

---

# Modaes

---

Empresa

## La española Mango prepara una colección para el Hemisferio Sur para potenciar su crecimiento global

---

Modaes  
24 oct 2014 - 18:10

Aunque Europa continúa siendo el principal mercado de **Mango**, la compañía española continúa elevando su apuesta en los mercados internacionales. Siguiendo los pasos de otros grupos de gran distribución como **Inditex**, la compañía presidida por **Isak Andic** prepara el lanzamiento de una colección específica para el Hemisferio Sur.

“Estamos desarrollando una colección que se venderá en el Hemisferio Sur y que reúne las particularidades de su clima”, ha explicado **Enric Casi**, director general de **Mango**, en una entrevista a *Just-Style*. México, por ejemplo, no contará con este tipo de colecciones y seguirá las temporadas internacionales de la compañía.

Pese a que **Mango** tiene previsto continuar creciendo en toda la región de Latinoamérica, la compañía descarta desarrollarse en Argentina, Brasil y Venezuela, debido a las dificultades políticas y a aspectos como el cambio de divisas. Mango estaba presente en Brasil hasta 2013, cuando decidió abandonar el país, en el que había entrado en 1998.

**Mango** cuenta con 133 establecimientos en el conjunto de Latinoamérica. Mientras Chile es el primer mercado latinoamericano para la empresa, con 31 establecimientos, México le sigue de cerca, con 27 puntos de venta. **Mango** también cuenta con establecimientos en Colombia, Perú, Ecuador, Venezuela o Paraguay.

---

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/la-espanola-mango-prepara-una-coleccion-para-el-hemisferio-sur-para-potenciar-su-crecimiento-global>

---

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

---

En 2011, el gigante español **Inditex** llevó a cabo la misma estrategia con **Zara**. La marca principal de **Inditex** fue la primera cadena de gran distribución de moda en atender a la temporada cambiada de los mercados y lanzar una colección específica para el Hemisferio Sur.

“Ellos no quieren el stock del año anterior ni la colección de invierno que ya se ha vendido en otros mercados, sino que demandan una línea específica para ese país que siga la tendencia del momento, no la de la temporada pasada”, explicó **Pablo Isla**, presidente de **Inditex**, en una entrevista a *Financial Times*.

**Mango** cerró el ejercicio 2013 con una facturación de 1.846 millones de euros, lo que supone un incremento de un 9% respecto al año anterior. El beneficio de la compañía, que cuenta con una red de distribución formada por 2.731 puntos de venta, se situó en 120,5 millones de euros.