

Tu vehículo, a un clic de distancia: Fortalecimiento de alianzas comerciales estratégicas y convenios con compañías externas, que promuevan el uso de la plataforma Mercado Libre - TuCarro.com por parte de sus funcionarios

Brayan Alexander Cárdenas Jiménez

Trabajo presentado para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales

Tutor:

Luis Rodrigo Castelazo Torres

Andres Ricardo Samper Fajardo

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2021

Resumen

Tomando como punto de partida que el mundo entero está pasando por una transición y transformación significativa en el ámbito económico, social y cultural debido a la situación de salud actual como consecuencia del COVID - 19, no es un secreto que las empresas de E-commerce se han fortalecido en esta etapa crucial, la cual encamina un nuevo orden para todos los sectores económicos emergentes.

En este proceso, Mercado Libre ha aumentado de forma considerable el flujo de visitas y usabilidad por parte de los usuarios registrados (compradores y vendedores), todo gracias a la subdivisión interna que tiene establecida, más conocida como ecosistema MELI, en el cual se pueden encontrar plataformas principales como Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envíos, esenciales para el funcionamiento de toda la unidad de negocio y las miles de transacciones que se realizan a diario.

La plataforma de Mercado Libre dentro de su funcionamiento, ha desarrollado dos tipos de servicios para los vendedores, ya sean individuos o empresas, que quieren operar dentro de la misma. El primero es conocido como Marketplace, desde el cual los vendedores pueden publicar productos convencionales y de uso frecuente, y el segundo se conoce como Marketplace VIS, en este se maneja el mismo sistema de publicación pero los productos que se pueden encontrar son Vehículos, Inmuebles y Servicios.

En MCO, se debe considerar que Marketplace VIS, ha fortalecido durante los últimos años el servicio donde los usuarios pueden publicar sus Inmuebles, Servicios y Vehículos para venderlos de forma rápida y segura a través de la plataforma, prestando mayor atención a este último (Vehículos); para lograrlo se adjudicó alianzas con marcas reconocidas en ese mercado, como lo es Tucarro.com.

Con base a lo anterior, se plantea el enfoque principal del presente plan de mejora, ya que aparte de ser una plataforma en la cual se intercambian bienes y servicios convencionales, el objetivo primordial del proyecto es promover el uso de Marketplace VIS, especialmente en la publicación de Vehículos, de esta forma las personas que hagan uso de este servicio, podrán vender y comprar sus vehículos, accediendo a beneficios como lo son los bonos redimibles con Mercado Pago o descuentos en los costos por publicar al momento de realizar una publicación en Mercado Libre - Tu carro.com.

Para lograrlo, se dará inicio a la consecución de alianzas estratégicas con empresas reconocidas en el mercado colombiano, de esta forma Marketplace VIS tendrá disponible una gran base de datos con la información de los funcionarios de estas compañías, los cuales serán quienes al publicar sus vehículos, obtendrán los beneficios mencionados anteriormente.

Agradecimientos

En la elaboración del presente proyecto, se agradece de forma inicial a la compañía Mercado Libre por permitir el desarrollo e implementación del mismo, ya que ayudaron de forma continua para alcanzar los objetivos planteados, brindando todas las fuentes de información necesarias y un acompañamiento constante por parte del área donde se desarrolló el trabajo. A Alexander Grazt Diaz, quien fue colega durante esta etapa y desde un inicio mostró interés en capacitar y dar todas las herramientas que desembocaron en el inicio del proyecto, estando siempre atento y dispuesto a escuchar cualquier sugerencia o idea. Al profesor Rodrigo Castelazo, quien entregó todas las pautas necesarias para alcanzar los estándares solicitados por parte de la facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás. A Liliana Jiménez y Rafael Cárdenas, personas quienes inspiraron la elaboración del trabajo y alentaron a la finalización y excelencia del mismo.

Glosario

- **ADN MELI:** Enmarca los 6 principios culturales que se aplican dentro de Mercado Libre.
- **MARKETPLACE VIS:** Es la unidad de negocio de Mercado Libre en la cual se publican Vehículos , Inmuebles y Servicios dentro de la plataforma.
- **FSBO:** Es uno de los segmentos de Marketplace VIS, el cual se centra en los pequeños usuarios que publican en la plataforma.
- **DEALERS O CONCESIONARIAS:** Es uno de los segmentos de Marketplace VIS, el cual se centra en grandes usuarios como concesionarios o marcas de vehículos específicos.
- **CARGO POR PUBLICAR:** Valor o tarifa que paga una empresa o persona a Mercado Libre para publicar dentro de la plataforma.
- **MCO:** Diminutivo de Colombia.
- **BASE INSTALADA:** Número de usuarios que ingresan a la plataforma en un determinado periodo de tiempo.

Introducción

La creación del presente trabajo, se establece gracias a la información brindada por parte del área de Marketplace VIS con relación a los objetivos que desean alcanzar en el mediano plazo; con base a lo anterior, la ejecución y realización de todas las etapas e investigación realizadas en este proceso, pertenecen al autor del plan de mejora, quien contó con el apoyo de un tutor perteneciente al área mencionada.

Es importante resaltar que el objetivo de Mercado Libre desde el momento de su creación, ha sido democratizar el comercio en todo latinoamérica, permitiendo que los diferentes tipos de usuarios que hacen uso de la plataforma tengan facilidad al realizar cualquier tipo de operación en línea. Para ello ha creado todo un ecosistema el cual trabaja con gran sinergia y posibilita la operación en todas sus unidades de negocio.

Como consecuencia de lo anterior, se evidencia que el número de compradores registrados en la plataforma, ha aumentado de forma significativa año tras año, esto de cierta forma se convierte en un gran mercado para las pequeñas, medianas y grandes empresas, ya que por medio de las diferentes categorías de productos que se pueden ofrecer a través de ese canal, pueden establecer sus estrategias de ventas.

Dentro de todo este ecosistema, se puede encontrar un área muy importante conocida como Marketplace VIS; desde esta área se planean todas las actividades que permiten a los vendedores de Vehículos, Inmuebles y Servicios ofrecer este tipo de productos al público.

En esta parte, y hablando específicamente de la vertical de Vehículos, se pueden encontrar grandes vendedores, concesionarios y personas naturales que ofrecen distintos modelos de vehículos desde cero kilómetros hasta usados.

