

14/10/2007 ENTREVISTA CON JUAN MANZANEDO // DIRECTOR GENERAL DE LOGISFASHION | EMPRESAS

Habilidosos con las perchas



Juan Manzanedo, en el centro logístico de Sant Celoni.
Foto: JOSEP GARCÍA

MANEL TORREJÓN
BARCELONA

Michael Danby, empresario británico de logística de prendas de moda, regresaba de ver un partido en Barcelona de su Leeds United del alma. Fuera como fuera, le retuvo la Guardia Civil. Advertida su mujer, se le ocurrió pedir ayuda al vecino, un veinteañero español que estaba mejorando su inglés. La gestión valió y así nació una amistad que, con el tiempo, resultó ser un valioso contacto de negocios. El vecino español en Leeds era Juan Martínez. Ya en España, propuso *importar* el

modelo de negocio de Michael --la logística de ropa-- a dos de sus colegas (y compañeros de piso) del MBA de la escuela de negocios IESE en Barcelona.

"Primero se trataba de sacar adelante una asignatura de emprendeduría del IESE; pero nos fuimos animando", recuerda Juan Manzanedo, uno de esos colegas y alma máter de Logisfashion, la empresa que fundaron en 1996 él, Martínez y el colombiano Carlos Villa (con el tiempo, estos dos últimos se quedaron en la empresa solo como accionistas), con el apoyo financiero y la tutela de Pere Grau, quien fuera presidente de Catalana de Gas. La compañía, a la que las firmas de moda subcontratan tareas logísticas, tiene centros en Barcelona (Sant Celoni) y el centro de España (Cabanillas del Campo, en Guadalajara), factura 13 millones de euros al año y da empleo a unas 350 personas. En los dos últimos años se ha puesto a operar en México y Chile, y en el 2008 está prevista la implantación en Argentina y Brasil.

Manzanedo admite que fueron oportunos. Arrancaron justo cuando tomaba velocidad la transformación del sector textil español: ganaban músculo las cadenas de moda y, en cambio, los negocios puramente industriales flaqueaban. **"Las enseñanzas basan su fuerza en el diseño y en su capacidad de comercialización, no en los activos industriales o logísticos"**. Subcontratar el transporte era habitual, pero no pasaba igual con la logística. Pero, ¿qué entendemos por logística en el mundo textil?

"Asumimos todo desde que llega la prenda al almacén y hasta que se emplaza en la tienda".

Logisfashion se encarga del planchado, etiquetado, colgado, embolsado y del control de calidad. Y prepara pedidos que se encarga de transportar.

Los tiempos cambian, y más que en ninguna otra industria en la textil, así que Logisfashion propone a sus clientes abrazar más tramos de su cadena de valor: **"Desde este año trabajamos para nuestro cliente a partir del momento en que una planta recibe una orden de fabricación, un servicio de**

coordinación de la producción muy apreciado en China y en otras regiones".

Juan Manzanedo está orgulloso de que en el IESE se hayan escrito sendos casos empresariales sobre Logisfashion, uno sobre la profesionalización de la empresa y otro sobre su internacionalización, una estrategia que busca dar un mejor servicio a las multinacionales de la moda. La autoestima está alta, pero los inicios fueron humildes, voluntariosos. Como hacía la Penélope de la mitología, los fundadores del negocio llegaron a doblar y a desdoblar unas mismas prendas para dar la impresión a las visitas de efervescencia, de constantes pedidos. **"Han pasado 10 años y hoy movemos 25 millones de prendas al año".**

OTROS SITIOS DEL GRUPO ZETA

El Periódico de Catalunya	El Periódico Extremadura	Ciudad de Alcoy Sport	PC Plus SuperJuegos	You Man	Viajar Cuore	General Risk Gráficas de Prensa	Red Aragón Red Córdoba
La Voz de Asturias	El Periòdic d'Andorra	Equipo	PlayStation	AUTO <i>hebdo</i>	Ediciones B	Diaria	Red Mediterráneo
El Periódico de Aragón	Mediterráneo Córdoba	Interviú Tiempo de hoy	Woman Primera Linea	Todo Rallyes Super AUTO	Zeta Gestión Medios On pictures	ISO Mortadelo y Filemón	Windows Vista AQUA

[Quiénes somos](#) |
 [Tarifas de Publicidad](#) |
 [Aviso Legal](#) |
 [Nuestros E-mails](#) |
 [Datos de la Web](#) |
 [La Botiga](#) |
 [Mapa Web](#) |
 

