

Ventas al menudeo – El consumo se modera, pero no tan rápido como se esperaba

- Ventas al menudeo (sep): 0.0% m/m (Banorte: 0.2% m/m; consenso: 0.2% m/m; anterior: 0.3% m/m; revisado: 0.4% m/m)
- Grupo de control (sep): 0.4% m/m (Banorte: 0.0% m/m; consenso: 0.3% m/m; anterior: 0.0% m/m; revisado: 0.2% m/m)
- El reporte arrojó señales mixtas con 7 de las 13 categorías mostrando caídas. Del lado positivo, se mantuvo el gasto en alimentos, ropa y comercio en línea, entre otros
- El desempeño de las ventas en septiembre no fue tan malo tomando en cuenta que a finales de mes se tuvo el impacto del huracán Ian
- Se observa una desaceleración en el consumo de bienes, pero más lenta de lo esperado, mientras que el gasto en servicios se mantiene sólido
- Por su parte, el sentimiento de los consumidores de la Universidad de Michigan repuntó en octubre al ubicarse en 59.8pts por arriba de los 58.6pts de septiembre
- Hacia delante, esperamos que el gasto de las familias se modere ante el fuerte ajuste monetario por parte del banco central

Estancamiento de las ventas al menudeo en el noveno mes del año mostrando señales mixtas. El reporte del *US Census Bureau* mostró a las ventas totales con un avance nulo, resultando por debajo tanto de lo que esperaba el consenso de +0.2% m/m como del dato previo de +0.4% m/m, revisado ligeramente al alza desde 0.3% informado en su momento. Al interior del reporte, se registraron señales mixtas, destacando primero las siguientes caídas: (1) Las ventas de artículos diversos en -2.5% m/m después de +0.2% m/m el mes anterior; (2) la caída en gasolineras de 1.4% m/m, reflejando la baja en el costo del combustible al tratarse de cifras nominales, aunque ahora comienzan a subir; (3) las ventas de los electrónicos con una contracción de 0.8% m/m sumándose a la baja de 0.4% observada en agosto; (4) los muebles, bienes deportivos y de entretenimiento ubicándose en -0.7% m/m; (5) las ventas en las concesionarias de autos contrayéndose 0.4% luego de haber aumentado 2.8% en el mes previo; y (6) los materiales de construcción bajando 0.4% tras el aumento de 1.4% en agosto.

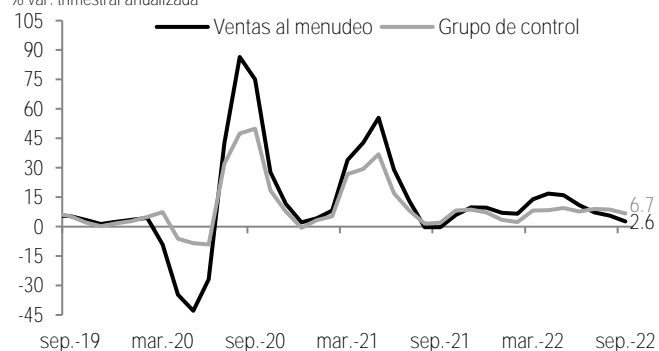
Por su parte, del lado positivo, se observaron alzas en varias categorías: (1) Las tiendas de mercancía en general aumentando 0.7% m/m por arriba del 0.4% m/m que se observó en agosto; (2) los restaurantes subiendo 0.5% m/m moderando su ritmo de avance desde 1.8% m/m previo, con un claro impacto a fin de mes debido al huracán Ian (3) las ventas en línea subiendo 0.5% m/m después de haberse contraído el mes anterior; (4) los artículos de salud avanzando 0.5% m/m, por arriba de lo que se observó en agosto de 0.4% m/m; (5) las ventas de ropa aumentando 0.5% m/m, pero de forma más moderada que en el mes anterior (0.9% m/m) y; (6) las ventas de alimentos aumentando 0.4% por arriba del 0.3% m/m observado previamente.

