



# UN EQUILIBRIO DELICADO

Sus sistemas de crédito son esenciales para las ventas, pero el aumento de la morosidad representa un desafío para las tiendas departamentales.

POR: *Mara Echeverría*

Las cadenas de tiendas departamentales, como Liverpool, Suburbia, Coppel y Elektra, han encontrado en sus sistemas de crédito una herramienta clave para impulsar sus ventas. Esquemas como tarjetas, pagos diferidos y sistemas de apartado permiten a los clientes adquirir ropa, accesorios y muebles. Sin embargo, en los últimos meses, estas empresas enfrentan un aumento en la morosidad de sus consumidores.

La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) indica que unos 19.3 millones de adultos, equivalentes al 27.5% de la población, son usuarios del crédito formal. Dentro de este grupo, las tarjetas de crédito departamentales destacan como el producto más utilizado, con el 54% del total, seguidas por las tarjetas de crédito bancarias (25%), créditos personales (10%) y de nómina (7%).

El uso de las tarjetas departamentales es particularmente notable entre los jóvenes de 18 a 29 años, quienes las prefieren sobre otros productos financieros formales.

El incremento en la morosidad es un ‘fantasma’ heredado de los efectos inflacionarios del covid-19, que aún se perciben en el gasto de los hogares. Aunque 2024 fue un año de menor presión inflacionaria, los precios no disminuyeron, lo que limitó la capacidad de los consumidores para cumplir con sus compromisos financieros.

Humberto Calzada, economista en jefe de Rankia Latinoamérica, señala que el panorama para el primer trimestre de 2025 seguirá siendo desafiante, aunque con menos turbulencia que en años anteriores. Según el experto, los efectos de la cuota de enero podrían extenderse a febrero, pero hacia el segundo trimestre se espera que Banxico reduzca la tasa de interés a cerca del 8%, lo que abarataría los créditos y fomentaría el consumo.

“Las tasas de interés altas han provocado que muchas personas dejen de pagar sus deudas. Por ello, vemos un primer trimestre complicado, como ocurre en todos los inicios de sexenio. Sin embargo, hacia el segundo trimestre, con una mejora en los ingresos de los mexicanos, la morosidad podría disminuir”, explica Calzada.

## ENTRE INCENTIVOS Y MOROSIDAD

Las cadenas están adaptando sus estrategias para hacer frente a este reto. Por ejemplo, El Puerto de Liverpool, que inclu-

ye a Liverpool y Suburbia, cerró el tercer trimestre de 2024 con una cartera vencida del 4.1%, apenas por encima del umbral considerado saludable (4%). Para mitigar este riesgo, ha implementado medidas como reestructuraciones de deuda, recordatorios de pago y promociones.

