Kushki Insights:

New Economy

Contenidos

1. Industria FinTech

- LATAM y la industria FinTech
- México y la industria FinTech
- Chile y la industria FinTech
- Colombia y la industria FinTech

2. Industria Retail

- LATAM y la industria Retail
- México y la industria Retail
- Chile y la industria Retail
- Colombia y la industria Retail

3. El e-commerce

- LATAM y el e-commerce
- México y el e-commerce
- Chile y el e-commerce
- Colombia y el e-commerce

4. Industria Delivery

- LATAM y la industria Delivery
- México y la industria Delivery
- Chile y la industria Delivery
- Colombia y la industria Delivery

5. Industria de Movilidad Compartida

- LATAM y la industria de Movilidad Compartida
- México y la industria de Movilidad Compartida
- Chile y la industria de Movilidad Compartida
- Colombia y la industria de Movilidad Compartida

6. ¿Cómo Kushki puede impulsar a la industrias New Economy?

KUSHKI

New Economy

En un mundo cada vez más interconectado y digital, **Latinoamérica se está abriendo camino como una región de innovación en el ámbito de los pagos digitales.** La región no solo se ha adaptado con velocidad a las tendencias globales en tecnología, sino que también ha forjado su propio camino. Industrias como **el delivery, las startups fintech, el retail, el e-commerce y la movilidad,** están transformando la forma en que realizamos transacciones financieras y están definiendo el **panorama económico** de la región de una manera sin precedentes.

En este artículo, exploraremos **cómo Latinoamérica se está convirtiendo en un faro de oportunidades en el mundo de los pagos digitales,** y cómo estas economías emergentes *-y no tan emergentes-* están dando forma a un **futuro financiero más dinámico y accesible para todos.**

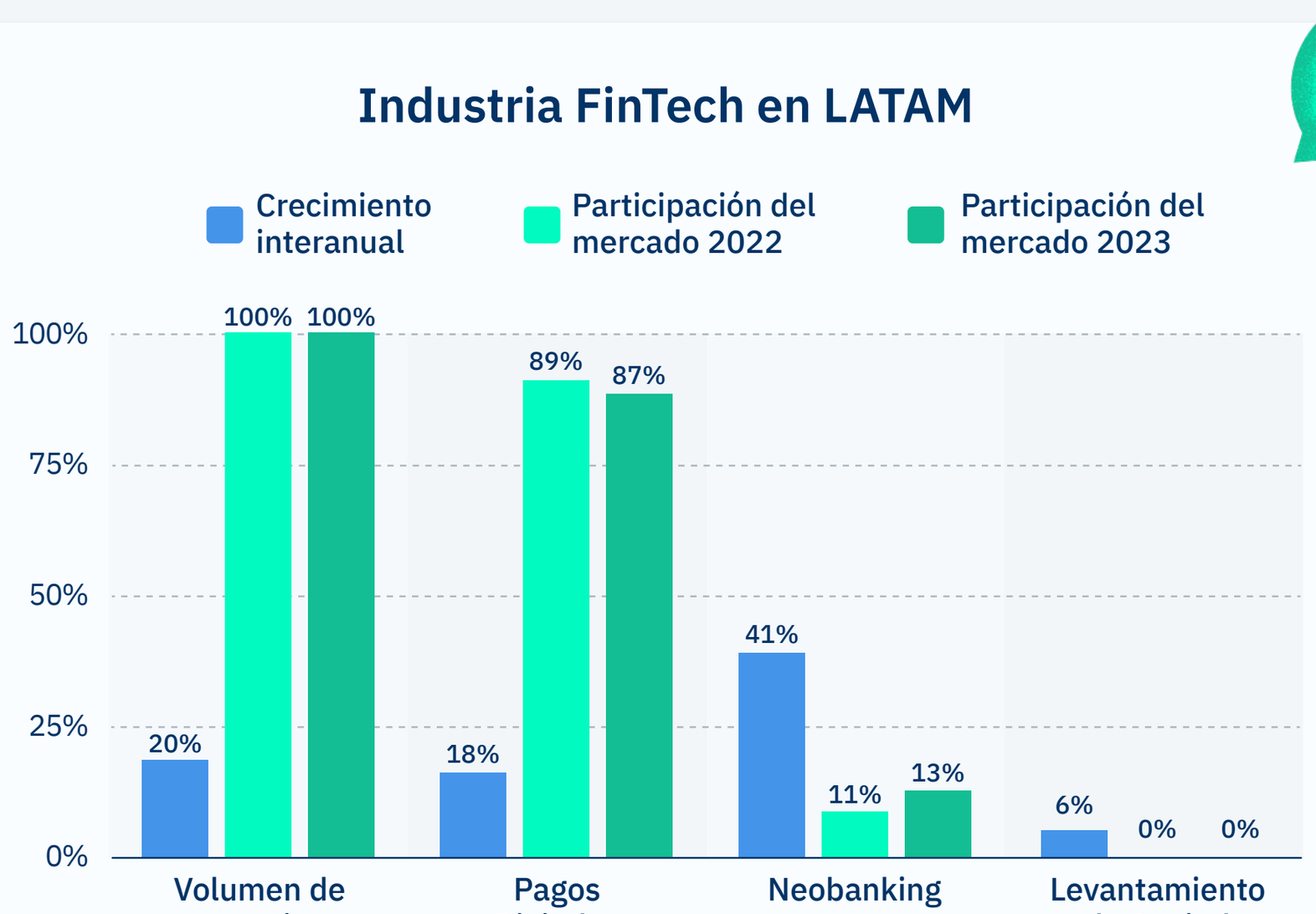
KUSHKI

LATAM y la industria FinTech

Actualmente, la industria FinTech es considerada una vertical de rápido desarrollo en LATAM, con una **tasa de crecimiento interanual del 20% en 2023** y un alto **volumen de transacciones** de más de **$344 billones de dólares en total.** El crecimiento está impulsado principalmente por el **gran mercado mexicano.**

