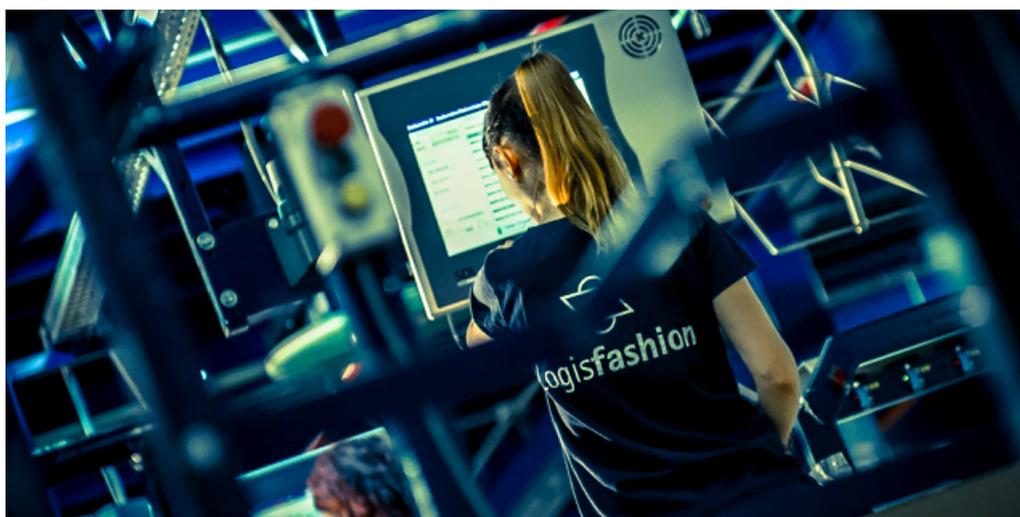


Modaes

Equipamiento

Logisfashion se vuelca en Latinoamérica: el operador logístico valora su entrada en Ecuador y Perú para 2018

María Bertero
26 may 2016 - 00:00



Un año después de su desembarco en Colombia y Panamá, **Logisfashion** refuerza su presencia en Latinoamérica. El grupo español de logística textil, que ya cuenta con cuatro centros en la región, evalúa desembarcar en Perú y Ecuador en 2018, informa el director de operaciones y proyectos de desarrollo, **Pere Castell**, a Modaes.

Logisfashion inició su operación en Latinoamérica en 2006 cuando puso en marcha su primer centro logístico en la capital mexicana. “México es el país con mayor capacidad de compra y grandes retailers”, agrega Castell. En el país azteca, la compañía cuenta con una superficie de almacenamiento de 14.000 metros cuadrados, el centro más grande de la región.

1 / 3

<https://www.modaes.com/equipamiento/logisfashion-se-vuelca-en-latinoamerica-el-operador-logistico-preve-su-entrada-en-ecuador-y-peru-para-2018>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

La estadounidense **Perry Ellis**, las españolas **Tous** y **Pepe Jeans**, marcas operadas por **Grupo Axo** como **Chaps**, **Express** y **Victoria's Secret**, son algunas de las firmas con las que **Logisfashion** opera en México.

En Latinoamérica, Logisfashion cuenta con más de 40.000 metros cuadrados de superficie de almacenamiento

Chile es otro país donde el grupo centra su presencia, con una próxima nave centro de distribución de 10.000 metros cuadrados. “Chile es el mercado más maduro de la región, el más profesionalizado y mejor posicionado”, asegura Castell.

Colombia se convirtió en el tercer país latinoamericano donde la empresa inició operaciones. “Si bien las trabas legales y la falta de un mercado común dificultan la entrada en la región, creemos que Latinoamérica es un mercado estratégico para **Logisfashion**”, añade Castell, que asegura que para entrar a estos países hace falta un socio conocedor del mercado.

“Colombia es una pieza clave dentro de nuestro plan estratégico, debido a los buenos datos macroeconómicos del país y las buenas perspectivas para la venta de moda y el incremento de las marcas internacionales”, informa Castell. El sector textil del país representa el 3% del PIB nacional y supondrá una puerta de entrada de **Logisfashion** a otros mercados de la costa del Pacífico, como Perú o Ecuador.

La compañía prevé alcanzar el millón y medio de euros de facturación en Colombia

En territorio colombiano, la compañía cuenta con dos bodegas nacionales en Cartagena y Bogotá y planea instalar un nuevo establecimiento en Medellín. Algunas de las compañías de moda que opera **Logisfashion** en el país son **North Face**, **Merrell**, **Adidas**, **Spring Step**, **Pepe Ganga**, **CH Carolina Herrera** y **La Perla**, entre otras.

“En Colombia buscamos desarrollar marcas nacionales, ya que el diseño local tiene mucho potencial pero necesita internacionalizarse”, afirma Castell. **Logisfashion** espera cerrar su primer año de operación en el país con una facturación de un 1,5 millones de euros (1,6 millones de dólares).

Modaes

Fundada en 1996, Logisfashion está presente en España, Vietnam y China

A finales de 2015, **Logisfashion** desembarcó en Panamá. Allí, la compañía cuenta con un centro logístico de 12.000 metros cuadrados de almacenamiento de artículos de moda. El grupo opera en el mercado panameño con marcas como **Steve Madden**, **Rvca**, **Vans** y **Nine West**, entre otras. "Panamá es un puerto de llegada estratégico para poder distribuir a otros países", dice Castell, "se trata de nuestra apuesta por un hub de distribución en el Caribe y Pacífico".

Logisfashion finalizó 2015 su ejercicio con una cifra de negocio de más de veinte millones de euros (22,2 millones de dólares), lo que supuso un crecimiento de más del 50% tanto en España como en los mercados internacionales.