

Empresa

## Mango conquista Latinoamérica: abre en Bogotá su tienda número 200 en la región

La compañía española subirá la persiana de un nuevo establecimiento en la capital colombiana, con el que alcanzará los 200 puntos de venta en Latinoamérica. El mismo se encontrará en el centro comercial Multiplaza.

M. Canitni  
31 ago 2017 - 00:00

Mango conquista Latinoamérica: abre en Bogotá su tienda número 200 en la región

Mango consolida su presencia en Latinoamérica. La compañía española de distribución de moda prepara la apertura de su tienda número 200 en la región, según informaron fuentes del grupo europeo a Modaes. La misma se encontrará en el centro comercial Multiplaza de Bogotá y abrirá sus puertas antes de fin de año.

Con esta nueva apertura, el grupo confirma su apuesta por el mercado colombiano, tras abrir tres *macrotiendas* en el país el último año. **El establecimiento estará ubicado en el primer piso del centro comercial**, donde estarán disponibles todas las líneas de moda de la empresa.

En el complejo, Mango compartirá espacio con compañías internacionales como Inditex, que ya opera con Inditex Zara, Stradivarius, Oysho, Pull&Bear y Bershka; así como también Women'secret.

**Colombia ha sido el principal foco de expansión para Mango en Latinoamérica este año.** Tras retomar sus operaciones en el país con Mercadeo y Moda (Grupo Uribe), **la compañía española puso en marcha tres *macrotiendas* en las ciudades de Bogotá y Barranquilla** en el primer semestre de este año.

**Mango opera con una red comercial de 46 puntos**

# Modaes

## de venta en Colombia, su segundo mercado en Latinoamérica

En concreto, **en su ejercicio 2016, el grupo español subió la persiana de nueve puntos de venta en Latinoamérica**. Colombia fue justamente el país donde Mango abrió más tiendas, sumando un total de siete nuevos establecimientos en el mercado cafetero.

Actualmente, la compañía española opera con una red comercial de 46 puntos de venta en el mercado colombiano, con establecimientos en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla. **La empresa también tiene presencia en las tiendas departamentales Falabella con corners de su línea femenina, así como también puntos de venta de Violeta**, su cadena especializada en tallas grandes. **En Colombia, Mango opera de la mano de su socio local, Grupo Uribe**.

Chile es el principal mercado para la compañía española en Latinoamérica por número de establecimientos. Mango tiene proyectado poner en marcha una macrotienda de 800 metros cuadrados en el centro comercial **Mall Plaza los Dominicos** en Santiago.

## Mango obtiene el 79% de su facturación global de los mercados internacionales

En Latinoamérica, Mango está presente en quince países como México, Guatemala, Perú, Ecuador, Cuba, Costa Rica, y Suriname, donde desembarcó a finales del año pasado, convirtiéndose en el mercado 110 para el grupo español.

Mango cerró su ejercicio 2016, con pérdidas de 61 millones de euros (71 millones de dólares), frente al resultado positivo de 11,8 millones de euros (13,8 millones de dólares) de 2015. Las ventas del grupo, que ha encogido su negocio en la última década, se situaron en 2.260 millones de euros (2.654,3 millones de dólares), un 2,9% menos que en el año anterior. El beneficio bruto de explotación (ebitda) de **la compañía** se situó en 77 millones de euros (90,4 millones de dólares), un 54,7% menos que en 2015.

Por líneas de negocio, **Mango** destacó la evolución de las líneas Man, Kids y Violeta, que han copado el 17,6% de las ventas, frente al 14,7% del año anterior. De los 2.260 millones de euros (2.671 millones de dólares) de facturación, el 79% correspondió a los mercados internacionales.