

Francis Ferreira, nuevo director general para España y Portugal de Euromaster

Euromaster, la red especialista en el cuidado y mantenimiento integral del vehículo, ha incorporado a Francis Ferreira como nuevo director general para España y Portugal, con el objetivo de duplicar el tamaño de la red, potenciar una oferta de servicios que atiendan la movilidad global del usuario y desarrollar un mantenimiento de “proximidad”.

De 54 años, francés de padres portugueses, Ferreira nació en Clermont-Ferrand, casualmente la misma localidad que Michelin -matriz de Euromaster- donde acabaría trabajando. Y es que en su trayectoria el binomio casualidad-oportunidad ha tenido mucho que ver en una carrera jalonada por multitud de puestos internacionales y que empezó ajena al mundo del motor.

Ingeniero informático de formación, profesión a la que dedicó tres años en París, pronto se dio cuenta de que sus ideas iban dirigidas no tanto al lenguaje binario como hacia el marketing y las ventas, su verdadera pasión.

Así, su carrera pronto daría un vuelco al enrolarse en la petrolera Shell, en el área de marketing y ventas donde durante una década pilotó el despliegue de sus redes de distribución. Su entrada en el sector de la posventa fue por la puerta grande, dirigiendo el marketing mundial en una de sus grandes multinacionales, Valeo , antes de recalar en Michelin donde ha dado la vuelta al mundo.

En la trayectoria de Ferreira dentro de Michelin se combina la experiencia en mercados emergentes y desarrollados. En Brasil y varios países asiáticos, entre otros, pudo acercarse a tendencias próximas a las nuevas generaciones más tecnológicas; mientras que su trayectoria en Escandinavia le permitió vivir en primera persona la eclosión de las incipientes fórmulas de movilidad no contaminantes. A ello hay que añadir su paso por las dos ruedas como motero (de devoción) y responsable mundial de marketing y ventas en esta división de la compañía francesa.

De todo ello resulta una visión privilegiada de la movilidad y de sus nuevos usuarios, que volcará en esta etapa que ahora comienza al frente del negocio en los mercados españoles y portugués, donde Ferreira pretende situar a Euromaster, como él mismo dice, “en la buena onda”, con un negocio más enfocado a servicios que a producto y con vistas a desarrollar toda la oferta que el consumidor espera de aquí a cinco años. Y con el reto de llegar a un usuario que quiere movilidad sin carné de conducir y mantenimiento sin desplazamiento.