

Entrevista con Jorge Mattos, presidente de Neos Group

¿Por qué decidieron iniciar Neos Moda?

La gente colombiana o extranjeros que visitan estas grandes ciudades quieren comprar ropa local que tenga unos diseños especiales, que realzan el cuerpo de la mujer colombiana, y van a estos sitios y se confunde con ropa china, brasileña y realmente no se tiene una identidad de lo que es la moda masiva colombiana.

Hay unos que tienen unos volúmenes de venta muy importantes y no son conocidos como grandes empresarios porque están metidos en estos nichos y la gente piensa que no es moda colombiana, es más piensa que es contrabando o es ropa china. Así como estos grandes empresarios nació Arturo Calle, Armancio Ortega en España. Aquí hay miles Armancio Ortega potenciales, por qué no buscar a esta gente y dar un vehículo para que tengan una imagen corporativa, esto los haría disparar muy rápido porque ya se volvería un punto de una ruta de moda. Nosotros hemos propuesto al Ministerio de Comercio que nos incluya dentro de la ruta turística porque es un centro comercial de moda colombiana, pues nosotros exigimos que la ropa se fabrique y diseñe acá. El Ministerio nos da apoyo total, nos dio el visto bueno para incluirnos en la ruta.

¿Hay proyectos parecidos a este?

En Medellín trataron de hacer Elite pero cuando yo fui y estudié el proyecto, lo diseñamos, hablamos con Carlos Eduardo Botero y él fue a quien le destapamos el proyecto cuando ya habíamos adquirido el local y los diseños, y fue una sorpresa muy agradable porque tenemos una cita con él de una hora y terminó bloqueando la agenda del día. Me dijo que había tratado de hacer eso desde hace diez años que está en Inexmoda y nunca había podido reunir a todos.

¿De las 315 marcas cuántas tienen potencial exportador?

Podría asegurarte que 160 tienen potencial para exportar porque producen más de 150.000 prendas al año. Tenemos más o menos 20 que han hecho exportaciones, pero de forma muy intermitente. A veces, las personas que hacen el primer contrato cuando vienen no los encuentran muy organizados y les da miedo porque hay algunos que quedan mal. Lo que nosotros buscamos es crear un mercado internacional, no tan lejos de nuestras fronteras, nuestro primer objetivo es Ecuador, México, Bolivia, Perú, Costa Rica, Salvador y todo Centroamérica. Vamos a difundir una publicidad en estos países como un punto turístico y un lugar de negocios.

¿Tendrán alguna ayuda digital?

Estamos terminando el diseño de nuestra plataforma digital que funcionará al estilo Alibaba. Se va a poder comprar la prenda online al entrar a la aplicación Neos Moda. Ahí salen las marcas y la persona elige qué quiere. Ellos funcionan con venta por catálogo entonces van a tener un portafolio digital. La aplicación se va a hacer para que pueda haber compras internacionales.

Todo esto lo hemos hecho con alianza de Bancolombia, hoy en día es el financiador de nuestra plataforma, nos ha avalado todos los productos que tenemos. El MinTic también tiene conocimiento y nos ha apoyado mucho en el diseño. Tenemos dos compañías que están diseñando la página, una nacional e internacional. La página te lleva como si fuera un Waze hacia el local.

¿Debieron aumentar su inversión a raíz de estos proyectos?

La inversión total es de 220.000 millones. Nos pasamos de los 160.000 millones porque no incluían la parte de las pantallas de la fachada que nos costará 15.000 millones, el dólar se disparó un poco y nos salió más costosa la compra de escalera eléctricas. Tenemos otra inversión que es la plazoleta de comidas que la hicimos con franquicias nacionales e internacionales. En este momento hay 22 ofertas y van a participar 14 en la plazoleta de comidas y seis en los pisos intermedios. En la zona es muy grande la necesidad de un área de comidas.

¿Cómo lucirá el edificio?

Tenemos una pantalla flotante de vidrio de 2.800 metros cuadrados, el edificio es LED y tiene sistema de refrigeración mecánico y automático. El objetivo es que se vea la maquinaria de las escaleras eléctricas. Son 391 locales en total. Hay unos que se unirán entonces podrían quedar 360.

¿Qué impacto va a tener en esta zona la construcción de un edificio de este tipo?

Tiene un impacto en la zona de reestructuración urbana. Arrancamos las obras hace cinco meses y los valores de las mismas propiedades han cambiado, los dueños de edificios se han estimulado a arreglar los de ellos.

¿Planean hacer otros proyectos en Bogotá?

Vamos a hacer una segunda expansión en el norte de Bogotá, se va a llamar Neos Moda Boutique. Los locales van a ser de 25 metros cuadrados porque vamos a entrar a competirle a Forever 21, Zara con precios y diseños con moda colombiana. Serán las mismas marcas, estamos preseleccionándolas, y esperamos que en junio del otro año lanzaremos el proyecto y se podría abrir para finales de 2019. La idea mía es competir con Forever 21, Zara, todos estos.

