

CONSUMO

Sector 5

1. INTRODUCCIÓN

El comercio mundial de alimentos está preparado para ser resiliente este año, aun cuando los precios internacionales de los productos alimenticios se mantengan elevados ante las incertidumbres sobre la oferta y la demanda, de acuerdo con un informe de las Naciones Unidas publicado en junio.

Además, contrariamente a las previsiones generalizadas de colapso de los mercados internacionales de alimentos, los flujos comerciales siguieron alcanzando cifras récord durante la actual pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), según un informe publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). De hecho, a nivel mundial, el comercio de productos agrícolas -en particular de los alimentos menos perecederos- se desempeñó con mayor solidez que el de los sectores comerciales más generales.

Ello también ha contribuido a impulsar el pronóstico provisional de la FAO sobre el costo mundial de las importaciones de alimentos en 2021 hasta los 1,72 billones de USD, lo que supone un incremento del 12 % respecto de la cifra récord anterior de 1,53 billones de USD en 2020. Sin embargo, el aumento de los precios hace temer que es posible que los mayores desembolsos sigan enmascarando un deterioro de tipo cuantitativo y cualitativo de las tendencias alimentarias en los países vulnerables.

En "Perspectivas alimentarias", que se publica dos veces al año, se ofrece una evaluación detallada de las tendencias de la oferta y la demanda en los mercados de los principales productos alimenticios del mundo, como los cereales, los aceites vegetales, el azúcar, la carne y los productos lácteos, y el pescado. También se examinan las tendencias de los mercados a término y los costos de transporte de los productos básicos alimenticios.

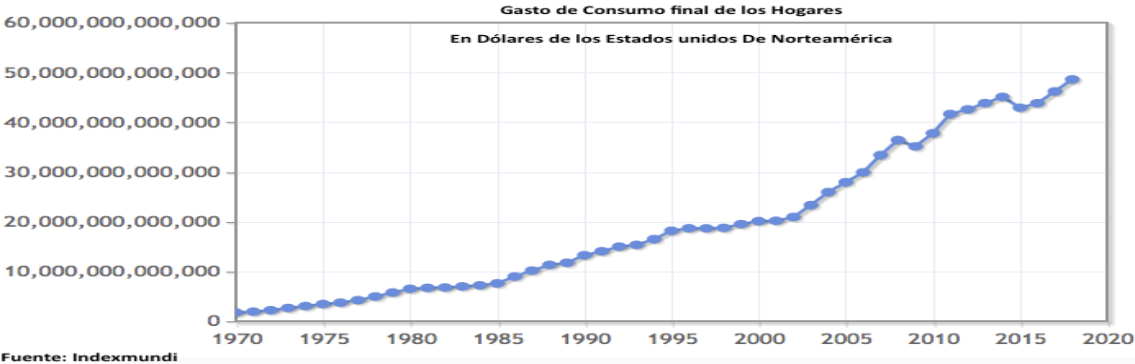
Entre sus conclusiones, medidas según los índices de precios del consumo mundial de alimentos de la FAO, cabe destacar que, en mayo de 2021, el precio medio al consumidor de las proteínas a nivel mundial superaba en un 23 % el nivel registrado en mayo de 2020. Por su parte, los precios de las calorías subieron un 34 % interanual y alcanzaron el nivel más elevado desde febrero de 2013. La diferencia obedece a un mayor aumento de los precios del trigo, los cereales secundarios y los aceites vegetales en comparación con los de las carnes, los productos lácteos y el pescado.

De acuerdo con informes de Deloitte, la desesperación de 2020 está dando paso a la esperanza. Los casos de virus nuevos han disminuido en un 95% desde el pico del 8 de enero, mientras que las vacunas han aumentado. Las vacunas ahora están disponibles incluso para niños de 12 años o más. Es probable que para fines de este año, el país avance lentamente. más cerca de lo que era antes de la pandemia. Con él, el gasto de los consumidores y la economía en general probablemente se fortalecerán.