14 de octubre 2022

www.banorte.com
@analisis_fundam

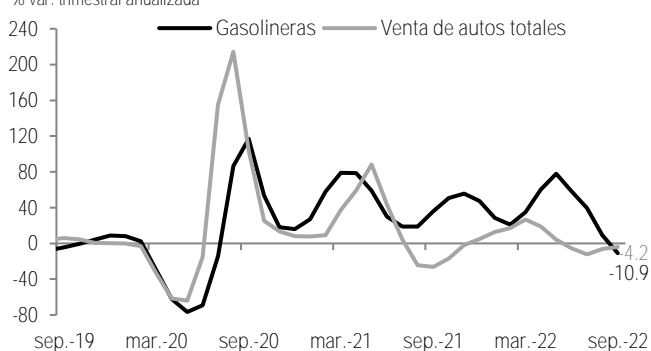
Luis Leopoldo López
Gerente Economía Internacional
luis.lopez.salinas@banorte.com

Ventas al menudeo
% var. trimestral anualizada



Fuente: Banorte con datos del US Census Bureau

Ventas de gasolineras y autos
% var. trimestral anualizada



Fuente: Banorte con datos del US Census Bureau

El grupo de control aumentó, reflejando que el gasto de las familias se mantiene sólido. Excluyendo autos, gasolina, servicios de comida y materiales de construcción –lo que se conoce como “grupo de control”, rubro que excluye algunas de las categorías más volátiles–, se observó un aumento de 0.4% m/m después de haber registrado un avance de 0.2% en agosto, revisado al alza desde 0.0% m/m. Por su parte, la cifra trimestral anualizada continua positiva, aunque se moderó nuevamente, ya que se ubicó en 6.7%, desde el 8.7% del mes anterior (ver tabla abajo).

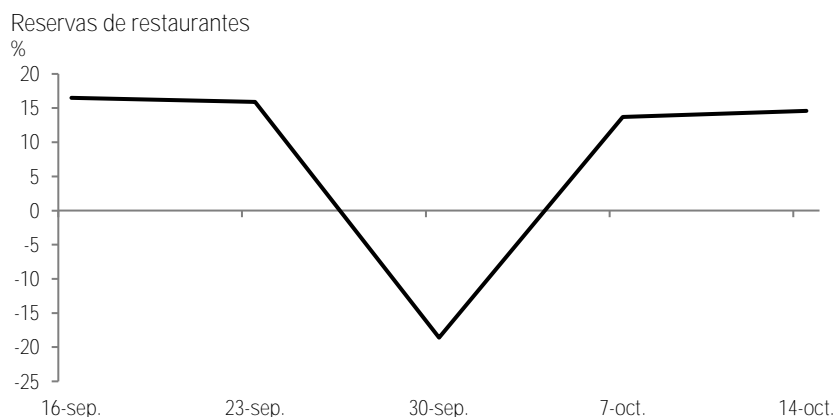
Ventas al menudeo en septiembre
% mensual y trimestral anualizada

	Variación mensual			Variación trimestral anualizada		
	sep.-22	ago.-22	jul.-22	sep.-22	ago.-22	jul.-22
Ventas menudeo	0.0	0.4	-0.4	2.6	5.5	7.2
Alimentos	0.4	0.3	0.0	5.7	8.0	9.0
Gasolineras	-1.4	-5.2	-2.2	-10.9	9.3	39.5
Autos	-0.4	2.8	-2.0	-4.2	-6.1	-12.4
Materiales construcción	-0.4	1.4	1.1	7.3	2.9	-0.2
Muebles	-0.7	0.9	0.1	-3.0	-4.4	-3.6
Electrónica	-0.8	-0.4	-0.3	-8.0	-7.9	-5.1
Artículos de salud	0.5	0.4	0.6	8.3	9.0	7.9
Ropa	0.5	0.9	-0.4	1.3	-0.7	-0.5
Bienes deportivos y de entretenimiento	-0.7	0.6	0.0	4.6	8.1	9.6
Tiendas de mercancía general	0.7	0.4	-0.4	6.8	8.1	5.9
Artículos diversos	-2.5	0.2	-1.3	-1.2	9.4	10.6
Comercio fuera de tiendas	0.5	-0.3	1.7	11.7	14.9	16.2
Servicios de comida	0.5	1.8	-0.8	5.5	9.4	15.5
Grupo de control	0.4	0.2	0.4	6.7	8.7	9.1
Ex autos	0.1	-0.1	-0.1	4.2	8.4	12.4
Ex. Alimentos	-0.1	0.2	-0.4	2.2	5.0	6.1
Ex. Autos y alimentos	0.0	-0.5	0.1	4.0	8.2	11.9
Ex. Autos y gas	0.3	0.6	0.2	6.5	8.3	9.2

