

Guía de expansión global para mercados de alto crecimiento

PARTE 2: BRASIL Y SUDÁFRICA





Contenido



- 
- 01 Resumen ejecutivo
 - 02 La creciente importancia de los mercados de alto crecimiento
 - 03 Impulsores clave del crecimiento del eCommerce
 - 04 Tendencias de pago y oportunidades comerciales
 - 05 Enfoque en los mercados:
Brasil y Sudáfrica
 - 06 Superar las barreras:
Navegar los desafíos regulatorios y de consumidores
 - 07 Tendencias futuras:
Cómo la tecnología está transformando el sector de pagos
 - 08 Conclusión:
La ventaja de Nuvei en mercados de alto crecimiento
 - 09 Metodología

► Resumen ejecutivo



Los mercados de alto crecimiento están impulsando la transformación digital a nivel global, Brasil y Sudáfrica se destacan como oportunidades clave de expansión. Con bases de consumidores masivas, un crecimiento sólido del comercio electrónico y ecosistemas de pago innovadores, estos mercados prometen un gran retorno para las empresas.

Esta guía explora los factores que impulsan el crecimiento, los métodos de pago y estrategias prácticas para tener éxito en estas regiones, resaltando cómo Nuvei ayuda a las empresas a alcanzar sus objetivos.

Esta segunda edición de nuestra guía de expansión global a mercados de alto crecimiento está enfocada en Brasil y Sudáfrica, explorando su enorme potencial en eCommerce. La primera edición destacó a Colombia y Emiratos Árabes Unidos, mientras que los próximos reportes abordarán México, Hong Kong, Chile e India. Tanto Brasil como Sudáfrica cuentan con motores de crecimiento únicos, desde la revolución de pagos en tiempo real con PIX en Brasil, hasta el auge del eCommerce móvil en Sudáfrica.



Esta guía proporciona información práctica, datos de mercado y estrategias, respaldados por las soluciones de Nuvei, para ayudar a las empresas a tener éxito en estos mercados de gran potencial.

Si bien las oportunidades financieras son enormes, expandir un negocio online en estas regiones exige superar algunos desafíos clave, como:

- Cumplir con regulaciones específicas de eCommerce y pagos sin comprometer
- las tasas de aprobación de transacciones.
- Ofrecer los métodos de pago que los consumidores prefieren.
- Localizar moneda, precios y opciones de idioma.
- Mantenerse al día con tendencias demográficas y tecnológicas más amplias.

Sin una entidad local, las empresas online corren el riesgo de pagar altas tarifas de conversión de divisas

y enfrentar tasas de autorización más bajas en mercados de alto crecimiento.

Por otro lado, asociarse con un *Merchant of Record* permite que los negocios internacionales operen como empresas locales, sin la necesidad de establecer una presencia extranjera.

Nuvei es líder en la industria cuando se trata de ayudar a las empresas a llevar adelante los puntos críticos de la expansión global. Esta guía de expansión para los mercados de gran crecimiento, describe las oportunidades clave y cómo abordar los obstáculos locales, lo que, en última instancia, ayuda a las empresas a diseñar y ejecutar sus estrategias de globalización.

Con verdaderos expertos en pagos en todo el mundo, Nuvei ofrece a las empresas en expansión consultoría local, una amplia red de adquirencia, más de 700 métodos de pago locales y globales, servicios de *Merchant of Record* y liquidaciones más rápidas en regiones complejas.



► Introducción

La creciente importancia de los mercados de alto crecimiento

Una combinación de factores ha impulsado a estos mercados de alto crecimiento al centro de la revolución digital global comenzando por sus poblaciones jóvenes y con alto nivel de adopción tecnológica. Mercados como Brasil y Sudáfrica son motores clave en la expansión del eCommerce a nivel mundial.

Los mercados emergentes se están convirtiendo en la base del crecimiento económico mundial, más del 60% del crecimiento del PIB mundial en los últimos años. Brasil y Sudáfrica ejemplifican esta tendencia, con sus sectores de eCommerce experimentando un crecimiento anual de dos dígitos.

En comparación con los países desarrollados, los mercados de alto crecimiento cuentan con poblaciones más jóvenes y digitalmente conectadas. La edad promedio en los mercados analizados en este informe es de 33.1 años, frente a los 44.3 años del G7. En Hong Kong, la edad media es de 47.2 años.¹

En Brasil y Sudáfrica, las edades promedio de 35.1 y 30.4 años, respectivamente, destacan la presencia dominante de grupos altamente adaptados a la tecnología. Para 2027, nueve de cada diez nuevos consumidores que ingresen a la economía global provendrán de mercados emergentes.²

¹CIA World Bank Database/ 2024 | ²Why Investing in eCommerce Development in Emerging Markets (¿Por qué invertir en el desarrollo del eCommerce en mercados emergentes?) Euromonitor 2 de noviembre de 2023, <https://www.euromonitor.com/article/why-investing-in-e-commerce-development-in-emerging-markets-matters>, consultado en agosto de 2014. | ³PCMI



Los avances tecnológicos han transformado estos mercados en líderes digitales. El sistema *PIX* de Brasil, utilizado por el 90% de la población adulta, y el sistema de pago en tiempo real *PayShap* de Sudáfrica ilustran cómo la innovación está remodelando el acceso financiero y el eCommerce.

A pesar de las incertidumbres económicas mundiales, Brasil y Sudáfrica muestran patrones de crecimiento resilientes. El PIB de Brasil superó los USD 2 trillones en 2023, mientras que Sudáfrica sigue siendo una economía líder en el África subsahariana.

Los mercados emergentes no solo siguen las tendencias digitales, sino que las están liderando.

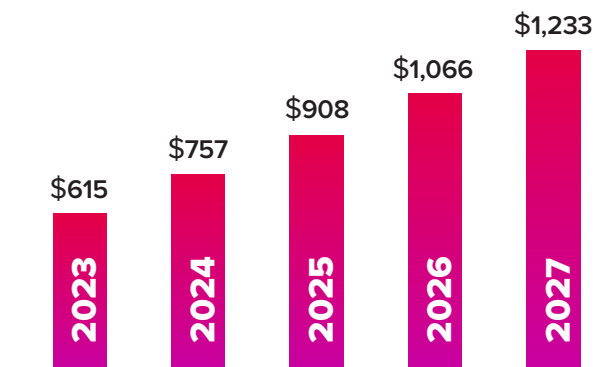
Una clase media en ascenso con una renta disponible cada vez mayor está impulsando la demanda de bienes y servicios, sobre todo en el eCommerce. Nuvei ayuda a las empresas a expandirse en estos mercados de alto crecimiento ofreciendo consultoría de pagos a medida y soluciones de pago personalizadas.

Entre ellas se incluye la compatibilidad con sistemas de pago en tiempo real y billeteras digitales localizadas, lo que permite a las empresas adaptarse a las preferencias de pago regionales de forma eficaz y sin problemas.

► Impulsores clave del crecimiento del eCommerce

Como mencionamos, los mercados de alto crecimiento están impulsados por una combinación de factores demográficos, tecnológicos y económicos, convirtiéndolos en potencias del eCommerce. Aquí te mostramos los principales motores detrás de su rápido crecimiento y por qué son clave para las empresas que buscan expandirse.


Crecimiento del eCommerce en ocho mercados (miles de millones de USD)⁴



Brasil, Chile, Colombia, México, Sudáfrica, Hong Kong, India y EAU.

⁴PCMI | ⁵PCMI | ⁶PCMI | ⁷Datos para julio de 2024. «Estatísticas do Pix», Banco Central do Brasil, <https://www.bcb.gov.br/estabilidade/financeira/estatisticas/pix> | 2024 | ⁸www.grandviewresearch.com





Apoyo gubernamental a los ecosistemas digitales

Los gobiernos en los mercados de alto crecimiento están invirtiendo fuertemente en infraestructura digital. En Brasil, el Banco Central impulsa la inclusión financiera con iniciativas como *PIX*, mientras que en Sudáfrica, las políticas están enfocadas en expandir el acceso a internet en regiones desatendidas.

Crecimiento de la clase media y aumento del poder adquisitivo

Los mercados de alto crecimiento tienen poblaciones más jóvenes y digitalmente conectadas en comparación con los países desarrollados. Al mismo tiempo, el aumento del ingreso disponible está ampliando la base de consumidores en el eCommerce.

En Sudáfrica, por ejemplo, el crecimiento de la clase media está impulsando el gasto en compras online, mientras que la recuperación económica de Brasil después de la pandemia ha generado una tendencia similar.