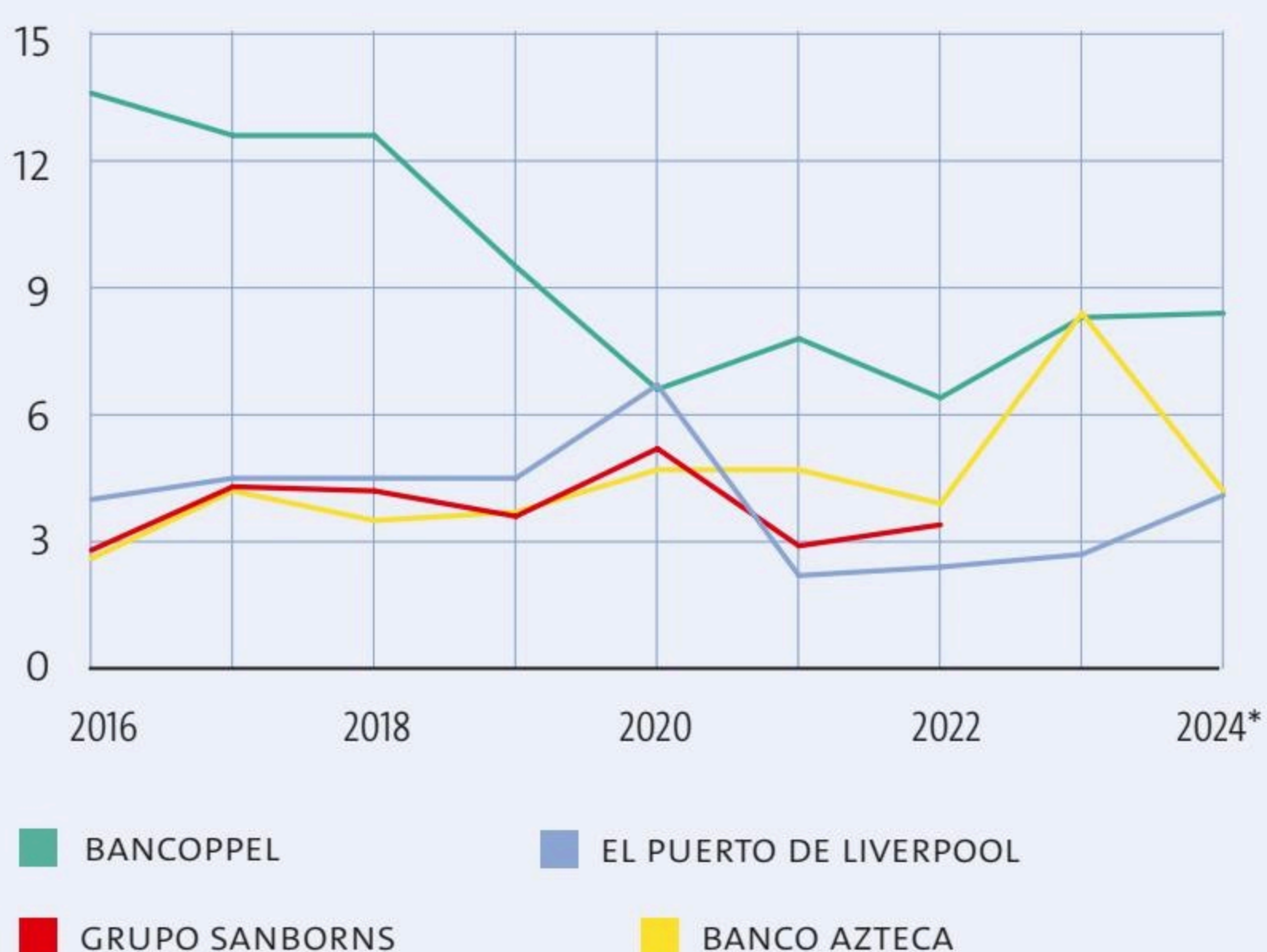
Gonzalo Gallegos, director de Finanzas de Liverpool, estimaba antes de acabar el año que 2024 cerraría con una cartera vencida de 3%. Pese a los desafíos, la empresa continúa expandiendo su oferta crediticia. En el tercer trimestre de 2024, incrementó en 6.6% la emisión de tarjetas Liverpool y en 16.3% las de Suburbia.

Sears, de Grupo Sanborns, y El Palacio de Hierro han encontrado en sus tarjetas departamentales y bancarias un motor para el crecimiento de sus tiendas, apoyándose en promociones y ventas especiales. No obstante, ambas se reservan los datos sobre los niveles de morosidad y la proporción de estos plásticos en el total de sus ventas.

## SUBE EL IMPAGO

Las cadenas departamentales ven crecer sus niveles de cartera vencida de los clientes que realizan compras en sus tiendas con sus diferentes opciones de crédito.

ÍNDICE DE MOROSIDAD ANUAL



\*Cifras en porcentaje al tercer trimestre de 2024. Grupo Sanborns ya no reportó en el año 2023.

