

**Perspectiva de los consumidores de Villa Corzo, Chiapas, México sobre el Marketplace de Mercado Libre**

Dr. Erick Eugenio Gómez Hernández

Profesor Investigador de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México

<https://orcid.org/0000-0001-8675-9410>

erick.gomez@unicach.mx

Dra. Elizabeth Céspedes Ochoa

Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México

<https://orcid.org/0000-0002-2626-1458>

elizabeth.cespedes@unicach.mx

Dra. María del Carmen Chávez Rodríguez

Profesora-Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México

<https://orcid.org/0000-0003-1022-2339>

maria.chavez@unicach.mx

**RESUMEN**

El uso de la tecnología empresarial actualmente, se ha convertido en un conjunto de herramientas que van en aumento día con día, debido a que los gerentes o dueños de las compañías han logrado asumir mayor control y mejor manejo de información, en base a esto, tomar las mejores decisiones en momentos adecuados; de este modo obtener una ventaja competitiva en relación a sus competidores. Por este motivo, el comercio electrónico ha surgido como una nueva estrategia que las empresas están empleando para llevar a más clientes; de igual forma el Marketplace se ha popularizado en las actividades comerciales, pues en este lugar, las diversas compañías exhiben sus productos para ser adquiridos por los usuarios; dentro de estos Centros Comerciales Online, Mercado Libre es actualmente en América latina , la compañía de comercio electrónico más importante en su rama y novena a nivel mundial, por debajo de Amazon, Wal-Mart entre otras. Por lo antes expuesto, el propósito de esta investigación es examinar la perspectiva de los consumidores de Mercado Libre en los pobladores de Villa corzo, Chiapas, México, con el objetivo de identificar las ventajas y desventajas que han experimentado. Por lo que, el estudio se realizó bajo una tendencia descriptiva, donde la muestra seleccionada fue de 150 usuarios de este sitio, en la cual se empleó la observación, la entrevista y la encuesta, obteniendo información significativa sobre el uso de esta Marketplace.

**PALABRAS CLAVES:** Comercio Electrónico, Mercado Libre, Marketplace, Plataformas Digitales, Consumidor.

## **Perspective of consumers from villa Corzo, Chiapas, Mexico about the Mercado Libre Marketplace**

### **ABSTRACT**

The use of business technology currently has become a set of tools that are increasing day by day, because the managers or owners of the companies have managed to assume greater control and better management of information, based on this, make the best decisions at the right times; In this way, obtain a competitive advantage in relation to your competitors. For this reason, electronic commerce has emerged as a new strategy that companies are using to bring more customers; In the same way, the Marketplace has become popular in commercial activities, since in this place, the various companies exhibit their products to be purchased by users; Within these Online Shopping Centers, Mercado Libre is currently the most important e-commerce company in its branch in Latin America and ninth worldwide, below Amazon, Wal-Mart, among others. (Free Market, s.f.)

Due to the above, the purpose of this research is to examine the perspective of Mercado Libre consumers in the residents of Villa Corzo, Chiapas, Mexico, with the aim of identifying the advantages and disadvantages they have experienced. Therefore, the study was carried out under a descriptive trend, where the selected sample was 150 users of this site, in which observation, interview and survey were used, obtaining significant information on the use of this Marketplace.

**KEY WORDS:** ECommerce, Free Market, Marketplace, Digital Platforms, Consumers.

### **INTRODUCCIÓN**

El comercio electrónico o ecommerce es un modelo de negocios nuevo que, con el paso del tiempo, ha ido acentuándose con mayor fuerza, esta acción tomó mayor relevancia durante la pandemia del Covid 19, debido a la falta de asistencia de las personas en los comercios físicos para adquirir productos, de este modo el número de transacciones digitales, así como la usanza de aplicaciones móviles y las operaciones bancarias online fueron acrecentándose ; hoy en día que el mundo ha regresado a la normalidad estas actividades siguen a la alza, pues es una ventaja para los compradores adquirir los productos que desean a través de la tecnología y en muchas de las ocasiones sin salir de casa; pero a pesar de este incremento en la demanda de las compras online existen empresas que no hacen uso de ellas, así lo indica la encuesta Transitar hacia la nueva realidad de KPMG en México, la cual menciona que en el 2020, el 63% de las empresas no tiene implementado el comercio electrónico , debido a que algunas compañías que han pretendido emigrar a esta nueva forma de negocios, se han encontrado con algunos contratiempos en el proceso de transición, ya que esto no es de manera inmediata, sino una sucesión donde se tiene que planificar de forma detallada para obtener resultados favorables, esto con la ayuda de personas que tengan los conocimientos necesarios y además de contar con herramienta tecnológicas adecuadas como es el internet, que es de vital importancia para este modelo de negocios. Aunque en México el internet

