



mercado
libre



Reporte de impacto 2023

*Actuamos hoy para
que llegue lo mejor*

Contenidos

IR AL CAPÍTULO



Sobre este Reporte
pág 4

IR AL CAPÍTULO



Negocio
pág 8

IR AL CAPÍTULO



Experiencia de uso
pág 23

IR AL CAPÍTULO



Equipo
pág 32

IR AL CAPÍTULO



Impacto social
pág 44

IR AL CAPÍTULO



Ambiente
pág 55

IR AL CAPÍTULO



Indicadores
pág 72

Mensaje del Presidente

El 2023 fue otro año de desafíos y de resultados excepcionales. Los momentos de balances anuales ofrecen una buena oportunidad para reflexionar sobre las decisiones que tomamos. Y no sólo las que devienen en una acción positiva: en la historia de Mercado Libre hubo decisiones de no hacer cosas que fueron tan o más importantes que las otras. Hoy, en las puertas del 25º aniversario del nacimiento de la compañía, nuestro impacto sigue llegando a millones de personas en toda Latinoamérica. Esto, nos demuestra que hacer es tener convicción para tomar decisiones todos los días.

Según un estudio elaborado junto a Euromonitor International, más de 1,8 millones familias de la región encuentran su principal sustento económico en nuestra plataforma, que hoy ya facilita el comercio de más de 574 mil pequeñas y medianas empresas (PyMEs), de las cuales el 40% genera más de la mitad de sus ingresos en nuestra plataforma. El efecto multiplicador de nuestro ecosistema para estos emprendedores, más del 70% empresas familiares, no deja de crecer: en 2023 superamos por primera vez los 84 millones de compradores únicos, con más de 1404,4 millones de productos vendidos por un volumen total de USD 44.750 millones.

Estos resultados van de la mano con una mejora continua de la experiencia de nuestros usuarios, especialmente en el terreno logístico: el 94,4% de los envíos ya provienen de nuestros centros de distribución. Las entregas dentro del plazo también obtuvieron niveles récord en Brasil,

México, Chile y Colombia, y del volumen general de mercancías, el 75,7% se entregó en un máximo de 48 horas en la región y casi el 20% el mismo día o el día siguiente a la compra. Esto fue posible gracias a una mirada de largo plazo con una inversión continua puesta en seguir acortando las brechas geográficas: en 2023 abrimos 25 nuevos centros logísticos.

Además, reforzamos nuestro compromiso de hacerlo de la manera más eficiente posible en términos ambientales: ya migramos 13 nuevos sitios a energías 100% renovables, cerramos el año con el 44% de consumo de energías renovables para toda nuestra operación. En paralelo continuamos ampliando nuestra flota eléctrica a un récord histórico de 2321 vehículos, consolidando la flota eléctrica más grande de Latinoamérica y logrando enviar más de 22 millones de paquetes con movilidad sustentable.

Junto con nuestras estrategias de reducción de nuestra huella de carbono, seguimos invirtiendo en soluciones basadas en la naturaleza para enfrentar el cambio climático. “Regenera América”, nuestro programa que financia proyectos de restauración y conservación de biomas en América Latina, alcanzó en 2023 los USD 23,5 millones invertidos en nueve proyectos, contribuyendo al reconocimiento de nuestra actuación emprendedora en la agenda de biodiversidad por Thomson Reuters #BiodiversityChampionAward. Nos llena de orgullo contar que a solo tres años de su lanzamiento, inició ya procesos de restauración y conservación de más

de 14.500 hectáreas de bosque nativo, equivalentes a más de 13 millones de árboles restaurados o conservados.

Mercado Pago continuó consolidándose como una plataforma integral de servicios financieros, democratizando la inclusión financiera de miles de personas y emprendimientos que estaban fuera del sistema tradicional: más de 68,8 millones de usuarios únicos realizaron 300 transacciones por segundo y superamos los 30,4 M de usuarios invirtiendo. Incrementamos un 35,6% el volumen de créditos otorgados para personas y PyMEs, hasta USD 13,6 mil millones, y lanzamos nuestra primera tarjeta de crédito en México, que se suma a la lanzada ya en Brasil. Y llegamos a 9,73 M de pólizas de seguro de vida y accidentes personales, que incluyen también servicios como telemedicina y reintegros en medicamentos.

Además, lanzamos una herramienta que le permite a los usuarios poder organizar mejor el flujo de sus gastos y armar presupuestos y Reservas, nuestra nueva herramienta de ahorro.

Y no nos cansamos de innovar, con la ambición de tener el programa de lealtad más valorado en la región lanzamos Meli+, nuestro nuevo programa de suscripción que ofrece el mayor y más completo paquete de beneficios de América Latina, conectado con las necesidades y perfiles de nuestros usuarios. A esto se suma Mercado Play, una plataforma de contenidos libre y gratuita que le permitirá a millones de personas acceder a un catálogo completo de películas, series, documentales, reality TV y contenido para niños y niñas.

Hacer y generar resultados me da mucha satisfacción. Y en Mercado Libre tenemos claro que nadie hace solo. Que nada de lo que hacemos sería posible sin el compromiso y actitud emprendedora de las ya más de 58 mil personas que son parte del equipo.

Tenemos el privilegio de ser arquitectos de nuestro propio destino, de tomar las decisiones en equipo y construir soluciones desde y para Latinoamérica. Sabemos de los desafíos pero también del enorme potencial de la región, por eso vamos a estar siempre un poco insatisfechos, sin perder nunca las ganas de hacer cosas nuevas y superar nuestras metas.

De eso se trata hacer bien nuestro trabajo cada día: seguir tomando riesgos, explorando y abriendo nuevos espacios, pero sobre todo divirtiéndonos y apostando al futuro.

Marcos Galperin



Sobre este Reporte

Parámetros del reporte
Nuestros grupos de interés
Proceso de materialidad
Modelo de creación de valor



Descargar capítulo

Parámetros del reporte

El Reporte de impacto 2023 se elaboró de acuerdo al Marco Internacional IR desarrollado por el Consejo Internacional de Reporting Integrado y conforme a los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative. Además, se utilizó el mapa de materialidad de la Sustainability Accounting Standards Board (SASB) para reportar los indicadores relevantes para la industria del comercio electrónico. Incluye también nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas.

