



Con tendencia al alza las ventas de la ANTAD

1. Introducción

La **Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)** es una organización de servicio que representa los intereses de sus asociados promoviendo el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social.

En el presente boletín se presenta la información de las ventas dada a conocer por la ANTAD para el mes de agosto del presente año, ello debido a que es un indicador de la tendencia del consumo privado; además, se expone aquellas variables que influyeron su evolución, su impacto en las finanzas públicas; y, finalmente, algunas consideraciones finales.

2. Ventas Totales

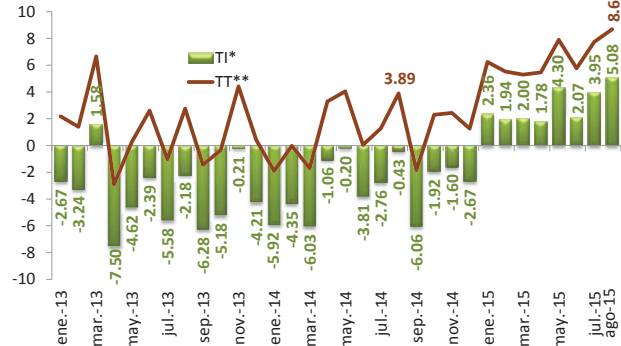
La Asociación informó que, durante agosto de 2015, las **ventas en tiendas iguales (TI)**,¹ crecieron 7.8 por ciento en términos nominales; excluyendo la inflación del mes que se analiza (2.59%), las ventas tuvieron un **incremento real anual de 5.08 por ciento**, su octava alza consecutiva y cifra que contrasta con la reducción que registró un año atrás (-0.43%).

En lo referente a las **tiendas totales (TT)**,² el aumento nominal reportado fue de 11.5 por ciento, lo que implicó una **expansión real anual de 8.69 por ciento**, dato mayor al 3.89 por ciento que exhibió un año atrás y su onceava elevación consecutiva.

¹ Son las ventas de las tiendas que tienen más de un año de operación, excluyendo las ventas de las nuevas tiendas (aquellas que tienen menos de un año operando) y por lo tanto son comparables contra periodos anteriores.

² Se refiere a todas las tiendas, incluyendo las aperturas de los últimos trece meses.

ANTAD: Ventas Totales, 2013-2015/agosto
(variación porcentual real anual)



*/ Ventas a tiendas iguales (TI)
**/ Ventas a tiendas totales (TT)
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del ANTAD e INEGI.

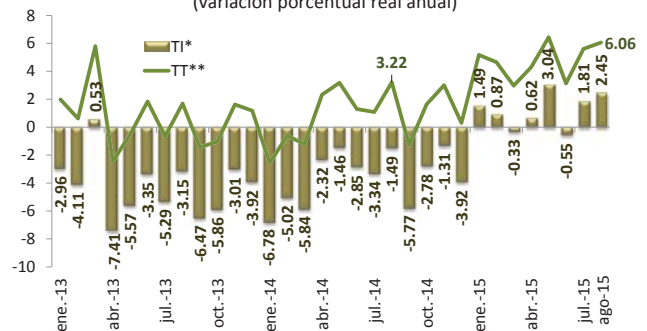
3. Ventas por Tipo de Tienda

Supermercado (abarrotes y perecederos)

El crecimiento nominal anual de las **ventas en el sector de supermercados en tiendas iguales** fue de 5.1 por ciento; mientras que **en términos reales su variación fue de 2.45 por ciento**, cuando un año atrás había caído 1.49 por ciento.

Las ventas en **tiendas totales** observaron un aumento nominal de 8.8 por ciento; entretanto, su **ampliación real fue de 6.06 por ciento**, cuando en agosto de 2014 había crecido 3.22 por ciento.

ANTAD: Ventas en Supermercados (Abarrotes y Perecederos)
2013-2015/agosto
(variación porcentual real anual)



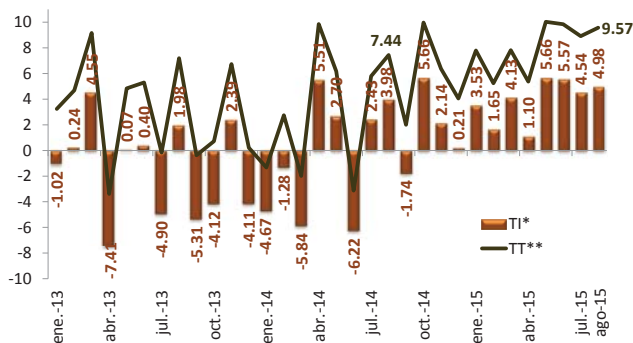
*/ Ventas a tiendas iguales (TI)
**/ Ventas a tiendas totales (TT)
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del ANTAD e INEGI.

