

Back Stage

San Victorino: el corazón del comercio en Bogotá

El barrio bogotano es el epicentro de las ventas mayoristas de productos de moda locales como los *jeans*, la joya de la corona de los comerciantes locales.

María Cantini
12 dic 2017 - 00:00

San Victorino: el corazón del comercio en Bogotá

Image not found of type unknown

El corazón del comercio en Bogotá. Bajo la premisa “si no está en San Victorino, no existe” el tradicional barrio, ubicado en el centro de la capital colombiana, se ha consolidado como un eje estratégico para la moda en Colombia, ya que es el punto de comercialización de cerca de 200.000 prendas de vestir al mes.

Ubicado a pocos metros de la Casa de Nariño y de la Alcaldía Mayor de Bogotá, San Victorino tiene sus orígenes en la época de la colonia, cuando se estableció como punto obligatorio para salir de la ciudad con rumbo al municipio de Honda, ubicado en torno al cauce del Río Magdalena, principal vía fluvial de Colombia, y por donde llegaba la mercancía proveniente de los puertos de Santa Marta y Cartagena, que recibían grandes cantidades de productos como telas originarias de Europa y Oriente.

A finales de los años noventa, el entonces alcalde de Bogotá, Enrique Peñalosa decidió emprender un ambicioso plan de urbanismo, que buscaba transformar varios espacios de la ciudad. **San Victorino fue una de las zonas escogidas para emprender un cambio de imagen, que incluyó una modernización de la plaza principal**, la demolición de algunas edificaciones y quioscos callejeros y la construcción de una estación de Transmilenio, el medio de transporte de la capital colombiana. Los planes de la administración local también incluyeron nuevas estrategias de seguridad de la mano de la policía nacional.

Un ‘jean’ cuesta unos 40.000 pesos (13,3 dólares) en el mercado de El Madrugón, mientras que marcas

como Studio F los venden a 170.000 pesos (56,5 dólares)

El Madrugón

En vista de esta nueva etapa en San Victorino, se pone en marcha El Madrugón, jornada de compras que nace como iniciativa de los empresarios del sector, con el fin de potenciar las ventas a los clientes mayoristas. **Todos los miércoles y los sábados, entre las 3 y las 10 de la mañana, tanto los compradores nacionales como los internacionales se acercan para adquirir toda clase de mercancía, en especial prendas de vestir y calzado.**

Los jeans son las joyas de la corona de la moda del sector cuyos precios pueden oscilar entre los 40.000 pesos (13,3 dólares) y los 50.000 pesos (16,6 dólares). Un pantalón de denim, de características similares, en otras compañías locales como Studio F puede costar 170.000 pesos (56,5 dólares).

Según la Cooperativa de Comerciantes Mayoristas, en las jornadas los distintos puestos de ventas pueden atender entre 100 y 300 clientes que desembolsan entre 250.000 pesos (83,3 dólares) a 500.000 pesos (166,1 dólares), siendo las transacciones de los mayoristas las que hacen la diferencia, multiplicando esta cifra por dos. Aunque no hay datos oficiales, varios empresarios de San Victorino concuerdan que las ventas del sector pueden alcanzar hasta los 12.000 millones de pesos diarios (39,9 millones de dólares).

San Victorino: el corazón del comercio en Bogotá

Image not found or type unknown

El GranSan: la guía de la moda y las tendencias en San Victorino

El centro comercial El GranSan, plataforma especializada en el comercio mayorista, reúne a 700 comerciantes de la industria de la moda, cuya producción es 100% colombiana. En aras de incrementar el consumo de los productos del sector, el complejo creó la Confección Mayorista, feria que anualmente presenta las propuestas de los comerciantes locales, así como impulsar ruedas de negocios, agendas académicas y colaboraciones con diseñadores colombianos.