En este estudio, desglosamos la industria FinTech en 3 ramas: **los pagos digitales, el levantamiento de capital digital y el neo banking.**

Industria FinTech en LATAM



Fuente: Kushki | © Statista 2023

Dentro de los pagos digitales, durante 2023 la mayor parte de las transacciones están relacionadas con compras en línea, llevándose el **87% del volumen.** La segunda mayor parte del volumen de transacciones corresponde a los pagos a través de **TPV móviles;** es decir, pagos procesados con un **dispositivo móvil en una terminal de pago.**

Para el cierre del 2023, se espera que el segmento **de levantamiento de capital digital,** reporte **$333 millones de dólares,** para así alcanzar un crecimiento interanual del **6%.**

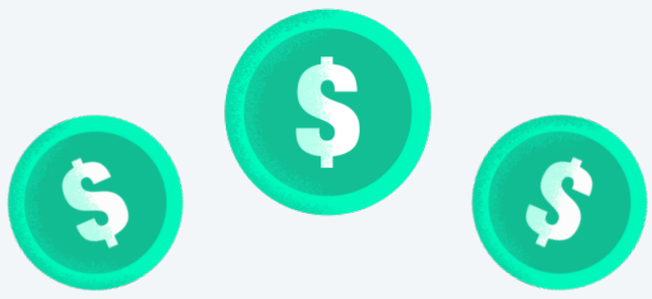
Mientras tanto, el ***neo banking*** muestra las **tasas de crecimiento más altas,** pasando de **$30,712 M USD en 2022,** a **$43,333 M USD en 2023.** Mostrando un sólido **crecimiento interanual del 41%.**

México y la industria FinTech

Aunque **Brasil sigue dominando el terreno FinTech** en todo LATAM; México lo sigue de cerca al mantener un entorno próspero para favorecer el crecimiento de esta industria, como la creación de **marcos regulatorios para supervisar y promover la innovación del sector.**

Para este 2023, se espera un crecimiento **YoY del 19%,** siendo por mucho, la división de los **pagos digitales** la que tuvo y tendrá mayor volumen transaccional con un volumen esperado para este año de **$90,000 M USD,** mientras que la rama del **neo banking** es la que demuestra más fuerza con un **YoY** que supera el **40%.**

Chile y la industria FinTech



Se estima que los ingresos totales de la industria FinTech en Chile en este **2023,** alcancen los **$18,345 M USD,** mostrando un **YoY de 19%,** y un asombroso **Share of Market de 91%.**

En cuanto a los **subsegmentos;** en Chile, así como en otros grandes países de LATAM, el **neo banking** está tomando una fuerza increíble. Se estima que para este **2023,** su **YoY sea de 44%,** con un **Share of Market de 9%.**

Colombia y la industria FinTech

Hoy, se estima que en Colombia existen alrededor de **369 empresas FinTech.** Con un **YoY de 13%** para este **2023** e ingresos que rebasan los **15,000 M USD,** Colombia se posiciona como un país próspero para la creación de nuevas empresas FinTech.