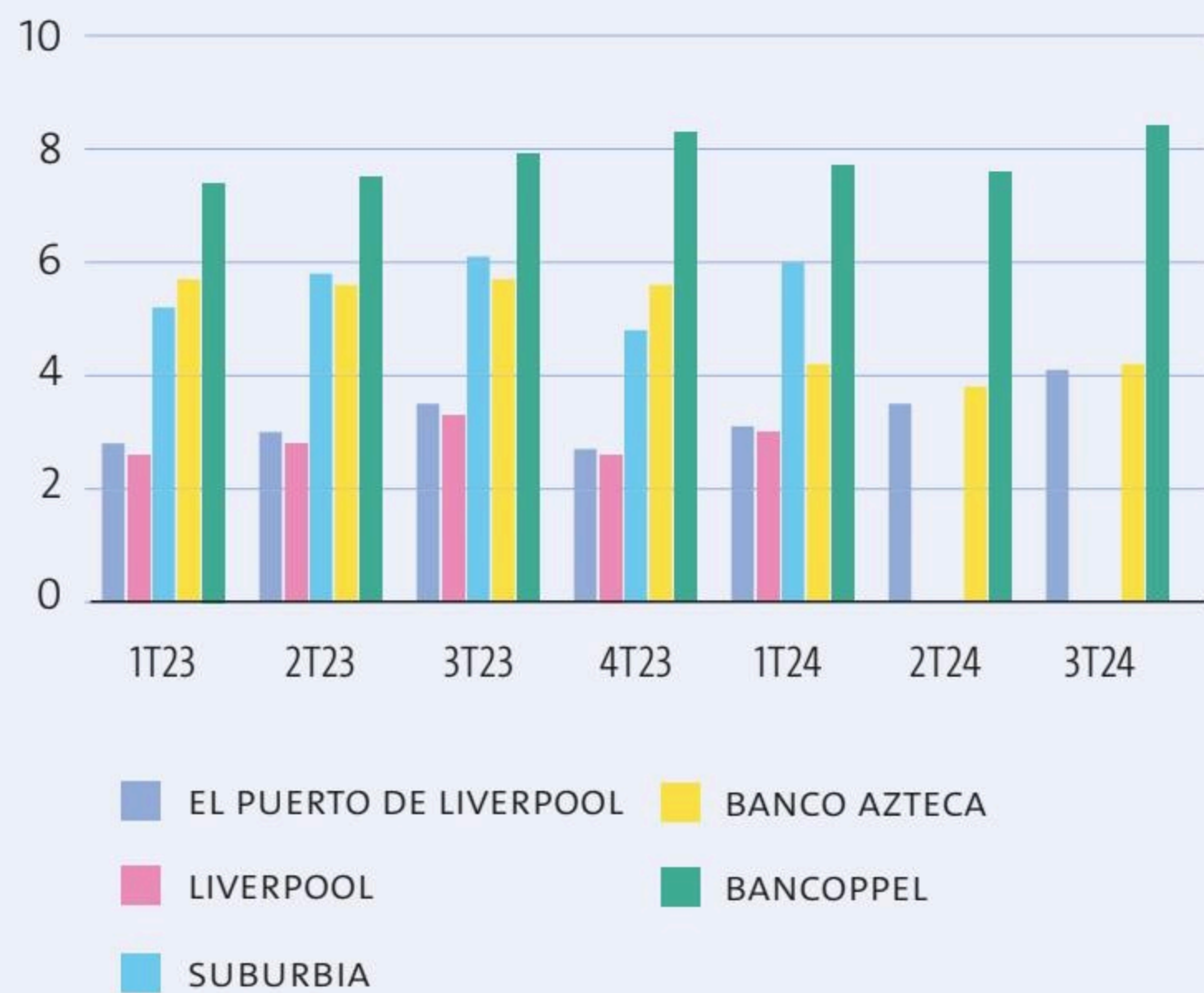
FUENTE: Reportes trimestrales de las empresas.



## AUMENTAN LOS CLIENTES MOROSOS

Los niveles de cartera vencida registraron un aumento porcentual durante 2024.

ÍNDICE DE MOROSIDAD POR TRIMESTRE



BanCoppel y Banco Azteca ofrecen otros tipos de productos, no solo créditos al consumo. El Palacio de Hierro no reporta datos.

