Modaes

Empresa

Mango sacrifica beneficio para mantener con corners su ritmo de crecimiento

24 oct 2011 - 00:00

P. Riaño.- El grupo de distribución de moda **Mango** cambia su política de crecimiento y apuesta por los corners en grandes almacenes para mantener su desarrollo internacional. La compañía cerrará 2011 con unas 600 nuevas aperturas, 500 de las cuales serán corners, a pesar de que esta fórmula penaliza el beneficio de la compañía. Según ha explicado a Modaes el director general de la empresa, **Enric Casi**, **Mango** desarrolla desde 2010 una "política agresiva" de crecimiento mediante corners, con acuerdos con compañías como la estadounidense **JC Penney**, la italiana **Coin** o la británica **Selfridges**.

En 2010, el 38% del total de aperturas de la empresa fueron corners, un porcentaje que crecerá hasta el 83% en 2011. Tal y como reconoce **Casi**, la empresa está apostando por esta fórmula de crecimiento porque requiere una inversión reducida, aunque representa también "menos margen" para la empresa.

https://www.modaes.com/empresa/mango-sacrifica-beneficio-para-mantener-con-corner

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.

El resultado neto de **Mango** experimentó en 2010 una reducción del 31,65%, un retroceso que, según el director general de la empresa está condicionado por motivos fiscales. El resultado antes de impuestos de la compañía sufrió también una caída, aunque en este caso fue del 10,4%, hasta 112,93 millones de euros.
La reducción de la actividad en los mercados de España, Reino Unido y Estados Unidos, la política de promociones y descuentos y el desarrollo mediante corners son las razones principales de la reducción del beneficio de **Mango**.

"Necesitamos un año para vender correctamente en un gran almacén, porque son todos diferentes y tenemos que dar con la oferta óptima –sostiene **Casi-**; el primer año tenemos que adaptarnos al emplazamiento y terminamos haciendo promociones, necesitamos una curva de aprendizaje".

En su opinión, "los frutos del crecimiento mediante corners no se notarán hasta 2012". Así, la empresa, que se encuentra en un periodo de cambios con el regreso de su presidente a la gestión diaria, podría volver a ver penalizado su resultado en el ejercicio actual.

Cambio de estrategia

A diferencia de **Inditex**, el grupo presidido por **Isak Andic** ha basado su desarrollo en España y en los mercados internacionales en las franquicias. A partir de ahora, la empresa se centrará en los corners.

Durante el año pasado, la compañía catalana puso en marcha 179 corners, de un total de 464 aperturas totales en el periodo. Actualmente, la empresa posee 825 espacios en grandes almacenes, 420 de los cuales se han puesto en marcha entre enero y agosto de 2011.

A cierre del ejercicio 2010 (concluido el 31 de diciembre), **Mango** contaba con 707 puntos de venta propios y 1.050 franquicias, frente a los 5.044 establecimientos que poseía **Inditex** cuando concluyó su último ejercicio fiscal (el pasado 31 de enero).

https://www.modaes.com/empresa/mango-sacrifica-beneficio-para-mantener-con-corner

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.