

Módulo 1. La importancia de la reputación en Mercado Libre

La reputación es la manera en que la web de Mercado Libre mide a sus vendedores, teniendo en cuenta la calidad de la atención que ofrece a sus compradores de manera integral. Es dinámica y se calcula a medida que se reciben ventas.

Figura 1: Si la atención es buena, la experiencia del cliente también lo será



Fuente: Kraayenbrink, s.f., <https://bit.ly/3QRxSNu>

Si la atención a los clientes es buena, también la web mide el volumen de las ventas realizadas y de los montos facturados para que se pueda adquirir una medalla de MercadoLíder. Contar con esa medalla convierte al vendedor en uno de los mejores del sitio y proporciona confianza a los potenciales clientes.

La reputación es clave porque habla de la calidad como vendedores que tenemos y es un aspecto que genera confianza en el cliente y potenciales compradores. Esta

es representada utilizando diferentes colores, en una gama que va desde el rojo (que es la peor calificación) hasta el verde, que es la óptima y que desarrollamos más abajo.

Para que las ventas se vean incrementadas y nuestro negocio crezca más y más, es necesario construir y mantener una buena reputación.

Es la mejor carta de presentación de cualquier persona que desee realizar ventas en Mercado Libre porque les garantiza a los potenciales compradores que otros usuarios ya tuvieron una buena experiencia de compra con nosotros (Mercado Libre, s.f.c).

Unidad 1.1 Reputación: lo difícil no es alcanzarla, sino mantenerla

1.1.1 Cómo se mide la reputación.

Vender y vender correctamente en Mercado Libre tiene beneficios. Esto implica que los productos se alinean a las políticas de la empresa respecto de los productos y del tratamiento de la información privada durante la etapa previa a la compra de un producto, así como al modo en que el vendedor publica sus productos y más.

Los llamados *líderes* de la plataforma de e-commerce se caracterizan por brindar una excelente experiencia a sus compradores y también por la cantidad de ventas que reciben.

Figura 2: Experiencia del comprador



Fuente: [Imagen sin título sobre experiencia del comprador]. (s.f.). <https://bit.ly/3QUP8Bv>

Hay tres niveles de MercadoLíder que se pueden encontrar en la plataforma, identificados gráficamente por la medalla que llevan al lado del “termómetro” que determina su reputación: **MercadoLíder**, **MercadoLíder Gold** y **MercadoLíder Platinum**.

Figura 3: Niveles de MercadoLíder



MercadoLíder



MercadoLíder Gold



MercadoLíder
Platinum

Fuente: Mercado Libre, s.f.f, <https://bit.ly/3QrLL54>

Por otra parte, la **reputación** es el lugar que el vendedor ocupa dentro del *ranking* general de Mercado Libre, algo muy importante que le da al comprador la garantía de que estará haciéndole la compra a alguien seguro, que responderá ante cualquier inconveniente. Mercado Libre representa la reputación a través un color puntual para cada vendedor (quien puede conocer qué reputación tiene accediendo a Mi cuenta y luego a Reputación), que se muestra como la Figura 4:

Figura 4: Nivel de reputación



Fuente: elaboración propia.

Para calcular la reputación, Mercado Libre se basa en la experiencia que les brindamos a nuestros compradores. Por eso, cuando el comerciante llega a sus diez ventas, se podrá calcular la reputación considerando las variables que se detallan a continuación, para luego mostrarla visualmente según la gama de colores detalladas anteriormente.

1. Si tenemos ventas con reclamos realizados por parte del comprador realizadas en Argentina:

- Para ser vendedor color verde, las ventas con reclamos no tendrán que superar el 2 % de todas nuestras ventas, lo que implica que estamos ante un buen vendedor.
- Para ser vendedor amarillo, las ventas con reclamos no deben superar el 4 % de todas nuestras ventas.
- Para ser vendedor de color naranja, las ventas con reclamos no tienen que superar el 7 % de todas nuestras ventas.

2. Tiempo en entregar los productos al correo para que lleguen al comprador:

- Para ser vendedor verde, el tiempo de despacho con demora no tiene que sobrepasar el 15 % de todas las ventas que hagamos.
- Para ser vendedor color amarillo, el tiempo de despacho con demora no tendrá que sobrepasar el 20 % de todas las ventas que cerremos.
- Para ser un vendedor de color naranja, el tiempo de despacho con demora no deberá sobrepasar el 30 % de todas las ventas que hagamos.

Es importante destacar que, cuando utilicemos el despacho por Mercado Envíos, Mercado Libre va a comparar ese tiempo con el de los otros vendedores de cada categoría. Si hacemos el envío en 24 horas hábiles, la **reputación** nunca se verá afectada.

3. El total de las ventas que fueron canceladas por el propio vendedor. Para calcular esta variable, se toman todas las ventas que cancelemos y que no hayan tenido reclamos.

- Vendedor verde: No debe cancelar más del 3 % de las ventas que haga. Para mantenerse como MercadoLíder, no debe superar el 2 %.
- Vendedor amarillo: No puede cancelar más del 4 % de las ventas que haga.
- Vendedor naranja: No puede cancelar más del 5 % de las ventas que haga.
- Si brindamos servicios, cada contratación cuenta para calcular nuestra reputación.