Al implementar este modelo en MCO, Mercado Libre ha creado diferentes tipos de publicaciones las cuales pueden ser elegidas por los interesados en vender un vehículo dentro de la plataforma; estos tipos de publicaciones establecen el posicionamiento o ubicación del anuncio hecho por el vendedor dentro de los listados de búsqueda.

Los tipos de publicaciones ofrecen distintos beneficios y se clasifican de la siguiente manera:

Figura 1: Costos de vender un vehículo

Tipo de anuncio	Oro Premium	Oro	Plata	Gratuita
Exposición en los listados	Muy alta	Alta	Media	Baja
Duración	¡Publicalo hasta que lo vendas! Si en 60 días no vendiste tu vehículo, podrás republicarlo gratis			30 días Puedes tener solo una publicación gratuita cada 180 días.
Exposición en la Página principal de vehículos	✓	✓	✗	✗
Costo para Carros y otros	\$ 160.000	\$ 115.000	\$ 60.000	¡Gratis!
Costo para Motos	\$ 55.000	\$ 45.000	\$ 30.000	¡Gratis!

Nota: Obtenida de Portal Mercado Libre MCO (s.f.)

De esta forma y con este modelo, se busca que los vendedores que paguen una tarifa más alta al momento de publicar (Cargo por publicar), tengan una posición privilegiada que conlleva a más visitas y contactos por parte de los interesados y posibles compradores.

Adicional a estos Cargos por publicar, es importante mencionar que en la plataforma de Mercado Libre y dentro de la categoría Vehículos, se realiza una segmentación de las publicaciones por tipo de carro o moto, marca, modelo, precio y año; esta información facilita la búsqueda y permite especificar el tipo de vehículo que la persona quiere vender o comprar. La finalidad de lo anterior, es generar confianza y credibilidad con los usuarios, mostrando procesos intuitivos los cuales son fáciles de realizar tanto para personas expertas en el comercio electrónico como para personas que lo van a hacer por primera vez.

Otro punto importante y diferenciador que aplica Marketplace VIS en el mercado colombiano de venta de vehículos, es la presencia de Centros de fotografía los cuales están apoyados por la adquisición de la marca Tucarro.com en el año 2008. A estos puntos físicos los cuales están ubicados de forma estratégica por todo el territorio nacional, pueden acudir aquellas personas que desean publicar su vehículo pero no tienen el conocimiento o desconfían del proceso por medio del portal web. De esta manera, asesores capacitados los guían de inicio a fin en el proceso de publicar, explicándoles de forma detallada cada paso y sin ningún costo adicional, los apoyan con fotografías profesionales de sus vehículos, las cuales son clave en el mundo del comercio electrónico.

Desde este punto nace la idea del presente proyecto, ya que se busca lograr que la marca Mercado Libre - Tu carro.com sea la primera alternativa que una empresa o persona tenga en la cabeza al momento de querer vender o comprar un vehículo. Para incentivar este gran objetivo, se buscará implementar grandes alianzas con las compañías más reconocidas del país, en las cuales y de forma interna, sus empleados o funcionarios podrán publicar sus vehículos en la plataforma para venderlos y así ser acreedores a grandes beneficios.

De esta forma y apoyados por la información que se puede obtener de estas compañías, es posible llegar a un mercado masivo y que no ha sido tenido en cuenta por los

competidores, permitiendo afianzar la marca con un posicionamiento fuerte en el mercado colombiano y que permitirá seguir incursionando.

Índice

Parte I: Mercado Libre Ltda.	11
1.1 Aspectos Generales: ¿Qué es Mercado Libre?	11
1.1.1 Misión.	15
1.1.2 ADN MELI (Valores): Energía emprendedora.	15
1.2 Ubicación geográfica.	16
1.3 Estructura Organizativa.	17
1.3.1 Funciones realizadas dentro de Marketplace VIS.	17
1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	18
1.4.1 Análisis DOFA Marketplace VIS MCO.	19
PARTE II: Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	21
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.	21
2.2 Importancia, limitaciones y alcances.	22
2.2.1 Importancia	22
2.2.2 Limitaciones	22
2.2.3 Alcance	23
2.3 Objetivo General.	23
2.3.1 Objetivos Específicos.	24
PARTE III: Plan de mejora	24
3.1 Propuesta de Mejora.	24
3.2 Conclusiones.	26
3.3 Bibliografía.	28

TU VEHÍCULO, A UN CLIC DE DISTANCIA	10
3.4 Anexos.	29
PARTE IV: Seguimiento práctica profesional	36
4.1 Programación de actividades realizadas en la organización	36
4.2 Cronograma de actividades	37

Lista de figuras

- Figura 1: Obtenida de Portal Mercado Libre MCO- Costos de vender un vehículo
- Figura 2: Obtenida de IDEAS Mercado Libre, 2020
- Figura 3: Obtenida de Marketplace VIS News Septiembre - Octubre 2020
- Figura 4: Obtenida de Google Maps
- Figura 5: Obtenida del sistema interno Mercado Libre Success Factor
- Figura 6: Ubicación Centros de Fotografía en Bogotá D.C

PARTE I: Mercado Libre Ltda.

1.1 Aspectos Generales: ¿Qué es Mercado Libre?

Es la compañía tecnológica de comercio electrónico actualmente líder de América Latina. Su propósito y objetivo principal es democratizar el comercio para impactar en el desarrollo de la región y su economía. Nació en 1999 en Argentina y fue fundada por Marcos Galperin, actualmente opera en 18 países de la región, entre los cuales la mayor cantidad de operaciones se realizan en: Brasil, Argentina, México, Chile, Colombia y Perú. A través de su ecosistema completo compuesto por unidades de negocio como: Marketplace y Marketplace VIS, Mercado Pago, Mercado Envios, Mercado Ads (Publicidad) y, Mercado Shops, ofrece soluciones para que tanto individuos como grandes empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por Internet. En 2017 desarrolló e implementó Mercado Crédito, con el objetivo de facilitar el acceso a crédito por parte de los usuarios (Mercado Libre, 2020).

Figura 2: Ecosistema Mercado Libre



Nota: Obtenida de IDEAS Mercado Libre (2020).

A continuación, se podrá contextualizar de que se encarga cada unidad de negocio del ecosistema de Mercado Libre:

Marketplace: Es la plataforma desde la cual los vendedores pueden publicar productos nuevos o usados, los cuales se distribuyen por diferentes categorías (ropa, juguetes, accesorios, etc), de esa manera los compradores pueden ofertar sobre las mismas y adquirirlos de forma inmediata.