Fuente: Banorte con datos del Census Bureau

El reporte sugiere que el gasto de las familias sigue inclinándose más hacia los servicios. Si bien las cifras muestran una desaceleración en el gasto en bienes, con algunas categorías clave debilitándose, el resultado de las ventas de servicios de alimentos, —la única categoría de servicios en el informe—, apunta a que esta parte del gasto de las familias se mantiene sólida a pesar del impacto negativo del huracán Ian a final del mes. Esto es positivo teniendo en cuenta que los servicios representan dos terceras partes del gasto total. En este contexto, consideramos que el reporte no fue tan débil, en medio del agresivo ciclo de alza en tasas por parte del Fed y la elevada inflación. No obstante, estaremos atentos a las cifras de ingreso y gasto personal de septiembre que se publicarán el 28 de octubre. Esperamos que el reporte refleje que en el noveno mes del año, la baja en el costo de la gasolina (lo que incrementa el ingreso disponible) siguió apoyando el gasto en servicios.

En concreto, de momento no está tan claro el impacto real del huracán Ian que devastó Florida y parte de Carolina del Sur. Sin embargo, una de las categorías que más sufrió ante el fenómeno meteorológico fue el sector restaurantero, ya que cifras de *OpenTable* confirman que restaurantes y bares se vieron impactados a la baja, con una fuerte caída en reservas de restaurantes a partir del 26 de septiembre. Esto se compara con las lecturas en los días anteriores al huracán que estaban 16% por encima de los niveles anteriores a la pandemia. No obstante, para el 2 de octubre, la actividad se había recuperado casi por completo (ver gráfica abajo). A pesar de esto, creemos que derivado del huracán, también existieron alzas en las compras de bienes como agua, comida y medicamentos. Es decir, que las cifras de septiembre y de los próximos meses estarán contaminadas por estos efectos y por el periodo de reconstrucción tras el paso del huracán.

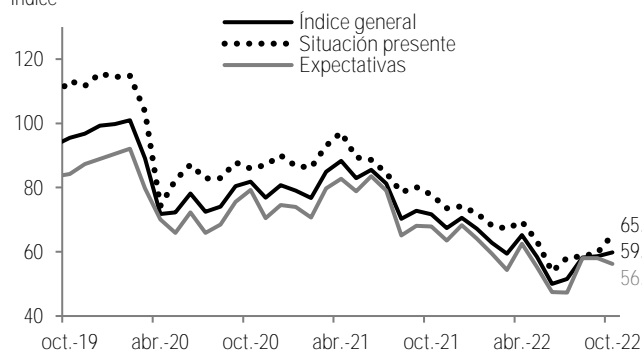


Fuente: Bloomberg y *OpenTable*

El sentimiento de los consumidores de la Universidad de Michigan mejoró en octubre. El índice total subió en el décimo mes del año, ubicándose en 59.8pts desde los 58.6pts que se observaron el mes previo. El dato también resultó por arriba de lo estimado por el consenso (59.0pts). A su interior, el subíndice de condiciones presentes subió, ubicándose en 65.3pts desde los 59.7pts de septiembre, mientras que el subíndice de las expectativas bajó desde los 58.0pts previos, siendo su primera moderación desde julio 2022 (ver gráfica abajo a la izquierda).

