**Nuevo reporte analiza las tendencias macroeconómicas del 2021 en América Latina mostrando una región más “e-conómica” y adaptada.**

* *Economía 2021 realizado por Mastercard Economics Institute presenta un panorama de la vida en el 2021.*
* Habrá reducciones de las remesas de trabajadores y familias en el exterior, que llegaron del 1.5 al 3% del PIB total en Perú, Colombia, Ecuador y México.
* Más participantes debutan en los mercados del comercio electrónico el gasto en el comercio electrónico aumentó del 10 al 16%, aproximadamente, en su punto máximo, en comparación con sus niveles antes de la crisis.

**Bogotá - 18 de enero de 2021** - Con el propósito de ayudar a los gobiernos y las empresas a seguir adelante en el camino de la recuperación tras los desafíos del 2020, [Mastercard Economics Institute](https://www.mastercardservices.com/en/economics-institute) lanza su reporte “Economía 2021” para ofrecer un panorama de lo que acontecerá en las economías alrededor del mundo y en América Latina. Puedes acceder al reporte [aquí.](https://www.mastercardservices.com/en/economics-institute/global-outlook-2021-report?source=internal&cmp=global.en-us.global.b2b.mastercard.ilc.cx.report..gen.economic-institute-global-outlook..content-exchange..)

El estudio fue realizado con el propósito de analizar las tendencias de mayor relevancia a nivel global desde el enfoque del consumidor, ofreciendo información sobre asuntos económicos para clientes, socios y miembros del sector público. Equipos de científicos de datos y economistas evaluaron los indicadores económicos clave, junto con un análisis de la actividad de ventas agregadas y anónimas de la red global de Mastercard para brindar información global y regional sobre el gasto del consumidor, el comercio electrónico atado a la aceleración digital, así como también viajes y políticas económicas y de riesgo.

“2020 nos puso a todos a prueba. Nos hemos vuelto más distanciados, hogareños y más digitales. Dimos un salto digital espectacular y vimos un alto nivel de resistencia de parte de los pequeños negocios, consumidores y legisladores que buscaban mantenernos en el buen camino”, dice Brickiln Dwyer, economista en jefe de Mastercard. “El 2021 no traerá de vuelta la vida antes del COVID, aunque con la distribución de la vacuna contra el virus prevista, esperamos una recuperación gradual, pero desigual, y marcada por los beneficios de adoptar experiencias digitales y de menor contacto”.

El informe destaca una serie de tendencias claves a seguir en América Latina, que incluyen:

**Los impactos en las remesas y el turismo continuarán**

Un doble impacto por la desaceleración del turismo internacional y una caída en los flujos de remesas afectaran el crecimiento; sobre todo para muchas de las pequeñas economías de la región posicionadas en el exterior. A medida que el mundo redirige a los turistas internacionales a destinos más locales, como México, Perú, Ecuador, Centroamérica y el Caribe estarán muy expuestos a la caída del turismo internacional porque, históricamente, han tenido las mayores tasas de turismo en la región. A su vez, las restricciones globales laborales impactarán a los trabajadores en el extranjero y las remesas que envían a sus casas. Específicamente, habrá reducciones de las remesas de trabajadores y familias en el exterior, que llegaron del 1.5 al 3% del PIB total en Perú, Colombia, Ecuador y México. En el Caribe, el impacto es de doble dígito.

**Más participantes debutan en los mercados del comercio electrónico**

Según el Mastercard Economics Institute durante la crisis, el gasto en el comercio electrónico aumentó del 10 al 16%, aproximadamente, en su punto máximo, en comparación con sus niveles antes de la crisis. Si bien la adopción del comercio electrónico en América Latina y el Caribe es baja en comparación con otras regiones, esperamos que entre el 20 y el 30% del aumento del comercio electrónico relacionado con COVID sea permanente en cuanto a su participación en el gasto minorista general. En particular, la adopción de servicios financieros prestados a través de canales en línea y otros servicios digitales están creciendo en popularidad entre el grupo demográfico de menores ingresos, lo que probablemente persistirá durante 2021.

**Inflación y gastos del consumidor**

La confianza del consumidor sigue siendo débil debido a la elevada preocupación por el virus y la economía. Esperamos que el crecimiento sea impulsado por el estímulo fiscal y la evolución del brote frente a las vacunas. La inflación en la región se ha podido contener, pero persisten los focos de riesgo, particularmente en Brasil, ya que una mayor inflación sigue siendo un riesgo para el consumo en el 2021.

Debido a los agresivos recortes de la tasa de interés en Brasil, el aumento de los precios de los alimentos representa un desafío para los responsables de la formulación de políticas que intentan contener las expectativas de inflación. Después de que un gran paquete fiscal saco de la pobreza a muchos brasileños y estimuló el gasto de los consumidores, la pregunta se ha centrado en la expiración del “coronavoucher” y la sostenibilidad más amplia de las donaciones gubernamentales.

Más allá del aumento en el gasto de los supermercados, los consumidores brasileños centraron sus compras en mueblerías y tiendas de artículos electrónicos, además de adquirir materiales de construcción al comienzo de la crisis. La parte norte ha tenido un desempeño superior en la región, y destaca el distanciamiento de centros urbanos.

**El negocio en línea continúa aumentando**

Según lo que está viendo el Economic Institute en los Estados Unidos y otras partes del mundo, la creación de empresas probablemente se limitará a aquellos que venden productos en línea. Esto se debe a la demanda incierta, los movimientos de divisas, las condiciones crediticias más estrictas y los desafíos de viajes y entretenimiento que retan a los nuevos negocios físicos. Mientras tanto, la creación de empresas en línea sigue cobrando impulso a medida que otras empresas se “formalizan” (se registran oficialmente) para aprovechar los programas gubernamentales.

**Los desafíos de sostenibilidad fiscal están aumentando**

El ahorro y los enfoques fiscales varían entre países latinoamericanos como Chile, Perú, Brasil y México, creando diversos grados de riesgo y una pluralidad de resultados potenciales. La capacidad de una economía para continuar recuperándose en el 2021 dependerá en gran medida de que los gobiernos puedan proporcionar estímulos fiscales mientras se mantienen en el camino correcto para pagar su deuda a largo plazo. La expiración del estímulo, especialmente en Brasil, es un riesgo inminente para el 2021. Mientras el conservadurismo fiscal mexicano contrasta con la ola del gasto fiscal de Brasil, no está claro quién tiene el enfoque "correcto", ya que se enfrentan ambos países a desafíos fiscales.

Para descargar el reporte completo “Economy 2021”, visita [www.MastercardServices.com](https://go.mastercardservices.com/cx/economy-2021).

###

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

Mastercard es una empresa de tecnología en la industria global 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 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**](http://www.mastercard.com/)

**Acerca de Mastercard Economics Institute**

Fue lanzado en el 2020 para analizar las tendencias macroeconómicas a través del lente del consumidor. Comprende un equipo de economistas, analistas y científicos de datos que se basan en los conocimientos de Mastercard, incluido Mastercard SpendingPulse ™, y otros datos disponibles públicamente para ofrecer conocimientos personalizados y prácticos sobre cuestiones económicas para clientes, socios y responsables políticos clave.