

RETAIL

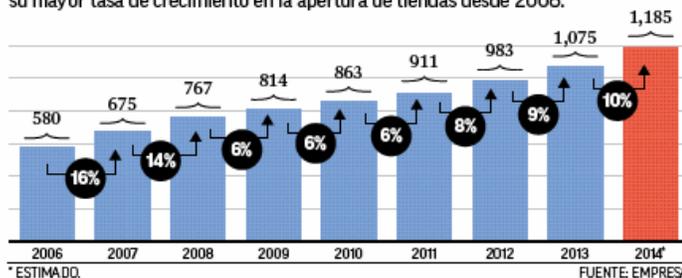
# Coppel planea abrir en 2014 110 tiendas

## Los establecimientos requerirán una inversión de más de 2 mil mdp

### Expansión ininterrumpida

► Número de tiendas

De cumplir con su plan, la empresa podría registrar este año su mayor tasa de crecimiento en la apertura de tiendas desde 2008.



➤ Más de 80 serán de sus formatos tradicionales y 30 Coppel Canadá

➤ La cadena departamental enfrenta el deterioro de su cartera vencida

ILSE SANTA RITA  
isantarita@elfinanciero.com.mx

Coppel planea abrir 110 tiendas en 2014 con una inversión cercana a 2 mil 322 millones de pesos, de acuerdo con estimados de HR Ratings.

Del total de establecimientos, 80 serán de formato tradicional y 30 tiendas Coppel Canadá, mientras en Sudamérica se estima abrir tres

unidades más en Argentina, dijeron fuentes oficiales de la empresa.

El año pasado, la firma con sede en Culiacán, Sinaloa, puso en operación 92 unidades, de las cuales, 61 fueron tiendas tradicionales, 28 en formato Coppel Canadá y tres de variedad limitada.

Las aperturas del 2014 se sumarán a las mil 75 tiendas con las que cerró el 2013.

“El plan de expansión de Coppel contempla una erogación anual promedio de 2 mil 322.5 millones de pesos por concepto de capex (inversión de capital) durante el 2012-2014”, expuso la calificadora HR Ratings en un reporte.

Sin embargo, entre los riesgos de la implementación de esta estrategia de crecimiento se encuentra el deterioro de su cartera de crédito, pues los esquemas de financiamiento han sido uno de los factores

que han ayudado a las tiendas departamentales ante un entorno de consumo debilitado.

“El crédito es uno de los factores que han hecho que las tiendas departamentales del país se desliguen del desempeño que han tenido los autoservicios en los últimos meses”, dijo Juan Elizalde, analista de Ve por Más.

El año pasado, Coppel fue la cadena departamental que tuvo el mayor incremento en ventas de la ANTAD; sin embargo, esto vino aparejado de un deterioro en su cartera de crédito.

La cartera de crédito con atraso en pago, que incluye mora de 1 a 24 meses para muebles y préstamos, así como de 1 a 18 meses en ropa, fue de 25.5 por ciento de la cartera total, reveló el grupo en su reporte financiero del último trimestre del 2013.

Este nivel representa un total de 9 mil 503 millones de pesos de las cuentas por cobrar a clientes y comparado con un año antes representó un aumento de 21.7 por ciento.

La pérdida real, es decir, el monto de cartera efectivamente incobrable por superar el ciclo de cobranza (24 meses en el caso de muebles y préstamos y 18 meses en el caso de ropa) fue de 7.4 por ciento, 0.1 puntos porcentuales por arriba de diciembre de 2012. Liverpool, en contraste, cerró 2013 con una cartera vencida de 3.3 por ciento, aquellos clientes con un atraso de 90 días o más en sus pagos.

Al cierre de 2013 los ingresos netos de Coppel crecieron 17 por ciento, al sumar 80 mil 341 millones de pesos, mientras que sus ventas mismas tiendas aumentaron 8.0 por ciento.

El número de clientes creció 14.6 por ciento en 2013, un nivel similar al número de transacciones.

El flujo de operación (EBITDA) generado en 2013 alcanzó los 15 mil 848.3 millones de pesos, una alza de 15.5 por ciento frente al 2012, lo cual se tradujo en un margen correspondiente de 19.7 por ciento, equivalente a una reducción de 3 puntos base sobre el margen.