ESPECIAL
#COLOMBIA



La confección de trajes de protección para personal de la salud ha permitido conservar el empleo de 6.000 trabajadores en Arturo Calle.
FOTO: CORTESÍA ARTURO CALLE

El camino de Arturo Calle para enfrentar la adversidad

La creación de productos para donaciones, la apertura de nuevas líneas y un cambio en su esquema de ventas son parte de la adaptación a la nueva realidad.

A pesar de la parada obligatoria que se dio con el inicio de la cuarentena, Arturo Calle, la reconocida empresa colombiana dedicada a la confección, ha visto la crisis como una oportunidad para ampliar el espectro y atender la demanda de sus clientes.

Luego de ser una de las primeras en entregar mercados y elementos de aseo en diferentes ciudades o remunerar a sus empleados en medio de la cuarentena, aun con la recesión económica que sufre, este objetivo sigue intacto.

Pero, al mismo tiempo, la situación que afronta ha sido un elemento que la ha llevado a innovar y replantearse para mantenerse en actividad en medio del déficit.

Es así como lanzó una operación en conjunto con el Grupo Ecopetrol y Bio Bolsa, con el fin de fabricar 147.000 trajes de protección para el personal de la salud. El insumo para la dotación médica fue donado por Esenttia, y esta materia prima fue entregada a Bio Bolsa, que la transformó en 330.000 metros de tela no tejida.

La tela especial fue entregada al Grupo Arturo Calle, que se encargó de la confección de las prendas en sus tres plantas de fabricación en Bogotá y Pereira, generando un valioso aporte para la prevención del personal y una ayuda significativa para la conservación del empleo en la empresa.

Y, teniendo en cuenta que el sector salud seguirá demandando dotación médica para atender la pandemia, las fábricas de la marca continúan confeccionando batas, tapabocas, cofias, polainas, entre otros artículos, para ofrecer un portafolio más completo a los clientes institucionales.

Entre tanto, la firma colombiana continúa en su esfuerzo de mantener en verde sus operaciones comerciales mientras sus puntos de venta se mantienen cerrados.

Por esta razón optó por mejorar sus alternativas de venta, apoyándose en el comercio electrónico como herramienta virtual para brindar una atención completa y seguir suministrando de productos a sus clientes. A través de su página web, que funciona las 24 horas del día, Arturo Calle sigue ofreciendo su catálogo de prendas con descuentos.

"El distanciamiento social y el cierre de nuestras tiendas nos han llevado a que centremos nuestra estrategia comercial en la experiencia del cliente a través de canales digitales como son el *e-commerce* y la asesoría directa a través de WhatsApp. En ambos canales hemos tenido una respuesta positiva", señala Carlos Arturo Calle, gerente general del grupo empresarial.

De manera exclusiva, la compañía implementó un servicio de WhatsApp Business en el cual ofrece asesoría comercial de 8:30 a. m. a 5:30 p. m, emulando una experiencia presencial, donde el asesor muestra los artículos que el usuario desea.

Además, en tiempo de cuarentena, Arturo Calle promociona Real Basics, una colección de prendas básicas como camisetas, pantalones, medias y piyamas, con precios iguales o inferiores a 70.000 pesos, exclusivas para permanecer cómodamente en el hogar. El dinero de las ventas se destinará al pago de los 6.000 empleados que trabajan arduamente en la confección.

Pero la firma colombiana no se detiene ahí. Entre los próximos lanzamientos que dispone la empresa para adaptar su imagen como aliada de la prevención, se encuentran una línea de tapabocas y una colección de ropa con nueva tecnología.

"En el Grupo Empresarial Arturo Calle hemos cambiado para responder a las nuevas necesidades de nuestros clientes, en el marco de la actual coyuntura. Por esta razón, hace algunos días lanzamos en nuestro *e-commerce* y WhatsApp una colección de Arturo Calle y Arturo Calle Kids, concentrada en tapabocas y prendas antifluidos, que estoy seguro tendrán una gran acogida" dijo el gerente general.

Es así como la icónica empresa continúa dando ejemplo de cómo superar la dificultad y aprovechar las oportunidades que brinda el aislamiento.

Redacción de Economía y Negocios
redaccioneconomicas@eltiempo.com

