Modaes

Empresa

Mango introducirá en Perú su línea para bebés y planea la ampliación de sus locales en el país

Modaes
20 jul 2015 - 00:00

Mango refuerza su presencia en Perú. La compañía española, especializada en moda femenina, da un paso más en su desarrollo en el mercado peruano con la introducción en el país de su nueva línea para bebés, lanzada en España en el primer semestre del año. En paralelo, la empresa planea ampliar sus locales en el país para adaptarlos al formato de *macrotiendas* que está implantando en el resto del mundo.

La compañía española ha diversificado su negocio durante los últimos años con el lanzamiento de nuevas cadenas, como **Mango Man** (dedicada al hombre), **Violeta** (tallas grandes) o **Mango Kids** (para el público infantil). Según ha explicado a *Gestión* la gerente de **Mango** en **Saga Falabella**, **Fiorella Ampuero**, el lanzamiento en Perú de **Mango Baby** tendrá lugar a medio plazo.

Mango cuenta con cerca de una veintena de puntos de venta en Perú. La mayoría de los establecimientos de la compañía española en el país corresponden a espacios en locales de **Saga Falabella**.

Los planes de la empresa pasan ahora por ampliar sus locales comerciales en el país, como por ejemplo el del centro comercial Jockey Plaza. Con este nuevo modelo de tienda, **Mango** busca contar con locales en los que ofrecer todas sus colecciones juntas a sus clientes.

Mango es uno de los mayores retailers de moda europeos. La compañía finalizó el ejercicio 2014 con unas ventas de 2.017 millones de euros (2.183 millones de dólares), lo que supuso un crecimiento del 9,3% respecto al año anterior.