

¿Puede el crédito digital impulsar el e-commerce en MiPyMEs?

- La pandemia de COVID-19 ha puesto en evidencia las ventajas del *e-commerce*, tanto para consumidores como para empresas.
- A pesar de su tendencia creciente, actualmente sólo el 1% de las MiPyMEs participan en *e-commerce*.
- Mercado Crédito, la Fintech de Mercado Libre (MELI), se está apalancando en sus plataformas tecnológicas para ofrecer crédito a las MiPyMEs tradicionalmente excluidas del mercado financiero.
- BID Invest, junto con MELI, realizó una evaluación para medir el impacto del crédito ofrecido por Mercado Crédito en Argentina sobre las ventas realizadas en el ecosistema MELI.
- Los resultados muestran que las empresas que reciben el crédito incrementan sus ventas trimestrales a través de las plataformas de MELI -en un 34% en promedio durante el primer trimestre y en un 26% en el trimestre siguiente- en comparación con empresas similares que no recibieron el crédito.

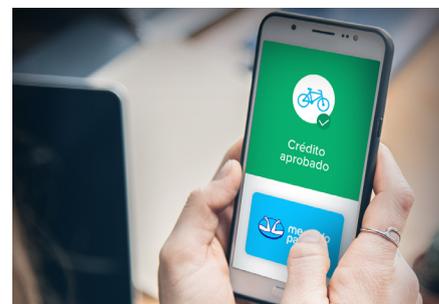
LAS MIPYMEs Y EL E-COMMERCE

Las micro, pequeñas, y medianas empresas (MiPyMEs) son una parte muy importante de las economías de América Latina y el Caribe. Estas empresas concentran el 99% de las empresas y el 60% del empleo. Sin embargo, reciben menos del 15% del crédito a empresas¹ y sólo 1% de las mismas participa en *e-commerce*.² Estas diferencias están estrechamente relacionadas a su baja productividad y escaso crecimiento, lo que es aún más evidente cuando se tiene en cuenta que sólo representan el 40% del PIB.

El impacto económico de la pandemia de COVID-19 y de las políticas que se aplicaron para atenderla acentuaron los problemas de las MiPyMEs. La mayoría de estas empresas vieron reducida la demanda por sus productos, muchas se vieron obligadas a no operar y, a pesar de las políticas públicas que se implementaron, el crédito también se vio afectado. Muchas MiPyMEs no sobrevivieron.³

Paradójicamente, la pandemia también ha generado nuevas oportunidades, impulsando a muchas empresas a buscar canales de venta online y utilizar el *e-commerce* para sobrevivir. Si bien el monto total de transacciones digitales en Mercado Libre (MELI), la principal plataforma de *e-commerce* de América Latina y el Caribe, ya venía creciendo significativamente, en 2020 alcanzó US\$49.8 mil millones, lo que implicó un crecimiento del 75% respecto del 2019 (Gráfico 1).

Gráfico 1. Ecosistema MELI: Evolución de las transacciones digitales (mil millones de US\$)



El crecimiento del *e-commerce* tiene importantes beneficios tanto para los consumidores como las empresas. Para los consumidores, el *e-commerce* puede aumentar la competencia en el comercio, facilitar el acceso a información de precios, incrementar la variedad de productos disponibles, y generar ahorros de tiempos. En el caso de las empresas, también les permite reducir costos, incrementar eficiencia, y llegar a nuevos clientes. Adicionalmente, los pagos digitales favorecen la trazabilidad de las operaciones, aspecto que mejora la seguridad del dinero, reduce la informalidad y facilita la fiscalización tributaria.

Para impulsar el *e-commerce* de las MiPyMEs, es clave entender los desafíos que impiden su participación. Estos incluyen problemas persistentes provenientes de brechas digitales (falta de acceso a internet, computadoras y recursos humanos con habilidades digitales), informalidad, falta de educación financiera y canales de logística poco

1. CEPAL/OCDE (2013). [Latin American Economic Outlook 2013, SME Policies for Structural Change](#).
2. BID (2021). [Expansión de herramientas financieras digitales para impulsar el comercio electrónico de las MiPyMEs de América Latina](#).
3. Según estimaciones de CEPAL, a mediados de 2020 se esperaba que más de 2,7 millones de empresas formales en América Latina y el Caribe cerraran permanentemente, con una pérdida de 8,5 millones de puestos de trabajo. Fuentes de datos actuales sugieren que el tamaño del impacto puede ser potencialmente mucho mayor. Por ejemplo, en México, el [INEGI informó](#) que un 20,8% de las MIPYMEs cerraron definitivamente entre mayo de 2019 y septiembre de 2020 (aproximadamente 1 millón de empresas).
4. BID (2020). [Transformación digital empresarial: ¿Cómo nivelar la cancha?](#)





desarrollados, entre otros.⁴ La falta de financiamiento también puede dificultar la transformación digital de las MiPyMEs y reducir la capacidad de crecimiento de sus ventas online.