Los servicios están listos para un fuerte repunte a medida que las personas viajan más, asisten a eventos deportivos, salen de compras como lo hicieron en 2019 y regresan en tesoros a restaurantes y pubs. Sin embargo, se espera que el gasto en bienes duraderos sea moderado. Después de todo, hay un límite en la cantidad de equipos y muebles de gimnasio que se pueden comprar. Sin embargo, el futuro del gasto de los consumidores también dependerá de la naturaleza de la vida pospandémica. El trabajo remoto e híbrido (una combinación de trabajo presencial y remoto, por ejemplo) puede inducir cambios permanentes en la forma en que los estadounidenses trabajan, viven y gastan.

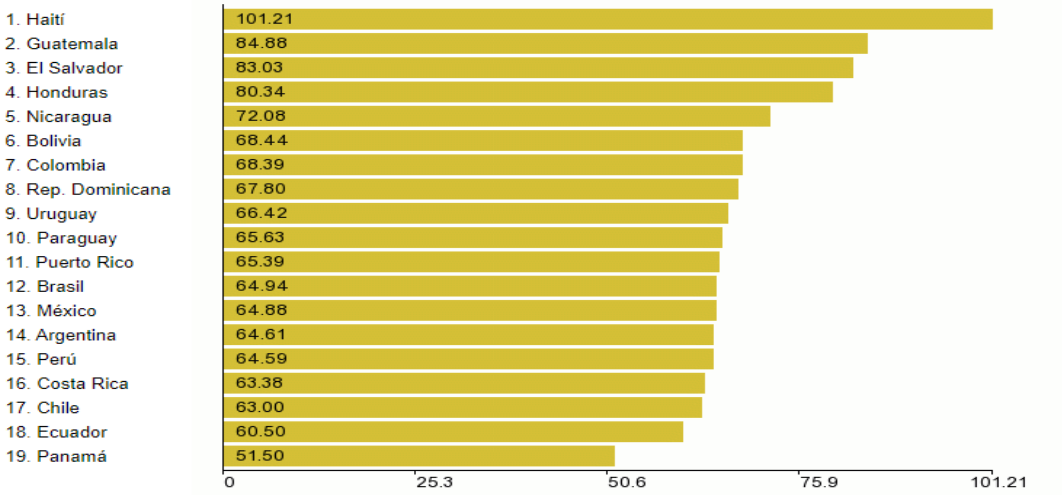
2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

El último valor para el gasto de consumo final de los hogares (US \$ a precios actuales) en el mundo fue de \$ 48,610,600,000,000 a partir de 2018. En los últimos 48 años, el valor de este indicador ha fluctuado entre \$ 48,610,000,000 en 2018 y \$ 1,739,550,000,000 en 1970.



El Consumo de los hogares como % del PIB en Latinoamérica para 2019 fue de 69.53%. El valor más alto fue en Haití: 100.15 por ciento y el valor más bajo fue en Cuba: 55.97%. El valor para Guatemala fue de 87.80%.

