



FÉLIX BELLIDO

PRESIDENTE DE MIGUEL BELLIDO

Por Álvaro Ruiz de Velasco

LAS MARCAS SON LA IMAGEN DE UN PAÍS, YA QUE CONSTITUYEN UN FACTOR DE GRAN RELEVANCIA PARA MEDIR LA SALUD Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA ECONOMÍA. DESDE SU CREACIÓN EN 1999, EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE) TRABAJA PARA DEFENDER ESA IMPORTANCIA DE LA MARCA Y DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA NUESTRAS EMPRESAS.

¿Qué supone para Miguel Bellido estar dentro del Foro de Marcas Renombradas?

Desde hace años, concretamente desde el año 2005 somos miembros del Foro. Desde el origen hace ya más de 60 años Miguel Bellido ha tenido siempre como misión la conquista de mercados internacionales. Hoy estamos en más de 30 países, y en varios de ellos con gran presencia de nuestras marcas como Europa, México, Golfo Pérsico y EE.UU. Consideramos que ser miembro del Foro refuerza nuestra posición como marca internacional.

“Es necesario potenciar y reforzar la marca España como marca país”

¿Qué entienden por Marca España?

En el Sector de la moda, la competencia de marca país “Italia”, “Francia” durante años nos ha exigido hacer grandes esfuerzos para estar en mercados muy maduros como USA, por ejemplo, donde otras marcas país (Italia, Francia...) llevan muchos años presentes, es por tanto condición necesaria potenciar y reforzar la marca España como marca país.

Con un objetivo de crecimiento del 12% para 2024, ¿cuáles son las principales estrategias que implementará Miguel Bellido para lograrlo?

Estamos culminando un proceso de digitalización integral con dos objetivos principales, uno, la actualización de todos los procesos operativos con el fin de conseguir ser más competitivos, y el segundo, definir la estrategia de la gestión de nuestras dos marcas principales, Miguel Bellido y Olimpo.

¿Qué nuevas categorías de productos está considerando introducir Miguel Bellido y cómo se alinean estas con las demandas sostenibles actuales del consumidor?

La sostenibilidad y la responsabilidad social ha estado siempre entre una de nuestras prioridades. Desde hace años utilizamos prácticas no contaminantes durante los procesos de producción, elaborando productos de alta calidad y por ende durables en el tiempo. Además, actualmente



hemos realizado inversiones para ser más eficientes energéticamente, como por ejemplo la inversión en una planta fotovoltaica.

En cuanto a nuevos productos el objetivo es consolidar y potenciar nuestras colecciones de camisería e incrementar en la oferta una gama de marroquinería de lujo.

Miguel Bellido tiene una fuerte presencia internacional, especialmente en Francia y Portugal. ¿Cuáles son los próximos mercados objetivo y por qué?

Además de Francia y Portugal estamos estructuralmente desde hace

muchos años en Bélgica, México y Golfo Pérsico. Para el año en curso, hemos establecido un plan para ampliar nuestra presencia en EE.UU. especialmente en Estados que no estamos presentes. En este caso, estamos intentando estar presentes en las ferias especializadas que se celebran en Chicago.

Se planteó la posibilidad de abrir tiendas propias en 2024 ¿Qué podemos esperar de estas tiendas en términos de experiencia de compra y oferta de productos?

Actualmente estamos en un proceso para desarrollar el proyecto de Retail para llegar directamente al consumidor final a través de los distintos canales, como el comercio electrónico y tiendas físicas propias.

El proyecto aún se encuentra en una fase inicial, por lo que no podemos anticipar cómo será la experiencia de compra. Sin embargo, es evidente que atribuimos una importancia primordial a garantizar una experiencia de compra excepcional y a ofrecer una propuesta diferenciada.

“La sostenibilidad y la responsabilidad social ha estado siempre entre una de nuestras prioridades. Desde hace años utilizamos prácticas no contaminantes durante los procesos de producción, elaborando productos de alta calidad y por ende durables en el tiempo”