1.1.2 Mercado Líderes. Porque y cómo serlo.

Seguramente nos preguntemos por qué conviene ser un MercadoLíder dentro de la plataforma de e-commerce más usada en toda la región.

A continuación, se detallan algunas de las características más importantes del programa, para que podamos evaluarlas y analizar punto por punto cada una de ellas, sus ventajas y, principalmente, sus beneficios:

- Las publicaciones que hagamos tendrán mayor prioridad y exposición en las búsquedas que los potenciales clientes hagan.
- Tendremos atención personalizada por chat en tiempo real por parte del equipo de asistencia de MercadoLibre.
- Seremos los primeros usuarios en conocer las novedades de Mercado Libre a través del boletín para usuarios MercadoLíder exclusivo.
- Podremos recibir cursos y capacitaciones con consejos de venta mediante reuniones presenciales y virtuales realizadas por MercadoLibre.
- Tendremos bonificado al 100 % el costo mensual de mantenimiento de *eshops*.

- Podremos ofrecer envíos gratis a través de Mercado Envíos con el 50 % de descuento en productos nuevos que vendamos a partir de \$4000.

Para ser un MercadoLíder, deberemos cumplir los siguientes requisitos que la empresa requiere en los últimos 60 días de uso, más los días del mes que esté en curso, tal como se indica a continuación en la siguiente tabla, según la categoría que aplique: MercadoLíder, MercadoLíder Gold y MercadoLíder Platinum, y se deben cumplir los siguientes requisitos en los últimos 2 meses:

Tabla 1: Requisitos para ser MercadoLíder

	MercadoLíder	MercadoLíder Gold	MercadoLíder Platinum
*Ventas concretadas	50 o más	150 o más	350 o más
*Facturado en concretadas	\$ 100.000 o más	\$ 340.000 o más	\$ 1.000.000 o más
Antigüedad en Mercado Libre	Mayor a 60 días		
Color en termómetro	Verde oscuro		
Reclamos con mediación de Mercado Libre	Menos del 1% sobre el total de tus ventas.		
Ventas canceladas por vos	Menos del 2% sobre el total de tus ventas.		
Ventas que despachaste con demora	Menos del 15% sobre el total de tus ventas.		

Fuente: Mercado Libre, s.f.f, <https://bit.ly/3QrLL54>

En los últimos 60 días, si se llega a 50 ventas concretadas, y en los últimos 365 días, si el vendedor tiene menos de 50 transacciones concretadas.

Por otra parte, Mercado Libre pone a disposición una interesante herramienta para saber a qué precio nos conviene vender los productos que ofrecemos en línea. Para simular los costos de una nueva publicación en Mercado Shops, te invitamos a visitar este enlace:

Mercado Libre. (s.f.e). *Simulador* de costos.
<https://www.mercadolibre.com.ar/simulador-de-costos/>

Unidad 1.2 Impacto de la reputación en nuestra estrategia en Mercado Libre

Al pensar en un negocio *online*, siempre acompañamos dicho *e-commerce* con una estrategia digital acorde a lo que buscamos como objetivos. En este caso, el posicionamiento de nuestra marca y la venta de los productos que ofrecemos son algunos de ellos, pero también pueden sumarse otras metas, como escalar este proyecto a otros países, por ejemplo.

De la mano con dichos objetivos, la **reputación** dentro de Mercado Libre es un aspecto sumamente importante, ya que será el factor que ayude a decidir a cientos de usuarios que pasan por las publicaciones cotidianamente a decidirse por nuestra oferta y no la de otro vendedor.

En este sentido, la reputación impacta de manera directa y positiva, si nuestra reputación es buena, en la estrategia que tengamos planificada.

Para optimizar dichos resultados y enfocar las actividades en este gran objetivo, hay algunas recomendaciones que la empresa pone a disposición de los vendedores y que no podemos desconocer para tener saldo positivo en la estrategia planteada.

Para ahorrar tiempo y organizar las actividades diarias, Mercado Libre implementó algunos cambios en la sección Publicaciones para hacer de todas las tareas algo más sencillo mediante tres sugerencias:

