

Ventas al menudeo y confianza de los consumidores – Por abajo de lo esperado

14 de mayo 2021

www.banorte.com
@analisis_fundam

Luis Leopoldo López
Analista Economía Internacional
luis.lopez.salinas@banorte.com

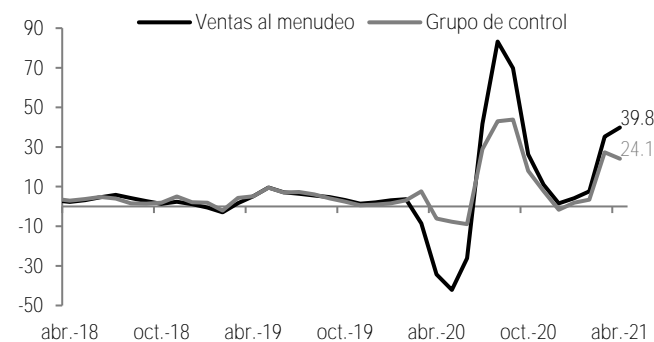
- Ventas al menudeo (abr): 0.0% m/m (Banorte: 2.0% m/m; consenso: 1.0% m/m; anterior: 9.8% m/m; revisado: 10.7% m/m)
- Grupo de control (abr): -1.5% m/m (Banorte: 0.0% m/m; consenso: -0.2% m/m; anterior: 6.9% m/m; revisado: 7.6% m/m)
- El reporte se vio afectado por caídas en los componentes de ropa, bienes deportivos y de entretenimiento, accesorios y ventas en gasolineras. Del lado positivo, se registraron alzas en los lugares de servicios de comida, autos, electrónicos y artículos de salud
- Las ventas cayeron después del fuerte avance observado en marzo, impulsado por la entrega de cheques a las familias como parte del paquete de estímulo fiscal
- Cabe mencionar que, este reporte abarca el gasto en bienes, sin incluir lo que corresponde a servicios. Estimamos que, ante la reapertura de la economía y los avances en el proceso de vacunación, la gente estará gastando menos en bienes y más en servicios a los que no tuvo acceso por un largo periodo debido a la pandemia, como restaurantes y bares
- Por su parte, el sentimiento de la Universidad de Michigan se moderó en mayo al ubicarse en 82.8pts por debajo de los 88.3pts de abril
- Hacia adelante, aun tras el débil reporte de ventas y la baja en la confianza de los consumidores, esperamos que el gasto de las familias siga avanzando siendo el principal contribuyente al crecimiento del PIB en 2T21, apoyado por los fuertes ahorros de las familias y la recuperación del mercado laboral

Estancamiento de las ventas al menudeo en el cuarto mes del año. El reporte del *US Census Bureau* mostró un nulo avance en abril, resultando por debajo tanto de lo que esperaba el consenso de 1.0% m/m como del dato previo de +10.7% m/m, revisado al alza desde +9.8% informado en su momento. Al interior del reporte, se registraron caídas en varios de sus componentes, destacando en el siguiente orden descendente: (1) Las ventas de la ropa cayendo 5.1% m/m luego del fuerte incremento de 22.7% m/m que se observó en marzo; (2) las tiendas de mercancía en general registrando una contracción de 4.9% m/m tras el repunte de 9.7% m/m previo; (3) los bienes deportivos y de entretenimiento cayendo a niveles de 3.6% m/m desde un avance de 24.2% observado en marzo; y (4) las ventas en gasolineras cayendo 1.1% m/m desde el avance de 10.2% m/m observado en el mes previo.

Del lado positivo, también se observaron alzas –aunque más moderadas que las del mes previo– que impidieron que el índice general cayera, destacando: (1) Los lugares de servicios de comida creciendo 3.0% m/m desde el avance de 13.5% m/m previo; (2) las ventas de autos subiendo 2.9% m/m después de crecer 17.1% m/m el mes anterior; (3) las ventas de electrónicos con un alza de 1.2% m/m tras un incremento de 17.5%; y (4) los artículos de salud subiendo 1.0% m/m, tras el avance que se observó en marzo de 8.0% m/m.

