



Guía de Expansión Global para mercados de alto crecimiento

PARTE 3: MÉXICO & HONG KONG



Índice



-
- 01** Resumen Ejecutivo
 - 02** Introducción
 - 03** Motores clave del crecimiento en los mercados de alto crecimiento
 - 04** Enfoque regional: México y Hong Kong
 - 05** México
 - 06** Hong Kong
 - 07** Tendencias en México
 - 08** Métodos de pago en México
 - 09** Tendencias en Hong Kong
 - 10** Tendencia de pago en Hong Kong
 - 11** Superar barreras:
Navegando desafíos regulatorios y del consumidor
 - 12** El papel de los socios de pago para superar desafíos
 - 13** Tendencias futuras:
El papel de la tecnología en los pagos
 - 14** Conclusión:
La ventaja de Nuvei en los mercados de alto crecimiento



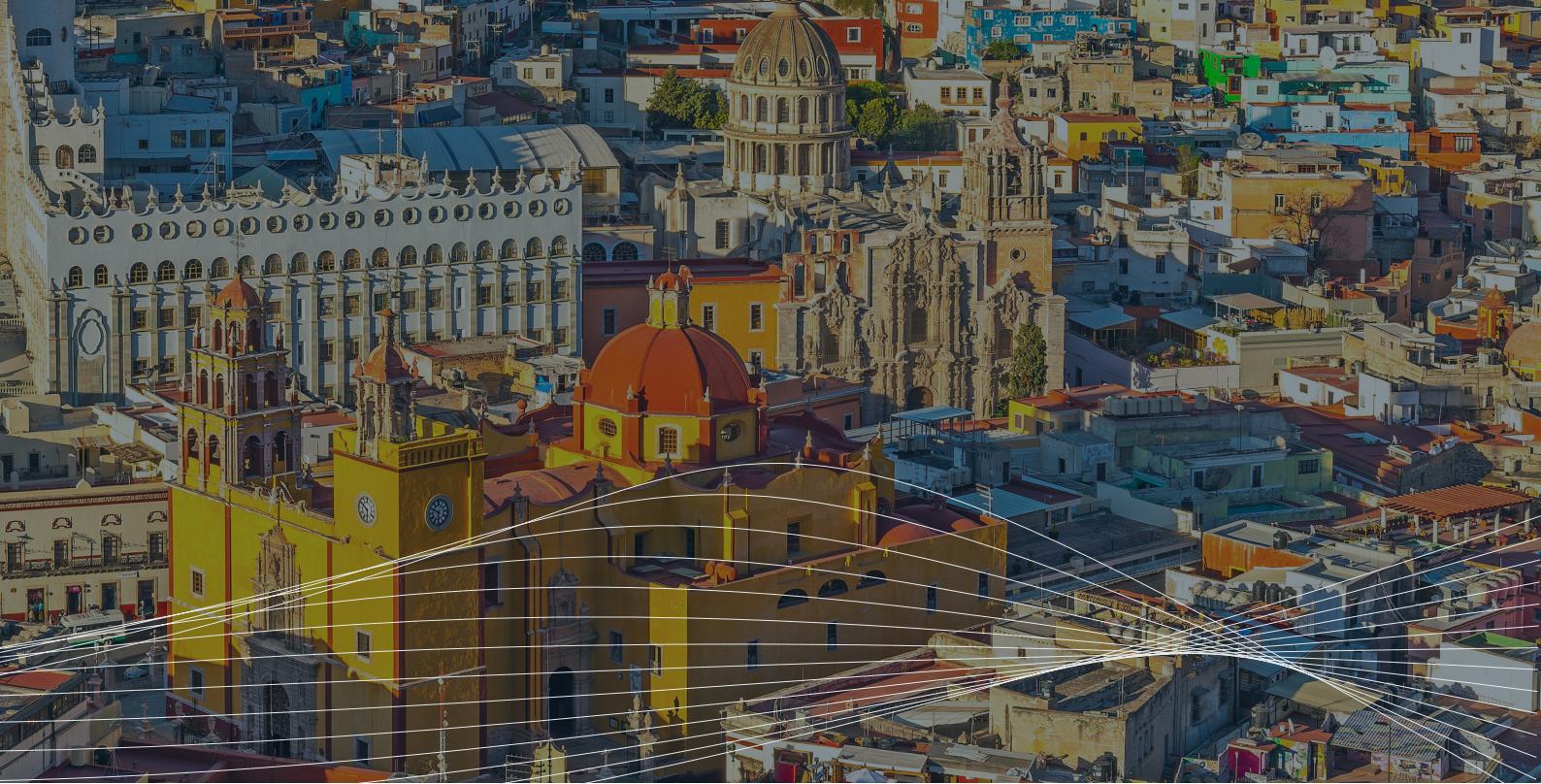
Resumen Ejecutivo



El panorama económico global está siendo moldeado por los mercados de alto crecimiento. Desde la perspectiva de pagos, estos mercados se caracterizan por economías en proceso de digitalización, industrias de eCommerce en expansión y preferencias de consumo muy marcadas. Las oportunidades para las empresas son enormes, pero conquistar estos mercados requiere experiencia y estrategia.

En esta tercera edición de nuestra Guía de Expansión Global, ponemos el foco en dos economías con enorme potencial: México y Hong Kong. Ambos operan como puertas de entrada clave, ya sea a América Latina o a China, y tienen un enorme mercado sin explotar.

México se perfila como un gigante digital en Latinoamerica, con una penetración de internet en constante crecimiento y un sector de eCommerce que no para de expandirse. Hong Kong, por su parte, destaca por la alta adopción de billeteras digitales y su ubicación estratégica como puente entre Occidente y China continental. Según las proyecciones de PCMI, juntos superarán los 214 mil millones de dólares en volumen de eCommerce para 2027.



En esta guía, exploramos los motores de crecimiento que impulsan a estas dos regiones, sus principales tendencias de pago y los cambios regulatorios en curso. Además, presentamos estrategias accionables (incluyendo soluciones Nuvei) para ayudar a las empresas a aprovechar al máximo estos mercados dinámicos.

Pero ojo: tener ambición no es suficiente. Para tener éxito en México y Hong Kong, hay que entender bien sus particularidades:

- Marcos regulatorios complejos (como el impuesto digital en México o las exigencias de cumplimiento en Hong Kong).
- Ecosistemas de pagos digitales en evolución, donde aún hay retos como los bajos niveles de bancarización en México.

- Preferencia por precios, monedas y experiencias locales.
- Adaptación tecnológica a los métodos de pago alternativos (APMs) locales, clave para mantenerse competitivo.

Adoptar una estrategia integral será la clave para entrar y crecer. Nuvei está a la vanguardia en soluciones de pago, ofreciendo servicios que incluyen consultoría local, red global de adquisición (más de 700 métodos de pago locales e internacionales), servicios de *Merchant of Record* y liquidaciones rápidas.

Con esta guía, consideramos la infraestructura, los comportamientos del consumidor y los cambios regulatorios que están transformando el comercio global. Es una mirada imprescindible para entender dos mercados que muestran señales muy prometedoras.



▶ Introducción

La creciente importancia de los mercados de alto crecimiento

México y Hong Kong están jugando un papel clave en el avance del eCommerce y la innovación financiera, impulsados por su rápida digitalización.

Las economías emergentes, como México, se espera que crezcan a un ritmo más rápido que los mercados desarrollados. Según el FMI, se proyecta un crecimiento promedio del 4% anual entre 2024 y 2029 para los mercados de alto crecimiento como México, más del doble del 1,7% estimado para economías avanzadas como Reino Unido, Japón o Canadá, y por encima del promedio global del 3,2%.¹

El eCommerce en México crecerá a una tasa promedio anual del 25% hasta 2027, alcanzando los USD 184,2 mil millones.² Este boom viene impulsado por la creciente penetración de internet, una clase media en expansión y la adopción de métodos de pago locales. Las billeteras digitales y los pagos en tiempo real están ganando cada vez más terreno, por lo que ofrecer experiencias de pago locales y sin fricción ya no es opcional.

