

Mercado Libre forma alianzas para reproducir streaming en su plataforma

Mercado Libre, el gigante de comercio electrónico líder en varios países de América Latina, ha decidido redoblar su apuesta por el entretenimiento a través de su propia plataforma de vídeo y de alianzas para distribuir el contenido de marcas como Disney, HBO y Paramount en Brasil.

Así lo expuso este miércoles el director ejecutivo y fundador de Mercado Libre, Marcos Galperín, en un encuentro con periodistas en São Paulo.

«No vamos a estar generando contenido, no vamos a competir con nuestros socios; vamos a continuar distribuyendo su contenido a través de Meli+», el nombre utilizado para relanzar el programa de lealtad de la compañía, que ahora será «más sofisticado», explicó Galperín.

Meli+ ha sido lanzado oficialmente en Brasil y México, pero el objetivo es ampliar su alcance «a otros países» en los que opera, según señalaron a EFE fuentes de la empresa de origen argentino.

En Brasil, por ejemplo, el rebautizado programa de fidelidad, además de beneficios para la entrega de mercancías y para Mercado Pago, su brazo financiero, incluye el acceso a Disney+ y Star+, un año de suscripción a Deezer y un 30 % de descuento para HBO Max y Paramount+.

Galperín aseguró que «el nivel de suscripciones» a partir de este lanzamiento «viene creciendo cada vez más rápido».

Esa opción se suma a su propia plataforma de contenido, Mercado Play, lanzada a principios de este mes y que ofrece películas, series y contenido infantil de manera gratuita.

Mercado Play ya está disponible en Argentina, Chile, México y Brasil y la idea es hacerlo operativo progresivamente para todos los usuarios de Latinoamérica.

«Mercado Play es un lugar de contenido gratuito donde tenemos una experiencia muy grande en monetizar contenido gratuito a través de las ventas de nuestro mercado de ads (publicidad), que este año va a generar cientos de millones de dólares en ingresos

para Mercado Libre», apuntó Galperín.

En este sentido, ofreció dicha herramienta para todos los actores «que tienen contenido» audiovisual y «no tienen la capacidad de generar ingresos vía publicidad».

«Nosotros tenemos mucho tráfico y clientes dispuestos a invertir mucho en publicidad. Estamos juntando nuestro tráfico, nuestro mercado de ads y el contenido que nos están brindando nuestros socios, y creemos que va a ser una combinación muy poderosa», señaló el directivo.

Preguntado sobre cómo conjugar el hecho de subsidiar esos servicios de contenidos audiovisuales con un crecimiento de los ingresos, Galperín subrayó que Mercado Libre se guía por la «disciplina» y que no miran el retorno de cada una de sus acciones.

«Meli+ puede ser más subsidiado, pero tenemos publicidad que genera una renta adicional» para «en conjunto tener una empresa rentable y saludable en el tiempo», defendió.

Galperín compareció en el marco de Mercado Libre Experience '23, evento que congrega entre este miércoles y jueves a todo el ecosistema del gigante de comercio electrónico en São Paulo, y que pretende reunir 14.000 vendedores y ofrecer más de 80 conferencias sobre los nuevos rumbos del sector.

EFE