



Termómetro Económico

Publicación especializada

JUEVES
10 de septiembre del 2020

EDITOR:
Eduardo Huerta

COEDITOR:
Diego Ayala

COEDITOR GRÁFICO:
Christian Mota

termometro.economico@eleconomista.mx
eleconomista.mx



Síguenos en:

@termoee
@termoee



Alerta del día



» Hoy en México se presentará información sobre las negociaciones salariales de agosto y también la cifras de las ventas mismas tiendas de la ANTAD. Al tiempo que en Estados Unidos habrá datos sobre las solicitudes de seguro por desempleo al 5 de septiembre y los precios al productor.

La Comer, única excepción

Autoservicios, resistentes a Covid, débiles en Bolsa

Débiles

Pese a reportar alzas en ventas, el apetito por estas acciones es bajo, salvo por La Comer.

Acciones de empresas de autoservicio | VAR. % EN 2020 EN LA BMW



FUENTE: ECONOMÁTICA GRÁFICO EE

• Los minoristas de la Bolsa mexicana se han beneficiado por un incremento del consumo básico como consecuencia de la pandemia por el Covid-19

• Para los estrategas de Banorte, Chedraui podría tener potencial porque el 40% de sus ingresos provienen de sus tiendas en EU, esto es, en dólares

Judith Santiago y Claudia Tejeda
termometro.economico@eleconomista.mx

En medio de la crisis sanitaria y económica provocada por el Covid-19, las ventas del sector de autoservicios de la Bolsa Mexicana de Valores han sido resilientes, sin embargo, el precio de las acciones de estas empresas muestra contrastes en el mercado.

En el segundo trimestre del año las ventas netas acumuladas de Soriana, Chedraui, Walmex y La Comer sumaron 252,136.75 millones de pesos, un alza anual de 9.42%, sin embargo, las acciones de Soriana caen 39.86%, las de Chedraui pierden 10.10% y las de Walmex caen 5.74% en el año, siendo La Comer la excepción con un fuerte repunte de 41.13%, según datos de Economática.

“La mayoría de las empresas del sector minoristas se han visto beneficiadas por un incremento del consumo básico como consecuencia de la pandemia por el Covid-19, a pesar de esta situación el precio de las acciones listadas de este sector no ha repuntado debido principalmente a la falta de apetito por parte de los inversionistas respecto al mercado local; es decir, a pesar de buenos resultados, el pesimismo local contagia a las empresas del sector”, explicó en entrevista Jacobo Rodríguez, director de análisis financiero de Black Wallstreet Capital.

El especialista dijo que La Comer muestra este desempeño debido a que es la que tiene el mejor perfil financiero, sin deuda y alta generación de efectivo, además que está enfocada en un segmento menos cíclico.

Defensivo

“El sector presenta un perfil defensivo por lo que una cartera de inversión bien diversificada debería mantener emisoras minoristas”, agregó Rodríguez.

No obstante, el buen rendimiento de



Walmart de México es una de las emisoras que no ha repuntado. FOTO: REUTERS

La Comer en Bolsa estaría comenzando a presionar los múltiplos de la compañía. “A pesar de que la buena perspectiva de crecimiento de La Comer continúa, consideramos que ésta ya ha sido prácticamente descontada en la valuación”, dijeron en una nota para inversionistas.

Las acciones de La Comer cotizan a un múltiplo Precio Utilidad de 26.25 veces, ligeramente superior a su promedio histórico de cinco años 25.74 veces, esto implica que sus títulos están un poco “más caros” que antes, o que ahora se necesitaría más tiempo para recuperar la inversión, si con sus utilidades se compraran todas las acciones que tiene en el mercado.

“Estamos esperando una recuperación en autoservicios de la mano con la recuperación económica y con el incremento en la confianza del consumidor, sin embargo no va a hacer suficiente para ver los mismos niveles que traían el año pasado”, según un reporte de Moody’s para México.

Beneficiadas por la nueva normalidad y comercio en línea

En esta ‘nueva normalidad’, la com-

pra de alimentos para consumo en casa seguirá siendo el principal enfoque de las familias, por lo que las minoristas seguirán beneficiándose de su exposición hacia el consumo de productos esenciales y podría ser un atributo defensivo el aumento en la demanda vía el comercio electrónico.

En el caso de Walmart de México y Centroamérica, que tiene una participación de mercado del 68%, la incursión en el comercio electrónico y su lanzamiento como operador móvil virtual será un catalizador de crecimiento en el corto y largo plazo.

“Walmex cuenta con una sólida estructura financiera, libre de deuda, márgenes de clase mundial y una sólida generación de flujo de efectivo libre. Lo anterior, sumado a una elevada liquidez en la acción son factores positivos para invertir en un entorno de alta incertidumbre como el actual”, escribió Banorte en un análisis.

Se suma su estrategia comercial de “precios bajos todos los días”, que según analistas de Banorte es “especialmente efectiva en entornos de debilidad

económica”, por lo que creemos que la emisora es la que mantendrá un desempeño superior respecto de la industria.

“Adicionalmente, a pesar de las presiones en los márgenes por un mayor desarrollo de su estrategia omnicanal, ha mejorado de manera continua sus niveles de rentabilidad. Mientras que la acción presenta un bajo perfil de riesgo”, expusieron analistas de InveX.

Para los estrategas de Banorte, Grupo Comercial Chedraui tiene una de las valuaciones más atractivas dentro del sector comercial en México, con un descuento de 18% frente la mediana del sector.

Chedraui es la tercera cadena de autoservicios más grande de México y lidera el nicho del mercado hispano en el sur de Estados Unidos, pero su fortaleza se basa en sus ingresos que más del 40% está dólares.

Por lo que en este entorno se ve favorecido por el efecto de conversión en el tipo de cambio.

“Los resultados de El Súper finalmente han comenzado a mejorar, mientras que aún quedan sinergias por capturar en el frente comercial una vez que concluya el acuerdo de distribución con ACON Investments”, añade.

La Comer se distingue por ser el operador de tiendas de autoservicio enfocado en atender los segmentos medio, medio-alto y alto de la población; donde el consumidor es menos sensible al ciclo económico y también puede verse favorecida por un mayor dinamismo de consumo por el canal electrónico, en el que ha registrado “agresivos crecimientos”, consideran analistas.

“Esperamos que la rentabilidad se incremente como resultado del desarrollo hacia el segmento alto y un consecuente cambio en la mezcla de ventas, a lo que habría que sumar un mayor apalancamiento operativo y mejores condiciones comerciales, como resultado de la nueva dimensión de la compañía”, explican analistas de Banorte.