



MANGO

Mango Home

Dossier de prensa
2025

Sumario

1. Somos Mango, creamos moda	03
2. Nuestra propuesta de valor	05
3. Nuestras líneas	06
4. Mango Home	07
5. Crecimiento de Mango Home	10
6. Apertura primera tienda monográfica	11

1.

Somos Mango, creamos moda

Mango es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo de negocio. Fundada por Isak Andic en 1984 en Barcelona, una de las cunas de la industria textil en Europa, Mango lleva cuatro décadas mirando al futuro e inspirando al mundo con su pasión por la moda y su estilo de vida a través de una propuesta de valor diferencial.

Gracias a su estrategia, basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un fuerte ecosistema de canales y *partners*, Mango es una de las principales firmas internacionales de la industria de la moda y una de las empresas más relevantes del sector por número de países en que opera.

Mango nació con una clara vocación internacional. En 1992, menos de una década después de su fundación, la compañía alcanzó el centenar de tiendas

en España y decidió dar el salto al extranjero con la apertura de dos establecimientos en Portugal. En 1995 se atrevió a entrar en Asia con tiendas en Singapur y Taiwán y en 2002 llegó a los cinco continentes. Actualmente, Mango está presente en más de 120 mercados a través de una red de cerca de 2.850 puntos de venta y de su canal online.

Mango cuenta con cinco líneas de negocio –Woman, como centro de su negocio y pilar de las ventas, Man, Kids, Teen y Home– y produce más de 170 millones de artículos al año. La compañía centraliza toda su actividad creativa y de negocio en Barcelona, en su sede central ubicada en Palau-Solità i Plegamans. La actividad logística se coordina desde su centro de Lliçà d'Amunt (Barcelona) y cuenta con almacenes descentralizados para dar respuesta a las necesidades del canal online y de su amplia presencia internacional.

Mango cerró 2024 acelerando su crecimiento y alcanzando una facturación superior a los 3.300 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 7,6% respecto al año anterior. 11,6% respecto a 2023 a tipo de cambio constante. Asimismo, la compañía incrementó su resultado neto un 27% hasta alcanzar los 219 millones de euros y más de 636 millones de EBITDA, un 19% más que el pasado ejercicio. Estos crecimientos en todas las cifras de negocio muestran el avance de Mango hacia los objetivos marcados en su Plan Estratégico 2024-2026 para impulsar la progresión y llevar a la compañía al siguiente nivel.







2

Nuestra propuesta de valor

Moda x Calidad x Versatilidad x Libertad

El producto es el corazón de Mango. La compañía lleva 40 años creando colecciones apostando por la calidad y el estilo con el objetivo de inspirar a todo el mundo a convertirse en quien quiera ser y expresar plenamente su individualidad. El propósito de Mango como compañía es ofrecer moda de calidad que inspire a todas las personas a ser quienes quieran ser y a crear su propia historia.

Los orígenes de la marca se remontan a cuando Isak Andic trajo color a una España postfranquista en la década de los 80s con blusas hippies confeccionadas en Turquía. La oferta se diversificó rápidamente con anillos y pendientes de plata, jerséis de alpaca, zuecos y tejanos. Durante la década de los 2000, Mango comienza a entrar en nuevos

segmentos de la moda como la moda de oficina, con prendas y tejidos stretch, lanas y se inicia en el mundo de la sastrería y las prendas para ocasiones y eventos, uno de sus sellos más característicos. Cuatro décadas después, Mango sigue acercando las tendencias más actuales a sus clientes con un claro y diferencial ADN: una propuesta de diseño única y un posicionamiento de calidad superior.

A diferencia de otros competidores, las prendas de Mango se diseñan en Barcelona, en su Campus Mango. En su atelier, un equipo de más de 500 personas que trabajan en el área de producto (diseñadores, compradores, etc.), traduce las grandes tendencias globales de moda a un lenguaje propio para acercarlas a sus clientes. Mango crea colecciones de moda cualitativas y con estilo para inspirar a todas las personas a convertirse en quienes desean ser y expresar plenamente su individualidad.

3. Nuestras líneas

Mango cuenta con cinco líneas de negocio. Desde sus inicios, la compañía se ha caracterizado por vestir a la mujer contemporánea y urbana a través de Mango Woman, pero lo largo de su trayectoria, la compañía también ha crecido a nivel de producto con un proceso de diversificación que le ha permitido ir más allá del universo femenino.

En 2008, lanzó al mercado su línea masculina Mango Man y, en 2013, llegó Mango Kids, la línea dedicada a la moda infantil. La oferta de Mango se completó en 2021 con la creación de las líneas Mango Teen y Mango Home. Cada una tiene equipos independientes de producto, que se apalancan en una estructura corporativa que genera sinergias, así como un posicionamiento de mercado diferencial frente a sus competidores.