Ropa y calzado

En cuanto al rubro de **ropa y calzado**, en TI las ventas se elevaron nominalmente 7.7 por ciento a tasa anual; a la vez que su **crecimiento real fue de 4.98 por ciento** cuando un año atrás habían aumentado 3.98 por ciento; lo que implicó su onceava alza consecutiva.

En lo que toca a **las TT**, su crecimiento nominal fue de 12.4 por ciento, lo que lo llevo a una **ampliación real de 9.57 por ciento**, mayor a la que registró en el octavo mes de 2014 (7.44%) y su catorceava elevación sucesiva.

ANTAD: Ventas en Ropa y Calzado, 2013-2015/agosto
(variación porcentual real anual)



*/ Ventas a tiendas iguales (TI)
**/ Ventas a tiendas totales (TT)

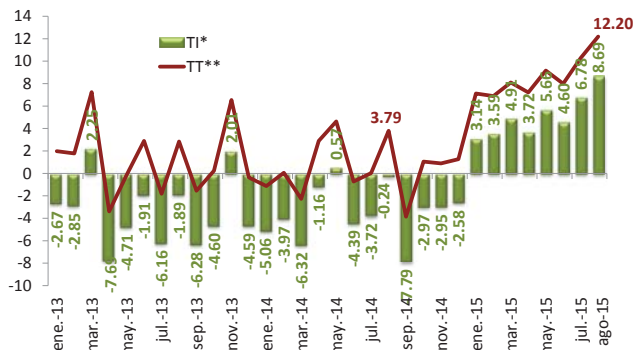
Fuente: Elaborado por el CAFP con datos del ANTAD e INEGI.

Mercancías en general

Las **ventas en las TI en el sector de mercancías generales** avanzaron nominalmente 11.5 por ciento; bajo términos reales, este **incremento fue de 8.69 por ciento** (-0.24% en agosto de 2014), lo que implicó su octava alza sucesiva.

En **las TT**, las ventas nominales se ampliaron 15.1 por ciento y **en términos reales se expandieron 12.20 por ciento** (3.79 por ciento un año atrás), registrando así su onceava alza sucesiva.

ANTAD: Ventas en Mercancías Generales, 2013-2015/agosto
(variación porcentual real anual)



*/ Ventas a tiendas iguales (TI)
**/ Ventas a tiendas totales (TT)

Fuente: Elaborado por el CAFP con datos del ANTAD e INEGI.

4. Ventas Acumuladas enero-agosto de 2015

Las **ventas en las TI en los primeros ocho meses del presente año** tuvieron un crecimiento nominal de 5.94 por ciento (un año atrás habían subido 0.74%), lo que implicó un **aumento real anual de 2.93 por ciento**, cantidad que contrasta con la disminución que registró en el mismo periodo de 2014 (-3.07%).

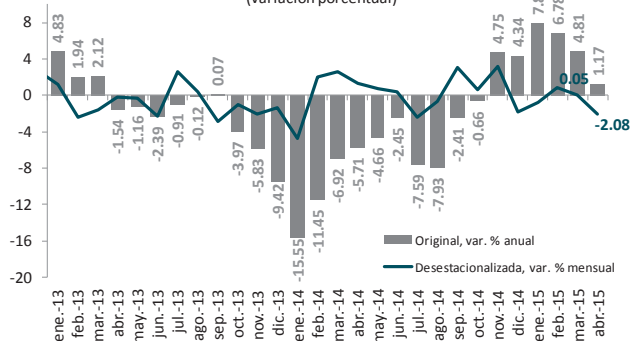
En **las TT**, el incremento nominal fue de 9.69 por ciento (5.09% en enero-agosto de 2014), lo que lo llevó a una **ampliación real anual de 6.58 por ciento** (1.11% en el mismo lapso de 2014).

La ANTAD informó que **la venta acumuladas durante los primeros ocho meses de 2015 alcanzó un monto de 834.4 mil millones de pesos** (en el mismo lapso de 2014 se reportó una cantidad de 748.0 mil millones de pesos), esto representó un crecimiento nominal de 11.55 por ciento, aunque **en términos reales dicha ampliación fue de 8.39 por ciento**, mientras que un año atrás había aumentado 0.66 por ciento.

