

Modaes

Empresa

Grupo Axo recurre a sus orígenes para colocarse la corona de rey de la moda 'made in USA' en México

P. Riaño/ M. Bertero
22 may 2016 - 00:00

Tommy Hilfiger
Image not found or type unknown

Guess, Coach, Victoria's Secret o Tommy Hilfiger. En la colección de marcas con ADN cien por cien estadounidense de **Grupo Axo** sólo faltaba una estrella: **Calvin Klein**. El grupo mexicano se prepara para impulsar su negocio durante los próximos años gracias a este icono de la moda de más de 2.900 millones de dólares, que distribuirá en el país a partir de ahora. Para dar este paso adelante, **Grupo Axo** ha mirado a sus orígenes y ha recurrido al grupo que le ayudó a nacer: **PVH**. Si en los años noventa, **Grupo Axo** inició su desarrollo con **Tommy Hilfiger**, en el siglo XXI engordará gracias a **Calvin Klein**.

En los últimos tres años, **Grupo Axo** ha duplicado sus ventas. La compañía finalizó su ejercicio 2015 con una cifra de negocio de 4.505.022 millones de pesos (243.733 millones de dólares). **Tommy Hilfiger, Coach, Express y Crate & Barrel** representaron un 40% del total de las ventas de **Axo**.

En el último año, el beneficio de la compañía fue de 173.740 millones de pesos (9.399 millones de dólares), lo que representó un aumento del 13% frente a los 130.645 millones de pesos (7.068,2 millones de dólares) alcanzados en 2014.

En 2013, las ventas consolidadas de **Grupo Axo** fueron de 2.234.071 millones de pesos (120.869 millones de dólares), mientras que el beneficio alcanzó los 201.347 millones de pesos (10.893 millones de dólares).

Grupo Axo finalizó su ejercicio 2015 con 444 tiendas

Modaes

Tommy Hilfiger fue el primer paso que dio **Grupo Axo** en sus inicios con la moda estadounidense. En 1994, el grupo mexicano comenzó a comercializar productos de la compañía en tiendas departamentales del país. La distribución se realizó desde la filial **Baseco** del grupo. Un año más tarde, se levanta la persiana del primer *flagship store* de **Tommy Hilfiger** en México.

En el año 2000, el grupo consolidó la sociedad **Proud**, con la cual gestiona el ingreso de nuevos clientes. Sin embargo, no fue hasta 2003 que **Grupo Axo** incorporó nuevas marcas a su cartera. En ese año, el grupo puso en marcha la primera tienda **Coach** en el mercado mexicano y, años después, comenzó a instalar *córners* de la compañía de bolsos en **El Palacio de Hierro**.

Guess (subsidiada por **Ledery México**), **Brooks Brothers (I Nostri Fratelli)** y **Marc Jacobs** se unieron a **Grupo Axo** entre 2006 y 2009. El grupo es también “socio de prestación de servicios para auxiliar a la marca **United Colors of Benetton** en el desarrollo de su negocio dentro del territorio mexicano”.

El grupo tiene también la gestión de **Victoria's Secret** y **Bath & Body Works** en Chile

En 2013, el grupo obtuvo los derechos de distribución de **Kate Spade (Polka Dot)**, **Chaps (CHPS México)** y **Victoria's Secret (Cherry Stripes)**, y un año más tarde, ingresó otra compañía de **L Brands: Bath & Body Works (Blue Stripes)**. En ese mismo año, **Grupo Axo** firmó el contrato de distribución y ventas de **Abercrombie & Fitch y Hollister (East Coast Moda)**, compañías que entraron en operaciones en 2015.

Además de las marcas de moda estadounidense, **Axo** ha entrado también en el negocio de los outlets. En abril de 2015, el grupo se hizo con el 50% de la cadena **Multibrand Outlet Stores**. Al cierre de su último ejercicio, el grupo cuenta con 444 tiendas en el mercado mexicano y cuatro en Chile.

El salto con **PVH**

Desde el tercer trimestre de 2016, **Grupo Axo** pasará a controlar **Calvin Klein**, propiedad de **PVH**. Sin embargo, a partir de la *joint venture* entre ambas compañías, el grupo mexicano reducirá su control sobre **Tommy Hilfiger**, que pasará a ser gestionado en México también por **PVH**.

PVH es uno de los mayores grupos del mundo de distribución de moda. La compañía finalizó el ejercicio 2015 con una cifra de negocio de 8.020 millones de dólares, lo que

Modaes

supuso un descenso del 2,6% respecto al año anterior. El grupo ganó 572 millones de dólares, un 30,4% más que un año antes.

Tommy Hilfiger es la marca de **PVH** que más factura. En el ejercicio 2015, la compañía alcanzó 3.370 millones de dólares en ventas. Por su parte, **Calvin Klein** facturó 2.923 millones de dólares en el último año.