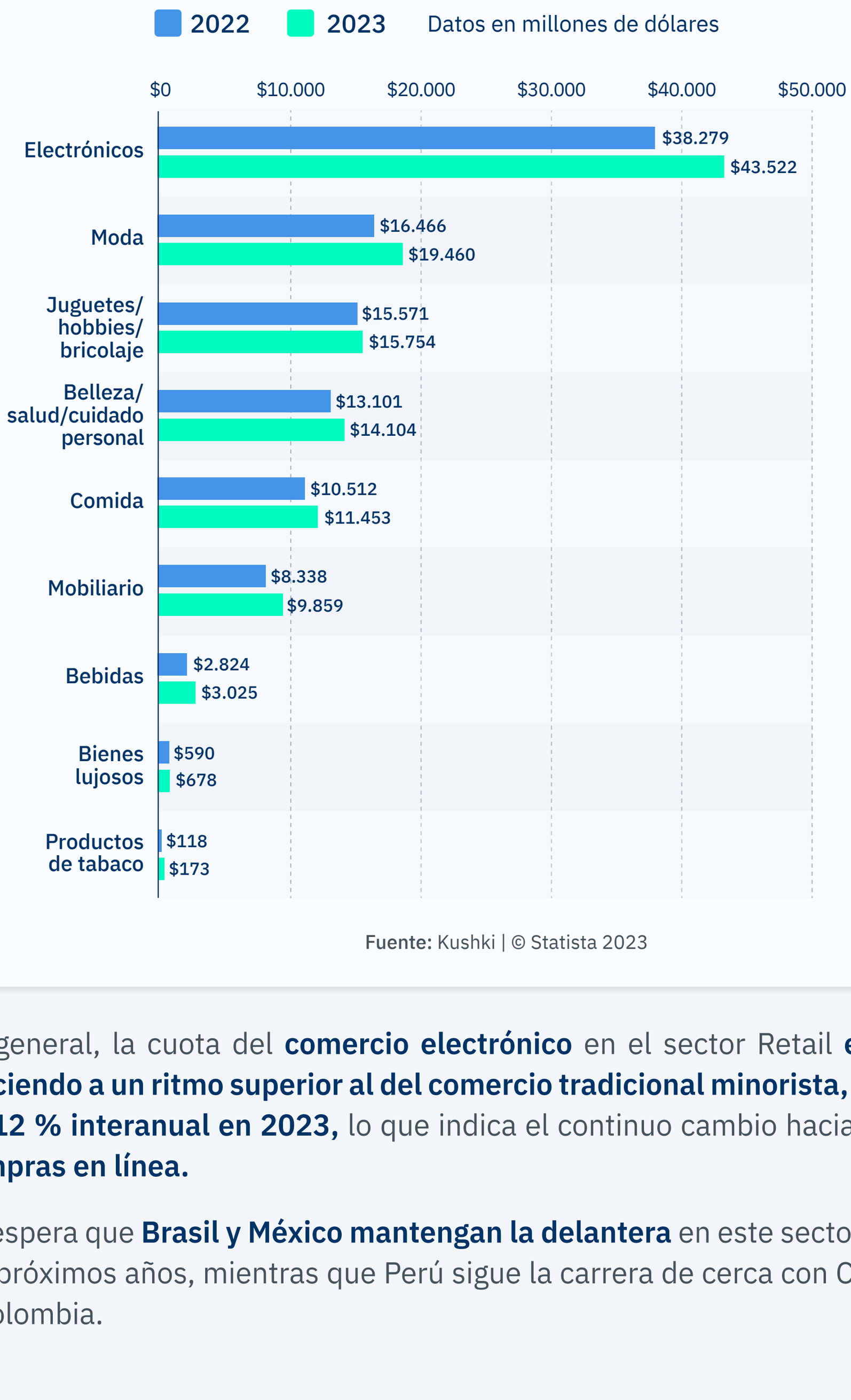
Entre los subsegmentos de la industria FinTech, los **pagos digitales** llevan la delantera este **2023** en cuanto a ingresos, con **$14,650 M USD;** pero, al igual que los países vecinos, el **neo banking ($605 M USD)** arrasa con un crecimiento interanual del **56%,** la cifra más alta entre los países mencionados en este estudio.

LATAM y la industria Retail

La industria del Retail **es la vertical más grande en LATAM,** con **$1.291 B USD de ingresos en 2022.** Se espera que los ingresos crezcan un **7% interanual,** convirtiéndose en la vertical de crecimiento más lento. Las ventas e-commerce representan **el 9% del total del sector Retail en 2023,** con la mayor cuota de ventas e-commerce *(Share of Market)* en las categorías de **Electrónica, Mobiliario y Belleza/Salud/Cuidado Personal y del Hogar** con **32%, 25%** y **19%** respectivamente.

En las **ventas digitales;** el sector con mayores ingresos, fue el de ***Electrónicos*** con ingresos esperados de más de **$43,000 millones de dólares para este 2023.** Esto marca una tendencia clara en la forma en que las y los latinoamericanos realizan sus compras digitales y de manera física.

Revenue digital por categoría de Retail en LATAM



Fuente: Kushki | © Statista 2023

En general, la cuota del **comercio electrónico** en el sector Retail **está creciendo a un ritmo superior al del comercio tradicional minorista,** con un **12 % interanual en 2023,** lo que indica el continuo cambio hacia las **compras en línea.**

Se espera que **Brasil y México mantengan la delantera** en este sector en los próximos años, mientras que Perú sigue la carrera de cerca con Chile y Colombia.