5. Indicadores que Incidieron sobre las Ventas

- Durante los primeros ocho meses de 2015, la **confianza del consumidor mejoró al elevarse 3.53 por ciento** después de que en el mismo periodo de 2014 había disminuido 7.84 por ciento. Lo anterior se debió a que cuatro de sus cinco componentes tuvieron resultados positivos, de los cuales destaca que el indicador que evalúa las **posibilidades en el momento actual por parte de los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para efectuar compras de bienes durables, tales como muebles, televisor, lavadora y otros aparatos electrodomésticos, registró un aumento anual de 15.24 por ciento** cuando un año atrás había disminuido 10.14 por ciento; lo que podría incidir en la evolución de las ventas internas de la economía nacional.
- **Continúan generándose empleos formales:** en agosto de 2015, el nivel de asegurados permanentes y eventuales urbanos al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) tuvo un **incremento de 4.40 por ciento**, superior al que registró en el mismo mes de 2014 (3.62%).
- Otro factor es el **salario diario real asociado a cotizantes en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)**, el cual ha mostrado trece meses de avances positivos; así, en agosto de 2015 registró un **incremento de 1.61**

Índice de Confianza del Consumidor, Serie Original y Desestacionalizada¹
2013 - 2015/abril
 (variación porcentual)



1/ Debido al método de estimación, al incorporarse NUEVA información la serie se puede modificar.
 Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

por ciento (0.64% un año atrás). Lo que ha implicado recuperación de su poder de compra y posiblemente un mayor consumo.

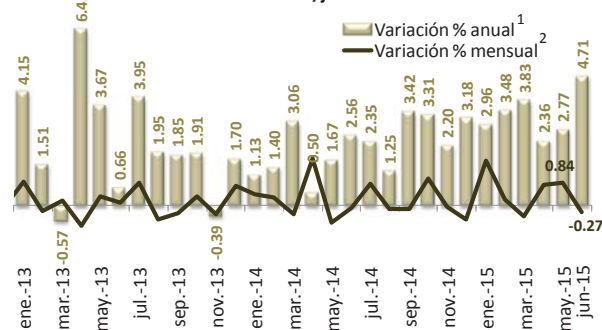
- Además, el **salario mínimo general promedio real tuvo una ampliación de 1.42 por ciento** en el octavo mes del presente año, cifra que contrasta con el decremento que registró en el mismo mes de 2014 (-0.24%), lo que fue su séptima alza después de seis bajas consecutivas.
- En contraste, el **crédito de la banca comercial al consumo continúa creciendo, aunque casi al mismo ritmo**; mientras que en julio de 2014 el crédito tuvo un aumento anual de 3.42 por ciento, para el mismo mes de 2015 su incremento fue de 3.45 por ciento; en particular, resalta el hecho de que el crédito en bienes de consumo duradero pasó de una contracción de 2.13 por ciento a un alza de 7.63 por ciento en el mismo periodo.
- Las **remesas familiares** continúan avanzando con una mayor dinámica; en julio de 2015 registraron un **incremento de 11.69 por ciento** cuando un año atrás habían crecido 5.71 por ciento.

Bajo este contexto, el **consumo privado en el mercado interior** mantiene su tendencia y presentó 19 meses de incrementos consecutivos. El gasto total realizado por los hogares del país en bienes y servicios de consumo se mantuvo en terreno positivo al pasar de un aumento de 2.56% en junio de 2014 a un **crecimiento de 4.71% en el mismo mes de 2015**. Lo que se debió al repunte del consumo de bienes importados que, en el sexto mes de 2015, tuvo una ampliación de 15.54 por ciento (8.14% un año atrás), la mayor demanda de servicios locales dado que aumentó 3.67 por ciento (2.43% en junio de 2014) y por

el adicional gasto de bienes nacionales que creció 3.57% (1.62% antes).

No obstante, bajo **cifras ajustadas por estacionalidad, el consumo en el mercado interior se deterioró al registrar un reducción de 0.27 por ciento en junio de 2015** ya que un mes atrás se había elevado 0.84 por ciento. Lo anterior se debió al comportamiento diferenciado de sus componentes.

Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior
2013-2015/junio



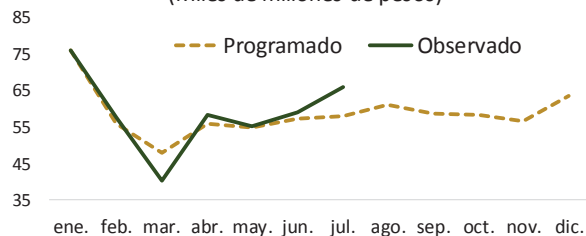
1/ Cifras preliminares a partir de enero de 2012. Año base 2008=100.
 2/ Debido al método de estimación al incorporarse nueva información la serie se puede modificar.
 Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

6. Ventas y Finanzas Públicas

En lo que toca a las finanzas públicas, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) informó que la recaudación por concepto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) -contribución que grava el consumo de bienes y servicios- de enero a julio ascendió a 412 mil 228 millones de pesos (mdp) situándose por arriba de lo estimado en 6 mil 246 mdp (1.5% por arriba de la meta). Respecto al mismo periodo de 2014, la captación de IVA creció 3.3 por ciento.

Recaudación de IVA, ene-dic 2015

(Miles de millones de pesos)

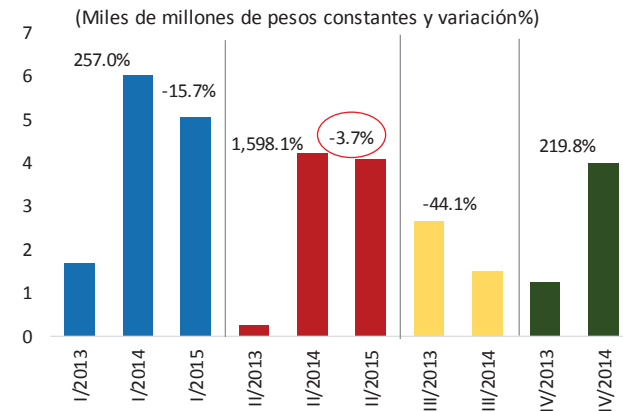


Fuente: elaborado por el CEFP con datos de la SHCP.

Al clasificar la recaudación de IVA por sector de actividad económica se observa que el rubro de comercio al por menor, el cual se asocia al comportamiento de las ventas registradas por las empresas que agrupa la ANTAD, en el primer trimestre de 2015 registró una caída de 15.7 por ciento real respecto al mismo periodo de un año atrás,

mientras que para el segundo trimestre la brecha se redujo al observar una caída de 3.7 por ciento real en comparación con el segundo trimestre de 2014, situación asociada al favorable desempeño de las ventas totales de la ANTAD, por lo que podría esperarse que hacia el tercer trimestre se refleje una mayor captación de IVA.

Recaudación de IVA trimestral de comercio al por menor



Fuente: elaborado por el CEFP con datos de la SHCP.

Es de esperar cierto debilitamiento en las ventas debido a que, en julio de 2015, el índice de confianza del consumidor, como componente complementario del sistema de indicadores cíclicos, presentó siete meses de reducciones consecutivas y tres disminuyendo por abajo de su tendencia de largo plazo al registrar, en dicho mes, un valor de 99.83 puntos y bajar 0.07 puntos; así, dicha dinámica podría incidir en el nivel de ventas de la economía nacional.

Fuentes de información:

¹ Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), ANTAD: Ventas agosto 2015, Comunicado de Prensa abril 2015, 1 p. Disponible en Internet: <http://www.antad.net/documentos/Comprensa/2015/AGOSTO2015.pdf> [Consulta: 9 de septiembre de 2015].

² Banco de México, <http://www.banxico.org.mx/estadisticas/index.html>. <http://www.shcp.gob.mx/Paginas/default.aspx>.

³ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), <http://www.inegi.org.mx/>.

⁴ Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), <http://www.shcp.gob.mx/Paginas/default.aspx>.

⁵ Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Estadísticas del Sector, http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/web/menu_infsector.html.

7. Consideraciones Finales

Las ventas totales de la ANTAD continúan repuntando y han presentado ocho meses de incrementos consecutivos. Además, por tipo de tienda, tuvieron resultados positivos, lo que implicó una mayor fortaleza.

La dinámica positiva de las ventas de la ANTAD se podría explicar, en parte, porque continúa aumentando el empleo formal; el salario real presentó incrementos positivos derivado de una menor inflación; el crédito al consumo y las remesas familiares avanzan, aunque a ritmos diferenciados, en tanto que la confianza del consumidor se fortalece. Lo anterior se ve reflejado en el ritmo que guarda el mercado interior, el cual presentó 19 meses de incrementos consecutivos.



Para mayor información consulte la página

www.cefp.gob.mx