

Modaes

Empresa

Grupo Axo, a doble velocidad: eleva sus pérdidas pero crece un 50% en el primer trimestre

En los tres primeros meses de su ejercicio 2017, el grupo mexicano tuvo un resultado neto negativo de 30,8 millones de pesos mexicanos (1,63 millones de dólares).

Modaes
2 may 2017 - 00:00

Grupo Axo, a doble velocidad: eleva sus pérdidas pero crece un 50% en el primer trimestre

Grupo Axo inicia el año a doble velocidad. El gigante mexicano del retail, que distribuye marcas como **Tommy Hilfiger** o **Abercrombie&Fitch** en el mercado azteca, ha finalizado el primer trimestre de su ejercicio 2017 con un aumento del 27,8% de sus pérdidas, hasta 30,8 millones de pesos mexicanos (1,63 millones de dólares).

Sin embargo, los ingresos de la compañía mexicana se dispararon en los tres primeros meses del año. Las ventas del grupo se situaron en 1.672 millones de pesos (88,8 millones de dólares), un 49,4% más que ebn el mismo periodo del año anterior.

En el primer trimestre, **Grupo Axo** puso en marcha cuatro nuevos establecimientos en el mercado mexicano y siete puntos de venta. De esta manera, la compañía suma un total de 505 tiendas y 3.140 puntos de venta en su mercado local y cuatro puntos de venta y seis establecimientos en Chile.

La compañía se ha marcado el objetivo de facturar 300 millones de dólares este año

También en los primeros tres meses del año, el grupo adquirió el 37,5% del capital de **Multibrand Outlet Stores**, por medio de la compraventa del 75% de las acciones del grupo **Top Brands**.

Modaes

El año pasado, la compañía realizó una *joint venture* (empresa conjunta) con **PVH** y pasó a controlar la distribución de **Calvin Klein**, **Speedo** y **Olga**, entre otras. **Grupo Axo** se ha marcado el objetivo de alcanzar los 300 millones de dólares de facturación este año.