



# Logisfashion supera los 125 millones de euros de facturación al cierre de 2022

Logisfashion, multinacional española especializada en logística aplicada a la moda y el lifestyle, ha superado el objetivo de crecimiento previsto, alcanzando una facturación de 126 millones de euros al cierre del ejercicio 2022.

A pesar de la situación geopolítica actual y la ralentización del crecimiento económico, la multinacional logística se mantiene en la senda de crecimiento continuado y exponencial desde su fundación; con un aumento del 27% en la facturación respecto al 2021.

En esta línea, el fulfillment para el comercio electrónico y sus distintos modelos de negocio (crossborder, marketplaces) tienen un papel cada vez más importante, siendo el 51% facturación de la multinacional. Sin embargo, la diversificación de servicios en las verticales de transporte internacional y última milla han potenciado la oferta de valor, completando la propuesta end to end de Logisfashion.

El peso del negocio en Latinoamérica sigue en ascenso, con un 33% del total. Destacando el aumento de un 51% de la facturación en México; además del importante crecimiento de las filiales de Uruguay y Chile, que cierran el pasado ejercicio doblando su facturación y estructura.

Una apuesta por Latinoamérica que se une a la llegada de importantes proyectos regionales y a la incorporación a las infraestructuras de la compañía de un nuevo centro logístico en Panamá, siendo el segundo almacén en Zona Franca Colón; además de la consolidación de Chile como hub eCommerce con cuatro centros y la construcción de un mega centro de categoría A, que se inaugurará en septiembre de este año.

Entre la cartera de proyectos que Logisfashion ha conseguido durante 2022, cabe mencionar H&M en Chile, Giorgio Armani en México, Activision Blizzard en España y Pandora en Panamá, entre muchos otros.

*“Atendiendo al entorno geopolítico y económico inestable que vivimos en la actualidad, que Logisfashion se mantenga en la senda del crecimiento y conseguir los objetivos marcados al inicio del pasado ejercicio, es una vez más, fruto del trabajo de todo nuestro equipo humano”,* señala Juan Manzanedo, recientemente nombrado consejero delegado de Logisfashion.

De esta manera, la multinacional se posiciona como el *partner* logístico internacional de grandes marcas de moda y lifestyle a nivel global, mediante una apuesta integral de servicios de valor, basada en la vanguardia tecnológica para un crecimiento escalable y una mejora continuada.

*“Por ello, durante este 2023 vamos a continuar con nuestra firme propuesta de valor end to end y por los ecosistemas digitales de venta. Así como, por un modelo de negocio que, apuesta por el crecimiento y la diversificación, el desarrollo de nuevos negocios y la automatización industrial”,* concluye el directivo.

Tras estos resultados, la compañía ha actualizado sus expectativas para el cierre del ejercicio 2023 con el objetivo de alcanzar unos ingresos de 160 millones de euros en 2023.



---

## **Contacto de prensa:**

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