

La historia de Mango es la historia de su fundador, Isak Andic, y su visión emprendedora que comenzó en 1984 en el Paseo de Gràcia barcelonés. Desde entonces, Mango ha llevado su inspiración mediterránea y su enfoque en la calidad y el diseño único hecho en Barcelona a más de 120 países y 2.800 puntos de venta. A lo largo de estos años, la compañía se ha mantenido fiel a su visión original de ofrecer una propuesta única y diferencial en el mundo de la moda.

MANGO CREA MODA

Mango crea todas sus colecciones *in house*, posicionándose como una marca que democratiza las grandes tendencias de la moda. Con una propuesta de valor enfocada en el diseño y un proceso creativo detallado, nacen 18.000 nuevas prendas al año en un ciclo de producción de entre 7 y 8 meses. Estas creaciones se desarrollan en el Hangar Design Centre en Palau Solità i Plegamans, donde un equipo de 500 personas en el área de producto refleja el compromiso de Mango con la innovación y el talento.

En 2023, Mango alcanzó una facturación récord de 3.104 millones de euros, un 15% más que el año anterior

EJEMPLO DE GESTIÓN

La trayectoria de Mango es, además, un ejemplo de éxito en la gestión estratégica. Gracias a un modelo de negocio con la creatividad en el centro y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un fuerte ecosistema de canales y partners, Mango se ha convertido en uno de los principales grupos de la industria de la moda y los resultados lo reflejan. En 2023, Mango alcanzó una facturación récord de 3.104 millones de euros, un 15% más que en 2022, y duplicó su resultado neto hasta los 172,1 millones. Estos números respaldan el mejor momento en la historia de la firma y motivan sus proyecciones de facturación para 2026, año en que esperan superar los 4.000 millones de euros.

EL PLAN ESTRATÉGICO

Para alcanzar sus metas, Mango ha delineado un ambicioso Plan Estratégico 2024-2026 basado en cuatro pilares: *Elevate*, *Expand*, *Earn* y *Empower*. El pilar “*Elevate*” busca potenciar la propuesta de valor de Mango

Mango celebra 40 años de innovación y crecimiento

Mango, la reconocida firma de moda con sede en Barcelona, celebra cuatro décadas de innovación, estilo y expansión global, consolidándose hoy como uno de los principales grupos de moda internacionales.



mediante el refuerzo de su estilo propio y su apuesta por la calidad en las cinco líneas de la marca (Woman, Man, Kids, Teen y Home). Colaboraciones de alto nivel con diseñadores como Victoria Beckham y con la sastrería italiana Boglioli, así como colecciones premium propias como

Capsule y Selection son ejemplo de ello. Mediante este enfoque, Mango eleva el valor de la marca a través de la aspiracionalidad, la calidad y un estilo propio diseñado en Barcelona, con un servicio al cliente excelente, consolidando su relevancia en el cambiante mundo de la moda y conectando

con un público global. “*Expand*” representa los objetivos de expansión internacional, con la apertura de 500 nuevos puntos de venta hasta 2026 para superar así los 3.000 establecimientos en todo el mundo. Entre sus principales mercados destaca Estados Unidos, donde Mango ha alcan-

zado las 40 tiendas propias este 2024, consolidando su crecimiento en el mercado y apostando con fuerza por el desarrollo en tiendas físicas.

Para garantizar la creación de valor, el pilar “*Earn*” pone el foco en el desarrollo tecnológico y la sostenibilidad como eje transversal. Mango fue una de las primeras compañías en Europa en contar con una web (lanzada en 1996) e inauguró en el 2000 su ecommerce, que actualmente representa el 33% de las ventas totales. Desde 2018, Mango ha desarrollado una quincena de plataformas *in house* de inteligencia artificial y aprendizaje automático, que actúan como motor de innovación en el canal online. En el ámbito de la sostenibilidad, 1 de cada 3 prendas de Mango ya cuenta con criterios de circularidad, reflejando el compromiso de la marca con el medio ambiente.

La marca ha diseñado un ambicioso Plan Estratégico 2024-2026 basado en cuatro pilares: *Elevate*, *Expand*, *Earn* y *Empower*

COMPROMISO CON SU ENTORNO

El pilar “*Empower*” subraya la importancia del capital humano en el crecimiento de Mango. La compañía persigue empoderar y desarrollar a sus equipos, fomentando el orgullo de pertenencia y promoviendo una organización orientada a la consecución de los objetivos marcados en el Plan 4E. Mango emplea a más de 15.500 personas en todo el mundo y para el futuro, prevé generar 5.000 nuevos empleos entre 2024 y 2026, de los cuales 1.000 serán en España, reforzando su impacto en la economía.

La relación de Mango con su entorno también se refleja en su contribución económica y social: la compañía invertirá 600 millones de euros hasta 2026, de los cuales casi 240 millones se destinarán específicamente a Barcelona, incluyendo tiendas, la sede de Lliçà y tecnología avanzada. Además, con un compromiso filantrópico consolidado, Mango colabora cada año con más de 100 entidades sociales, entre ellas Cruz Roja, Fundación Elena Barraquer, Save the Children y Médicos Sin Fronteras, reafirmando su apoyo constante a la comunidad.