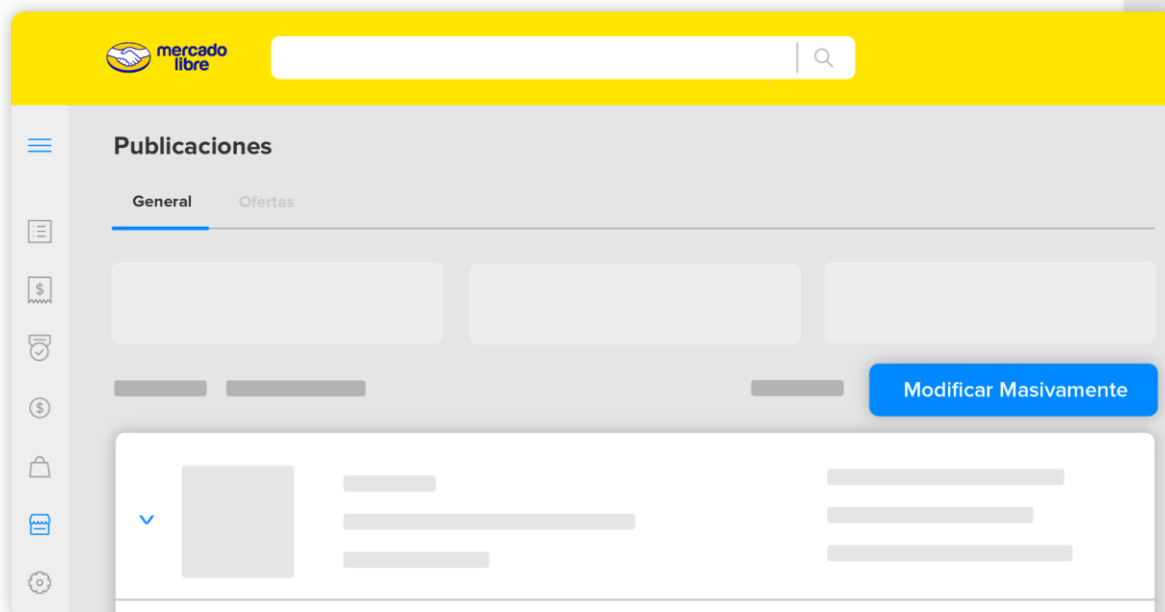
1. Editor masivo de publicaciones.
2. Indicador de calidad.
3. Filtrar y ordenar publicaciones.

1.2.1 Cómo ahorrar tiempo en la gestión diaria en Mercado Libre

Esta novedosa herramienta permite al vendedor modificar todas las características de sus publicaciones desde una misma pantalla de visualización, para ahorrar pasos y tiempo. Por ejemplo, si se requiere actualizar los precios de los productos ya publicados, las descripciones o hacer cambios en los títulos de esos productos, se puede hacer al mismo tiempo desde una sola opción, en vez de aplicarlos de a uno por vez.

Podremos acceder a esta herramienta de edición masiva sencillamente desde el apartado Mi Cuenta. Una vez allí, se debe elegir la opción Ventas y, finalmente, Publicaciones. En ese espacio el vendedor podrá acceder al listado completo de sus productos ya en circulación. Se podrá ver el botón **Modificar Masivamente**, para hacer cambios.

Figura 5: Pantalla para modificar masivamente las publicaciones



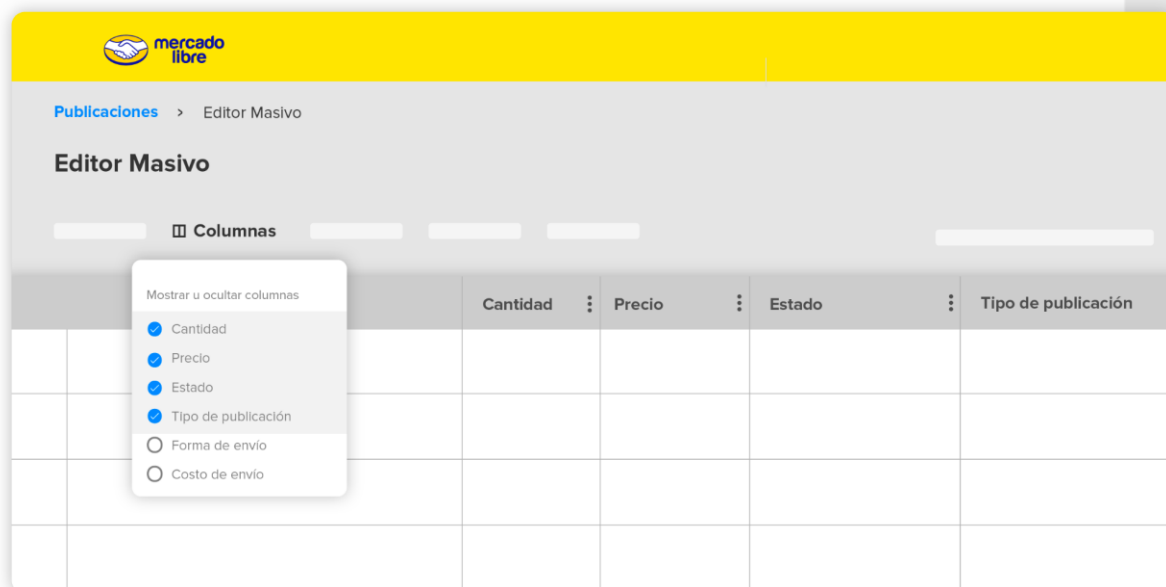
Fuente: Mercado Libre, s.f.d, <https://bit.ly/3dq1xkL>

Al principio, únicamente se visualizarán las publicaciones que están activas actualmente, pero en todo momento se puede cambiar el filtro o añadir y quitar columnas, según lo que se requiera modificar.

Es posible realizar todos los cambios que se quieran en las publicaciones. Si se cometió algún error, no hay problema: es posible volver atrás para acceder a una

versión anterior. El paso final será guardar los cambios para confirmar todo lo que se hizo en este nuevo editor masivo.