Este documento representa nuestro 12º ejercicio de reporte. Describe las actividades relacionadas con la gestión de sustentabilidad de Mercado Libre, Inc. e incluye a las sociedades sobre las que tiene control.

El reporte comprende las actividades realizadas entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2023. Durante este período la empresa no ha sufrido cambios organizacionales relevantes que afecten la comparabilidad. La compañía estableció una periodicidad anual para sus reportes de sustentabilidad junto a la publicación del estado de situación financiera 10-K presentado ante la comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC, por sus siglas en inglés) como parte de nuestra obligación de ser una empresa pública con oferta de acciones en NASDAQ. El último informe presentado corresponde al ejercicio 2022.

Nuestros grupos de interés

Promovemos una relación fluida y transparente con todas las personas y organizaciones que forman parte de la cadena de valor de la organización, con el objetivo de conocer sus expectativas y preocupaciones y traducirlas en información de valor estratégico para la gestión del negocio.

El diálogo y la interacción con cada grupo de interés nos permite identificar los impactos reales y potenciales de nuestra organización, y determinar las respuestas o acciones necesarias para prevenir y mitigar los impactos negativos potenciales, así como potenciar los que resultan positivos.

La identificación de los grupos de interés se realiza de manera interna de acuerdo al nivel de interacción e impacto en el negocio. Buscamos la participación de cada grupo a través de diferentes mecanismos formales de diálogo.

GRUPO DE INTERÉS

MECANISMO DE DIÁLOGO

Usuarios del ecosistema de soluciones

- Área de atención al cliente
- Encuestas de marketing
- Capacitación y desayunos con el área Comercial y Sustentabilidad

Equipo de Mercado Libre

- Mailing
- Workplace
- Charlas con el CEO
- Comunicaciones de cierre de trimestre
- Q&A con la dirección
- Encuesta de clima y feedback

Cadena de suministro

- Reuniones virtuales
- Mailing

ONGs y organizaciones de la sociedad civil

- Programa Mercado Libre Solidario
- Encuentros presenciales

Accionistas

- Reuniones con el área de Relaciones con Inversores y Sustentabilidad

Punto de contacto

sustentabilidad@mercadolibre.com



Proceso de materialidad

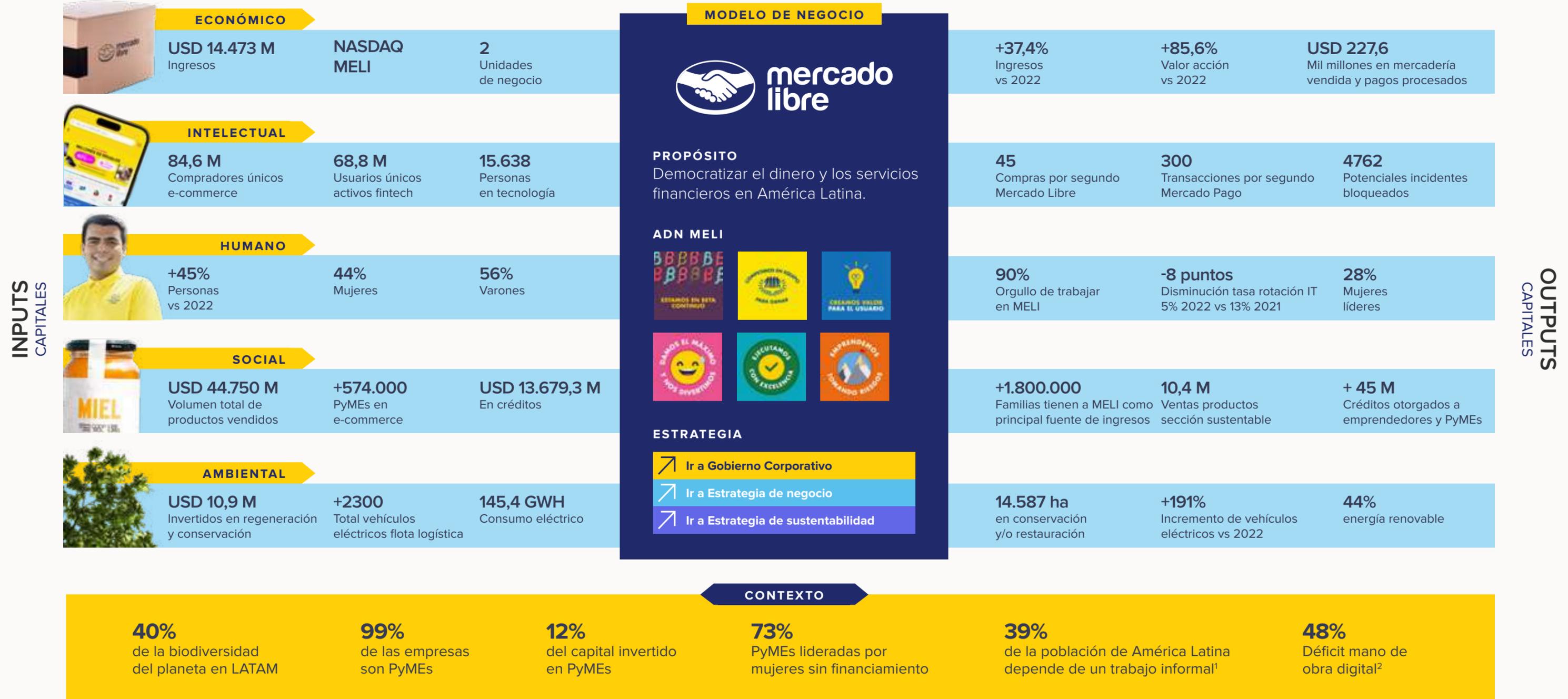
En línea con los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative, los contenidos de este Reporte representan nuestros impactos más significativos sobre la economía, el ambiente y las personas.

Para la identificación de los temas materiales de nuestra organización, nos guiamos por el ejercicio de materialidad 2022 descrito en el [Reporte de Impacto](#) de ese año.

