



E-commerce transfronterizo:

Una oportunidad de
crecimiento para

LATAM



Créditos

E-commerce transfronterizo: Una oportunidad de crecimiento para LATAM.

Realizado y distribuido por:

Kushki | www.kushki.com | [LinkedIn/Kushki](#)

Fuentes de información:

Paper Ebanx | Digital payments connecting businesses and people in rising economies

Statista | Total cross-border payments revenue in LATAM

Getbyrd | Navigating cross-border e-Commerce from Latin America

Redacción y Contenido:

Estefania Cervantes Reyes

Diseño y Diagramación:

Lina Rodríguez Arévalo

Índice

01 ¿Cuáles han sido los principales motores para el e-commerce en LATAM?

Pág. 05

02 ¿Qué factores favorecen la tendencia del e-commerce transfronterizo?

Pág. 07

03 Latinoamérica gana terreno frente a cualquier otra región del mundo.

Pág. 08

04 LATAM en el foco mundial

Pág. 09



05 Proveedores de servicios de pago PSP: ¿Cuál es su papel en el comercio transfronterizo?

Pág. 10

06 El volumen transfronterizo en la región.

Pág. 12

07 Introduciéndonos en los medios de pago.

Pág. 14

08 El consumidor latinoamericano está madurando.

Pág. 20

09 ¿Por qué es tan importante el e-commerce transfronterizo entre Europa y América Latina?

Pág. 21

10 ¿Cómo quieren pagar los usuarios por sus compras internacionales?

Pág. 22

Introducción

Una oportunidad de crecimiento para LATAM

Cuesta creer que **97 millones de latinoamericanos** compraron por primera vez en **internet** durante la **pandemia**. Aún así, el comercio electrónico es un pilar fundamental de los **pagos digitales** y, a menudo, un impulsor de su adopción.



Latinoamérica no para y continúa avanzando incluso tras el auge del COVID-19, con un total de **\$509.000 millones de dólares en 2023**, lo que supone un aumento del **27% respecto al año anterior**.

¿Cuáles han sido los principales motores para el e-commerce en LATAM? —————

- ✚ El **acceso digital casi universal** es uno de los principales motores de este crecimiento.
- ✚ El **acceso a internet** en los seis principales mercados de América Latina ha alcanzado el **93%**.
- ✚ La **penetración de los teléfonos inteligentes** en la región supera ya el **80%**.
- ✚ La **inclusión financiera**: en **2017**, solo el **54%** de la población de la región tenía algún tipo de cuenta financiera. Hoy, esta cifra se ha disparado hasta el **85%**.

Sumando todos estos factores, se crean las condiciones perfectas para que **más del 81% de los latinoamericanos participen en el comercio electrónico total**, impulsando la industria a una **tasa de crecimiento anual compuesta del 23% hasta el 2026**.

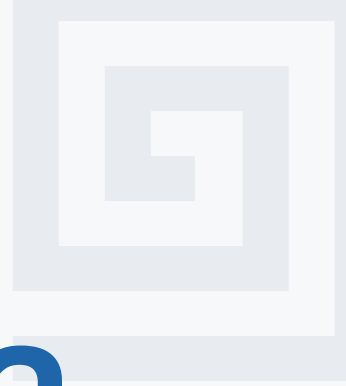


Esto ha abierto las puertas a que se hable de otro tipo de **e-commerce**; el **transfronterizo**. Tal como su nombre lo indica, el **e-commerce transfronterizo o cross border**; es aquel en donde el pago se efectúa en un país que no es el mismo del proveedor, y los artículos se envían desde el extranjero.

Anteriormente, los latinoamericanos no confiaban ni siquiera en las compras digitales; pero las nuevas necesidades, innovaciones, la tecnología y la seguridad transaccional, han hecho que los usuarios de la región se interesen más en este tipo de **compras digitales transfronterizas**.

Esto se puede notar en los números. Tan solo en **2023**, el revenue de **comercio electrónico transfronterizo** fue de **USD \$70.000 M**, es decir, el **14% del e-commerce total**, frente al **13%** del año **2022**.

La **accesibilidad digital** ha provocado que el **crecimiento anual** sea del **28%**, seis puntos porcentuales **más rápido** que el **comercio electrónico nacional**, por lo que el **comercio transfronterizo** seguirá ganando participación. Se espera que para el **2026**, los latinoamericanos realizarán compras internacionales por un valor de **USD \$144.000 M**, que es más del **doble del volumen actual**.



¿Qué factores favorecen la tendencia del e-commerce transfronterizo? —————

- + **Mayor comodidad** con las compras en línea. Así los latinoamericanos están más dispuestos a comprar en sitios web extranjeros.
- + Contar con **mayor exposición a los comercios de presencia internacional** a través de las **redes sociales** estimula el interés por los productos internacionales.
- + El aumento de la demanda de bienes digitales de naturaleza fuertemente **transfronteriza**, como el *streaming*, *los juegos*, *las apuestas en educación en línea* y el *SaaS (software como servicio)*.
- + Ahora los comerciantes internacionales se sienten cada vez más atraídos **por Latinoamérica** gracias al potencial de crecimiento que tiene.



