

MANGO

Mango alcanza las 40 tiendas propias en Estados Unidos y prevé abrir más de una veintena en 2025



MANGO

- Mango ha logrado antes de lo previsto su objetivo de alcanzar a cierre de 2024 las 40 tiendas propias en Estados Unidos y prevé superarlo llegando a las 42 tiendas al finalizar de año.
- Durante 2024, Mango ha desembarcado en los estados de Pensilvania, Massachusetts y Washington DC, además de ampliar su presencia en California y en Nueva York, entre otras aperturas. La compañía también ha lanzado su programa de fidelización omnicanal *Mango likes you* en Estados Unidos y ha puesto en marcha su segundo centro logístico en el país.
- En 2025, Mango prevé abrir más de una veintena de tiendas en Estados Unidos llegando a Seattle, Chicago y Las Vegas, entre otras localidades, y cerrar el año con cerca de 65 tiendas propias en el país.
- En los últimos 4 años, la compañía ha creado más de 600 nuevos puestos de trabajo en el país y para 2025, prevé duplicar su plantilla actual superando los 1.200 empleados.
- Estados Unidos es actualmente uno de los cinco principales mercados de Mango, que aspira a que el país esté en las primeras tres posiciones en términos de facturación a cierre de 2026.
- La expansión en Estados Unidos se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía que tiene como objetivos reforzar su propuesta de valor diferencial, con un fuerte impulso de la expansión y con la mejora de las ventas en el parque de tiendas existente y en su canal online.

BARCELONA,

26 NOVIEMBRE 2024

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, refuerza y consolida su presencia en Estados Unidos alcanzando las 40 tiendas propias en el país. Con la inauguración de un punto de venta en la localidad de El Paso, Texas, la compañía logra antes de lo previsto su objetivo para cierre de 2024 y prevé superarlo con un par de aperturas más hasta final de año, alcanzando así las 42 tiendas propias. En 2025, Mango seguirá aumentando aún más su presencia en el país con más de una veintena de tiendas nuevas, cerrando el año con cerca de 65 tiendas propias, y duplicará su plantilla hasta los más de 1.200 empleados.

“Este logro representa un momento de orgullo para todo el equipo de Mango y reafirma nuestro compromiso con el mercado estadounidense, un pilar fundamental en nuestra estrategia global” afirma el director de Expansión y Franquicias de Mango, Daniel López. “Alcanzar las 40 tiendas es un testimonio del trabajo y la dedicación de nuestros empleados, así como de la buena acogida de nuestra propuesta de valor diferencial por parte de nuestros clientes en Estados Unidos, un mercado clave para nosotros y que está creciendo a doble dígito”.

En 2025, Mango prevé abrir más de una veintena de tiendas, especialmente en el *Sun Belt* y el noreste del país. Entre las aperturas más destacadas se encuentran la llegada a los estados de Washington, Illinois y Nevada con tiendas en Seattle, en Bellevue Square, el centro comercial por excelencia del noroeste del Pacífico; Michigan Ave, una de las principales avenidas comerciales de Chicago; y el centro comercial Fashion Show Las Vegas. Mango también tiene previsto su desembarco por primera vez en los estados de Connecticut, Arizona, Ohio, Oregón y Luisiana. Además, la compañía aumentará su presencia en California, con especial foco en la zona de San Francisco, y en Texas con una tienda en Houston Galleria.

Todas estas aperturas incorporarán el concepto de tienda de inspiración mediterránea *New Med*, que refleja el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en este nuevo diseño, que concibe la tienda de Mango como una casa mediterránea donde predominan los tonos cálidos y colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales y naturales.

MANGO

Entre 2024 y 2025, Mango invertirá más de 70 millones de dólares en Estados Unidos, sólo en nuevas tiendas. Además, la compañía contribuye a la generación de empleo. En los últimos 4 años, Mango ha creado más de 600 nuevos puestos de trabajo en el país pasando de las 30 personas en 2020 a más de 640 empleados en la actualidad. Para 2025, la compañía prevé superar los 1.200 empleados.

Plan de expansión en Estados Unidos

Mango está presente en Estados Unidos desde 2006. La empresa inició su plan de expansión en Estados Unidos en 2022 con la apertura de la *flagship store* de Mango situada en el 711 de la Quinta Avenida de Nueva York, una de las calles comerciales más exclusivas del mundo, como punto de partida.

Durante la primera fase del plan de expansión, Mango amplió su presencia en la ciudad de Nueva York, tanto en Manhattan como en las zonas circundantes. Tras la apertura de la tienda en la Quinta Avenida, la empresa se centró en aumentar su presencia en el estado de Florida, con la apertura de dos tiendas en Miami y una en Orlando.

La compañía también Mango selló un acuerdo con Parsons School of Design, una de las principales escuelas de moda del mundo, para apoyar a la nueva generación de líderes globales en el campo del diseño y el retail a través de becas de formación.

En 2023, Mango se expandió en la Costa Oeste y en el Sur, abriendo tiendas en California, Texas y Georgia. En 2024, Mango ha llegado a los estados Pensilvania, Massachusetts y Washington DC con las aperturas destacadas de King of Prussia, el mayor centro comercial de Pensilvania, Natick Mall en Boston, Tysons Corner, el principal destino de compras del estado de Virginia, y 950 F Street, en pleno centro de Washington DC. Además, ha ampliado su presencia en California y en Nueva York con la llegada a San Diego y nuevas tiendas en Nueva York, como la del centro comercial Hudson Yards.

La compañía también ha lanzado su programa de fidelización omnicanal *Mango likes you*, que tiene como objetivo crear vínculos más estrechos con sus clientes a través de experiencias relacionadas con los valores de la marca: sostenibilidad, cultura y comunidad.

Asimismo, Mango ha puesto en marcha recientemente su segundo centro logístico deslocalizado en Estados Unidos, en la costa oeste, cerca de Los Angeles. Con una superficie de 12.000 m² y un volumen de 20.000 operaciones diarias, el centro da empleo a un centenar de personas y la previsión es que abastezca a 13 estados de la costa oeste y del centro del país. Estas instalaciones se suman al centro logístico deslocalizado que Mango inauguró en 2022 en la costa este, en el estado de Pennsylvania. Las instalaciones, que dan servicio al negocio online de la compañía en la mayor parte del país cuentan con una superficie de 30.000m², alcanzan las 50.000 operaciones diarias y emplean a 300 personas.

Estados Unidos es actualmente uno de los cinco principales mercados de Mango y el principal mercado online. Para 2026, la compañía prevé que el país se convierta en uno de los tres principales mercados del grupo en términos de facturación.

La expansión en Estados Unidos se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía que tiene como objetivos reforzar su propuesta de valor diferencial, con un fuerte impulso de la expansión y con la mejora de las ventas en el parque de tiendas existente y en su canal online.

MANGO

Para más información, contactar con:

Glòria Torrent

+34 610 498 176

gloria.torrent@mango.com

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

macero@llorentycuenca.com / epedrol@llorentycuenca.com

Mango, uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2023 con una facturación superior a los 3.100 millones de euros, con un 33% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 120 mercados. Más información en mangofashiongroup.com.