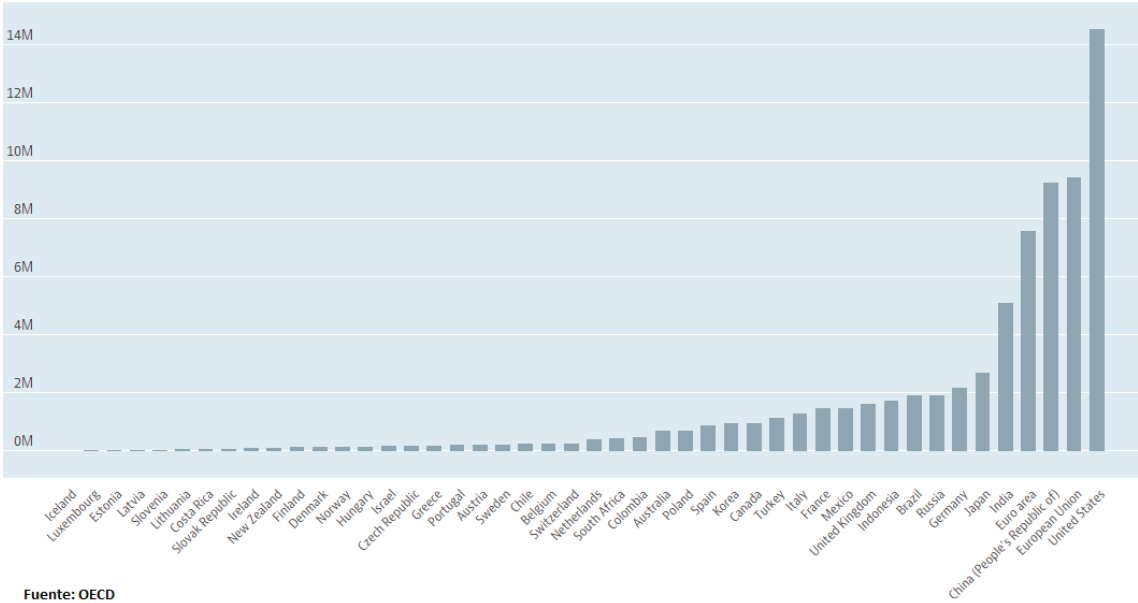
CONSUMO DE LOS HOGARES COMO PORCENTAJE DEL PIB 2019



Fuente: TheGlobalEconomy.com

El gasto de los hogares es la cantidad del gasto de consumo final realizado por los hogares residentes para satisfacer sus necesidades cotidianas, como alimentos, ropa, vivienda (alquiler), energía, transporte, bienes duraderos (especialmente automóviles), costos de salud, ocio y servicios varios. Normalmente representa alrededor del 60% del producto interno bruto (PIB) y, por lo tanto, es una variable esencial para el análisis económico de la demanda. El gasto de los hogares, incluidas las transferencias gubernamentales (denominado "consumo individual real" en las cuentas nacionales) es igual al gasto de consumo de los hogares más los gastos del gobierno general y las instituciones sin fines de lucro que atienden a los hogares (ISFLSH) que benefician directamente a los hogares, como la atención médica y educación. "Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles", una de las doce categorías distinguidas, consta de alquileres reales (para inquilinos) y alquileres imputados (para viviendas ocupadas por el propietario), mantenimiento de viviendas, así como costos de Agua, luz, gas. El gasto total de los hogares se mide en millones de dólares (en precios actuales y PPA), como porcentaje del PIB, y en tasas de crecimiento anual. El gasto de los hogares, incluidas las transferencias del gobierno, se mide como un porcentaje del PIB. El gasto en vivienda se presenta como un porcentaje del ingreso disponible del hogar. Todos los países de la OCDE compilan sus datos de acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales 2008 (SCN 2008).

Gasto del hogar Total, millones de dólares estadounidenses, 2020 o último disponible