América Latina gana terreno frente a cualquier otra región del mundo —

Al hacer una comparación únicamente entre el comercio minorista en línea; **Latinoamérica crece más rápidamente que cualquier otra región del mundo:**

LATAM **21%** contra el **12%** de Asia.

LATAM **21%** contra el **11%** de EE.UU.

LATAM **21%** contra el **15%** de África.

LATAM en el foco mundial

La región Latinoamericana ha evolucionado de **0 a 100** en la explosión de **métodos de pago alternativos**, como **Pix en Brasil y PSE en Colombia**. Esta tecnología en pagos que incluye varios factores que los habitantes anteriormente no podían acceder, principalmente por la inclusión financiera y digital; hace que **Latinoamérica sea una región más atractiva** para los **vendedores internacionales**, ya que de esta manera, se les permite acceder a **casi toda la población en línea** (frente a las tarjetas de crédito que son propiedad de aproximadamente un tercio de los compradores en línea).

“Los métodos de pago locales y alternativos son **muy importantes para este mercado**, pero también hay una **gran demanda para hacer pagos con tarjeta** y la mejor estrategia para garantizar que haya **altos índices de aprobación** es **procesar la transacción de manera local**.”

Sherrie Rogers; Directora de ventas globales de Kushki

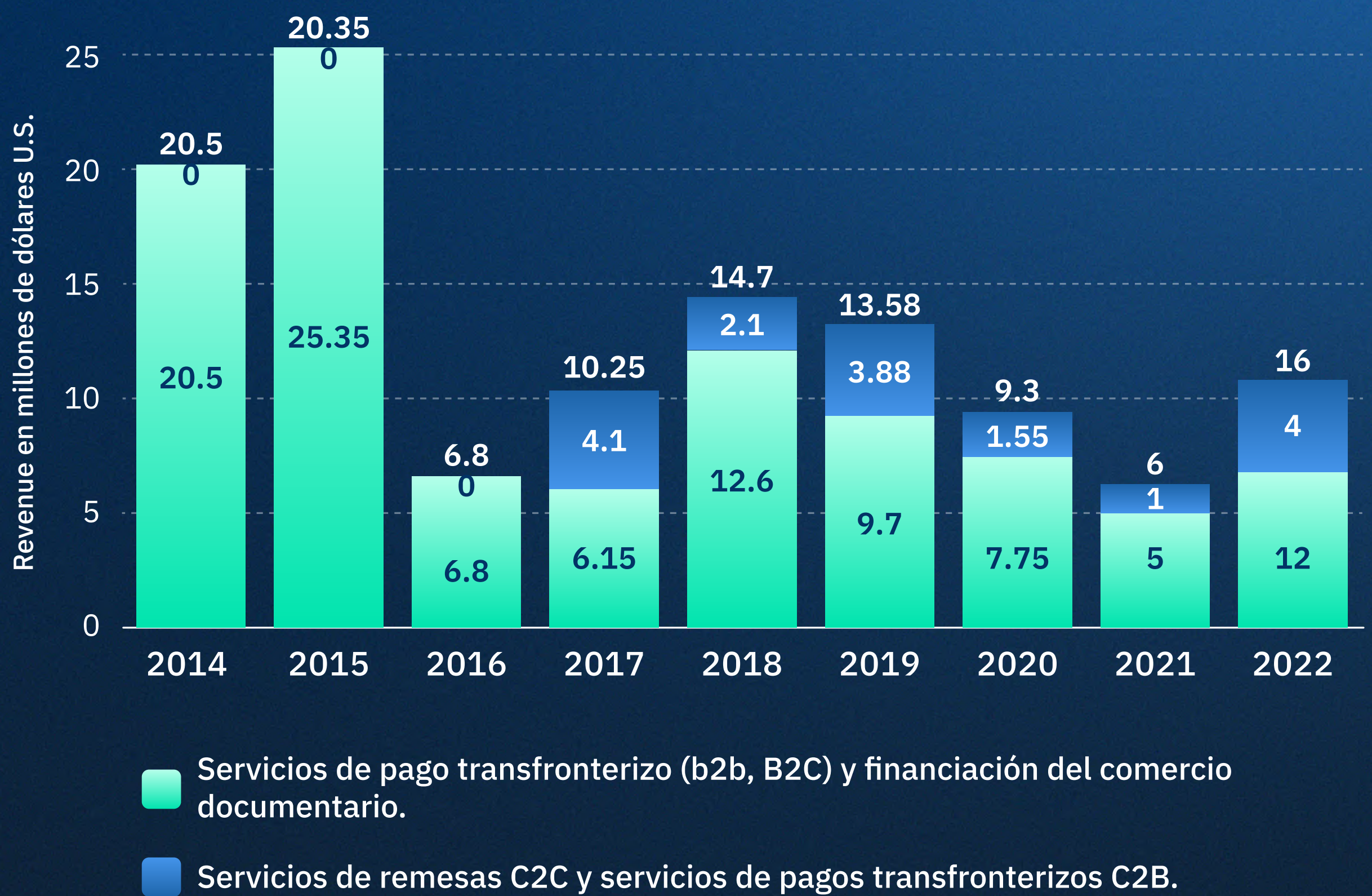
Proveedores de servicios de pago PSP: ¿Cuál es su papel en el comercio transfronterizo? ———