Marketplace VIS: Es el canal habilitado dentro de Mercado Libre, desde el cual un individuo, concesionario e inmobiliaria, puede ofrecer sus vehículos, inmuebles y servicios por medio de publicaciones las cuales contienen todos los datos de contacto de cara a los posibles compradores y ofertantes.

Mercado Pago: Es la pasarela de pagos que tienen habilitada los usuarios que usan Mercado Libre, utilizada para realizar o recibir pagos de forma segura y confiable.

Si es una operación realizada por Mercado Libre, el comprador oferta sobre una publicación creada por el vendedor y paga por medio de Mercado Pago, de esta forma el dinero queda en la cuenta del vendedor de la misma plataforma.

Si el vendedor utiliza medios de pago directos como QR, Point o Links de pago, el comprador realiza el pago directamente desde Mercado Pago dejando el dinero acreditado de forma inmediata en la cuenta del vendedor, a este tipo de operaciones se les conoce como Online Payments.

Mercado Envíos: Es el servicio de logística que pone a disposición Mercado Libre para que los vendedores puedan enviar sus productos a la ubicación indicada por los compradores, de esta manera se garantiza que el paquete llegue en buenas condiciones y que

sea enviado dentro de los plazos establecidos, mejorando así la experiencia del consumidor final.

Mercado Ads (Publicidad): La finalidad de esta herramienta, es apoyar a los vendedores para que al activarla, sus publicaciones ocupen las mejores posiciones en los listados de búsqueda en los cuales ingresan los compradores, aumentando así la visibilidad y visitas; es similar a Google Ads pero dentro de Mercado Libre.

Mercado Shops: Adicional a poder publicar productos, bienes y servicios, los vendedores también pueden crear una página personalizada con una dirección web propia la cual contará con todos los servicios de Mercado Libre y será promocionada en la página principal de la plataforma. De esta manera pueden aumentar su flujo de visitas y ventas.

De manera interna, también se encuentran áreas como:

Marketing: Esta área está encargada de garantizar y cumplir los objetivos trazados con relación a las visitas y tráfico de operaciones en la plataforma, propuestos en las diferentes unidades de negocio descritas anteriormente.

Customer Experience (CX): Es el área de servicio al cliente que está disponible para que los usuarios, tanto compradores como vendedores, se puedan contactar para ser asesorados; existen 3 medios de comunicación habilitados actualmente: Llamada, chat y correo electrónico, los cuales, dependiendo de la segmentación de cada usuario dentro de la plataforma, canalizan la información de la consulta y lo envían al sector especializado en el tema para apoyarlo con la resolución de la misma.

Revenues y Base instalada Marketplace VIS

De acuerdo a los resultados obtenidos en el último balance presentado en octubre del 2020 en el área de Marketplace VIS en Mercado Libre a nivel regional en la vertical de Vehículos (Motors), se pudo determinar que la mayoría de países cumplieron con los objetivos establecidos en cuanto a Revenue y Base instalada:

Figura 3: Resultados regionales Marketplace VIS

	REVENUES						BASE INSTALADA					
	MOTORS											
VS PLAN	● 114%	● 92%	● 109%	● 93%	● 125%	● 111%	98%	102%	106%	102%	89%	104%
VS LY	151%	-15%	9%	11%	19%	19%	99%	93%	87%	98%	82%	107%

Nota: Obtenida de Marketplace VIS News Septiembre - Octubre 2020.

Teniendo en cuenta la tabla anterior, es importante dimensionar y medir los objetivos en toda latinoamérica. Por ejemplo, en países como Argentina y Chile, se alcanzó el Revenue meta, sin embargo, la Base instalada no consiguió el 100% del cumplimiento, aunque sí estuvo por encima de lo logrado el año anterior. Mientras tanto, en países como Brasil y Uruguay, se alcanzaron los números establecidos en estas dos variables (Revenue y Base instalada) alcanzando un porcentaje de cumplimiento del 109% y 106% en Brasil y del 112% y 104% en Uruguay.

En el caso de MCO, país en el cual se centra el plan de mejora, se evidencia que para el mes de octubre del 2020, aunque no se cumplió el objetivo de Revenue y solo se alcanzó el 93% del objetivo, hubo una variación positiva del 11% respecto al mismo mes del año anterior. De igual manera, al revisar la Base instalada en este periodo, el objetivo superó las

expectativas, alcanzando un 102% con una variación positiva del 98% respecto al año anterior.

Esta información y análisis, permite identificar que MCO está teniendo un aumento del flujo de usuarios y visitas en la plataforma, por lo que la aplicación del presente proyecto garantizará que esta cifra en la Base instalada se mantenga y aumente, logrando a su vez alcanzar los objetivos planteados de Revenue.

1.1.1 Misión.

“Democratizar el comercio y el dinero para impactar en el desarrollo de la región en Latinoamérica” (Mercado Libre, 2020).

1.1.2 ADN MELI (Valores): Energía emprendedora.

Mercado Libre (2020) se basa principalmente en 6 principios, reconocidos de forma interna como “El ADN MELI”, los cuales se describen de la siguiente manera:

- Creamos valor para nuestros usuarios.
- Emprendemos tomando riesgos.
- Ejecutamos con excelencia.
- Competimos en equipo para ganar.
- Estamos en β continuo. Asumimos el poder de hacer, guiados por la energía emprendedora que llevamos dentro.

