

PONGAMOS LA ECONOMÍA EN MARCHA



mercado
pago



mercado
libre

Codo a codo hasta que llegue lo mejor.



Abordaje Metodológico

Integrado por fases complementarias y simultáneas, con un enfoque 360°



Abordaje interno

1. ANÁLISIS PRELIMINAR

Análisis de indicadores internos de vendedores (pymes),

segmentados en función de la cantidad de órdenes realizadas antes y después del 24 de marzo.

Abordaje externo

2. ENCUESTA ONLINE



A partir del 24 de marzo se sumaron

8,000 nuevas pymes a Mercado Libre

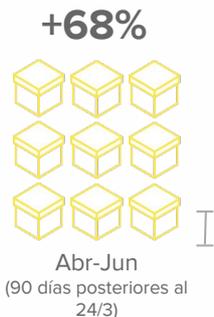
con resultados positivos en sus operaciones



3 de cada 5 pymes
no tienen tienda
física



Dic-Mar
(90 días previos del
24/3)



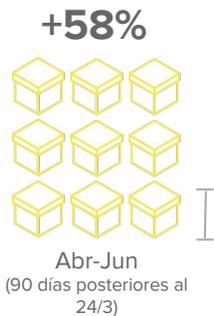
Cantidad de órdenes

1 de cada 5

órdenes fue generada por
nuevas PyMEs



Dic-Mar
(90 días previos del
24/3)



Facturación

27% del total

facturado fue generado por
Nuevas PyMEs

El comercio electrónico como sostén de la actividad de las pymes en contexto Covid



7/10 ventas
se realizan de manera **ONLINE**



El 50% de las ventas

de pymes se generan a través de **Mercado Libre**.



76%

“**Mercado Libre** ha sido un canal de venta clave para apoyar a las pymes en este contexto”

+ Salud & Belleza	85%
+ Moda	83%

Ahora, del TOTAL de ventas (online + offline o física) que realizaron en este contexto de Coronavirus. Aproximadamente, ¿cuántas fueron ONLINE (incluyendo TODAS las plataformas que utilizas para la venta online)? Del total de ventas ONLINE que realizaron en este contexto. Aproximadamente, ¿cuántas fueron a través de MERCADO LIBRE?

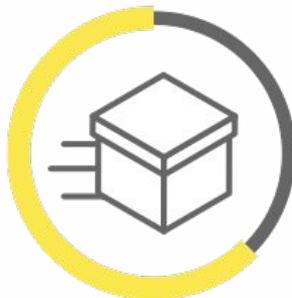
Fuente: Estudio Online Trendstly para Mercado Libre. Total 700 PyMEs encuestadas.



71% de las pymes

consideran que **Mercado Libre** les ofrece suficientes soluciones para operar en este contexto.

(+CPG 83%/ Entretenimiento 84%)



Envío rápido

De las funcionalidades evaluadas, el envío rápido es la preferida por el **64% de las pymes.**



94%

“**Vender online me permite llegar a más clientes potenciales** en este contexto”

7 de cada 10

consideran que **no podría seguir operando igual** sin Mercado Libre en este contexto.



91%

Continuaría usando Mercado Libre en un “back to normal”



Optimistas sobre el futuro



87%

Futuro de tu empresa/negocio

+ Sureste

93%



76%

Futuro de las PyMEs

+ Sureste

84%

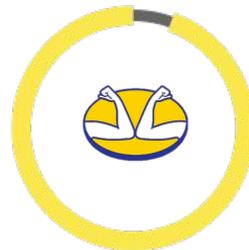


TTB%

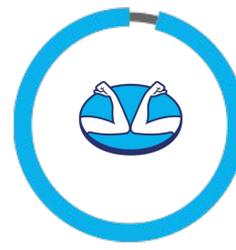
(totalmente optimista/ bastante optimista)

“Después de la pandemia, la **importancia de Internet** para los negocios será aún mayor”

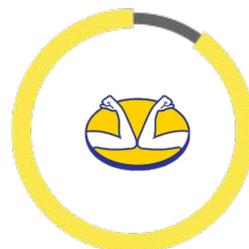
94%



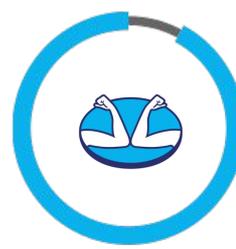
96%



87%



90%



“Las **plataformas de ventas digitales** serán clave en la recuperación de la economía del país”

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Pago. Total 460 PyMEs encuestadas.

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Libre. Total 700 PyMEs encuestadas.



57%

de las pymes consultadas **lograron sostener la cantidad de empleados.**



6%

incluso **aumentó** su staff.



6 personas

empleadas es el promedio de las pymes consultadas.



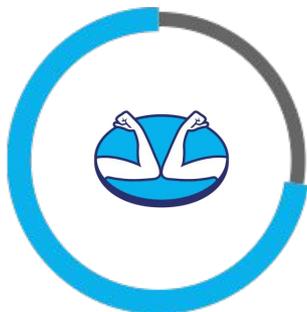
89%

considera que operar con **Mercado Libre** contribuyó a **sostener a sus colaboradores** en este contexto.



74%

considera que operar con **Mercado Pago** contribuyó a **sostener a sus colaboradores** en este contexto.



72%

“Mercado Pago es uno de los motores de recuperación de las pymes en este contexto desatado por el virus”

Generan a través de **Mercado Pago** el **50%** de sus cobros.

El contexto desalentó el uso de efectivo.





Transformación digital de pymes

Las pymes que pudieron enfocarse en la venta online con agilidad durante la cuarentena, lograron sostener su actividad a través de funcionalidades como envíos rápidos y pagos en línea.



Espíritu emprendedor

La caída de ingresos habituales despertó la necesidad de volcarse a una nueva modalidad de negocio. Las pymes que detectaron con rapidez las oportunidades comerciales generadas durante la cuarentena, fueron las más exitosas.



Sostenimiento y generación de empleos

La transformación digital fue necesaria para sostener la actividad y también por la responsabilidad frente a los colaboradores directos e indirectos. El canal online permitió conservar colaboradores y crear empleos.

Presencia digital de las pymes en Mercado Libre



Categorías con mayor crecimiento



+258%

Belleza & Salud



+253%

Súpermercado



+104%

Entretenimiento



+139%

Hogar



+101%

Juguetes & bebés



Período: acumulado de abril a agosto de 2020.

- Creación de **sección especial** para emprendedores.
- Tiendas oficiales de **la mitad de los estados de la República.**



20%

Descuento
comisión



27%

Descuento
comisión



0 comisión

Terminal Point Blue



Capacitaciones

en línea



¡GRACIAS!