Los proveedores de servicios de pago (PSP), están especializados en **facilitar el comercio transfronterizo a la región**. Hoy por hoy están floreciendo; permitiendo **entradas y salidas de pagos sin fisuras**. Así, hacen que sea fácil y rentable para que los comerciantes de todo el mundo puedan venderles a los consumidores latinoamericanos.



Tanto las **transacciones de pagos transfronterizos comerciales**, como las basadas en el **consumidor** en Latinoamérica; crecieron en **cifras de dos dígitos** entre **2021 y 2022**. La consultora *Mckinsey & Company* lo atribuye en gran medida a las **remesas enviadas desde particulares en Estados Unidos a otros consumidores en LATAM**.

Ingresos totales por pagos transfronterizos (B2B, B2C, C2B, remesas) en LATAM de 2014 a 2022 (en miles de millones de dólares U.S.)



Fuente: McKinsey & Company (McKinsey Global Payments Map) | ©Statista 2024

El corredor de pagos entre **Estados Unidos y México** es considerado **el más grande del mundo**. La fuente añade que el mayor crecimiento mundial después de **2022** se espera en los **pagos transfronterizos C2B**, debido al aumento de las **compras en línea** y los **viajes internacionales**. Las categorías de consumo continúan también con márgenes más altos en comparación de B2B.

El volumen transfronterizo en la región

La oportunidad transfronteriza varía significativamente según el mercado. **La participación transfronteriza es la más alta** (más del 50%) **en los mercados pequeños** con industrias nacionales de comercio electrónico poco desarrolladas, **como Centroamérica, Bolivia y Ecuador.**

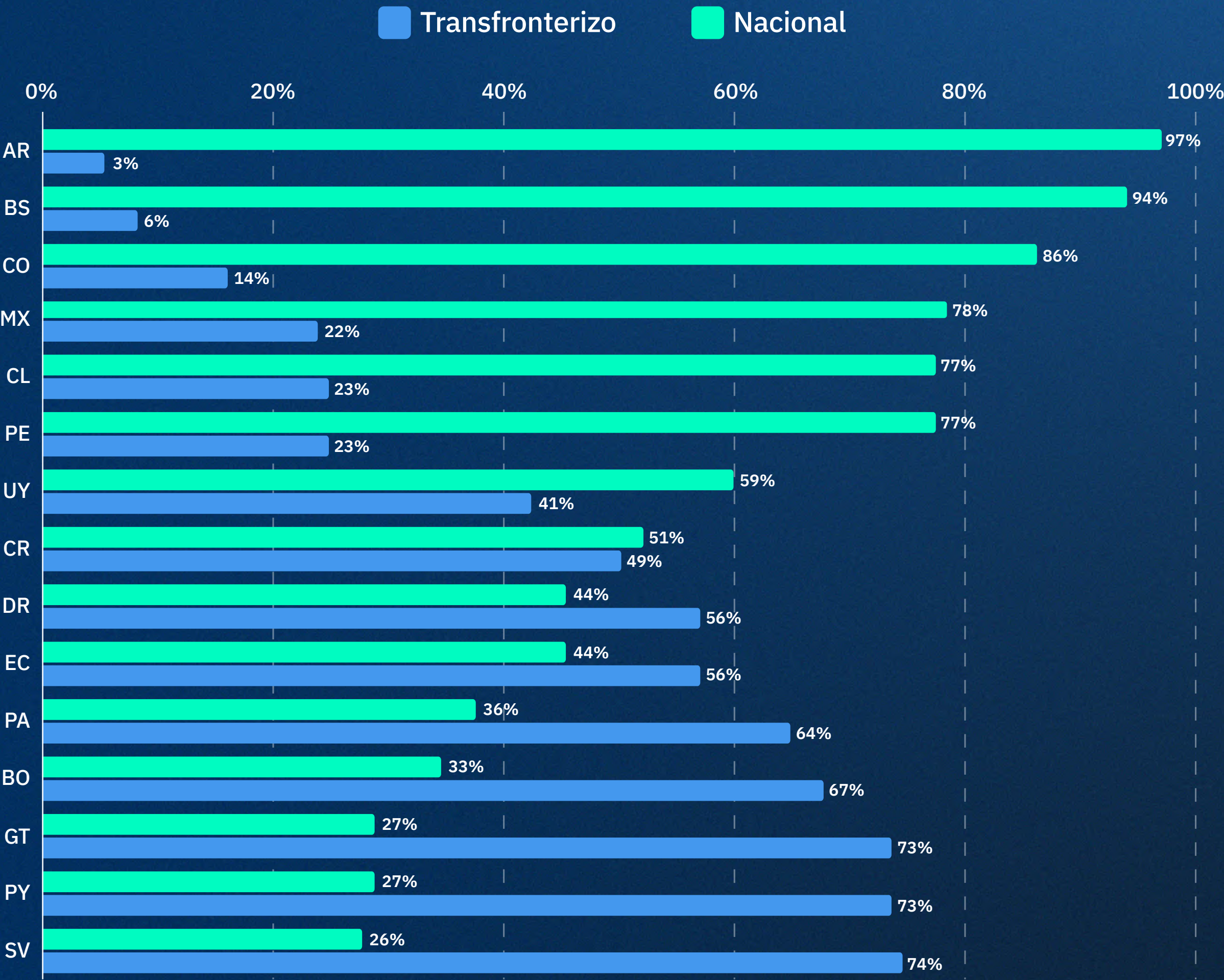
Entre los grandes mercados de la región, **México, Chile y Perú ostentan las participaciones más elevadas**, ya que son países que tienen regímenes comerciales abiertos y códigos fiscales favorables. Además de que la proximidad de **México a EE.UU.** también contribuye a que haya una **participación transfronteriza superior al 20%.**