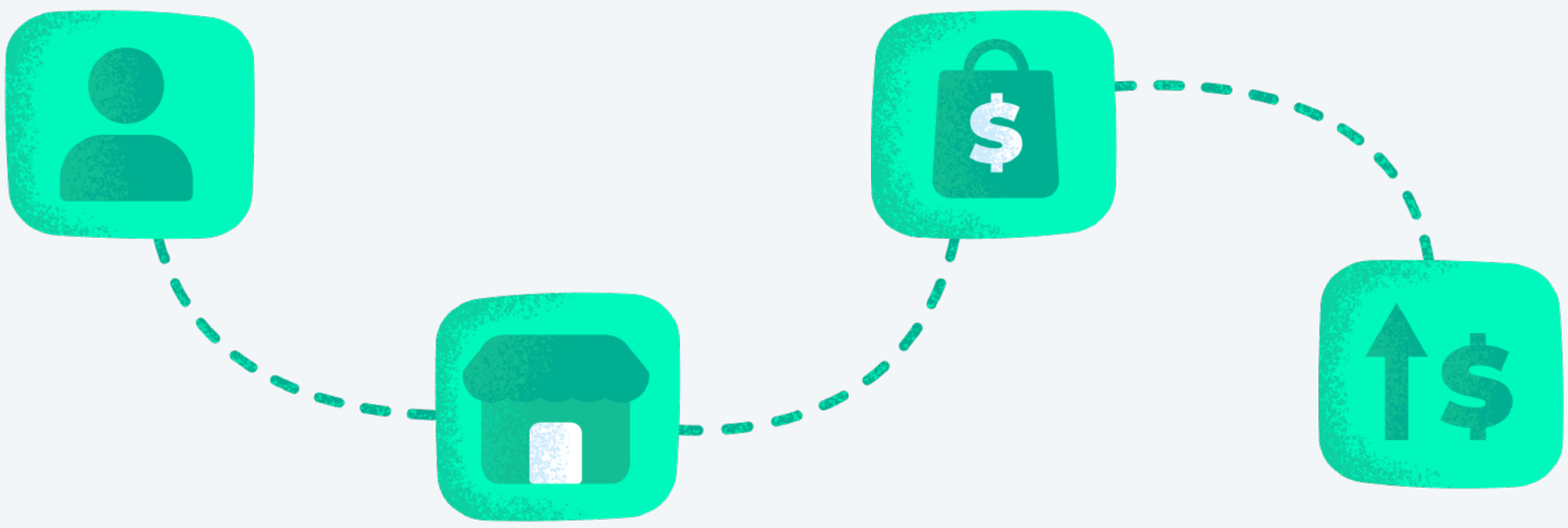
México y la industria Retail

En **2022,** esta industria logró una impresionante cifra de **$399,980 millones de dólares en ingresos,** lo que resalta su importancia y su papel fundamental en la economía del país. Para este **2023,** se tiene la expectativa de que los ingresos alcancen la marca de **$424,068 millones de dólares con un YoY de 6%.**

En cuanto a los **ingresos vía digital de esta industria,** se generaron **$32,887 millones de dólares,** y se espera que esta cifra alcance los **$36,820 millones en 2023,** con un impresionante aumento **YoY del 12%** y un sólido **9% de Share of Market.** Los medios de pago en **punto de venta** más utilizados en México son **el efectivo y la tarjeta de débito.**

En el panorama general, los subsegmentos de la industria Retail más fuertes en México, son el de la **Comida,** seguido por **Bebidas y Electrónicos,** con un **YoY de 6%, 7% y 3%** consecutivamente.

En el próspero escenario de las **ganancias digitales** en los diversos subsegmentos de la industria Retail en México, destaca un impresionante liderazgo en el **sector de Electrónicos** con ingresos de **$12,410 millones de dólares,** experimentando un crecimiento **YoY del 14%.**



Chile y la industria Retail

El aumento al **acceso de tecnologías digitales, y la diversificación de las ofertas de productos y servicios** han contribuido a la expansión de esta industria que presenta un crecimiento interanual de **7%** para los ingresos totales, y un **8%** para los ingresos digitales, además de un **Share of Market de 9%.**

El país andino registró **$15,000 M USD** durante el **2022** en el sector e-commerce, y para el **2026,** se espera una impetuosa cifra de **$41,000 M USD.**

A diferencia del canal tradicional, los subsegmentos con **ingresos más altos en canales digitales,** son los ***Electrónicos,*** con **$3,115 M USD en 2022;** seguido de ***Juguetes/Hobbies/DIY y Moda.*** Los subsegmentos con mayor tasa de **crecimiento interanual digital son:** *Productos de tabaco,* **46%** *Comida* **23%** y *Bienes de lujo* **21%.**

Colombia y la industria Retail

El revenue total generado por la industria Retail en Colombia, alcanzó la impresionante cifra de **$101,876 M USD durante 2022;** y para el 2023, pretende alcanzar los **$108,822 M USD,** mostrando un **sólido crecimiento del 7%.** En las **ventas generadas digitalmente,** la cifra para este **2023** es de **$8,743 millones de dólares,** con un **YoY de 5%.** Particularmente, el **e-commerce** en Colombia registró **$12,000 M USD para el 2022,** y se preveé que para el **2026,** ascienda a **$19,000 M USD.**

En las categorías del Retail digital, la que registra más ingresos en Colombia es la de ***Electrónicos,*** con **$3,722 M USD;** seguido por ***Moda*** con **$1,991 M USD;** y ***Juguetes/ Hobbies / DIY*** con **$1,520 M USD.**

En Colombia, las **transferencias bancarias electrónicas** son el medio preferido para los usuarios del e-commerce, con un **40% de uso,** seguido por las **tarjetas de débito con 36%.**