Esto se refleja en el aumento de las cifras de eCommerce en ambos países: se estima que el mercado brasileño alcanzará los 586 mil millones de dólares para 2027, un gran salto desde los 85.5 mil millones en 2018.⁵

Por su parte, Sudáfrica es el mercado de eCommerce más pequeño entre

los ocho países analizados, pero se espera que crezca a una tasa anual compuesta (CAGR) del 18% entre 2023 y 2027, alcanzando los 15.8 mil millones de dólares.⁶

Adopción masiva de sistemas de pago innovadores

Sistemas como *PIX* en Brasil y *PayShap* en Sudáfrica están revolucionando la forma en que los consumidores realizan pagos online. *PIX*, por ejemplo, ha logrado una adopción del 90% de la población adulta en Brasil desde su lanzamiento en 2020.⁷

Apertura cultural a la innovación digital

Los consumidores en Brasil y Sudáfrica no solo están adoptando las tendencias digitales, sino que también las están impulsando activamente. La rápida expansión de los súper apps en Brasil y la creciente popularidad de la banca móvil en Sudáfrica muestran el gran potencial para la innovación.

Por ejemplo, el mercado de los súper apps en Brasil se espera que tenga una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 26.2% entre 2024 y 2030. Las empresas que apuesten por mejorar la experiencia del cliente, la personalización y estrategias omnicanal podrán diferenciarse y ganar participación en estos mercados altamente competitivos.

► Tendencias de pago y oportunidades comerciales

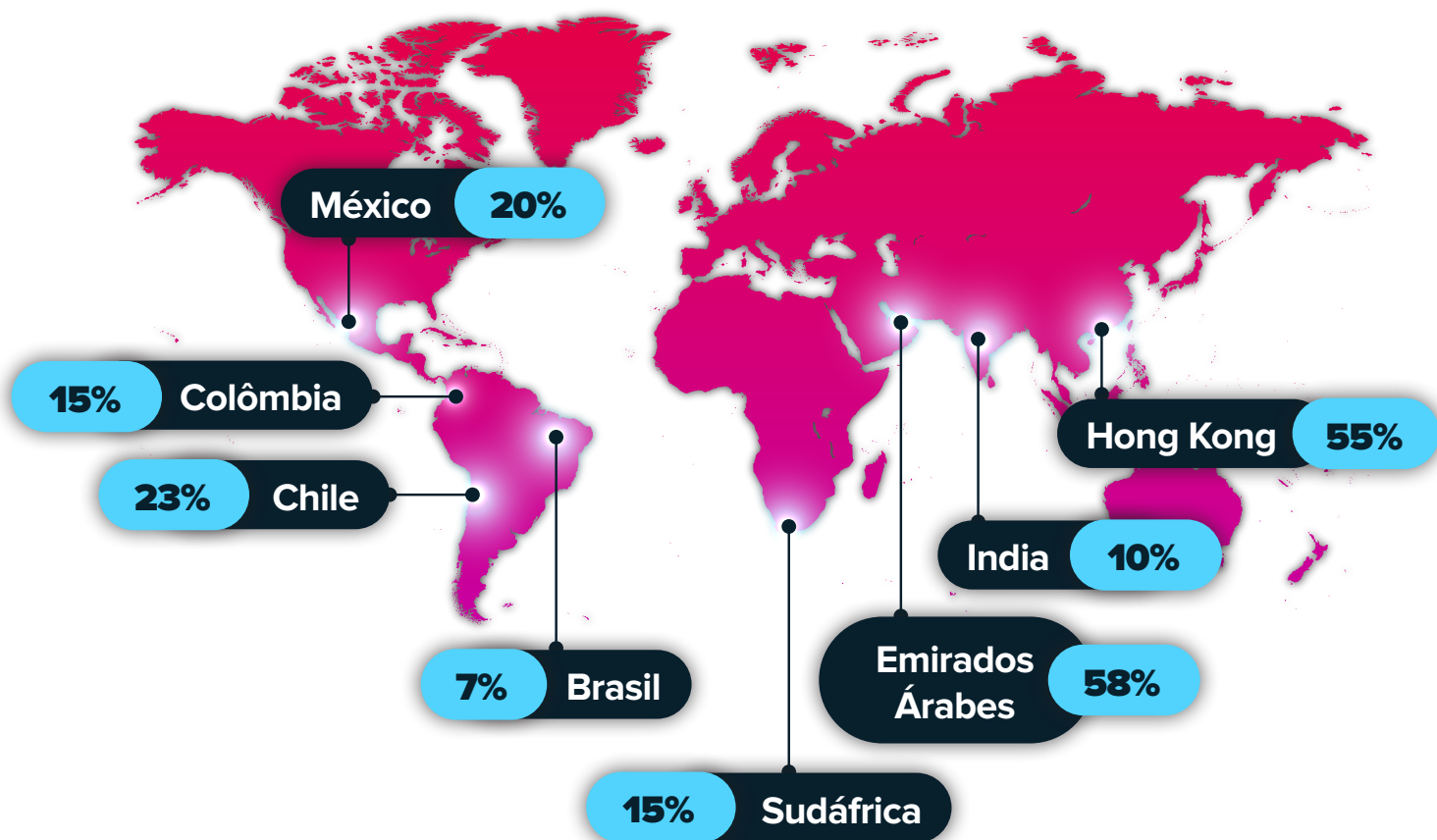
Con la evolución del eCommerce en los mercados de alto crecimiento, varias tendencias de pago están cobrando protagonismo:

- **Economías *mobile-first* impulsando el eCommerce:** En Sudáfrica, los dispositivos móviles dominan el comercio digital, representando el 70% de las transacciones de eCommerce. En Brasil, el crecimiento del mobile commerce ha sido exponencial, impulsado por el mayor acceso a smartphones y la disponibilidad de planes de datos más accesibles.
- **El auge de la *gig economy*:** El mercado laboral está cada vez más compuesto por profesionales freelancers que trabajan en proyectos específicos en lugar de empleos tradicionales a tiempo completo. Este modelo ha crecido especialmente en mercados con condiciones laborales inestables, donde la demanda por oportunidades de trabajo flexibles es alta. Según datos del Banco Mundial, la *gig economy* (economía gig) ya representa hasta el 12% de la fuerza laboral global, un número significativamente mayor de lo que se estimaba anteriormente.
- **Los pagos en tiempo real ganan fuerza:** Sistemas como *PIX* en Brasil, *PSE* en Colombia y *UPI* en India han revolucionado los pagos instantáneos. *PIX*, por ejemplo, ya es utilizado por el 90% de la población adulta en Brasil, mientras que *UPI* procesó un impresionante total de 100 mil millones de transacciones en India durante 2023.⁹
- **Crecimiento de las billeteras digitales:** Las billeteras digitales están ganando cada vez más popularidad en los mercados emergentes, representando el 50% del volumen global de pagos en eCommerce. En Colombia, por ejemplo, Nequi y Daviplata están entre las más utilizadas.¹⁰
- **Los tarjetas siguen siendo relevantes:** A pesar del crecimiento de los métodos de pago alternativos, las tarjetas de crédito y débito siguen desempeñando un papel clave en los mercados de alto crecimiento, representando el 56% de las transacciones de eCommerce.¹¹
- **Expansión del comercio internacional:** El eCommerce *cross-border* (transfronterizo) está creciendo rápidamente. En Sudáfrica, este segmento se espera que crezca a una tasa anual compuesta (CAGR) del 24% hasta 2027, mientras que en Brasil, las transacciones internacionales podrían alcanzar los 51,2 mil millones de dólares en el mismo período.

