

MANGO

Mango amplía aún más su presencia *retail* en EE.UU. con la apertura de tiendas en Nevada, Nuevo México y Oregón



MANGO

- Mango refuerza aún más su presencia en EE.UU. con nuevas tiendas en Las Vegas (Nevada), Albuquerque (Nuevo México) y Portland (Oregón).
- Las aperturas forman parte del ambicioso plan de expansión de la empresa en EE.UU., que pretende abrir más de veinte tiendas en el país este año, lo que se traducirá en unos 65 establecimientos propios para finales de 2025.
- EE.UU. es actualmente uno de los cinco principales mercados de Mango y la empresa aspira a que el país se sitúe entre los tres primeros en términos de ingresos a finales de 2026.
- La expansión en EE.UU. forma parte del Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía, cuyo objetivo es mostrar la propuesta de valor diferencial de Mango, con un fuerte impulso a la expansión y la mejora de las ventas en el parque de tiendas existente y en su canal online.

BARCELONA

1 DE ABRIL DE 2025

Mango, una de las marcas internacionales líderes en el sector de la moda, continúa su plan de expansión y consolidación de marca en EE.UU. con la apertura de sus primeras tiendas en Las Vegas (Nevada), Albuquerque (Nuevo México) y Portland (Oregón). Concretamente, las tiendas están situadas en Fashion Show Las Vegas, el mayor destino de compras, restauración y entretenimiento del Strip de Las Vegas; en el centro comercial Coronado Center de Albuquerque; y en Pioneer Place, en el corazón del animado distrito comercial de Portland.

"Estamos encantados de seguir haciendo realidad nuestros planes de expansión con la llegada a Las Vegas, Albuquerque y Portland", declaró el Director de Expansión y Franquicias de Mango, Daniel López. "Estas aperturas reafirman nuestro profundo compromiso con el mercado estadounidense, un pilar fundamental en nuestra estrategia global, así como la buena acogida de nuestra propuesta de valor diferencial por parte de nuestros clientes en EE.UU., un mercado clave que está experimentando un crecimiento de dos dígitos."

La tienda de Albuquerque ofrece productos de las líneas Woman y Man de la marca, y las tiendas de Las Vegas y Portland ofrecen exclusivamente productos de la línea Woman de la marca. Todas las tiendas presentan el concepto de tienda de inspiración mediterránea New Med, que muestra el espíritu y la frescura de la marca. La sostenibilidad y la integración arquitectónica son claves en el diseño, que concibe la tienda Mango como un hogar mediterráneo que exhibe tonos cálidos y colores neutros, combinados con materiales tradicionales, artesanales y naturales.

Estas aperturas forman parte del ambicioso plan de expansión de Mango en EE.UU., que comenzó en 2022 con la apertura de su tienda insignia en la Quinta Avenida de Nueva York. En 2025, la empresa pretende aumentar aún más su presencia en EE.UU. con veinte nuevas tiendas. Mango también espera duplicar su plantilla hasta superar los 1.200 empleados en todo el país a finales de 2025.

Mango en EE.UU.

Mango está presente en EE.UU. desde 2006. La empresa puso en marcha su plan de expansión en 2022 con la apertura de su tienda insignia situada en el 711 de la Quinta Avenida de Nueva York, una de las calles comerciales más exclusivas del mundo.

MANGO

Durante la primera fase del plan de expansión, Mango amplió su presencia en Nueva York, tanto en Manhattan como en los alrededores. Tras Nueva York, 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. Mango también llegó a un acuerdo con la Parsons School of Design de Nueva York, una de las principales escuelas de moda del mundo, para apoyar a la nueva generación de líderes mundiales en el campo del diseño y el comercio minorista 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, la empresa superó su objetivo de alcanzar las 40 tiendas propias en EE.UU. a finales de año. Las aperturas de tiendas incluyeron la llegada de la marca a Pensilvania, Massachusetts y Washington D.C., así como una mayor presencia en California, con su llegada a San Diego, y en Nueva York, con una nueva tienda en Hudson Yards.

Como parte de su plan de expansión, el año pasado Mango también puso en marcha su segundo centro logístico exterior en el país, fuera de Ángeles, y su programa de fidelización omnicanal Mango likes you en EE.UU.

En 2025, Mango tiene previsto aumentar aún más su presencia en el país con veinte nuevas tiendas, lo que dará lugar a unas 65 tiendas propias. El crecimiento se centrará en las regiones del Sun Belt y del noreste del país, incluyendo la llegada a Washington, Illinois y Nevada con tiendas en Bellevue Square, Michigan Ave en Chicago y el centro comercial Fashion Show Las Vegas. Mango también tiene previsto abrir tiendas por primera vez en Connecticut, Arizona, Ohio, Oregón y Luisiana. Además, la empresa aumentará su presencia en California, centrándose en la zona de San Francisco, y en Texas con una tienda en Houston Galleria.

En los últimos años, Mango ha creado más de 600 nuevos puestos de trabajo en el país, pasando de 30 empleados en 2020 a más de 640 en la actualidad. Para finales de 2025, la empresa espera duplicar su plantilla y superar los 1.200 empleados.

La expansión de Mango en Estados Unidos forma parte del Plan Estratégico 4E 2024-2026 de la compañía, cuyo objetivo es mostrar la propuesta de valor diferencial de Mango, con un fuerte énfasis en la expansión y la mejora de las ventas en tiendas y online. EE.UU. es actualmente uno de los cinco mercados principales de Mango y el principal mercado online. Para 2026, la empresa espera que el país se convierta en uno de los tres principales mercados del grupo en términos de ingresos.

Si desea más información, póngase en contacto con
Glòria
gloria.torrent@mango.com

FGS Global
Emily Claffey / Kate Gorgi / Bridget Stephan
Mango@fgsglobal.com

Mango, uno de los principales grupos internacionales de moda, es una empresa global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo de negocio y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y socios. Fundada en Barcelona en 1984, la compañía cerró 2024 con una facturación superior a los 3.300 millones de euros, con un tercio de su negocio procedente del canal online y presencia en más de 120 mercados. Más información en mangofashiongroup.com.