Temas materiales

TEMA	ODS
1 Privacidad y seguridad de la información	
2 Confianza y seguridad de nuestros productos y servicios	
3 Ética y transparencia	
4 Salud y seguridad laboral	
5 Formación y desarrollo de nuestros equipos	
6 Contribución al desarrollo socioeconómico	 
7 Inclusión y educación financiera	  
8 Inclusión para la educación digital	   
9 Diversidad e igualdad de oportunidades	 
10 Empoderamiento de emprendedores, pymes y ONGs	  
11 Desempeño económico	
12 Innovación y desarrollo de productos	
13 Cambio climático: energía, movilidad y packaging	 

Modelo de creación de valor



1 CEPAL, 2023. Panorama Social de América Latina y el Caribe 2023. La inclusión laboral como eje central para el desarrollo social inclusivo.

2 IDC, 2022. PageGroup, 2022. Déficit de talento en tecnología en Latinoamérica.

Capital económico

Negocio

Usamos la tecnología para transformar vidas
Crecer con equilibrio
Actuamos hoy por el desarrollo de América Latina
Gobierno corporativo
Conducta empresarial responsable



Descargar capítulo

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

Usamos la tecnología para transformar vidas

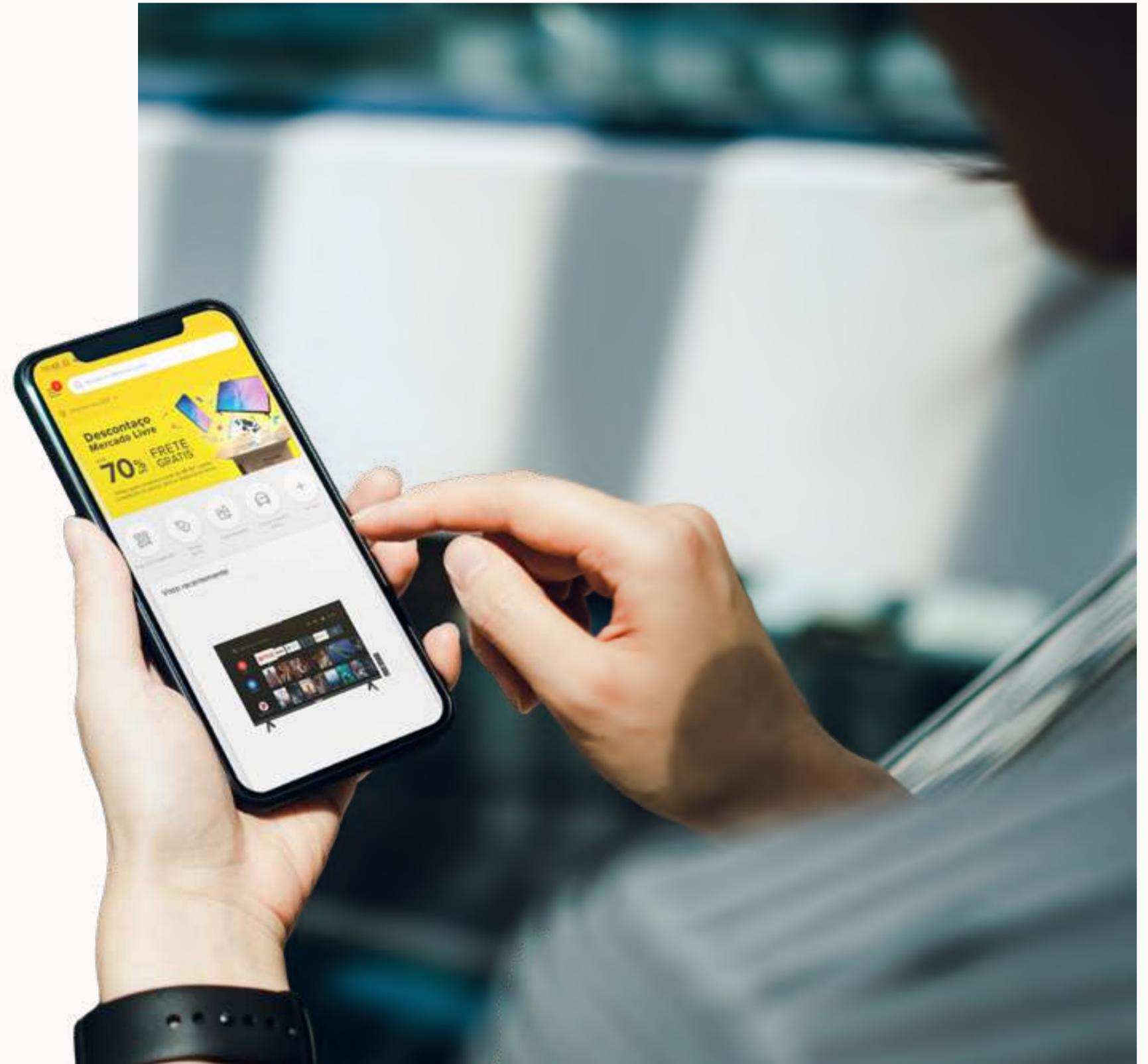
Hace más de 20 años que usamos la tecnología para democratizar el comercio y los servicios financieros en América Latina, generando una profunda transformación en la vida de millones de personas.

Construimos un ecosistema de soluciones confiable, ágil y centrado en las personas, formado por Mercado Libre, nuestro negocio de comercio electrónico, y Mercado Pago, nuestra fintech. Con ellas llegamos a 18 países de la región: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Generamos impacto positivo conectando el comercio electrónico con los servicios financieros en la región.

Impulsamos el progreso de América Latina a través del comercio y los servicios financieros que permiten un crecimiento sostenible, compartido y con impacto positivo. Generamos valor de la mano de las millones de personas, emprendimientos y PyMEs que nos eligen todos los días y a las que acompañamos en su crecimiento y prosperidad, en una región marcada todavía por brechas sociales y económicas.

Cotizamos en NASDAQ y formamos parte del índice NASDAQ-100 desde el 2017. Además, en 2023, recibimos el reconocimiento de la revista Times como una de las empresas más influyentes y somos la única empresa latinoamericana entre las 100 marcas más valiosas del mundo del ranking Kantar BrandZ. Nuestros resultados nos llenan de orgullo. Y nos desafían a seguir actuando hoy, para que llegue lo mejor.



El impacto de nuestro ecosistema



Plataforma de comercio electrónico con la oferta más amplia de la región y los envíos más rápidos y accesibles para millones de personas que consumen y venden a través de nuestra red.

SOLUCIONES

- Marketplace
- Retail
- Logística
- Publicidad
- Clasificados



Ecosistema *fintech* en el que desarrollamos innovaciones líderes para el futuro de los servicios financieros.

