

Ventas comerciales, modesta recuperación

21 de agosto de 2020

John Soldevilla

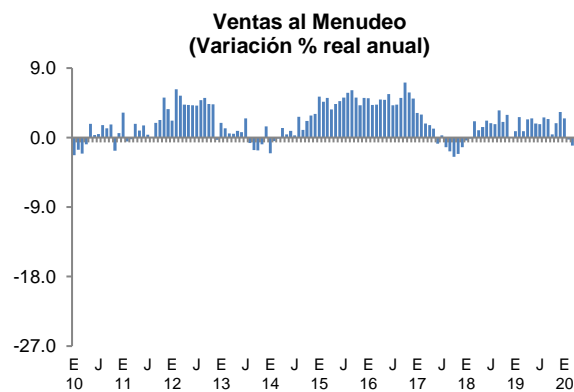
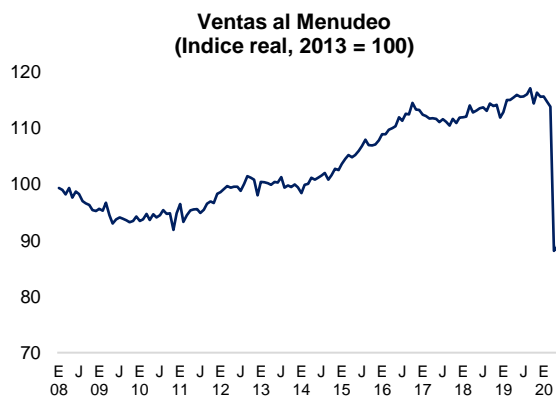
Economista

800.022.1000

contacto@engen.com.mx

- Tras el desplome de abril y mayo, el mercado interno ha iniciado recientemente cierta recuperación, esperándose que ésta sea moderada con el paso de los meses.
- Comparado con mayo, las ventas al menudeo repuntaron 7.8% mensual en junio, su mejor cifra histórica para un solo mes. Sin embargo, en términos anuales la caída aún es significativa.

Como está ocurriendo prácticamente con todos los indicadores relacionados con la actividad productiva o económica del país, las ventas comerciales también están cambiando de dirección y reportaron en junio un mejor desempeño que el previsto. Esta mejoría se está dando después que las ventas habían descendido hasta sus niveles más bajos en más de una década. Lo importante es que ya se ve un avance.



Tras el desplome de abril y mayo, las ventas al menudeo de junio ya observaron cierta mejoría, al crecer 7.8% vs mayo, una cifra que claramente refleja un “rebote” típico ante la magnitud de la caída de los meses previos. Sin embargo, lo positivo es que las ventas ya empiezan a recuperarse y que lo peor de la crisis ya pasó en abril y mayo. La recuperación del mercado interno, en este caso de las ventas, debe ser moderada, toda vez que el mercado laboral ha sido muy afectado por esta recesión.

En una vista complementaria, las ventas al menudeo retrocedieron 17.2% anual en junio, una moderación comparada contra las caídas de más de 23% de abril y mayo, lo que significa cierto avance en términos relativos. Lo anterior confirma que la recuperación de este segmento ha iniciado y que será gradual, pero que demandará mucho tiempo -posiblemente tres años- antes de que supere por completo los efectos de esta recesión.

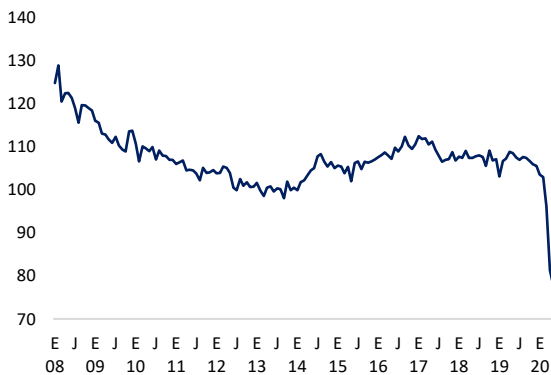
En esta coyuntura, hay segmentos del comercio al menudeo que han logrado sortear la crisis, como los artículos para el cuidado de la salud, las tiendas de autoservicio, además del extraordinario repunte de las ventas por internet, catálogos, por televisión, entre otros.