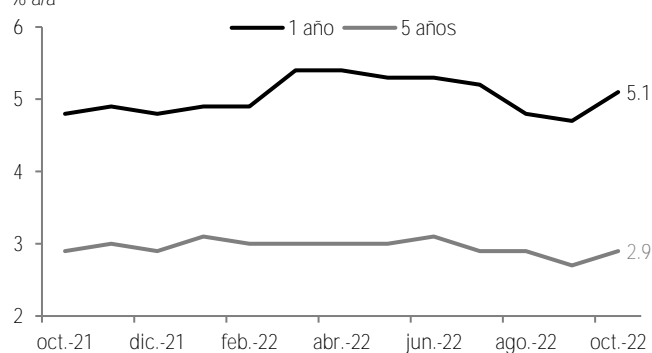
Mayores preocupaciones por la elevada inflación muestran que las presiones inflacionarias no ceden. Luego de que el [reporte de inflación de septiembre](#) mostrara tres meses consecutivos a la baja, pero la subyacente manteniéndose al alza —en su mayor nivel desde 1982—, las preocupaciones por mayores presiones inflacionarias han repuntado. Asimismo, la decisión de la OPEP+ de recortar la producción de crudo y el escalamiento del conflicto entre Rusia y Ucrania y la consecuente alza en los precios de la gasolina han elevado los temores. En este contexto, el reporte de la Universidad de Michigan mostró un repunte en las expectativas de inflación para el horizonte tanto de un año de 4.7% en la encuesta previa a 5.1%, como para los próximos 5 años de 2.7% a 2.9% (ver gráfica abajo a la derecha).

Sentimiento de los Consumidores de la Universidad de Michigan Índice



Fuente: Universidad de Michigan

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



Fuente: Banorte con datos de la Universidad de Michigan

Hacia adelante, esperamos que la moderación del consumo continúe en 3T22.

En nuestra opinión, el consumo continuará apoyado por el avance en el gasto de las familias en servicios, pero si esperamos una moderación, aunque menor a la que se temía. Hacia adelante, el agresivo ciclo de alza en tasas por parte del Fed y su impacto sobre el empleo, junto con los elevados niveles de inflación estarán atrás del menor dinamismo del consumo. Consideramos importante destacar que las cifras de los próximos meses estarán muy probablemente afectadas por los efectos del huracán Ian. Recordemos que en catástrofes similares que se han sufrido previamente, primero se ha visto un periodo de desaceleración que más tarde es compensado por un periodo de reconstrucción. Tras el paso de huracán varias estructuras de comercios, centros comerciales, restaurantes y hoteles, entre otros, quedaron destruidos. Además, creemos que el alza en los precios del combustible volverá a afectar la confianza de los consumidores, por lo que estaremos atentos al esperado anuncio de Biden la próxima semana sobre medidas para reducir el costo del hidrocarburo.

Certificación de los Analistas.

Nosotros, Alejandro Padilla Santana, Juan Carlos Alderete Macal, Alejandro Cervantes Llamas, Manuel Jiménez Zaldívar, Marissa Garza Ostos, Katia Celina Goya Ostos, Francisco José Flores Serrano, José Luis García Casales, Víctor Hugo Cortes Castro, José Itzamna Espitia Hernández, Carlos Hernández García, Leslie Thalía Orozco Vélez, Hugo Armando Gómez Solís, Yazmín Selene Pérez Enríquez, Cintia Gisela Nava Roa, Miguel Alejandro Calvo Domínguez, Daniela Olea Suárez, José De Jesús Ramírez Martínez, Gerardo Daniel Valle Trujillo, Luis Leopoldo López Salinas, Isaiás Rodríguez Sobrino, Paola Soto Leal, Daniel Sebastián Sosa Aguilar y Salvador Austria Valencia 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 Financiero