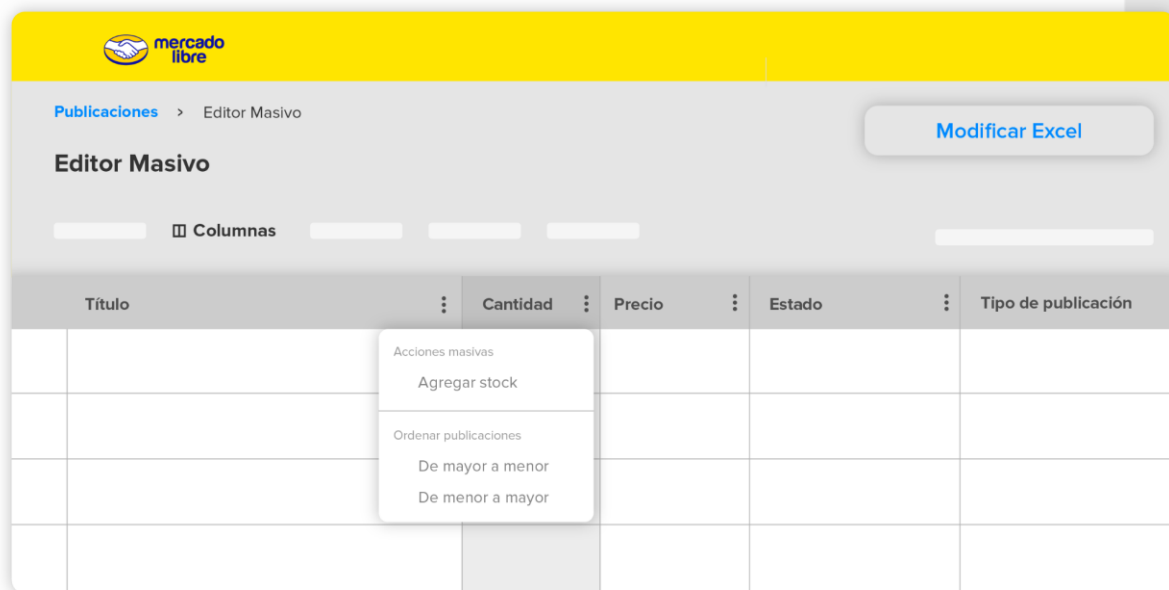
Figura 6: Pantalla: filtrar columnas



Fuente: Mercado Libre, s.f.d, <https://bit.ly/3dq1xkL>

También es posible aplicar una misma modificación o cambio a todas las publicaciones que se tengan filtradas desde el menú de acciones que está figurando en cada columna. Esto servirá, por ejemplo, para incrementar todos los precios de los productos publicados en un mismo porcentaje.

Figura 7: Pantalla: ordenar columnas



Fuente: Mercado Libre, s.f.d, <https://bit.ly/3dq1xkL>

Es importante tener en cuenta que, al aplicar una acción de tipo masiva, se van a guardar los cambios automáticamente.

Para poder hacer cambios sin conexión a internet, existe la opción de bajar una planilla con la información de todas las publicaciones haciendo clic en el botón **Modificar en Excel**.

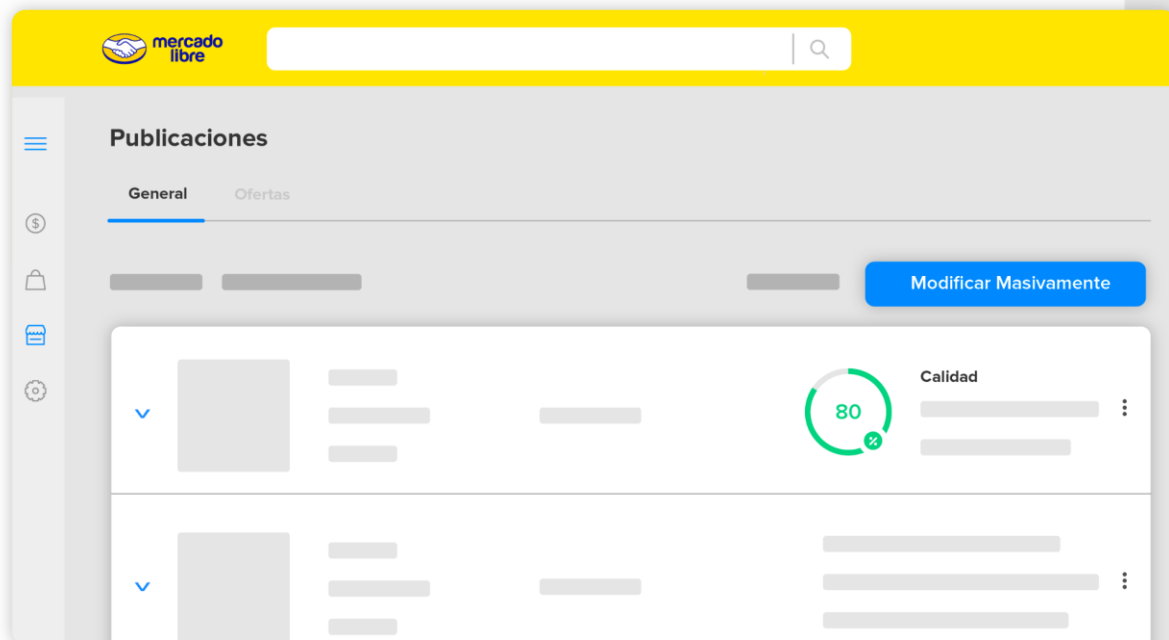
Una vez hechos todos los cambios de manera local en una computadora o teléfono, se podrá volver a subir esta planilla (hoja de cálculo) actualizada para aplicar todas las modificaciones en los artículos.