Inclusive, al interior del comercio minorista ya se visualizan avances significativos en algunos segmentos, condición que se está dando por la reapertura de la economía iniciada desde junio. Es el caso, por ejemplo, de la venta de muebles para el hogar, en las ferreterías y tlalalerías, entre otras.

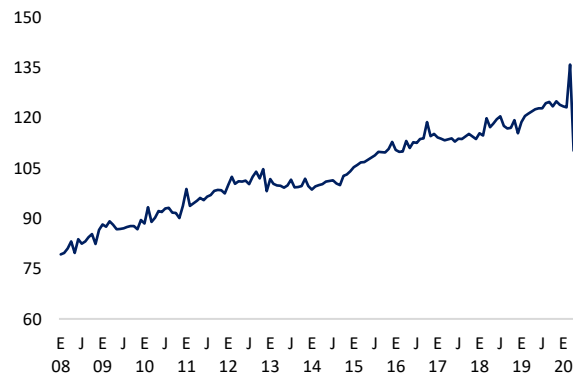
En cambio, las ventas de textiles, ropa y calzado parece que tardarán más tiempo para mostrar señales claras de recuperación, ya que en junio su caída aún fue significativa.

Sólo en la medida que la economía empiece a crecer y se vayan generando empleos, el comercio minorista empezaría a recuperarse más claramente. Por ello, las industrias orientadas hacia el mercado interno estarán a la expectativa de la trayectoria futura del empleo y de la dinámica de las ventas domésticas.

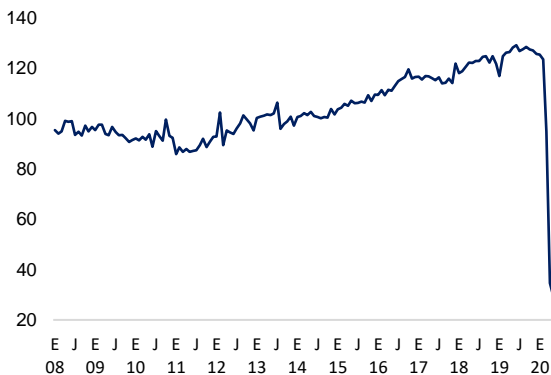
Ventas al Menudeo: Abarrotes, Alimentos-Bebidas
(Índice real, 2013 = 100)



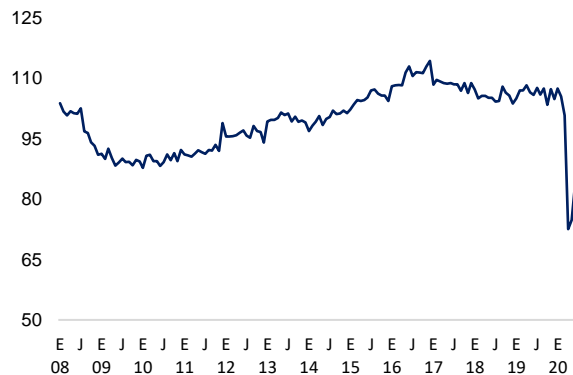
Vts Menudeo: Tiendas de Autoservicio-Depart.
(Índice real, 2013 = 100)



Vts. Menudeo: Textiles, Ropa y Cuero
(Índice real, 2013 = 100)



Vts. Menudeo: Automotriz, Combustibles
(Índice real, 2013 = 100)



