Alimarket

Worten apuesta por una Dirección Ibérica en España y Portugal

ALIMARKET ELECTRO | 15/01/2019 Distribución Electro

Mário Pereira.

Worten, cadena de distribución de electrodomésticos y electrónica de consumo, **apuesta por una nueva dirección ibérica común para España y Portugal**. Mário Pereira se mantiene como director general (Chief Operating Officer) de Worten en España y Portugal con dos country managers locales en cada país. Así, José Vieira de Almeida asume la responsabilidad del equipo de ventas y la coordinación operacional local en Worten España, y Francisco Freixo lo hará en Portugal.

En este sentido, Inês Borges ocupa ahora el cargo de head of marketing en ambas zonas. En la parte comercial, Nuno Natário, head of commercial Iberia, será la persona que liderará la estrategia en los dos países junto a Daniel Molero, director comercial de la Worten en España. Pedro Devesa asume el cargo de head of digital Iberia con Gonçalo Carvalho como manager de la parte de eCommerce en España. Por su parte, Carlos Rodríguez continúa en el cargo de director general de Canarias. Por último, cierran la estructura directiva Miguel Mota Freitas, CEO de Worten, quien mantiene el liderazgo global, y Miguel Águas en el cargo de Chief Financial Officer.

Esta nueva organización responde a la necesidad de la compañía de apostar por una gestión directiva de liderazgo, con una perspectiva ibérica que se complementa con el desarrollo de una estrategia local adaptada en cada país.

Estructura directiva Ibérica: España & Portugal

Mário Pereira refuerza su responsabilidad como **director general** en ambos países, avalado por una trayectoria de más de veinte años ocupando diversos puestos de dirección en Sonae y Worten, siempre relacionados con las ventas y la estrategia comercial, incluyendo varias experiencias internacionales.

José Vieira de Almeida, country manager Worten España.

Por su parte, **José Vieira de Almeida es un profesional de un gran bagaje en Worten**, en ambos países, y con mucho enfoque en proyectos de ámbito operacional dirigidos al cliente. En los últimos seis años, el directivo ha liderado las ventas de Worten Portugal, donde la compañía es líder destacado en el

mercado.

Inês Borges, Head of Marketing Worten Iberia.

Respecto a la Dirección de Marketing, **Inês Borges asume el puesto de Head of Marketing en España y Portugal**. La directiva es la encargada del proceso de renovación de marca, concepto tienda y experiencia al cliente de Worten en Portugal desde hace tres años, y ahora suma las mismas responsabilidades en España con el objetivo de impulsar una marca más innovadora y sólida en ambos países.

Pedro Devesa, como head of digital iberia, asume el reto de liderar una estrategia global en el desarrollo digital de ambos países; el directivo forma parte de la compañía desde hace más de tres años, tras varios años trabajando en grandes empresas de eCommerce en Brasil. Por su parte, Gonçalo Carvalho asume la gestión de eCommerce en España, dentro del equipo Ibérico de Pedro Devesa. Gonçalo forma parte de Worten desde hace más de diez años. Los cinco últimos años, el directivo ha ocupado diferentes cargos de

Manager en varias unidades de negocio de Worten España. Por su parte, **Luis Hernández, quien ocupaba el cargo de director de Marketing & eCommerce de la compañía, afronta otros retos profesionales**.

"Esta nueva estructura nos ayudará a tener un modelo más operativo y eficaz donde ambos países van a compartir sinergias muy importantes, al mismo tiempo que mantienen sus necesidades y aplicación local. Esta evolución responde a la máxima de hacer del conocimiento y el trabajo en equipo los grandes protagonistas de la compañía. Nuestro objetivo es el de impulsar una única imagen renovada en todas las áreas, incluidas las tiendas, que contribuirá a generar una mejor experiencia a nuestros clientes y partners", indicó Mário Pereira.

Marca unificada

Worten unificará también su marca, impulsando así una compañía global en todos los sentidos, tanto en el marco más operacional como en el más visual. Así, **España y Portugal compartirán el mismo logotipo e imagen aplicada en todos los soportes**. Esta decisión viene precedida de un trabajo previo que se ha realizado durante todo el año. Las 11 nuevas tiendas que la compañía ha puesto marcha en España en 2018 han desarrollado un formato global de tienda común a España y Portugal. Un modelo más innovador donde la imagen de Worten está mucho más enfocada al público actual y sus necesidades. Este concepto acaba de ser premiado por el Instituto Francés de Diseño, con un galardón internacional Janus de Diseño que distingue cada año los mejores proyectos de tienda enfocados hacia la mejora de la experiencia del cliente. Por su parte, **en los próximos meses Worten pondrá en marcha también una estrategia consolidada en ambos países en su eCommerce**, haciendo que worten.es y worten.pt sean una única plataforma, pero adaptada a la localidad de cada país.

Alimarket