SOLUCIONES

- Cuenta digital
- Procesamiento de pagos
- Créditos
- Inversiones
- Seguros

Nuestra cadena de valor

Superamos las barreras geográficas, culturales y financieras de la región junto a las personas, organizaciones y empresas que forman parte de nuestra cadena de valor, para llegar a quienes nos eligen de forma rápida y confiable.

Allí, impulsamos un círculo virtuoso: mientras nos ayuda a desplegar nuestras soluciones, se multiplican las oportunidades de crecimiento y desarrollo para quienes la integran. Desde el empleo indirecto generado por nuestros socios en la operación logística, hasta la formación y desarrollo de nuestros equipos, generamos valor en cada eslabón de la cadena.

1 Datos del informe Euromonitor 2022/23, basado en el análisis de impacto del negocio en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México

Cadena de suministro

Contratamos servicios de infraestructura virtual, como cloud services y softwares; y de infraestructura física, como energía, agua, mantenimiento, limpieza y alquiler de oficinas. Además, tenemos una amplia red de proveedores de servicios de comercialización y administración, como marketing, consultoría de recursos humanos, publicidad, servicios contables y de auditoría.

Creamos una [Política de Compras Sostenibles](#) que guía a las áreas internas en la contratación de empresas comprometidas con el impacto positivo. En ella se establece nuestra propuesta de precios y condiciones de pago especiales para organizaciones que cumplan con criterios sociales y ambientales.

7200
empresas proveedoras

88%
inversión en proveedores locales

Operaciones y logística

Ofrecemos la posibilidad de comprar y vender una amplia selección de productos. Nos aliamos con socios estratégicos de la industria de la logística para realizar entregas en toda América Latina.

+12.000
puestos de trabajo creados por el crecimiento de la logística en la región¹

Equipo

Impulsamos a las personas de nuestro equipo a embarcarse en la fabulosa adrenalina de emprender para poder alcanzar nuestro propósito. Promovemos la autonomía en su formación y desarrollo, y un lugar de trabajo diverso, seguro e inclusivo.

+58.000
personas en nuestro equipo

Personas usuarias

Desarrollamos soluciones para que cada vez más personas puedan vender, comprar, enviar pagar, donar, cobrar e invertir en América Latina. Lo hacemos a través de productos y servicios seguros, confiables y con la mejor experiencia.

PERSONAS COMPRADORAS

84,6 M
en Mercado Libre

68,8 M
de personas usuarias únicas de Mercado Pago



DESEMPEÑO ECONÓMICO

Crecer con equilibrio

Nuestra estrategia de negocio busca impulsar el crecimiento, equilibrando la fuerte inversión en tecnología para el desarrollo de productos con la rentabilidad. Nuestro foco está en fortalecer los negocios más maduros de nuestro portafolio, que nos ayudan a mantener el crecimiento; y continuar siendo innovadores, asumiendo riesgos para encontrar oportunidades de negocio que nos permitan seguir creciendo en el futuro.

Sabemos que poner a las personas usuarias en el centro es la mejor estrategia: quienes compran en nuestro comercio electrónico; quienes pagan y consumen con nuestras soluciones fintech; y quienes venden en Mercado Libre y utilizando las herramientas de Mercado Pago. Nuestro modo beta continuo se activa permanentemente al revisar cómo ejecutamos esta estrategia, para adaptarla al siempre cambiante contexto.

Llevamos adelante esta estrategia potenciando las capacidades transversales de nuestro negocio, que nos ayudan a acelerar la capacidad de aprender a ser cada día más eficientes.

PROPÓSITO			
<p>Democratizar el comercio y los servicios financiero para transformar la vida de millones de personas en América Latina</p>			
Consumidores MERCADO LIBRE	Individuos MERCADO PAGO	Vendedores MERCADO LIBRE Y MERCADO PAGO	
<p>Ofrecer una experiencia de compra de categoría internacional con la oferta más amplia a precios competitivos.</p> <p>Brindar la entrega más conveniente mediante una operación de envío sostenible.</p> <p>Superar el crecimiento del mercado garantizando la rentabilidad para un desarrollo sostenible a largo plazo.</p> <p>Fomentar el crecimiento de productos con márgenes positivos.</p> <p>Seguir fortaleciendo nuestra marca y posicionamiento en América Latina.</p>	<p>La mejor experiencia de uso para cuentas bancarias garantizando la rentabilidad para un desarrollo sostenible a largo plazo.</p> <p>Pagos en un solo lugar.</p> <p>Inversión, ahorro y gestión del dinero accesibles y simples.</p> <p>Seguros para proteger los activos y el bienestar de las personas.</p> <p>Amplio acceso al crédito para personas de todo nuestro ecosistema.</p>	<p>Plataforma publicitaria de categoría internacional.</p> <p>Ser el procesador de pago online y offline preferido de los vendedores.</p> <p>Seguros para proteger a los vendedores.</p> <p>Fomentar el crecimiento de quienes venden a través del acceso al crédito.</p> <p>Ofrecer siempre una experiencia de primera clase a vendedores y negocios que usan nuestras soluciones.</p>	
LEALTAD			
<p>Tener el programa de beneficios más grande y valorado de América Latina, para ser el principal motor de engagement y retención para nuestro ecosistema de soluciones.</p>			
CAPACIDADES TRANSVERSALES			
Centralidad en el usuario	Productos y tecnología de categoría internacional	Crecimiento, rentabilidad y eficiencia	Impacto de liderazgo exponencial

Meli+ y Mercado Play

Queremos tener el programa de lealtad más valorado en la región. Con esta ambición, en 2023 lanzamos Meli+, nuestro nuevo programa de suscripción que ofrece el mayor y más completo paquete de beneficios de América Latina, conectado con las necesidades y perfiles de nuestros usuarios. Lanzado en primera etapa en Brasil y México, con la suscripción a Meli+ los usuarios podrán acceder a millones de productos con envíos gratis y con entregas programadas según su conveniencia, y a contenido de las mejores plataformas de streaming y música bajo un sistema de membresía único.

Además, lanzamos en toda la región Mercado Play, una plataforma de contenidos libre y gratuita donde las personas usuarias de nuestro ecosistema podrán acceder a un catálogo completo de películas, series, documentales, reality TV y contenido para niños y niñas.