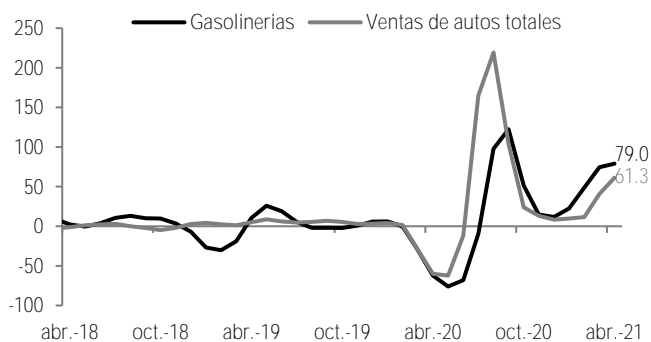
Documento destinado al público en general

Ventas al menudeo
% var. trimestral anualizada



Fuente: US Census Bureau

Ventas de gasolinas y autos
% var. trimestral anualizada



Fuente: US Census Bureau

El grupo de control cayó, reflejando una mayor medida entre los consumidores en el cuarto mes del año. Excluyendo autos, gasolina, servicios de comida y materiales de construcción –lo que se conoce como “grupo de control”, rubro que excluye algunos de las categorías más volátiles–, se observó una caída de 1.5% m/m después del repunte observado en marzo de 7.6% m/m, revisado al alza desde 6.9% m/m. Sin embargo, la cifra trimestral anualizada continua positiva, ya que se ubicó en 24.1%, aunque si resultó menor al 27.3% del mes anterior, (ver tabla abajo).

Ventas al menudeo en abril
% mensual y trimestral anualizada

	Variación mensual			Variación trimestral anualizada		
	abr.-21	mar.-21	feb.-21	abr.-21	mar.-21	feb.-21
Ventas menudeo	0.0	10.7	-2.9	39.8	35.2	7.6
Alimentos	0.4	0.7	-0.5	3.9	6.1	2.4
Gasolinas	-1.1	10.2	3.2	79.0	74.5	48.6
Autos	2.9	17.1	-3.6	61.3	40.8	11.6
Materiales construcción	-0.4	13.9	-4.8	42.5	44.4	18.6
Muebles	-0.7	8.1	-5.2	37.5	56.0	23.8
Electrónica	1.2	17.5	-5.8	71.7	59.3	4.3
Artículos de salud	1.0	8.0	-1.7	21.3	11.8	1.6
Ropa	-5.1	22.7	-5.5	57.9	44.4	-1.0
Bienes deportivos y de entretenimiento	-3.6	24.2	-6.4	69.5	59.5	5.2
Tiendas de mercancía general	-4.9	9.7	-6.0	18.0	32.4	5.2
Artículos diversos	-1.1	10.8	-2.7	26.7	27.2	24.3
Comercio fuera de tiendas	-0.6	4.7	-3.1	30.0	36.8	-0.9
Servicios de comida	3.0	13.5	-1.4	66.5	38.4	-7.4
Grupo de control	-1.5	7.6	-3.3	24.1	27.3	3.4
Ex autos	-0.8	9.0	-2.7	34.5	33.8	6.6
Ex. Alimentos	-0.3	10.4	-3.0	37.1	34.9	9.4
Ex. Autos y alimentos	-1.4	8.4	-2.8	30.4	33.1	8.7
Ex. Autos y gas	-0.8	8.9	-3.2	30.7	30.3	3.2

