
Modaes

Empresa

Mango inicia en Colombia la franquicia de su ecommerce con grupo Uribe

El grupo español de distribución de moda ha finalizado el ejercicio 2019 con unas ventas online de 607 millones de dólares.

PILAR RIAÑO
24 feb 2020 - 00:00



Mango potencia su ecommerce en Colombia. El grupo español de distribución de moda ha empezado a franquiciar su negocio online en Colombia, de la mano de su socio local el grupo Uribe.

Colombia es el primer país donde Mango ha realizado este movimiento, aunque desde 2019 el grupo ha comenzado a franquiciar su plataforma de ecommerce en países donde no cuenta con una estructura propia, haciéndolo de la mano de relevantes socios locales. Actualmente, la empresa se encuentra en negociaciones para extender la franquicia de su tienda online a otros países del mundo.

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/mango-inicia-en-colombia-la-franquicia-de-su-ecommerce-con-grupo-uribe>

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 opera en Colombia de la mano de Grupo Uribe desde su desembarco en el país cafetero en 2004. En 2015, ambos grupos interrumpieron esta alianza, para retomarla ininterrumpidamente desde 2016.

No es la primera vez que Mango se alía con un tercero para gestionar su operativa online. En 2017, la empresa se asoció con Lord&Taylor, propiedad de Hudson's Bay, para impulsar su crecimiento online en Estados Unidos, como ya había hecho anteriormente en India con Myntra o en Japón con Locondo.

Mango opera en Colombia de la mano de Grupo Uribe desde su llegada al país en 2004

El grupo español de distribución de moda ha finalizado el ejercicio 2019 con unas ventas online de 560 millones de euros (607 millones de dólares). Esta cifra supone un crecimiento del 26% respecto a 2018 y se sitúa por encima de las previsiones de la compañía.

En 2018, la compañía presidida por Isak Andic obtuvo unas ventas de 445 millones de euros (482,5 millones de dólares) a través de la Red, lo que supuso un alza del 31%. Ese año, las ventas online coparon el 20% del total, un objetivo que se había fijado inicialmente para 2020. Para 2019, el grupo se había marcado el objetivo de que los ingresos de la Red llegasen al 30% del total.

A la espera de dar a conocer los resultados, **el objetivo de la compañía es alcanzar un crecimiento mínimo del 20% cada año en su negocio online**, según ha explicado Elena Carasso, directora online de Mango, a Modaes.es. Las ventas online de Mango incluyen tanto el negocio generado por la plataforma propia como a través de terceros, con alianzas con gigantes online como Zalando. **La web propia del grupo representa más de la mitad del negocio total.**