Modaes

Empresa

Grupo Axo acelera: crece un 44% y dispara sus utilidades un 41% en 2017

El distribuidor mexicano anotó una utilidad neta de 313 millones de pesos (16,7 millones de dólares) y unas ventas de 8.873 millones de pesos mexicanos (473,8 millones de dólares).

Modaes
28 feb 2018 - 00:00

Grupo Axo acelera: crece un 44% y dispara su resultado un 41% en 2017

La compañía mexicana Grupo Axo termina el ejercicio 2017 al alza. El distribuidor de marcas de moda ha registrado un incremento del 41% en su utilidad neta consolidada, mientras sus ventas se han disparado un 44,4% a cierre de ejercicio.

La empresa concluyó el ejercicio 2017 con unos ingresos de 8.873 millones de pesos mexicanos (473,8 millones de dólares), frente a los 2.729 millones de pesos (145,7 millones de dólares) de 2016.

La utilidad bruta del grupo, por su parte, se situó en 4.393 millones de pesos (234,6 millones de dólares), con un alza del 41,8% respecto al ejercicio anterior. Grupo Axo finalizó 2017 con una utilidad neta de 313 millones de pesos (16,7 millones de dólares), lo que supuso un incremento del 41% en comparación con 2016.

La utilidad neta del grupo ascendió a 313 millones de pesos (16,7 millones de dólares)

El incremento de las ventas del grupo a lo largo de 2017 se debe, según la compañía a la apertura de nuevas tiendas, a la buena evolución del negocio de Calvin Klein y al fortalecimiento de las marcas de Axo. La buena evolución de las ventas se refleja, también, en el resultado bruto del ejercicio, pese al incremento de los costos.

Modaes

A lo largo de 2017, Grupo Axo invirtió un total de 582 millones de pesos (31 millones de dólares), principalmente en mejora de locales arrendados, mobiliario y equipo y activos intangibles para la apertura de tiendas y puntos de venta en México.

A cierre del año del 2017 la compañía operaba con 4.764 puntos de venta en departamentales y con 533 tiendas en México y en Chile. Dentro su portafolio, Grupo Axo cuenta con marcas como Abercrombie&Fitch, Bath&Body Works, Brooks Brothers, Brunello Cucinelli, Tommy Hilfiger y Victoria´s Secret, entre otras.

Sólo en el cuarto trimestre, la empresa incrementó sus ingresos por servicios un 31,8%, gracias al impulso del consumo en noviembre y diciembre. El incremento se debe también a un mayor número de puntos de venta así como a la estacionalidad, ya que el último trimestre copa el grueso de las ventas. La utilidad bruta creció un 36,2% y el ebitda se incrementó un 42,4% en el último periodo del año.