Mercado Play funcionará como un hub de entretenimiento que además podrá utilizarse como integrador del catálogo de las plataformas de streaming líderes en el mundo asociadas a nuestra plataforma a través de nuestro programa de lealtad.

Nuestros usuarios podrán encontrar en un solo lugar tanto el contenido gratuito como el de todas estas plataformas, a las cuales se pueden suscribir de forma directa y a precio promocional desde nuestro site.





Desempeño económico



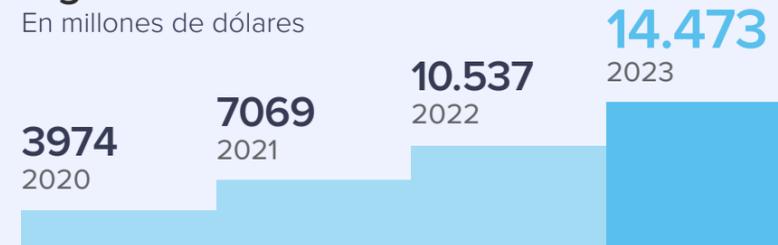
Valor económico

En millones de dólares

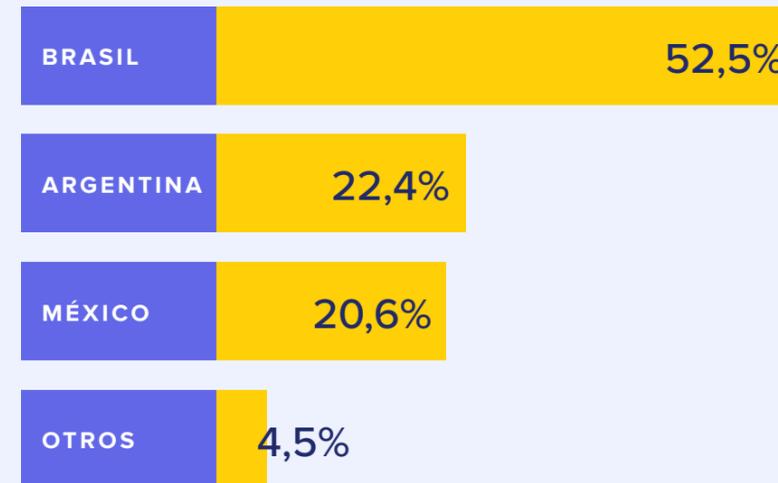
	2022	2023
Ingresos	10.537	14.473
Ingresos financieros	265	723
Ventas de activos	-	-
Valor económico generado	10.802	15.196
Costos de la operación	8008,3	10.216
Sueldos y beneficios	1296,7	1818,6
Pagos a empresas proveedoras	321	378
Impuestos	1499,6	2385
Valor económico distribuido	11.125,6	14.798
Valor económico retenido	-323,6	398

Ingresos

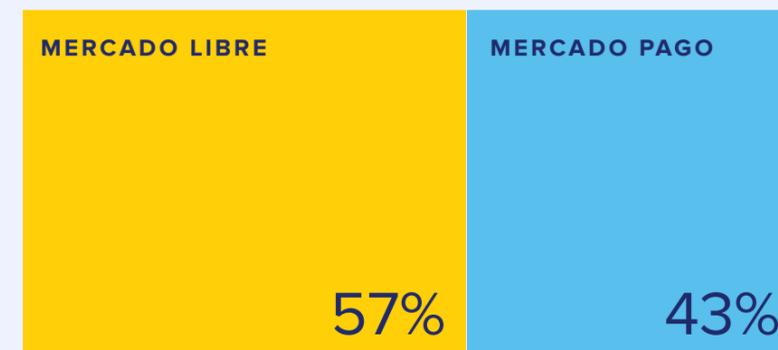
En millones de dólares



INGRESOS POR PAÍS



INGRESOS POR TIPO DE NEGOCIO



Valor de mercado

USD

1571,54
Valor de la acción
al 29/12/2023

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA ACCIÓN

Por trimestre en USD



Articulación con la industria

Somos parte de una industria con muchas oportunidades de crecimiento en América Latina. Participamos del diálogo con pares y actores del sector en diferentes entidades y cámaras de la región, con un rol activo.

Internacional

- Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual (ASIPI)
- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)
- Asociación Latinoamericana de Privacidad (ALAP)
- Business at OECD (BIAC)
- Centre for Information Policy Leadership (CIPL)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- International Trademark Association (INTA)
- International Association of Privacy Professionals (IAPP)

Argentina

- Argencon
- Asociación Argentina de Agentes de Propiedad Industrial (AAAPI)
- Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)
- Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC)
- Cámara Argentina de Internet (CABASE)
- Cámara Argentina de la Industria del Software (CESSI)
- Cámara Fintech
- Unión Industrial Argentina (UIA)
- Red de Acción Política (RAP)
- Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CACEC)
- Cámara Insurtech Argentina

Brasil

- ALAI BR (Asociación Latinoamericana de Internet)
- AIA (Aliança pela Internet Aberta)
- Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCComm)

- Associação Brasileira de Internet (ABRANET)
- Associação Brasileira de Logística (ABRALOG)
- Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)
- Associação Brasileira de Relações Empresa Cliente (ABRAREC)
- Movimento Inovação Digital (MID)
- Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Camara-e.net)
- Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP)
- Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)
- Federación del Comércio de São Paulo (FecomércioSP)
- Interactive Advertising Bureau (IAB Brasil)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- Instituto de Cidadania Digital (ICD)
- Zetta
- Associação dos Iniciadores de Transação de Pagamentos (INIT)
- Associação Brasileira de Anunciantes (ABA)
- Pacto Global
- Movtech
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)

Chile

- Asociación FinteChile
- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)
- Cámara Nacional de Comercio (CNC)
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)
- Asociación Chilena de Tecnologías de la Información (ACTI)
- Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (Amcham)
- Cámara de Comercio de Santiago (CCS)
- Asociación Logística de Chile (Alog)

Colombia

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)
- Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)
- Colombia Fintech

México

- Asociación de Agregadores de Medios de Pago (ASAMEP)
- Asociación Insurtech México
- Asociación Fintech (FTMX)
- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)
- Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO)
- Cámara Internacional de Comercio (ICC)
- American Chamber Of Commerce of Mexico (AmCham)
- Asociación Nacional De Tiendas De Autoservicio y Departamentales (ANTAD)