ha tenido mayor alcance en los últimos años, existen lugares donde toda vía no cuentan con este servicio o simplemente la brecha digital es muy marcada, tal es el caso de la zona urbana y rural en México, pues en el año 2022, el uso del internet en adelante en el área urbana fue del 8.3% mientras que en la zona rural esta cifra fue del 62.3%, todo esto en la población de 6 años en adelante . Además de esto, otro factor importante para la implementación del Ecommerce, es el uso de los equipos tecnológicos con capacidades suficientes como lo son las Computadoras, Tablet o Smartphone, para ello se requiere de una inversión muchas veces significativa con el fin de ayudar a realizar trabajos de forma más profesional y que sea atractivos para el cliente.

Asimismo, es necesario un espacio online donde se pueda publicar los productos y estos muchas veces son de paga, aunque existen lugares gratuitos como el Marketplace<sup>1</sup>, donde las empresas o personas pueden apoyarse para divulgar lo que desean vender, una de las desventajas de este centro comercial online gratuito (Marketplace de Facebook), es que no existe una logística adecuada de entrega de los productos, lo que provoca en muchas de las ocasiones que el artículo sea otorgado con una demora en tiempo programado y sobre todo molestia en los compradores; así también la competencia es uno de los problemas en este tipo de mercados virtuales, ya que por ser muchas veces gratuito cualquier persona puede ofertar en este espacio provocando que los consumidores puedan encontrar en ocasiones, productos de mejor calidad y menor precio.

Aunque existen muchos centros comerciales online, dedicadas a las ventas, Mercado libre es una de las más reconocida para los internautas, el cual, esta es, una plataforma donde las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas puedan mostrar los productos a un gran número de compradores por todo el mundo , sin embargo, a pesar de ser tan popular es un Marketplace donde los vendedores tienen que efectuar un pago para poder promocionar sus productos.

Actualmente, el comercio electrónico en el mundo empresarial es una opción preferida por estos, ya que trae consigo modernidad y acceso a nivel mundial de productos que se ofertan, además de reducir tiempo, dinero y tener contacto directo con los compradores, conociendo en tiempo real lo que desean, por ello, durante el año 2020, México tuvo uno de los crecimientos más rápidos en el mercado de comercio electrónico. Al igual que Brasil y Argentina , así mismo de acuerdo con informe realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO),, sobre el Impacto del Covid-19 en Venta Online, se menciona que Durante el periodo de abril a junio del 2020, el uso de las aplicaciones de compras en México, obtuvieron un aumento del 90%, este incremento llevo a que el 50% de las empresas en el país duplicaran su crecimiento en internet, además de que, el 20% de estas empresas registraran un acrecentamiento mayor al 300% en el volumen de negocios de ventas en línea.

---

<sup>1</sup> Un Marketplace es un plataforma o espacio virtual semejante a un centro comercial, donde diversas empresas tienen la oportunidad de promocionar los productos o servicios (Palau, 2023)

De forma similar, el Marketplace cada día es más conocido por las personas que desean buscar algún producto para ser adquirido, ya que el volumen total de transacciones creció en más de 43% en el mundo en 2022. ; en México se tiene una influencia muy marcada por el centro comercial online, por esto Rodríguez, menciona que los líderes de las Marketplace son Mercado Libre y Amazon, seguidas por Wal-Mart, Liverpool y Coppel.

De igual forma, como lo señala Mares , Mercado libre, en el año 2022, cerca de 11,000 Pymes fueron las que vendieron en esta plataforma digital, teniendo un aumento del 39% comparado con el 2021, esta ampliación correspondió a que en este sitio se tienen mayores opciones de pago, mayor seguridad en las compras y variedad de lugares de entrega de los productos; así mismo para las empresas una logística establecida de envío, además de una mínima inversión para promocionar la mercancía.

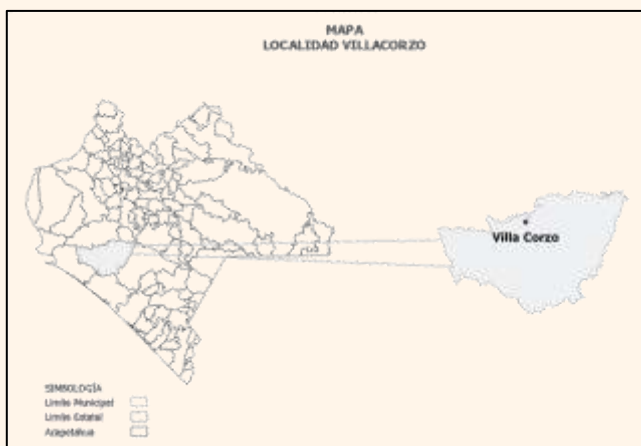
Por todo lo anterior es necesario detallar un estudio para conocer la perspectiva de los consumidores de Villa Corzo, Chiapas, México; sobre el Marketplace de Mercado Libre para determinar los beneficios y problemáticas que han tenido los consumidores en esta ecommerce y con esto obtener datos considerables que puedan ayudar a las empresas locales a incorporarse a utilizar la tecnología y a los compradores a adquirir productos de forma más confiable y segura.

