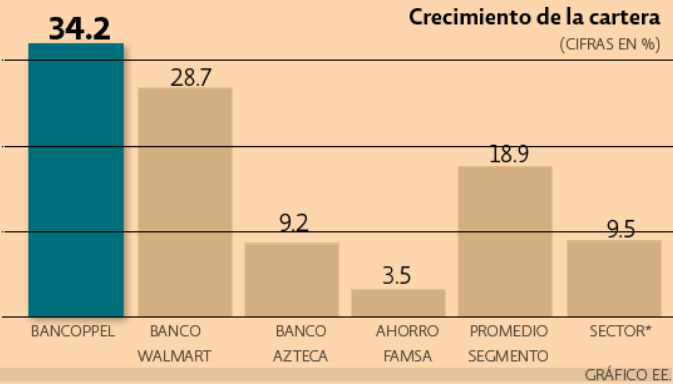




DUPLICAN CRECIMIENTO DE LA BANCA COMERCIAL

El promedio de crecimiento de la cartera de los bancos-tienda duplicó lo alcanzado en el financiamiento al consumo de todo el sector bancario.

CRECIMIENTO PORCENTUAL ANUAL A SEPTIEMBRE DEL 2013 DE LA CARTERA DE CRÉDITO VIGENTE.
* CARTERA DE CONSUMO DEL SECTOR BANCARIO A SEPTIEMBRE DEL 2013.



APROVECHAN RELACIÓN CON LOS ALMACENES

Exitosa, la estrategia de crédito de los bancos-tienda

La cartera de Banco Azteca ocupa el primer lugar del sector

Edgar Huérfano
EL ECONOMISTA

LOS BANCOS-TIENDA aprovechan la relación con las tiendas de sus controladoras para aumentar las operaciones de crédito al consumo, lo que permitió que el crecimiento promedio de su cartera vigente aumentara en 18.9% anual a septiembre del 2013.

En el segmento participan cuatro entidades: Banco Azteca, Bancoppel, Banco Ahorro Famsa y Banco Walmart, de los cuales Azteca es el que tiene más tiempo en el mercado con más de 10 años en operación, y con la mayor cartera de crédito, con 58,809 millones de pesos, contra los poco más de 11,500 millones de pesos que acumuló en el mismo lapso Ahorro Famsa, que está en el segundo puesto, seguido de Bancoppel y Walmart.

Para los analistas de las calificadoras Fitch y HR Rating, la fortaleza de este tipo de bancos es que la estrategia de captar ahorro y crédito de los clientes de las tiendas a los que pertenecen les da la solvencia de mantener un alto número de operaciones, lo que se refleja en el crecimiento promedio de la cartera del segmento contra la del sector bancario comercial en su conjunto, que fue de 9.5% anualizado en el caso de la cartera de crédito al consumo.

“Banco Azteca tiene como ventaja principal la experiencia de más de 60 años de Grupo Elektra en el otorgamiento de créditos”, aseguró la calificadora HR Rating.



Banco Azteca saca ventaja de 60 años de experiencia de Grupo Elektra en el otorgamiento de créditos. FOTO ARCHIVO EE: GERMÁN ESPINOSA

Dentro del segmento de bancos-tienda, el crecimiento no es homogéneo, ya que mientras Bancoppel muestra un crecimiento anualizado de la cartera de 34.2% a septiembre del 2013, seguido de Banco Walmart con 28.7%, Azteca y Famsa tienen incrementos de 9.2 y 3.5% respectivamente, al ser portafolios más maduros.

Sin embargo, debido al mercado de segmentos medios y bajos de la población al que están dirigidos, la cartera vencida se ha incrementado, lo que ha derivado en una menor rentabilidad.

“Los bancos de las tiendas comerciales tienen la presión de estar en un mercado de alto riesgo, tienen que enviar rápidamente sus créditos morosos a cartera vencida”.

Analista,
sector bancario.

“Los bancos de las tiendas comerciales tienen la presión de estar en un mercado de alto riesgo, por lo que tienen que enviar rápidamente sus créditos morosos a cartera vencida para mantener estable su balance y su fortaleza financiera, esto es por estrategia y por regulación”, aseguró un analista del sector bancario.

Así, el crecimiento promedio de la cartera vencida a septiembre del 2013 fue cercana a 66%; Azteca la aumentó 56.7%; Famsa, 44%; Coppel, 40%, y Walmart hasta 22 por ciento.

Esto llevó a que las utilidades promedio cayeran 28.6% anualizadas de enero a septiembre del 2013, y el rendimiento sobre los activos y el capital fuera en promedio de los cuatro bancos de 1.9 y 12.8%, respectivamente.

Pese a estos resultados, estos bancos están bien capitalizados, además de contar con el respaldo de sus controladoras, consolidadas en sus mercados y finanzas.

ehuerfano@eleconomista.mx