En conjunto, todas las líneas están marcadas por un lenguaje propio y una apuesta por una mayor calidad que otorga a Mango también un posicionamiento superior a sus competidores.



4

Mango Home

Calidad x
Estilo contemporáneo
x Carácter único

Mango es una marca anfitriona desde su origen. Al fundador de la compañía, Isak Andic, le encantaba hacer que los empleados se sintieran como en casa, que las tiendas fueran la “casa Mango” donde acoger a los clientes... así que tenía todo el sentido que Mango ampliara su porfolio de producto y llegara a todas las estancias del hogar. De esta forma, la compañía ofrece su propuesta de valor desde el armario de cualquier mujer, hombre, jóvenes o niños y niñas, hasta la cocina, el salón o el baño, llevando el espíritu y la creatividad de Mango a todos los aspectos de la vida.

Mango Home nació en 2021 como respuesta a los nuevos hábitos de consumo y con el foco en compartir, celebrar y relajarse. La línea de hogar ofrece piezas icónicas que elevan el hogar y ayudan a crear espacios únicos donde cada detalle refleja personalidad y hace sentir como en casa.

La cultura y el estilo de vida mediterráneo están en el corazón de Mango Home, a través de las texturas naturales, los colores relajados y los materiales sostenibles. Sus esenciales de calidad y sus diseños contemporáneos interpretan las tendencias del interiorismo para inspirar la creación de espacios con personalidad. Para que el hogar sea un lugar donde celebrar, compartir, relajarse. Para que volver a casa sea el mejor momento del día, produzca bienestar, sea el propio santuario donde sentirse uno mismo.

Mango Home ofrece una propuesta de valor única basada en productos de calidad a buen precio, con

una oferta amplia que abarca toda la casa y en la que la producción artesanal y los materiales nobles juegan un papel protagonista. La compañía ha reforzado su apuesta por esta línea, ampliando la oferta comercial desde 1.400 referencias en 2024 a las 6.000 en 2025. Además, más de la mitad de la producción se ha hecho en Europa, a través de colaboraciones con pequeños productores locales y artesanos del continente, como Mantas Ezcaray, Yutes o SGW Lab.

Mango Home ofrece dos colecciones al año para cubrir las necesidades de cualquier tipo de cliente. Cada semana, la web de mango.com publica contenido editorial inspirador a través de la sección de New Now, y la línea lanza una campaña al mes para mostrar sus novedades, también a través de su perfil propio de Instagram, [@mangohomecollection](#).

Un hogar cálido y lleno de alma

A la hora de crear la colección, desde Mango Home han querido ofrecer el producto ideal para cada momento del día a día, desde que te levantas hasta que te acuestas, con una propuesta de diseño, muy cuidada y con atención a los detalles, y combinando la estética colorista con la sobriedad de la atemporalidad. A través de su colección de espíritu universal, modernizado y versátil, Mango Home celebra las diferentes estancias del hogar y las reinterpreta a través de piezas que ponen la calidad y el diseño en el centro.

La cocina

La sección de cocina ofrece todo el menaje necesario para cocinar a gusto y vestir una mesa bonita. Desde manteles de algodón o lino con técnicas de

tintado sobre prenda como elemento diferenciador y estampados reversibles, a tazas de porcelana bone china donde disfrutar del café por la mañana, hasta una colección de vajilla artesanal con platos de cerámica pintados a mano, donde cada pieza es irrepetible, o vasos y copas de colorido vidrio producidos con la técnica artesana del cristal soplado, para una colección única y especial.

El baño

Conscientes de la importancia del momento de higiene personal y relax, Mango Home ofrece una colección con gran variedad de estilos y calidades, donde destacan las toallas premium de algodón de 700 gramos, con una suavidad única. Esta sección también incluye accesorios artesanales, como jaboneras, para decorar el baño.



El dormitorio

Un buen descanso es fundamental y, en gran medida, viene propiciado por el tipo de sábanas. Por eso, Mango Home ha incrementado el gramaje y calidad de su propuesta, ofreciendo una gran variedad de sábanas que se adaptan a todas las necesidades y momentos del año, desde la calidez de la franela, a la frescura del lino, y destacando especialmente las sábanas de calidad superior de algodón satinado de 600 gr, que proporcionan suavidad, frescura y un buen descanso. Todo ello con una propuesta estética que va desde las colecciones más atemporales, con un toque romántico y con bordados artesanales, a la propuesta más colorista, especialmente en cojines y mantas, que permite actualizar de forma periódica el dormitorio y darle un toque de color, adaptado a cada personalidad.

Además, la categoría homewear presenta una amplia gama de ropa cómoda y pijamas para estar por casa, con diversos coloridos y patrones, y con una confección delicada en tejidos que van del lino o el algodón, al ramio, el terciopelo y la seda.