Uruguay

- Cámara de Economía Digital del Uruguay (CEDU)
- Cámara Nacional de Comercio y Servicios (CNCS)
- Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI)
- Cámara Uruguaya de Logística (CALOG)
- Cámara Uruguaya de Fintech
- Cámara de Zonas Francas del Uruguay

Perú

- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE)
- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)

Ecuador

- Camara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana (CITEC)
- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)

Venezuela

- Cámara Venezolana de Empresas de Tecnologías de la Información (CAVEDATOS)

ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

Actuamos hoy por el desarrollo de América Latina

Nacimos con el propósito de democratizar el comercio y el dinero en América Latina. Nos inspira la misión de multiplicar oportunidades y reducir las brechas geográficas y socioeconómicas, con la convicción de que lo mejor está por venir. Creemos que ese futuro mejor se construye hoy, de forma colaborativa. Por eso, asumimos nuestro rol y la oportunidad que tenemos para hacerle frente a los desafíos sociales y ambientales de la región.

Ponemos nuestro ecosistema de soluciones al servicio del impacto positivo, para que más personas accedan a las oportunidades de trabajo y emprendimiento que ofrecen la tecnología y la industria del conocimiento. También sabemos que ser cada vez más grandes nos obliga a ser más eficientes en nuestras estrategias para reducir el impacto ambiental en toda la cadena de valor. Estas oportunidades y desafíos sociales y ambientales son la base de nuestra estrategia de sustentabilidad, que ejecutamos a través de tres focos de actuación:

Desarrollo e Inclusión socioeconómica

Impulsamos a emprendimientos y marcas de triple impacto por medio de nuestro ecosistema, apoyando su desarrollo comercial y potenciando su visibilidad, especialmente en segmentos que por distancias geográficas o brechas digitales, de género o raciales, tienen mayores barreras de acceso a nuestras plataformas. Buscamos también impulsar el emprendedurismo femenino a través de la educación e inclusión financiera, una de las mayores brechas que persisten para las emprendedoras a la hora de escalar sus negocios. Y acercamos nuestro ecosistema de soluciones para potenciar la inclusión digital de organizaciones sociales e impulsar su capacidad de recaudación de fondos.

Empoderamiento social

Queremos ampliar el acceso no sólo a las soluciones de nuestra plataforma, sino también a la industria tecnológica en general y a las miles de oportunidades de estudiar, emprender o trabajar que ofrece para las personas. Creemos que el mejor camino para democratizar estas oportunidades es la educación: por eso, buscamos acercar a miles de jóvenes de la región la mejor oferta de contenidos educativos que les permitan desarrollar habilidades y pensar, en comunidad con sus pares, un futuro posible dentro del amplio universo de la tecnología.

Gestión de impacto ambiental

Sabemos que nuestro crecimiento conlleva retos ambientales. Asumimos estas tensiones, enfocándonos en lo mejor que podemos hacer hoy para crecer de manera sostenible. La medición de la huella de carbono nos permite identificar los principales impactos de las operaciones y su cadena de valor. La estrategia ambiental para reducirlos pone foco en la movilidad sustentable, la gestión energética y la circularidad de materiales; además de la regeneración y conservación de biomas icónicos de América Latina.

Sabemos que es un camino de mejora continua en un contexto que nos desafía, pero creemos en el potencial de nuestro alcance y de impacto de la tecnología. Nuestro enfoque está claro: el momento de actuar es ahora.

Reconocimientos por nuestros programas

En 2023 Thomson Reuters reconoció a Mercado Libre en la categoría *Biodiversity Champion Award* por nuestra actuación en la agenda de biodiversidad. El reconocimiento estuvo enfocado en dos proyectos que apuntan a fomentar la economía verde en América Latina: Regenera América y Biomás a un click. Los Premios a la Empresa Responsable de Reuters evalúan resultados y métricas claras y concisas, y pruebas mensurables de innovación, impacto y escalabilidad, con un compromiso de transformación sostenible demostrable a largo plazo.

Además, obtuvimos tres reconocimientos en los Premios ECO de Amcham Brasil. Fuimos premiados por la sección de Productos sustentables, Conectadas y por Movilidad sostenible y Regenera América. En 40 años, somos la primera vez que una empresa gana con 3 iniciativas.

En México, nuestro programa Regenera América fue reconocido por Los Bóscars en la categoría bosques, cambio climático y carbono. Estos premios son parte de la iniciativa Reforestamos México y PNUD que reconoce la labor de empresas líderes en la preservación y cuidado de bosques.

Alianzas para sumar esfuerzos

En 2023 nos unimos al Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS) y al Pacto Global de las Naciones Unidas en Brasil, para reforzar nuestro compromiso con la agenda de desarrollo sostenible y el trabajo en red para generar impacto a gran escala.

Pacto Global es un llamado a las empresas para alinear sus estrategias y operaciones con los 10 Principios Universales de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción, impulsado por la ONU. Es la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo, con más de 16.000 integrantes, entre empresas y organizaciones, de 160 países.

Mercado Libre Fund

Desde 2013 llevamos adelante nuestro fondo de inversión para impulsar empresas de América Latina que capitalizan la tecnología, potencian el ecosistema digital y contribuyen a democratizar el comercio y el acceso al capital.

Invertimos en empresas en su etapa inicial y en instancias de crecimiento, y apoyamos a emprendimientos a escalar su negocio sumando valor como socio estratégico de Mercado Libre.



Bono Sustentable

Creemos en el poder del mercado para acelerar la transición hacia una nueva economía que prospere en armonía con la sociedad y el ambiente. Con esa convicción, en 2021 emitimos nuestro primer Bono Sustentable, con el objetivo de impulsar proyectos con impacto ambiental y social positivo.

El Bono Sustentable fue emitido en enero de 2021 por un monto de USD 400 millones. Se invertirá en cinco años, con un interés fijo del 2,375% anual. En sus tres años de implementación se alcaron USD 247,61 millones que fueron 100% destinados a financiar iniciativas de triple impacto que impulsan el desarrollo sostenible de nuestro negocio y de la región.