1.2.2 Mejorar la calidad de cada publicación es posible

El indicador de calidad es otra funcionalidad que Mercado Libre añadió a sus servicios para ayudar a sus vendedores a mejorar el rendimiento de cada publicación. En cada publicación que se haga, la empresa sugiere diferentes objetivos para proporcionar una información más completa y brindar mejores servicios a los clientes potenciales.

Cuanto más objetivos se cumplan, mayor será el porcentaje de calidad que se alcance dentro de la plataforma. Si no se llega al 100, no pasa nada. Solo los vendedores van a poder ver este porcentaje, que cumple el rol de una guía para lograr publicaciones más profesionales.

Figura 8: Mejorar la calidad para todas las publicaciones



Fuente: Mercado Libre, s.f.d, <https://bit.ly/3dq1xkL>

Organizar eficientemente las publicaciones

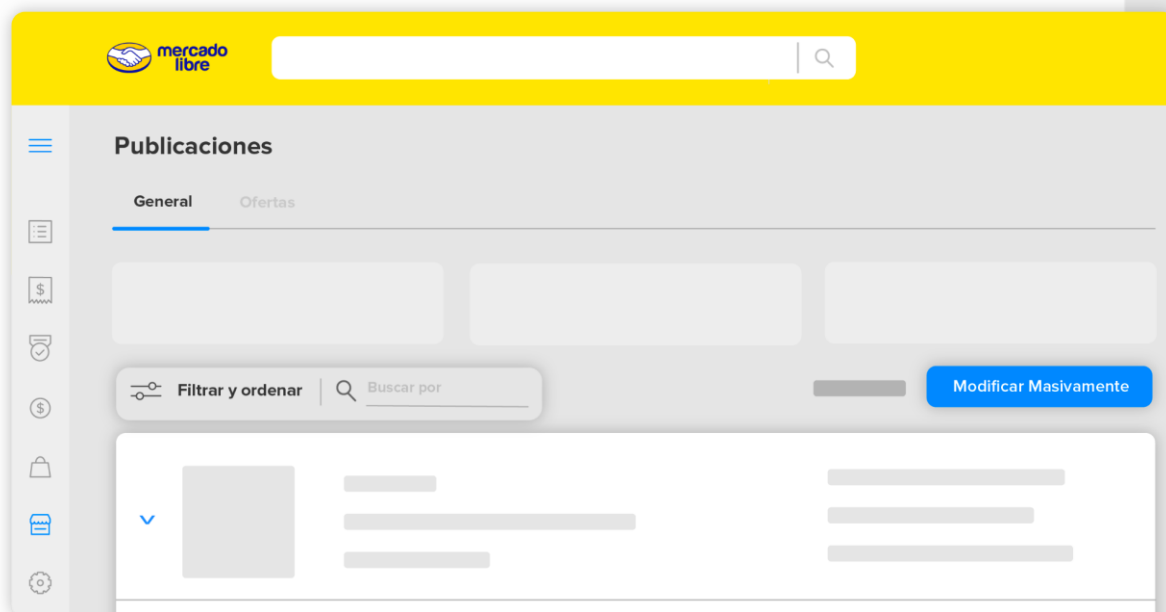
Los filtros permiten a los usuarios vendedores definir criterios y establecer un grupo de publicaciones para trabajar de una manera más eficiente. Por ejemplo, es posible seleccionar todas las publicaciones activas o inactivas, las clásicas, las que cuentan con envío gratuito o también es posible combinar diferentes opciones.

Una vez hecha la selección deseada, será posible trabajar sobre cada publicación en forma individual o en grupo con la opción *Modificar Masivamente* que mencionamos antes.

Los vendedores también encontrarán la nueva sección de **Tareas**. Aquí van a poder visualizar todas las publicaciones que tengan elementos para mejorar, terminar de completar o editar.

Mercado Libre es destacado por muchas razones que están a simple vista: en casi 20 años, se convirtió en la empresa de e-commerce más grande de América Latina, con más de 44 millones de usuarios que hacen compras, venden productos y consultan la aplicación móvil diariamente en 18 países, teniéndola como sitio de compra y venta de referencia, ilo que no es poca cosa!

Figura 9: Modificar todas las publicaciones rápidamente



Fuente: Mercado Libre, s.f.d, <https://bit.ly/3dqlxkL>

Pero lo que hace que este sitio sea digno de envidia sana es cómo su fundador, Marcos Galperin, considera a la cultura como táctica y estrategia para hacer crecer este imponente negocio *online*.

“El secreto del éxito cultural de Mercado Libre se basa en garantizar que [tanto los compradores como] los empleados de esta compañía vivan la cultura y los valores todos los días a través de procesos y prácticas diseñados” (Minott, 12 de julio de 2019, <https://blog.greatplacetowork.com.ar/blog/contenidos/articulos/blog-great-place-to-work-2>) para todos los países de la región, lo que impacta indudablemente en los resultados, junto con otros elementos más técnicos que hacen al funcionamiento cotidiano.