Volumen del eCommerce cross-border por país (miles de millones de USD)¹²

	Brasil	Chile	Colômbia	México	Sudáfrica	India	Emirados Árabes	Total
2023	\$19.1	\$7.3	\$6.3	\$14.9	\$1.2	\$15.2	\$6.0	70.0
2024	\$26.6	\$8.8	\$7.3	\$20.4	\$1.6	\$18.6	\$6.9	90.2
2025	\$35.2	\$10.3	\$8.6	\$28.7	\$2.0	\$22.1	\$7.9	114.9
2026	\$43.8	\$11.6	\$9.7	\$37.3	\$2.3	\$25.7	\$9.0	139.4
2027	\$51.2	\$12.7	10.7\$	\$47.4	\$2.9	\$29.6	\$10.1	164.6
CAGR	28%	15%	14%	34%	24%	18%	14%	24%

Cuota cross-border de eCommerce



Brasil

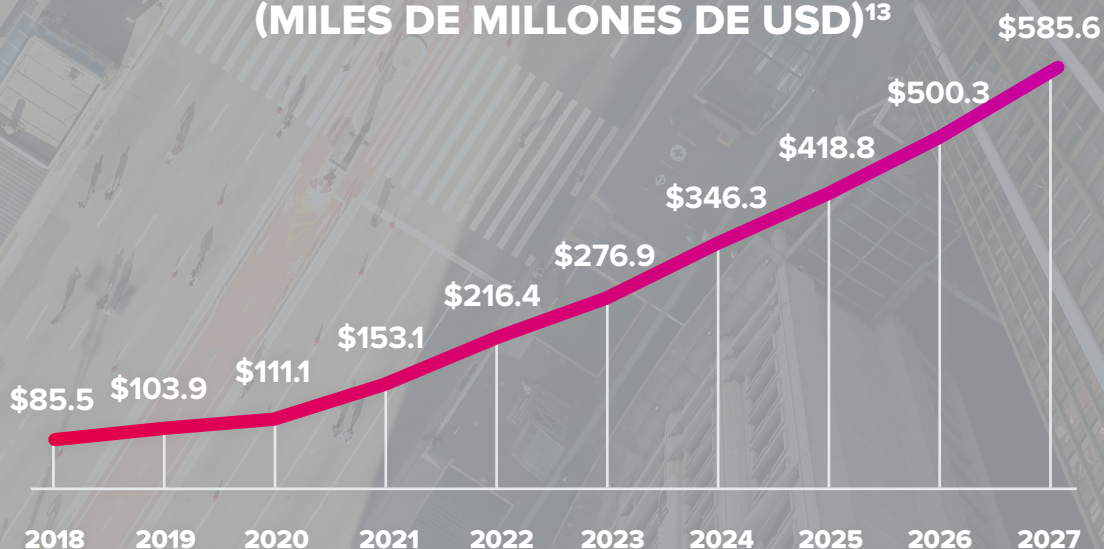
POBLACIÓN
216
MILLONES
DE PERSONAS

VOLUMEN DE ECOMMERCE
ESTIMADO
USD 276.9 MIL
MILLONES
EN 2023

EL ECOMMERCE
CROSS-BORDER
REPRESENTÓ EL
7%
DE LAS VENTAS EN 2023

81%
DE LA POBLACIÓN
TIENE ACCESO A INTERNET

VOLUMEN DE ECOMMERCE EN BRASIL (MILES DE MILLONES DE USD)¹³



► Enfoque en los mercados: Brasil y Sudáfrica

Brasil

Brasil es el mayor mercado de eCommerce en América Latina, la economía más relevante de la región y uno de los líderes globales en innovación digital. Por eso, es un mercado clave para las empresas que buscan expandirse en regiones de alto crecimiento.

Diversas tendencias están transformando el panorama del eCommerce en el país, creando grandes oportunidades para las empresas.

eCommerce por vertical (miles de millones de USD)						
	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
Total	\$276,9	\$346,3	\$418,8	\$500,3	\$585,6	21%
Apuestas (iGaming)	\$21,2	\$39,3	\$43,2	\$47,5	\$52,3	25%
Videojuegos	\$2,8	\$3,1	\$3,6	\$4,2	\$4,6	14%
Otros	\$71,9	\$67,8	\$72,5	\$76,3	\$75,2	1%
Ventas minoristas	\$100,2	\$137,3	\$182,5	\$236,3	\$297,7	31%
Aplicaciones de transporte y delivery	\$13,8	\$16,8	\$20,1	\$23,9	\$27,3	18%
Saas	\$13,0	\$14,7	\$16,8	\$19,4	\$22,3	14%
Streaming	\$9,7	\$10,7	\$11,6	\$12,4	\$13,0	8%
Viajes	\$44,3	\$56,7	\$68,6	\$80,3	\$93,1	20%

eCommerce cross-border vs. doméstico (miles de millones de USD)						
	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
	\$276,9	\$346,3	\$418,8	\$500,3	\$585,6	
Cross-border	\$19,1	\$26,6	\$35,2	\$43,8	\$51,2	28%
Nacional	\$57,8	\$319,7	\$383,6	\$456,5	\$534,4	20%

El eCommerce en Brasil está impulsado por los sectores de viajes, retail y apuestas deportivas. La introducción de *PIX* por el Banco Central ha revolucionado el ecosistema de pagos. Utilizado por el 90% de la población adulta, *PIX* representó el 33% de las transacciones en 2023 y superará el

50% para 2027.¹⁴ Su eficiencia, bajo costo y facilidad de uso lo han convertido en el método preferido, especialmente entre la población no bancarizada. Para comparar, el 83,5% de los consumidores en los Países Bajos¹⁵ usan *iDEAL*, mientras que el 50% de los españoles utilizan *Bizum*.¹⁶

¹³PCMI | ¹⁴PCMI | ¹⁵Statista | ¹⁶Statista

Con 81% de la población conectada y una alta adopción de *smartphones*, el mobile commerce domina el mercado.¹⁷ Los dispositivos móviles son la principal plataforma para compras, servicios bancarios y pagos, reflejando la preferencia de los consumidores por experiencias digitales prácticas y accesibles en cualquier momento.¹⁸

La población joven y digital impulsa la demanda de compras rápidas y personalizadas. Además, redes sociales como *Instagram* y *WhatsApp* juegan un papel clave en el proceso de compra.

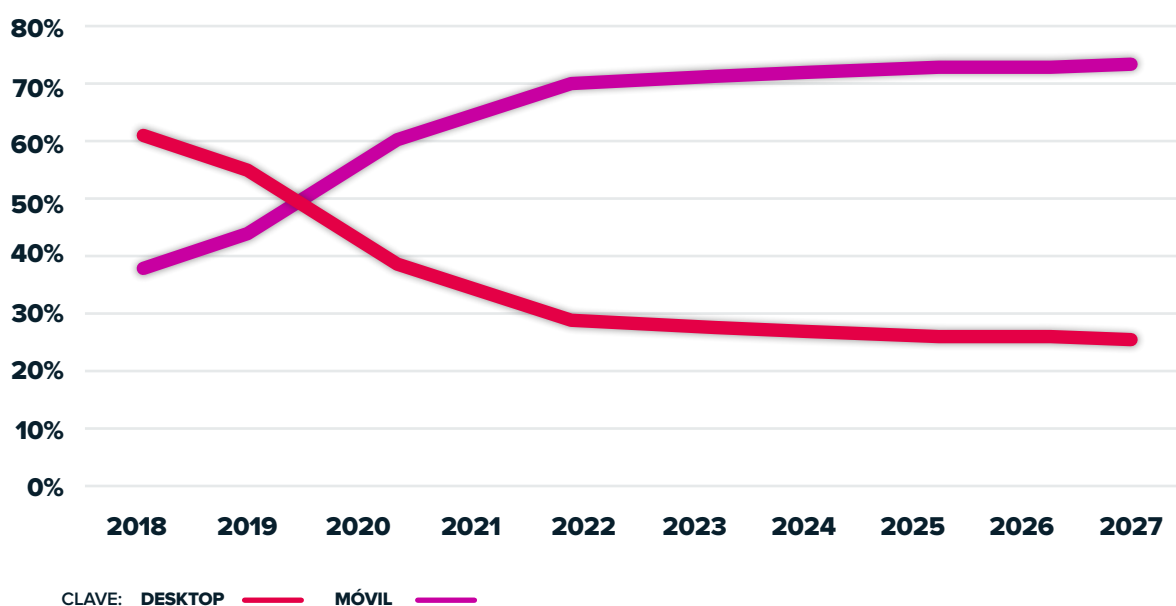
Los brasileños priorizan precios accesibles y buena relación costo-beneficio, lo que impulsa

el interés por pagos a plazos y compras internacionales. A pesar de los altos aranceles, el eCommerce cross-border crecerá a una CAGR del 28% hasta 2027, impulsado por precios competitivos y demanda de productos exclusivos.¹⁹

La inclusión financiera ha sido fortalecida por *PIX* y billeteras digitales, ampliando el acceso al eCommerce, especialmente en zonas rurales y con baja bancarización.

Para tener éxito en Brasil, las empresas deben integrar *PIX*, optimizar sus plataformas para mobile commerce y ofrecer soluciones personalizadas y alineadas con las expectativas del consumidor.

ECOMMERCE EN BRASIL POR DISPOSITIVO



El mercado de pagos en Brasil

El ecosistema de pagos en Brasil es dinámico y diverso, impulsado por soluciones innovadoras como los pagos en tiempo real y por la evolución constante en las preferencias de los consumidores.

