

---

# Modaes

---

Back Stage

## Arturo Calle: “No hay que esperar a que el consumidor exija moda, sino ofrecérsela antes”

Hoy, bajo la dirección de su hijo Carlos Arturo Calle, la compañía colombiana ha llevado su sello a otros países de Latinoamérica, como Panamá, Costa Rica, El Salvador o Guatemala.

---

MARÍA BERTERO  
8 jun 2017 - 04:39



Hoy, con medio siglo de trayectoria y bajo la dirección de su hijo Carlos Arturo Calle, la compañía colombiana ha llevado su sello a otros países de Latinoamérica, como Panamá, Costa Rica, El Salvador o Guatemala. Arturo Calle supo también acercarse a distintas generaciones con diferentes colecciones y, en la actualidad, cuenta con tiendas especializadas en marroquinería y en moda infantil.

---

1/3

<https://www.modaes.com/back-stage/arturo-calle-no-hay-que-esperar-a-que-el-consumidor-exija-moda-si-no-ofrecersela-antes>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

---

# Modaes

---

*Lee la entrevista completa en el Modaes.es Dossier  
El Hombre: Nuevo yacimiento para la moda*

**Pregunta:** ¿Cómo se lidera el negocio la moda masculina en Colombia durante cuatro décadas?

**Respuesta:** Hay que tener muy en claro qué es lo que quieres ser en la vida, crecer lentamente sin endeudamiento y que los locales donde se ejerce la actividad comercial sean propios y no tener que depender de terceros.

**P.:** Desde que inició su negocio de moda masculina hace cincuenta años, ¿cómo ha cambiado el hombre colombiano?

**R.:** Antes era muy clásico en color y en estilos. Usaba siluetas anchas con botas y tenía tres trajes que le duraban décadas. En los últimos diez, el hombre empezó a viajar y a adentrarse en otras tendencias y actualmente podemos decir que en ninguna parte del mundo hay más moda que en Colombia. Por otro lado, la moda es generalizada y no exclusiva de un país. Antes fabricábamos 200.000 piezas mensuales de prendas de estilo elegante, hoy en día el país tiene como mucho una producción de 95.000 piezas al mes, y el 95% de esas prendas se venden en Bogotá.

**P.:** ¿Ha tenido que educar al consumidor colombiano a la hora de vestir?

**R.:** Lo importante es presentarle productos nuevos, nuevas tendencias, siluetas y colores. El cliente hoy en día está más mirando hacia adelante que hacia el pasado. Somos muy fuertes en la línea *casual* y deportiva. Pero podemos ofrecer varias colecciones con distintos estilos para poder vestir a todos los hombres.

**P.:** ¿Qué marcas europeas toma como referente?

**R.:** Las que han llegado a Colombia en los últimos años son muy interesantes. Falabella impulsó marcas propias, pero también trajo otras nuevas al país. Ahora entró H&M que, junto con Zara, tiene una buena oferta comercial para el hombre. Se aprende mucho de estas grandes marcas que llegan a Colombia porque nos exigen a los productores nacionales a ser más competitivos para nuestros consumidores.

**P.:** ¿Cuáles son las características principales del consumidor colombiano?

**R.:** Quiere la moda de lo impresionante, pero exige también diseño y calidad a precios medios y bajos. El mayor consumo de la población colombiana hoy en día se ubica en estratos medios para abajo, ya que el peso se devaluó en un 66% respecto al dólar en los últimos tres años. La gente tiene menos dinero para comprar, pero no considera dejar de tener moda. El empresario debe entender que su consumidor está posicionado en el segmento medio-bajo y que debe comenzar a brindarle diseño. Se debe estar a la altura de ese consumidor que quiere modernidad y excelencia, y con precios accesibles y ajustados a su capacidad de compra.

---

# Modaes

---

**P.: ¿Qué referentes tiene el consumidor colombiano?**

**R.:** El 90% de los hombres colombianos viste moda *sport* clásica. Son muy pocos los que conservan un estilo italiano, tipo *lord inglés* o de elegancia extrema. En Bogotá, por el clima, se pueden encontrar hombres que tienen un estilo más marcado. Pero en el resto del país se visten de una manera deportiva y moderna.

**P.: ¿Cómo se acerca a las nuevas generaciones?**

**R.:** Ofreciéndoles productos con moda. Hoy en día sólo nos faltan las tallas juveniles para niños de entre 11 y 14 años. Lanzamos hace poco la marca de niños que va de 3 a 10 años y luego los juveniles de quince a cien años.

**P.: ¿Qué diferencia al hombre colombiano del resto de los consumidores latinoamericanos?**

**R.:** Casi no existen diferencias. Los hombres se visten de manera muy similar por los mismos climas que unen, por ejemplo, a Colombia con Centroamérica. Hoy en día la juventud quiere vestir bajo las mismas tendencias que visten en otros países del mundo. Pero no hay que esperar a que el consumidor exija moda, sino ofrecérsela antes. Los productores deben mirar lo que hay en el extranjero, pero también qué se puede vender que sea distinto a las marcas extranjeras.

**P.: ¿Y con los consumidores de Estados Unidos o Europa?**

**R.:** La moda es la misma en todo el mundo. Vestir al hombre es muy fácil siempre y cuando se le ofrezca moda y diseño a precios accesibles. Hay preferencias en ciertas regiones en cuanto a estilos o combinación de colores, pero todos vendemos lo mismo. Puede cambiar el producto por las estaciones en las que se encuentre el consumidor. El hombre se viste muy sencillo, con *jeans*, pero con distintos acabados según el estilo de cada uno.

***Lee la entrevista completa en el Modaes.es Dossier  
El Hombre: Nuevo nacimiento para la moda***