

ÚLTIMA SEMANA

**BLACK  
FRIDAY****SUSCRÍBASE YA**<https://suscripciones.larepublica.co/>

Teléfono: 422 76 00 Opción: 1-1-1 // Línea gratuita nacional: 018000 510 051 Opción: 1-1-1

LR + THE WALL STREET JOURNAL.

**Términos y condiciones:**

\*Incluye suscripción digital del Diario La República, Agronegocios, Asuntos Legales y Especiales LR por 12 meses. \*Incluye acceso ilimitado a WSJ digital por 12 meses, programa de beneficios WSJ+, aplicaciones y podcasts informativos de The Wall Street Journal. No incluye periódico impreso The Wall Street Journal. Aplica únicamente para Colombia.

# Las fábricas de Bosi tendrán paneles solares para producción

**INDUSTRIA. ADEMÁS DE ESTA APUESTA PARA REDUCIR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE LAS FÁBRICAS, LA COMPAÑÍA ESTÁ IMPLEMENTANDO UN NUEVO FORMATO EN LAS TIENDAS**

BOGOTÁ

En lo que va corrido del año, la fabricación de artículos en cuero tuvo un repunte de más del 20% en comparación al mismo periodo del año anterior y es una de las vertientes de la industria con mejor comportamiento. En este nicho juega desde hace más de 44 años la empresa colombiana Bosi, que inició la implementación de un nuevo formato para sus tiendas y está centrado en la experiencia del cliente. **Clemencia Vélez**, en diálogo con LR, resaltó el crecimiento que ha tenido la empresa y las expectativas para 2020.

**¿Por qué tener un nuevo formato en las tiendas?**

El nuevo formato tiene como fin principal generar experiencias para el cliente y renovar la imagen de la marca, mientras mantenemos nuestro concepto de moda y el cuero como protagonistas de nuestro ADN.

El mobiliario y la fachada reflejan el carácter de la marca y los diferentes espacios están diseñados para crear ambientes donde confluyen la comodidad y la estética. Para el interior elegimos materiales que permiten darle amplitud al espacio y la iluminación necesaria para resaltar el producto, aportando calidez y comodidad durante la visita.

**¿En cuáles tiendas se hará la renovación?**

Las remodelaciones y adecuaciones de las tiendas se irán haciendo paulatina-

mente, iniciando con las ciudades principales.

**¿Cuál es el balance actual de la empresa?**

Este año el balance ha sido muy positivo, después de salir de un primer trimestre en el que los resultados no fueron tan buenos. Este año hemos ido teniendo un cambio positivo en las ventas y un crecimiento de cerca de 22% en los últimos dos meses.

**¿Cuál es la línea de negocio que más ingresos genera?**

En nuestra participación de calzado y accesorios, el calzado es 70% y lo más importante es que este ha crecido en pares 15%. Esperamos crecer a fin de año, si todo este tema de los paros no nos complica las cosas porque tenemos unas ciudades difíciles donde se va a notar el bajón. Esperamos que no sea mucho el impacto y creemos que cerramos con 11% de crecimiento en ingresos.

**¿Cómo van las exportaciones de la empresa?**

Continuamos con exportaciones para Ecuador y queremos seguir consolidando nuestra presencia en ese país. En Ecuador tenemos tres tiendas, somos de los pocos colombianos que tenemos presencia directa porque allá el tema cambiario fue muy difícil, el tema de los aranceles hicieron que muchas marcas colombianas salieran. Nosotros estamos muy bien posicionados allá y acabamos de remodelar algunas tiendas.

**¿Cuáles son los planes para 2020?**

Para el 2020 tendremos apertura de nuevas tiendas, buscando afianzar nuestra marca en aquellas ciudades donde nos falta presencia; continuaremos trabajando con todo el tema pet friendly a través de Bo, segui-

remos apostándole a la producción con energías renovables y generaremos experiencias de marca con nuestros clientes.

**¿De qué se trata la apuesta ambiental de las plantas?**

La compañía cuenta con un Sistema Solar Fotovoltaico, que a través de paneles solares ubicados en la cubierta de la fábrica convierte la radiación solar en energía eléctrica, en forma de corriente continua o directa, la cual se estabiliza para convertirse en corriente alterna y así poder utilizarla en la maquinaria, a través de dispositivos que se encargan de la transformación. Esta energía es utilizada en todo el proceso productivo como complemento a la red de Empresas Públicas, lo que reduce el consumo total en aproximadamente 40%.

ANA MARÍA SÁNCHEZ BURBANO  
amsanchez@larepublica.com.co

Paula Vanegas

Coordinadora de mercadeo relacional

**“Nuestra estrategia a través del tiempo ha sido la evolución constante. Nuestro diferencial va más allá de precios y promociones; nos enfocamos en clientes”.**

Siganos en:

[www.larepublica.co](http://www.larepublica.co)  
Con la entrevista a José Guillermo Calderón, presidente de MUY.

Escuche el Podcast LR de la entrevista con la gerente de Bosi sobre la estrategia en Ecuador.

Clemencia Vélez, gerente general de Bosi, habló sobre el comportamiento de la marca frente a sus competidores.

## Centro de Materiales de Bogotá reunirá a 70 firmas de varios sectores

BOGOTÁ

Uno de los mayores retos que enfrenta las industrias en la actualidad tiene que ver con la sostenibilidad. Según la *Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)*, este punto implica ser medibles y eficientes en los aspectos sociales, económicos y ambientales. “En este sentido, la existencia de un centro de materiales para Bogotá y la Región, puede significar parte de la respuesta a la innovación y la sostenibilidad”, señaló la entidad.

Pensando en ello, la CCB informó que a través de sus iniciativas de clúster, junto con la *Alcaldía Mayor* y la *Universidad Jorge Tadeo Lozano*, avanzaron en la estructuración del proyecto del Centro de Materiales de Bogotá - Región.

Como producto de este Centro de Materiales se estructuró el proyecto Material Transforma, el cual está dirigido a firmas de los sectores de cuero, calzado y marroquinería; joyería y bisutería; prendas de vestir; cosméticos y farmacéuticos; comunicación gráfica; artesanías, y muebles de madera. Involucra a 70 empresas y se espera que su construcción finalice hacia noviembre de 2019.

De acuerdo con la CCB, este proyecto tiene como objetivo fortalecer los negocios de las compañías participantes, tal como ha sucedido en Europa y América del Norte donde ya cuentan con esta infraestructura que sirve como vitrina “para legitimar y profesionalizar todas aquellas iniciativas innovadoras y sostenibles que han desarrollado varios colombianos y que hasta ahora no cuentan con un espacio que las unifique y les proporcione una plataforma especializada que les permita convertirse en potenciales proveedores para la industria”, dijo la Entidad.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO  
pvargas@larepublica.com.co