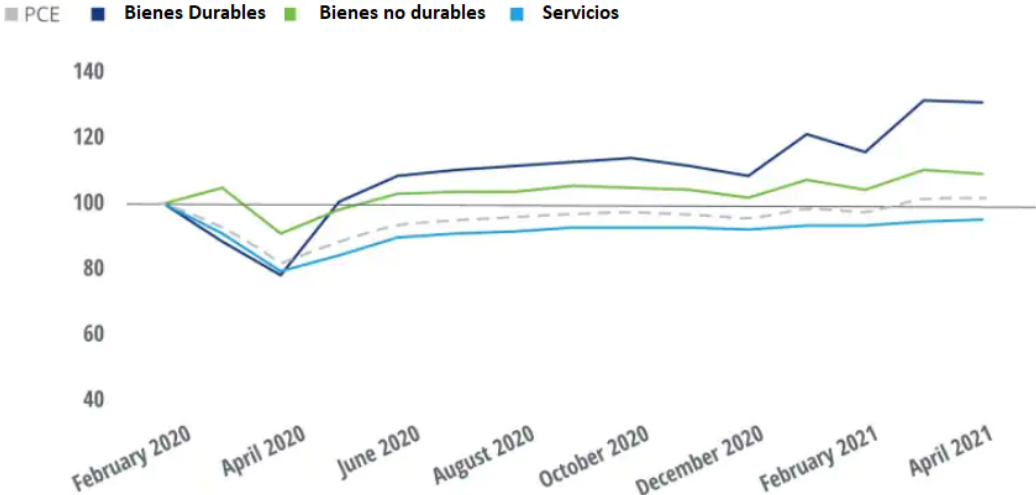
3. CONTEXTO INTERNACIONAL DEL SECTOR Y DEL MERCADO

El miedo al COVID-19, las medidas de distanciamiento social y los cierres directos aplicados localmente en varios momentos en 2020 dieron como resultado un cambio tangible en la cantidad y la naturaleza del gasto de los consumidores. El gasto de consumo personal real (PCE) 5 cayó en 2020 debido a que las opciones de gasto disminuyeron y el impacto económico de la pandemia recortó las billeteras de las personas. Los ahorros también aumentaron el año pasado, ya que incluso las personas empleadas redujeron el gasto en medio de la incertidumbre económica y relacionada con la salud.

Según Deloitte State of the Consumer Tracker, una encuesta global de consumidores, la preocupación por el bienestar personal y el de amigos y familiares fue mayor en abril de 2020 y en el último trimestre del año cuando los casos de nuevos virus aumentaron drásticamente. La tasa de ahorro personal cerró 2020 en 14.2%, casi el doble de lo que era en diciembre de 2019.

Con todos estos factores que pesan sobre los consumidores, el PCE se contrajo un 3.9% el año pasado en comparación con una expansión del 2,4% en 2019. El ritmo de caída fue el más duro en abril de 2020. Y es solo en marzo de este año que el gasto superó el nivel prepandémico de febrero de 2020. El gráfico 1 también revela que las compras de bienes se beneficiaron durante la pandemia, mientras que los servicios cayeron drásticamente. No es de extrañar, entonces, que, en 2020, la participación de los servicios en el PCE nominal disminuyó, mientras que la de los bienes duraderos y no duraderos aumentó en casi un punto porcentual cada uno.

El gasto del consumidor se vio muy afectado por la pandemia, aunque a los bienes les fue mejor que los servicios
 Índice de PCE real y componentes (febrero de 2020 = 100)



Note: The index is created from actual figures (seasonally adjusted annual rate) by rebasing February 2020 values to 100.
 Sources: United States Department of Commerce (sourced through Haver Analytics); Deloitte Services LP economic analysis.
 Deloitte Insights | deloitte.com/insights

La participación del gasto en bienes en PCE nominal aumentó en 2020 al gasto de servicios
 Acciones en PCE nominal

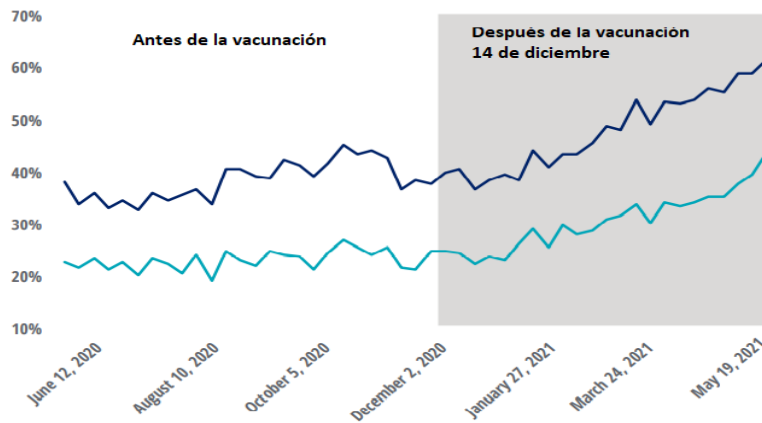


Sources: United States Department of Commerce (sourced through Haver Analytics); Deloitte Services LP economic analysis.
 Deloitte Insights | deloitte.com/insights

El miedo al virus y al distanciamiento social hizo que los consumidores evitaran lugares donde la posibilidad de amontonarse o compartir espacio con quienes no forman parte de sus familias es alta. La encuesta de Deloitte a los consumidores revela que entre abril y mayo de 2020, solo el 23% de los encuestados se sintieron seguros al tomar un vuelo, mientras que solo el 29% se sintieron seguros al hospedarse en un hotel. Y aunque las cifras aumentaron levemente durante el año, el aumento no fue mucho. La encuesta también revela que la mayoría de los consumidores desconfiaban de visitar lugares de servicios de alimentos y asistir a eventos en persona.

