**Mastercard Economics Institute:**

**Las perspectivas económicas para 2022 están determinadas por la resiliencia digital
y un retorno a la "economía de la experiencia”**

*Al tiempo que los negocios continúan su conversión digital, el ahorro doméstico, el crecimiento económico y el desplazamiento de “cosas” a “experiencias'' en los hábitos de consumo serán el centro de atención.*

**Miami, enero 2022.–** En vísperas de cumplirse el segundo aniversario de la pandemia, el [Instituto Económico Mastercard](https://www.mastercardservices.com/en/reports-insights/economics-institute)  publica Economía 2022, una perspectiva global basada en las tendencias económicas más importantes según el lente del consumidor. El informe revela cómo cinco factores fundamentales seguirán dando forma a la economía mundial: el ahorro y el gasto, las cadenas de suministro, la aceleración digital, los viajes globales y una creciente lista de riesgos económicos.

Nuestras principales conclusiones son las siguientes:

-    **Ahorro y gasto\*:** El gasto de los ahorros acumulados por los consumidores podría contribuir a un crecimiento de tres puntos porcentuales del PIB mundial en 2022. Durante 2021, las tasas de ahorro de los hogares casi se duplicaron. La rapidez o lentitud con la que los consumidores gasten estos ahorros tendrá un efecto dominó en la economía mundial.

 Si el ahorro se utiliza rápidamente, podría generar un impulso de 4,5 puntos porcentuales al producto interno bruto mundial. Dicho esto, se espera que el crecimiento económico se ralentice en 2022 tras el repunte del crecimiento en 2021, a medida que los estímulos gubernamentales desaparezcan y la inflación aumente, especialmente en las economías avanzadas.

-    **Cadenas de suministro:** El récord de 27 años de viraje del gasto doméstico de bienes a servicios retrocedeseis puntos porcentuales desde su punto más alto. La pandemia hizo que el gasto en bienes pase del 39 % a cerca del 47 % en su punto más alto. Esto hizo tambalear la economía de los servicios, al tiempo que agotó las cadenas de suministro. A medida que las fronteras se abran, se va a lograr obtener una mayor disponibilidad de productos a precios más accesibles y, por ende, deseables para el consumidor, haciendo que el equilibrio del mercado se normalice este año.

-    **Digital:** 20 % de la transición a digital en el comercio minorista se mantiene igual, y redefine qué y cómo compran los consumidores. Las suscripciones de comercio electrónico ganaron terreno en 2021: casi 88 % de los países de 32 mercados vieron aumentar sus servicios de suscripción en comparación con el año anterior. En particular, las empresas de automóviles, las plataformas para entrenar en línea, el alquiler de bicicletas y los servicios para mascotas son algunos de los negocios que se benefician con este modelo.

-    **Viajes:** Con la apertura de los viajes internacionales y los vuelos de media y larga distancia --que ganarán terreno en 2022-- la recuperación del turismo será sostenida. La vuelta a los viajes por carretera y en aeropuertos fue una tendencia marcada en 2021, pero su continuidad dependerá de la contención de las variantes del virus, que son el principal motivo por el que no se viaja. El reporte de Mastercard apunta a un rápido repunte en los viajes nacionales y de corta distancia (realizados a menos de 965 kilómetros) y los viajes de media distancia (de 965 a 2.896 kilómetros), que son los que menos restricciones tienen; aunque los viajes de larga distancia siguen afectados.

-    **Riesgos:** Siguen existiendo riesgos que pueden poner en jaque a la economía mundial. Las nuevas variantes de Covid, como Ómicron, suponen la mayor amenaza inmediata, pero no perdemos de vista la casi docena de riesgos adicionales que tienen el potencial de hacer descarrilar la recuperación, incluyendo una fuerte recalibración de los precios de la vivienda -que se han apreciado un 66 % en los últimos dos años-, un aumento de los precios del petróleo, acantilados fiscales en las economías avanzadas y guerras arancelarias internacionales.

*"2021 no significó la vuelta a la normalidad que muchos anhelaban, pero colectivamente hemos hecho enormes progresos",* dijo Bricklin Dwyer, economista jefe de Mastercard y director del Instituto de Economía de Mastercard. *"A nivel mundial, el crecimiento económico, los avances en materia de vacunas y las transformaciones digitales que tornaron más resilientes a las empresas grandes y pequeñas, siguen dando forma al futuro. En este contexto, prevemos que la demanda de los consumidores -y el poder adquisitivo- crezca, y que la economía de la experiencia resurja el druante el 2022."*

Puede consultar el informe completo sobre Economía 2022 [aquí.](https://go.mastercardservices.com/economy-2022-lac-press-release) Este es el tercer informe de perspectivas del Mastercard Economics Institute; los demás informes pueden consultarse [aquí.](https://www.mastercardservices.com/en/reports-insights/economics-institute)

**\*Metodología**

El Instituto de Economía de Mastercard se basa en la actividad de ventas agregada y anónima en la red de Mastercard, entre otras fuentes, para desarrollar una medida de la cantidad y los precios de los bienes y servicios consumidos para las economías de todo el mundo.

###

**Disclaimer**

Esta presentación y contenido están destinados únicamente como una herramienta de investigación con fines informativos y no como asesoramiento o recomendaciones de inversión para ninguna acción o inversión en particular y no se debe confiar, en su totalidad o en parte, como base para la toma de decisiones o fines de inversión. Esta presentación y contenido no están garantizados en cuanto a la exactitud y se proporcionan "tal cual" a los usuarios autorizados, que revisan y utilizan esta información bajo su propio riesgo. Esta presentación y contenido, incluidos los pronósticos económicos estimados, las simulaciones o los escenarios del Mastercard Economics Institute, no reflejan de ninguna manera las expectativas para el rendimiento operativo o financiero (o real) de Mastercard.

**Acerca del Mastercard Economics Institute**

El Mastercard Economics Institute se lanzó en 2020 para analizar las tendencias macroeconómicas a través de la lente del consumidor. Un equipo de economistas, analistas y científicos de datos se basa en los conocimientos de Mastercard -incluyendo Mastercard SpendingPulse™- y en datos de terceros para ofrecer informes periódicos sobre cuestiones económicas a clientes clave, socios y responsables políticos.

**Acerca de Mastercard (NYSE:MA)**

Mastercard es una empresa de tecnología en la industria mundial de pagos. Nuestra misión es conectar e impulsar una economía digital inclusiva que beneficie a todos, en todas partes, haciendo que las transacciones sean seguras, sencillas, inteligentes y accesibles. Utilizando datos y redes protegidas, alianzas y pasión, nuestras innovaciones y soluciones ayudan a individuos, instituciones financieras, gobiernos y empresas a alcanzar su mayor potencial. Nuestro coeficiente de decencia o DQ, por sus siglas en inglés, impulsa nuestra cultura y todo lo que hacemos dentro y fuera de nuestra empresa. Con conexiones a lo largo de más de 210 países y territorios, estamos construyendo un mundo sostenible que abre a posibilidades que no tienen precio para todos.

[www.mastercard.com](https://www.mastercard.com/)