En paralelo, Hong Kong se consolida como un líder global en comercio transfronterizo y pagos digitales: el 55% de las transacciones de

¹IMF's World Economic Outlook Database. IMF's World Economic Outlook Database. Considering the 20 emerging economies listed on Footnote 1. | ²PCMI | ³PCMI
| ⁴PCMI | ⁵PCMI



eCommerce provienen de empresas internacionales.³

Casi la mitad de los pagos online (44%) se hacen a través de billeteras digitales como *AlipayHK*, *WeChat Pay* y *PayMe*.⁴

El sistema de Pagos Rápidos (FPS) se ha convertido en un pilar clave de la economía digital de Hong Kong, permitiendo transferencias en tiempo real entre bancos y billeteras. FPS ha acelerado la adopción de pagos sin contacto y por código QR, fortaleciendo la reputación de la ciudad como hub de tecnología financiera.⁵

Para las empresas que buscan aprovechar mercados de alto

crecimiento como México y Hong Kong, Nuvei ofrece un paquete completo de consultoría y soluciones de pago. Con un profundo conocimiento de los ecosistemas de pago y el comportamiento del consumidor, Nuvei facilita entradas al mercado sin complicaciones. Sus soluciones permiten desbloquear nuevas oportunidades de crecimiento al ofrecer adquirencia local, soporte para pagos en tiempo real (RTP) y facilitación de transacciones cross-border, entre otras capacidades. Este enfoque a medida ayuda a las empresas a optimizar sus estrategias locales de pago y maximizar el potencial de ingresos en economías digitales en constante evolución.

► Motores clave del crecimiento en los mercados de alto crecimiento

La rápida expansión del eCommerce en mercados de alto crecimiento como México y Hong Kong está impulsada por una combinación de factores económicos, demográficos y tecnológicos. Ambos tienen perfiles únicos, pero también comparten algunas características clave que las empresas deben entender y a las que deben adaptarse.

Bases de consumidores digitales en expansión

En ambas regiones, los cambios demográficos están acelerando el crecimiento del eCommerce, pero especialmente en México. Los sectores de alto crecimiento suelen estar impulsados por poblaciones jóvenes y familiarizadas con la tecnología. La edad media en México oscila en los 30años, con una base de consumidores que ha crecido familiarizada con la banca móvil, compras online, redes sociales y pagos en tiempo real.⁶

El comercio transfronterizo entrante también está creciendo rápidamente: el 80% de los compradores online en México compraron en empresas internacionales en 2022, frente al 50% en 2021.⁷ Este cambio significativo se atribuye a factores como la disponibilidad de descuentos más sustanciales, la conveniencia que ofrece y el acceso a productos que no se comercializan en el país.⁸

En contraste, Hong Kong tiene una edad media más alta, de 47,4 años. Sin embargo, la región muestra altos niveles de participación y adopción de métodos de pago digitalizados.⁹ Como uno de los principales hubs financieros del mundo, Hong Kong se beneficia de políticas de libre comercio, baja carga impositiva y una infraestructura tecnológica altamente desarrollada. Funcionando prácticamente como una sociedad sin efectivo, que ha integrado de forma natural soluciones como las billeteras digitales en la vida cotidiana.

Ambas las regiones reflejan una tendencia común en los mercados de alto crecimiento: una demanda por experiencias de pago cómodas, rápidas y seguras, impulsada por la rápida adopción de nuevas tecnologías financieras.

⁶CIA – The World Factbook Database | ⁷"Mexico - eCommerce," International Trade Administration, <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/mexico-e-commerce>, consultado en septiembre de 2024. | ⁸Estudio de Venta Online - 2024," AMVO, <https://www.amvo.org.mx>, consultado en octubre de 2024. | ⁹CIA - The World Factbook Database | ¹⁰Mexican National Financial Inclusion Policy (PNIF) Brochure 'Politica Nacional de Inclusion Financiera', Page 3 | ¹¹PCMI | ¹²PCMI | ¹³World Bank Database

Avances tecnológicos impulsados por gobiernos e industria

Los gobiernos y las grandes marcas suelen influir en las preferencias de los consumidores. Esto es especialmente cierto en el caso de los métodos de pago de nueva generación. En México, las billeteras digitales (como *Mercado Pago*) y las soluciones de transferencia en tiempo real (por ejemplo, Dinero Móvil) están transformando el panorama de pagos. Los esfuerzos de inclusión financiera liderados por el gobierno, como la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF), tienen como objetivo aumentar el porcentaje de ciudadanos que poseen al menos un producto financiero (como cuentas bancarias, ahorros, crédito o seguros) al 77% para 2024, frente al 68% en 2018.¹⁰ El país está impulsando la adopción de pagos en tiempo real, con transferencias bancarias, billeteras digitales y métodos de pago alternativos que empiezan a restar protagonismo al efectivo y a las tarjetas de crédito.

En Hong Kong, el sistema *Faster Payment System* (FPS) ha revolucionado las transacciones en tiempo real, convirtiendo las transferencias instantáneas y de bajo costo entre bancos y billeteras en un estándar en la región. Como puerta de entrada a China continental, el potencial de Hong Kong para el comercio transfronterizo es enorme. Se espera que las ventas de eCommerce provenientes de empresas internacionales crezcan un 4%, alcanzando el 59% para 2027.¹¹

Comercio móvil y comercio transfronterizo

En México, el 75% de las transacciones de eCommerce se realizaron a través de dispositivos móviles en 2023 (un aumento del 27% desde 2019), y se espera que el volumen de transacciones móviles salte al 82% para 2027.¹² El crecimiento de las billeteras digitales y los pagos a plazos a través de plataformas Comprar ahora, pagar después (BNPL) está impulsando aún más la adopción del comercio móvil.

El panorama de eCommerce en Hong Kong está dominado por pagos transfronterizos y procesamiento multimoneda, ya que los consumidores compran frecuentemente a marcas globales. Los smartphones (con una tasa de penetración móvil del 96%) son omnipresentes, y el uso de billeteras digitales ha hecho que comprar internacionalmente sea fácil y accesible para casi cualquier consumidor en Hong Kong.¹³

Con el número de consumidores comprando a través de dispositivos móviles en niveles récord, las empresas deben optimizar sus plataformas digitales para responder a esta demanda. Esto puede lograrse de muchas maneras, desde integrar métodos de pago locales hasta simplificar experiencias de pago seguras. Al final, adaptarse a los comportamientos de compra en constante evolución es clave, especialmente en mercados competitivos y de rápido crecimiento como estos.

México

POBLACIÓN (2025)

**137.2
MILLONES**

ECOMMERCCE PENETRACIÓN
(2024)

74%

PARTICIPACIÓN DEL
MERCADO
CROSS-BORDER

21%

EN 2024, CON PROYECCIÓN DE
ALCANZAR 26% EN 2027

VOLUME DEL MERCADO
DE ECOMMERCE (2024)

**\$96.7
MIL MILLONES USD**

CRECIMIENTO ANUAL
COMPUESTO DEL
ECOMMERCE
(2023–2027)

25%

PARTICIPACIÓN DEL
COMERCIO MÓVIL

78%

EN 2024, PROYECCIÓN DE
ALCANZAR 82% EN 2027

Fuentes: World Bank Database, PCMI, International Trade Administration

¹⁴PCMI | ¹⁵PCMI | ¹⁶75. "Mexico - eComm
erce," International Trade Administration,
<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/mexico-e-commerce>, accessed in Setembro de
2024. | ¹⁷PCMI | ¹⁸PCMI | ¹⁹PCMI | ²⁰Strategic Insights into Mexico's E-Commerce Market,
Payments and Commerce Market Intelligence, 1 de Janeiro de 2024. <https://paymentscmi.com/insights/mexico-e-commerce-market/>, consultado en outubro de 2024.



► Enfoque regional: México & Hong Kong

México

México es el segundo mercado de eCommerce más grande de América Latina y una de las economías digitales de más rápido crecimiento. Con una población joven, conectada digitalmente y una penetración de internet del 81,2% en 2023, el país presenta un gran potencial aún por aprovechar.¹⁴

El sector de eCommerce está impulsado por industrias como retail, viajes y servicios digitales. El comercio minorista online representa el 75% de las transacciones totales, destacando que tres cuartas partes de los pagos online se realizan desde dispositivos móviles.¹⁵ En resumen, la mayor parte de la actividad ocurre vía smartphones.