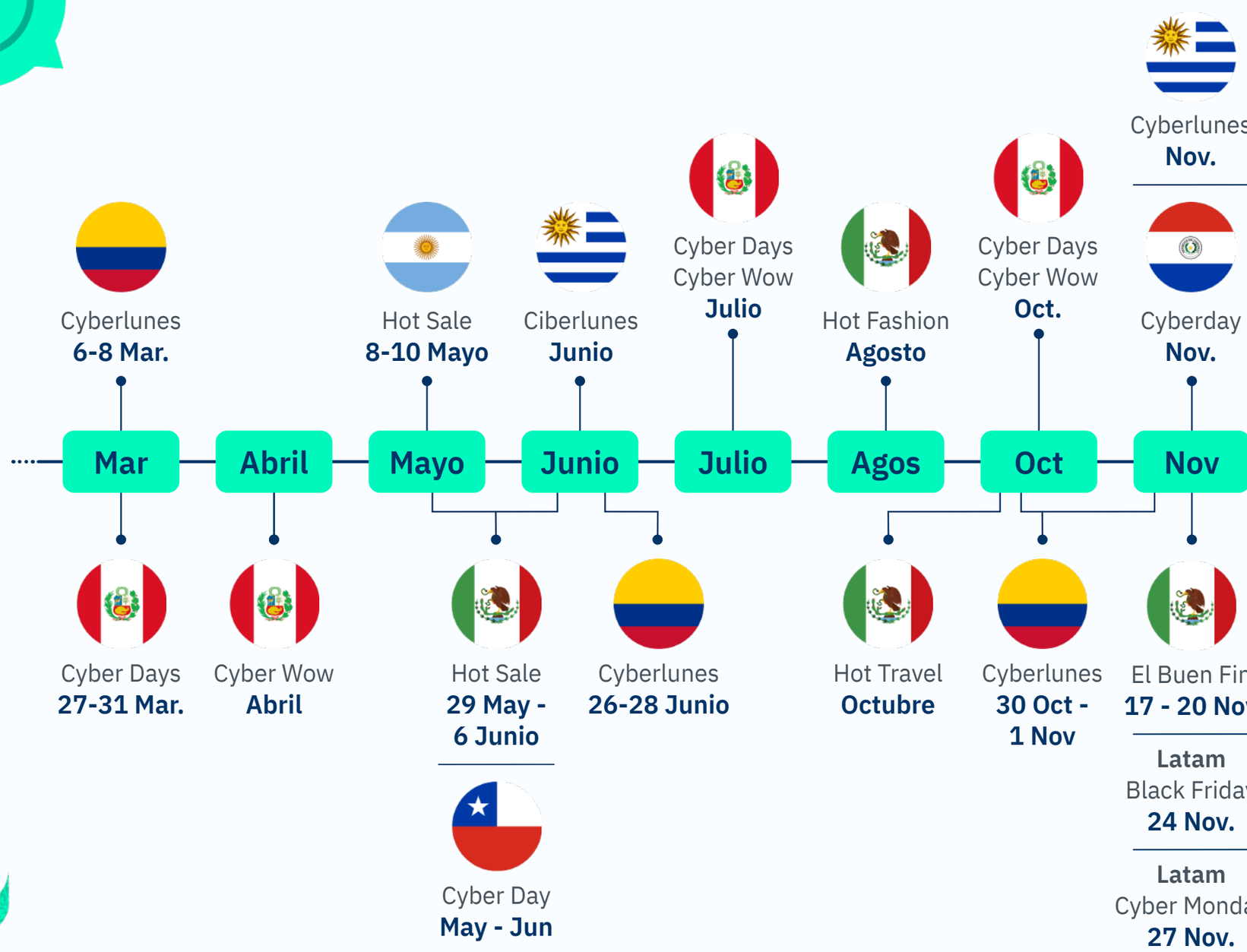
LATAM y el e-commerce

Cuando hablamos de e-commerce, **cualquier producto o servicio que se venda de manera digital;** ya sea desde una web, plataforma o app, entra en la categoría e-commerce. Se espera que los usuarios de esta categoría a nivel LATAM y el Caribe, **asciendan a 337 millones para este 2023** y rebasen los **388 millones de usuarios para el 2027.**

Para impulsar este tipo de ventas en Latinoamérica, al igual que en otros países del mundo, se han creado distintos **eventos que impulsan al comercio electrónico** con descuentos especiales que van desde precios bajos, promociones especiales, pagos a meses sin intereses, etc. Para cualquier minorista o mayorista, estas fechas son la **oportunidad ideal para incrementar sus ventas en los canales digitales.**

El calendario del e-commerce en América Latina

Principales eventos de comercio electrónico
en algunos mercados de Latinoamérica en 2023



Fuente: Kushki | © Statista 2023

México y el e-commerce

México es uno de los principales mercados de e-commerce en Latinoamérica. En 2023, se estimó que **más de un 54% de la población mexicana adquiría bienes o servicios en línea.** Tres años antes, en 2020, el porcentaje **apenas superaba el 40%.** Se calcula que esta tendencia al alza continúe en los próximos años, rozando el **60% de penetración en 2025.**

Para este **2023,** se estima que los ingresos en México para el e-commerce alcancen los **$37,350 M USD,** mientras que para el **2027,** se proyectan ganancias de hasta **$60,840 M USD.**

Por número de impresiones, los dos sitios de **comercio electrónico** más visitados en México, **Mercado Libre y Amazon,** con **1.300 y 700 millones de visitas en 2021,** respectivamente. En el caso específico de Mercado Libre, los ingresos generados durante el mismo año superaron los **1.100 M USD.**

Chile y el e-commerce

En 2022, **Chile ocupaba el quinto lugar en Latinoamérica por cuota de mercado de comercio electrónico.** A pesar de que las tiendas físicas han vuelto a las operaciones normales, se espera que el e-commerce siga siendo una parte fundamental de la experiencia de compra para las y los chilenos. Las previsiones sugieren que **las ventas digitales aumentarán un 25% este 2023,** alcanzando un máximo histórico de alrededor de **15.700 M USD.**

Tanto los comercios tradicionales como los nativos digitales, han intensificado sus operaciones en línea. En 2022, **Mercado Libre,** anunció un plan de inversión logística de **400 millones de dólares para Chile en 2022 y 2023.** La medida forma parte de la estrategia de la empresa para lograr plazos de entrega menores a 48 horas, sin importar la región del país. Lejos de quedarse atrás, las grandes cadenas de almacenes, como **Falabella y Ripley,** también han entrado de lleno en la transformación digital.

