

Modaes

Empresa

Mango cede la gestión de su negocio en India al gigante del ecommerce Myntra

La compañía española, que vende sus productos a través de la plataforma desde 2014, afianza su colaboración con el 'Amazon indio', que prevé abrir una veintena más de tiendas en el país asiático hasta 2022.

Lorenzo Molina
23 feb 2017 - 05:00

Mango cede la gestión de su negocio en India al gigante del ecommerce Myntra

Mango pone la gestión de su negocio indio en manos de un *pure player*. La empresa española de moda ha estrechado su colaboración con el portal de ecommerce **Myntra**, propiedad de **Flipkart**, que pasará a hacerse cargo de la tienda online del grupo en el país, así como de las ocho tiendas físicas con las que la compañía opera en el mercado. El acuerdo entre ambas empresas también contempla elevar el número de establecimientos **Mango** a cerca de una treintena hasta 2022.

Desde 2014, año en que **Mango** empezó a distribuir sus productos a través de **Myntra**, la compañía ha incrementado sus ventas en el portal un 100% año tras año, según fuentes de la empresa. La empresa catalana es una de las cinco marcas de moda femenina más vendidas del surtido que distribuye el gigante indio del ecommerce. El alto grado de conocimiento del consumidor indio, unido a su extensa red logística en ese país han sido los factores determinantes a la hora de cerrar el acuerdo.

Mango es la primera empresa de moda con la cual **Myntra** da el salto a la gestión de un negocio offline. La compañía de ecommerce tiene más de dieciocho millones de usuarios activos mensuales junto con **Jabong**, la plataforma controlada por **Rocket Internet** que **Myntra compró por 70 millones de dólares** (63,3 millones de euros) en 2016.

Desde 2014, año en que Mango empezó a distribuir sus productos a través de Myntra, la compañía ha incrementado sus ventas en el portal un 100% año tras año

India se ha posicionado como un mercado estratégico para los mayores distribuidores de moda del mundo, que están tomando posiciones tanto en el canal físico como en el online. Las previsiones pasan por que el comercio online en el país crezca desde 30.000 millones de dólares en 2016 hasta 120.000 millones de dólares en 2020.

Inditex ha apostado fuertemente por India en los últimos años con Zara. El pasado diciembre, el buque insignia de la compañía puso en marcha una tienda de 2.787 metros cuadrados en el centro comercial **Oberoi Mall** de Bombay. Unos meses antes, en abril, la cadena se hizo con un local de 4.600 metros cuadrados en la misma localidad, en una de las mayores operaciones comerciales de India por parte de un *retailer* extranjero.

Zara opera con 19 tiendas en India en la actualidad y está presente en el país desde 2010. El buque insignia de **Inditex** es la única cadena que opera en el país, si bien el grupo ha iniciado trámites para el desembarco de **Massimo Dutti**.

En 2015, el grupo Pepe Jeans pagó 22 millones de euros por hacerse con el 30% de su filial en el país que todavía no estaba en manos de la propia empresa, tras haber dado entrada en su capital al fondo libanés M1 y a L Capital Asia. La compañía, que aspira a convertirse en la marca líder en el país en 2020, ha acumulado ritmos de crecimiento del 30% en India durante los últimos años. En la temporada primavera-verano 2016, **Pepe Jeans** introdujo en el mercado su línea infantil y, posteriormente, la de calzado.

A la espera de que el grupo dé a conocer los resultados correspondientes al ejercicio 2016, **Mango** facturó 2.327 millones de euros en 2015, frente a los 2.017,1 millones de euros de un ejercicio atrás. El número dos en el mercado español de la distribución de moda, cerró 2015 con un resultado neto de cuatro millones de euros.