



Logisfashion prevé expandirse en Estados Unidos y elevar su facturación a 300 millones de euros en 2026

Con presencia en Europa, Asia y Latinoamérica, Logisfashion, multinacional española especializada en logística aplicada a la moda y el lifestyle, prepara su llegada y expansión en Estados Unidos como parte de su Plan Estratégico de Crecimiento hasta 2026.

Con este movimiento, la compañía pretende que un 25% de su negocio provenga del país norteamericano y elevar, de esta manera, su facturación hasta los 300 millones de euros al cierre del año fiscal 2026. Para ello, está contando con la ayuda de Atlántico Capital Partners, una reconocida firma de asesoramiento financiero, para respaldar esta estrategia de crecimiento y cerrar la compra de la empresa estadounidense durante el presente año.

Tras realizar un exhaustivo análisis de mercado, desde Logisfashion se considera que tanto su tecnología como know-how tienen un gran potencial en Estados Unidos. En este sentido, cuenta con soluciones logísticas abarcan toda la cadena de suministro: desde los servicios en origen en el momento de la producción en Asia, el transporte internacional y asesoramiento aduanero, hasta la logística aplicada al retail, servicios de valor añadido y el fulfillment para ecommerce, incluyendo el transporte de última milla.

En palabras de Juan Manzanedo, CEO de Logisfashion, *"desde hace tiempo, uno de nuestros principales objetivos en Logisfashion ha sido expandir nuestros servicios a Estados Unidos como parte integral de nuestra propuesta de valor estratégica, impulsada también por la creciente demanda de nuestros clientes. La necesidad de numerosas marcas europeas y latinoamericanas de contar con un servicio logístico de calidad en Estados Unidos nos ha llevado a tomar la decisión de establecer una presencia directa en ese mercado."*

Y, es que, hasta el momento la multinacional logística cuenta con una presencia limitada en Estados

Unidos a través de partners locales. "Consideramos que la estrategia de asociación ya no es válida, ya que, anticipamos una expansión significativa. Por ello, solo a través de nuestra presencia directa podemos garantizar la calidad del servicio que la marca Logisfashion merece", señala el directivo.

La compañía, que ya se encuentra analizando varias opciones en la costa este de Estados Unidos, ha establecido un rango de ingresos para las posibles empresas objetivo, que oscila entre los 30 y 100 millones de dólares. "Esta cifra nos permite identificar empresas que se ajustan al tamaño adecuado y tienen el potencial de crecimiento que buscamos", explica Manzanedo.

Fundada en 1996, Logisfashion inició su expansión internacional en China, brindando apoyo a las marcas de moda en el momento de la fabricación. En 2006, abrió operaciones en México y, en la actualidad, cuenta con 27 centros de distribución y más de 500.000 metros cuadrados de superficie operativa que brindan servicios a importantes marcas del mundo de la moda y lifestyle.

Desde 2015, Logisfashion ha experimentado un crecimiento exponencial, multiplicando su facturación por diez. Alcanzando, al cierre del año 2022, una facturación de 126 millones de euros, un 26% más que en el ejercicio anterior. Para el presente ejercicio, la meta de la multinacional es alcanzar los 160 millones de euros y la apertura de nuevos centros tanto en España como en Latinoamérica.



Contacto de prensa:

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