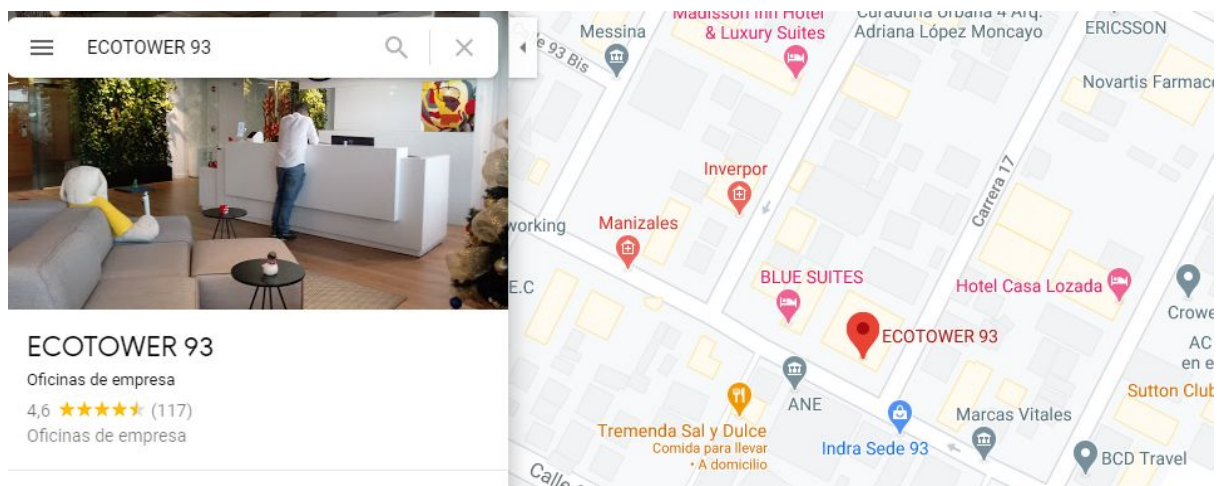
- Damos el máximo y nos divertimos.

1.2 Ubicación geográfica.

Actualmente Mercado Libre Ltda, cuenta con una única sede administrativa directa en Colombia, esta se encuentra ubicada en la dirección Calle 93 # 17- 78 en la ciudad de Bogotá D.C en el Edificio Ecotower 93.

Adicional a Colombia, la compañía cuenta con presencia y operaciones en países como: Argentina, Brasil, Chile, México, Uruguay, Ecuador, Paraguay, Venezuela, Bolivia, Puerto Rico, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador y Perú.

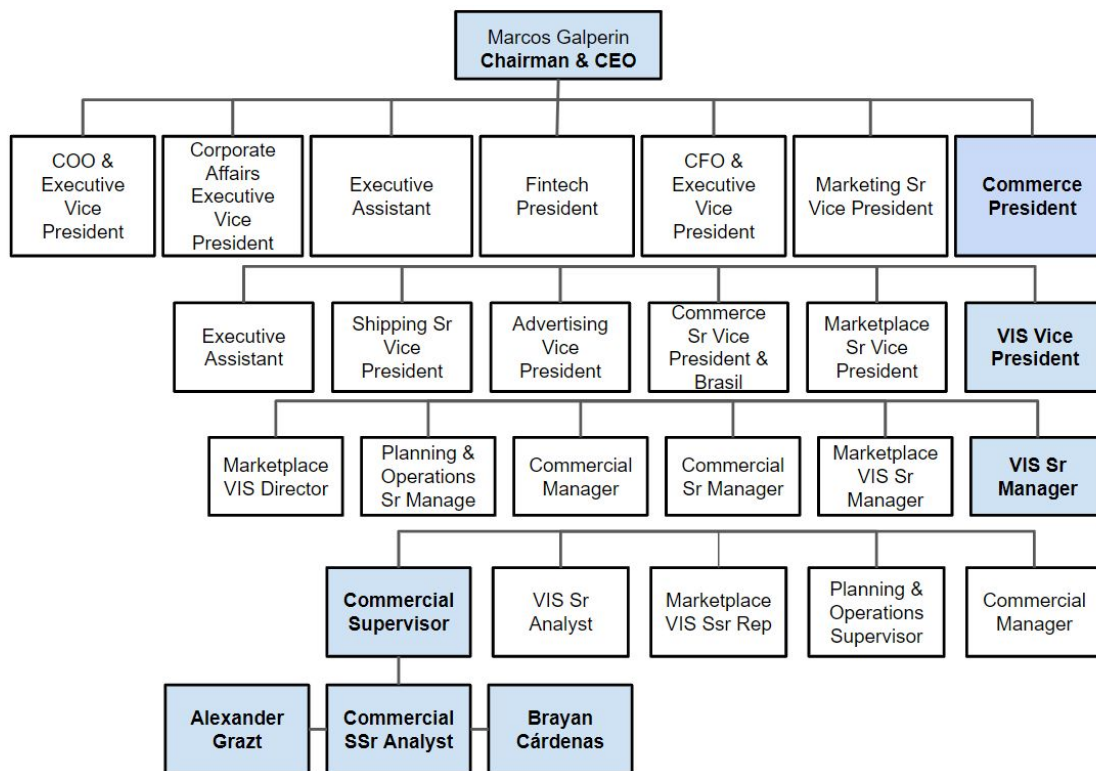
Figura 4: Ubicación oficinas Mercado Libre Colombia



Nota: Obtenida de Google Maps (s.f)

1.3 Estructura Organizativa.

Figura 5: Organigrama Marketplace VIS



Nota: Obtenida del sistema interno Mercado Libre Success Factor.

1.3.1 Funciones realizadas dentro de Marketplace VIS.

En el desarrollo del presente plan de mejora y con el fin de alcanzar los objetivos planteados, se llevaron a cabo las siguientes funciones dentro del área de Marketplace VIS como Analista Comercial:

- Promover la integración y articulación entre los distintos ecosistemas de Mercado Libre.
- Crear la estrategia junto al equipo de Marketing para difundir el mensaje en las compañías donde se piensa aplicar el proyecto.

- Medir el impacto en cuanto a inversión y presupuesto con el área de gerencia con el fin de determinar la factibilidad del proyecto.
- Definir los recursos que se necesitan para abordar el proyecto y determinar los puntos de mejora.
- Impulsar y fortalecer el canal corporativo de FSBO de la vertical Motors (Vehículos) a través de las alianzas que se establecerán con compañías externas.

1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

El departamento en el cual se desarrolla la práctica, es Marketplace VIS (Vehículos, Inmuebles y Servicios) de Mercado Libre MCO, esta área se encarga de crear, investigar y desarrollar estrategias que permiten mejorar la experiencia de los usuarios al utilizar los servicios en las publicaciones de Clasificados dentro de la plataforma.

Este departamento de Marketplace VIS, se denominaba anteriormente Mercado Libre Clasificados, y su razón de ser, era permitir publicar vehículos, inmuebles y servicios; sin embargo y tras un cambio de enfoque, se decidió integrar esta unidad de negocio con otras unidades de negocio del ecosistema de Mercado Libre, generando así el cambio de su nombre.

Un ejemplo de ello se puede evidenciar de la siguiente manera: Si un comprador está interesado en un vehículo, puede pagar por medio de Mercado Pago un valor de reserva para apartarlo y así continuar la negociación con el vendedor. Así mismo, Marketplace VIS fue la primera plataforma en Latinoamérica donde se vendió un vehículo (motocicleta) y la totalidad del pago se hizo por medio de la misma.