## MÉTODO UTILIZADO

El presente estudio se localiza en el municipio de Villa corzo, situado en el estado de Chiapas, entre la Sierra Madre y la Depresión Central. Este municipio limita al norte con los municipios de Villaflores y El Parral, al este con la Concordia, al sur con La Concordia, así como con los municipios de Pijijiapan y Tonalá, y al Oeste con Tonalá y Villaflores. Su ubicación geográfica se encuentra entre las coordenadas 15°50' hasta 16°26' de latitud norte; y desde 92°51' hasta 93°37' de longitud oeste. Con una extensión territorial de 4,026.70 km<sup>2</sup>, esta representa el 48% de la región Frailesca y el 5.32 % de la superficie estatal, su altitud es de 580 m

### Figura 1.

Mapa de la Localidad de Villa corzo



El estudio se llevó a cabo utilizando un enfoque descriptivo, donde se analizaron los propósitos del diseño transversal descriptivo y correlacional causal. Para la recolección de datos se emplearon los instrumentos como las fichas de observación directa, entrevistas semi estructurada y la encuesta estructurada. Durante la investigación de campo, se lograron identificar a 150 consumidores de la plataforma.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En este trabajo de investigación se estudió el uso de la Plataforma de Mercado Libre en Consumidores de Villa corzo, Chiapas; obteniendo como resultado, se encontró que el 37% de los encuestados se encuentran en un rango de 18 a 22 años, lo que indica que en su mayoría son los jóvenes quien efectúan las compras en esta página, de estos el 60% señalaron que están iniciando sus estudios universitarios o terminándola, el 22% son de una edad de entre 23 a 28 años, de estos el 42% marcaron que ya cuentan con un empleo, únicamente el 8% tiene de 29 a 34 años, de estos solo el 28% poseen de un trabajo y una familia, y el 33% tienen más de 35 años, por lo que es de notarse que a pesar de estar en este rango de edades tenga un porcentaje elevado, dado que estas personas no nacieron en la era de la tecnología, tuvieron que familiarizarse y adoptarse a ella.

Al indicar sobre el uso de la cuenta en mercado libre, el 52% dio como respuesta que sí poseen una cuenta en este sitio y el 48% mencionaron que no ostentan una; es de llamar la atención que cerca de la mitad de los encuestados no se encuentran registrados en este sitio, por lo que al adquirir los artículos en esta plataforma, no se tiene un registro de los artículos que se compran, perdiéndose de los beneficios que otorga este Marketplace como son incrementar de nivel, envíos gratis, descuentos sorpresas, descuentos exclusivos, entre otros.

En relación a la frecuencia en el uso de la plataforma, el 37% de las personas respondieron que la emplea de forma mensual, el 27% lo utilizan de manera quincenal, el 27% la manejan semanalmente y el 9% lo ocupan de forma diaria; a pesar de estos resultados, el 77% de los encuestados mencionaron que se les facilitó la usanza de la plataforma y el 23% afirmó que se le dificultó el manejo de la misma, de estos, se identificó que son personas con una edad mayor a los 35 años, ya que ellos no están familiarizados con la tecnología y se les obstaculiza el empleo de ella. Con respecto a la forma de conectarse al Marketplace, el 67% señaló que emplean Smartphone, el 24% usan la computadora y el 9% entran a la página con Tablet, lo que revela que un número elevado de personas contiene en su celular la aplicación de mercado libre, ayudando a revisar o buscar productos de forma instantánea en tiempo real.

