NOTA DE PRENSA
27 / 10 / 2021

Logisfashion reafirma su propuesta de valor end-to-end y desvela sus planes de futuro

> Logisfashion, multinacional especializada en logística aplicada a la moda y el lifestyle, celebra su 25 aniversario reafirmando su propuesta de valor end-to-end, una estrategia de éxito que le permitirá facturar este año más de 90 millones de euros y alcanzar los 150 millones en 2023.

“Estos 25 años han supuesto un enorme desafío para todos nosotros. Un reto que hemos conseguido gracias a nuestra apuesta por pilares como la internacionalización, la tecnología, el eCommerce, y un equipo humano altamente comprometido desde nuestros inicios. Todo ello para ofrecer una respuesta integral y de calidad a nuestros clientes”, señala Juan Manzanedo, CEO de Logisfashion.

Los esfuerzos de la compañía por aumentar su competitividad, reforzar su liderazgo internacional y mejorar sus cifras de crecimiento se han materializado en diferentes acciones recientes, como la compra de la empresa panameña Supreme Overseas Corp, la apertura de nuevos mercados como Uruguay y la inauguración de nuevos centros logísticos en España, México y Chile.

Una hoja de ruta con la que la compañía está abarcando toda la cadena de suministro: desde los servicios en origen (Asia), forwarding y aduanas; pasando por logística aplicada al retail, servicios de valor agregado, el fulfillment para e-commerce, hasta el transporte de última milla.

“Nuestra propuesta de valor se sustenta en la necesidad de los clientes de operadores con presencia global y servicios que cubran toda la cadena de suministro, desde fábrica hasta el cliente final, disponiendo de visibilidad y trazabilidad de la mercancía en todo momento, donde la tecnología juega un papel fundamental”, explica Manzanedo.

Durante estos 25 años, Logisfashion se ha convertido en el socio logístico estratégico para externalizar a nivel internacional la cadena de suministro, gracias a sus 27 centros logísticos repartidos por América, Europa y Asia, que se traducen en más de 400.000 m² y en un equipo de más

de 2.000 profesionales.

Con la apuesta por el eCommerce en 2011, la compañía realizó una transformación completa de sus procesos y centros de distribución ampliando sus servicios a sectores adicionales a la moda, como son hogar, bazar, juguetería, joyería, sex wellness, entre muchos otros. Esta estrategia ha dado lugar a que el 50% de su negocio provenga del comercio electrónico.

Estrategia de crecimiento e internacionalización desde sus inicios

Hace 25 años nace Logisfashion en España, como un operador de nicho de la industria textil y de la moda, con un primer almacén de 1.800 m² en la localidad barcelonesa de Palau de Plegamans.

En 2007, Logisfashion comienza a operar en México acompañando a sus clientes en su expansión hacia Latinoamérica y China, con la apertura de oficinas en Shanghái y Hong Kong para ofrecer servicios en origen de la cadena de abastecimiento.

En 2011, Logisfashion se marca otro hito importante con la transformación completa del interior de sus centros para poder ofrecer el servicio logístico para eCommerce. Continúa su crecimiento en 2014 con su desembarco en USA, concretamente junto con su socio local con un centro de distribución en Miami.

En 2015 inicia operaciones de logística inhouse en Colombia e inaugura un centro en la zona libre Colón en Panamá. Ese mismo año, además, amplía sus instalaciones de México y a finales de 2016 pone en marcha la división de forwarding en este país. Un año más tarde inaugura en Chile un megaproyecto tecnológico de vanguardia.

Durante 2019, Logisfashion amplía significativamente sus infraestructuras en España, con la puesta en marcha de tres centros logísticos en Castilla la Mancha. En 2020 integra la empresa Texlog en su operativa en Colombia, potenciando la capacidad logística en el país y ampliando su oferta a la custodia y servicios especiales de materia prima textil. Asimismo, abre un nuevo centro en México, destinado a potenciar el desarrollo del eCommerce en la región.

Durante el presente año, la compañía ha puesto en marcha un nuevo centro en España para dar cabida a la operativa logística de productos del hogar y se consolida en Panamá con la adquisición de Supreme Overseas Corp, reforzando su propuesta de valor con forwarding y aduanas y su hub eCommerce como puerta de entrada a Latinoamérica.

Contacto de prensa:

Judith Hernández
judith.hernandez@esencialcomunicacion.com
640320561
www.logisfashion.com