Actualmente, las verticales de esta unidad de negocio, son 3: Servicios (Cerrajería, clases, plomería, etc), Real estate (Inmuebles) y Motors (Vehículos) El enfoque principal del presente plan de mejora, está encaminado a la vertical Motors (Vehículos).

Esta vertical Motors (Vehículos) a su vez se divide en dos partes:

1. Dealers o concesionarias: Esta división representa el 30% de los ingresos.

Los encargados de esta división, tienen la responsabilidad de vincular nuevas concesionarias, el objetivo es lograr cautivar a clientes corporativos que puedan publicar de forma masiva varias publicaciones de vehículos en Mercado Libre, accediendo a tarifas preferenciales.

2. FSBO: Esta división representa el 70% de los ingresos de Marketplace VIS y centra su atención en aquellas personas que desean publicar su vehículo en Mercado Libre para venderlo, contando como puntos de apoyo con la plataforma o página web y los centros de fotografía adjudicados a Tucarro.com.

1.4.1 Análisis DOFA Marketplace VIS MCO.

Durante el tiempo transcurrido de la práctica, se han podido identificar las siguientes debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas:

Tabla 1: Matriz DOFA

Debilidades Internas	Oportunidades Internas
<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento de otras unidades de negocio diferente a concesionarios o dealers. - Desarrollar un nuevo segmento de clientes dentro del mercado corporativo para el crecimiento del canal FSBO. 	<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo de un nuevo segmento de mercado de clientes corporativos apoyado en otras unidades de negocio de Mercado Libre que permita ofrecer un producto más completo. - La capacidad de innovación al momento de lanzar nuevos productos en el mercado (campañas, tiendas oficiales, el garage de Mercado Libre).
Fortalezas Externas	Amenazas Externas
<ul style="list-style-type: none"> - Dominio y reconocimiento que genera confiabilidad a la hora de vender y comprar un vehículo en la plataforma. - Acciones o estrategias factibles que facilitan el proceso de venta y compra de vehículos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja evangelización digital que tiene la población colombiana para la autogestión de publicar vehículos. - En ciudades no principales de Colombia, la competencia tiene una mayor participación en el mercado debido al costo del producto (precio por publicar).

Nota: Elaboración propia.

PARTE II: Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.

Tomando como base las debilidades y amenazas planteadas en la matriz DOFA, se puede identificar que la unidad de negocio Marketplace VIS en su vertical de Vehículos (Motors) ha dirigido y planteado sus estrategias de mercado, con la premisa de facilitar la publicación y transacción de vehículos a través de una misma plataforma virtual, facilitando de esta manera el proceso y mejorando la experiencia para los vendedores y compradores de este tipo de bienes. Sin embargo, estas estrategias han estado encaminadas a fortalecer la vertical Dealers o Concesionarios, lo cual ha dejado a un lado la segmentación corporativa en el canal FSBO; este segmento cuenta con un gran potencial que ha sido explorado de manera parcial. Con esto lo que se busca, es que la brecha entre la manera convencional de vender y ofertar por un vehículo sea reducida de forma considerable y que una persona al realizar este tipo de negociaciones o transacciones lo haga a través de un portal virtual, específicamente el de Mercado Libre - Tu carro.com.

Para contrarrestar lo anterior, Mercado Libre - Tucarro.com, ha puesto en marcha varias estrategias que están permitiendo mejorar en estos aspectos; por ejemplo, desde julio del presente año hubo una reducción en los costos para publicar dentro de la plataforma. Principalmente en ciudades no principales donde competidores como OLX o Facebook tienen una gran porción del total del mercado; por otra parte, la apertura de varios centros de fotografía con el logo de Mercado Libre - Tu carro.com, ha permitido que los usuarios se sientan más cercanos a la marca, contando con asesoría personalizada al momento de publicar en la plataforma, generando de esta forma confianza y respaldo en el proceso de vender sus vehículos. Es de resaltar que actualmente en MCO, Mercado Libre - Tu carro.com es la única plataforma virtual que cuenta con este tipo de sedes físicas para orientar a los usuarios.

Así mismo, parte del enfoque destinado en la vertical, se encuentra en fortalecerse y resaltar las alianzas alcanzadas con empresas de revisión tecnomecánica (CDA's) o de limpieza de vehículos a domicilio, con las cuales, se busca llegar a todos los usuarios que adquieren estos servicios y que pretenden vender su vehículo y no saben qué herramienta virtual utilizar para lograrlo de forma rápida y segura. El objetivo de estas estrategias está enfocado en aumentar la base instalada de usuarios para tener una mayor participación en el mercado.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances.

2.2.1 Importancia

La importancia del presente plan de mejora, es consolidar la marca de Mercado Libre - Tu carro.com, dentro del top of mind de las personas que quieren vender o comprar un vehículo; esto se logrará inicialmente a través de grandes alianzas con las compañías colombianas más importantes en la ciudad de Bogotá, posteriormente se replicará esta misma estrategia en las compañías más importantes en las distintas regiones de Colombia. Estas alianzas pondrán a disposición de Mercado Libre, la base de datos con la información de sus empleados, los cuales son el mercado objetivo, ya que serán los que dispondrán de los beneficios de estas alianzas al disponer de los bonos con descuento al momento de publicar o bonos de Mercado Pago.

2.2.2 Limitaciones

Con base a lo anterior, se pudo identificar que uno de los limitantes más grandes es la desconfianza y temor que causa para los compradores adquirir y verificar información de vehículos por medio de un portal virtual. Sin embargo, se debe resaltar que en general Mercado Libre es una plataforma que se ha consolidado en los últimos años como un lugar

seguro para comprar y vender cualquier tipo de productos, adicional a esto, se destinará un equipo de soporte especializado para resolver cualquier inquietud que surja en el proceso, por lo que el plan de mejora a aplicar, de seguro podrá contrarrestar y modificar este sentimiento de los usuarios.

2.2.3 Alcance

Para dar cumplimiento a lo propuesto en el presente plan de mejora, se logrará que a inicios del 2021, Mercado Libre - Tucarro.com logre ser la opción número uno dentro del mercado corporativo colombiano al momento de vender y comprar su vehículo. Esto se dará gracias a las alianzas que se implementarán en ese momento con grandes empresas como se menciona anteriormente, las cuales permitirán captar y llegar a sus funcionarios de manera directa y masiva.

