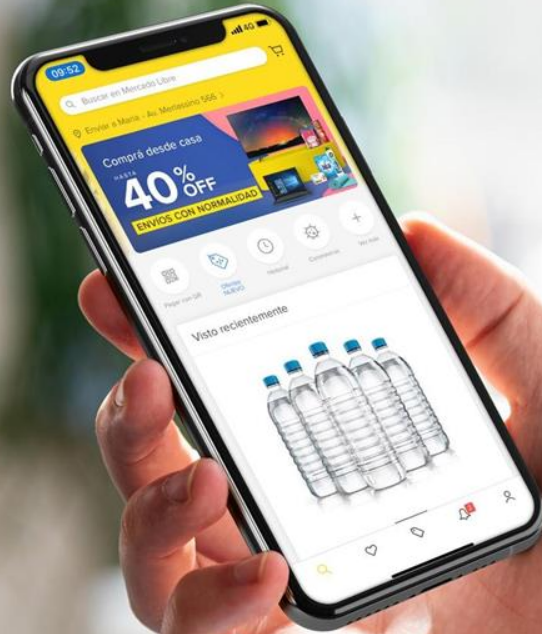


PyMEs argentinas:

Cómo atraviesan la pandemia.



mercado
libre



mercado
pago

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



Abordaje interno

1. ARTICULACIÓN ANALÍTICA PRELIMINAR

Desk research

Análisis de indicadores internos de vendedores (PyMEs), segmentados en función de la cantidad de órdenes realizadas antes y después del 20 de marzo.



Abordaje externo

2. PUNTO DE VISTA de las PyMEs

Encuesta online

Metodología: estudio cuantitativo online, conducido por **Trendcity** en la 1ra semana de junio.

Target: vendedores que operan en Mercado Libre/ Mercado Pago (*)

Herramienta: cuestionario online estructurado y autoadministrado, mobile friendly.

Muestra: Total 2.100 casos, representativo del universo de PyMES que operan a través de Mercado Libre o Mercado Pago, total país.



MERCADO LIBRE

1300 casos totales

Margen de error 2,5%. NC 95



MERCADO PAGO

800 casos totales

Margen de error 3,5%. NC 95

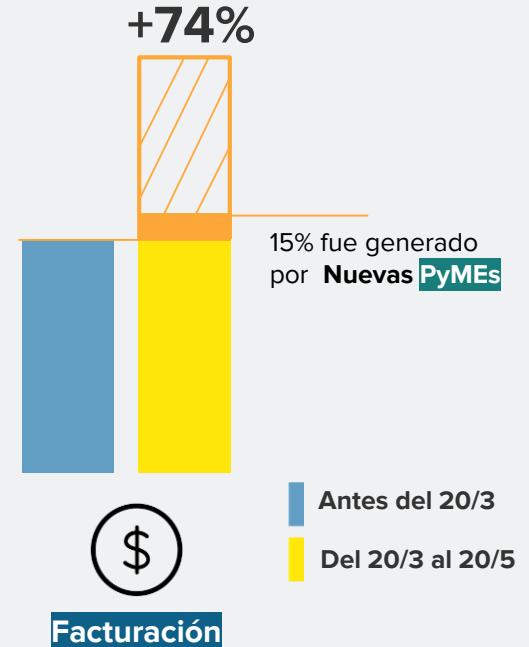
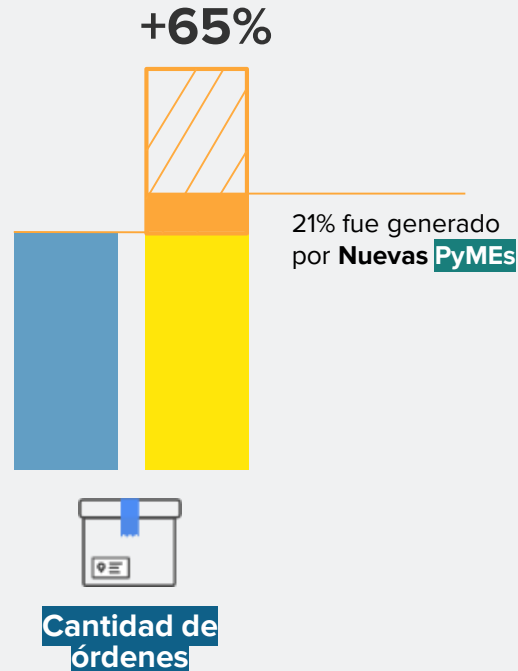
Crecimiento del ecosistema digital



A partir del **20 de marzo**, se sumaron
4.100 NUEVAS PyMEs a Mercado Libre
con resultados positivos en sus operaciones