“En **Brasil y Argentina**, debido al **régimen comercial más estricto, los tipos de cambio fluctuantes** y los **controles de divisas**, la **penetración transfronteriza** se ve limitada.”

La **fortaleza del mercado nacional** es también un reto para los **vendedores internacionales** en **mercados como el de Brasil**, donde el **comercio electrónico transfronterizo** representa sólo el **6%**. Sin embargo, debido al gran tamaño de este país, **ese 6% equivale a casi 16.000 millones de dólares**, lo que **lo sitúa al mismo nivel que México en volumen**, además de ser uno de los principales objetivos para los **comerciantes internacionales.**

Argentina podría volverse más favorable a medio plazo, ya que con la toma de posesión del nuevo presidente en octubre de 2023, existe la posibilidad de que haya una dolarización, lo que proporcionaría la estabilidad monetaria necesaria para facilitar las operaciones transfronterizas.

La participación del volumen de comercio electrónico por origen



Fuente: (PCMI) Inteligencia del mercado de pagos y comercio, 2023.

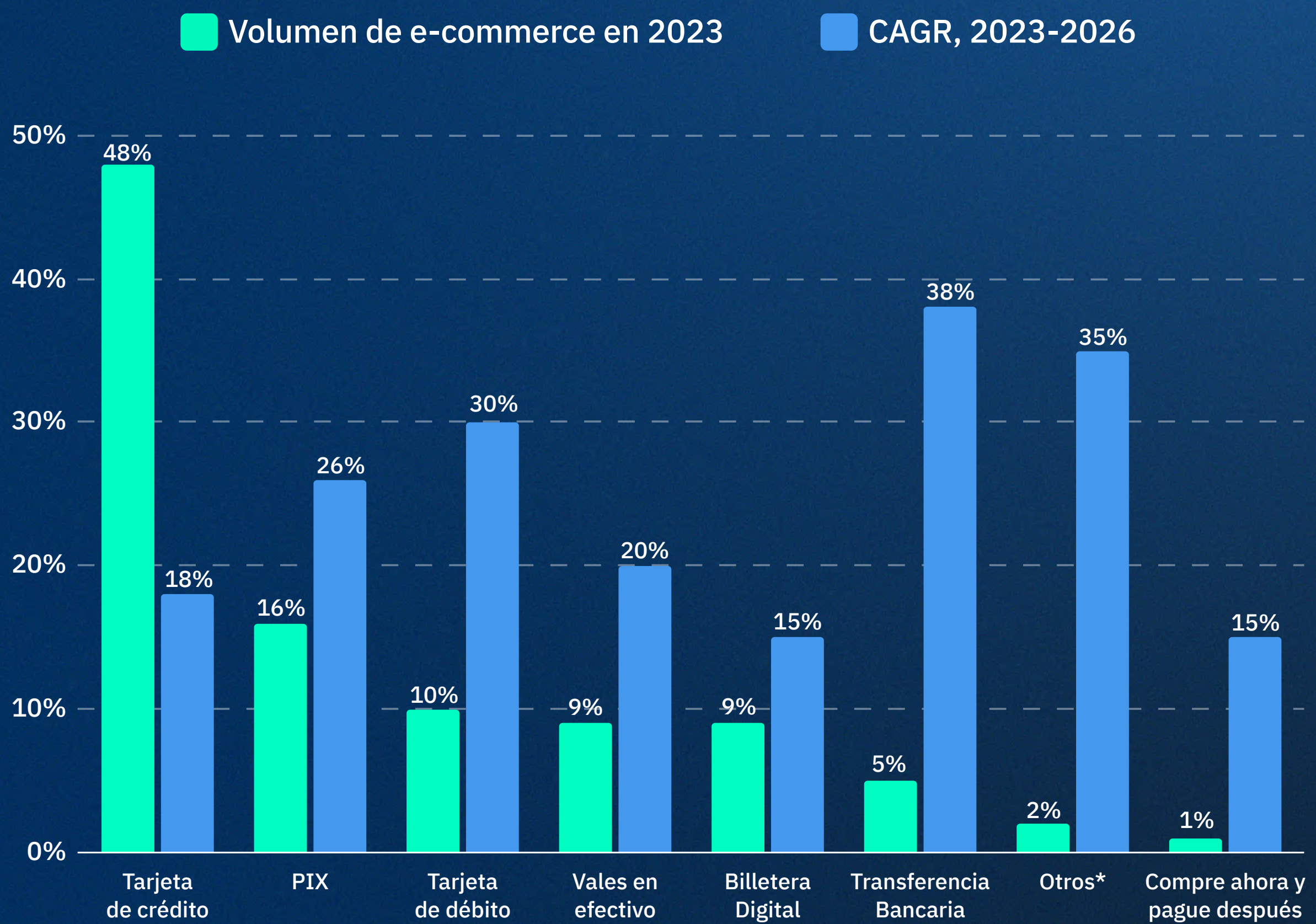
Introduciéndonos en los medios de pago —

