

Empresa

Mango se rinde a Chile mientras retoma su negocio en Colombia con Grupo Uribe

Con casi 300 establecimientos en Latinoamérica, el grupo de Isak Andic tiene en el mercado chileno la mayor cantidad de puntos de venta.

M. Bertero
27 jul 2016 - 00:00



Mango, un negocio de 290 tiendas en Latinoamérica. La compañía española tiene a Chile como su principal mercado, donde opera con 45 puntos de venta. Recientemente, el grupo ha vuelto a retomar su alianza con Mercado y Moda (Grupo Uribe), su socio en Colombia, con quien había roto relación el pasado febrero.

A nivel global, **Mango** cuenta con 2.730 puntos de venta: 1.138 tiendas propias y 1.592 correspondientes a socios franquiciados. En Latinoamérica, el grupo, propiedad de **Isak Andic**, opera en veinte mercados, con 290 establecimientos.

Chile se presenta como el país con mayor cantidad de puntos de venta de **Mango**. Allí, la compañía española opera únicamente a través de tiendas bajo el formato de franquicia en centros comerciales como **Alto Las Condes**, **Mall Plaza Egaña** y **Parque Arauco**.

, entre otros, además de los distintos puntos de venta en **Falabella**.

En 2015, Mango duplicó su presencia en México con 17 nuevas aperturas

Al mercado chileno le sigue Colombia, donde **Mango** cuenta con 39 establecimientos. Desde el 2005, el grupo de **Andic** está controlado en el país por **Mercadeo y Moda**. La compañía desembarcó en Colombia mucho antes que otras compañías de distribución de moda como **Inditex** o **Forever21**.

Tras retomar su relación con **Mercadeo y Moda**, **Mango** anunció la apertura de nueve puntos de venta en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. “Esta nueva alianza con **Mango** nos permitirá fortalecer la relación y retomar un negocio que hemos desarrollado por más de diez años -explica **Pedro Uribe**, presidente de **Mercadeo y Moda**-; en este nuevo capítulo, apuntaremos a la expansión y consolidación de la marca en Colombia”.

Por su parte, Perú, se ubica como el tercer mercado de **Mango**, ya que en el territorio inca, la compañía posee 36 establecimientos, todos ellos bajo el formato de franquicia, ubicados en los centros comerciales **Open Plaza** y **Jockey Plaza**, además de corners en **Falabella**.

Mango opera en otros países latinoamericanos como Ecuador, Venezuela, Panamá y Argentina

A pesar de ser el cuarto país con mayor presencia de establecimientos **Mango** en Latinoamérica, México es el único de la región donde la compañía tiene tiendas propias. En el mercado azteca, el grupo cuenta con cuatro establecimientos y 31 locales franquiciados. En el último año, **Mango duplicó su presencia en el territorio mexicano, con 17 nuevos puntos de venta** y más de 5.000 metros cuadrados de superficie.

El grupo también introdujo por primera vez su concepto de *macrotienda* en México, con una tienda de más de mil metros cuadrados en el centro comercial **Santa Fe**, así como su línea **Violeta**, la única que todavía no tenía presencia en el país.

Ecuador y Venezuela son los otros países que le siguen a Chile, Colombia, Perú y

Modaes

México, con ocho y cinco puntos de venta cada uno. **Mango** también opera en Argentina, Bolivia, Costa Rica, Cuba, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y El Salvador.

Mango cerró 2015 con una cifra de negocio consolidada de 2.327 millones de euros (2.570 millones de dólares), lo que supuso un incremento del 15,36% respecto al ejercicio anterior, cuando la empresa registró unas ventas de 2.017 millones de euros (2.327 millones de dólares), superando por primera vez la cota de los 2.000 millones de euros (2.198,9 millones de dólares).