A continuación, se describirán los cuatro pilares que mantienen a Mercado Libre como referente de *marketplace* efectivo en Latinoamérica: la oferta, el tráfico, el servicio y la escalabilidad.

1.2.3 La oferta: tipos de publicaciones y comisiones por venta.

El catálogo proporcionado por la plataforma de compra y venta más usado en la región latinoamericana es extenso, lo que hace de la **oferta en Mercado Libre** algo verdaderamente conveniente.

Se pueden comercializar diferentes productos de consumo diario, como jabón para la ropa, alimentos de consumo regular, así como accesorios para los vehículos, elementos para hacer ejercicio y hasta diferentes productos para revender o para envasar producciones caseras, como frascos, recursos descartables y todo lo que alguien pueda necesitar.

No hay límites en lo que se puede vender allí, ya que es un *marketplace* abierto, que permite a los dueños de negocios y emprendimientos llegar a todo el país con pocos clics y de manera sencilla. La única limitación, según el propio Mercado Libre, es que no se pueden comercializar productos que la ley no permita: drogas, medicamentos con receta y animales en peligro de extinción.

Por otra parte, la misma empresa prefiere evitar comercializar armas, fuegos artificiales, huesos y órganos humanos, bases de datos con información personal, decodificadores y antenas, documentación personal y legal y algunos más que se prohíben (Mercado Libre, s.f.a) en la plataforma.

El funcionamiento general en el momento de **ofrecer productos** a través de la plataforma es sencillo, tomando como premisa la conveniencia y comodidad para el cliente. Por ello, a la publicación (que debe tener un precio conveniente y tentador para el cliente) se deben sumar elementos como financiación en cuotas, envíos (gratuitos o no) y la posibilidad de negociar el precio, en caso de que el cliente verdaderamente quiera comprarlo y el vendedor pueda ajustar el costo de lo que está vendiendo.

La oferta dentro de Mercado Libre puede ser exhibida de diferentes maneras, en función del tipo de publicación que el usuario haya elegido para sus productos. De ello dependerá directamente la cantidad de visitas (vistas) que su publicación tendrá diariamente y, por ende, la posibilidad de que el producto o servicio sea vendido.

Para esto, en este *marketplace* existen diferentes opciones para mostrar las publicaciones:

- **Publicación gratuita:** Mercado Libre no cobra por vender sus productos, solo se deben cargar las fotos, la descripción, las cantidades y las características para poder hacer uso de la plataforma en pocos clics y empezar a ver resultados en poco tiempo. Dicha publicación quedará en circulación por 60 días.
- **Publicación clásica:** Es posible, sin embargo, cambiar la publicación entre Gratuita, Clásica y Premium para mejorar la ubicación en los listados de una búsqueda y obtener una publicación de más calidad, mejor presentada y más

llamativa. Así, el vendedor tendrá más visitas y los compradores podrán encontrarlo velozmente, al estar expuesto de manera más notable.

- **Publicación premium:** Publicar siempre es gratis, no tiene costo. Al concretar la venta, Mercado Libre, el costo de la empresa es del 28 % por transacción realizada.

Tabla 2: Tipos de publicación en Mercado Libre

	Gratuita	Clásica	Premium
Costo por publicar	Gratis	Gratis	Gratis
Exposición en los listados	Baja	Alta	Máxima
Duración	60 días	Ilimitada	Ilimitada
Ofrecés cuotas sin interés con todas las tarjetas	X	X	9 cuotas sin interés en celulares y notebooks 6 cuotas sin interés en todos los demás productos
Costo por vender	Gratis	Entre 11% y 16% según la categoría del producto +\$ 60 de costo fijo por unidad vendida en productos menores a \$ 4.000	Entre 26% y 31% según la categoría del producto +\$ 60 de costo fijo por unidad vendida en productos menores a \$ 4.000

Fuente: Mercado Libre, s.f.b, <https://bit.ly/3PDYaSs>

1.2.4 Tráfico

Al tratarse de una de las plataformas más exitosas y efectivas de la región, Mercado Libre se caracteriza por contar con un importante caudal de visitantes mensuales que hacen que las ventas en este preciado *marketplace* aumenten mes a

mes y sea elegida por miles de compradores y vendedores para encontrar y vender lo que sea, de cualquier rubro prácticamente.

Mercado Libre es una de las empresas de la región latinoamericana que viene teniendo un crecimiento importante en los últimos años y aparentemente seguirá así la tendencia, ya que, según cifras oficiales de la empresa, son el séptimo portal de *retail* con **mayor tráfico en todo el mundo**.

Parte del éxito de Mercado Libre se debe principalmente a la visión de la misma empresa para solucionar problemas importantes en la región (América Latina), motivo por el cual han podido posicionarse actualmente como un importante portal de compra y venta en línea en 20 países, como Argentina, Panamá, Brasil, El Salvador, Uruguay, Costa Rica, México, Venezuela, Ecuador, Nicaragua, Bolivia, Perú, Paraguay, Chile, República Dominicana, Colombia, Honduras y Guatemala.

Es por ello que cada país cuenta con su propio sitio (terminado en .com.ar, .com.co, .com.mx, etc.) desde donde reciben el **tráfico principal**, aunque el resto proviene de la misma región que consulta la misma plataforma, pero de países vecinos. De todos modos, las redes sociales también constituyen uno de los principales caudales por donde ingresan las visitas, las consultas y, finalmente, las transacciones.