Se prevé que el **número de usuarios en el mercado del comercio electrónico** en Chile aumente continuamente entre 2023 y 2027 en un total de **0,6 millones de usuarios (+4,59%).**

Colombia y el e-commerce

En **2022,** el número de usuarios de comercio electrónico en Colombia se situó por encima de los **$26 millones,** y se espera que la cifra incremente hasta situarse por encima de los **$28 millones para el 2026.**

El porcentaje de usuarios que compraron en línea semanalmente **superó el 50% durante el 2022.** Durante el mismo año, Colombia se posicionó como el **tercer mayor mercado de comercio online de América Latina** y se espera que el sector alcance un crecimiento del **60%** entre **2022 y 2027.**

El e-commerce continúa avanzando más fuerte que nunca. **Los envíos gratis y la simplicidad** a la hora de realizar las transacciones son **dos factores importantes** en el éxito del comercio en línea en Colombia.

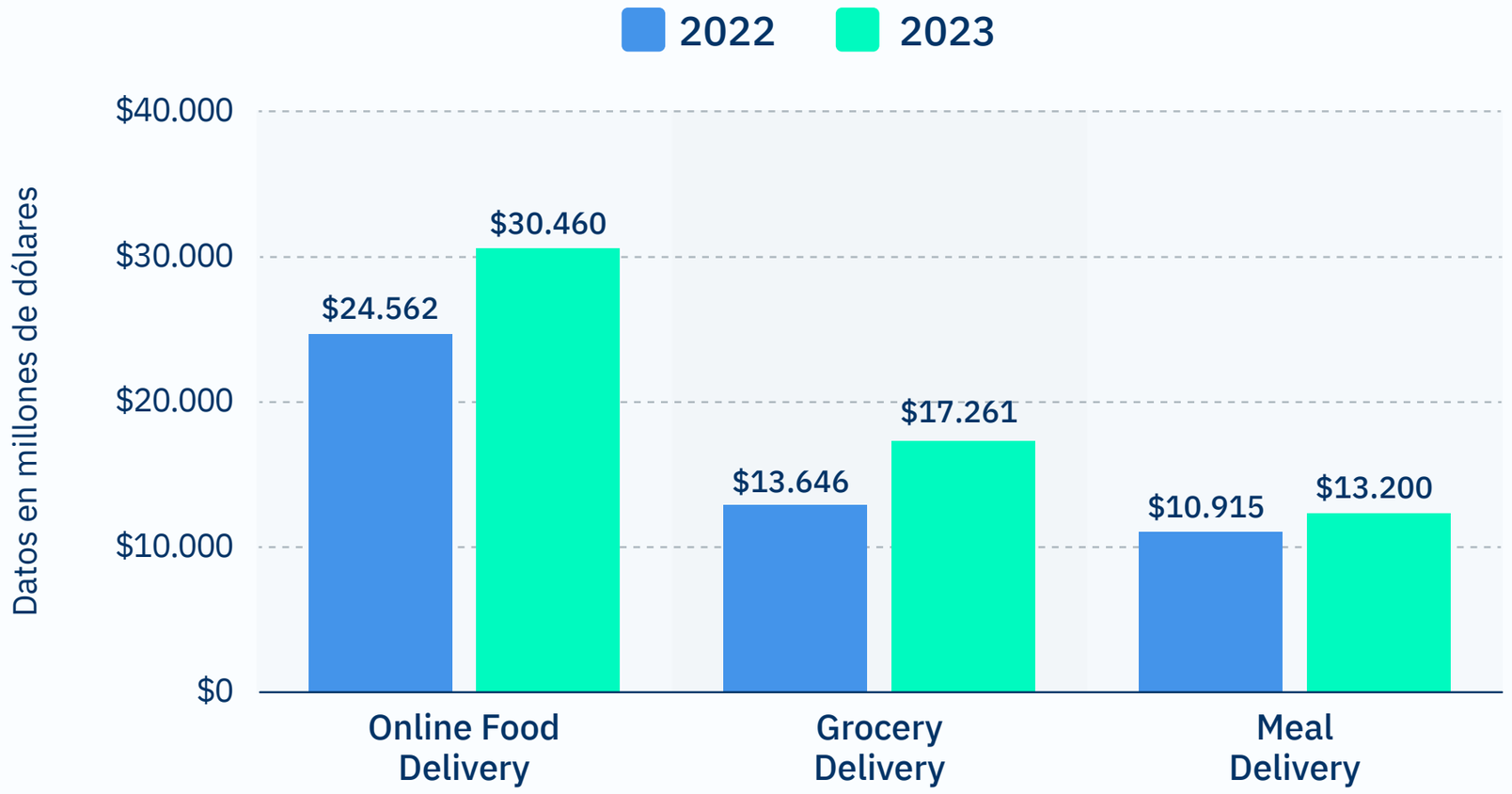
LATAM y la industria Delivery

La **industria del reparto de comida online** abarca los **pedidos de alimentos no preparados** *(Grocery Delivery),* **y pedidos de alimentos preparados** *(Meal Delivery).* Estos pedidos suelen hacerse a través de una aplicación o un sitio web, y los plazos de entrega varían.