Al indagar sobre la importancia de preguntar al vendedor, sobre cualquier duda que se tenga del producto para evitar cualquier problema o contratiempo, ya que el artículo únicamente se conoce a través de imágenes o videos que se encuentran en la plataforma, el 62% reveló que han realizado

preguntas a los vendedores y el 38% no ha tenido la necesidad de hacerlo, de las personas que han tenido que efectuar alguna interrogante, el 78% mencionó que el tiempo de respuesta fue de forma rápida y el 22% indicaron que tuvieron que esperar algunas horas para poder aclarar la duda que tenían, perdiendo en muchas de las ocasiones, el ánimo por adquirir lo que se observó en mercado libre, ya que hoy en día estar atento a lo que los clientes desean y tener una respuesta de forma ipsofacta es de vital importancia para fidelizar a los compradores. Pero, aunque se tuvo una respuesta a la pregunta enviada en la plataforma, el 78% de las personas manifestaron que sí, se solventaron las dudas sobre el producto y el 22% mencionaron que no fue aclarada la incertidumbre que tenían y en muchos de los casos tuvieron que seguir buscando el producto con otro vendedor. En relación a la información que la plataforma muestra sobre los artículos como son la descripción y características del producto, el 76% de los encuestados dijeron que leen ambas opciones del producto, el 12% que ninguna de las dos, el 8% solo revisan las características y el 4% solo la descripción, llama la atención que no se tenga toda la información necesaria para poder adquirir un artículo, lo que puede provocar inconvenientes entre el ofertante y el demandante por no observar y conocer todos los datos que el vendedor expuso en el sitio. Así mismo la reputación de los vendedores es de suma importancia para los clientes que observan los productos a comprar, pues con ella genera confianza para adquirir el artículo, por ello el 75% de los encuestados mencionaron que, sí investigan la reputación del vendedor y el 25% no lo hacen, estos últimos señalaron que no se les hace relevante esta información y otros indicaron que se olvidan de verificarlo, por lo que se detectó que las personas que dieron estas respuestas son mayores de 35 años.

Al preguntar sobre la cantidad de artículos que han comprado en la plataforma, el 40% dicen que ha adquirido de 1 a 3 artículos, el 25% de 4 a 6 artículos y el 35% de 6 productos en adelante, lo que se puede observar que la gente de Villa corzo, no es de los mayores consumidores en la plataforma, esto se debe a que muchas personas prefieren tener el producto de forma física para poder observar, tocar y medir lo que comprará y no adentrarse a este nuevo mundo de adquisición de artículos que cada vez son más populares entre las personas.

No obstante, los artículos más comprados por los consumidores de Villa corzo, según la categoría que tiene la plataforma, en primer lugar, está la de celular y telefonía, le sigue computación, continuando con la categoría de herramientas, seguidamente de accesorios para vehículos y por último cámaras y videojuegos, es de notarse que productos tecnológicos son los más solicitados, esto se debe a que muchas veces el producto se encuentra en menor precio que en otras Marketplace.

Así mismo, el 55% de las personas dicen que los productos adquiridos son de origen nacionales e internacionales, el 40% son de procedencia nacional y únicamente el 5% son internacionales, de ellos, los más frecuentes provienen principalmente de China y Estados Unidos; en lo que se refiere a la entrega del producto, el 55% manifestaron que el producto llega en el plazo establecido y el 45% han tenido problemas con el plazo de entrega, es de llamar la atención estos datos, ya que mercado

libre es una empresa reconocida internacionalmente y se jacta de cumplir lo que se establece en la plataforma.

En lo que concierne a la calidad de los artículos, el 80% de los encuestados dijeron que los productos obtenidos, han sido de buena calidad y el 20% vieron que los artículos no tenían una calidad adecuada, en lo que respecta a este último, se identificó que la mayoría de las personas que mencionaron esto, adquirieron productos de origen chino y se sabe que estos suelen ser de baja calidad.

En cuanto al lugar donde se recibió la mercancía, el 100% expresó que el producto llegó a su domicilio, esto debido a que en Villa corzo, no se cuenta con oficinas de correo y otro lugar para retirar el producto, el único lugar cercano es el municipio de Villaflores o la capital del estado que es Tuxtla Gutiérrez, lo que implicaría realizar otro gasto extra a lo ya efectuado.

Al preguntar sobre la opción de facturación, el 68% de los encuestados señalaron que no facturan sus compras en la plataforma y el 32% si lo realizan, de estos últimos, el 63% mencionaron que sí se cumplió con las expectativas en relación a la facturación y el 37% no cumplió con sus perspectivas.

En referencia a la forma de pago en la plataforma, el 36% externó que prefieren hacerlo desde el Oxxo, esto se debe a que en Villa corzo, se encuentra una sucursal de este negocio en el centro de la localidad, así mismo el 18% indicó que utiliza mercado pago para sus aportaciones, la cual es una herramienta de mercado libre que permite cobrar por diferentes canales en tienda online y el 46% hizo mención que utilizan las tarjetas de débito y crédito.