Contar con un sitio de Mercado Shops por ejemplo, es sumamente conveniente para cualquier empresa que quiera montarse sobre la infraestructura de Mercado Libre y contar con las características y ventajas que proporciona, al tratarse de la misma organización que regula y da el soporte en el *back end*.

A diferencia de otros portales de transacciones grandes, Mercado Libre es una plataforma a la que los usuarios acceden con una intención de compra que es casi un hecho, algo que se considera un “pro” a la hora de pensar vender a través de esta web. Que el usuario llegue con la intención de compra ya es un importante porcentaje del terreno ganado, por lo que no costará tanto persuadirlo.

Es la gran ventaja que esta web tiene como medio de transacción segura (en el sentido de garantía), ya que se dirige a gente que tiene una intención marcada y definida de compra. Pero Mercado Libre cuenta, además, con una multitudinaria audiencia.

En la plataforma Mercado Libre, se llevan a cabo casi 11 compras cada segundo y una de dos personas que navegan en internet en el país llega como visita a Mercado Libre, **lo que hace que el tráfico sea aún mayor** (“Mercado Libre Publicidad: un gigante en el negocio de medios”, 29 de agosto de 2019,

<https://www.cronista.com/brandstrategy/Mercado-Libre-Publicidad-un-gigante-en-el-negocio-de-medios-20190829-0018.html>).

Ese es el volumen que se genera día a día en la plataforma número uno de e-commerce. “Si tomamos en cuenta todos los sitios web, estamos en el puesto número 4, detrás de Google, YouTube y Facebook”, comenta el director de Marketing de Mercado Libre, Juan Lavista (“Mercado Libre Publicidad: un gigante en el negocio de medios”, 29 de agosto de 2019, <https://www.cronista.com/brandstrategy/Mercado-Libre-Publicidad-un-gigante-en-el-negocio-de-medios-20190829-0018.html>). El tráfico que existe en la web todos los meses se asemeja a tener aproximadamente 440 estadios de River o 600 de Boca Juniors colmados de fanáticos, que en este caso se traduce en personas que buscan algo en Mercado Libre y, en gran porcentaje, terminan comprando lo que comenzaron a googlear.

Esta plataforma se encuentra integrada a la publicidad, lo que hace que el tráfico sea captado por diferentes medios y canales, porque proporciona anuncios publicitarios de *performance* nativos para el comprador y hasta experiencias de marca de tipo inmersivo, contenido generado específicamente con soluciones de marca para todas las estrategias de *marketing* que existen hoy, haciendo que todo este tráfico y movimiento dentro del portal apunte hacia una venta efectiva.

Lo que hace Mercado Libre para obtener todos estos resultados es trabajar en conjunto con la marca anunciante, conocer y saber sus objetivos y segmentos de público, así como aprender los comportamientos que dichas marcas ya saben y conocen de sus propios clientes, para así poder unificar los criterios y enfocar los esfuerzos para el mismo lado.

Basándose en toda esta información recolectada, Mercado Libre arma clústeres de usuarios y ejecuta campañas segmentadas de publicidad, teniendo en cuenta los objetivos que se plantearon en conjunto con la empresa, que decide sumarse a la plataforma de ventas e-commerce más eficiente de Argentina.

1.2.5 Servicio

Si bien Mercado Libre está desarrollado para que tanto el vendedor particular como la empresa puedan autogestionar las ventas, la plataforma proporciona un servicio extra como se mencionó en el punto anterior, para trabajar en conjunto, poder enfocar los esfuerzos de todas las partes y concretar las ventas: la empresa que busca vender sus productos y el propio Mercado Libre.

Es el tipo de servicio que Mercado Libre ofrece lo que lo diferencia de cualquier otra plataforma que se dedique “más o menos” a lo mismo. Existe una cultura de

atención y asistencia que arroja beneficios a la vista cuando se analizan las métricas, el tráfico y las ventas concretadas mes a mes. Por ello el servicio aquí cumple una función importante, y el buen servicio, aún más.

En esta plataforma de e-commerce, el **principal servicio ofrecido** es la posibilidad de vender prácticamente cualquier cosa y llegar a todo el país en pocos clics. Funciona tanto para compradores como para vendedores, y estos, a su vez, pueden ser empresas o particulares.

El servicio aquí es tan completo que Mercado Libre ofrece lo siguiente durante las transacciones llevadas a cabo dentro de su plataforma:

- **Garantía y protección** tanto al comprador como al vendedor durante el proceso de compra y venta.
- **Acompañamiento** durante toda la transacción para que el vendedor sepa cuál es la mejor manera de mostrar su anuncio, exhibir su producto y así tener éxito asegurado en la venta.
- **Calidad en los productos** que se venden: La empresa tiene estrictos controles que ayudan al vendedor a comercializar y mostrar solo productos de calidad, con fotos de buena calidad y, así, evitar futuros problemas con los compradores o personas interesadas.
- **Soporte constante** ante dudas, inconvenientes, disputas o reclamos a través de la web o aplicación móvil. Es sabido que en este tipo de transacciones muchas veces ocurren problemas o se generan disputas entre las partes por alguna falsa promesa, intercambio de datos de contacto antes de concretar la venta y más.