62,10%
de asignación de los resultados del Bono

[↔ Reporte del Bono](#)

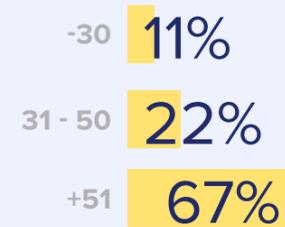
Gobierno corporativo

Directorio

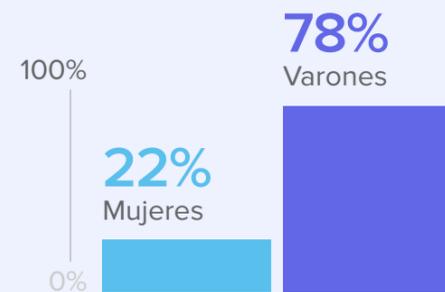
-  **Marcos Galperin | 52**
Presidente del Directorio y CEO
-  **Alejandro Nicolás Aguzin | 55**
Miembro del Comité de Auditoría y de Nominaciones y Gobierno Corporativo. Director independiente.
-  **Emiliano Calemzuk | 50**
Presidente del Comité de Compensaciones y de Nominaciones y Gobierno Corporativo. Director independiente.
-  **Henrique Dubugras | 28**
Director independiente
-  **Nicolás Galperin | 54**
Director
-  **Andrea Mayumi Petroni Merhy | 48**
Directora independiente
-  **Richard Sanders | 52**
Director independiente
-  **Susan Segal | 71**
Miembro del Comité de Auditoría y de Compensaciones. Directora independiente.
-  **Mario Eduardo Vázquez | 88**
Presidente del Comité de Auditoría. Miembro del Comité de Compensaciones y de Nominaciones y Gobierno Corporativo. Director independiente.

Distribución

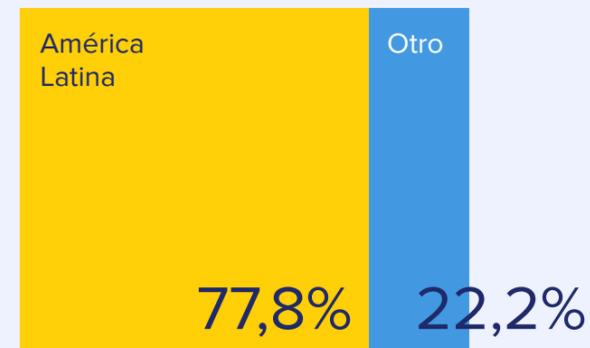
POR EDAD



POR GÉNERO



POR ORIGEN



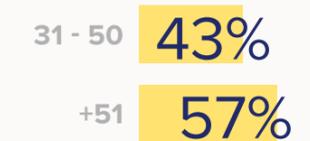
[↔ Más información](#)

Equipo Ejecutivo

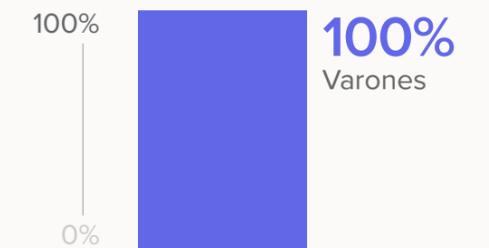
-  **Marcos Galperin | 52**
CEO
-  **Martín De Los Santos | 54**
Vicepresidente Senior y CFO
-  **Osvaldo Giménez | 54**
Presidente de Fintech
-  **Daniel Rabinovich | 46**
Vicepresidente Ejecutivo y COO
-  **Sean Summers | 49**
Vicepresidente Ejecutivo de Marketing
-  **Juan Martín de la Serna | 57**
Vicepresidente Ejecutivo de Asuntos Corporativos
-  **Ariel Szarfsztejn | 42**
Vicepresidente Ejecutivo de Commerce

Distribución

POR EDAD



POR GÉNERO



Lineamientos de gobernanza

El Directorio es el máximo órgano de gobierno de Mercado Libre. El Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo propone a sus integrantes para su elección por la Asamblea de Accionistas. El Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo evalúa las candidaturas de acuerdo a sus estatutos y a los [Lineamientos de Gobierno Corporativo](#).

La estructura del Gobierno Corporativo incluye un Comité de Auditoría que supervisa los procesos de contabilidad e información financiera, el funcionamiento del control interno, el cumplimiento de las leyes y las regulaciones de cada país, y controla la evaluación y la gestión eficaz de los riesgos financieros, un Comité de Compensaciones, que desarrolla y supervisa la filosofía de la compañía en relación a la compensación de su equipo ejecutivo, y un Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo que identifica y nombra individuos para su designación en el directorio de la compañía.

El Vicepresidente Senior y Chief Financial Officer (CFO) es la persona responsable de los temas económicos, ambientales y sociales, a nivel ejecutivo. Cada trimestre, las personas responsables de cada unidad de negocio presentan los resultados económicos, el contexto social de las operaciones y los avances de la estrategia en las reuniones de Directorio. Además, una vez por año el Directorio discute la performance general de la compañía junto a los niveles gerenciales de la organización, incluyendo las gerencias de las subsidiarias.

Los miembros independientes del directorio, reciben una compensación anual, compuesta parte de un pago en dinero y parte de un pago en acciones de la Compañía. La remuneración anual es recomendada por el Comité de Compensaciones y revisada y aprobada por el Directorio.

[↔ Más información](#)

Prevención de conflictos de interés

Informar la existencia de cualquier situación de conflicto de interés potencial, real o aparente es un deber para todas las personas que trabajan en Mercado Libre. Lo pueden hacer a través del *Conflict Check Form*, para luego ser evaluado por el área de Ética y Compliance. Quienes reporten un conflicto de interés deben abstenerse de participar en la toma de decisiones y/o de acceder a información vinculada con la situación que implique el conflicto de interés.

Los líderes de la organización deben completar una vez por año el Conflict Check Form de manera obligatoria. El formulario contiene preguntas sobre intereses económicos directos o indirectos en empresas proveedoras, socias comerciales o competidoras de Mercado Libre, actividades laborales externas, vínculos entre personas que se reportan entre sí, e invitaciones a viajes recibidas por miembros de nuestra cadena de valor, entre otras cuestiones.

Las personas que integran el Directorio de Mercado Libre Inc. deben responder una vez por trimestre una declaración específica sobre partes relacionadas en cumplimiento con la Regulación S-K de la SEC y la ASC 850 de U.S. GAAP. También deben informar sobre su desempeño en el Directorio u otras áreas en otras compañías donde puedan influenciar las políticas operativas y económicas de las mismas.