Representa
+40%
en la cantidad
de PyMEs(*)

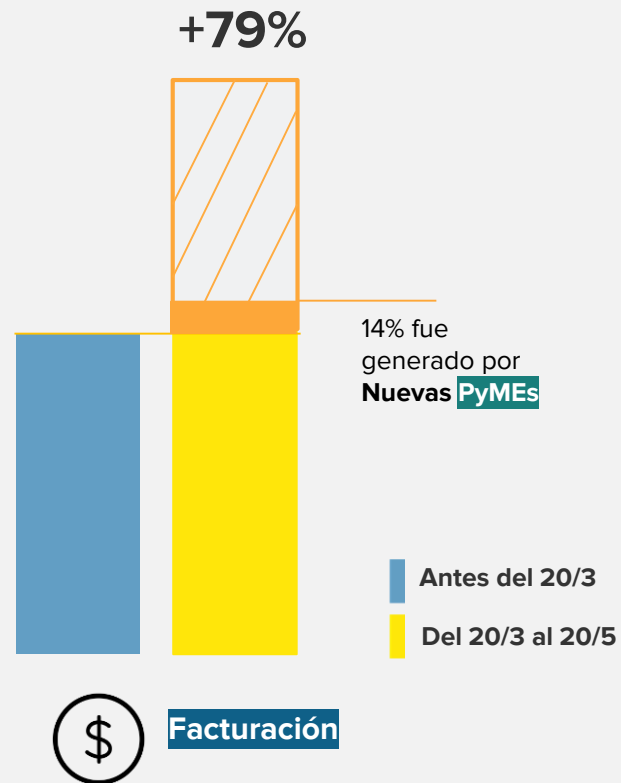
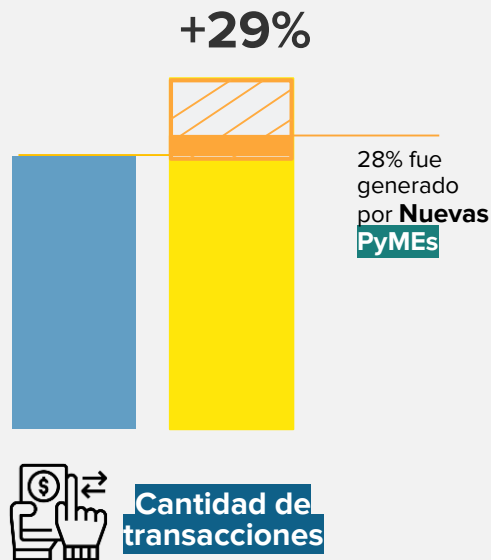
1 de cada 8 de estas
PyMEs es un
nuevo emprendimiento
(iniciado durante la
cuarentena).



A partir del **20 de marzo**, se sumaron
34.400 NUEVAS PyMEs a Mercado Pago
con resultados positivos en sus operaciones

Representa
+ 115% en la
cantidad
de PyMEs^(*)

1 de cada 10 de estas PyMEs
es un **nuevo**
emprendimiento
(iniciado durante la
cuarentena).



Mayor tiempo en el hogar impulsó la venta de categorías relacionadas a este nuevo contexto.



% crecimiento de órdenes



+118%

Tecnología



+95%

Salud y
Equipamiento
Médico



+91%

Consumo masivo
y alimentos



+64%

Hogar, muebles
y jardín



+47%

Entretenimiento
y Fitness

Impacto de la transformación digital



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



9 de cada 10
considera que
“La **venta online**
fue **clave** para poder seguir
operando en este contexto”

90%

La **mitad** de las ventas de PyMEs se generan a través de **Mercado Libre**.

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?

La gestión digital de pagos fue clave para las PyMEs en cuarentena



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

El contexto desalentó el uso de efectivo.



5/10 cobros
se realizan a través
de **MERCADO PAGO**

2 de cada 3
consideran que

“La **gestión de cobros** por otras vías que no fueran “en efectivo” fue clave para poder seguir operando en este contexto”

66%

Del TOTAL de cobros que recibiste durante la cuarentena incluyendo todas las modalidades (incluyendo efectivo, tarjeta de crédito o débito, QR, link de pago, Cobro a través de Mercado Pago en página web propia o de terceros, etc.). ¿Cuántos fueron a través de las soluciones de cobro de Mercado Pago?

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Pago. Total 800 PyMEs encuestadas que operan con Mercado Pago (que no operan con ML).

La digitalización: herramienta clave para ampliar la base de clientes y plataforma de soluciones para operar en contexto de emergencia de las PyMEs



“Operar con **venta online** me permite llegar a una **mayor cantidad de clientes potenciales** en este contexto”

92%

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Libre.
Total 1300 PyMEs encuestadas.