El eCommerce transfronterizo ya es habitual en México, con el 79% de los compradores adquiriendo productos en tiendas internacionales. El acuerdo T-MEC facilita este comercio al reducir aranceles y barreras. La logística ha mejorado notablemente en la última década, y las ventas *cross-border* representaron el 20% del total en 2023. Se espera que esta cifra suba al 26% para 2027.^{17 18}

Las tarjetas de crédito habilitadas para compras internacionales fueron

el principal método de pago en 2023, con el 33% del gasto, aunque se espera una baja en los próximos años. Las tarjetas de débito, aunque menos populares históricamente en la región, crecen con rapidez. El uso de efectivo, que aún representa casi el 10% de los pagos, caería del 8% al 3% entre 2023 y 2027.¹⁹

Las billeteras digitales y transferencias en tiempo real (RTP) también están transformando el ecosistema de pagos. Sin embargo, el país aún enfrenta barreras como el acceso limitado a cuentas y herramientas financieras. En comparación con otros mercados emergentes, México presenta baja penetración de fintechs y cuentas bancarias. Según el Banco Mundial, el 49% de la población tenía cuenta en 2022, frente al 27,4% en 2011. La exclusión financiera se explica por factores como brechas geográficas y de género. PCMI estima una penetración del 58% en 2023, incluyendo billeteras digitales. Para empresas que ingresan a México, integrar métodos de pago locales, adaptar experiencias *mobile-first* y resolver retos logísticos será clave para triunfar en un mercado en constante crecimiento y modernización.²⁰

Hong Kong

POBLACIÓN (2025)

**7.78
MILLONES**

VOLUME DEL MERCADO
DE ECOMMERCE (2024)

**\$23.5
MIL MILLONES USD**

ECOMMERCE PENETRACIÓN
(2024)

95.6%

ECOMMERCE CAGR
(2023–2027)

10%

PARTICIPACIÓN DEL
MERCADO
CROSS-BORDER

56%

EN 2024, CON PROYECCIÓN DE
ALCANZAR 59% PARA 2027

PRINCIPALES BILLETERAS
DIGITALES:



微信支付
WeChat Pay



Alipay HK



Hong Kong

Hong Kong es un hub financiero global y un centro logístico clave, lo que lo convierte en un mercado estratégico para las empresas que planean expandirse en Asia. El sector de eCommerce en la ciudad está impulsado por una altísima penetración de internet (95.6% en 2024), una base de consumidores *mobile-first* y una red de comercio transfronterizo bien establecida.²¹

El dominio de las billeteras digitales como *AlipayHK*, *WeChat Pay* y *PayMe* representa poco menos de la mitad de todas las transacciones de eCommerce. En los últimos años también se ha acelerado la adopción de pagos por código QR y pagos sin contacto, respaldadas por iniciativas gubernamentales como el *Smart City Blueprint* de Hong Kong y el *Faster Payment System* (FPS), que facilitan transferencias peer-to-peer, recargas de billeteras y compras online para los residentes.

La posición geográfica de Hong Kong y su estatus diplomático como Región Administrativa Especial (SAR) de China son claves para canalizar la actividad transfronteriza a través de su mercado de eCommerce. Además, políticas de cero aranceles y un alto nivel de uso de tarjetas refuerzan este sector.²² La infraestructura desarrollada de la ciudad y su marco regulatorio amigable con los negocios son ideales para las empresas con ambiciones de ingresar en la región APAC.

Las empresas que buscan expandirse en Hong Kong deben priorizar billeteras digitales,

“Muchas empresas usan Hong Kong como trampolín para explorar los mercados de China y Asia, ya que aquí las regulaciones son mucho menos complejas. Su ubicación estratégica, ambiente favorable para los negocios, entorno internacional dinámico e infraestructura de clase mundial lo convierten en un hub clave para el eCommerce.”

Alvin Chan,
Director de Ventas
de Nuvei para Hong Kong

experiencias *mobile-first* y soporte multimoneda para atender a consumidores altamente conectados. Aprovechar el sistema FPS mejora la eficiencia y mantiene las tasas de conversión en un mercado de eCommerce competitivo y líder en pagos digitales.

²¹The World Bank Database | ²²PCMI

► Tendencias en México

Iniciativas gubernamentales que impulsan la digitalización

El gobierno mexicano ha hecho de la inclusión financiera y la infraestructura digital dos prioridades claras. El SPEI-CoDi (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios - Cobro Digital) fue introducido por el Banco de México en 2019 como un sistema de pagos en tiempo real basado en códigos QR. Su adopción ha sido baja debido a las tasas limitadas de aceptación por parte de empresas y consumidores. En 2023, el Banco de México lanzó DiMo (Dinero Móvil), una solución mejorada de pagos en tiempo real que permite transferencias instantáneas usando solo un número de teléfono.

Los expertos creen que el lanzamiento de DiMo impulsará las tasas de adopción, y se espera que las transferencias bancarias pasen del 6% al 10% de las transacciones de eCommerce para 2027.²³

Las iniciativas de digitalización han ayudado a que México se convierta en un mercado atractivo entre los de alto crecimiento, gracias a factores como sus bajas barreras de entrada y el crecimiento de su sector de comercio minorista online. En la edición 2021 del informe “*Doing Business*” del Banco Mundial, el país ocupó el puesto 60, por delante de

Brasil (124) y Colombia (67).

Dicho esto, México enfrenta desafíos históricos, como lo señala el Índice de Competitividad Mundial del IMD. Problemas de infraestructura, corrupción, eficiencia gubernamental y la falta de legislación específica sobre eCommerce han dificultado el progreso. El gobierno está abordando estos desafíos mediante inversiones y legislación.²⁴ Profeco (la Procuraduría Federal del Consumidor) aprobó en 2018 la norma no obligatoria “Norma Mexicana para Comercio Electrónico” (NMX-COE-001-SCFI-2018), que comenzó a definirlas mejores prácticas para proteger a los consumidores y guiar a las empresas en el establecimiento de una mayor presencia en el entorno digital del país.²⁵

Actualmente, el eCommerce en México está regulado por el Código de Comercio y varias leyes comerciales, junto con la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley de Comercio Exterior y la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Además, el aumento de regulaciones en ciberseguridad y los esfuerzos de protección al consumidor, como los que codifica Profeco, buscan generar mayor confianza en las transacciones digitales.

²³Para más información, vea: Andreas Farge, “DiMo and Financial Inclusion in Mexico,” PCMI, October 30, 2023. <https://paymentscmi.com/insights/dimo-financial-inclusion-mexico/>, consultado en octubre de 2024. | ²⁴IMD Competitiveness Index – Mexico: <https://www.imd.org/entity-profile/mexico-wcr/>, acessado em Outubro 2024 | ²⁵Vea, por ejemplo: “Norma Mexicana sobre e-commerce,” Economy Secretary – Mexican Government, <http://www.gob.mx/se/articulos/norma-mexicana-sobre-e-commerce?idiom=es>, consultado en octubre de 2024. | ²⁶“Estudio de Venta Online - 2024,” AMVO, <https://www.amvo.org.mx>, acessado em Outubro 2024. | ²⁷“Estudio de Venta Online - 2024,” AMVO, <https://www.amvo.org.mx>, consultado en octubre de 2024. | ²⁸75. “Mexico - eCommerce,” International Trade Administration, <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/mexico-e-commerce>, consultado en septiembre de 2024. | ²⁹PCMI | ³⁰PCMI

Una generación emergente de compradores de eCommerce

Según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), alrededor del 58% de los compradores online en México tenían entre 25 y 44 años en 2023.²⁶ Ese mismo porcentaje (58%) de los compradores online en México también fue identificado como perteneciente a las clases altas (A, B y C+ en la clasificación local). El segmento de menores ingresos (DE) representó solo el 6% de todos los compradores, aunque su participación iba en aumento, posiblemente debido

a la mayor accesibilidad de los teléfonos móviles y al incremento de la penetración de internet. Lo mismo ocurrió con la población no bancarizada, que representó solo el 9% de los compradores online en 2023.²⁷ Estas estadísticas indican que gran parte de la actividad de eCommerce en México, así como los cambios en las preferencias de pago, están siendo impulsados por consumidores jóvenes, financieramente saludables, que están entrando a la clase media.