2.3 Objetivo General.

Desarrollar el segmento corporativo del canal FSBO para la vertical de Market Place VIS enfocado en la vertical Motors (Vehículos), utilizando para ello, bonos con incentivos que podrán ser usados al momento de publicar o a través de Mercado Pago, estos serán distribuidos a través de alianzas estratégicas con las empresas más importantes de Colombia; la finalidad es que sus empleados usen el portal Tucarro o Mercado Libre al momento de vender sus vehículos y de esta forma posicionar la marca en este segmento de mercado.

2.3.1 Objetivos Específicos.

- Diagnóstico del funcionamiento actual de los bonos en el área de Marketplace VIS y Mercado Pago.

- Determinar la estrategia de implementación, términos, condiciones, duración y redención de los beneficios.
- Establecer los parámetros para realizar alianzas estratégicas con las empresas más reconocidas del país.
- Definir los indicadores de gestión que articularán dicho proyecto.

PARTE III: Plan de mejora

3.1 Propuesta de Mejora.

Teniendo en cuenta lo anterior, se establece que la propuesta de mejora desarrollada en el presente informe, se basa en fomentar múltiples alianzas estratégicas con empresas de diversos sectores que cuentan con una fuerte presencia en el mercado colombiano, de esta manera y a través de este vínculo, Mercado Libre - Tucarro.com y su unidad de negocio Marketplace VIS, tendrá acceso a toda la información referente a los trabajadores y funcionarios activos de las mismas. El enfoque principal de esta estrategia, es impactar el segmento corporativo y crear confianza en las personas que hacen parte de estas compañías al momento de comprar o vender un vehículo por medio de Mercado Libre, como resultado, ellos obtendrán grandes beneficios, como por ejemplo un descuento que se hará efectivo en el momento en el cual están publicando en la plataforma. Los parámetros de las empresas que serán tenidas en cuenta para desarrollar las alianzas:

Tabla 2: Parámetros implementación estrategia

Parámetros	Tener más de 500 empleados activos.
	Empleados que devenguen desde un salario mínimo legal vigente y que cuenten con todas las prestaciones de ley.
	Tener plataformas o redes internas por medio de las cuales se pueda comunicar el mensaje.
	Mínimo 3 sedes en ciudades principales y no principales de Colombia.

Nota: Elaboración propia.

Implementación, términos, condiciones, duración y redención de los beneficios:

- La implementación de los descuentos y bonos, se realizará a través de las plataformas Mercado Libre o Mercado Pago al momento de que una persona finalice la publicación de su vehículo.
- Se entregarán algunos de los siguientes beneficios: Descuento sobre el costo por publicar al momento de publicar un vehículo en la página web, o bono de descuento Mercado Pago el cual podrá ser utilizado al momento de publicar en un centro de fotografía.
- Los términos y condiciones (duración y redención) serán:
 - El empleado que desee acceder a alguno de los beneficios, deberá estar activo laboralmente en la empresa con la cual se tenga establecida la alianza corporativa al momento de publicar.
 - El empleado solo podrá acceder a los beneficios una vez cada semestre, es decir, tendrá disponibles dos publicaciones en el año.
 - La publicación tipo Gratuita no tendrá disponibles ninguno de los beneficios.
 - Las publicaciones tipo Oro Premium, Oro y Plata (pagas) tendrán activos los beneficios.

- Para redimir los beneficios, ya sea el descuento por Mercado Libre al momento de publicar o el bono por Mercado Pago, el empleado debe tener una cuenta activa y registrada con sus datos dentro de la plataforma.
- El empleado debe garantizar mantener sus datos actualizados en la empresa donde trabaja para acceder a los beneficios con Mercado Libre - Tucarro.com.
- Cada empresa contará con un número determinado de bonos mensual, dependiendo de la cantidad de empleados que tenga.

3.2 Conclusiones.

Durante las prácticas desarrolladas en el área de Marketplace VIS de Mercado Libre, se pueden resaltar las siguientes conclusiones:

- La práctica permitió identificar que la segmentación corporativa dentro del canal FSBO que hace parte de Marketplace VIS, no se ha explorado en su totalidad, lo cual se convierte en la gran oportunidad del presente plan de mejora.
- El área de Marketplace VIS durante los últimos años, ha implementado diversas estrategias para minimizar la brecha de participación en el mercado con relación a competidores como OLX, en esta plataforma se venden en el mes aproximadamente 25.000 vehículos en el territorio nacional (La República, 2020).
- La coyuntura mundial causada por el COVID - 19, ha permitido que muchas personas empiecen a utilizar plataformas virtuales para comprar y vender bienes gracias al acceso a Internet; de acuerdo al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia , durante esta etapa se reportó un incremento del 40% del uso de este servicio en todo el país. (MinTIC, 2020).
- Las empresas que se tendrán en cuenta para diseñar y aplicar las alianzas estratégicas del plan de mejora, se destacarán por: Tener más de 500 empleados activos,

Empleados que devenguen desde un salario mínimo legal vigente y que cuenten con todas las prestaciones de ley, plataformas o redes internas por medio de las cuales se pueda comunicar el mensaje de los beneficios al momento de publicar sus vehículos en Tucarro.com - Mercado Libre y mínimo 3 sedes en ciudades principales y no principales de Colombia.

- El enfoque de Mercado Libre, es realizar una transición progresiva desde Tucarro.com hacia Mercado Libre, de esta forma se busca que con el tiempo los usuarios las relacionen como una única plataforma para publicar sus vehículos.
- El área de Marketplace VIS, enfoca su fuerza de marketing hacia la categoría de Vehículos (Motors), ya que en el primer semestre del 2019, la plataforma registró 14 millones de visitas por mes y 660.000 publicaciones nuevas en todo el 2018 en esta categoría (La República, 2019).
- El conocimiento práctico y teórico adquirido en la carrera de Negocios Internacionales, permitió establecer un enfoque claro desde el inicio del desarrollo del plan de mejora; se pudieron aplicar diferentes estrategias vistas durante el proceso de aprendizaje, lo cual facilitó el proceso de toma de decisiones, implementación de objetivos, creación de estrategias, negociación con diversas áreas de la misma empresa y acercamiento con empresas externas.
- La implementación de la etapa de negociación, se apoyó y fundamentó con base a lo visto en materias como Estrategias de negociación y Marketing Internacional, ya que el poder hablar y mantener reuniones con los gerentes generales de Argentina encargados del área de Marketplace VIS, permitió abrir la visión sobre lo que busca la compañía en general y cómo año tras año sus objetivos son cada vez más ambiciosos.