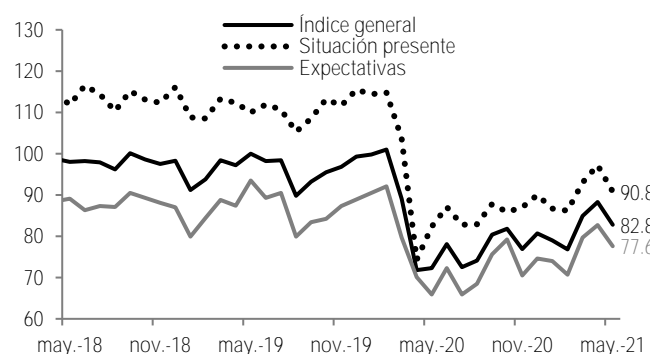
Fuente: Census Bureau

Menos consumo de bienes, pero más gasto en servicios. Consideramos que el reporte muestra dos cosas principalmente: (1) El ajuste al alza en la cifra de marzo, pone al consumo en una mayor trayectoria de crecimiento entrando al segundo trimestre; (2) parece haber señales de que la gente está empezando a sustituir su gasto en bienes por consumo de servicios, tales como restaurantes y bares, con más de un tercio de la población totalmente vacunada. Esto en un contexto, donde la gente presenta cierto hartazgo del encierro y de no haber tenido acceso a estos lugares por cerca de un año. Cabe mencionar que, el reporte de ventas al menudeo, refleja el desempeño del gasto personal en bienes, pero no incluye la parte de servicios, mismos que se contabilizan por separado. Estimamos que, aunque el consumo de bienes no crezca fuertemente en 2T21, el alza en el gasto en servicios lo compensará, llevando a un fuerte avance del consumo de las familias en el periodo.

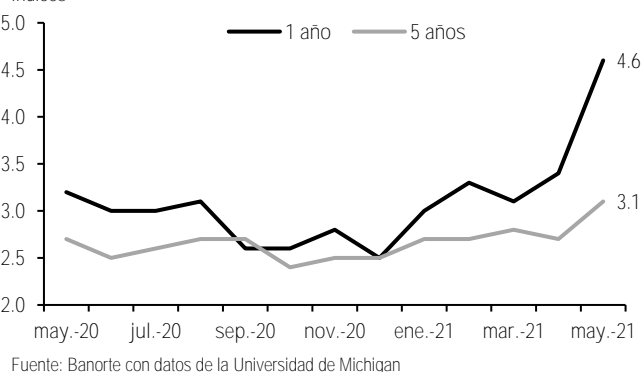
El sentimiento de los consumidores de la Universidad de Michigan se moderó en mayo. El índice total bajó en el quinto mes del año, ubicándose en 82.8pts desde los 88.3pts que se observaron el mes previo. El dato resultó por abajo tanto de lo estimado por el consenso (90.0pts) como del dato previo de abril (88.3pts). A su interior, tanto el subíndice de condiciones presentes como el de expectativas mostraron una baja, ubicándose en 90.8pts y 77.6pts desde 97.2pts y 82.7pts, respectivamente (ver gráfica abajo a la izquierda).

La preocupación por la inflación sigue creciendo. A pesar de que el presidente de la Reserva Federal, Jerome Powell y la mayoría de los miembros del banco central han dicho que este repunte en la inflación corresponde a un efecto de base y solo será transitorio, las preocupaciones han estado incrementándose ante señales de presiones en precios en diversos indicadores. En este contexto, el reporte de la Universidad de Michigan muestra un alza en la expectativa de inflación durante el próximo año de 3.4% en la encuesta previa a 4.6% y para los próximos 5 años de 2.7% a 3.1% (ver gráfica abajo a la derecha).

Sentimiento de los Consumidores de la Universidad de Michigan
Índice



Expectativas de inflación de la Universidad de Michigan
% a/a
Índices



Hacia adelante, esperamos que el consumo siga creciendo a un paso sólido.

Consideramos que, del lado positivo, la recuperación del gasto de las familias seguirá apoyado por: (1) El avance en el proceso de vacunación; (2) mayor apertura de la economía, habilitando sectores que antes no estaban disponibles; (3) recuperación del mercado laboral, regresando el poder adquisitivo a las familias; (4) la elevada tasa de ahorro; y (5) los efectos del fuerte estímulo fiscal. En este contexto, como parte del proceso de recuperación de la pandemia, esperamos que la mayor parte del gasto se centre en servicios, más que en bienes, lo que podría reflejarse en cifras de ventas al menudeo (que sólo incluyen el rubro de bienes) menos fuertes que lo que veremos en los reportes de gasto personal (que también incluyen servicios). Esperamos que, al igual que en 1T21, el consumo reporte un crecimiento de doble dígito en 2T21 y sea el principal contribuyente al crecimiento del PIB del periodo.

Certificación de los Analistas.

