

Premios Eikon 2025

Presentación del caso

Categoría 7

Comunicación Interna

Capítulo

General

Región

Internacional

Título del programa

Shaping Our Next 25

Nombre de la compañía o institución

Mercado Libre

Áreas involucradas

Internal Comm & Culture

Responsables del plan de comunicación

Antonella Scola

Agustina Costa

María Pia Rozzi

Micaela Larocca

Nayeli Gómez

Daniel De Sena

Tomas Gómez Carrillo

Victoria Peña

Vanina Gutierrez

Sara Sammartino

Natalia Farré

Carla Catalano

Ivan Martinez

1. Introducción

Mercado Libre nació hace **25 años** en un garage, con la idea de democratizar el comercio y los servicios financieros. Hoy, es la compañía tecnológica líder en América Latina.

Este aniversario no fue solo una celebración de lo logrado, sino la oportunidad de volver a conectar con nuestro **ADN emprendedor**, visibilizar lo que somos capaces de construir en equipo y encender la visión del futuro que queremos diseñar.

Celebrar el aniversario como un evento aislado no reflejaba nuestra historia. Necesitábamos crear una **conversación global, coherente y viva durante todo el año.**

Un mensaje que conectara profundamente con nuestra cultura de innovación continua y con nuestro propósito:

Democratizar el comercio y los servicios financieros para transformar la vida de millones de personas en América Latina

2. Campaña

Propuesta

Creamos, desarrollamos e instalamos un concepto transversal.

Una narrativa inspirada en la mirada de Marcos Galperin (nuestro CEO) —“**lo mejor está llegando**”— que nos permitiera celebrar, pero sobre todo proyectar.

SHAPING OUR NEXT
25

AN EXPONENTIAL OPPORTUNITY
TO **EXPAND OUR LIMITS**

Objetivos

Reforzar

el sentido de pertenencia y orgullo entre todas las personas de MELI.

Comunicar

estratégicamente nuestras prioridades de negocio, conectándolas con nuestra historia y propósito.

Sostener

una conversación interna relevante, emocional y activa a lo largo de todo el año.

Público

Le hablamos a más de **75.000 personas de MELI que viven en toda América Latina** y lo hicimos de manera articulada a través de Workplace, en los sites y centros de distribución. La campaña también se expresó con la réplica del Garage de Argentina en las oficinas de Brasil y con la producción de contenidos audiovisuales exclusivos como nuestro documental “Fuera de la Caja”.

3. Ejecución del plan

MELI RETREAT

Nuestro evento anual de estrategia fue el punto de partida.

Desde el garage original en Buenos Aires, donde 5 amigos soñaron Mercado Libre, lanzamos el claim **“SHAPING OUR NEXT 25 AN EXPONENTIAL OPPORTUNITY TO EXPAND OUR LIMITS”**. Con la voz de nuestros founders, iniciamos una narrativa que cruzó el año completo.

MELI CELEBRA

Reconocimos el impacto de las más de **75.000 personas** que trabajan en MELI, promovimos la conexión social, multiplicamos cultura, reforzamos nuestro propósito y fomentamos el orgullo MELI.

CULTURE BOOSTERS

Para **conectar e inspirar** a los equipos con el **ADN emprendedor** de nuestros orígenes, llevamos al frente las voces y experiencias transformadoras de nuestros Founders y miembros de C-Level a través de:

Q&A's y Town Halls

Encuentros presenciales en nuestros sites y transmitidos vía streaming en nuestro canal de comunicación interna.

Cultura en acción

Una serie de producciones audiovisuales con recorridos únicos por la historia de nuestra evolución, desde el punto de vista de nuestros principales líderes. Cultura en acción, a través de una narrativa audaz, aún hoy inspira a todo MELI por su particular visión de pasado, presente y futuro.

Espacios de Reconocimiento, trayectoria y Celebración:

Distinguimos la trayectoria de las personas que fundaron MELI e hicieron un trabajo fundamental para alcanzar cada nueva meta.

Encuentros de Aniversario

En agosto, celebramos con Encuentros de Aniversario en todos los países, acompañados de menús especiales todos los viernes en los centros de distribución y oficinas.

