



La transitaria Mimpo abre delegación en Barcelona para impulsar su negocio en Catalunya

El operador logístico mexicano Mimpo ha anunciado la apertura de su primera oficina en Barcelona tras su desembarco en España un año atrás. El grupo transitario puso en marcha una filial en Madrid con la que gestiona su actividad en la Península Ibérica. Durante su presentación oficial en 2019, la empresa especializada en servicios de comercio exterior anunció que los próximos pasos en España serían la apertura de una oficina en Barcelona y en Bilbao. Pese a los efectos de la pandemia en su primer año en España, Mimpo ha decidido llevar este proyecto adelante con una nueva delegación en la Avenida Diagonal de la capital catalana. Con esta nueva apertura, “el grupo busca consolidar su negocio en España y seguir adelante con el plan de expansión establecido”, ha apuntado el director de Mimpo en España, David Soto.

La hoja de ruta de la compañía persigue impulsar su negocio en Catalunya desde

la nueva delegación, puesto que los datos de la Cámara de Comercio de México apuntan a que es la comunidad autónoma con mayor volumen de exportaciones al país centroamericano. “Ya contamos con clientes en Barcelona y con esta nueva oficina podemos darles un servicio más personalizado, además de seguir desarrollando nuestro negocio en una de las comunidades más importantes de España a nivel de exportaciones a México y para el sector forwarding en general”, ha sentenciado Soto. Para ello, el operador contará con un equipo comercial de tres personas y otra dedicada a pricing, a las que se le sumarán más adelante otros profesionales para operaciones.

Respecto a la apertura de otra oficina en Bilbao, el operador ha decidido posponer este proyecto por el contexto de crisis sanitaria. “Lo tenemos en mente y esperamos poder abrir esta delegación, pero en un plazo a tres años”. De igual forma, Mimpo ha decidido posponer la apertura de su primer almacén en España y apoyarse a corto-medio plazo en subcontrataciones y operadores con almacén propio. “Queremos crecer de forma orgánica en un primer momento y esperar para invertir”, ha explicado Soto. De cara a este ejercicio 2021, la empresa transitoria prevé evolucionar “con mucha cautela”. En general, el director general en España asegura “ser optimista”, pero valora el desarrollo del año con mucha prudencia en función del desarrollo de la actividad económica y los rebrotes de Covid-19.

EL GRUPO CIERRA 2020 CON UNA FACTURACIÓN DE 7,3 MILLONES DE EUROS

En un año marcado por la pandemia y la incertidumbre, Mimpo Global Logistics amplió sus servicios de transporte aéreo con cargas de material sanitario para adaptarse a la dificultad del mercado aéreo. En general, el directivo de la compañía en España se ha mostrado satisfecho por los resultados alcanzados a pesar del contexto de pandemia. En concreto, la cifra de ventas en España para este primer ejercicio completo en el año 2020 fue de 7,3 millones de euros y, a falta del cierre definitivo, el resultado de explotación se sitúa en 430.000 euros. “Hemos logrado alcanzar el objetivo de ventas marcado para este año”, ha valorado el dirigente de la filial española.

“Arrancamos el primer trimestre de 2020 de forma muy positiva y con los números marcados en el presupuesto, pero empezamos a acusar los efectos de la pandemia a partir de abril, cuando empezó a afectar a Latinoamérica”, ha destacado en retrospectiva el directivo. La pandemia por Covid-19 llegó a México unas semanas más tarde que en España, “pero ya en abril se generó un bajón de facturación en torno al 30% o 40%, especialmente por el cierre de comercios y del sector textil”. Pese a ello, el grupo adaptó sus servicios al transporte aéreo de carga sanitaria, entre otros clientes, lo que logró compensar en parte el parón de su actividad.

Mimpo Global Logistics pretende convertirse en un operador de referencia para el mercado en Latinoamérica principalmente en el sector de la industria de las renovables para energías fotovoltaica y eólica, seguido por el sector retail. Además, el grupo mexicano persigue aumentar su presencia en otros mercados como Estados Unidos, Chile o Perú a través de sus clientes españoles.