Los pagos alternativos están estimulando el **crecimiento de los pagos nacionales y transfronterizos**. En la actualidad, los métodos de pago alternativos representan más del **40% del volumen del comercio electrónico**, mientras las **tarjetas de crédito pierden participación** año tras año en favor de los **pagos instantáneos**.

Las diferencias entre los distintos **medios de pago y los RTP** son para tomar en consideración cuando se prospecta **expandir un negocio a otras regiones** debido a que existen **muchas complejidades locales y obstáculos legales** que primero el comercio y su equipo legal deben entender por completo. A su vez, deben **contar** con un **equipo local en cada país**, que además de comprender al mercado, puedan habilitar ofertas de métodos de pago que se ajusten a las preferencias locales y a las previsiones de crecimiento que existen en el momento.

Según **Payments & Commerce Market Intelligence**; Las transferencias bancarias, las tarjetas de débito, el sistema de pago electrónico Pix, (el sistema de pago instantáneo del Banco Central de Brasil) **son los medios que crecen más rápidamente en la región.**

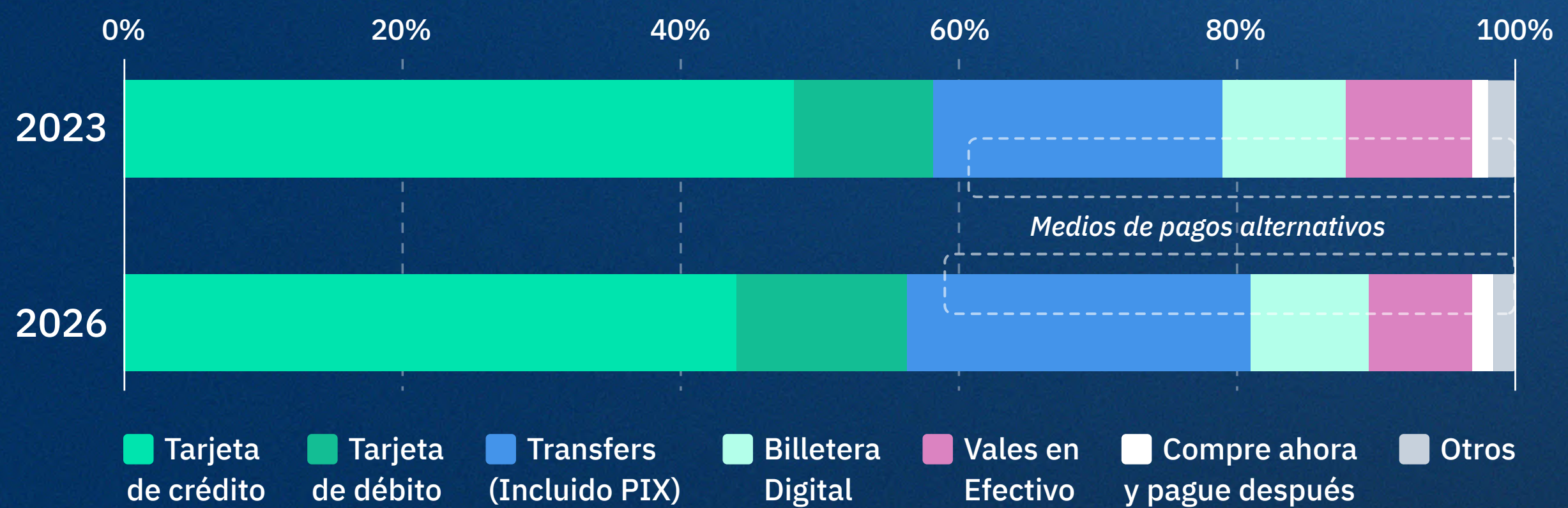
La participación de mercado del método de pago del volumen de comercio electrónico y la tasa de crecimiento anual compuesta (2023-2026) en LATAM



Fuente: (PCMI) Inteligencia del mercado de pagos y comercio, 2023.

