

Empresa

Mango reduce sus pérdidas un 45% en 2017 pese a mantener sus ventas a la baja

La compañía, segundo mayor distribuidor de moda del país por cifra de negocio, registró un resultado negativo de 33 millones de euros, frente a los números rojos de 61 millones del año anterior. La facturación se situó en 2.194 millones de euros, un 2,9% inferior a la de 2016.

Modaes
10 ago 2018 - 12:48

Mango reduce sus pérdidas un 45% en 2017 pese a mantener sus ventas a la baja

Mango encoge sus números rojos en 2017. La compañía española, segundo mayor distribuidor de moda del país por cifra de negocio, finalizó el ejercicio pasado con unas pérdidas de 33 millones de euros, frente al resultado negativo de 61 millones registrado en 2016. No obstante, la facturación del grupo se mantuvo a la baja, con un descenso del 2,9%.

En 2017, el resultado bruto de explotación (ebitda) de Mango se elevó un 50%, pasando de 77 millones a 115 millones de euros. La empresa señala que el ebitda registró “una importante mejora” en el primer semestre del año pasado, mientras que en el segundo anotó “un crecimiento más moderado, afectado por las altas temperaturas en la mayoría de los mercados más importantes para la compañía”, según explica en un comunicado.

La facturación de Mango se situó en 2.194 millones de euros en el ejercicio pasado, frente a los 2.260 millones de euros de 2016. España copó el 23% de las ventas de la compañía, mientras que el negocio internacional representó el 77%. Por segmentos, las colecciones de moda masculina, infantil y Violeta contribuían en un 18,3% a la cifra de negocio total, frente al 17,6% del ejercicio 2016.

Mango anotó unos números rojos de 33 millones de

euros en 2017, mientras que las ventas ascendieron a 2.194 millones de euros

“En 2017 hemos verificado que nuestro modelo de negocio basado en la omnicanalidad y en el *fast fashion* es el camino a seguir”, ha dicho Daniel López, vicepresidente ejecutivo de Mango. “Con un comportamiento de las ventas en el segundo semestre similar al de la primera mitad del año, el grupo habría entrado en la senda de los beneficios”, ha añadido.

“A cierre de julio hemos logrado grandes mejoras: las ventas totales han experimentado una muy buena evolución: han tenido un crecimiento sostenido en los últimos cinco meses”, ha señalado también López.

En 2017, la compañía realizó un saneamiento de su balance, lo que conllevó “un fuerte recorte de sus pasivos bancarios y una reducción de su deuda financiera neta”. A 31 de diciembre de 2017, la deuda neta del grupo era de 415 millones de euros, un 33% inferior a la del año anterior, cuando ascendía a 617 millones.

El pasado diciembre, Mango vendió las instalaciones que albergan su sede en Palau-Solità i Plegamans (Barcelona) por más de cien millones de euros. Tras la operación de *sale&leaseback*, los inmuebles pasaron a manos de Invesco Real Estate Fund, aunque la empresa de moda se mantendrá como inquilino.

2.190 tiendas en todo el mundo

A cierre de 2017, Mango tenía presencia en 110 países con 2.190 tiendas, cuya superficie total ascendía a 812.000 metros cuadrados, un 1,8% más que en 2016. A lo largo del año pasado, la compañía abrió veinte nuevas *macrotiendas*, hasta contar 211 establecimientos de estas características.

La empresa destaca las aperturas de *flagship stores* realizadas en Nueva York, la calle Serrano de Madrid y Restauradores en Lisboa. **En 2017, las franquicias representaban el 55% de los puntos de venta de la cadena** y, a lo largo de 2018, Mango prevé seguir apostando por este modelo y abrir otros 45.000 nuevos metros cuadrados de superficie comercial con franquicias en todo el mundo.