

Empresa

Mango, nuevo récord online: ventas de 560 millones y alza del 26% en 2019

El grupo español de distribución de moda rebasa sus objetivos para 2019. La empresa ha comenzado en Colombia la franquicia de su tienda online para impulsar sus ventas.

Pilar Riaño
24 feb 2020 - 05:00



Mango marca un nuevo récord en la Red. **El grupo español de distribución de moda ha finalizado el ejercicio 2019 con unas ventas online de 560 millones de euros.** Esta cifra supone un crecimiento del 26% respecto a 2018 y se sitúa por encima de las previsiones de la compañía. Mango ha comenzado en Colombia a franquiciar su negocio online en los mercados internacionales, según ha explicado Elena Carasso, directora online de Mango, a Modaes.es.

En 2018, la compañía presidida por Isak Andic obtuvo unas ventas de 445 millones de euros 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 completos de 2019, la empresa no ha desvelado el peso que la Red ha tenido finalmente. Según Carasso, el objetivo de la compañía es alcanzar un crecimiento mínimo del 20% cada año en su negocio online.

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.**

Mango busca socios internacionales para fortalecer su operativa online

Aunque el grupo apuesta por controlar de forma directa su operativa online, **en 2019 ha comenzado a franquiciar su plataforma en países lejanos**, donde no cuenta con estructura propia, con socios locales relevantes.

Colombia, donde opera de la mano de Grupo Uribe, es el primer país donde realiza este movimiento. Actualmente, la empresa se encuentra en negociaciones para extender la franquicia de su tienda online a otros países del mundo.

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 centraliza toda su logística en España, pero **cuenta con siete almacenes satélite que dan servicio a la operativa online**, ubicados en Estados Unidos, Alemania, China, Rusia, Turquía, México y Corea del Sur.

El grupo español finalizó el ejercicio 2018 con una facturación de 2.233 millones de euros, un 1,8% más que el año anterior, cerrando el primer año en positivo tras dos ejercicios en descenso. **El resultado bruto de explotación (ebitda) se situó en 135 millones de euros**, un 17% más que en 2017, cuando ganó 115 millones de euros