PEAK SEASON

La temporada alta de ventas, uno de los momentos más desafiantes de nuestro negocio, fue también una oportunidad para elevar nuestra vara. Reforzamos el mindset de excelencia, honrando nuestro “beta continuo” y **conectando la campaña con la operación.**

MUSEO GARAGE

Construimos un museo físico en Melicidade, nuestras oficinas de São Paulo, Brasil donde hoy trabajan más de 9.000 personas. Este espacio, que refleja nuestra historia, es una réplica del Garage en Argentina y tiene una curaduría de objetos, hitos y testimonios.

DOCUMENTAL

Lanzamos un documental que es a la vez un homenaje a **nuestro ADN.** A través de una mirada íntima, relatos auténticos y testimonios en primera persona, celebramos la cultura que nos inspira día a día a construir, juntos, el mejor lugar para trabajar. Una **experiencia 100% MELI** que se estrenó en salas de cines de toda la región y en nuestra plataforma interna de streaming.

MUESTRA FOTOGRAFICA

Lanzamos una convocatoria para que las personas de MELI compartieran fotos que reflejaran nuestro propósito y cómo este se vive en cada rincón del continente. **Recibimos más de 160 y exhibimos 10 que fueron seleccionadas por líderes de MELI.**

MELI STORE

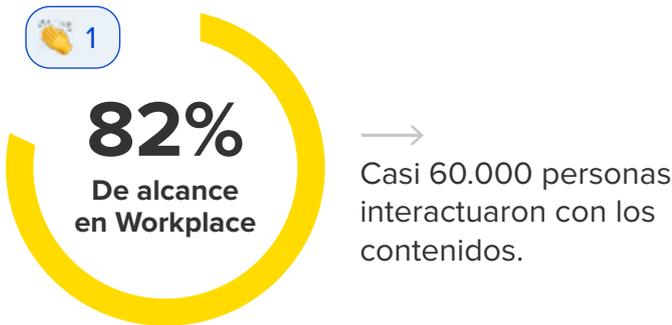
Inauguramos una tienda oficial de productos MELI en nuestro marketplace para Argentina, Brasil y México con una colección especial por los 25 años. Con una experiencia de compra igual a la de Mercado Libre y con toda la potencia de nuestro ecosistema, se vendieron más de 1.700 productos. **Una expresión tangible del orgullo y la pertenencia genuina** de nuestra gente.

WORKPLACE

Fue el corazón de la conversación digital: **contenidos inspiradores, lanzamientos, reconocimientos y relatos de impacto.** Activamos piezas en video, entrevistas y cápsulas documentales en diversos formatos.

4. Resultados

Cuantitativos



Carla Pezzone

Aún no puedo creer que aporte mi granito de arena a esta revolución **#OrgulloMELI**

1520 5.200

16.738

reacciones totales y más de 4.351.784 impresiones en LinkedIn.

+5.200

personas de MELI vivieron el lanzamiento del **Documental** a través de nuestra plataforma interna de streaming y líderes senior asistieron a funciones exclusivas en cines de Bs As, Ciudad de México, Montevideo y São Paulo.

+160

fotos recibidas para nuestra muestra fotográfica.

+1.700

productos vendidos en MELI Store en los 3 países.

4. Resultados

Cualitativos

Instalamos una **conversación aspiracional sostenida en el tiempo**, capaz de conectar nuestra historia con el futuro que queremos.

Pusimos en acción nuestro propósito y cultura en cada país donde operamos.

Potenciamos **nuestra identidad emprendedora**, reconectando con el espíritu del garage y proyectando los próximos 25 años.

Redoblamos el **sentido de pertenencia** en un año de expansión sin precedentes.

“Shaping Our Next 25” no fue una campaña de aniversario.
Fue un manifiesto vivo de quiénes fuimos, somos y seremos.

Una apuesta por la innovación, la cultura y las personas que hacen posible Mercado Libre todos los días.
Porque lo mejor, definitivamente, está llegando.



**mercado
libre**