

Back Stage

Luis Javier Ríos (Studio F): “Si afianzamos las colecciones de invierno seremos capaces de llevar nuestro negocio a más países”

El gerente general del grupo insiste también en que Colombia cuenta con todo el potencial necesario para convertirse en el próximo *hub* de la moda latinoamericana.

M. Bertero/P. Riaño
8 nov 2016 - 00:00



Luis Javier Ríos es el gerente general de **Studio F**. El directivo tomó el cargo el pasado febrero, tras su paso por otros retailers como **Ripley** y **Éxito** y es ahora responsable del crecimiento de unos de los grupos de moda más grandes de Latinoamérica. Con una facturación de 166,83 millones de dólares, la compañía se prepara para llevar su producción a otros países de la región mientras busca convertir a Colombia en el

Modaes

nuevo *hub* de la moda latinoamericana.

Pregunta: El próximo febrero cumplirá un año en Studio F. ¿Cómo valora el cambio de un grupo de tiendas departamentales a un retailer de moda?

Respuesta: Las similitudes están en todo el proceso de planeación y en el armado de las colecciones, el espacio que se requiere, el tiempo que se necesita, el trabajo con los diseñadores. Y la diferencia está principalmente en el tamaño de las tiendas, ya que las de Studio F son espacios más pequeños en los que cualquier error se nota mucho más. Hay que tener un conocimiento mucho mayor y al detalle tanto del personal que trabaja en las tiendas como en los clientes. Es un cambio que tiene diferencias significativas en todo lo que respecta a la planificación de colecciones, la planificación de la comunicación, los tiempos de desarrollo y en la atención al detalle. Cualquier error es más notorio que en las grandes superficies. Otro punto a destacar es el trabajo que se tiene que hacer con la fuerza de ventas en todo el modelo de capacitación, desarrollo y servicio.

P.: ¿Cuál es la estructura directiva de Studio F?

R.: Carlos Acosta es el propietario y actual presidente de la compañía. La empresa está conformada también por otros accionistas y contamos con la asesoría fiscal de PwC. Debajo del presidente estoy yo como gerente general, desde donde se desprenden otras gerencias como *márketing*, operaciones, recursos humanos, finanzas, etc.

Tenemos una junta directiva y trabajamos con la PwC como revisores fiscales. Luego un Presidente de la compañía y un Gerente general al cual le reportan las diferentes áreas de la compañía.

P.: Studio F es uno de los mayores retailers de moda femenina en Colombia. ¿Qué toma la empresa del modelo estadounidense? ¿Y del europeo?

R.: Nos inspiramos en los líderes y hoy el líder es Inditex. Hay muchos modelos en los que nos fijamos y tratamos de entender. Sin duda seguimos mucho más el modelo europeo que el estadounidense.

P.: La mayoría de los retailers internacionales externalizan su producción. ¿Cómo es la estructura productiva de Studio F?

R.: Tenemos una empresa propia que produce para nosotros en un taller interno en un 50% y el resto se divide en talleres externos que trabajan para el grupo. Hay también un porcentaje que se produce en países de Oriente. Tenemos una empresa propia que cubre una parte importante de nuestra producción y otra parte se maneja a través de talleres externos que trabajan para el grupo. Otra parte la trabajamos en Oriente.

Modaes

P.: De Zara se dice que es un concepto que viaja bien. ¿Studio F es exportable a todo el mundo?

R.: Actualmente estamos en proceso de expansión en el extranjero. En esa etapa lo que más nos estaba costando era hacer colecciones de moda de invierno, pero a partir de este año logramos conformar un buen equipo enfocado en trabajar para ello y ahora podemos ver los resultados. Si ya nos afianzamos en todo el invierno seremos capaces de poder desarrollar nuestro negocio en otros mercados de la región.

P.: Las marcas internacionales se están volcando a Latinoamérica. ¿Esto hace más grande el mercado o comen cuota a los productores locales?

R.: Pasan ambas cosas. En los países de Latinoamérica hay un gran porcentaje del consumo que es informal, por eso tenemos que estar presentes del desarrollo del plan de expansión, de nuestros productos y competitividad en precios para que no se nos fraccione el negocio.

P.: ¿Cómo afrontan la llegada de H&M a Colombia?

R.: Studio F ha sido una marca exitosa porque tiene muy en claro cuál es su ADN y su consumidor, con productos exitosos. Por lo tanto tenemos que seguir trabajando en mantener ese éxito, mejorar la competitividad, los costos de producción y que los objetivos de nuestros equipos de producto sean claros.

P.: Colombia está evolucionando como país productor a país creador de marcas. ¿Falta profesionalización en la industria colombiana textil?

R.: Hoy Colombia tiene un buen mercado textil, un buen desarrollo de producto, con conocimiento de las tendencias del mercado. Obviamente que nos faltan cosas, pero creo que vamos por el buen camino.

P.: Últimamente Studio F ha fichado a directivos españoles a su negocio...

R.: En el área de *visual* y *márketing* hemos vinculado personal español, mientras que en el área de producto hemos incorporado a personas provenientes de empresas españolas, con experiencia en el mercado europeo. La compañía invierte de manera permanente en la profesionalización del equipo.

P.: ¿La situación política del país afecta de alguna manera al sector?

R.: Todos los sucesos políticos afectan de alguna manera, pero como empresario no se puede estar buscando en eso la disculpa para no avanzar, sino que hay que concentrarse en que la compañía avance y sea competitiva. Lo que sí es cierto que cuando la economía del país está en un momento de incertidumbre, la gente tiende a disminuir el consumo.

P.: ¿Qué tres cosas necesita la moda colombiana para el futuro?

R.: Seguir impulsando mucho los canales de venta, hacer mucho más accesible el producto y mejorar los costos para hacer los artículos más competitivos.

Modaes

P.: ¿Colombia puede llegar a ser el *hub* de la moda en Latinoamérica?

R.: Estoy convencido que así será, incluso la ubicación geográfica del país fomenta que se produzca eso. Tenemos las ferias más importantes y grandes de todo Latinoamérica con Colombiatex y Colombiamoda.