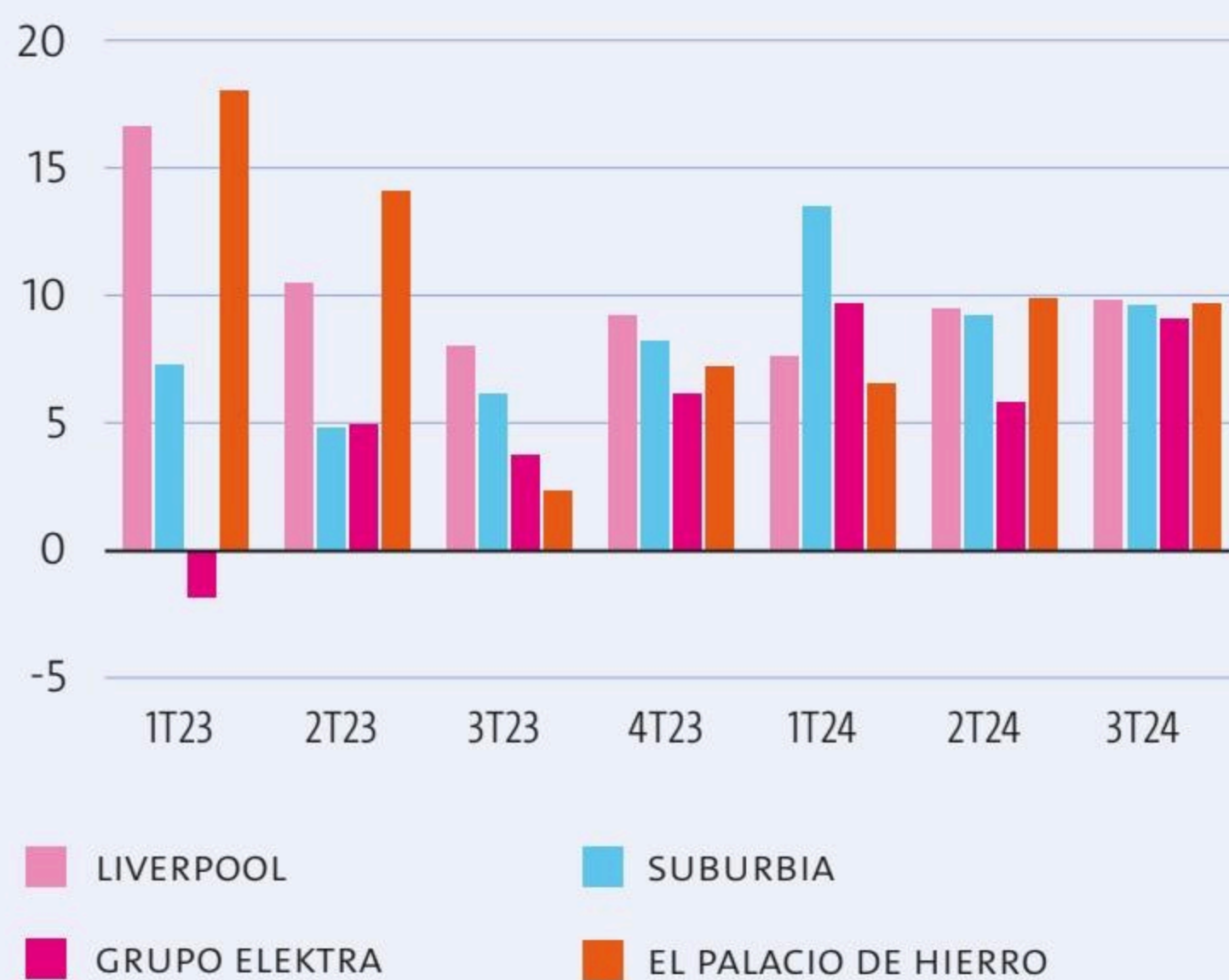
Los datos del segundo y tercer trimestre de 2024 de Liverpool y Suburbia no están disponibles.

**FUENTE:** Reportes trimestrales de las empresas.

## CRECEN LAS VENTAS

Para las cadenas departamentales, los instrumentos de crédito les permiten tener un impulso en sus ventas.

VARIACIÓN % DE LAS VENTAS



Grupo Elektra solo considera los ingresos de su división comercial.

**FUENTE:** Reportes trimestrales de las empresas.



Por otro lado, las tarjetas departamentales influyen directamente en el aumento del ticket promedio, ya que los clientes que las utilizan tienden a gastar más en comparación con quienes pagan en una sola exhibición. En Liverpool representan el 48.7% de las ventas del trimestre, mientras que en Suburbia alcanzaron el 32.9%.

Por su parte, Grupo Palacio de Hierro también reporta un aumento del 20.9% en los ingresos de su división de crédito durante el tercer trimestre de 2024 en comparación con el mismo periodo de 2023, aunque no comparte cifras sobre su morosidad.

En un segmento orientado principalmente a la base de la pirámide poblacional, Elektra y Coppel continúan apoyándose en pagos semanales o quincenales como parte fundamental de su modelo de negocio.

Ambas cadenas operan a través de sus divisiones financieras, Banco Azteca y BanCoppel, y aunque los retos económicos golpean con mayor fuerza a este segmento, su modelo de negocio se mantiene resiliente.

Humberto Calzada destaca que estas empresas no verán comprometido su crecimiento. “Menores tasas de interés incentivarán al consumo, y estas tiendas, por la naturaleza de su negocio, seguirán teniendo un buen volumen de ventas en 2025”, asegura.