Durante la mayor parte de 2020, la mayoría de los consumidores evitaron los lugares de servicios de alimentos y eventos, antes de comenzar a regresar en la primera mitad de 2021

Proporción de encuestados

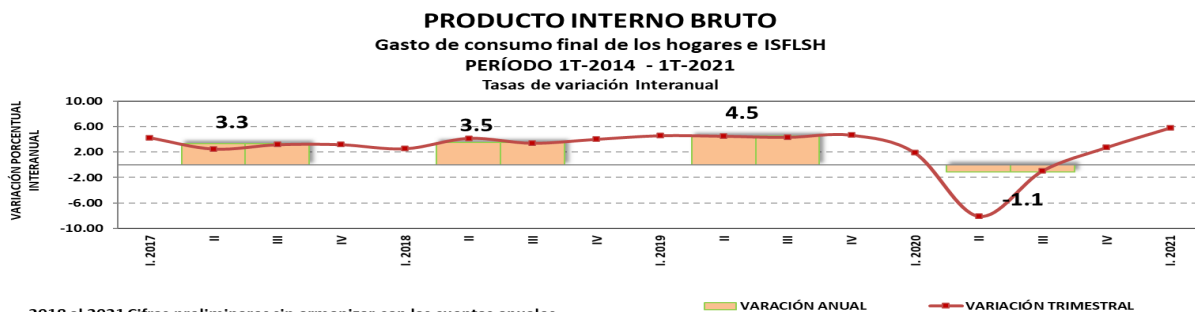


Sources: Deloitte Global State of the Consumer Tracker; Deloitte Services LP economic analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

4. CONTEXTO NACIONAL DEL SECTOR Y DEL MERCADO

De acuerdo con la información presentada por el Banco de Guatemala referente al consumo final de los hogares e ISFLSH al primer trimestre de 2021 se ubicó en 5.8% superior al promediado en el 2020 de -1.1%. Al respecto, se puede observar el impacto de la variable en el Producto Interno Bruto trimestral.



2018 al 2021 Cifras preliminares sin armonizar con las cuentas anuales
Fuente: Banguat e INE

VARACIÓN ANUAL

VARIACIÓN TRIMESTRAL

El Índice de Precios al Consumidor al mes de junio de 2021 se ubicó en 150.52, registrando una inflación mensual de 0.19%, y con relación a junio del año anterior el ritmo inflacionario fué de 3.91%.



La inflación mensual registrada en junio de 2021 se ubicó en 0.19%, la cual presenta una desaceleración en el nivel de precios de 1.22 respecto a junio de 2020 (1.41%).

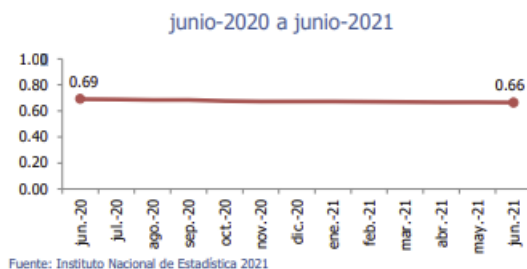


La inflación mensual registrada en junio de 2021, es la más baja de los meses de junio del periodo 2014-2020 y se encuentra 0.53 por abajo del promedio 0.72 del periodo mencionado.



Para junio de 2021 el poder adquisitivo del Quetzal se ubicó en Q.0.66, perdiendo 34 centavos con relación al período base diciembre 2010, y 3 respecto a junio de 2020.

Poder Adquisitivo del Quetzal



En lo que respecta a la cartera destinada al consumo, esta alcanzó lo Q75,744 millones en marzo de 2021, superior en 7.2% al registrado en marzo de 2020 que fue de Q70,638.0 millones. Se puede observar la estructura de los bienes durables donde el mayor porcentaje de los Q57,479.0 millones un 75.9% está destinada a bienes durables.