“Ofrecer mayor cantidad de **opciones de pago** me permite llegar a una **mayor cantidad de clientes potenciales** en este contexto”

88%

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Pago.
Total 800 PyMEs encuestadas.

60% de las PyMEs del Interior y la mitad de las nuevas PyMEs considera que Mercado Libre ofrece suficientes soluciones a las PyMEs para operar en este contexto.

7 de cada 10 considera que Mercado Pago ofrece suficientes soluciones a las PyMEs para operar en este contexto. (Se refleja más en el interior).

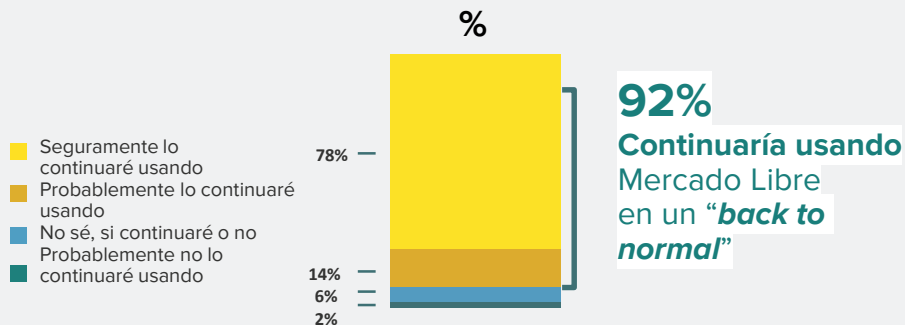
De las funcionalidades evaluadas, el filtro de envío con normalidad fue la preferida por el 60% de los encuestados.

Tendencias que llegaron para quedarse: un impacto positivo que se consolida



La posibilidad de seguir **generando ventas** representa la principal **ventaja** al operar con Mercado Libre, para 3/4 de las PyMEs.

8 de cada 10 considera que **no podría seguir operando igual** sin Mercado Libre en este contexto.



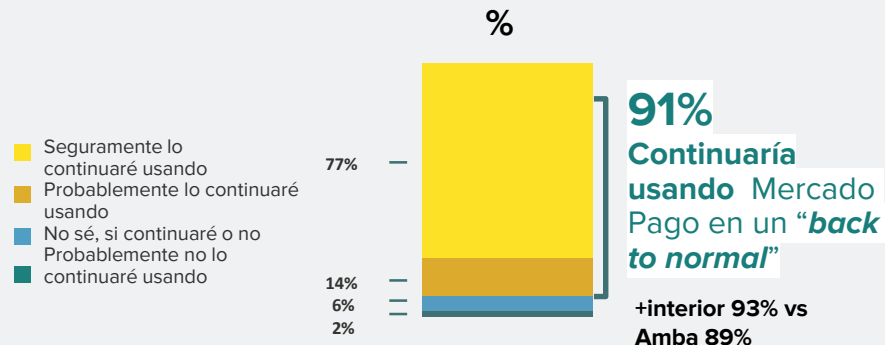
¿Crees que sin Mercado Libre, podrías seguir operando en este contexto de coronavirus? Pensando en un escenario de vuelta a la “normalidad”. ¿Continuarías usando Mercado Libre en tu negocio/ empresa o emprendimiento?”

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Libre. Total 1300 PyMEs encuestadas.



La posibilidad de seguir **generando ventas** representa la principal **ventaja** al operar con **Mercado Pago**, para 6 de cada 10 de PyMEs.

6 de cada 10 considera que **no podría seguir operando igual** sin Mercado Pago en este contexto



