
Modaes

Empresa

El hijo de Isak Andic asciende a la cúpula de Mango y se convierte en presidente adjunto

P. Riaño
5 oct 2012 - 05:00

La segunda generación de la familia **Andic** se incorpora a la cúpula de **Mango**. **Jonathan Andic**, hijo del fundador de la empresa, **Isak Andic**, ha sido nombrado presidente adjunto de la compañía. **Jonathan Andic** ocupa, así, el segundo puesto de máxima importancia en el grupo (sólo por detrás de su padre) y se incorpora al consejo de administración de la compañía de distribución de moda.

Según han confirmado a Modaes.es fuentes de **Mango**, el hijo del fundador de Mango ocupa el cargo de presidente adjunto de la empresa. Por debajo de él figuran **Nahman Andic** (hermano de **Isak Andic** y cofundador del grupo), como vicepresidente ejecutivo, y **Enric Casi**, director general.

Jonathan Andic, uno de los tres hijos de **Isak Andic** (junto a Judith, que también trabaja en **Mango**, concretamente en el área de diseño, y Sarah), se ha convertido también en socio de la empresa y en miembro del consejo de administración. El órgano de gobierno de **Mango** está compuesto ahora por **Isak**, **Jonathan** y **Nahman Andic**, **Enric Casi**, **Isak Halfon**, **Daniel López**, **Nic Olivé** y **Salvador Vallés**.

Con este movimiento, **Isak Andic**, nacido en 1953, comienza a sentar las bases del relevo generacional en **Mango**. Si bien **Jonathan Andic** lleva años trabajando en la empresa, fuentes del sector explican que durante los últimos meses su papel en la dirección está siendo mucho más activo. Entre sus atribuciones figura la línea masculina del grupo, **He by Mango**. Fuentes de la empresa sostienen que **Jonathan Andic** continúa involucrado en la colección masculina, si bien “se apuesta por que vaya conociendo otros campos de la compañía”.

Cambio de rumbo

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/el-hijo-de-isak-andic-asciende-a-la-cupula-de-mango-y-se-convierte-en-presidente-adjunto>

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

Mango ha estado inmersa durante el último año y medio en un profundo proceso de reestructuración que ha terminado en el reposicionamiento de su marca y en una apuesta por la diversificación con el lanzamiento de nuevas cadenas.

Según explica **Isak Andic** en la Memoria de Sostenibilidad correspondiente al ejercicio 2011, además de una enseña para el público joven (Mango Young), la compañía trabaja en “una colección para niño y una de ropa íntima, baño y deporte para mujer”.

La compañía, que suma 2521 establecimientos (900 de ellos corners) en 109 países, registró una facturación de 1.408 millones de euros en 2011, lo que supuso un incremento del 11% respecto al año anterior. “Durante el año 2012 la previsión es la de abrir aproximadamente unos 300 puntos de venta en calles comerciales de todo el mundo, hasta llegar a alcanzar 1.900 millones de euros de facturación, que significa un incremento de ventas de un 35%”, señala la compañía en el documento.

Mango cerró el ejercicio 2011 con un resultado neto de 63,3 millones de euros, lo que representó un retroceso del 38,5% respecto al año anterior, cuando el grupo ganó 101 millones de euros. La compañía confía en remontar la evolución de su beneficio gracias a los cambios introducidos en los últimos meses.