

Actualidad

Guillem Sanz, nuevo socio-consejero de Naturitas

14 ENERO, 2019

0

Por: **Álvaro Gutiérrez**

Naturitas, el "marketplace" especializado en productos de herbolario, complementos alimentarios y de cosmética natural, ha **anunciado la incorporación de Guillem Sanz como consejero** con el objetivo de reforzar su estrategia de crecimiento y expansión internacional y afianzar su posición de liderazgo en España.

Guillem Sanz es Doctor en Organización Industrial y especialista en emprendimiento, e-commerce y estrategia empresarial. Cuenta con una dilatada experiencia en el sector del ecommerce y los marketplace verticalizados. Fundador de la tienda online Bebitus en 2011, lideró su expansión internacional y su proceso de integración en 2015 en la multinacional alemana **windeln.de**, que cotiza en la Bolsa de Frankfurt. Antes ocupó distintos cargos directivos en empresas como Privalia o Caprabo y actualmente asesora a startups, fondos de Private Equity y empresas inmersas en la transformación digital.

"Es muy ilusionante unirme al proyecto de Naturitas, un e-commerce de rápido crecimiento que está en camino de convertirse en un referente del sector europeo de los productos y terapias naturales. Sigo su trayectoria desde hace tiempo, conozco al magnífico equipo fundador y será un placer aportar mi visión, conocimiento y experiencia para contribuir a desarrollar todo su potencial", afirma Guillem Sanz.

Josep Casas, fundador de Naturitas asegura: *"estamos muy contentos con la incorporación de Guillem al equipo. Estamos seguros de que, gracias a su trayectoria y visión, aportará un gran valor añadido a nuestro desempeño y será una pieza clave en nuestro proceso de crecimiento nacional e internacional en el que estamos inmersos actualmente".*

Actualmente, la compañía, fundada en Barcelona en 2014 de la mano de Esteban Humet y Josep Casas, cuenta con un equipo de 85 personas y este 2018 pretende superar los 90 empleados y los 14 millones, con el objetivo de **convertirse en el "marketplace" líder del sector por su especialización y un amplio catálogo de productos.**

RECIBE NUESTRO NEWSLETTER

*Email: *Nombre apellidos: *Empresa: Cargo: Sector:
 Acepto recibir la newsletter de comunicaciones de Eco conforme a la [Política de P](#)
 Acepto recibir comunicaciones comerciales

Síguenos

Busca noticias por

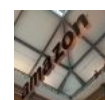
enero 2019			
L	M	X	J
	1	2	3
7	8	9	10
14	15	16	17
21	22	23	24
28	29	30	31
« Dic	Archivos		
	Elegir mes		

Destacados Opinión

Patrocinado por:



Las 5 mejores marketing digital campañas de 2018



El imparable Amazon ya el 49% del comercio electrónico estadounidense

Impacto

¿Qué te pareció este artículo?

438 0

Compartelo en:

Recomendar

Recomendar

Si te pareció interesante este artículo, sé el primero en recomendarlo.

Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Comentario

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Este sitio usa Akismet para reducir el spam.

[Publicar comentario](#)

[Aprende cómo se procesan los datos de tus comentarios.](#)



Las apps más
España en 201



El 89% de los r
invirtiendo pa
preparación y
pedidos



“Teníamos un
fijo, muy fuert
pero con muc
oportunidade
online y en el



El anuncio nav
Campofrío sup
Ruavieja



Criteo revela l
tendencias en
digital de 2019

Más leídas



Sevilla es la ci
Amazon para
logístico en Es



Las 5 tendenc
vemos en 2019



Amazon repre
las ventas onl
por delante de
Zara



Realidad virtu
colaborativa d
ganadores de



¿Cuáles son la
que marcarán
sector del eco



Criteo revela l
tendencias en
digital de 2019



5 tendencias c
transformarán
en 2019



Solo 4 de cada 10 retailers tienen un plan de recursos humanos con un plan de digital



GLS opera ahora las mayores redes de logística en España



El 89% de los retailers están invirtiendo para agilizar la preparación y entrega de pedidos

Último número



Editor's choices



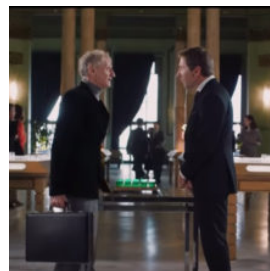
El 89% de los retailers está invirtiendo para agilizar la preparación y entrega de pedidos

15 ENERO, 2019



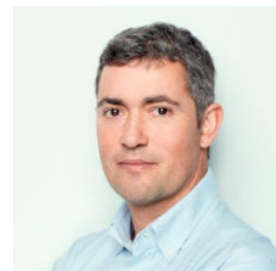
“Teníamos un modelo de costo fijo, muy fuerte en el offline pero con muchas oportunidades de mejora en el online y en el omnicanal”

15 ENERO, 2019



El anuncio navideño de Campofrío superó al viral de Ruavieja

15 ENERO, 2019



Cómo acabar con las interminables esperas al pedir la cuenta

11 ENERO, 2019

El portal líder en información sobre comercio electrónico, economía digital y marketing online

SÍGUENOS

SECCIONES

Portada
Mobile
Servicios
Internacional
Casos Prácticos
Eventos
Newsletter
ECommerce Jobs

Actualidad
Marketing & Social
LOGÍSTICA
Opinion
Ecommerce News
Revista
Directorio Ecommerce