Para destacar en este mercado, es fundamental que las empresas comprendan tanto los métodos de pago más utilizados como las nuevas tendencias, asegurando estrategias más efectivas y un aumento en las tasas de conversión.

eCommerce por método de pago ²⁰										
Brasil	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Transferencias bancárias	3%	3%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Boleto bancario	17%	15%	13%	11%	10%	9%	8%	7%	6%	5%
Comprar ahora, pagar después	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Tarjeta de débito	5%	6%	6%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	0%
Billetera digital	11%	12%	12%	12%	9%	8%	7%	7%	6%	6%
Tarjeta de crédito (nacional)	45%	47%	54%	46%	45%	39%	34%	31%	29%	27%
Tarjeta de crédito (internacionalmente)	14%	15%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	9%	9%
Otro	5%	3%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Pix	0%	0%	0%	16%	23%	33%	40%	44%	48%	51%

PIX: Desde su lanzamiento en 2020, *PIX*, el sistema de pagos instantáneos desarrollado por el Banco Central de Brasil, ha transformado la forma en que los brasileños realizan transacciones. En 2023, representó el 33% de los pagos en eCommerce, y se proyecta que supere el 50% para 2027. El enorme éxito de *PIX* se debe a su velocidad, facilidad de uso y ausencia de tarifas para los consumidores, lo que lo ha convertido en una opción especialmente popular entre personas no bancarizadas o con acceso limitado a servicios financieros tradicionales. Además, *PIX* permite transacciones instantáneas entre personas y

empresas, facilitando la circulación del dinero en el país.

Nuevas funcionalidades, como pagos recurrentes y pagos a plazos con *PIX* Automático, están en desarrollo y se espera su lanzamiento en 2025. Además, el Banco Central de Brasil está explorando la integración de *PIX* con sistemas internacionales, lo que podría facilitar las transacciones cross-border y ampliar aún más su impacto a nivel global.

Tarjetas de crédito y billeteras digitales Las tarjetas de crédito nacionales siguen siendo el método de pago más utilizado en el país, representando el 39% de las transacciones de eCommerce en 2023. Una de las razones de su popularidad es la opción de

¹⁹World Bank Data | ¹⁸PCMI | ¹⁹PCMI | ²⁰PCMI | ²¹PCMI | ²²PCMI | ²³PCMI

pago a plazos sin intereses, un hábito profundamente arraigado en la cultura de consumo brasileña. Esta modalidad permite a los compradores dividir sus compras en múltiples cuotas sin costos adicionales, facilitando el acceso a productos e mayor valor.

Las billeteras digitales, como *MercadoPago* y *PicPay*, también han ganado terreno, especialmente entre los consumidores más jóvenes y en las grandes ciudades. En 2023, estas soluciones representaron el 8% de los pagos en eCommerce, pero la tendencia indica que su participación disminuirá a medida que *PIX* se consolide como el método de pago más práctico y accesible en Brasil.²³

Boleto bancario y BNPL en Brasil
El boleto bancario sigue siendo un método de pago relevante, especialmente para consumidores sin cuenta bancaria. Sin embargo, su participación en el eCommerce está disminuyendo y se espera que pase del 9% en 2023 al 5% en 2027, a medida que *PIX*²⁴ se consolide como la opción más práctica y adoptada en el país.

Aunque el pago a plazos es ampliamente utilizado en Brasil, las soluciones de “Compra ahora, paga después” (BNPL) aún enfrentan una adopción más lenta. Esto se debe, en parte, a la fuerte preferencia de los consumidores por el financiamiento tradicional con tarjetas de crédito, que ya está bien establecido en el mercado.

Aun así, BNPL representa una oportunidad en crecimiento, con potencial de expansión a medida que los consumidores busquen nuevas formas de flexibilidad financiera.

Nuvei: Soluciones para el eCommerce en Brasil

Nuvei ofrece un conjunto completo de soluciones para ayudar a las empresas a crecer en el mercado brasileño de eCommerce. Con una integración robusta con los principales métodos de pago, incluido *PIX*, garantiza que las empresas puedan atender las preferencias de los consumidores, que son cada vez más digitales.

Además, permite pagos instantáneos, optimizando operaciones y mejorando la experiencia del usuario, especialmente en sectores como la economía gig. En un mercado donde las transacciones rápidas y seguras son clave, esta capacidad se convierte en una ventaja competitiva.

Nuvei también simplifica el cumplimiento regulatorio y tributario, ofreciendo expertise local y herramientas avanzadas de prevención de fraudes, lo que permite a las empresas proteger sus transacciones y generar confianza en el mercado.

Con estas ventajas, Nuvei se posiciona como el socio estratégico ideal para empresas que buscan superar desafíos y expandirse en Brasil.

Cómo tener éxito en el eCommerce en Brasil:

1. Prioriza los métodos de pago locales

En Brasil, *PIX* ya representa el 33% de las transacciones de eCommerce y se espera que supere el 50% para 2027.²⁵ Las empresas que quieran destacar en este mercado deben integrar *PIX* como opción de pago y ofrecer pagos a plazos con tarjeta de crédito, una práctica consolidada entre los consumidores para facilitar compras de mayor valor.

2. Apuesta por el *mobile commerce*

Con el 81% de la población conectada a internet, los *smartphones* son la principal herramienta de compra online²⁶ en Brasil. Para atender a este público, es fundamental que las empresas tengan sitios web y apps optimizados para mobile, garantizando experiencias ágiles, intuitivas y con pagos simplificados.

3. Genera confianza con seguridad y transparencia


El miedo a fraudes y problemas de seguridad online sigue siendo un desafío para el eCommerce en Brasil. Para ganarse la confianza del consumidor, las empresas deben adoptar tecnologías avanzadas de prevención de fraudes, mostrar certificaciones de seguridad y garantizar políticas de reembolso y devolución claras. Destacar estas medidas en el *checkout* puede ayudar a reducir el abandono del carrito y aumentar las conversiones.

4. Simplifica los desafíos regulatorios y logísticos


Brasil tiene un entorno fiscal complejo y altos aranceles de importación, lo que puede dificultar la entrada de empresas internacionales. Para agilizar la operación, es recomendable considerar alianzas con entidades locales o soluciones de *Merchant of Record (MoR)*, que facilitan el cumplimiento fiscal y mejoran las tasas de aprobación de pagos. Además, contar con operadores logísticos regionales puede acelerar las entregas, incluso en zonas más remotas.

5. Personaliza las ofertas para el público brasileño

Los consumidores brasileños valoran precios accesibles, flexibilidad y una conexión auténtica con las marcas. Las empresas que apuestan por promociones, opciones de pago atractivas y campañas adaptadas a eventos y fechas clave locales generan un mayor engagement y fidelización.

An aerial photograph of a city, likely Rio de Janeiro, showing a dense urban landscape with various buildings, including a prominent church with a large dome on the right. A bridge is visible in the distance. The sky is overcast with grey clouds. On the left side, several thin, white, curved lines arc across the frame, adding a modern, graphic element to the composition.

***“Aunque los consumidores
brasileños son receptivos
a las marcas internacionales,
las empresas extranjeras enfrentan
una competencia feroz de grupos
locales muy consolidados. Brasil
es un mercado enorme, y muchas
empresas nacionales prefieren
expandirse dentro del país en
lugar de buscar oportunidades en
el exterior. Un buen ejemplo es
iFood, que domina alrededor del
90% del sector de delivery
de comida en Brasil.”***



“Los consumidores brasileños son cada vez más exigentes cuando se trata de eCommerce. Las mejoras en la logística han reducido significativamente los tiempos de entrega, pero, al mismo tiempo, han elevado las expectativas. Antes, algunos pedidos desde China tardaban hasta 45 días en llegar a Brasil. Hoy, si el plazo supera los 10 días, los clientes ya comienzan a quejarse.”