Resulta notable el rápido crecimiento que los pagos RTP o pagos en tiempo real alcanzaron cifras tan altas, en tan poco tiempo. Tal es el ejemplo de Pix, que ya posee el 29% del volumen en Brasil y el 16% de toda la región. Debido a esto, muchos PSP y comerciantes priorizan la activación de Pix frente a las tarjetas de débito en Brasil, ya que ha canibalizado casi por completo el uso de las tarjetas de débito en los canales digitales.

La participación del gasto en comercios electrónicos



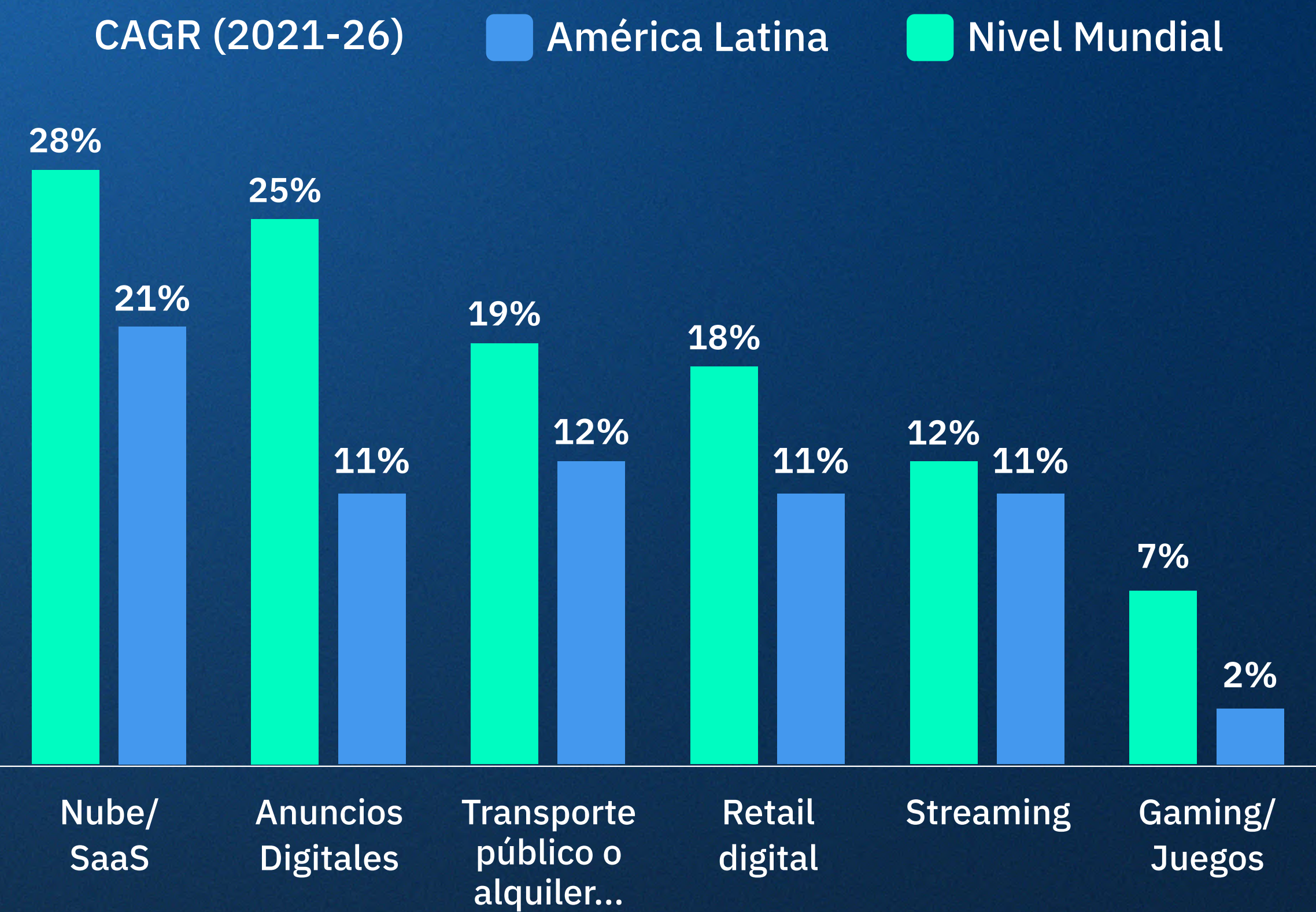
Fuente: (PCMI) Inteligencia del mercado de pagos y comercio, 2023.

