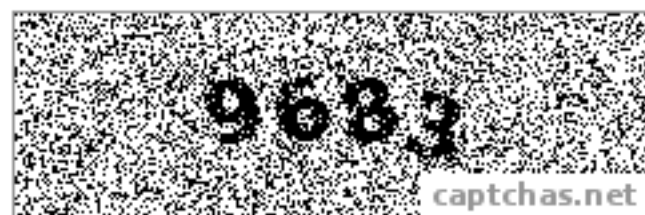
Tu Mail (usá el email con que estás registrado en InfoNegocios)

Comentarios

Clave

Si recordás tu Clave de usuario de InfoNegocios agregala aquí; agilizará la aprobación de tu comentario. ¡Importante! Algunos registrados a InfoNegocios (quienes fueron Lo que viene, En Fooo, ¡Hay Equipo!, La Selección y otros especialmente proactivos) podrán publicar automáticamente sus comentarios si cumplen alguno de estos dos simples requisitos:

- Incluyen su Clave de usuario en este formulario; o
- Responden el mail de confirmación del comentario que les llegará cuando presionen Enviar



Ingrese el código:

Enviar

InfoNegocios - UY | Promocionar tu página también

facebook	Name:	InfoNegocios - UY	Fans:	8825
	Status:	Autolider quiere US\$ 1 M por las ventas del AMG...		