Daniel Moretto | Vicepresidente Sénior | LATAM | Nuvei

Sudáfrica

POBLACIÓN
61.4
MILLONES
DE PERSONAS

EL ECOMMERCE EN
SUDÁFRICA
ALCANZÓ LOS
USD 8
MIL MILLONES
EN 2023

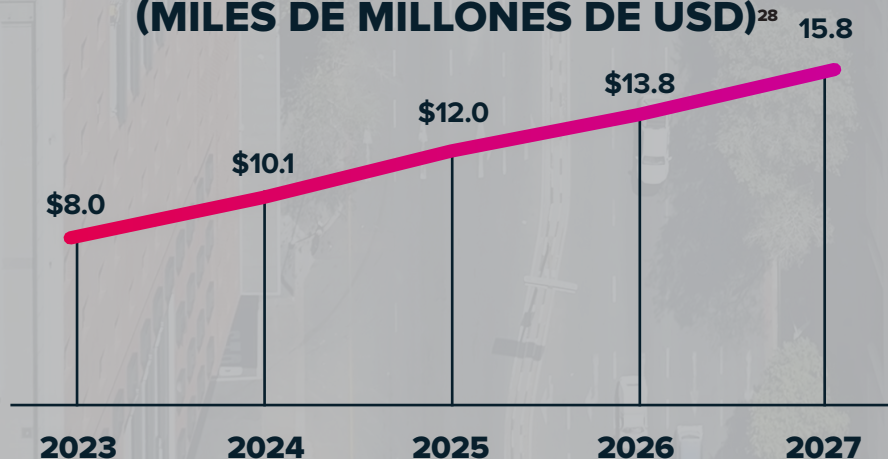
LA PARTICIPACIÓN
DEL ECOMMERCE
CRECIÓ UN
73%
EN 2024,
COMPARADO CON
EL 66% EN 2023

SE ESTIMA QUE EL ECOMMERCE
CROSS-BORDER CREZCA A UNA
TASA CAGR DEL 24% ENTRE 2023
Y 2027.

USD 1.2
MIL
MILLONES
EN 2023

SE
ESTIMAN
USD 2.9
MIL
MILLONES
EN 2027

VOLUMEN DE ECOMMERCE EN SUDÁFRICA
(MILES DE MILLONES DE USD)²⁸



Sudáfrica

El eCommerce en Sudáfrica está creciendo aceleradamente, impulsado por avances tecnológicos, mayor adopción digital e inclusión financiera. Como una de las principales economías de África subsahariana, el país ofrece grandes oportunidades para empresas que buscan expandir su presencia digital.

Se espera que el sector crezca a una tasa CAGR del 18% hasta 2027,²⁷

alcanzando los 15.8 mil millones de dólares, impulsado por el crecimiento de la clase media, un mayor acceso a internet y una mayor confianza en el eCommerce. Además, el mobile commerce ya representa el 70% de las compras online, gracias a la alta penetración de *smartphones* y a los planes de datos accesibles, especialmente entre los más jóvenes.

eCommerce por vertical (miles de millones de USD)							
	Videojuegos	Otros	Ventas minoristas	Aplicaciones de transporte y delivery	SaaS	Streaming	Viajes
2023	3%	4%	57%	8%	10%	3%	15%
2024	4%	3%	58%	7%	9%	3%	16%
2025	3%	4%	60%	6%	8%	3%	16%
2026	4%	3%	60%	6%	8%	4%	16%
2027	4%	3%	60%	6%	8%	4%	16%

eCommerce cross-border vs. doméstico (miles de millones USD)						
	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
	8,0	10,1	12,0	13,8	15,8	
Cross-border	1,2	1,6	2,0	2,3	2,9	24%
Nacional	6,8	8,4	9,9	11,4	13,0	17%

El eCommerce *cross-border* también está en auge, con una CAGR proyectada del 24% hasta 2027, alcanzando los 2.9 mil millones de dólares. Los consumidores sudafricanos recurren a *marketplaces* internacionales para comprar moda, electrónicos y bienes

de lujo, atraídos por una mayor variedad de productos y precios más competitivos.

Además, los sistemas de pago en tiempo real están impulsando la inclusión financiera, permitiendo que más consumidores participen en la economía digital. Billeteras

²⁷PCMI | ²⁸PCMI | ²⁹PCMI | ³⁰PCMI

digitales como *SnapScan* y *VodaPay* están ganando espacio, ofreciendo mayor conveniencia y seguridad, especialmente entre jóvenes y consumidores urbanos, y reduciendo el uso de efectivo en el eCommerce. comercio internacional.

¿Cómo destacar en el mercado sudafricano?

- **Apuesta por el mobile commerce:**

Con el 70% de las compras realizadas desde *smartphones*, es fundamental contar con plataformas optimizadas para mobile.

- **Ofrece métodos de pago locales:**

La adopción de *PayShap* y billeteras digitales mejora la accesibilidad y genera confianza en el *checkout*.

- **Ten precios competitivos:**

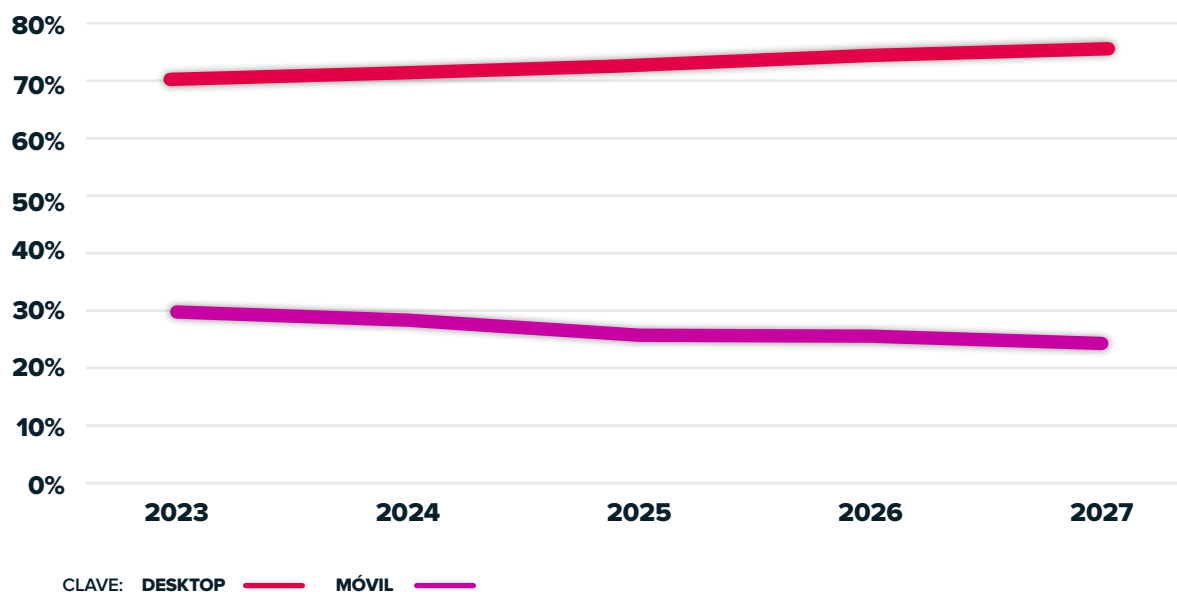
Ofrecer opciones de pagos a plazos y BNPL puede atraer a un público más amplio.

- **Transparencia en el eCommerce cross-border:**

Información clara sobre envíos, impuestos y tiempos de entrega es clave para generar confianza en los consumidores.

Con estas estrategias, las empresas pueden crecer y consolidarse en uno de los mercados de eCommerce más prometedores de África.

ECOMMERCE EN SUDÁFRICA POR DISPOSITIVO



El mercado de pagos en Sudáfrica

Sudáfrica combina métodos de pago tradicionales con soluciones innovadoras, impulsadas por avances tecnológicos y una mayor inclusión financiera. Para las empresas que buscan destacar en este mercado dinámico, comprender las preferencias de pago en constante evolución es clave para el éxito.

eCommerce por método de pago ³³					
Sudáfrica	2023	2024	2025	2026	2027
Transferencias bancarias	20%	22%	23%	22%	23%
Comprar ahora, pagar después	2%	2%	2%	2%	2%
Pagos en efectivo	4%	3%	3%	2%	2%
Tarjeta de débito	39%	41%	40%	40%	40%
Billetera digital	6%	6%	6%	6%	6%
Tarjeta de crédito (nacional)	3%	3%	3%	3%	3%
Tarjeta de crédito (internacionalmente)	42%	20%	20%	21%	21%
Otros	2%	2%	2%	2%	2%
Pago en efectivo contra entrega	4%	2%	2%	2%	2%

Tarjetas de crédito y débito:

las más utilizadas

Las tarjetas de crédito y débito siguen siendo el principal método de pago en el eCommerce sudafricano, gracias a la amplia aceptación de Visa y Mastercard y a la infraestructura bancaria consolidada en las áreas urbanas. Son ampliamente utilizadas para compras de alto valor y suscripciones.

instantáneos en Sudáfrica. Con transacciones 24/7 entre personas y empresas, el sistema amplía el acceso a los pagos digitales, especialmente para consumidores no bancarizados. Su adopción se espera que crezca rápidamente, ya que representa una alternativa más accesible y económica en comparación con las tarjetas.

Transferencias bancaria:

EFT instantáneo

Las transferencias electrónicas (EFTs) son el segundo método de pago más popular en el país. Permiten transferencias directas e inmediatas entre cuentas bancarias, ofreciendo una opción práctica y confiable para diversas transacciones financieras.