Por último, el 75% de los consumidores mencionaron que la forma de pago fue de una forma sencilla y el 25% se les hizo difícil el proceso de liquidación, además que el 100% de los encuestados afirmaron que volverían a utilizar el mismo método de pago que efectuaron, esto debido a que ya tuvieron una experiencia con este y repetirlo se les haría más sencillo.

## **CONCLUSIÓN**

A pesar de que Mercado libre es una empresa internacional y es la principal Marketplace en México, en la localidad de Villa corzo, Chiapas; se han tenido algunos problemas con los artículos que los compradores han efectuado como son, la entrega tardía, productos equivocados o artículos que llegan en mal estado, provocando molestia por parte de los consumidores quien esperan con ansia sus productos, lo que trae consigo que muchas personas de este municipio se enteren de lo sucedido y desconfíen de la plataforma, desconociendo las bondades que tiene mercado libre en relación a los problemas presentados por los artículos, ya que si el producto recibido se encuentra dañado se puede solicitar un reembolso del dinero o solicitar el cambio del artículo, aunque solo el 9% de las personas que tuvieron detalles con su mercancía no le dieron solución a ello, esto se debió a que no supieron donde efectuar el reclamo correspondiente dentro de la plataforma. Por tal motivo, esta pequeña cantidad de personas comentan lo sucedido y esto provoca que internautas eviten adentrarse a utilizar este medio digital que puede traer grandes beneficios a los pobladores, ya que

se pueden obtener productos que no se encuentran en la zona o región, que pueda apoyar a su bienestar familiar, laboral o personal.

En relación a los dueños de las empresas en Villa corzo, muchos de ellos, por los comentarios que efectúan las personas que han tenido problemas con sus productos, les surgen dudas de ofertar sus artículos en este lugar y mencionan que se les hace complicado y estresante realizar esta nueva forma de exposición, desaprovechando nuevas alternativas comerciales y alcanzando mayores ventas, quedándose en la comodidad empresarial brindando sus bienes únicamente con compradores locales y no mostrando los productos a consumidores de otras ciudades o países.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Asociación Mexicana de Venta Online. (2020). *Amvo*. Obtenido de Amvo:

<https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-4-0-impacto-covid-19-en-venta-online-mexico/>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (19 de Junio de 2023). *Inegi*. Obtenido de Inegi:

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH\\_22.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf)

keepcoding. (Abril de 2023). Obtenido de [https://keepcoding.io/blog/10-marketplace-mas-populares-de-2022/#Mercado\\_libre](https://keepcoding.io/blog/10-marketplace-mas-populares-de-2022/#Mercado_libre)

Lacayo, J., & Estrada, Á. (15 de Marzo de 2022). *EY-Parthenon*. Obtenido de EY-Parthenon:

[https://www.ey.com/es\\_mx/strategy/ultima-milla](https://www.ey.com/es_mx/strategy/ultima-milla)

López Argueta, E. (11 de Diciembre de 2020). *El Economista*. Obtenido de El Economista:

<https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Sin-e-commerce-63-de-las-empresas-en-Mexico-20201210-0171.html>

Mares, A. (17 de Enero de 2023). Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx/como-compramos-en-marketplaces-en-mexico-tandem-up/>

Mercado Libre. (s.f.). *Mercado Libre*. Obtenido de <https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2021/05/Mercado-Libre-MIPYMES-MX.pdf>

Municipios de México. (2020). *Municipios.mx*. Obtenido de <http://www.municipios.mx/chiapas/villa-corzo/>

Palau, D. (03 de Abril de 2023). *Ciberclick*. Obtenido de Ciberclick: <https://www.cyberclick.es/ques/marketplace>

Rodrigo, R. (03 de Febrero de 2022). *El economista*. Obtenido de El economista:

<https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/Comercio-electronico-en-Mexico-represento-11.3-de-las-ventas-minoristas-en-2021-20220203-0053.html>

Rodríguez, J. (16 de Febrero de 2023). Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx/como-compramos-en-marketplaces-en-mexico-tandem-up/>

Rojas, K. (2022). *tiendanube*. Obtenido de tiendanube: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/como-funciona-mercado-libre/>



Sánchez Huerta, D. (2020). *Análisis FODA O DAFO*. Madrid. Recuperado el 29 de Julio de 2022,  
de  
[https://books.google.com.mx/books?id=6h0JEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=foda&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=foda&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=6h0JEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=foda&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=foda&f=false)

Vialle, C. (Febrero de 2023). Obtenido de <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/ventas-en-los-marketplaces-incremento-de-43-en-2022#:~:text=Aceleraci%C3%B3n%20global%20y%20movimientos%20en,crecimiento%20del%20e%2Dcommerce%20tradicional>.