

## **Daewoo evoluciona a Winia y mantiene Barcelona como sede central de operaciones para España y Portugal**

### **"Daewoo evoluciona a Winia", así de simple es el mensaje que lanza Eduardo del Amo, director general de la compañía en España**

El grupo multinacional surcoreano Winia Group ha comprado los activos de Daewoo Electronics y a partir de septiembre la gama de productos ya lucirá la nueva marca. No hay cambios en la estructura de la compañía para permitir "la evolución de forma fácil y natural", destaca Eduardo del Amo. Una de estas decisiones es mantener Barcelona como sede principal de las operaciones en España y Portugal. "Make it Easy' no es solo el lema de la compañía, sino una manera de actuar muy identificada con Winia Group, hacer la vida más fácil a las personas".

Winia Group es un potente grupo industrial surcoreano presente en diversas áreas tecnológicas como la del equipamiento para la automoción, componentes eléctricos, aparatos de aire acondicionado, humidificadores, electrodomésticos de gama blanca, pequeños electrodomésticos... Para su fabricación cuenta con diferentes plantas de producción distribuidas en distintos países como Corea del Sur, China, Tailandia y México.

Por parte de la compañía en Europa, y particularmente en España, no se plantean cambios en el modelo de negocio ni tampoco en la política comercial. Según el director comercial, Jordi Amorós, "el objetivo es mejorar la actual oferta del portfolio de productos, así como la rentabilidad media de los mismos, algo muy importante en el sector de la electrónica de consumo, sobre todo en el momento actual".

Para facilitar la transición de marca en nuestro país, se harán diferentes inversiones en comunicación y publicidad dirigidas a la distribución, y también para presentar la marca a los consumidores a través de distintos medios de comunicación y actos de presentación a nivel nacional.

En este sentido, desde hace semanas la multinacional ya ha iniciado una serie de reuniones con diferentes organizaciones del sector a nivel nacional para explicar con detalle en qué consiste la evolución de la marca y para transmitir "la misma confianza, proximidad y buen servicio que siempre ha caracterizado a la marca junto a la calidad de sus diseños de producto", ha destacado Eduardo del Amo.

A causa de la pandemia del COVID-19, Winia España ha tenido que ajustar el calendario inicial previsto para el lanzamiento de marca y el plan de comunicación. A pesar de ello, "el cambio de fechas en ningún caso modifica la estrategia que tenemos marcada, y que pasa por hacer acciones visibles y de impacto a través de diferentes medios y redes sociales como vía de comunicación directa con nuestros clientes". Según Eduardo del Amo, "los medios de comunicación juegan un papel muy

importante en el objetivo de dar a conocer la aparición de la nueva marca”.

Winia España, mantendrá la oferta de sus cuatro categorías de producto en Gama Blanca para el mercado español y portugués:

Frigoríficos y Congeladores.  
Lavadoras, Lavavajillas y Secadoras.  
Microondas.  
Hornos y Placas de Inducción.

En el corto plazo, y como consecuencia de la entrada de Winia Group, se está estudiando la posibilidad de añadir nuevas categorías de productos como aparatos de aire acondicionado, humidificadores o purificadores de aire.

En los próximos meses habrá más de una centena de productos WINIA en el mercado español y portugués que tendrán una calificación energética, en un “99% de los casos” entre A+ y A+++.

El director general de la compañía añade que “Winia tiene un firme compromiso para todas aquellas personas que quieran reducir el consumo energético así como los niveles de CO2 que se emiten a la atmósfera. En esta nueva etapa queremos presentarnos como una marca respetuosa con el medio ambiente”.

**Datos de contacto:**

Raimon Sastre  
635 660 380

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Comunicación Marketing](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>