Billeteras digitales:

una tendencia en expansión

Soluciones como *SnapScan*, *Zapper* y *VodaPay* están ganando fuerza, especialmente entre consumidores jóvenes y adeptos del *mobile commerce*. Estas billeteras ofrecen pagos rápidos y seguros, y cada vez se utilizan más para compras en *apps*, pago de servicios y pequeñas transacciones.

Pagos en tiempo real:

el auge de PayShap

Lanzado en 2023, *PayShap* está revolucionando los pagos

Opciones basadas en efectivo:

uso en declive

Aunque el pago contra entrega (*cash-on-delivery*) sigue siendo relevante en algunas regiones rurales con acceso digital limitado, su uso está disminuyendo. Métodos como *PayShap* y billeteras digitales están volviéndose más accesibles y acelerando la transición hacia pagos electrónicos.

BNPL:

una oportunidad en crecimiento

Las soluciones de “Compra ahora, paga después” (BNPL), como *Payflex*, están empezando a ganar tracción, especialmente entre consumidores más jóvenes que buscan opciones de pago más flexibles. Aunque este mercado aún está en una fase inicial en Sudáfrica, el aumento de la educación financiera y la confianza en soluciones digitales podrían impulsar su adopción en los próximos años.

Nuvei ofrece soluciones personalizadas para empresas que operan en el mercado sudafricano, asegurando una integración fluida con tarjetas de crédito y débito, incluidas Visa y Mastercard, que siguen siendo ampliamente utilizadas para compras de alto valor.

Además, Nuvei se adapta a las preferencias del consumidor *mobile-first*, facilitando pagos a través de SnapScan, Zapper y VodaPay, lo que hace que las transacciones sean más accesibles y seguras, especialmente para compras en aplicaciones y transacciones pequeñas.

Por último, Nuvei ofrece flexibilidad para atender áreas rurales, permitiendo que las empresas combinen diferentes métodos de pago y aprovechen el crecimiento de tendencias emergentes, como BNPL.



Cómo tener éxito en el eCommerce en Sudáfrica

1. Genera confianza con los consumidores

Dado que el eCommerce aún se está consolidando en el país, la preocupación por fraudes sigue siendo un desafío importante. Para ganarse la confianza de los clientes, las empresas deben garantizar una experiencia de pago rápida y segura, además de reforzar la confianza en la calidad de los productos, entregas seguras y protección de datos.

2. Prioriza estrategias *mobile-first*

Con el 70% de las transacciones de eCommerce realizadas desde smartphones,³⁴ Sudáfrica es una economía *mobile-first*. Para tener éxito, las empresas deben asegurarse de que sus plataformas estén completamente optimizadas para dispositivos móviles, ofreciendo navegación rápida, carga ágil y un *checkout* simplificado. Apostar por aplicaciones propias e integrar billeteras digitales como *SnapScan* y *VodaPay* puede aumentar el engagement y mejorar las tasas de conversión.

3. Adáptate a los métodos de pago locales

Los sistemas de pago en tiempo real están en crecimiento, especialmente entre consumidores no bancarizados o sub-bancarizados. Para llegar a un público más amplio y fortalecer la confianza de los clientes, es esencial ofrecer billeteras digitales, tarjetas de crédito y débito, además de soluciones instantáneas como *PayShap*.

4. Atrae a consumidores sensibles a los precios

Los consumidores sudafricanos son altamente sensibles a los precios, por lo que es fundamental adoptar estrategias basadas en valor. Las empresas deben destacar descuentos, promociones y opciones de pago a plazos para atraer clientes que buscan mayor flexibilidad. En el eCommerce *cross-border*, garantizar costos de envío accesibles y transparencia en las tarifas aduaneras puede ayudar a reducir el abandono del carrito.

5. Supera los desafíos de infraestructura

Las limitaciones en infraestructura digital y logística en zonas rurales pueden dificultar el acceso al eCommerce. Para mitigar este desafío, las empresas pueden establecer alianzas con redes de entrega locales, asegurando mayor eficiencia y confiabilidad en el transporte de productos. Además, ofrecer opciones híbridas de pago, como *cash-on-delivery* combinado con incentivos digitales, puede ayudar a superar las barreras de conectividad.



³⁴PCMI

Personaliza la experiencia de compra en Sudáfrica

La diversidad cultural y lingüística de Sudáfrica requiere un enfoque localizado para conectar con diferentes perfiles de consumidores. Para generar mayor engagement, las empresas deben ofrecer soporte en varios idiomas, incluyendo inglés, zulú y afrikáans, además de adaptar promociones a festividades, tradiciones y eventos locales.

Este enfoque no solo fortalece la relevancia de la marca, sino que también impulsa la fidelización del cliente y mejora la experiencia de compra.

Apuesta por el social commerce:

Tener una presencia digital sólida es clave en Sudáfrica, donde los consumidores pasan en promedio 3 horas y 41 minutos al día en redes sociales, el segundo mayor tiempo de uso global, solo detrás de Kenia. En la Unión Europea y el Reino Unido, el promedio es de 1 hora y 48 minutos.³⁵

El 41% de los consumidores sudafricanos ya compran directamente en redes sociales, mientras que el 83% las usa para descubrir nuevas marcas. Esto hace esencial que las empresas desarrollen estrategias actualizadas de marketing digital y ventas en estas plataformas.³⁶

Al adoptar estas estrategias, las empresas pueden superar desafíos locales y aprovechar el potencial del eCommerce en Sudáfrica. Nuvei facilita esta adaptación con soluciones personalizadas que integran y billeteras digitales, garantizando pagos fluidos y accesibles para los consumidores.

³⁵GWII data | ³⁶PWC Voice of the Consumer Survey | 2024





An aerial night photograph of a city, likely Johannesburg, South Africa, showing a mix of modern high-rise buildings and older residential structures. Light trails from cars on a busy road are visible in the lower right. The sky is dark with some light flares.

“La competencia en el eCommerce de Sudáfrica todavía es relativamente baja en muchos segmentos, lo que representa una gran oportunidad para empresas internacionales que quieran ingresar a este mercado. Los consumidores sudafricanos están abiertos a probar nuevas marcas y productos, pero para ganárselos, las empresas deben invertir en estrategias efectivas de marketing digital y ofrecer precios competitivos o promociones atractivas.”



“Esa fue exactamente la estrategia que adoptó Amazon para ganar participación de mercado frente a Takealot.

Al mismo tiempo, los consumidores de clase media y alta son más exigentes con las marcas y tienden a preferir empresas bien establecidas, lo que representa una ventaja para las marcas reconocidas que buscan conquistar rápidamente a este público.”

Pilisa Matyholo | Director Nacional Sudáfrica | Spar

► Superar las barreras: Navegar los desafíos regulatorios y de consumidores

Expandirse a mercados de alto crecimiento, como Brasil y Sudáfrica, ofrece grandes oportunidades, pero las empresas deben enfrentar desafíos regulatorios y cumplir con las expectativas de los consumidores.

Superar estas barreras con estrategias efectivas es clave para lograr el éxito en estos mercados.

1. Gestionando la complejidad regulatoria

En Brasil, los altos aranceles de importación, la tributación compleja y las restricciones para transacciones internacionales representan desafíos significativos. Las tarifas de importación varían entre 20% y 60%, y las compras internacionales aún están sujetas a impuestos adicionales, como el IOF.

Recientes cambios regulatorios, como la eliminación de la exención de impuestos para compras menores a 50 USD,³⁷ han aumentado los costos tanto para consumidores como para empresas.

En Sudáfrica, el entorno regulatorio es más favorable para los negocios, pero aún existen desafíos, como infraestructura fragmentada en zonas rurales, altos costos de datos móviles y leyes de protección al consumidor en constante evolución. Además, las estrictas regulaciones de importación pueden afectar los tiempos de envío en el eCommerce *cross-border*.

Las alianzas con entidades locales o soluciones de Merchant of Record (MoR), como Nuvei, ayudan a simplificar la tributación y mejorar las tasas de aprobación de transacciones.

Para ganarse la confianza del consumidor, las empresas deben garantizar precios transparentes y cálculos fiscales precisos. Además, trabajar con operadores logísticos locales acelera las entregas y mejora la confiabilidad.

Mantenerse actualizado sobre regulaciones y derechos del consumidor es clave para garantizar cumplimiento normativo y credibilidad en el mercado.

