NOTA DE PRENSA
20 / 01 / 2022

Logisfashion alcanza los 100 millones de euros de facturación al cierre del 2021

> Logisfashion, multinacional española especializada en logística aplicada a la moda y el lifestyle, ha superado su objetivo de crecimiento, estipulado en 84 millones de euros, alcanzando una facturación de 100 millones de euros al cierre del ejercicio 2021. Un dato, que representa un aumento del 55% en la facturación respecto al 2020, y que mantiene la senda de crecimiento que tiene la multinacional logística desde su fundación.

La compañía continua con un mayor peso en su filial europea, que supone un 63% de su negocio total, aunque marca como objetivo reducir este porcentaje con la apuesta por el negocio internacional.

Con esta meta, la multinacional pone el foco en Latinoamérica debido a los datos de crecimiento continuado de sus filiales en Panamá, México y Chile. En este sentido, Panamá se convierte en la segunda filial más representativa del Grupo con una facturación de 14 millones de euros, seguida por México y Chile que han alcanzado los 8,6 y 5 millones de euros, respectivamente.

La compañía ha registrado unos datos positivos, a pesar de continuar en situación de pandemia y con los retos que representa esta situación en un operador logístico. Todo ello, gracias a seguir una estrategia clara y decidida por el progreso de la multinacional con la puesta en marcha de más de 70 nuevos proyectos con clientes, la apertura de nuevos centros en España, Panamá, Chile y Uruguay, así como el crecimiento inorgánico con motivo de la compra de Supreme Overseas en Panamá.

Además de la diversificación de clientes a otros sectores relacionados como joyería, juguetería, sex wellness, hogar o deportes. Y, la potenciación de su propuesta de valor end-to-end con la apuesta por el desarrollo de nuevas verticales como forwarding y aduanas y Last Mile que cuentan ambas con equipo nuevo y una plataforma tecnológica propia.

“Estos resultados de crecimiento tanto a nivel Grupo como por filiales reflejan la correcta ejecución durante el pasado ejercicio de nuestra propuesta de valor end-to-end, la apuesta por el crecimiento en nuevos verticales de servicios, la diversificación del abanico de

clientes o el crecimiento inorgánico a través de la adquisición de Supreme Overseas en Panamá", valora Juan Manzanedo, CEO de Logisfashion.

Con estos datos, Logisfashion refuerza su posición en el mercado logístico y consolida su apuesta por el crecimiento constante con vistas al próximo plan estratégico, que tiene como objetivo alcanzar unos ingresos de 126 millones de euros en 2022.

De igual modo, la compañía prevé aumentar la facturación en sus filiales de México, Chile y Panamá durante el presente ejercicio; con el objetivo de duplicar el negocio en Chile hasta alcanzar los 10 millones de euros y manteniendo el crecimiento contante en México y Panamá alcanzando los 11 y 17 millones de euros, respectivamente al finalizar 2022.

"Para Logisfashion, 2021 ha sido un año de crecimiento, desarrollo y búsqueda de nuevos desafíos. Por ello, durante 2022 impulsaremos nuestra estrategia y propuesta de valor end-to-end para poder ofrecer un servicio logístico integral y diferencial", asegura Juan Manzanedo, CEO de Logisfashion.

De cara a los principales proyectos de la compañía a corto plazo, cabe mencionar la consolidación de sus servicios de última milla, con una plataforma tecnológica que permitirá una visibilidad total de la trazabilidad, así como la potenciación del área de transporte internacional y aduanas.

Unos planes de crecimiento y objetivos para 2022 con los que la compañía pretende mantener el reto de la mejora continua para ofrecer la máxima eficiencia en sus servicios a través de la inversión tecnológica permanentemente y el fortalecimiento del equipo humano, con la excelencia operacional por bandera.

Contacto de prensa:

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