San Victorino le dice no al comercio chino

En vista del buen comportamiento económico del sector, varios comerciantes chinos, que inicialmente eran los proveedores de compañías colombianas, volcaron sus ojos

Modaes

en San Victorino para poner puntos de venta propios en Bogotá, lo que conllevó a un pequeño *boom* de empresarios orientales en el sector. Inicialmente, las ganancias fueron millonarias y la convivencia con los vecinos locales, amigable.

Sin embargo, **el 2017 se ha caracterizado por ser un año duro para la industria de la moda en el país debido a una caída del consumo, fomentada por la reforma tributaria, y el incremento del contrabando**, lo que ha llevado a los consumidores locales a comprar prendas a precios más bajos, beneficiando a los empresarios chinos, que vendían a un menor precio que sus competidores colombianos. Estos declararon la guerra a los comerciantes asiáticos de ropa, calzado y accesorios.

Con una marcha de protesta, cerca de 1.800 personas reclamaron el apoyo de las entidades locales para frenar el registro de empresas chinas en el sector. En un punto de la confrontación se vieron afectados varios establecimientos orientales. Ni siquiera la presencia del embajador de China en Colombia, Li Nianping, pudo contener los ánimos. El resultado es que varios almacenes han bajado sus persianas o se han trasladado a otros puntos de la ciudad. Asimismo los ciudadanos chinos han presentado pruebas tanto en el consulado chino, defendiendo la legalidad de sus negocios y denunciando la discriminación a la que se han visto sometidos en el sector.

Modaes

San Victorino: el corazón del comercio en Bogotá

Image not found or type unknown

De los árabes al ‘Bogotazo’: los orígenes de San Victorino

La moda empezó a cobrar fuerza en San Victorino gracias a los inmigrantes árabes, provenientes de Palestina o el Líbano, quienes, con su olfato para los negocios, se convirtieron en los mayores comerciantes textiles de la ciudad, así como en los propietarios de los principales almacenes de moda femenina y masculina durante la primera mitad del siglo XX.

Con el tiempo, empresarios locales empezaron a poner en marcha sus propios negocios, como es el caso de Arturo Calle, que cimentó su imperio de moda masculina en las calles de San Victorino, donde puso en marcha Danté, especializado en la venta de camisas para hombre.

Modaes

El 9 de abril de 1948, Bogotá fue parcialmente destruida como consecuencia de los disturbios ocasionados por el asesinato del candidato presidencial Jorge Eliécer Gaitán, muerto a pocos metros de la plaza de San Victorino. Esta fecha, conocida como ***El Bogotazo***, marcó el inicio del conflicto armado en el país. Los estragos de este día, fueron determinantes para la expansión de la capital colombiana hacia otras latitudes, ya que muchos de los establecimientos quedaron en ruinas y sus propietarios decidieron trasladar muchos de los puntos de confección a otras partes de la ciudad como la zona industrial de Montevideo, que hoy alberga gran parte de los talleres de grandes marcas como Pat Primo y Permoda.

Para no dejar de recibir las rentas de los inmuebles desocupados, **los precios del sector se marcaron por debajo de otras zonas de la ciudad, oportunidad que fue aprovechada por nuevos empresarios que empezaron a construir fábricas y almacenes de moda** femenina, masculina, infantil e íntima, así como de calzado, marroquinería y bisutería. Todos ellos buscaban seducir a un cliente de un nivel socio económico bajo-medio y medio-alto, ya que la oferta de tiendas que alguna vez atendieron a la alta sociedad migraron hacia el norte de la ciudad.

Precisamente, el perfil del consumidor fue el detonante para la consolidación de San Victorino como el mayor centro de distribución de moda mayorista de Colombia, ya que abastece a comerciantes de pueblos y ciudades intermedias, así como a empresarios provenientes de Ecuador, Bolivia y Perú. Sin embargo, el auge económico del sector trajo grandes problemas de inseguridad a la zona, que durante casi veinte años estuvo azotada por ladrones y raperos, que atacaban a los desprevenidos transeúntes.