³⁶GWJ data | ³⁶PWC Voice of the Consumer Survey | 2024 | ³⁷ "Programa Remessa Conforme. O que é? Como Funciona?", Receita Federal, <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior/manuais/remessas-postal-e-expressa/programa-remessa-conforme-o-que-e-como-funciona/programa-remessa-conforme-o-que-e-como-funciona-1>.



2. Fortaleciendo la confianza en los pagos digitales

A pesar de la amplia adopción de *PIX* en Brasil, muchos consumidores aún tienen preocupaciones sobre fraudes y seguridad digital. En Sudáfrica, el *cash-on-delivery* sigue siendo una opción popular, especialmente entre aquellos que no confían completamente en los pagos online. Este desafío es aún mayor en zonas rurales, donde la alfabetización digital puede ser limitada.

Para superar estas barreras, las empresas deben invertir en protección contra fraudes, políticas de reembolso transparentes y certificaciones de seguridad, garantizando una experiencia confiable. Además, ofrecer pagos híbridos, como *cash-on-delivery* combinado con incentivos para billeteras digitales, puede facilitar la transición hacia métodos digitales.

Las campañas educativas sobre la seguridad y los beneficios de los pagos online también juegan un papel clave en la construcción de la confianza del consumidor.

3. Cumpliendo con las expectativas de los consumidores

En Brasil, los consumidores buscan pagos flexibles y entregas rápidas, haciendo que *PIX* y los pagos a plazos sean clave para reducir el abandono del carrito. En Sudáfrica, el precio es determinante, especialmente en la clase media y zonas rurales. Para atraer a estos consumidores, las empresas deben garantizar precios claros, costos de envío accesibles y descuentos competitivos. En Brasil, integrar *PIX* y pagos a plazos alinea las estrategias con las preferencias locales. En Sudáfrica, invertir en logística eficiente mejora la experiencia de compra. Las empresas de comercio internacional deben priorizar envíos accesibles y transparencia en costos aduaneros para reducir el abandono del carrito.

4. Superando desafíos de infraestructura

Aunque las áreas urbanas cuentan con buena infraestructura, las zonas rurales de Brasil y Sudáfrica aún enfrentan problemas de conectividad y logística, limitando el crecimiento del eCommerce. Para ampliar su alcance, las empresas pueden aliarse con redes de entrega locales y optimizar sus plataformas móviles, facilitando el acceso de los consumidores. Además, colaborar con operadores locales para mejorar la conectividad y ofrecer pagos offline puede reducir barreras y acelerar el crecimiento del eCommerce en estas regiones.

5. Adaptándose a las diferencias culturales

En Brasil, el comportamiento del consumidor varía según la región. En São Paulo, la conveniencia y velocidad son prioridades, mientras que en ciudades más pequeñas, el costo-beneficio pesa más en la decisión de compra.

En Sudáfrica, la diversidad cultural y lingüística exige enfoques personalizados, reflejando la realidad de un país multirracial y multilingüe.

Para conectar mejor con estos públicos, las empresas deben invertir en campañas de marketing localizadas y ajustar sus ofertas y productos según las preferencias de cada región. Contar con sitios web en varios idiomas, como inglés y zulú, y adaptar promociones a eventos culturales, puede aumentar el engagement y la fidelización.

Aunque Brasil y Sudáfrica presentan desafíos regulatorios y diferencias en el comportamiento del consumidor, estas barreras pueden superarse con planificación estratégica y un enfoque personalizado.

Priorizar el cumplimiento normativo, la generación de confianza y la adaptación a las particularidades locales permite a las empresas aprovechar al máximo el potencial de estos mercados de alto crecimiento.

Nuvei impulsa esta expansión con soluciones localizadas, ofreciendo soporte para el cumplimiento regulatorio e integración de pagos adaptados a cada mercado, garantizando más seguridad y escalabilidad para las empresas que buscan superar desafíos regionales y crecer con confianza.



► Tendencias futuras: Cómo la tecnología está transformando el sector de pagos

El panorama mundial de los pagos evoluciona rápidamente, impulsado por los avances tecnológicos y los cambios en las expectativas de los consumidores, con varias tendencias clave establecidas para diseñar el futuro:

IA en la prevención de fraudes:

En los mercados de alto crecimiento, la Inteligencia Artificial (IA) se está volviendo fundamental para que las empresas analicen datos de clientes, como hábitos de compra e historial de navegación, permitiendo recomendaciones personalizadas y aumentando las tasas de conversión.

Además, la IA reduce pérdidas financieras, mejora la seguridad de los sistemas y disminuye las tasas de rechazo, optimizando el rendimiento de las empresas, especialmente en mercados con altos índices de fraude.

Pagos en tiempo real y

ecosistemas digitales: Los pagos instantáneos están convirtiéndose en la base de las economías digitales. La integración de pagos recurrentes y QR codes en estos sistemas refuerza su potencial para evolucionar hacia ecosistemas financieros completos, desafiando la infraestructura bancaria tradicional.

Blockchain e integración

con criptomonedas: El uso de blockchain y criptomonedas está ganando espacio en los mercados emergentes como una alternativa viable para pagos internacionales (*cross-border*), ofreciendo más eficiencia y seguridad en las transacciones.

La nueva era de los *marketplaces*

digitales: Al igual que en otras economías, los *marketplaces* digitales están creciendo rápidamente en los mercados de alto crecimiento.³⁸ Estas plataformas conectan vendedores con millones de clientes, permitiendo comparación de precios, una amplia variedad de productos y un alcance global, lo que está impulsando su adopción a gran escala.

Nuvei está a la vanguardia de tecnologías como IA, *blockchain* y soporte para criptomonedas, ofreciendo soluciones de pago escalables y preparadas para el futuro, alineadas con las demandas del mercado.

A través de IA, análisis avanzado de datos y *machine learning*, Nuvei optimiza pagos, reduce fraudes y mejora las tasas de aprobación de transacciones, incluso en entornos con regulaciones complejas.

Además, Nuvei es compatible con todas las stablecoins, incluidas las emitidas por empresas y USDC, en 14 *blockchains*, garantizando liquidaciones 24/7. El uso de stablecoins ayuda a reducir costos, mejorar el flujo de caja en las cadenas de suministro y acelerar los pagos internacionales y remesas.

³⁸The next wave of Digital Marketplaces (La próxima ola de marketplaces digitales) | OC&C | 2023

► **Conclusión:**

La ventaja de Nuvei en mercados de alto crecimiento

Nuvei ofrece una solución de pago integral que está adaptada a los mercados que crecen todo el tiempo y brinda soporte a los pagos en tiempo real, las billeteras digitales localizadas y las transacciones cross-border en varias monedas. Con más de 700 métodos de pago alternativos y la prevención de fraudes con IA, Nuvei les brinda a las empresas la flexibilidad, seguridad y adaptabilidad que necesitan para alcanzar el éxito en estas regiones dinámicas.

Al asociarse con Nuvei, pueden expandirse con confianza hacia los mercados más prósperos y aprovechar la experiencia localizada y la tecnología de vanguardia para ofrecer experiencias de pago sin problemas.

Experiencia local y flexibilidad: el soporte humanizado y la red global de adquirencia de Nuvei facilitan la expansión a nuevos mercados, sin la necesidad de cambiar de socios o adquirentes.

Soluciones integrales: la plataforma de pagos de Nuvei ofrece de todo, desde la prevención de fraudes hasta la integración de criptomonedas, lo que lo convierte en el socio ideal para las empresas que quieren llegar a los mercados de gran crecimiento.

Alcance global: Nuvei admite más de 700 métodos de pago alternativos (APM), lo que les permite a las empresas adaptar sus estrategias de pago a las preferencias locales.

Liquidaciones más rápidas: Nuvei ofrece pagos y retiros en tiempo real,

y acceso inmediato a los fondos, lo que es fundamental para mantener la liquidez en los mercados que avanzan rápidamente.

Adaptabilidad y cumplimiento: con experiencia en cumplimiento en varias jurisdicciones, Nuvei ayuda a las empresas a adaptarse mientras cumplen con las regulaciones locales.

Merchant of Record: Nuvei ofrece servicios de merchant of record, lo que permite a sus clientes procesar pagos como una empresa local, sin la necesidad de una presencia física, lo que simplifica significativamente las implicaciones fiscales locales y los requisitos regulatorios.

Nuvei y *Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI)* desarrollaron esta guía para ayudar a las empresas internacionales a navegar por el enorme potencial de los mercados de alto crecimiento en ocho países clave: Brasil, Chile, Colombia, Hong Kong, India, México, Sudáfrica y Emiratos Árabes Unidos (EAU).