EL CASO DE MERCADO CRÉDITO EN ARGENTINA

BID Invest en colaboración con MELI realizó un estudio para entender como la falta de financiamiento puede afectar el nivel de participación de las MiPyMEs en e-commerce. MELI provee el escenario ideal para responder esta pregunta porque ofrece crédito a las empresas que operan en su ecosistema a través de Mercado Crédito.

Mercado Crédito es una plataforma crediticia innovadora que ofrece préstamos a consumidores para financiar pagos y a MiPyMEs que venden a través de MELI o que procesan sus cobros con Mercado Pago, plataforma de pago de MELI, para financiar su capital de trabajo. Su objetivo es proveer financiamiento de manera sencilla, flexible y personalizada a las



necesidades de sus propios clientes. A través de esta plataforma Mercado Crédito llega a individuos o empresas subatendidas o desatendidas por el sistema financiero tradicional.⁵

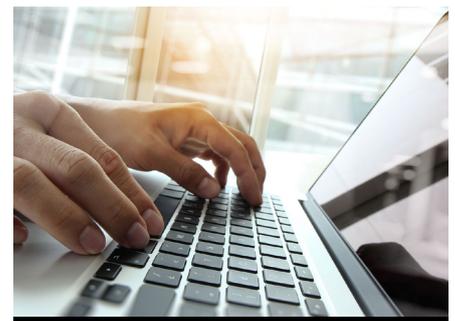
La solicitud del préstamo es online y fácil de realizar: no requiere documentación adicional y se otorga instantáneamente. Las condiciones son flexibles ya que el vendedor puede elegir el monto y la cantidad de cuotas de pago, las cuales serán debitadas de sus futuras ventas. Esto permite que el vendedor pueda tomar un préstamo a la medida de sus necesidades.

Hasta fines de 2020, Mercado Crédito ha prestado más de US\$2.700 millones a través de 3,5 millones de créditos a más de 1 millón de MiPyMEs en la región (Argentina, Brasil y México).

En su mayoría son créditos de capital de trabajo, los cuales tienen un tamaño promedio de US\$450 y un plazo promedio de 11 meses.

Para evaluar cuál es el impacto del crédito otorgado por Mercado Crédito en las ventas de estas empresas en el ecosistema MELI, BID Invest utilizó una base de datos que contiene información sobre las ventas mensuales de más de 1,2 millones de empresas en Argentina desde enero de 2018 a diciembre de 2020. La principal dificultad para analizar dicho efecto es que las empresas que recibieron el

crédito son distintas al promedio de empresas que no tomaron el crédito, por lo tanto, la simple comparación de estas no permite obtener el efecto del crédito. Por este motivo, BID Invest utilizó técnicas econométricas con el objetivo de obtener empresas que no recibieron crédito y que son similares a las que sí lo hicieron. Esto permitió construir grupos comparables y analizar su evolución en el tiempo.⁶



La muestra de grupos comparables incluye 4.851 empresas, de las cuales 1.229 recibieron un crédito de Mercado Crédito. Estas empresas son MiPyMEs, y vendieron trimestralmente en promedio AR\$618.000 a precios de enero 2021 (aproximadamente US\$7.075)⁷ dentro de las plataformas MELI. Un 43% son lideradas por mujeres. La mayoría están localizadas en los principales centros urbanos del país; 40% en la Provincia de Buenos Aires, 25% en la Ciudad de Buenos Aires, 8% en Córdoba y 5% en Santa Fe. Su puntaje crediticio promedio (NOSIS) es de 443

5. Mercado Libre (2019). [Mercado Crédito: préstamos para potenciar la inclusión financiera.](#)
 6. Específicamente, se utilizó el método de "Vecino Más Cercano" de la metodología "Propensity Score Matching" que redujo la base a 4,851 empresas (entre tratados y controles) y luego se aplicó la estimación por efectos fijos.
 7. Al tipo de cambio oficial del 29 de enero de 2021. Fuente: [Banco Central de la República de Argentina.](#)



puntos, por debajo del umbral a partir del cual suele prestar la banca comercial. El monto de préstamo promedio fue de AR\$150.000 (US\$1.700)⁸ y con un promedio de pago en 8 cuotas. Según una encuesta de Mercado Crédito, el 66% de los que tomaron el crédito lo hicieron para la compra de inventario, el 20% para invertir en su negocio, y el resto con otros fines.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Las empresas que recibieron el crédito, en el trimestre que lo hicieron, aumentaron sus ventas en el ecosistema MELI en un 34% en promedio en comparación con aquellas empresas similares que no lo recibieron; y en un 26% en el trimestre subsiguiente. En términos monetarios, esto significa que un vendedor promedio⁹ que tomó un crédito con Mercado Crédito vendió AR\$376.000 más (casi US\$4.300) durante un semestre que lo que hubiese vendido sin el crédito.