3.3 Bibliografía.

Google. (s.f.) [Ubicación oficinas Mercado Libre Colombia]. *Google Maps*,

<https://www.google.com/maps/place/Mercado+Libre/@4.6855799,-74.0585648,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9aea899dc787:0x1a41b60b75a6f11a!8m2!3d4.6855799!4d-74.0563761>.

La República (03 mayo 2019). “*Empezaremos a movernos de Tucarro.com hacia*

MercadoLibre” gerente *TuCarro*. La República Empresas.

<https://www.larepublica.co/empresas/empezaremos-a-movernos-de-tucarrocom-hacia-mercadolibre-gerente-tucarro-2858035>.

La República (04 marzo 2020). Se venden cerca de 25.000 vehículos al mes por medio de la plataforma de OLX Colombia. *La Republica Empresas*,

<https://www.larepublica.co/empresas/se-venden-cerca-de-25000-vehiculos-al-mes-por-medio-de-la-plataforma-de-olx-colombia-2972646>.

Mercado Libre (10 agosto 2020). “Historia de Mercado Libre.” *Historia de Mercado Libre: conocé todo sobre la compañía*, Mercado Libre, ,

<https://ideas.mercadolibre.com/ar/noticias/historia-de-mercado-libre/>. Accessed 04 noviembre 2020.

Mercado Libre Colombia (19 octubre 2020). “Costos de vender un vehículo.” *Ayuda >*

Costos de vender un vehículo, Mercado Libre Colombia,

https://www.mercadolibre.com.co/ayuda/Costos-de-publicar-un-vehiculo_868.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (14 abril

2020) “El futuro digital es de todos.” *Acceso a Internet está garantizado en Colombia durante pandemia: MinTIC*,

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/126588:Acceso-a-Internet-esta-garantizado-en-Colombia-durante-pandemia-MinTIC>.

3.4 Anexos.

A. Proceso de publicar un vehículo en Mercado Libre - Tucarro.com

1. Ingresar al portal Mercado Libre - Tu carro.com, seleccionar la opción Vender y elegir el tipo de producto que se va a publicar, en este caso Vehículos:



Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

2. Elegir el tipo de vehículo que se va a publicar:



Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

3. Agregar las fotos del vehículo:

Ingresar fotos de tu vehículo

¡Tu vehículo es el protagonista! No incluyas logos, banners, textos promocionales, bordes ni marcas de agua.

Arrastra tus fotos para ordenarlas. ?



Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

4. Diligenciar apartados “Ubicación de tu vehículo” y “Datos de contacto”:

Ubicación de tu vehículo

No podrás modificar la ubicación una vez que hayas publicado.

* Datos obligatorios

Departamento: * ▼

Ciudad: * ▼

Barrio: * ▼

Datos de contacto

El teléfono será mostrado en tu publicación.

* Datos obligatorios

Teléfono: *  ▼ 

WhatsApp:  ▼ 

Horario de contacto:

Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

5. Diligenciar apartado “Describe tu vehículo”:

Describe tu vehículo

* Datos obligatorios

Marca: *	<input type="text" value="Chevrolet"/>
Modelo: *	<input type="text" value="Spark"/>
Año: *	<input type="text" value="2018"/>
Versión: *	<input type="text" value="Full"/>
Tipo de combustible: *	<input type="text" value="Gasolina"/>
Puertas: *	<input type="text" value="4"/>
Transmisión: *	<input type="text" value="Automática"/>
Kilómetros: *	<input type="text" value="20000"/> km
Placa: *	<input type="text" value="AAA000"/>
	▼ Más especificaciones
Color:	<input type="text" value="Gris"/>

Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

6. Diligenciar apartado “Título” y “Descripción”:

Título: * Spark GT Gris 2018 ?
Restan 42 caracteres.

⚠ No incluyas datos de contacto en tu descripción. Te podrán contactar por teléfono.

Descripción: ? Vendo carro Spark GT Gris 2018 en perfectas condiciones; no ha sido chocado y tiene accesorios de lujo. |

Ya guardamos los datos de esta publicación. ✕
Si no la terminas ahora, podrás retomarla luego desde "Vender".

Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

7. Indicar precio de venta:

Precio de venta

* Datos obligatorios

Precio : * \$

Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

8. Seleccionar Tipo de publicación (Oro premium, Oro, Plata, Gratuita):

Elige un tipo de publicación

	Exposición	Exposición en la Página principal de vehículos	Costo por publicar
<p>Oro Premium ¡República gratis hasta que lo vendas!</p> <p>Duración: 60 días. Al finalizar, tendrás 30 días para republicarlo gratis, todas las veces que quieras.</p>	Máxima		<p>\$ 80000</p>
<p>Oro ¡República gratis hasta que lo vendas!</p> <p>Duración: 60 días. Al finalizar, tendrás 30 días para republicarlo gratis, todas las veces que quieras.</p>	Alta		<p>\$ 57500</p>
<p>Plata ¡República gratis hasta que lo vendas!</p> <p>Duración: 60 días. Al finalizar, tendrás 30 días para republicarlo gratis, todas las veces que quieras.</p>	Media		<p>\$ 30000</p>
<p>Gratuita</p> <p>Duración: 30 días. Puedes tener solo una publicación gratuita cada 180 días.</p>	Mínima		<p>¡Gratis!</p>

Nota: Obtenido de Mercado Libre (2020) Portal Vender

B. Algunas de las empresas que tienen alianzas comerciales con Mercado Pago actualmente y donde los usuarios del segmento corporativo pueden redimir sus bonos:

Tabla 3: Qué dicen nuestros clientes.

Empresa	Medios de pagos que ofrecen
Pepe Ganga	Checkout API
Grupo Takami	Checkout API
Locatel	Checkout API
Pinbus	Link de pago
La Boutique de las Carnes	Link de pago
McDonalds	Código QR
Lili Pink	Código QR
Grupo Pash	Plataformas y Plugins

Nota: Obtenido de Mercado Pago 2020.

Checkout API: Forma de integración que se realiza entre dos plataformas digitales con el fin de aplicar herramientas como medios de pago, seguimiento de envíos, inventario, flujo de ventas y visitas, etc.

