

Compra de Guess en Chile y Perú, y dos nuevas marcas a Uruguay: el año de Axo tras adquirir Komax

■ El negocio en Sudamérica representó en 2023 el 14% de las ventas. Y en febrero, Axo Chile concretó la compra de Guess, en el marco de la reorganización del Grupo Ram.

POR AZUCENA GONZÁLEZ

El pasado viernes 22 de marzo se cumplió un año desde que el Grupo Axo debutó formalmente como dueño de la firma chilena Komax, que maneja icónicas marcas como Gap y The North Face, entre muchas otras. Esto, luego de que los fundadores Carlos Alberto Cartoni y Arístides Benavente -acompañados desde épocas más recientes en su accionariado por el fondo Linzor Capital y el Grupo Contemporáneo-, optaran por vender la compañía al conglomerado mexicano.

Coincidientemente, ambas compañías, Axo y Komax, habían vivido historias bastante similares: grupos de emprendedores que en los '90 habían debutado en el rubro de moda y vestuario, representando marcas.

Komax -una derivación de Commercial Madison- tuvo sus inicios en 1989 cuando Carlos Alberto Cartoni le propuso al mismísimo Ralph Lauren traer la marca a Chile. Axo debutó en 1994 con Tommy Hilfiger, liderada por sus socios fundadores y a cargo de la gestión, Andrés Ignacio Gómez Martínez y Alberto Fasja Cohen.

La operación -financiada por Axo con recursos propios más un financiamiento aportado por el grupo HSBC- le significó unas 150 tiendas en Chile, Perú y Uruguay. En total, Grupo Axo manejaba a diciembre de 2023 más de 50 marcas y 7.870 puntos de venta, entre 956 tiendas retail y 6.914 puntos en ventas departamentales.

Sudamérica aporta el 14% del negocio

Como primer año, el foco de Axo fue la integración financiera, cultural y de management, formando centros de excelencia para com-



partir mejores prácticas entre los países. Y a nivel ejecutivo, quien era el gerente general corporativo de Komax, Santiago Figueiroa -un triatleta que figura clasificado para participar del ironman que este año se desarrollará en Nueva Zelanda, un mundial al que irán los mejores a nivel internacional-, pasó a ser el vicepresidente de Axo para Sudamérica. Desde esa posición, ahora reporta directamente a Andrés Gómez, uno de los fundadores y CEO de Axo.

En números, los primeros resultados anuales de la integración reportados por Axo muestran que los tres países adquiridos a Komax, representaron en ventas en 2023 el 14% del negocio, con Chile liderando con el 10%, Uruguay el 2% y Perú el 2%, mientras su negocio original en México le aportó el 86%.

Si se considera solo Chile, este resultado duplica al que había previo a la adquisición tenía Axo en el país -con las marcas Victoria's Secret y Bath & Body Works, que ya manejaba en suelo chileno previo a la adquisición-, que le aportaron a sus ventas solo el 5% en 2022.

A su vez, la operación de Komax

también aportó al crecimiento de las ventas netas en 15,3 puntos porcentuales, pues Grupo Axo reportó una expansión de 29,7% en 2023, pero sin la adquisición, "orgánicamente", este guarismo aumentó en 14,4% versus 2022.

Y en el desglose, las ventas de las "marcas" -que en Axo se reportan como segmento Lifestyle, y que es distinto a los outlet y a las marcas de zapatillas-, las ventas netas subieron en 32,2%. Excluida la adquisición, las ventas aumentaron 14,9% frente 2022.

15
TIENDAS

SUMO CON LA COMPRA DE GUESS HECHA AL GRUPO RAM.

Guess en manos de Axo Chile

Bastante lejos de los débiles resultados que muestra el retail al menos en Chile, Axo está buscando crecer y su plan de expansión suma varios frentes: más locales y nuevas marcas. Ya en el comparativo global entre la operación de hace un año con la situación actual, hay una veintena de nuevas locaciones.

Para partir, el 15 de febrero tomaron la operación de Guess en Chile y Perú, como resultado de la reestructuración del grupo de vestuario Rambrands (RAM SpA), que en nuestro país había entrado en reorganización judicial en 2020. Así Guess se transformó en la primera marca que adiona Axo Chile post compra de Komax y le dio 15 tiendas nuevas, ocho en Chile y siete en Perú.

Asimismo, en septiembre Axo había abierto en Chile Abercrombie & Fitch, un local en Costanera Center, una apertura ya prevista por los mexicanos en forma previa e independiente de la compra de Komax. Y además, de las marcas que ya eran de Axo -Victoria's Secret y Bath & Body Works- sumaron

cuatro aperturas. Y en las que eran de Komax, otro tanto.

¿Qué sigue ahora? El plan de aperturas es ambicioso. Unas 10 tiendas para 2024 entre Chile (ocho) y Perú (dos). Adicionalmente, en Uruguay sumarán dos marcas, Isadora y Todo Moda, sumando seis a siete tiendas más en 2024, y luego ese plan en ese país planean replicarlo por cuatro a cinco años, con lo que llegarán a unas 30 tiendas.

La historia de Axo en los últimos siete años ha incluido de manera protagónica el crecimiento inorgánico. De hecho, el 14 de marzo anunciaron otro acuerdo: la llegada a México de Ulta Beauty Inc, un gigante de la cosmética y belleza, de Estados Unidos, que aterriza en tierra azteca en joint venture con Axo.

Un asesor externo que conoce la trastienda de este anuncio expone que nada asegura que Ulta llegue a Sudamérica, pero es una muestra de que Axo siempre está buscando opciones, "que tiene hambre de crecimiento", y en ese marco, hay diversas marcas que pueden ser candidatas para esta operación en Sudamérica, como ya lo hicieron con Guess, apunta este entendido.