Alejandro Padilla Santana	Director General Adjunto de Análisis Económico y Financiero	alejandro.padilla@banorte.com	(55) 1103 - 4043
Raquel Vázquez Godínez	Asistente DGA AEyF	raquel.vazquez@banorte.com	(55) 1670 - 2967
Itzel Martínez Rojas	Gerente	itzel.martinez.rojas@banorte.com	(55) 1670 - 2251
Lourdes Calvo Fernández	Analista (Edición)	lourdes.calvo@banorte.com	(55) 1103 - 4000 x 2611
María Fernanda Vargas Santoyo	Analista	maria.vargas.santoyo@banorte.com	(55) 1103 - 4000

Análisis Económico

Juan Carlos Alderete Macal, CFA	Director Ejecutivo de Análisis Económico y Estrategia Financiera de Mercados	juan.alderete.macal@banorte.com	(55) 1103 - 4046
Francisco José Flores Serrano	Director Economía Nacional	francisco.flores.serrano@banorte.com	(55) 1670 - 2957
Katia Celina Goya Ostos	Director Economía Internacional	katia.goya@banorte.com	(55) 1670 - 1821
Yazmin Selene Pérez Enríquez	Subdirector Economía Nacional	yazmin.perez.enriquez@banorte.com	(55) 5268 - 1694
Cintia Gisela Nava Roa	Subdirector Economía Nacional	cintia.nava.roa@banorte.com	(55) 1103 - 4000
Luis Leopoldo López Salinas	Gerente 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

Leslie Thalía Orozco Vélez	Subdirector Estrategia de Renta Fija y Tipo de Cambio	leslie.orozco.velez@banorte.com	(55) 5268 - 1698
Isaías Rodríguez Sobrino	Gerente de Renta Fija, Tipo de Cambio y Commodities	isaias.rodriguez.sobrino@banorte.com	(55) 1670 - 2144

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
Carlos Hernández García	Subdirector Análisis Bursátil	carlos.hernandez.garcia@banorte.com	(55) 1670 - 2250
Víctor Hugo Cortes Castro	Subdirector Análisis Técnico	victorh.cortes@banorte.com	(55) 1670 - 1800
Paola Soto Leal	Analista Sectorial Análisis Bursátil	paola.soto.leal@banorte.com	(55) 1103 - 4000 x 1746

Análisis Deuda Corporativa

Hugo Armando Gómez Solís	Subdirector Deuda Corporativa	hugoa.gomez@banorte.com	(55) 1670 - 2247
Gerardo Daniel Valle Trujillo	Gerente Deuda Corporativa	gerardo.valle.trujillo@banorte.com	(55) 1670 - 2248

Análisis Cuantitativo

Alejandro Cervantes Llamas	Director Ejecutivo de Análisis Cuantitativo	alejandro.cervantes@banorte.com	(55) 1670 - 2972
José Luis García Casales	Director Análisis Cuantitativo	jose.garcia.casales@banorte.com	(55) 8510 - 4608
Daniela Olea Suárez	Subdirector Análisis Cuantitativo	daniela.olea.suarez@banorte.com	(55) 1103 - 4000
Miguel Alejandro Calvo Domínguez	Subdirector Análisis Cuantitativo	miguel.calvo@banorte.com	(55) 1670 - 2220
José De Jesús Ramírez Martínez	Subdirector Análisis Cuantitativo	jose.ramirez.martinez@banorte.com	(55) 1103 - 4000
Daniel Sebastián Sosa Aguilar	Gerente Análisis Cuantitativo	daniel.sosa@banorte.com	(55) 1103 - 4000
Salvador Austria Valencia	Analista Análisis Cuantitativo	salvador.austria.valencia@banorte.com	(55) 1103 - 4000

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.cebaldos@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
Osvaldo Brondo Menchaca	Director General Adjunto Bancas Especializadas	osvaldo.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