Esta industria completa muestra ingresos de más de **$24.500 millones de dólares** en LATAM durante el **2022.** Sin embargo, continúa avanzando a un ritmo acelerado, alcanzando un **24% de crecimiento YoY en 2023, con ganancias de $30,460 M USD.**

El subsegmento de ***Meal Delivery,*** reportó ganancias de **$10,915 M USD** en 2022, y se proyecta un **crecimiento del 21%** para este **2023** con **$13,200 M USD.** Por otro lado, el subsegmento de ***Grocery Delivery*** está **creciendo por encima de la tasa de crecimiento vertical,** con ganancias especialmente altas en **México y Perú.**

Revenue total y por segmentos de la industria Online Food Delivery en LATAM



Fuente: Kushki | © Statista 2023

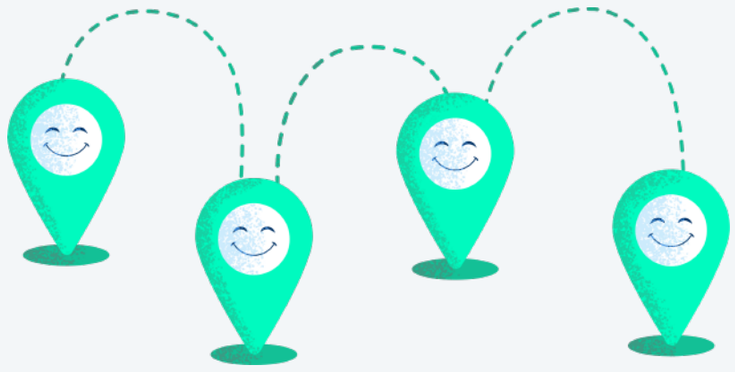
En Latinoamérica, **Rappi** es la aplicación líder de entrega de comida a domicilio, compitiendo estrechamente con **iFood y DiDi.**

México y la industria Delivery

Con **$7,175 M USD** en revenue total de la industria de los Pedidos Digitales de Alimentos para este 2023, México se posiciona como **el país dentro de este estudio con las ganancias totales más altas de la industria,** además este servicio es el más utilizado entre los que pueden reservarse en línea.

En el segmento de ***Entrega de Comestibles (Grocery Delivery),*** México vuelve a arrasar el ranking con **$4,724 M USD** en revenue para este **2023.** En cuanto a las ganancias en el segmento de la ***Entrega de Comida (Meal Delivery),*** se estima que los ingresos lleguen a **$2,451 M USD, con un YoY de 14%.**

Chile y la industria Delivery



En Chile, la industria de **Pedidos Digitales de Alimentos** se ha destacado con ingresos totales de **$1,037 millones USD en 2022,** con proyecciones aún más prometedoras para **2023,** alcanzando **$1,210 millones USD.**

Con un aumento **YoY del 17%,** podemos ver un reflejo de la demanda en **constante crecimiento** y cómo esta industria se ha arraigado ya en la vida cotidiana de las y los chilenos.

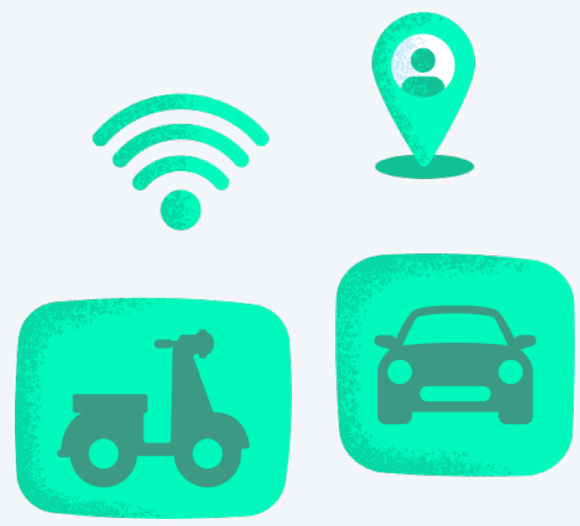
Colombia y la industria Delivery

La industria de los **Pedidos Digitales de Alimentos** en Colombia reportó un crecimiento del **15%** entre el **2022 y el 2023,** esperando ingresos de **$1,039 M USD** para este año.

En los subsegmentos de esta industria, el que reporta más ingresos es el de **alimentos preparados** con más de **$500 M USD,** un **YoY de 14%** y un **Share of Market de 46%.**

En marzo del 2021, la plataforma más popular para comprar comestibles en Colombia fue **Rappi,** con **60,3%;** seguida por **Éxito** con **32,9%.**

LATAM y la industria de Movilidad Compartida



El mercado completo de la **Movilidad Compartida** incluye vuelos, servicios de transporte privado ***(ride-hailing),*** taxis, viajes de larga distancia en autobús y billetes de tren que se **reservan online y offline,** así como el alquiler de coches, servicios de auto, bicicletas, e-scooters, y motocicletas compartidas, además del transporte público. Los servicios de chófer, carpool y los transbordadores no se incluyen en este estudio.

