

Modaes

Empresa

Arturo Calle lleva su colección infantil a medio centenar de puntos de venta en seis meses

S. García
22 oct 2014 - 12:00



Arturo Calle apuesta por su colección infantil. La compañía colombiana, fundada en 1965, ha colocado su línea para niños en cerca de medio centenar de puntos de venta en los seis meses que lleva en el mercado. La marca, que hasta entonces sólo contaba con colección para hombre, decidió diversificar e invertir 1.000 millones de pesos colombianos (476.250 dólares) en el lanzamiento de una colección infantil.

Desde la introducción de **Arturo Calle Kids**, la compañía ha elevado el peso de la colección y la ha implantado dentro de sus establecimientos en ciudades de todo el país como Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cali, Barranquilla, Cartagena y Pereira,

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/arturo-calle-lleva-su-coleccion-infantil-a-medio-centenar-de-puntos-de-venta-en-seis-meses>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (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

entre otras.

En esta primera fase de desarrollo, **Arturo Calle** dedica parte del espacio de sus tiendas ya operativas a la colección infantil. Sin embargo, el objetivo de la compañía es crear una red de distribución independiente para **Arturo Calle Kids**, de la que prevé poner en marcha una quincena de establecimientos propios a medio plazo.

Mientras **Arturo Calle Kids** se acerca el medio centenar de puntos de venta, la marca del grupo centrada en moda masculina cuenta con 66 puntos de venta propios en toda Colombia, ubicados en las principales ciudades del país.

Además, **Arturo Calle** cuenta con presencia fuera del mercado colombiano, en países como Panamá, donde suma dos puntos de venta; Costa Rica, donde la compañía tiene presencia en tres establecimientos, y El Salvador, donde la marca sólo distribuye sus productos en una tienda.

Tras implantar un plan de desarrollo enfocado a Centroamérica, **Arturo Calle** estudia actualmente su entrada en otros mercados del continente, como Perú y Ecuador, donde tiene previsto entrar gracias a una inversión financiada con recursos propios.

Arturo Calle nació en 1965 de la mano del empresario que da nombre a la compañía. Calle, que nació en el barrio de Manrique, en la ciudad de Medellín, comenzó trabajando en el área mecánica industrial de **Hilanderías Pepalfa**, una fábrica de medias en la que trabajó durante dos años y medio antes de poner en marcha su propio negocio.

Calle comenzó su proyecto personal en un pequeño local ubicado en San Victorino (Bogotá), que le fue cedido por su entonces suegro, **Héctor Correa**, y que le costó 17.000 pesos colombianos (8,09 dólares), que pagó con sus ahorros y con un préstamo.

La compañía, que primero se llamó **La Camisita**, pasó a denominarse **Danté**, después de trasladarse a un espacio más amplio, aunque el empresario tardó sólo dos años en ponerle el nombre que todavía hoy conserva.

Desde ese momento, **Arturo Calle** comenzó un proceso de expansión que le llevó a tener presencia en todo el territorio nacional y a incrementar su estructura con nuevos almacenes y la integración de su propia cadena de producción.

Arturo Calle, que actualmente está liderada por la segunda generación de la familia,

Modaes

concluyó el ejercicio 2013 con un incremento del 8% en su cifra de negocio, hasta 400.000 millones de pesos colombianos (190,50 millones de dólares). En lo que va de año, la compañía ya ha acumulado un crecimiento del 14% en su facturación.