Expansión del comercio transfronterizo

La mayoría de los compradores online en México (79%) realizaron compras internacionales, y las transacciones transfronterizas representaron una quinta parte (21%) del volumen total de eCommerce en 2024.²⁹ Se proyecta que esta participación crezca hasta el 26% para 2027. La tendencia hacia las

transacciones transfronterizas está impulsada por precios competitivos, la demanda de marcas internacionales y una sólida infraestructura logística. Esto es especialmente notable en el caso de los retailers de Estados Unidos, donde México se beneficia del acuerdo comercial T-MEC.

Alta penetración de smartphones impulsa el comercio móvil

El comercio móvil domina el panorama del eCommerce en México, con los dispositivos móviles representando el 77% de las transacciones online en 2023, una cifra que se espera que aumente al 82% para 2027.³⁰ Las suscripciones de telefonía móvil alcanzaron 100 por cada 100

personas en 2021, una cifra que casi con seguridad es aún mayor hoy en día.³¹ Este hito está alineado con la evidencia de que las preferencias de pago de los consumidores en México están migrando hacia la digitalización: experiencias basadas en *apps*, *checkouts* de un solo clic y soluciones de pago localizadas.

eCommerce por dispositivo en México					
	2023	2024	2025	2026	2027
Desktop	23%	22%	21%	19%	18%
Móvil		78%	79%	81%	82%

Una industria de eCommerce dominada por el comercio minorista online

El sector de comercio minorista online en México representa actualmente el 75% del mercado total de eCommerce, la participación más alta entre los ocho países analizados. Se espera que para 2027 alcance el 81%.

El sector ha mostrado una recuperación y aceleración significativas desde la pandemia de COVID-19, pasando de USD 17,1 mil millones en 2019 a USD 52,9 mil millones en 2023 — un aumento de más del 200%. Se proyecta que esta cifra alcance los USD 142,3 mil millones para 2027. Según la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), las categorías de mayor crecimiento en 2023 fueron ropa (41,7% de crecimiento), electrodomésticos (38,3%), bebidas no alcohólicas (37,2%) y productos de belleza y cuidado personal (32,7%).

Las *apps* de transporte y delivery siguen creciendo de forma constante año tras año, con un crecimiento anual compuesto (CAGR) esperado del 13%. Los actores clave en este mercado incluyen *Uber*, *Didi Food* y *Rappi*, que han ayudado a posicionar a México

como el segundo mercado de entrega de alimentos más grande de LATAM.³²

Otros verticales que se espera que crezcan rápidamente entre 2023 y 2027 incluyen SaaS, con un CAGR proyectado del 26%, y gaming (+17%), mientras que el sector de viajes se proyecta que se recupere rápidamente en el período pospandemia (+17%).³³

Según el informe de la AMVO, más del 90% de los compradores online mexicanos encuestados anticiparon que gastarían más en viajes durante el próximo año.³⁴ Para ilustrar lo rápido que está creciendo el mercado mexicano, la AMVO también encontró que el 21% de los encuestados realizó su primera compra online en la categoría de viajes en el último año.

eCommerce por vertical (miles de millones de USD)						
México	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
VídeoJuegos	2.2	2.5	2.8	3.0	4.1	17%
Otros	1.5	0.7	1.8	1.9	2.7	16%
Ventas minoristas	52.9	72.9	97.1	121.9	142.3	28%
Aplicaciones de transporte y apps	3.0	3.1	3.3	3.4	4.8	13%
SaaS	4.0	5.2	6.8	8.1	10.0	26%
Streaming	1.7	1.9	2.1	2.3	3.1	16%
Viajes	9.2	10.4	11.7	12.9	17.1	17%
Total	74.5	96.7	125.7	153.5	184.2	-

Fuentes: PCMI

³¹The World Bank database | ³²"Méjico, Segundo Mayor Mercado de Food Delivery En AL," El Economista, 19 de septiembre de 2024. <https://www.el-economista.com.mx/empresas/Mexico-segundo-mayor-mercado-de-food-delivery-en-AL-20240919-0121.html>, consultado en octubre de 2024. | ³³Estudio de Venta Online - 2024," AMVO, <https://www.amvo.org.mx>, consultado en octubre de 2024. | ³⁴Pulso:Viajes en Venta Online," AMVO, <https://www.amvo.org.mx/>, consultado en octubre de 2024. | ³⁵PCMI | ³⁶PCMI

► Métodos de pago en México

Aunque de manera gradual, los consumidores mexicanos están migrando hacia soluciones de pago digitales y en tiempo real. Las empresas que ingresan al mercado deben alinearse con las preferencias locales de pago para optimizar las tasas de conversión y mejorar la experiencia del cliente.

Billeteras digitales: *el método de pago de más rápido crecimiento*

Las billeteras digitales se encuentran entre las opciones de pago de más rápido crecimiento en México, con una expansión proyectada a una tasa compuesta anual (CAGR) del 30% entre 2023 y 2027.³⁵ *Mercado Pago, PayPal y Spin de Oxxo* dominan este espacio, ofreciendo transacciones

seguras y convenientes, especialmente para compras transfronterizas y comercio móvil. La adopción es más fuerte entre los consumidores jóvenes y las poblaciones urbanas, donde la penetración de smartphones y el compromiso con el eCommerce son más altos.

Cambio hacia el uso de tarjetas de débito

Como se mencionó anteriormente, las tarjetas de crédito siguen siendo confiables; sin embargo, México se diferencia de otros mercados de América Latina en que las tarjetas de débito son mucho más utilizadas en el eCommerce. De hecho, las tarjetas de débito son el segundo método preferido en eCommerce y se proyecta que, con el tiempo, superen a las tarjetas de crédito. Los emisores han ido habilitando gradualmente las tarjetas de débito para compras online mediante alianzas individuales con empresas y adquirentes locales.

Este cambio hacia las tarjetas de débito también puede estar motivado por la relativamente baja penetración de tarjetas de crédito

en el país y la falta de una solución de pago en tiempo real ampliamente adoptada, como el PIX de Brasil (CoDi, por ejemplo, ha tenido dificultades para ganar usuarios).

Se espera que la participación de las tarjetas de débito aumente del 38% al 46% de las transacciones online para 2027, mientras que el uso de tarjetas de crédito se proyecta que caiga del 29% al 21%.³⁶ Las principales redes de tarjetas como *Visa, Mastercard y American Express* son ampliamente aceptadas, pero el acceso limitado al crédito y la aversión al endeudamiento están haciendo que el débito sea la opción preferida para muchos consumidores.



“Para los consumidores mexicanos, la experiencia de pago online con tarjetas de débito es muy similar a la de las tarjetas de crédito, mientras que en otros países, como Brasil, la experiencia con débito es mucho peor.”

Juan Jorge Soto | Director General de Nuvei para América Latina

Volumen eCommerce por método de pago (miles de millones de USD)						
	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
Transferencias bancarias	3.7	5.6	8.4	12.6	18.8	50%
Compre ahora, pagar después	1.5	1.8	2.1	2.5	2.7	16%
Pago en efectivo	6.0	6.1	6.2	6.3	6.5	2%
Tarjeta de débito	23.2	37.1	55.7	71.2	85.5	39%
Billetera Digital	7.4	10.1	13.3	16.6	21.6	30%
Tarjeta de crédito (nacional)	1.9	2.1	2.3	2.6	2.9	12%
Tarjeta de crédito (internacionalmente)	24.7	27.7	31.0	34.7	38.9	12%
Otro	6.1	6.4	6.7	7.0	7.4	5%

Fuente: PCMI

El efectivo disminuye, pero sigue siendo relevante

A pesar del impulso hacia los pagos digitales, el efectivo sigue siendo una opción crucial para la población no bancarizada y sub-bancarizada en México. La economía informal basada en efectivo, aunque en disminución, está siendo transformada por la digitalización. Oxxo Pay, un método de pago basado en cupones, permite a los usuarios generar un código online y pagar en efectivo en las tiendas Oxxo, comenzando a cerrar la brecha entre las transacciones digitales y físicas.

