

# Modaes

Empresa

## Mango mueve ficha en República Dominicana: reubica su 'flagship' de Santo Domingo

El grupo español, que opera en el país de la mano de Phx Retail, ha trasladado su tienda del centro comercial Agora Mall del tercero al segundo piso, en un local de 260 metros cuadrados de superficie.

María Bertero  
29 ago 2019 - 00:00



Mango cambia de cara en República Dominicana. La compañía española de distribución de moda, que opera en Latinoamérica con una red comercial de casi doscientas tiendas, ha trasladado uno de sus buques insignia del país caribeño.

Según informaron fuentes del grupo a Modaes, **Mango ha mudado de la tercera a la segunda planta su tienda del centro comercial Ágora Mall en Santo Domingo**, en República Dominicana. El nuevo establecimiento cuenta con una red comercial de 260 metros cuadrados.

Además de haberse posicionado en una mejor ubicación del complejo, **Mango ha instalado también la nueva imagen de tienda** que ha implementado en otros países de

---

# Modaes

---

la región y del mercado europeo.

## Mango está presente en República Dominicana con dos tiendas

La compañía española opera en República Dominicana de la mano de Phx Retail, socio también en el país de Inditex. Además de su tienda de Ágora Mall, Mango cuenta con otro establecimiento en el país.

La compañía ha estado incrementando su presencia en varios países de Latinoamérica, especialmente en el Cono Sur, con nuevas tiendas en Bolivia y Paraguay. Además, la compañía española prepara cinco aperturas en México de la mano de El Palacio de Hierro, tal y como avanzó Modaes.

Sin embargo, la empresa también ha reordenado su parque comercial en la región y en el resto del mundo. **A cierre de su ejercicio 2018, Mango contaba con 199 tiendas en Latinoamérica**, seis menos que el año anterior.

## El grupo español abrirá próximamente cinco tiendas en el mercado mexicano

Además de Phx Retail, la compañía tiene a otros socios en la región como Grupo Uribe, en Colombia; o El Palacio de Hierro, en México. Actualmente, Chile concentra el grueso de las tiendas de Mango en Latinoamérica, con 55 puntos de venta.

Mango cerró 2018 con un incremento del 17% de su resultado bruto de explotación (ebitda), que situó en 135 millones de euros (150,2 millones de dólares). No obstante, la compañía finalizó el ejercicio engordando sus pérdidas un 6%, hasta 35 millones de euros (38,9 millones de dólares).

En 2018, Mango redujo también su deuda financiera a dos años, hasta dejarla en 315 millones de euros (350,5 millones de dólares). **Las ventas de la empresa se incrementaron un 1,8%, hasta 2.233 millones de euros (2.485 millones de dólares)**, registrando el primer año de crecimiento positivo