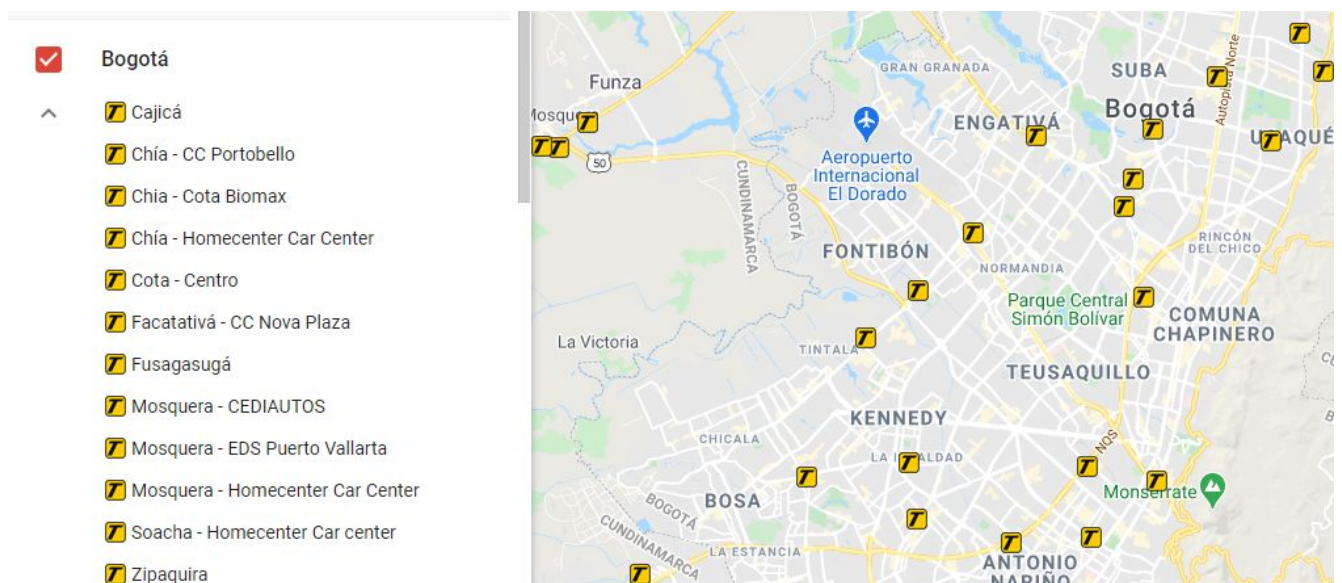
3.4.2.2 Link de pago: Medio de pago virtual desde el cual y por medio de un link, se registran y aprueban los datos de un medio pago (tarjeta crédito, tarjeta débito, transferencia bancaria, etc) para crear una orden de venta.

3.4.2.3 Código QR: Medio de pago sin contacto, utilizado en locales físicos para pagar con dinero disponible en billetera virtual de cualquier plataforma.

3.4.2.4 Plataformas y Plugins: Pasarela de pagos que utiliza un negocio para recibir transacciones monetarias por medio de una plataforma desarrollada por terceros.

C. Centros de fotografía principales en la ciudad de Bogotá:

Figura 6: Ubicación Centros de Fotografía en Bogotá D.C



Nota: Obtenida de Tucarro.com (2020).

PARTE IV: Seguimiento práctica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

Las actividades realizadas dentro de la organización con base al presente plan de mejora, se definieron en dos puntos claves para el éxito de la implementación de la idea:

El primero, fue identificar un segmento de mercado dentro de Marketplace VIS, en el cual se pudiera crear una estrategia que permitiera aumentar el posicionamiento de la marca Tucarro.com - Mercado Libre en el territorio nacional; de esta forma se planteó que la segmentación para trabajar es la corporativa dentro de la vertical FSBO.

Como segundo punto, se iniciaron las comunicaciones con otras áreas dentro del ecosistema de Mercado Libre, como por ejemplo Mercado Pago; esto con el fin de que la entrega de los beneficios a los usuarios corporativos que utilicen la plataforma al momento de publicar un vehículo, los puedan hacer efectivos de dos formas: Al momento de publicar (descuentos en el cargo por publicar) o por bonos disponibles en sus cuentas de Mercado Pago que podrán utilizar en comercios que ya tienen convenio con esta pasarela de pagos.

4.2 Cronograma de actividades

Tabla 4: Cronograma

Cronograma de actividades			
Ciclo	Fecha	Actividad	Logros
Ciclo 1	05 agosto 2020	Iniciación del plan de mejora y agendamiento de reuniones mensuales para la revisión del mismo.	Primer acercamiento con Alexander Grazt (Marketplace VIS)
			Logro: Elección del tema a tratar para desarrollar el plan de mejora.
			Dificultad: Desconocimiento sobre las formas de trabajo de otras áreas como Mercado Pago o Marketing, vitales para el desarrollo y aplicación de la idea.
Ciclo 2	31 agosto 2020 al 17 septiembre 2020	Investigación de Aspectos generales de Mercado Libre; explicación del alcance y resultados en el area de Marketplace VIS en la región y en MCO.	Logro: Conocer a detalle todo lo relacionado con el área en el cual se desarrolló el plan de mejora (Marketplace VIS).
			Dificultad: Acceso limitado a información relevante para conocer acerca de las otras unidades de negocio de Mercado Libre.
Ciclo 3	28 septiembre 2020 al 21 de octubre 2020	Desarrollo Matriz DOFA, Planteamiento central del plan de mejora y Objetivo general/específicos.	Logro: Identificación del enfoque principal del plan de mejora, las debilidades y amenazas que permitieron el progreso del planteamiento central.
			Dificultad: No se generaron los parámetros de las empresas que serían tenidas en cuenta para las alianzas estratégicas.
Ciclo 4	09 noviembre 2020 al 26 noviembre 2020	Generación de Propuesta de valor.	Logro: Acercamientos con otras unidades de negocio como Mercado Pago y Marketing, para la creación e implementación de los bonos y descuentos al momento de publicar. Generación de parámetros de empresas que pueden participar en la alianza.
			Dificultad: Debido al presupuesto fijado para 2020, el plan de mejora se aplicará a partir del año 2021 en el primer semestre. En ese mismo momento se dará inicio a la consecución de las alianzas con las empresas que se seleccionen.

Nota: Elaboración propia