Se espera que los pagos en efectivo caigan del 6% en 2024 a solo el 3% para 2027, impulsados por una mayor adopción de billeteras digitales, el aumento en la penetración de cuentas bancarias y los esfuerzos del Banco de México por promover los pagos digitales — siendo CoDi (2019) y DiMo (2023) los mejores ejemplos de ello.³⁷

Compre ahora, pagar después (BNPL) – un nicho que está creciendo

Las soluciones BNPL representan un segmento pequeño pero en expansión dentro del panorama de pagos en México, representando solo el 2% del gasto en eCommerce en 2024, una participación relativamente baja en comparación con otros países analizados como Colombia (4%) o los Emiratos

Árabes Unidos (8%).³⁸ A pesar de esto, el crédito a plazos ya es algo común en el comportamiento del consumidor mexicano. Como muchos compradores ya están acostumbrados a esta práctica, es razonable proyectar que el uso de BNPL crecerá en el futuro.

Tendencias alternativas y emergentes en pagos

Soluciones de pago específicas de retailers: Grandes comercios como *Liverpool* y *Walmart México (Walmex)*, que ya tienen una fuerte presencia física, están buscando fortalecer sus capacidades de eCommerce. *Walmex* ya se ha convertido en un jugador relevante en el espacio de supermercados online, ofreciendo opciones de pago digitales propias. El lanzamiento de programas de financiamiento para aumentar la lealtad de los clientes también se está volviendo cada vez más común entre los grandes

actores en México, como *Shopee Loyalty*, *Amazon Prime* y *Coppel Max*.

Entender e integrar los métodos de pago preferidos localmente — especialmente tarjetas de débito, billeteras digitales y transferencias bancarias en tiempo real— es esencial para que las empresas tengan éxito en el dinámico mercado del comercio digital en México.



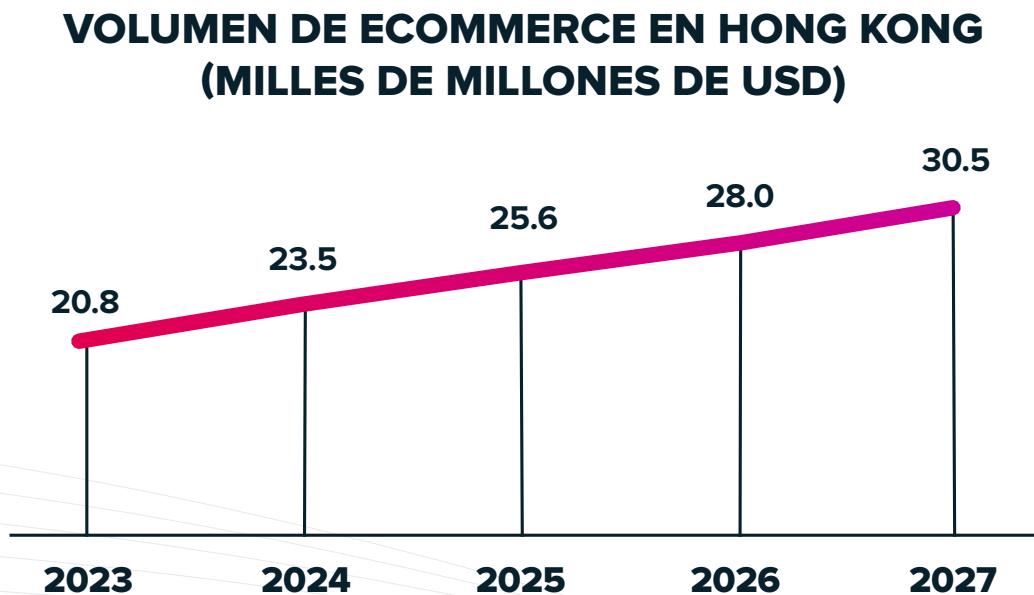
► Tendencias en Hong Kong

Una economía digital altamente conectada

El 96% de la población de Hong Kong tiene acceso regular a internet y las suscripciones de telefonía móvil alcanzan las 292 por cada 100 personas. Esto significa que Hong Kong tiene la tasa de suscripción móvil más alta del mundo.³⁹ Ser un mercado *mobile-first* ha ayudado a que el eCommerce prospere en la región, y las experiencias de pago digitales no solo son preferidas, sino esperadas. En 2024, el volumen de eCommerce en Hong Kong alcanzó los 23,5 mil millones USD, con proyecciones de llegar a 30,5 mil millones USD anuales para 2027.⁴⁰

Volumen de eCommerce (MILES DE MILLONES DE USD)				
2023	2024	2025	2026	2027
\$20.8B	\$23.5B	\$25.6B	\$28.0B	\$30.5B

Fuente: PCMI



³⁹World Bank Database | ⁴⁰PCMI

Logística e infraestructura eficientes para el crecimiento del eCommerce

La posición de Hong Kong como hub global de comercio y su infraestructura avanzada juegan un papel crucial en su mercado de eCommerce. La ubicación estratégica de la ciudad —como puerto natural y con frontera terrestre con China— permite un comercio transfronterizo

eficiente, con un 55% de las compras online provenientes de empresas internacionales en 2023. Se espera que este porcentaje aumente al 59% para 2027, impulsado por una sólida red logística, políticas de cero aranceles y una alta penetración de tarjetas de crédito.⁴¹

eCommerce por vertical (miles de millones de USD)						
Hong Kong	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
Ventas minoristas	\$8,3	\$9,4	\$10,6	\$11,7	\$12,9	12%
Viajes	\$5,2	\$5,8	\$6,2	\$6,7	\$7,4	9%
Aplicaciones de transporte y apps	\$3,9	\$4,2	\$4,4	\$4,5	\$4,8	5%
Videojuegos	\$0,2	\$0,3	\$0,3	\$0,4	\$0,4	19%
Streaming	\$0,6	\$0,7	\$0,7	\$0,8	\$0,8	6%
SaaS	\$0,9	\$1,3	\$1,5	\$1,6	\$1,8	18%
Otro	\$1,6	\$1,9	\$2,1	\$2,3	\$2,4	11%
Total	\$20,8	\$23,5	\$25,6	\$28,0	\$30,5	10%

Fuente: PCMI

Políticas gubernamentales que impulsan la transformación digital

El gobierno de Hong Kong sigue promoviendo la innovación digital a través de iniciativas como el *Smart City Blueprint* y el *Blueprint 2.0*, que se centran en introducir una serie de nuevos proyectos de infraestructura digital.⁴²

Como parte de la iniciativa *Blueprint*, inversiones como el Wi-Fi público gratuito en toda la ciudad, han ayudado a acelerar la adopción de pagos digitales. No obstante, el cambio más significativo ha venido de la mano del *Faster Payment System* (FPS), lanzado como parte del

esquema original del *Blueprint*, el FPS permite transacciones instantáneas entre bancos y billeteras digitales, reforzando la reputación de Hong Kong como líder en finanzas digitales.

En septiembre de 2024, la Autoridad Monetaria de Hong Kong (HKMA) inició la segunda fase del piloto de la moneda digital e-HKD, aunque los resultados aún están por conocerse.