Nosotros, Gabriel Casillas Olivera, Alejandro Padilla Santana, Delia María Paredes Mier, Juan Carlos Alderete Macal, Manuel Jiménez Zaldívar, Marissa Garza Ostos, Francisco José Flores Serrano, Katia Celina Goya Ostos, Santiago Leal Singer, José Itzamna Espitia Hernández, Valentín III Mendoza Balderas, Víctor Hugo Cortes Castro, Hugo Armando Gómez Solís, Miguel Alejandro Calvo Domínguez, Luis Leopoldo López Salinas, Leslie Thalía Orozco Vélez, Gerardo Daniel Valle Trujillo, Eridani Ruibal Ortega y Juan Barbier Arizmendi, certificamos que los puntos de vista que se expresan en este documento son reflejo fiel de nuestra opinión personal sobre la(s) compañía(s) o empresa(s) objeto de este reporte, de sus afiliadas y/o de los valores que ha emitido. Asimismo, declaramos que no hemos recibido, no recibimos, ni recibiremos compensación distinta a la de Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V. por la prestación de nuestros servicios.

Declaraciones relevantes.

Conforme a las leyes vigentes y los manuales internos de procedimientos, los Analistas tienen permitido mantener posiciones largas o cortas en acciones o valores emitidos por empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pueden ser el objeto del presente reporte, sin embargo, los Analistas Bursátiles tienen que observar ciertas reglas que regulan su participación en el mercado con el fin de prevenir, entre otras cosas, la utilización de información privada en su beneficio y evitar conflictos de interés. Los Analistas se abstendrán de invertir y de celebrar operaciones con valores o instrumentos derivados directa o a través de interpósita persona, con Valores objeto del Reporte de análisis, desde 30 días naturales anteriores a la fecha de emisión del Reporte de que se trate, y hasta 10 días naturales posteriores a su fecha de distribución.

Remuneración de los Analistas.

La remuneración de los Analistas se basa en actividades y servicios que van dirigidos a beneficiar a los clientes inversionistas de Casa de Bolsa Banorte y de sus filiales. Dicha remuneración se determina con base en la rentabilidad general de la Casa de Bolsa y del Grupo Financiero y en el desempeño individual de los Analistas. Sin embargo, los inversionistas deberán advertir que los Analistas no reciben pago directo o compensación por transacción específica alguna en banca de inversión o en las demás áreas de negocio. Actividades de las áreas de negocio durante los últimos doce meses.

Actividades de las áreas de negocio durante los últimos doce meses.

Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V., a través de sus áreas de negocio, brindan servicios que incluyen, entre otros, los correspondientes a banca de inversión y banca corporativa, a un gran número de empresas en México y en el extranjero. Es posible que hayan prestado, estén prestando o en el futuro brinden algún servicio como los mencionados a las compañías o empresas objeto de este reporte. Casa de Bolsa Banorte o sus filiales reciben una remuneración por parte de dichas corporaciones en contraprestación de los servicios antes mencionados.

En el transcurso de los últimos doce meses, Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V., no ha obtenido compensaciones por los servicios prestados por parte de la banca de inversión o por alguna de sus otras áreas de negocio de las siguientes empresas o sus filiales, alguna de las cuales podría ser objeto de análisis en el presente reporte.

Actividades de las áreas de negocio durante los próximos tres meses.

Casa de Bolsa Banorte, Grupo Financiero Banorte o sus filiales esperan recibir o pretenden obtener ingresos por los servicios que presta banca de inversión o de cualquier otra de sus áreas de negocio, por parte de compañías emisoras o sus filiales, alguna de las cuales podría ser objeto de análisis en el presente reporte.

Tenencia de valores y otras revelaciones.

Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V. no mantiene inversiones, al cierre del último trimestre, directa o indirectamente, en valores o instrumentos financieros derivados, cuyo subyacente sean valores, objeto de recomendaciones, que representen el 1% o más de su cartera de inversión de los valores en circulación o el 1% de la emisión o subyacente de los valores emitidos.

Ninguno de los miembros del Consejo, directores generales y directivos del nivel inmediato inferior a éste de Casa de Bolsa Banorte, Grupo Financiero Banorte, funge con algún cargo en las emisoras que pueden ser objeto de análisis en el presente documento.

Los Analistas de Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V. no mantienen inversiones directas o a través de interpósita persona, en los valores o instrumentos derivados objeto del reporte de análisis.