Así como Pix; otros medios de pago de cuenta a cuenta (o A2A) han sido cruciales para expandir el e-commerce transfronterizo en Brasil en verticales como el juego y las apuestas. En este sentido, son verticales que requieren pagos rápidos, ágiles y espontáneos, que a veces son atributos complicados para los pagos con tarjeta.

De este modo, Pix en Brasil; PSE en Colombia y las transferencias digitales, han ayudado a los comerciantes internacionales a superar las barreras de los medios de pago tradicionales y han aumentado exponencialmente el mercado destinatario.

Una región que avanza más allá de las expectativas

Las verticales digitales de América Latina están incrementando hasta 3 veces el promedio global.

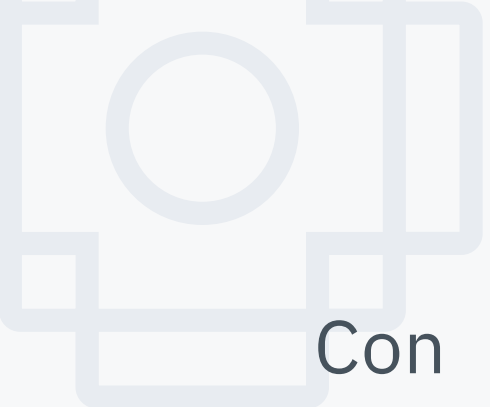


16% de las compras online en LATAM serán transfronterizas para el 2025. (Según AMI)



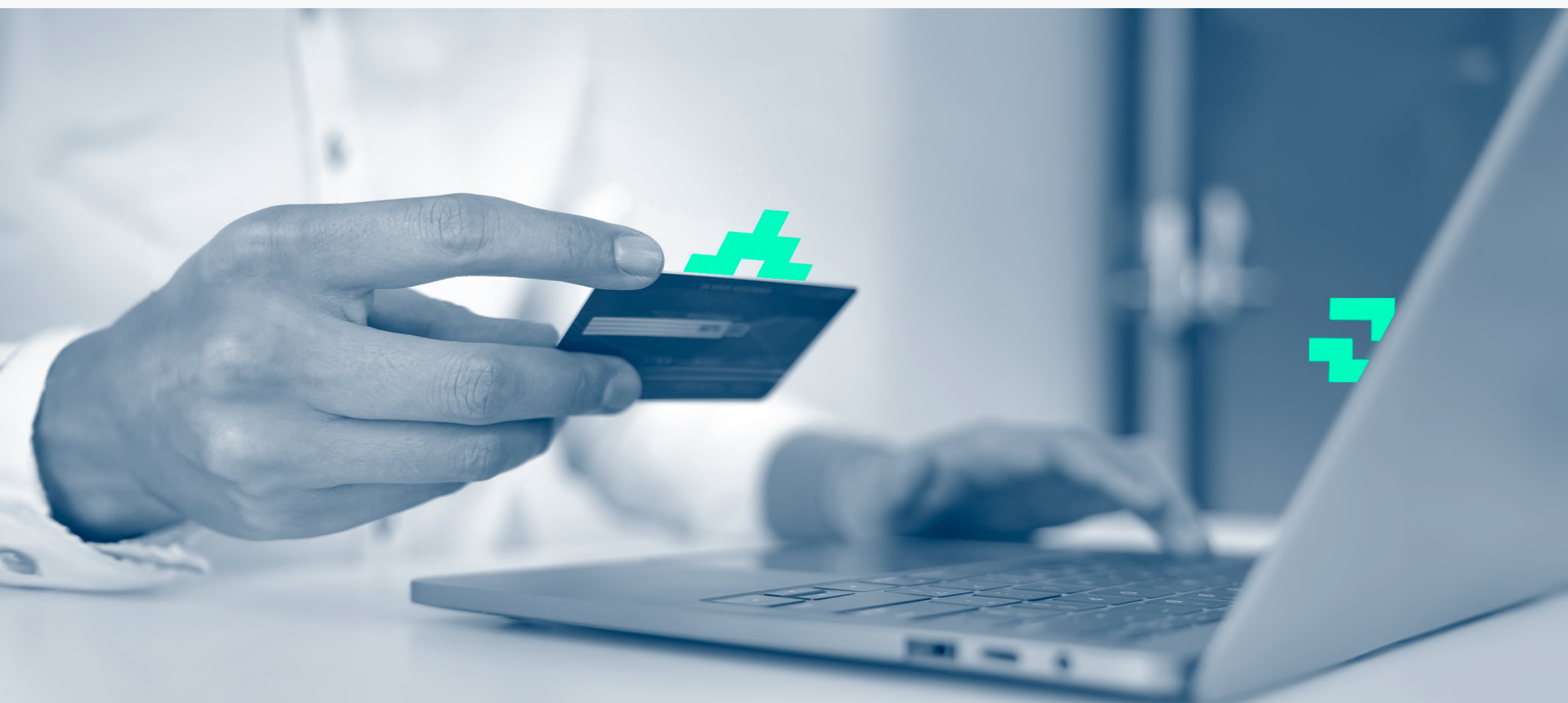
Las empresas digitales mundiales buscan oportunidades de crecimiento, y cada vez es más fácil encontrarlas. El **crecimiento transfronterizo** será más rápido debido a la actual **interconectividad** de la **economía mundial**. Para algunos comerciantes, puede ser una mejor oportunidad de crecimiento en el extranjero.