⁴¹PCMI | ⁴²"Smart City Blueprint 2.0," Hong Kong Government, [https://www.smartcity.gov.hk/modules/custom/custom_global_js_css/assets/files/HKSmartCityBlueprint\(ENG\)v2.pdf](https://www.smartcity.gov.hk/modules/custom/custom_global_js_css/assets/files/HKSmartCityBlueprint(ENG)v2.pdf), consultado en octubre de 2024



El dominio de las billeteras digitales y los pagos alternativos

El ecosistema de eCommerce en Hong Kong depende en gran medida de las billeteras digitales, y se espera que el número de transacciones de eCommerce realizadas a través de ellas alcance el 46% para 2027.⁴³

Mientras tanto, los métodos de pago tradicionales como el efectivo

tienen una participación baja y siguen disminuyendo, representando actualmente solo el 2% de todos los pagos en eCommerce. Se proyecta que caiga hasta un mínimo del 1% en los próximos años.⁴⁴

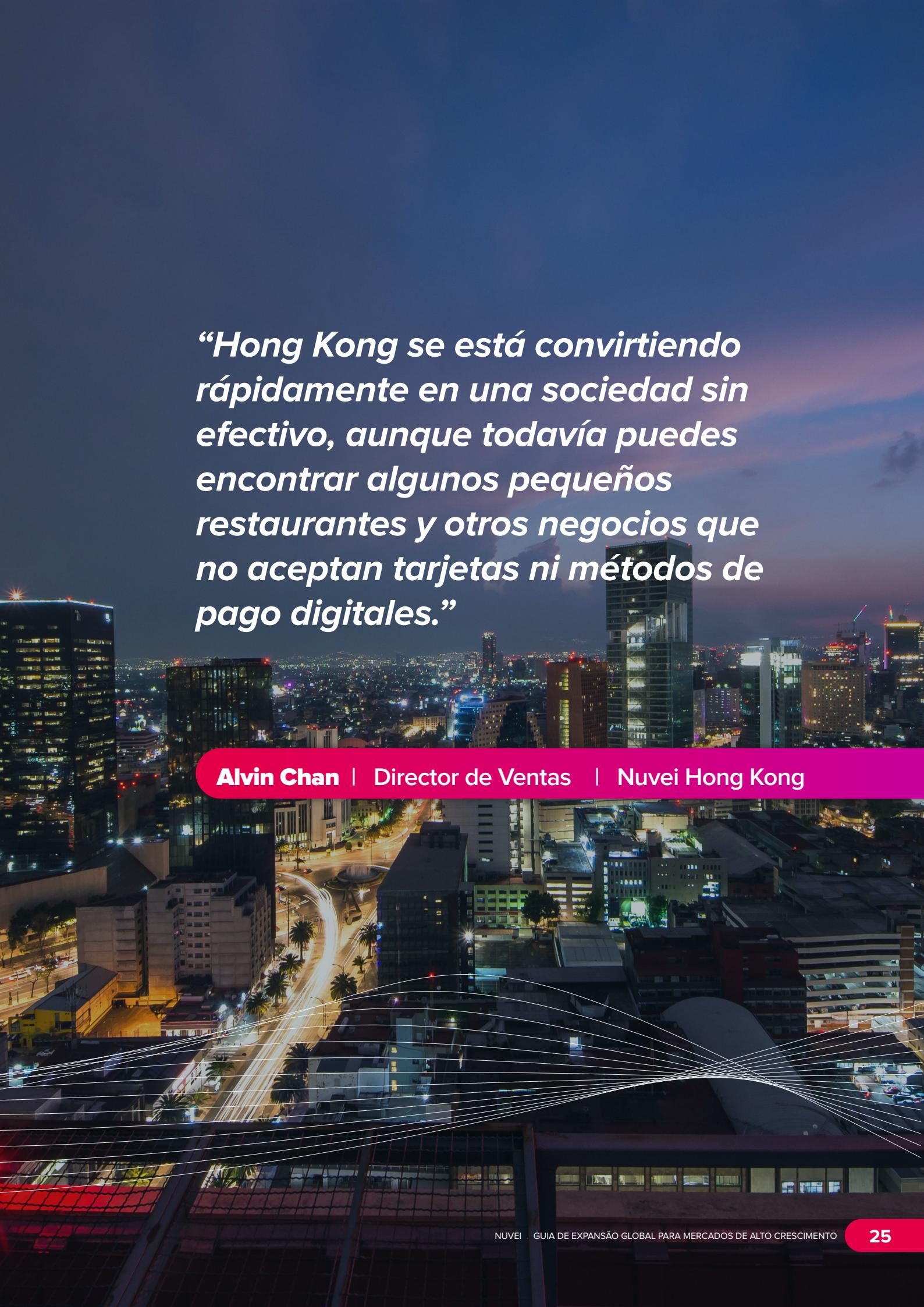
La demanda de conveniencia de los consumidores impulsa el crecimiento del eCommerce

El estilo de vida urbano y acelerado de Hong Kong ha incrementado la demanda de conveniencia en el eCommerce, con consumidores que prefieren experiencias de pago sin fricciones y servicios de entrega rápida. El dominio del comercio móvil sigue en aumento, con un 62% de las compras online realizadas a través de smartphones en 2023, se espera que esta cifra alcance el 64% para 2027.⁴⁵

Los comercios minoristas deben aprovechar plataformas *mobile-first*, finanzas integradas e incentivos personalizados a través de billeteras digitales para mantener el compromiso de los consumidores.

eCommerce por dispositivo en Hong Kong					
	2023	2024	2025	2026	2027
Desktop	38%	37%	37%	36%	36%
Móvil	62%	63%	64%	64%	64%

Fuente: PCMI



“Hong Kong se está convirtiendo rápidamente en una sociedad sin efectivo, aunque todavía puedes encontrar algunos pequeños restaurantes y otros negocios que no aceptan tarjetas ni métodos de pago digitales.”

Alvin Chan | Director de Ventas | Nuvei Hong Kong

► Tendencias de pago en Hong Kong

El ecosistema de pagos en Hong Kong se caracteriza por una alta adopción digital, capacidades de transacciones en tiempo real e integración de pagos transfronterizos.

Las billeteras digitales dominan

Las billeteras digitales siguen siendo el principal método de pago en Hong Kong, representando el 44% de los pagos de eCommerce en 2023 y con una proyección de crecimiento hasta el 46% para 2027.⁴⁶

WeChat Pay, AlipayHK e PayMe dominan el mercado, ofreciendo soluciones de pago integradas que mejoran la velocidad y la seguridad de las transacciones.

Volumen eCommerce por método de pago (miles de millones de USD)						
Hong Kong	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR 23/27
Tarjeta de crédito	8,7	9,9	11,0	12,0	\$13,2	11%
Tarjeta de débito	0,6	0,6	0,6	0,6	\$0,5	-4%
Pago en efectivo	0,6	0,5	0,4	0,4	\$0,4	-12%
Billetera digital	9,1	10,6	11,6	12,7	\$14,0	11%
Transferencias bancarias	0,6	0,8	0,9	1,0	\$1,1	16%
Compre ahora, pagar después	0,4	0,5	0,6	0,6	\$0,6	11%
Pago contra reembolso	0,0	0,0	0,0	0,0	\$0,0	-
Otro	0,6	0,6	0,6	0,7	\$0,7	3%
Total	20,8	23,5	25,6	28,0	30,5	10%

Fuente: PCMI

Las tarjetas de crédito siguen siendo fuertes

A pesar del auge de las billeteras digitales, las tarjetas de crédito y débito continúan desempeñando un papel importante, representando el 42% de las transacciones de eCommerce.⁴⁷ Las recompensas en efectivo (*cashback*), los programas de lealtad y la posibilidad de vincular las tarjetas a billeteras digitales explican su uso sostenido.

“Las tarjetas ofrecen programas de recompensas atractivos —ya sea a través de cashback o acumulación de millas de viaje— lo que aumenta su propuesta de valor para los clientes.”

Alvin Chan,
Director de Ventas de
Nuvei en Hong Kong

⁴⁶PCMI | ⁴⁷PCMI | ⁴⁸PCMI

El uso de efectivo está disminuyendo

El uso de efectivo en Hong Kong ha disminuido significativamente, representando solo el 3% de las transacciones en 2023.⁴⁸ Con la aceleración en la adopción de pagos digitales, se espera que esta cifra siga bajando a medida que más empresas y consumidores adopten soluciones de pago sin contacto y *mobile-first*.

Monedas digitales emergentes

La Autoridad Monetaria de Hong Kong (HKMA) está avanzando con su proyecto de moneda digital e-HKD, con investigaciones y programas piloto en curso. Se esperan los resultados de esta iniciativa en 2025, y un lanzamiento exitoso podría modernizar aún más el ecosistema de pagos digitales en Hong Kong.