La Movilidad Compartida representa una industria altamente rentable en LATAM, con ingresos de **$66,200 millones de dólares en 2022.** Se espera que en **2023** crezca un **18% interanual,** impulsada por los mercados de **Chile y Perú.**

Se espera que digitalmente, la Movilidad Compartida genere más de **$43,000 M USD** para este año, con un **21% de crecimiento** en comparación con el 2022.

En este estudio, separamos la Movilidad Compartida en 2 segmentos:

- **Vehículos compartidos:** autobuses, trenes, vuelos y transporte público.
- **Viajes compartidos:** taxis, renta de autos, transporte privado, bicicletas, scooters y motocicletas.

En cuanto a las reservas de ambos segmentos, la mayoría se realizan a través de **canales digitales (54% en 2022)** con una tendencia al alza en todos los países.

Los servicios de **vehículos compartidos** más reservados son los **viajes en taxi,** seguido por el coche de alquiler. En **2022,** alrededor del **52% de la población utilizó vehículos compartidos,** mientras que el **29% utilizó viajes compartidos.**

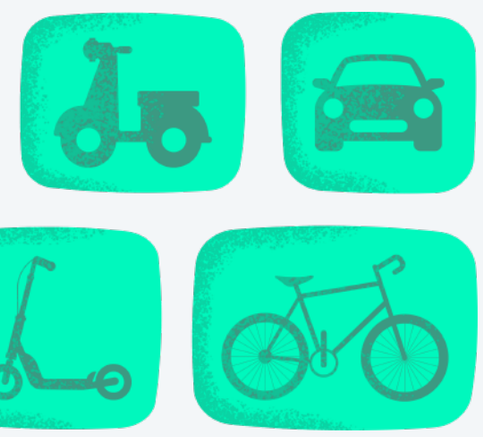
México y la industria de Movilidad Compartida

La industria de la Movilidad Compartida en México, es una de las más grandes y fuertes en comparación con otros países latinos. **México cuadriplica las cifras** del revenue total de la industria en países como ***Chile y Colombia.***

Con un crecimiento interanual del **16%,** se espera que el país azteca reporte aproximadamente **$20,629 M USD en revenue total este 2023,** mostrando un crecimiento de 16%. Mientras que para el **revenue digital** se contemplan **$10,818 M USD** y un **YoY** del **20%**

El porcentaje de usuarios de Vehículos Compartidos es mayor en México **(62% de la población).** Y las plataformas de viajes compartidos en línea más utilizadas son **Uber y DiDi.**

Chile y la industria de Movilidad Compartida



En esta industria, Chile presenta el crecimiento interanual más alto del estudio, con **25%** del lado de las ***ganancias totales*** y **28%** en las ***ganancias digitales.*** Al mismo tiempo, el **Share of Market** de las ***ganancias digitales*** es de **61%** para este **2023.**

En cuanto a la comparativa entre los **ingresos totales y digitales,** observamos nuevamente una tendencia alta y clara por las compras digitales en el mercado chileno, **rebasando más de la mitad del revenue total para el 2023.**

En los subsegmentos de la Movilidad Compartida, **Chile presenta la tasa más alta de YoY** en comparación de los demás países en el estudio, con **24%** en ***Vehículos compartidos*** y **26%** en ***Viajes compartidos.***

Colombia y la industria de Movilidad Compartida

En 2022, Colombia reportó ingresos de **$4,317 M USD** para la industria de la **Movilidad Compartida**, y se espera que al cierre de este año, alcance los **$5,014 M USD en ingresos,** con un crecimiento del **16%.**

Se espera que el subsegmento de **vehículos compartidos,** crezca un **14%,** mientras que la categoría de los **viajes compartidos,** un **22%.**

En Colombia, la **plataforma digital de viajes** preferida por los usuarios, es **inDriver,** con **55%,** seguido por **DiDi Rider** con **31%.**

¿Cómo Kushki puede impulsar a la industrias New Economy?

En Kushki tenemos **años de experiencia ayudando** a empresas FinTech, e-commerce, plataformas de movilidad y delivery a cobrar. Algunos de los **beneficios de utilizar Kushki son:**

- Operamos bajo el modelo de **adquirente regional no bancario** para facilitar y optimizar el **flujo de cobros de punta a punta.**
- Experiencia de compra mejorada para **aumentar la tasa de aceptación de pagos.**
- PayOuts para **dispersar fondos fácilmente** a múltiples destinatarios en segundos.
- Múltiples medios de pago con **beneficios por país.**
- Alta tecnología para **procesar pagos sin fallas técnicas** y sin burocracia, además de la **resolución de disputas** y **manejo de contracargos.**
- Alta disponibilidad y **conexión en todo momento.**
- Soluciones de **pagos digitales y con tarjeta presente** (TP únicamente en México).
- Seguridad en la operación:
  - Sistema de **detección de fraude.**
  - Cumplimiento **PCI.**
  - **Protección de datos** sensibles del cliente.
  - **Cumplimiento regulatorio** en cada país.

Kushki Insights:

New Economy

KUSHKI

Kushki @kushkioficial Kushki Oficial @kushkioficial