De estos mercados, siete son considerados economías emergentes por el FMI, mientras que Hong Kong no solo es uno de los principales centros globales de comercio, negocios y finanzas, sino también un punto estratégico para inversiones en mercados emergentes, especialmente en China.

Esta guía se enfoca en Sudáfrica y Brasil, dos economías en rápido crecimiento en sus respectivas regiones, con el objetivo de ayudar a las empresas a aprovechar al máximo las oportunidades únicas que ofrecen.

► Metodología y enfoque

Para desarrollar los datos y análisis de cada mercado en el PCMI eCommerce Datapack, PCMI primero compila todos los datos disponibles públicamente de fuentes oficiales, incluyendo bancos centrales, autoridades bancarias, informes financieros de empresas, cámaras de comercio, asociaciones de comercio electrónico, asociaciones del espacio *fintech*, prensa local, informes de mercado, estadísticas gubernamentales y datos del Banco Mundial y de organizaciones internacionales afiliadas. El equipo de PCMI analiza los datos con un enfoque crítico, identificando brechas, errores e inconsistencias en estos datos para prepararlos para la investigación primaria.

A continuación, PCMI realiza entrevistas con stakeholders locales de la industria del comercio electrónico para aclarar, profundizar y simplificar los datos recopilados a través de investigaciones secundarias. Al crear este conjunto de datos en 2024, PCMI entrevistó a más de 80 ejecutivos de comercio electrónico, incluidos bancos, adquirentes, *gateways* de pago, proveedores de servicios de pago, comerciantes y consultores. Por último, PCMI realiza un análisis riguroso de los resultados primarios y secundarios, aprovechando la perspectiva de nuestros datos históricos recopilados desde que comenzamos a construir esta base de datos, en 2015, para llegar a los resultados finales.

La metodología adopta un enfoque de arriba hacia abajo, utilizando datos macro de la industria y la perspectiva de agregadores del sector (es decir, adquirentes y PSPs), en lugar de un enfoque de abajo hacia arriba, basado

en investigaciones con consumidores.

En la medida de lo posible, el conjunto de datos se construye utilizando números oficiales reales, tales como volúmenes oficiales de tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias y otros informes oficiales de métodos de pago. La investigación primaria combinada con el conocimiento institucional se utiliza para hacer las estimaciones y suposiciones necesarias para llegar a todas las divisiones en el conjunto de datos.

Las proyecciones se calculan basándose en la opinión de los stakeholders del sector y tienen en cuenta factores como la inflación, el crecimiento del PIB y la regulación. PCMI evita hacer proyecciones basadas en el lanzamiento de nuevos productos o funcionalidades, debido a la naturaleza impredecible de estos lanzamientos. Cabe recordar que PCMI se reserva el derecho de revisar datos históricos a medida que nueva información se haga disponible.

¿Cómo definimos eCommerce?

En este conjunto de datos, nuestro análisis de eCommerce abarca todas las compras en línea de bienes y servicios, independientemente del dispositivo o método de pago utilizado. Nuestro análisis incluye:

- Compras realizadas por ciudadanos locales utilizando todos los métodos de pago emitidos localmente
- Compras transfronterizas realizadas con métodos de pago emitidos localmente
- Compras B2C y B2B que pasan por el proceso de checkout de eCommerce
- Todos los sectores de productos y servicios, incluyendo viajes, retail y bienes y servicios digitales.

Minorista se define como: todos los productos físicos comprados directamente de la empresa o de un marketplace.

Viajes se definen como: servicios de viajes, incluyendo pasajes aéreos, alquiler de autos, paquetes turísticos, hoteles y estadías en Airbnb.

Transporte compartido y ride-sharing se definen como: servicios digitales que incluyen aplicaciones de transporte y entrega.

Juegos en línea se definen como: gastos en juegos en línea o compras dentro de juegos, que pueden jugarse a través de móvil, desktop o consola dedicada. No se incluyen apuestas deportivas, juegos de suerte o juegos de azar.

Streaming en línea se define como: *streaming* de video y música, normalmente adquirido por suscripción.

Otros se define como: productos y servicios digitales adicionales, incluyendo apuestas deportivas y juegos de azar en línea, educación en línea, descargas digitales, recargas de celular y compras recurrentes, como cuentas mensuales, pagos de seguros, mensualidades escolares, cuotas de asociaciones de condominios, estacionamiento, impuestos y licencias gubernamentales, si son pagados en línea a través de un *gateway* de eCommerce. Estos gastos no se incluyen si son pagados en línea a través de *internet banking* o débito directo de una cuenta corriente o de ahorros.



Pagos recurrentes en una tarjeta de crédito o débito están incluidos, así como pagos únicos a través de un portal ACH en línea, como el Botón PSE en Colombia.

SaaS se define como: la compra de software alojado en la nube a través de servicios en la nube, en lugar de la instalación de dicho software en una computadora u otro dispositivo. Nuestros datos incluyen compras de SaaS realizadas a través de un sitio web/proceso de checkout en línea, incluyendo modelos de suscripción y pago recurrente, como *Microsoft Office, Slack, Hubspot, Canva, Dropbox*, entre otros. Estas compras pueden ser utilizadas tanto para fines personales como empresariales, y ambas son capturadas en nuestros datos.

No incluimos compras de SaaS que no sean realizadas a través de un checkout en línea oficial, como pagos de facturas vía internet banking o transferencia bancaria.

Todos los métodos de pago emitidos localmente, incluyendo:

- Tarjetas de crédito y débito emitidas localmente,
- Transferencias bancarias en línea,
- Plataformas de pago en efectivo, como Oxxo en México o Fawry en Egipto,
- Billeteras digitales como *PayPal, MercadoPago, ApplePay*,
- Pago contra entrega y otros métodos de pago variados.



Observe las siguientes definiciones:

Observe las siguientes definiciones:

Pago en efectivo: una plataforma de pago que permite al comprador realizar un pedido en línea, recibir un código de barras o PIN exclusivo y usar ese código de barras o PIN para efectuar el pago en efectivo en un local de venta afiliado.

Estas plataformas frecuentemente permiten el pago a través de una transferencia bancaria en línea.

Ejemplos incluyen Oxxo en México y PagoFácil en Argentina.

Billetera digital: PCMI define una billetera digital como un método de pago que almacena cualquier fuente de financiamiento registrada, incluyendo tarjeta de crédito, tarjeta de débito, cuenta bancaria o saldo almacenado, y utiliza esta fuente de financiamiento para realizar el pago. El volumen de eCommerce entra en la categoría de billetera digital si la marca de la billetera es seleccionada en el checkout, incluso si una fuente de financiamiento diferente (como una tarjeta de crédito) es seleccionada como fuente final. Ejemplos incluyen billeteras de múltiples fuentes, como PayPal, TigoMoney y MercadoPago.

Nota: Billeteras digitales con tarjetas tokenizadas, o wallets de paso, como ApplePay, están incluidas en el volumen de tarjetas de crédito y débito.

Transferencias bancarias: cuando sea aplicable, PCMI nombra el formato específico de transferencia bancaria, como UPI o Pix. Si el formato de transferencia bancaria es seleccionado en el checkout, este volumen se clasifica como el formato de transferencia bancaria, y no por el banco o billetera digital utilizado para procesar el pago.

Compra ahora y paga después (BNPL): se define como un botón de pago ofrecido por una fintech de BNPL que permite al comprador financiar la compra en el momento del checkout, con múltiples métodos de pago, incluyendo tarjetas de crédito, tarjetas de débito, transferencias bancarias o efectivo. Ofertas de BNPL que ocurren dentro de un ecosistema de billetera (como MercadoCrédito) no se consideran aquí.

Métodos de pago híbridos: métodos de pago que reúnen varios de estos métodos bajo una única marca son especificados por su nombre, como PagoEfectivo y Fawry.



Notas específicas del país

Nuestras análisis excluye:

- Pagos por visitantes internacionales con métodos de pago emitidos internacionalmente
- Ventas realizadas en redes sociales y pagadas en efectivo o a través de soluciones de pago A2A (de cuenta a cuenta)
- Pagos P2P (persona a persona)
- En Sudáfrica, el InstantEFT se considera dentro de los métodos de pago por transferencia bancaria, como OZOW y Stitch.

Otras especificaciones técnicas

- A menos que se indique lo contrario, todas las monedas están expresadas en dólares estadounidenses.
- Tenga en cuenta que los números presentados en gráficos y tablas pueden no sumar exactamente debido a redondeos.

Nuestros números pueden no incluir el volumen de apuestas deportivas o juegos de azar en línea pagados a través de vales en efectivo u otros volúmenes que están fuera del alcance de los adquirentes de tarjetas y transferencias bancarias.





nuvei