El **retroceso económico** en mercados desarrollados como **EE.UU. y Europa** por las **subidas de la inflación y la guerra en Ucrania**, fueron otro empujón para que las empresas multinacionales invirtieran en mercados emergentes. Las ventas internacionales en línea en América Latina también deben ampliar la cuota transfronteriza del comercio electrónico en la región para no quedar fuera de las nuevas tendencias de pago.



Con la aceleración de esta tendencia, será cada vez más importante que los comerciantes y los PSP que se acerquen a la región sean inteligentes y gestionen una estrategia localizada en Latinoamérica, debido a que **las tarjetas de crédito y débito seguirán generando más del 50% del volumen en los próximos años** (aunque se prevé que la participación de las **tarjetas de crédito disminuirá del 48% al 44% en 2026**).

Los bienes digitales impulsan aún una fuerte demanda de que existan pagos con tarjeta, teniendo en cuenta la necesidad y la gran oferta para que existan pagos recurrentes: las **tarjetas acaparan el 69%** de la participación de streaming en la región y el **65% del de juegos**. Además de eso, las **tarjetas de crédito** también son fundamentales por su capacidad de ofrecer **pagos en cuotas**, que pueden representar más del **50% del gasto con tarjeta de crédito** en algunos mercados y verticales.



El consumidor latinoamericano está madurando

Comprar por Internet ya no es una experiencia inusual para el consumidor latinoamericano. El **74%** de la población de la región compró en línea en 2022, un salto de 19 puntos porcentuales desde solo el **55% en 2020**.

Con una **mayor conciencia digital y una mejor conectividad a internet** en toda la región, especialmente en dispositivos móviles, los consumidores están deseosos de experimentar con cosas nuevas en línea.

44%

fue la tasa de crecimiento anual del e-commerce transfronterizo en LATAM en 2022. *(Según Getbyrd).*

¿Por qué es tan importante el comercio electrónico transfronterizo entre Europa y América Latina? —————

El comercio electrónico transfronterizo entre Europa y LATAM es crucial, ya que ofrece oportunidades de expansión del mercado, diversificación, crecimiento de los ingresos y alcance global para ambos mercados; al igual que aprovecha los lazos culturales, promueve la innovación y contribuye al desarrollo económico. Este tipo de comercio va más allá, se trata de un motor clave de las relaciones económicas y comerciales entre ambas regiones.

El mercado europeo de comercio electrónico se destaca por su amplitud y continuo crecimiento, así como por su diversidad demográfica y poder adquisitivo. Para las empresas de América Latina, ingresar a Europa representa una valiosa oportunidad para explorar un nuevo y potencialmente lucrativo segmento de clientes. Esta estrategia de diversificación resulta especialmente beneficiosa al mitigar los riesgos asociados con depender exclusivamente del mercado nacional. Al expandirse en Europa, estas empresas pueden reducir su dependencia de un único mercado, fortaleciendo así su resistencia y estabilidad.

¿Cómo quieren pagar los usuarios por sus compras internacionales? —————

Los consumidores tienen una necesidad creciente de realizar pagos internacionales de manera **fluida, transparente y rápida**. Según un informe de *Economist Intelligence Unit (EIU)*, después de la revolución digital en los pagos minoristas locales, los clientes ahora demandan una transformación similar en los **pagos transfronterizos en tiempo real**, mediante el uso de **API** (interfaces de programación de aplicaciones) y la banca abierta.



Los pagos alternativos, como las **transferencias instantáneas** y los **monederos digitales**, ofrecen una solución efectiva debido a su **rapidez** y en el caso de los monederos, la **posibilidad de devolución de cargos**, lo que puede incentivar a los consumidores a realizar **compras internacionales en línea**.



La expansión del **mercado transfronterizo** también está influenciada por la **fluctuación del dólar estadounidense**. Los comerciantes interesados en aprovechar este mercado deben considerar este factor y, si es posible, ofrecer precios en moneda local para mitigar el impacto de las **fluctuaciones monetarias**.

El **panorama para LATAM** y su expansión mundial se ve **prometedora**, no solo gracias a la madurez digital y financiera de sus habitantes, sino también a las **nuevas oportunidades** que la tecnología en e-commerce y medios de pagos alternativos ofrecen para mantenernos conectados desde cualquier lugar del mundo.



www.kushki.com

 LinkedIn/Kushki

 @kushkioficial

 Kushki Oficial

 @kushkioficial