Las fragancias

Mango Home explora lo sensorial y ha lanzado una nueva línea cosmética de velas, mikados, home spray y jabones, con 7 aromas distintos. La colección, que incluye una propuesta con olor a mango, en honor a la fruta que dio origen a la marca, despliega notas que transitan desde matices florales y dulces hasta cítricos y amaderados, que contribuyen a crear una energía especial desde momentos más vibrantes a los más relajados y en calma.

El salón

Para la sala principal de cualquier hogar, Mango Home ha diseñado una propuesta basada en la singularidad, el diseño y la calidad superior, ofreciendo objetos decorativos basados en el arte contemporáneo que permiten darle un toque personal a cada hogar, creando espacios únicos con piezas pensadas para emocionar y construir recuerdos que nos acompañen en el tiempo. Es el caso de los jarrones de loza hechos en Portugal o los candelabros de colorido borosilicato, así como las mantas de lana o cashmere, que invitan a relajarse en el sofá, y la variedad de cojines para dar un toque personal al salón.

El cuarto de los niños

Como novedad, la línea de hogar ha ampliado su

portfolio añadiendo una colección específica para baby y kids, que va desde recién nacido hasta los 6 años. Esta propuesta incluye todo lo necesario para montar un cuarto infantil inspirador y que haga soñar, desde propuestas textiles para cunas y camas, más atemporales para los bebés y más coloridas y divertidas para los niños, hasta una selección de elementos de decoración, peluches y juguetes.

La terraza

El alma de Mango se plasma de manera especial en la propuesta para el patio o terraza, donde el color es el gran protagonista para disfrutar del sol del Mediterráneo. Destacan los textiles para exteriores con tintado sobre prenda, como manteles o cojines, y las piezas artesanales y de materiales naturales, como cestos y maceteros.

5

Crecimiento de Mango Home

Mango Home está experimentando un crecimiento significativo, expandiendo su oferta comercial y reforzando su presencia en el mercado.

Desde su inicio en 2021 con una colección textil para el hogar, la línea ha evolucionado continuamente, ampliando y diversificando sus productos para satisfacer las demandas de sus clientes. Tras incorporar las categorías de decoración y menaje el año pasado, la empresa incorpora ahora nuevas referencias para todas las estancias del hogar, desde el salón hasta el dormitorio, incluyendo objetos decorativos, iluminación y una colección textil para baby y kids, que incluye una selección de artículos como ropa de cama, peluches, juguetes o elementos de decoración. Asimismo, la línea completa su propuesta de valor con nuevos productos únicos fruto de colaboraciones con artesanos. Entre las

novedades también está la nueva línea de siete fragancias, desarrollada con proveedores especializados, que incluye la 00 con olor frutal a mango, un tributo a los orígenes de la marca.

Mango Home también se ha expandido internacionalmente, y actualmente tiene presencia online en 34 mercados, principalmente en Europa y Estados Unidos. Además, la línea ha abierto en abril de 2025 en Barcelona su primera tienda monográfica en el mundo y tiene previsto 4 nuevas aperturas durante el año, en ciudades de referencia en España como son Madrid, Zaragoza, Bilbao, y una segunda tienda en la ciudad condal.





6

Apertura primera tienda monográfica

En abril de 2025, Mango Home ha abierto su primera tienda stand-alone en el mundo en el número 586 de la Avenida Diagonal de Barcelona, cerca de la plaza Francesc Macià, una de las arterias comerciales más prestigiosas de la ciudad. Con una superficie de venta de cerca de 400 m², la tienda muestra toda la línea de productos para el hogar y ofrece a los clientes una experiencia de compra inmersiva.

La llegada de esta tienda marca un hito en la estrategia de crecimiento de Mango Home y supone una apuesta firme por esta línea de producto en categoría hogar, que permite completar el ecosistema de la marca y acompañar al cliente en cualquier momento de su vida, ofreciendo una propuesta de valor diferencial a las existentes actualmente en el mercado, a través de un producto basado en el diseño propio, la calidad y el estilo mediterráneo.

La primera tienda de Mango Home presenta los diferentes espacios de la casa: desde la cocina al dormitorio, pasando por el salón, el baño y la terraza, una zona en la que destaca la colección más colorista y artesana de Mango, que refleja su espíritu mediterráneo. El imaginario de la marca incluye interiores con líneas orgánicas, coloridas y acogedoras, llamados a reflejar las personalidades de cada estancia y a visitar el propio vínculo con el hogar.

El amplio espectro de la colección juega con las texturas y los volúmenes y presenta propuestas de cerámica pintada a mano, porcelana fina y vidrio soplado. La oferta comercial abarca desde el textil, con propuestas de alta calidad para la cama o el baño, hasta vajilla pintada a mano, fragancias y objetos decorativos basados en el arte contem-

poráneo que permiten darle un toque personal a cada hogar, creando espacios únicos con piezas pensadas para emocionar y construir recuerdos que nos acompañen en el tiempo.

MANGO