BANCOS, SOCIEDADES FINANCIERAS Y ENTIDADES FUERA DE PLAZA

(Cifras en millones de Quetzales)

Cartera destinada a Consumo

Destino Económico	mar-2020		dic-2020		mar-2021		Variación			
	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%	Acumulada		Interanual	
							Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Adquisición bienes durables	53,145	75.2%	55,536	75.7%	57,479	75.9%	1,943	3.5%	4,334	8.2%
Adquisición bienes fungibles	708	1.0%	696	0.9%	702	0.9%	6	0.9%	-5	-0.7%
Servicios recibidos	4,371	6.2%	4,175	5.7%	4,283	5.7%	108	2.6%	-88	-2.0%
Consumos por tarjeta crédito	12,414	17.6%	12,964	17.7%	13,279	17.5%	315	2.4%	865	7.0%
Total	70,638	100.0%	73,372	100.0%	75,744	100.0%	2,372	3.2%	5,106	7.2%

Cartera destinada a la Adquisición de Bienes Durables

Destino Económico	mar-2020		dic-2020		mar-2021		Variación			
	Saldo	%	Saldo	%	Saldo	%	Acumulada		Interanual	
							Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Mobiliario para el hogar	5,436	10.2%	5,546	10.0%	5,718	9.9%	173	3.1%	282	5.2%
Vehículos de uso personal	3,937	7.4%	3,869	7.0%	3,895	6.8%	26	0.7%	-42	-1.1%
Inmuebles	8,938	16.8%	9,511	17.1%	10,031	17.5%	520	5.5%	1,093	12.2%
Bienes inmuebles para vivienda	11,719	22.1%	12,123	21.8%	12,369	21.5%	246	2.0%	650	5.5%
Otros bienes	23,115	43.5%	24,488	44.1%	25,466	44.3%	978	4.0%	2,351	10.2%
Total	53,145	100.0%	55,536	100.0%	57,479	100.0%	1,943	3.5%	4,334	8.2%

Fuente: Superintendencia de Bancos

5. PERSPECTIVAS DEL SECTOR Y DEL MERCADO

El mundo posterior al COVID-19 tendrá mucho en común con el que se vivía antes de la pandemia, pero algunas cosas pueden cambiar permanentemente. Esto probablemente afectará los patrones de gasto de los consumidores a mediano y largo plazo.

Es posible que el futuro del trabajo sea una combinación de trabajo presencial, remoto e híbrido. Tal cambio probablemente empujará a los consumidores a dirigirse más a viviendas unifamiliares en los suburbios que a unidades multifamiliares dentro de la ciudad. Un cambio a hogares más grandes con espacio adecuado para oficinas en el hogar se traducirá en un mayor gasto en mobiliario de oficina en el hogar y servicios públicos domésticos en comparación con los niveles previos a la pandemia.

La vida en los suburbios también puede conducir a un aumento en la propiedad de automóviles debido a los requisitos de movilidad. Además, las personas, incluso las que viven dentro de una ciudad, pueden preferir tener su propio juego de ruedas, ya que pueden sentirse más seguras viajando solas en lugar de compartir espacio con personas fuera de sus hogares. Por lo tanto, es poco probable que la mayoría de los consumidores se involucren tanto en viajes compartidos y transporte público como en 2019.

Un estudio de las respuestas de las encuestas a consumidores de Deloitte realizadas entre el 7 y el 26 de mayo revela que incluso cuando disminuyó la incertidumbre relacionada con la salud sobre la pandemia, los encuestados que tienen más probabilidades de realizar trabajos remotos en el futuro parecen tener más intención de cocinar en casa, participar en Internet, compras y disfruta de los servicios de transmisión en vivo en comparación con los niveles prepandémicos.

Si la desigualdad financiera, agravada por la pandemia, no disminuye en los próximos años, la divergencia en las canastas de gastos entre los que están en la parte superior de las escalas de ingresos y riqueza y los que están en la parte inferior solo se ampliará. A quienes se encuentran en la parte inferior puede resultarles aún más difícil gastar en atención médica, seguros, jubilación y transporte.

En lo que respecta a Guatemala, de acuerdo con la información presentada por el Banco de Guatemala referente al consumo final de los hogares e ISFLSH al tercer trimestre de 2021 se ubicó en 5.8% superior al promediado en el 2020 de -1.1%. como consecuencia, se puede observar el impacto de la variable en el Producto Interno Bruto trimestral, el cual podría empezar a manifestar recuperación durante el 2021.