



Liverpool con mejor panorama por crecimiento de ventas mismas tiendas aperturas: Fitch

En el 2021 la cadena de tiendas departamentales se empezó a recuperar por los cierres de tiendas durante la pandemia, por lo que la calificadora proyecta que sus ingresos crecerán 11% en este 2022.

POR VERÓNICA GONZÁLEZ

Liverpool, la cadena de tiendas departamentales, tiene mejores perspectivas de crecimiento para este año y el próximo debido al aumento en las ventas mismas tiendas, así como la apertura de nuevas unidades, expuso Fitch Rating.

Por lo que prevé que **los ingresos de Liverpool se incrementarán alrededor de 11% en este 2022 y en un 5% para el 2023**, a pesar de que se proyecta que el ingreso disponible del consumidor estará más presionado en el segundo semestre de 2022 y 2023 ante el entorno inflacionario actual.

“La rentabilidad de Liverpool ha mejorado progresivamente como resultado de una mejor mezcla de ventas asociada a eficiencias de inventarios, gastos menores de logística y un control estricto de los gastos de administración y venta”, dijo la agencia calificadora Fitch.

En su reporte destacó que Liverpool es el líder en tiendas departamentales enfocadas en los estratos de mercado medio, medio-alto y alto en México. Con la adquisición de Suburbia, la compañía expandió su mercado hacia los segmentos bajo y medio-bajo de la población, donde espera ser uno de los participantes principales.

A marzo de 2022, la compañía operaba 288 tiendas en 87 ciudades de México, 122 bajo el nombre de Liverpool y 164 tiendas Suburbia. Liverpool también es propietaria de 28 centros comerciales que operan en 22 ciudades. Además, opera los negocios de tarjetas de crédito y bienes raíces.

Fitch subrayó que la división de ventas en línea de Liverpool, que en el 2021 representaron cerca de 22.6% de las ventas de producto contra el 9% del 2019, un año antes de que afectara la pandemia de coronavirus.

Ante el repunte visto tras la crisis sanitaria, Liverpool proyecta que sus ventas digitales representen entre 30% y 35% de sus ventas totales de productos en los próximos años.

“En los últimos años, la compañía se concentró en desarrollar su plataforma tecnológica y ampliar su catálogo de productos en línea y actualmente se enfoca en el logro de eficiencias logísticas y propuesta de valor para sus clientes digitales, con el fin de crear una oferta diferenciada”.

Con su **nuevo centro de distribución Arco Norte**, la empresa podrá enfrentar de mejor manera a la competencia.