**Debora Capobianco es la nueva Directora de Marketing para Latinoamérica de Farfetch**

* *Con más de 20 años de experiencia, ha liderado equipos en compañías como B2W Digital y Privalia.*



[**FARFETCH**](https://www.farfetch.com/mx/shopping/women/items.aspx), la mayor plataforma de *marketplace* para la industria de la moda de lujo, anuncia la incorporación de **Debora Capobianco** como **Directora de Marketing para Latinoamérica** de la firma.

Entre sus objetivos, se encuentran impulsar el crecimiento de la marca con *partnerships* locales, seguir encantando al cliente con una buena experiencia al adquirir moda de lujo de diversas partes del mundo, y aprovechar las características en la forma de comprar de los latinos, que son distintas a las de Europa, como son los meses sin intereses por ejemplo.

Debora tiene una amplia experiencia de más de 20 años trabajando en actividades relacionadas con la mercadotecnia y el comercio electrónico, en compañías como B2W Digital, Vente-Privee y Privalia (en Brasil y México).

“*Estoy muy contenta con el nuevo reto y me da mucha ilusión entrar a este mundo que es FARFETCH. He trabajado con e-commerce en los últimos 20 años y es la primera vez que estoy en un marketplace global, así que hay cosas que aprender también. FARFETCH en Latinoamérica vive un momento interesante de expansión y de múltiples oportunidades en la región. Vengo a sumar a este equipo para que nuestra región gane cada vez más relevancia dentro del grupo*”; comentó al respecto Debora Capobianco.

En su último puesto, como Directora de Marketing en Privalia México, reformuló el equipo de mercadotecnia y enfocó sus esfuerzos en el crecimiento de la captación de compradores. Su relación con el marketing digital data del 2003; y además de las empresas antes mencionadas, también ha trabajado para marcas como Submarino.com, UOL Host y PagSeguro.

“*Lo que más me encanta de este mundo digital, es que siempre hay algo nuevo que aprender, pero también que muchas cosas se pueden replicar. Mi experiencia en marketing en Brasil y luego en México, creo que me ayuda a conocer mejor a nuestro consumidor latinoamericano, y a buscar formas de conexión con ellos. Igualmente, hay oportunidades de aprender de otras regiones dentro del grupo y compartir experiencias*”; concluyó la nueva Directora de Marketing para Latinoamérica de Farfetch.

Debora Capobianco es licenciada en Comunicación y Publicidad por la Escuela Superior de Publicidad y Marketing (ESPM, una de las academias privadas mejor calificadas en su ramo de Brasil), y tiene un Máster en Administración de Empresas (MBA, *Master of Business Administration*) por la Fundación Getulio Vargas. Entre otros, ha tomado cursos sobre *Data* y *Business Analytics* en la Cambridge Judge Business School.

**Acerca de Farfetch**

Farfetch Limited es la plataforma global líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por amor a la moda y lanzada en 2008, Farfetch comenzó como un mercado de comercio electrónico para boutiques de lujo en todo el mundo. En la actualidad, Farfetch Marketplace conecta a clientes en más de 190 países y territorios con artículos de más de 50 países y cerca de 1,400 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la más amplia selección de lujo en una sola plataforma. Los negocios adicionales de Farfetch incluyen Browns and Stadium Goods, que ofrecen productos de lujo a los consumidores, y New Guards Group, una plataforma para el desarrollo de marcas de moda globales. Farfetch ofrece su amplia gama de canales orientados al consumidor y soluciones de nivel empresarial a la industria del lujo bajo su iniciativa Luxury New Retail. La iniciativa Luxury New Retail también incluye Farfetch Platform Solutions, que brinda servicios a clientes empresariales con capacidades tecnológicas y de comercio electrónico, e innovaciones como Store of the Future, su solución minorista conectada.

Para mayor información por favor visite www.farfetch.com.