

En el sector de la moda, las ventas se concentrarán en menos compañías que ofrezcan propuestas de altísimo valor

ANDRÉS CONTRERAS CEO PARA ESPAÑA, PORTUGAL Y LATAM Y MIEMBRO DEL COMITÉ INTERNACIONAL

BESTSELLER es una compañía global de moda con más de 20 marcas. Con 8000 tiendas, en 2024 esperan abrir 250 más.

La visión de BESTSELLER siempre se ha basado en crear marcas lifestyle con el potencial para ser escaladas globalmente. “Por ejemplo, JACK & JONES, a día de hoy es una de las principales marcas de moda de hombre a nivel mundial, y solo con esta cadena operamos más de 2.000 tiendas propias y 15.000 puntos de venta en más de 70 países”, explica Andrés Contreras, CEO para España, Portugal y LATAM y miembro del comité internacional.

50 años de historia, 8000 tiendas, 80 países... ¿Cuál es la situación de Bestseller más allá de estos fantásticos números?

BESTSELLER es una empresa familiar centrada en crecer de manera sostenible. A día de hoy somos una de las principales compañías de moda en el sector a nivel global, y con la mayor rentabilidad de la industria. Pero también somos muy conscientes de que el sector textil evoluciona muy rápido, y que para seguir escalando de manera importante nuestro negocio, hay que innovar constantemente. BESTSELLER es una empresa con unos valores fundamentales, enfocando la gestión del negocio en la confianza en las personas y en nuestros equipos.

Muchas grandes marcas están cerrando sus tiendas, ¿cómo os está afectando? ¿Creéis que el e-commerce es el futuro o apostáis por una estrategia multicanal?

El sector de la distribución de moda está sufriendo una transformación sin precedentes, donde el 60% de las ventas se concentran en un grupo muy reducido de compañías. Hay que hacerlo muy bien para que el cliente te siga eligiendo, y esto hace que muchas compañías dejen de ser competitivas y de ser rentables. El e-commerce es solo una variable más.

En los últimos 100 años, en cualquier sector o negocio, una empresa tiene que ofrecer

“El consumo de moda seguirá creciendo, pero las ventas se concentrarán en unas pocas compañías que ofrezcan una propuesta de altísimo valor”

constantemente más valor a sus clientes, y esto nunca cambiará. Las empresas ganadoras evolucionan constantemente, ofreciendo mejor experiencia, servicios y mejores productos al consumidor. Y entonces esto se convierte en el nuevo estándar en cualquier industria. El cliente hoy puede comprar en tiendas imponentes, con última tecnología y conceptos de calidad, donde se ofrecen increíbles colecciones de moda a buenos precios. Este es el nuevo estándar y hay que estar a la altura de las expectativas del cliente en cualquier mercado donde operemos.

¿Hacia dónde queréis que se desarrolle la empresa en estos próximos años?

Uno de nuestros focos principales está en materia de sostenibilidad, con grandes proyectos en toda nuestra cadena de valor y a escala mundial. Estamos enfocados en seguir innovando con cadenas de retail de nuestras principales marcas. Vamos a renovar conceptos y abrir tiendas flagships en las principales ciudades del mundo en los países donde estamos presentes. Para ello, en toda la organización tenemos claro que es fundamental una mentalidad de mejora continua, ofreciendo siempre más a nuestros clientes. El consumo de moda seguirá creciendo, pero las ventas se concentrarán en pocas compañías que ofrezcan una propuesta de altísimo valor. Nosotros somos fuertes en producto, y hemos invertido de manera muy importante en logística y en operaciones en los últimos



“Hay que estar a la altura de las expectativas del cliente en cualquier mercado donde operemos”

años. Estamos preparados y vemos nuestro futuro con optimismo.

Tenéis un grupo de marcas líderes en el sector, ¿habrá novedades este año?

En el 2024 tenemos previstas más de 250 nuevas tiendas, principalmente en Europa y América.

Hace un año lanzamos JJXX, nuestra colección de mujer de JACK & JONES. Y acabamos de lanzar JJ Rebel, nuestra línea de la marca a precios más competitivos. Pronto esperamos dar nuevas noticias con un proyecto bastante disruptivo y potente que verá la luz a finales de 2024.