

Modaes

Empresa

Grupo Axo reduce un 41% sus pérdidas y eleva sus ventas un 16,2% hasta marzo

El distribuidor mexicano de marcas estadounidenses ha finalizado el primer trimestre del ejercicio 2018 con unos números rojos de 18 millones de pesos mexicanos (959.321 dólares).

Modaes
2 may 2018 - 00:00

Grupo Axo reduce un 41% sus pérdidas y eleva sus ventas un 16,2% hasta marzo

Grupo Axo encara 2018 con mejor racha. La empresa mexicana, que tiene las licencias de distribución de gigantes estadounidenses como Victoria's Secret o Guess en México y Chile, ha finalizado el primer trimestre del año con un crecimiento a doble dígito, al mismo tiempo que ha reducido sus pérdidas.

Entre enero y marzo, la facturación de Grupo Axo se incrementó un 16,2%, hasta 1.943,9 millones de pesos mexicanos (103,2 millones de dólares). La compañía destaca el aumento por volumen de sus ventas, así como también el crecimiento del tráfico en sus tiendas.

Por otro lado, **los números rojos de Grupo Axo se situaron en 18 millones de pesos (959.321 dólares), lo que supuso un descenso del 41,5%** frente a las pérdidas de 30,8 millones de pesos (1,6 millones de dólares) del primer trimestre de 2017.

Grupo Axo sumaba a cierre del primer trimestre 548 establecimientos en Chile y México

El pasado 9 de marzo, la compañía mexicana colocó bonos por novecientos millones de pesos (48,2 millones de dólares) en la bolsa de México para amortizar su deuda bancaria. Los certificados bursátiles tienen vencimiento en 2023.

Modaes

En cuanto a su red de tiendas, **Grupo Axo concluyó el primer trimestre de 2018 con 548 tiendas en México y Chile y 4.471 puntos de venta en tiendas departamentales** de ambos países. En total, la empresa tiene la licencia de distribución de 21 marcas, además de controlar la mayoría de las acciones de la empresa de outlets Promoda.

En octubre de 2017, Grupo Axo pasó en manos de la estadounidense General Atlantic , después que su antiguo dueño Alsea se desprendiera del distribuidor. Los nuevos propietarios prevén que la mexicana siga impulsando su negocio de ecommerce, outlets y añada más marcas a su portafolio.