1.2.6 Escalabilidad

El último punto de este primer módulo es la escalabilidad, algo muypreciado para todas las empresas y los dueños de estas. En Mercado Libre se construyó un ecosistema que hace que se democratice el comercio, el dinero y la forma y los medios de pago, lo que facilita poder emprender a cualquier persona en América Latina.

¿Qué es la escalabilidad para el negocio y por qué es importante en Mercado Libre? Es cierto que el término *escalabilidad* se puso de moda y es posible encontrarlo en cualquier portal de noticias. Concretamente, se denomina así la **capacidad de un comercio de poder multiplicar sus ingresos sin la necesidad de**

invertir y aumentar los costos, por lo que tiene un gran potencial de crecimiento y cuenta además con los recursos requeridos para poder internacionalizarse.

Figura 10: Escalabilidad y crecimiento



Fuente: [Imagen sin título sobre escalabilidad y crecimiento]. (s.f).
<https://bit.ly/3A75gJ4>

Y es aquí donde entra a “pisar” Mercado Libre, ya que tiene todos los elementos necesarios para que nuestro negocio pueda pasar las fronteras nacionales, como soporte para diferentes monedas o sistema de logística para hacer llegar la compra al domicilio del comprador, sea donde sea que resida, pero también tiene herramientas para nuestro negocio que harán de la experiencia de compra del usuario algo inolvidable.

Vender en línea, entonces, permitió dar el salto a muchos usuarios que antes se limitaban a comercializar sus productos de manera local, muy segmentada. A partir de su incorporación a Mercado Libre, pudieron saltar esa barrera geográfica y empezar a llegar a todo el país con pocos clics, sin inversión y de manera confiable y con resultados positivos.

Diferentes características de esta plataforma de e-commerce se alinearon para poder enfocarse en la escalabilidad y así ayudar a los argentinos a ir más allá: la automatización de las operaciones de manera sencilla a través de la web y la aplicación móvil; la gestión masiva tanto de los precios como del *stock* en pocos pasos; un revolucionario y mejorado sistema de mensajería, que permite a ambas partes estar comunicadas por cualquier duda o consulta, especialmente luego de concretarse una venta; o el proceso de facturación, que no es menor en todo negocio de venta *online* y algo innovador.

El análisis del mercado que hace Mercado Libre constantemente para que cada movimiento, tráfico, transacción y propuesta comercial siempre sea conveniente para el vendedor: los modelos logísticos que incorporó Mercado Libre hicieron de la **escalabilidad** algo distintivo para cualquier persona que se decida a vender en línea, ofreciendo retiros en sucursal, envíos a domicilio, Mercado Envíos y más.

En esta primera parte del Módulo 1, analizamos los principales pilares, los esenciales de Mercado Libre, que hacen de esta plataforma el lugar ideal si estamos empezando el proceso de alta de productos en línea y deseamos aumentar las probabilidades de cerrar transacciones exitosamente.

Tanto el tráfico como el servicio, la oferta disponible en la web y la escalabilidad son los elementos más importantes de Mercado Libre para poder comenzar las ventas y lanzarnos al mundo *online*, fortaleciendo la **reputación** y, así, incrementar los resultados.

Referencias

[Imagen sin título sobre escalabilidad y crecimiento]. (s.f.). <https://isefi.es/wp-content/uploads/2018/03/Scoring-Rating-ISEFI.jpg>

[Imagen sin título sobre experiencia del comprador]. (s.f.). <https://www.usillife.pe/wp-content/uploads/1A.jpg>

Kraayenbrink, J. (s.f.). *5 hacks para vender online en tu e-commerce.* <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/5-hacks-para-vender-online-en-tu-e-commerce>

Mercado Libre Publicidad: un gigante en el negocio de medios. (29 de agosto de 2019). *El Cronista.* <https://www.cronista.com/brandstrategy/Mercado-Libre-Publicidad-un-gigante-en-el-negocio-de-medios-20190829-0018.html>

Mercado Libre. (s.f.a). *Artículos prohibidos.* https://www.mercadolibre.com.ar/ayuda/Articulos-prohibidos_1028

Mercado Libre. (s.f.b). *Cargos por vender un producto.* https://www.mercadolibre.com.ar/ayuda/Costos-de-vender-un-producto_870

Mercado Libre. (s.f.c). *Por qué es importante la reputación del vendedor.* <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/por-que-es-importante-la-reputacion-del-vendedor/>

Mercado Libre. (s.f.d). *Publicaciones: tres herramientas para mejorar tu rendimiento.* <https://vendedores.mercadolibre.com.ar/nota/publicaciones-tres-nuevas-herramientas-para-mejorar-tu-rendimiento>

Mercado Libre. (s.f.e). *Simulador de costos.* <https://www.mercadolibre.com.ar/simulador-de-costos/>

Mercado Libre. (s.f.f). *Todo sobre ser MercadoLíder.* https://www.mercadolibre.com.ar/ayuda/Como-ser-MercadoLider_864

Minott, L. (12 de julio de 2019). *Mercado Libre: La cultura como pilar de la estrategia.* Great Place To Work.

<https://blog.greatplacetowork.com.ar/blog/contenidos/articulos/blog-great-place-to-work-2>