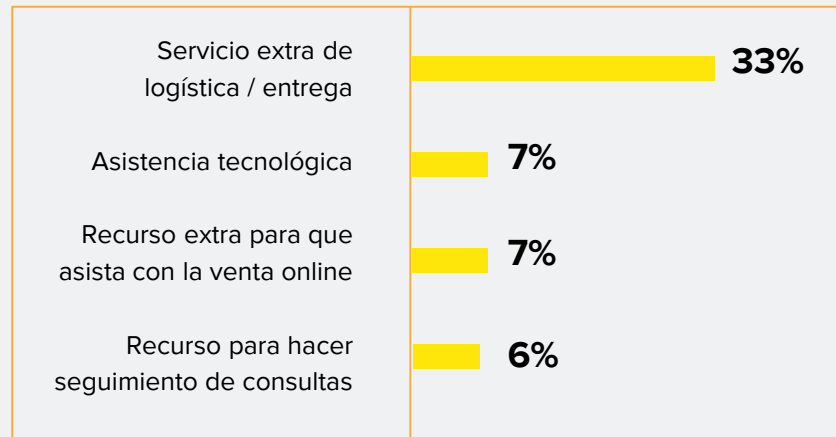
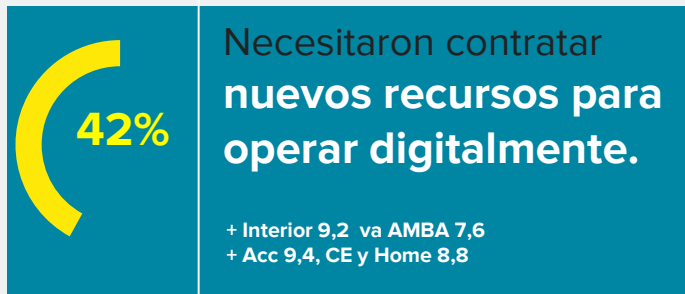
¿Crees que sin Mercado Pago, podrías seguir operando en este contexto de coronavirus? Pensando en un escenario de vuelta a la “normalidad”. ¿Continuarías usando Mercado Pago en tu negocio/ empresa o emprendimiento?”

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Pago. Total 800 PyMEs encuestadas.

La digitalización del comercio y los pagos permitió sostener el empleo en PyMEs



9 de cada 10 de los encuestados consideran que operar con Mercado Libre y Mercado Pago contribuyó a **sostener a sus colaboradores** en este contexto.



Para las PyMEs, una de las principales ventajas de operar con Mercado Libre / Mercado Pago fue poder mantener los puestos de trabajo de sus colaboradores

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Libre. Total 1300 PyMEs encuestadas.

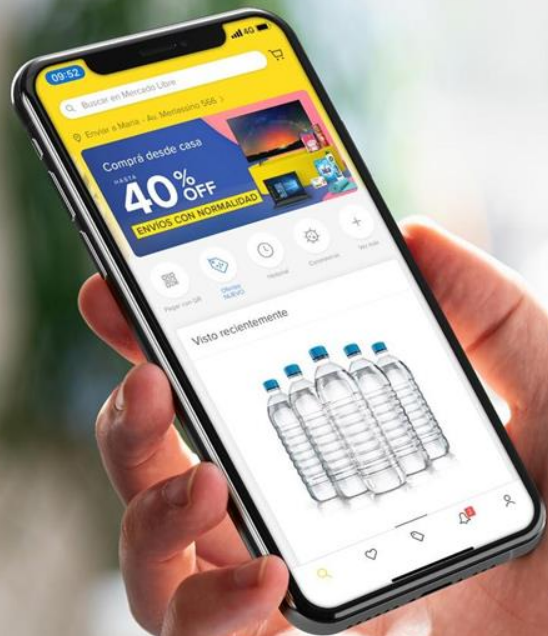
Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Pago. Total 800 PyMEs encuestadas.

PyMEs argentinas: Cómo atraviesan la pandemia



- **La aceleración de la Transformación digital de PyMEs, continúa consolidándose:** las PyMEs que pudieron enfocarse en la venta online con agilidad durante la cuarentena, lograron sostener su actividad ofreciendo nuevas funcionalidades como el filtro de envío con normalidad, o bien, nuevas opciones de pago.
- **Pagos Digitales vs efectivo.** El contexto desalentó el uso de efectivo, volcándose a la gestión digital de pagos y, como consecuencia, a una mayor formalización.
- **Hibridez: las categorías vinculadas a los nuevos estilos de vida, donde se funden el adentro y el afuera (home schooling/ home office/ home fitness) fueron los más requeridos, impulsando fuertemente el crecimiento en sus ventas.**
En el consumo masivo, ante un cambio de paradigma en cuanto a sus canales de venta, quienes lograron garantizar stock y entrega a domicilio con normalidad alcanzaron una interesante aceleración de ventas online.
- **Espíritu emprendedor.** La necesidad de obtener ingresos adicionales (o, incluso, como sostén de su actividad) ante la caída de ingresos habituales, sumado a una rápida detección de oportunidades comerciales generadas durante la cuarentena, despertó la posibilidad de volcarse a una nueva actividad como emprendedores (1 de cada 10 nuevas PyMEs corresponde a un nuevo emprendimiento iniciado durante la cuarentena).
- **Sostenimiento de los puestos de trabajo y generación de empleos indirectos.** La transformación digital fue impulsada por las PyMEs para sostener su actividad, y también por la responsabilidad frente a sus colaboradores directos e indirectos, El canal online permitió sostener a colaboradores y la creación de empleos indirectos (delivery, asistencia técnica, seguimiento de envíos, atención post venta, etc.)

Muchas gracias



mercado
libre



mercado
pago