INGRESO POR COMERCIO AL POR MENOR (variación % anual)			Enero-Junio		Año 2020			
	2018	2019	2019	2020	Mar	Abr	May	Jun
TOTAL	1.5	1.9	1.8	-10.6	-1.1	-23.7	-23.4	-17.2
Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco	-1.5	-0.7	-0.8	-14.6	-10.3	-25.2	-28.1	-20.2
Abarrotes y alimentos	-2.4	-0.7	-0.8	-12.3	-9.1	-20.7	-22.7	-18.2
Bebidas, hielo y tabaco	4.8	-0.6	-0.7	-31.1	-18.8	-57.4	-64.9	-33.9
Tiendas de autoservicio y departamentales	3.3	4.3	3.2	-1.4	12.1	-9.6	-11.3	-5.3
Tiendas de autoservicio	3.2	3.6	2.5	5.3	17.2	3.3	1.2	3.5
Tiendas departamentales	3.2	7.0	6.4	-27.8	-11.5	-65.9	-55.3	-39.5
Textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado	5.2	3.3	3.7	-39.1	-24.9	-72.6	-76.8	-61.5
Productos textiles, excepto ropa	4.8	-4.5	-4.5	-29.2	-11.8	-55.9	-59.4	-47.8
Ropa, bisutería y accesorios de vestir	4.9	3.2	4.4	-40.3	-29.8	-72.6	-78.0	-64.8
Calzado	6.1	6.4	5.2	-39.8	-17.6	-78.6	-80.5	-58.3
Artículos para el cuidado de la salud	3.6	2.5	3.7	2.1	6.3	0.0	2.4	1.1
Art. de papelería, p' esparcimiento y otros art. personales	0.8	-0.2	-0.3	-34.7	-22.1	-61.7	-62.9	-51.3
Artículos de perfumería y joyería	2.1	9.4	9.6	-42.6	-31.7	-74.3	-69.4	-51.4
Artículos para el esparcimiento	-0.5	-1.9	-1.4	-39.7	-21.4	-77.0	-75.2	-64.6
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	0.1	-5.0	-6.4	-28.1	-15.2	-42.2	-55.9	-47.7
Mascotas, regalos, art. religiosos, desechables y otros	2.2	-1.3	-1.2	-27.2	-15.9	-51.9	-49.8	-42.9
Enseres domésticos, comput., art. p' decor de interiores	11.6	0.8	3.2	-15.3	-10.5	-32.2	-30.9	-21.2
Muebles para el hogar y otros enseres domésticos	9.1	5.1	6.8	-11.2	-5.3	-35.7	-25.2	-7.6
Mobiliario, eq. de cómputo, teléfonos-otros ap. de comunic.	14.4	-4.1	0.9	-17.7	-14.7	-21.8	-31.4	-31.6
Artículos para la decoración de interiores	11.0	2.9	-3.1	-24.4	-17.5	-57.1	-55.0	-41.8
Artículos usados	6.9	3.7	2.7	-26.3	-21.6	-52.9	-42.1	-32.3
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	3.0	-2.0	-3.1	-5.9	1.4	-15.3	-15.6	-4.2
Vehículos de motor, refacciones, combustibles-lubricantes	-2.7	0.8	0.9	-14.9	-5.8	-33.0	-29.8	-21.1
Automóviles y camionetas	-2.1	-5.7	-6.6	-26.4	-16.9	-57.2	-46.3	-31.8
Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	1.9	5.2	6.8	-14.4	-10.1	-31.9	-25.4	-12.6
Motocicletas y otros vehículos de motor	3.6	9.8	9.7	-12.2	-10.4	-36.9	-31.6	-7.9
Combustibles, aceites y grasas lubricantes	-4.2	4.3	4.9	-7.5	3.1	-15.8	-21.4	-16.0
Exclusivo por Internet, catálogos, televisión y similares	52.5	36.7	38.4	46.4	44.9	50.8	59.9	66.5

Fuente: La información contenida en este reporte proviene del INEGI

Aviso legal: La información y opiniones del presente documento han sido preparadas por Engen Capital para fines informativos y de mercadotecnia, y no deberán ser considerados como una recomendación o asesoría de inversión fiscal, contable o de cualquier tipo.