Guía para las recomendaciones de inversión.

	Referencia
COMPRA	Quando el rendimiento esperado de la acción sea mayor al rendimiento estimado del IPC.
MANTENER	Quando el rendimiento esperado de la acción sea similar al rendimiento estimado del IPC.
VENTA	Quando el rendimiento esperado de la acción sea menor al rendimiento estimado del IPC.

Aunque este documento ofrece un criterio general de inversión, exhortamos al lector a que busque asesorarse con sus propios Consultores o Asesores Financieros, con el fin de considerar si algún valor de los mencionados en el presente reporte se ajusta a sus metas de inversión, perfil de riesgo y posición financiera.

Determinación de precios objetivo

Para el cálculo de los precios objetivo estimado para los valores, los analistas utilizan una combinación de metodologías generalmente aceptadas entre los analistas financieros, incluyendo de manera enunciativa, más no limitativa, el análisis de múltiplos, flujos descontados, suma de las partes o cualquier otro método que pudiese ser aplicable en cada caso específico conforme a la regulación vigente. No se puede dar garantía alguna de que se vayan a lograr los precios objetivo calculados para los valores por los analistas de Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V., ya que esto depende de una gran cantidad de diversos factores endógenos y exógenos que afectan el desempeño de la empresa emisora, el entorno en el que se desempeña e influyen en las tendencias del mercado de valores en el que cotiza. Es más, el inversionista debe considerar que el precio de los valores o instrumentos puede fluctuar en contra de su interés y ocasionarle la pérdida parcial y hasta total del capital invertido.

La información contenida en el presente reporte ha sido obtenida de fuentes que consideramos como fidedignas, pero no hacemos declaración alguna respecto de su precisión o integridad. La información, estimaciones y recomendaciones que se incluyen en este documento son vigentes a la fecha de su emisión, pero están sujetas a modificaciones y cambios sin previo aviso; Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V. no se compromete a comunicar los cambios y tampoco a mantener actualizado el contenido de este documento. Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V. no acepta responsabilidad alguna por cualquier pérdida que se derive del uso de este reporte o de su contenido. Este documento no podrá ser fotocopiado, citado, divulgado, utilizado, ni reproducido total o parcialmente sin previa autorización escrita por parte de, Grupo Financiero Banorte S.A.B. de C.V.

GRUPO FINANCIERO BANORTE S.A.B. de C.V.

