



## Hermanos Coppel Luken amplían fortuna y compiten con Salinas Pliego

16 de Noviembre de 2012 • 07:41hs • actualizado 07:57hs



Analistas piden no subestimar a la cadena.

*Con más de mil tiendas, un banco y hasta Afores acumulan 16 mil millones de dólares, según Bloomberg*

Ciudad de México.- Aunque no son tan visibles como su competidor Ricardo Salinas Pliego, dueño de la cadena de tiendas Elektra y Banco Azteca, y prefieren Culiacán a la Ciudad de México, los hermanos Coppel Luken han ampliado sus intereses a una cadena de más de mil tiendas departamentales, un banco y hasta Afores, acumulando una fortuna conjunta de unos 16 mil millones de dólares, de acuerdo con la agencia de noticias Bloomberg. Los hijos de Enrique Coppel Tamayo, descendiente de inmigrantes polacos originalmente llamados Kopel, expandieron su pequeña cadena de tiendas con opciones de "apartado" en un imperio que generó ventas netas de 45 mil 608 millones de pesos y una utilidad neta de 6 mil 192 millones nada más en el tercer trimestre de este año, de acuerdo con el reporte de la empresa a la Bolsa.

Coppel Tamayo arrancó una tienda de regalos en Mazatlán con un préstamo de 5 mil pesos de su mamá en la década de 1930, para luego mudarse a Culiacán en 1941. Adquiría sus bienes en Dallas, Texas, y amplió su oferta a perecederos, bicicletas, muebles y electrónicos.

Casi desde sus inicios, extendía crédito a sus clientes, que muchas veces eran de bajos recursos. Ese modelo, afirma Bloomberg, sostiene a la empresa hoy en día.

Fue en 1970 cuando Coppel creó una tarjeta para compras en sus tiendas, y cuatro décadas después, la base de la pirámide poblacional del País compra celulares, lavadores y perfumes de diseñador a crédito, optando pagar tasas

de interés que rondan el 60 por ciento - 13 veces la tasa referencial del Banco de México- para poder estirar los pagos a un año o más.

Enrique Coppel Luken tomó las riendas de una docena de tiendas en Culiacán en la década de 1980, y expandió al resto del País junto con ampliar la oferta de productos; para 1990, la cadena numeraba 30 sucursales, y para el 2001, eran 143, de acuerdo a una tesis doctoral de un alumno de la UAM en el 2003.

Los Coppel prefieren mantener un bajo perfil, y ninguno de los cinco hermanos -Agustín, Enrique, Rubén, Alberto y José Coppel Luken- han aparecido en un listado internacional de riqueza, pese a que Coppel SA genera 4 mil 600 millones de dólares anuales en venta y tiene el margen más alto de cualquier minorista latinoamericano, de acuerdo a datos de Bloomberg.

El Índice de Billonarios de Bloomberg estima que la empresa holding, Grupo Coppel -que incluye intereses en un banco, un Afore y bienes raíces- controla una fortuna combinada de 15.9 mil millones de dólares.

Pero Agustín Coppel, el actual director general y presidente del consejo del grupo, afirmó en entrevista que no está de acuerdo con esos cálculos; el directivo declinó hacer más comentarios o dar más entrevistas a la agencia.

Previo a esa entrevista, un vocero de la empresa confirmó que años antes de fallecer en el 2007, Coppel Tamayo transfirió sus acciones a sus cinco hijos, y la directora de relación con inversionistas, Edith Peña, agregó que el Grupo es controlado por los hermanos.

De acuerdo a un prospecto de bonos convertibles de 1999, Agustín tenía 19 por ciento de la empresa, Enrique un 25 por ciento, Rubén un 20 por ciento, y Alberto Coppel un 19 por ciento. El 19 por ciento perteneciente a José se contabiliza por participaciones a nombre de su esposa y un fondo anónimo en el documento. La familia declinó dar más información a

Bloomberg sobre cambios en las participaciones.

De no haber cambios, Agustín, el más joven de los Coppel Luken, tiene una fortuna de 2.7 mil millones de pesos, mientras el mayor, Enrique, tiene 4 mil millones. José y Alberto ambos detentan 3 mil millones, mientras la fortuna de Rubén sería de 3 mil 200 millones.

La empresa es menos visible que otras en el mercado, consideró Miguel Guzmán, analista de Fitch Ratings.

"Pero no deben de ser subestimados. Se han dado cuenta que el mercado de bajos ingresos no implica que las personas no quieren buen servicio, buenos productos, y todo eso", afirmó Guzmán.