

EQUIPAMIENTO

Columbia reestructura su equipo en España y ficha a un ex The North Face como director comercial

La empresa ha incorporado también a Daniel Flores como responsable del canal digital y ha nombrado a Anna Maestre como responsable de El Corte Inglés.

Palco23

14 ene 2021 - 18:25



Columbia Sportswear crea un nuevo equipo en el mercado español. La empresa ha fichado a José María Alabern, ejecutivo de The North Face, como nuevo director comercial para España y Portugal, con base en Barcelona, en el marco del proceso de reestructuración ejecutado en el país a finales de 2020.

El directivo reportará directamente a Francesca Brusetto, directora del sur de Europa y basada en Italia. En su nueva función, Alabern dirigirá todas las actividades de ventas en España y Portugal para Columbia y Sorel. Antes de fichar por Columbia, el ejecutivo fue key account manager de The North Face para El Corte Inglés y trabajó para empresas como New Era Caps y Puma.

Además, Anna Maestre, anterior retail area manager para el sur de Europa, pasará a liderar el negocio de El Corte Inglés, tanto corners como wholesale. Columbia también ha incorporado a Daniel Flores como responsable de ventas digital para el sur de Europa.

Columbia Sportswear ha nombrado nuevos responsables de El Corte Inglés y cuentas digitales

El ejecutivo estará basado en Barcelona y gestionará el negocio multimarca online para España, Portugal e Italia, reportando directamente a Philippe Le Rue, responsable del European Wholesale Ecommerce Center of Excellence. Flores se incorpora a Columbia procedente de New Era Caps y anteriormente había trabajado en Under Armour.

Como muchos otros gigantes del deporte, Columbia comenzó el año pasado un proceso de reorganización de su equipo en Europa, que incluyó el traslado de algunos cargos de responsabilidad de España a otras ciudades europeas. El movimiento supuso la salida del grupo de José Manuel Arrojo, director general de la filial española desde su creación en 2018.

“Hemos tomado medidas para reajustar la organización de ventas de cara a satisfacer las necesidades del mercado, cada vez más cambiante”, argumenta la compañía en un comunicado.

“El mercado está evolucionando a un ritmo sin precedentes debido a la pandemia del Covid-19 -prosigue-; hemos estado evaluando cuidadosamente nuestra estrategia comercial y pensando en cómo evolucionar nuestro enfoque para asegurarnos de que podemos seguir ganando y superándonos como empresa en este nuevo entorno”.