Dirección General Adjunta de Análisis Económico y Relación con Inversionistas			
Gabriel Casillas Olvera	Director General Adjunto Análisis Económico y Relación con Inversionistas	gabriel.casillas@banorte.com	(55) 4433 - 4695
Raquel Vázquez Godínez	Asistente Dir. General Adjunta Análisis Económico y Relación con Inversionistas	raquel.vazquez@banorte.com	(55) 1670 - 2967
Lourdes Calvo Fernández	Analista (Edición)	lourdes.calvo@banorte.com	(55) 1103 - 4000 x 2611
Análisis Económico y Estrategia Financiera de Mercados			
Alejandro Padilla Santana	Director Ejecutivo Análisis Económico y Estrategia Financiera de Mercados	alejandro.padilla@banorte.com	(55) 1103 - 4043
Itzel Martínez Rojas	Analista	itzel.martinez.rojas@banorte.com	(55) 1670 - 2251
Análisis Económico			
Juan Carlos Alderete Macal, CFA	Director Análisis Económico	juan.alderete.macal@banorte.com	(55) 1103 - 4046
Francisco José Flores Serrano	Subdirector Economía Nacional	francisco.flores.serrano@banorte.com	(55) 1670 - 2957
Katía Celina Goya Ostos	Subdirector Economía Internacional	katia.goya@banorte.com	(55) 1670 - 1821
Luis Leopoldo López Salinas	Analista Economía Internacional	luis.lopez.salinas@banorte.com	(55) 1103 - 4000 x 2707
Estrategia de Mercados			
Manuel Jiménez Zaldívar	Director Estrategia de Mercados	manuel.jimenez@banorte.com	(55) 5268 - 1671
Estrategia de Renta Fija y Tipo de Cambio			
Santiago Leal Singer	Subdirector Estrategia de Renta Fija y Tipo de Cambio	santiago.leal@banorte.com	(55) 1670 - 2144
Leslie Thalía Orozco Vélez	Gerente Estrategia de Renta Fija y Tipo de Cambio	leslie.orozco.velez@banorte.com	(55) 5268 - 1698
Análisis Bursátil			
Marissa Garza Ostos	Director Análisis Bursátil	marissa.garza@banorte.com	(55) 1670 - 1719
José Itzamna Espitia Hernández	Subdirector Análisis Bursátil	jose.espitia@banorte.com	(55) 1670 - 2249
Valentín III Mendoza Balderas	Subdirector Análisis Bursátil	valentin.mendoza@banorte.com	(55) 1670 - 2250
Víctor Hugo Cortes Castro	Subdirector Análisis Técnico	victorh.cortes@banorte.com	(55) 1670 - 1800
Eridani Ruibal Ortega	Analista	eridani.ruibal.ortega@banorte.com	(55) 1103 - 4000 x 2755
Juan Barbier Arizmendi, CFA	Analista	juan.barbier@banorte.com	(55) 1670 - 1746
Análisis Deuda Corporativa			
Hugo Armando Gómez Solís	Subdirector Deuda Corporativa	hugo.gomez@banorte.com	(55) 1670 - 2247
Gerardo Daniel Valle Trujillo	Gerente Deuda Corporativa	gerardo.valle.trujillo@banorte.com	(55) 1670 - 2248
Estudios Económicos			
Delia María Paredes Mier	Director Ejecutivo Estudios Económicos	delia.paredes@banorte.com	(55) 5268 - 1694
Miguel Alejandro Calvo Domínguez	Subdirector Estudios Económicos	miguel.calvo@banorte.com	(55) 1670 - 2220
Banca Mayorista			
Armando Rodal Espinosa	Director General Banca Mayorista	armando.rodal@banorte.com	(55) 1670 - 1889
Alejandro Aguilar Ceballos	Director General Adjunto de Administración de Activos	alejandro.aguilar.cebillos@banorte.com	(55) 5004 - 1282
Alejandro Eric Faesi Puente	Director General Adjunto de Mercados y Ventas Institucionales	alejandro.faesi@banorte.com	(55) 5268 - 1640
Alejandro Frigolet Vázquez Vela	Director General Adjunto Sólida	alejandro.frigolet.vazquezvela@banorte.com	(55) 5268 - 1656
Arturo Monroy Ballesteros	Director General Adjunto Banca Inversión	arturo.monroy.ballesteros@banorte.com	(55) 5004 - 5140
Carlos Alberto Arciniega Navarro	Director General Adjunto Tesorería	carlos.arciniega@banorte.com	(81) 1103 - 4091
Gerardo Zamora Nanez	Director General Adjunto Banca Transaccional y Arrendadora y Factor	gerardo.zamora@banorte.com	(81) 8173 - 9127
Jorge de la Vega Grajales	Director General Adjunto Gobierno Federal	jorge.delavega@banorte.com	(55) 5004 - 5121
Luis Pietrini Sheridan	Director General Adjunto Banca Patrimonial y Privada	luis.pietrini@banorte.com	(55) 5249 - 6423
Lizza Velarde Torres	Director Ejecutivo Gestión Banca Mayorista	lizza.velarde@banorte.com	(55) 4433 - 4676
Oswaldo Brondo Menchaca	Director General Adjunto Bancas Especializadas	oswaldo.brondo@banorte.com	(55) 5004 - 1423
Raúl Alejandro Arauzo Romero	Director General Adjunto Banca Transaccional	alejandro.arauzo@banorte.com	(55) 5261 - 4910
René Gerardo Pimentel Ibarrola	Director General Adjunto Banca Corporativa e Instituciones Financieras	pimentelr@banorte.com	(55) 5004 - 1051
Ricardo Velázquez Rodríguez	Director General Adjunto Banca Internacional	rvelazquez@banorte.com	(55) 5004 - 5279
Víctor Antonio Roldan Ferrer	Director General Adjunto Banca Empresarial	victor.rolan.ferrer@banorte.com	(55) 1670 - 1899