Crecimiento del eCommerce transfronterizo

El entorno comercial internacional de Hong Kong está impulsado por políticas sin aranceles, una logística robusta y un amplio uso de tarjetas de crédito habilitadas internacionalmente, lo que facilita la mayoría de las transacciones para los consumidores hongkoneses.

El panorama de pagos en Hong Kong está a la vanguardia de la innovación y ejemplifica el potencial de las billeteras digitales, los pagos en tiempo real y las experiencias de

compra *mobile-first*. Las empresas que quieran tener éxito en este mercado deben integrar soluciones de pago localizadas, sin fricciones, que se alineen con las expectativas del consumidor y respalden transacciones transfronterizas fluidas.

► Superar barreras: navegando desafíos regulatorios y del consumidor

- **México:** Regulaciones fiscales complejas, dependencia continua del efectivo y riesgos de fraude representan desafíos para las empresas que buscan escalar.
- **Hong Kong:** Requisitos estrictos de cumplimiento, alta competencia y regulaciones de privacidad del consumidor en constante evolución.

Expandirse en mercados de alto crecimiento como México y Hong Kong ofrece enormes oportunidades, pero las empresas deben estar bien preparadas. Aunque ambos mercados tienen todas las características de sectores de eCommerce de rápido crecimiento, también presentan desafíos únicos que las empresas deben abordar para garantizar una entrada exitosa.

Complejidad regulatoria y cumplimiento

En México, las regulaciones fiscales pueden ser complicadas, especialmente para las empresas extranjeras que manejan el IVA en servicios digitales (16%) y las transacciones de eCommerce transfronterizo. Cumplir con las leyes de protección al consumidor (reguladas por Profeco) y con las normas locales de procesamiento de pagos es clave para evitar problemas legales.

Por otro lado, aunque el entorno de negocios en Hong Kong es muy favorable, aún exige cumplir con

estrictas políticas contra el lavado de dinero (AML), regulaciones de protección de datos del consumidor y supervisión de transacciones transfronterizas. Las empresas deben cumplir con la Ordenanza de Datos Personales (Privacidad) (PDPO), que regula la recopilación, almacenamiento y uso compartido de datos. Además, los requisitos de informes financieros y las regulaciones comerciales están sujetos a cambios debido al papel de Hong Kong como *hub* comercial estratégico y su relación diplomática con China.





Riesgos de fraude y confianza del consumidor

Latinoamérica tiene una de las tasas más altas de fraude en pagos a nivel mundial, con ciberdelincuentes que atacan transacciones de eCommerce, *phishing* y contracargos no autorizados. Las empresas deben aplicar medidas sólidas de autenticación, detección de fraude con IA (cuando sea posible) y tokenización para reducir riesgos y proteger los datos de los clientes. Actualmente, Profeco supervisa las tiendas online en México y busca establecer estándares comerciales más estrictos. La ordenanza no obligatoria de 2018, “Norma Mexicana para Comercio Electrónico” (NMX-COE-001-SCFI-2018), exige que los sitios web cuenten con mecanismos para que los compradores presenten quejas o resuelvan dudas. También orienta sobre publicidad, derechos del consumidor, devoluciones y manejo de datos personales. Aunque no es obligatoria, sirve de referencia para las entidades que regulan el eCommerce en México.

De manera similar, Hong Kong enfrenta crecientes amenazas de ciberdelincuencia debido a su fuerte dependencia de servicios online y en la nube. Estas amenazas incluyen robo de identidad, *phishing* y toma de control de cuentas. Dado el alto uso de billeteras digitales en la ciudad, las empresas pueden implementar verificación biométrica, monitoreo de transacciones en tiempo real y tecnologías de encriptación para garantizar experiencias de pago digital más seguras.

La confianza del consumidor es fundamental en ambos mercados, y las empresas que no ofrezcan soluciones de pago seguras y resistentes al fraude corren el riesgo de dañar su reputación y perder ventas.

Competencia de mercado y necesidad de localización

Tanto México como Hong Kong tienen entornos de eCommerce altamente competitivos, lo que hace que la localización sea esencial para tener éxito.

En México, las soluciones de pago basadas en efectivo todavía tienen un papel, particularmente a través de Oxxo Pay y sistemas similares basados en cupones que atienden a consumidores no bancarizados. El aumento en el uso de tarjetas de débito y billeteras digitales está transformando el mercado, lo que obliga a las empresas a ofrecer múltiples métodos de pago en lugar de habilitar solo un servicio local específico.

Por otro lado, el panorama de pagos en Hong Kong está altamente digitalizado, con casi la mitad de todas las transacciones de eCommerce realizadas mediante billeteras digitales en 2023. Las empresas deberían buscar integrar soluciones de pago por código QR y sin contacto, garantizando transacciones eficientes a través de AlipayHK, WeChat Pay y PayMe. Además, los consumidores de altos ingresos en Hong Kong esperan opciones de pago rápidas, sin fricciones y multimoneda, lo que convierte la optimización de pagos transfronterizos en una prioridad.

El papel de los socios de pago para superar desafíos

Para navegar con éxito estos desafíos, las empresas deben asociarse con proveedores de pago experimentados que puedan ofrecer soluciones localizadas y experiencia regulatoria.

Nuvei ayuda a las empresas a garantizar el cumplimiento de las regulaciones fiscales, las leyes de protección de datos y los requisitos de prevención de fraude en México y Hong Kong. A través de la detección de fraude impulsada por IA, el monitoreo en tiempo real de las transacciones y el procesamiento seguro de pagos, Nuvei ayuda a las empresas a minimizar riesgos y fortalecer la confianza del consumidor.

Además, la red global de pagos de Nuvei ofrece:

- Más de 700 métodos de pago

- Cobertura en más de 200 mercados y adquisición local en más de 50
- Procesamiento multimoneda, clave para el comercio transfronterizo
- Integración fluida de billeteras digitales, alineada con las preferencias locales
- Opciones de pago a plazos y métodos alternativos, que impulsan mayores tasas de conversión

Al aprovechar el profundo conocimiento del mercado y las tecnologías avanzadas de pago de Nuvei, las empresas pueden ingresar a mercados de alto crecimiento con operaciones optimizadas, baja fricción en el *checkout* y experiencias de pago ideales.

► Tendencias futuras: el papel de la tecnología en los pagos

A medida que el eCommerce y las transacciones digitales continúan evolucionando, las empresas necesitarán mantenerse un paso adelante. Las innovaciones giran en gran medida en torno a tres pilares para los consumidores: confianza, velocidad y conveniencia.

Los pagos en tiempo real, la prevención de fraude impulsada por IA y las finanzas embebidas están desempeñando un papel clave en el tipo de experiencias de pago que prefieren los consumidores. Estos avances no solo mejoran la experiencia de los clientes actuales, sino que también pueden impulsar la inclusión financiera y habilitar un mayor volumen de comercio transfronterizo.

Pagos en tiempo real y open banking

Uno de los avances más importantes en el mundo de los pagos es el crecimiento de los sistemas de pagos en tiempo real, que están transformando los ecosistemas financieros.

En México, los sistemas SPEI-CoDi y DiMo, respaldados por el gobierno (ver “Tendencias en México”), se han consolidado como habilitadores clave del RTP. A la vez, el marco de *Open Banking*, alineado con la Ley Fintech, impulsa la innovación financiera al permitir que las empresas ofrezcan soluciones de pago personalizadas mediante integraciones con terceros.⁴⁹

En Hong Kong, el *Faster Payment System* (FPS) es un pilar esencial de la economía digital, facilitando transacciones instantáneas y de bajo costo entre bancos y billeteras digitales. Su adopción ha crecido entre empresas y consumidores, que lo usan cada vez más para

“Hong Kong tiene una economía abierta con una política monetaria liberal. Con un acceso generalizado a tarjetas de crédito y débito, el comportamiento de pago en Hong Kong está más alineado con el de los países desarrollados.”