Este efecto también fue claro en los meses posteriores al distanciamiento social, preventivo y obligatorio que impuso Argentina debido a la pandemia de COVID-19. Para quienes recibieron el crédito en el segundo trimestre de 2020, sus ventas en el ecosistema MELI fueron, en promedio, 55% mayores que aquellas empresas similares que no

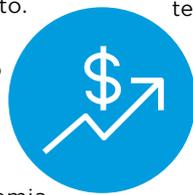
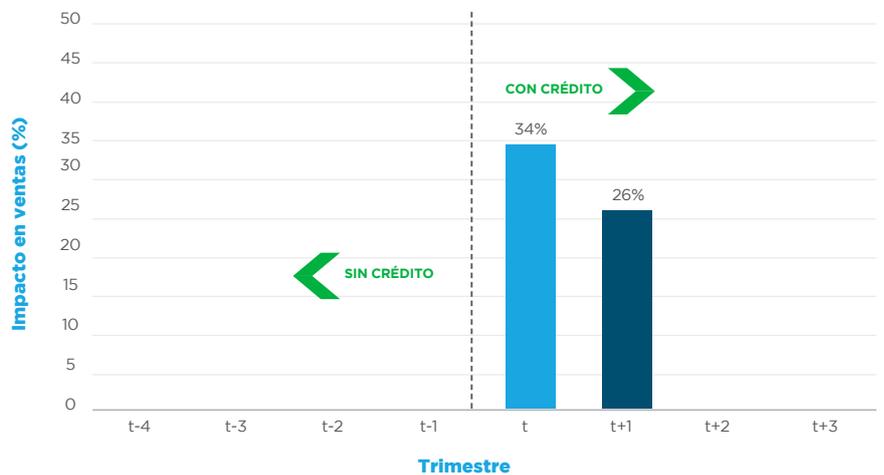


Gráfico 2. Variación en ventas trimestrales debido al crédito (%)



recibieron el crédito; y un 36% mayor en el trimestre subsiguiente.

Estos resultados muestran que el efecto sobre las ventas de las MiPyMEs en MELI dura dos trimestres, lo cual es consistente con el tipo de financiamiento ofrecido por Mercado Crédito. Al ser principalmente préstamos de corto plazo que las empresas utilizan para financiar sus necesidades de capital de trabajo, luego de haber usado ese capital de trabajo adicional retornan a su nivel de ventas promedio.

CONCLUSIÓN

La interacción entre una Fintech y una plataforma de e-commerce puede contribuir a que las MiPyMEs aumenten sus ventas dentro de dicho ecosistema. Aún queda por responder cómo más MiPyMEs pueden aprovechar los beneficios del e-commerce. Los desafíos son grandes,

pero también los beneficios. Más aún en un mundo post-pandemia donde es muy probable que la nueva normalidad incluya más e-commerce. ■

Información adicional

Autores: Lucas Figal Garone, David Giuliodori, María Laura Lanzalot, Alejandro Rodríguez y Rodolfo Stucchi
 Editora: Norah Sullivan
 Para más información, contactar con: lfigal@iadb.org

Este DEBrief resume los resultados de una evaluación llevada a cabo por BID Invest para medir el impacto del crédito ofrecido por Mercado Crédito en Argentina sobre las ventas realizadas en el ecosistema de Mercado Libre.

Fotografía: Mercado Libre & Shutterstock
 Diseño: Mario Segovia Guzmán

Las opiniones expresadas aquí son las de los autores y no reflejan necesariamente las opiniones del Grupo BID, sus respectivas Juntas Directivas o los países que representan.

8. Al tipo de cambio oficial del 29 de enero de 2021. Fuente: Banco Central de la República de Argentina. La mediana del monto de préstamo fue AR\$47 mil (US\$544).
 9. Empresa sin crédito de Mercado Crédito con ventas trimestrales promedio iguales a AR\$624 mil (US\$7.150).