



Digitalizar y Prosperar: Mercado Libre un Ecosistema para Despegar

Autor: Maria Rosa Hermida Cruells - Gerente de Relaciones con Gobierno de Mercado Libre México

Síntesis: En los últimos años, el internet se ha convertido en parte de nuestras vidas diarias. Hace tres años, el COVID-19 cambió la forma en la que trabajamos, compramos, estudiamos y convivimos con otras personas, revolucionando y potencializando la llamada “era digital”. En Mercado Libre, guiados por nuestro propósito de democratizar el comercio electrónico y los servicios financieros en México y la región de Latinoamérica, hemos generado diversas estrategias para apoyar a las PyMEs, MiPyMEs y emprendedores de la región a digitalizar y potencializar sus negocios a través de nuestro ecosistema de soluciones.



Desde hace 24 años, en Mercado Libre trabajamos por una misión que nos impulsa: democratizar el acceso al comercio electrónico y servicios financieros, transformando la vida de millones de personas en América Latina. Buscamos acompañar e impulsar el crecimiento de la región y de México; porque además de ser una plataforma de comercio electrónico, somos una herramienta que genera un impacto positivo en la sociedad.

Nos llena de orgullo ser la empresa de tecnología más grande de América Latina, lo cual además nos da una gran responsabilidad para impulsar el crecimiento de una región de grandes brechas sociales y económicas, a través de nuestro ecosistema de soluciones que integra el comercio y las finanzas.

Los últimos tres años han estado marcados por una acelerada digitalización de nuestras actividades cotidianas, impactando en las economías del mundo así como en la vida de las personas a nivel mundial. El incremento de usuarios de internet a lo largo de los años es realmente sorprendente. Hacia enero del 2012, el número de internautas alrededor del planeta era de 2,387 millones, número que prácticamente se ha duplicado en 2022, con 5,300 millones de internautas¹.

Como consecuencia, el Internet se ha vuelto una pieza imprescindible para todos, comparándose incluso con servicios como el agua o la electricidad. No sólo ha cambiado la manera en la que compramos, vendemos, trabajamos y nos comunicamos, sino que también ha transformado cómo obtenemos educación o identificamos comunidades con las que compartimos intereses en común.

La pandemia nos cambió la vida a todos y aceleró la evolución de lo que a mí me gusta llamar la “era digital” en la que hoy vivimos, las cifras hablan por sí solas. Según el Estudio Digital 2023 publicado por We Are Social², en 2022 el 68% de la población total del mundo era usuario de un celular y el 64.4% era usuaria de internet, mientras que el 59% era usuaria de redes sociales.

¹ Statista 2023.

<https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/#:~:text=Global%20number%20of%20internet%20users%202005%2D2022&text=As%20of%202022%2C%20the%20estimated.billion%20in%20the%20previous%20year.023/>

² Informe Digital 2023 We are Social y Hootsuite: <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>

Dentro de toda esta revolución digital y tecnológica, es que el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta esencial para nuestras vidas diarias y en el espacio favorito de las personas para realizar sus compras debido a la conveniencia y facilidad que ofrece. La forma de comprar y vender ha cambiado más en 3 años que en 2 décadas. Hoy en día se compra y se vende en línea.

El crecimiento del comercio electrónico y la digitalización de PyMEs en los últimos años ha sido sorprendente, en el caso de México, la penetración del comercio electrónico ha sido exponencial. Según datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), en 2022 el valor de mercado de eCommerce Retail alcanzó 528 mil millones de pesos, experimentando un crecimiento del 23% respecto a 2021, posicionando a México en el top 5 de los países con mayor tasa de crecimiento a nivel mundial. Además, más de 63 millones de personas en México ya adquieren productos y servicios a través de internet: 9 de cada 10 internautas compraron de manera digital en 2022.³

Todos estos datos indican que hay una tendencia a la alza en la adopción del comercio electrónico en el país, generando la inclusión de nuevos compradores y vendedores en la era digital. Para Mercado Libre la importancia de dicha inclusión radica en el impulso de nuestro propósito democratizador y el desarrollo de nuestro ecosistema de soluciones, desde el cual buscamos que las PyMEs y emprendedores de México y la región, tengan las mismas oportunidades que las grandes empresas. Todas nuestras soluciones apuntan a fortalecer a la comunidad emprendedora mexicana y latinoamericana para ayudarlas a escalar su potencial a través de distintas acciones como: 1) capacitaciones, cursos en línea y tutoriales; 2) programas de financiamiento; 3) acceso a nuevos mercados y clientes; 4) promoción de productos locales; 5) protección de propiedad intelectual para garantizar que las PyMEs tengan una competencia justa.

El efecto de ser la empresa de comercio electrónico líder de México y América Latina nos ha convertido en generadores de impacto social, lo que se refleja en el valor positivo que creamos en términos de desarrollo en la región, especialmente en el segmento de emprendimientos y PyMEs. El estudio “Impactos que Importan” realizado en conjunto con Euromonitor y publicado en septiembre de 2021, evaluó el impacto positivo de nuestro ecosistema en distintos países de la región, incluido México. El estudio analizó la contribución de Mercado Libre para los pequeños y medianos emprendedores durante 2019 y 2020, una época en donde el mundo cerró sus “puertas” y en donde la transformación digital de las PyMEs de la región fue fundamental para su subsistencia.

Entre los principales resultados del estudio se encuentran que en 2020 más del 85% de las PyMEs que venden a través de Mercado Libre mantuvieron o aumentaron el número de empleados a pesar de la pandemia. El 84% de las PyMEs de la región lograron expandirse fuera de su ciudad gracias al comercio electrónico, sumando clientes y aumentando el nivel de ventas. Del total de las PyMEs de Mercado Libre, 4 de cada 10 venden exclusivamente a través del comercio electrónico. En México, el 46% de las PyMEs de Mercado Libre venden exclusivamente a través de la plataforma. En promedio, en 2020 el 63% de las ventas de las PyMEs se originaron en el canal online versus un 37% que se generaron en el canal físico.

En Mercado Libre queremos seguir impactando la vida de millones de personas y familias de México y Latinoamérica. Hoy, cerca de 900.000 familias de la región encuentran su principal sustento económico en nuestra plataforma, que genera a la vez un promedio de 6 empleos por hora. En México son más de 288 mil familias las que confían en nuestro ecosistema para generar ingresos.

³ Estudio Sobre Venta Online en México 2023 - AMVO.

Creemos en brindar una experiencia que se supere a sí misma cada día. Seguiremos avanzando y brindando mayor innovación dentro del comercio electrónico, porque en Mercado Libre, siempre lo mejor está llegando. Estamos conscientes de que aún hay camino que recorrer, así como metas que cumplir, por lo que la seguiremos implementando acciones y colaborando con el sector público para seguir contribuyendo al beneficio de la sociedad.