Xiaoxi Zhang
Directora de Producto
de Nuvei para la región APAC

operaciones transfronterizas, cumpliendo con las normativas. Prácticas como el *open banking* siguen expandiéndose, fortaleciendo la transparencia financiera y la competencia regional. Las empresas que integran APIs pueden ofrecer servicios más personalizados, mejorando la retención de clientes y la experiencia de pago.

⁴⁹ ‘LAW TO REGULATE FINANCIAL TECHNOLOGY INSTITUTIONS’,
<https://www.banxico.org.mx/regulations-and-supervision/d/%7BBCED7618-FED0-6513-EB07-28D9B60CE0FC%7D.pdf>

Prevención de fraude impulsada por IA

En México, donde las tasas de fraude online están entre las más altas de América Latina, los sistemas de seguridad con inteligencia artificial ayudan a detectar transacciones no autorizadas, intentos de *phishing* y fraudes por contracargo. Las herramientas de prevención de fraude que utilizan algoritmos de *machine learning* permiten detectar actividades sospechosas en tiempo real, minimizando falsos rechazos y mejorando la seguridad de las transacciones.

De manera similar, el estatus de Hong Kong como hub financiero global lo convierte en un objetivo para amenazas ciberneticas, como robo de identidad, toma de cuentas y estafas de *phishing*. El uso generalizado de billeteras digitales ha incrementado la necesidad de autenticación biométrica, tokenización y monitoreo de fraude basado en IA. Las empresas que invierten en detección de fraude impulsada por inteligencia artificial pueden reforzar la seguridad, reducir contracargos y mantener la confianza de sus clientes.



Finanzas embebidas y super-apps

Las finanzas embebidas y los ecosistemas de super-apps están redefiniendo la forma en que los consumidores interactúan con los servicios financieros en México y Hong Kong.

En México, fintechs como *Stori*, *Finvera* y *Mercado Pago* están integrando billeteras digitales, servicios de préstamos y productos de seguros directamente en las plataformas de eCommerce, brindando a los consumidores experiencias financieras integradas. El auge de los pagos en tiempo real y las opciones de financiamiento alternativas (como pagos a plazos y soluciones de crédito flexibles) han convertido a las finanzas embebidas en un motor clave del crecimiento del eCommerce.

En Hong Kong, super-apps como *AlipayHK* y *WeChat Pay* están transformando el comercio digital, ofreciendo a los consumidores una plataforma todo-en-uno para pagos, préstamos, inversiones y eCommerce. Estas apps dominan los pagos con códigos QR y sin contacto, y las empresas que buscan expandirse en Hong Kong deben garantizar una integración fluida con estos ecosistemas para potenciar la participación y las tasas de conversión.

Las empresas que sepan adoptar estos avances podrán optimizar sus soluciones de pago. Ya sea que la prioridad sea la seguridad, la accesibilidad o la eficiencia transfronteriza, quienes se digitalicen estarán bien posicionados para triunfar en mercados tan dinámicos como México y Hong Kong.

▶ **Conclusión:**

La ventaja de Nuvei en los mercados de alto crecimiento

Nuvei ayuda a las empresas a navegar por las complejidades de mercados como México y Hong Kong, ofreciendo la infraestructura y la experiencia necesarias para escalar.

Con una cobertura amplia y soluciones localizadas, Nuvei permite que las empresas se expandan globalmente mientras mantienen experiencias de pago sin fricciones, seguras y alineadas con la normativa. Las empresas pueden confiar en las capacidades avanzadas de Nuvei, que incluyen:

- Más de 700 métodos de pago locales y globales, garantizando que las empresas puedan atender diversas preferencias de los consumidores.
- Cobertura en más de 200 mercados y adquirencia local en más de 50 países, permitiendo una expansión fluida en regiones de alto crecimiento.
- Transferencias ACH y bancarias, que ofrecen un procesamiento de pagos eficiente y seguro.
- Soporte para tarjetas, billeteras digitales, BNPL y criptomonedas, alineándose con tendencias modernas y alternativas de pago.
- Servicios de *Merchant of Record*, simplificando el cumplimiento regulatorio al gestionar impuestos, transacciones transfronterizas y políticas de eCommerce.
- Herramientas avanzadas de prevención de fraude impulsadas por IA, reduciendo contracargos, amenazas ciberneticas y transacciones no autorizadas.
- Capacidades de transacciones transfronterizas fluidas, optimizando la conversión de divisas, pagos multimonedas y procesos de liquidación.

Estas soluciones son especialmente relevantes en México, donde los pagos en tiempo real y la inclusión financiera crecen rápidamente, y en Hong Kong, donde las billeteras digitales y el comercio transfronterizo dominan el panorama del eCommerce. Al integrar adquirencia local y tecnologías de pagos en tiempo real, Nuvei permite a las empresas optimizar tasas de conversión y satisfacción del cliente.

Para las empresas que buscan escalar de forma eficiente en mercados de alto crecimiento, Nuvei ofrece experiencia, tecnología y alcance global para impulsar su expansión en mercados como México, Hong Kong y otros en el mundo. Con soluciones localizadas y profundo conocimiento de mercado, Nuvei ayuda a superar barreras regulatorias, fortalecer la seguridad de los pagos y desbloquear nuevas oportunidades de ingresos en economías digitales dinámicas.

► 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. Estas gastos no se incluyen si son pagados en línea a través de *internet banking* o débito directo de una cuenta corriente o de ahorros.

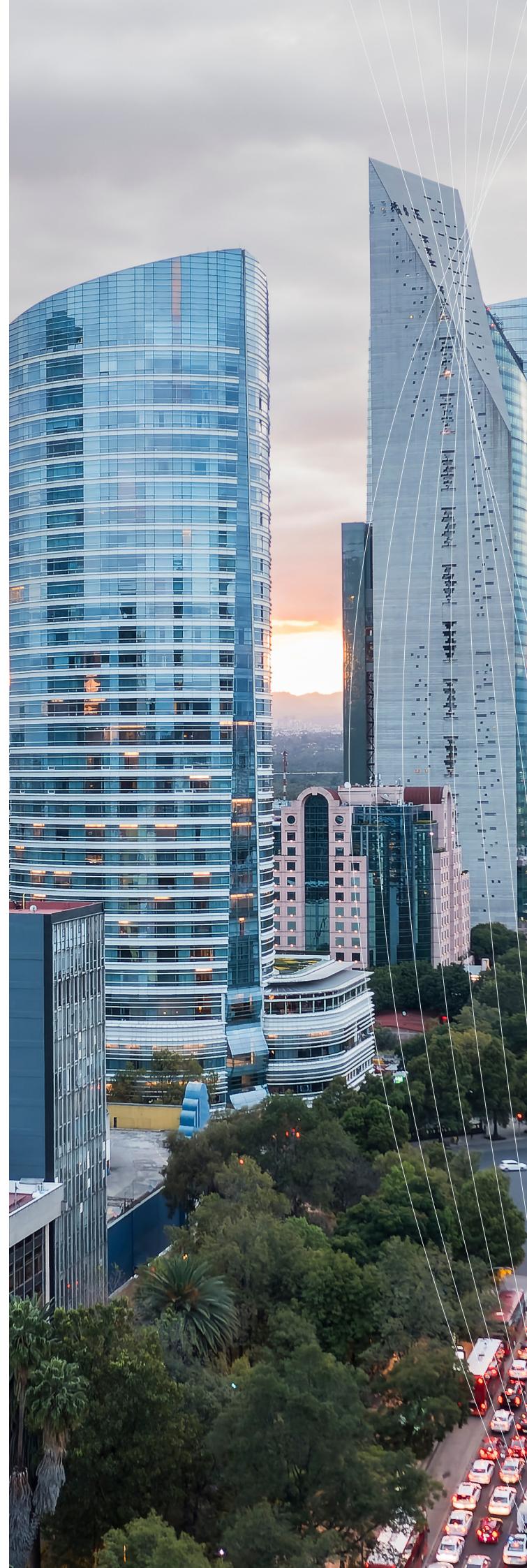
Pagos recurrentes en una tarjeta de crédito o débito están incluidos, así como pagos únicos a través de un portal ACH en línea, como el Botón PSE en Colombia.

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