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Conducta empresarial responsable

Innovamos, impactamos y emprendemos grandes transformaciones siguiendo valores éticos que definen nuestro modo de ser y actuar.

Elegimos siempre el camino correcto, sin atajos. El camino del trabajo, la dedicación, la excelencia y la meritocracia. Y lo hacemos con integridad, honestidad y respeto como base de nuestro accionar. La integridad es parte de nuestros principios culturales y la guía de todo lo que hacemos para poder crecer impulsados por nuestro propósito.

Trabajamos para asegurar que en todas nuestras relaciones se respeten los Derechos Humanos. Establecemos este compromiso en el [Código de Ética](#), que se alinea a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

Creemos en el respeto mutuo y en la dignidad de todas las personas. Nos ocupamos de mantener entornos de trabajo respetuosos, libres de acoso, discriminación, maltrato y violencia. Nos comprometemos, también, a garantizar que las personas que forman parte de nuestra cadena de valor sean tratadas con dignidad, justicia y respeto.

MELI Code

En 2023 relanzamos el Código de Ética, ahora llamado MELI Code, una guía del comportamiento de cada persona durante su trayectoria en la compañía.

El documento acompaña la evolución y crecimiento de nuestro equipo y ecosistema de negocio, que es cada vez más desafiante y diverso.

El MELI Code es un marco que ayuda a tomar decisiones y riesgos de manera consciente, y un instrumento que nos anima a poner en práctica nuestros principios culturales, con especial foco en la responsabilidad y el compromiso ético. En su elaboración, consideramos un enfoque regional que tenga en cuenta los entornos culturales de cada mercado en el que operamos.

MELI Code sintetiza los atributos que forman parte de nuestro ADN: honestidad, transparencia e integridad.

MELI Code brinda lineamientos y ejemplos concretos, en un lenguaje simple, para guiarnos en nuestro accionar diario. Para lograrlo, se trabajó en casos reales

que surgieron de la Línea de denuncias, consultas a las áreas de Ética y Compliance y People, y talleres con grupos de interés.

MELI Code brinda, también, un sistema integrado de políticas internas y procedimientos existentes. Las políticas internas están claramente relacionadas, ordenadas y accesibles a través de un solo documento. Entre ellas se encuentran la Política anticorrupción, la Políticas de Compras, Donaciones y Conflictos de interés.

Todas las personas que trabajan en Mercado Libre deben firmar el MELI Code y las políticas principales del área de Ética y Compliance al momento de su ingreso. Contamos con tableros de control interactivos por país que nos permiten hacer un seguimiento de la evolución de las firmas del documento.

Todas las terceras partes que presten sus servicios en nombre, representación o beneficio de Mercado Libre ante funcionarios públicos u organismos gubernamentales y organizaciones proveedoras en general, deben firmar el MELI Code.

El documento, además, es revisado de manera periódica de acuerdo con las principales tendencias regulatorias aplicables.

85%
de las personas
de nuestro equipo
firmaron el MELI Code

[↔ MELI Code](#)



Nueva plataforma de e-Learning de integridad

En 2023, desarrollamos un nuevo módulo de e-Learning sobre MELI Code. El objetivo fue lograr awareness en los temas de integridad, con un rol protagónico del equipo liderazgo en la capacitación. Logramos un contenido diferencial a través de una dinámica práctica, con casos y videos para hacer estos temas más cercanos y accesibles a todos las personas.

Las terceras partes que presten sus servicios en nombre, representación o beneficio de Mercado Libre ante funcionarios públicos u organismos gubernamentales también reciben entrenamiento obligatorio en materia de anticorrupción e integridad, con el objetivo de que conozcan los principales riesgos anticorrupción a los que MELI se encuentra expuesto, los modos de mitigarlos, y las principales obligaciones en materia de ética y anticorrupción que tienen como proveedores de la compañía. También difundimos la Línea de Denuncias para que puedan reportar irregularidades.

63%
personas completaron
el programa de
e-learning MELI Code

Prevención de la corrupción

En Mercado Libre tenemos tolerancia cero con la corrupción en cualquiera de sus formas. Prevenimos y controlamos que nadie en nuestro ecosistema realice u ofrezca pagos inapropiados o cualquier objeto de valor que tenga el objetivo de conseguir un beneficio indebido o trato preferencial para la compañía o que pueda ser percibida como un soborno.

Cumplimos con la Ley de prácticas corruptas en el extranjero de Estados Unidos (FCPA) así como con las normas anticorrupción de cada uno de los países en los que operamos y hacemos negocios. Para cumplir con nuestro compromiso de manera sostenible y eficaz, contamos con una Política y un programa anticorrupción diseñado en base a riesgos para prevenir, detectar y remediar actos de corrupción.

También contamos con un Programa de Gestión de Riesgos Anticorrupción de Terceras Partes que busca mitigar potenciales situaciones asociadas a los riesgos de mayor impacto. Todas las terceras partes que presten sus servicios en nombre, representación o beneficio de Mercado Libre ante funcionarios públicos u organismos gubernamentales deben cumplir con un proceso específico de *onboarding* que incluye un procedimiento de debida diligencia, entrenamientos anticorrupción, cláusulas anticorrupción, monitoreo de alertas, entre otras medidas.

445

empresas y organizaciones monitoreadas por el Programa de Gestión de Riesgos Anticorrupción de Terceras Partes

La comunicación y el entrenamiento son un componente central de nuestra estrategia de anticorrupción. Durante 2023 difundimos comunicaciones destinadas a todas las personas que trabajan en Mercado Libre a través de Workplace sobre conflicto de interés, confidencialidad, el uso de la Línea de Denuncias, anticorrupción, entre otras. Capacitamos mensualmente en materia de ética, integridad y anticorrupción a personas en puestos de alta exposición al riesgo de corrupción. En 2023 no detectamos casos de corrupción.

4465

personas capacitadas en procedimientos de anticorrupción

221

proveedores firmaron material anticorrupción desde el inicio del programa

Prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo

Desarrollamos un Programa de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento al Terrorismo y Cumplimiento de Programa de Sanciones (PLA/FT y Sanciones) para cumplir las regulaciones aplicables en la materia, garantizar la cooperación con las autoridades competentes, evitar que Mercado Libre sea utilizado como vehículo para la comisión de actividades ilícitas y fomentar la cultura de PLA/FT en toda la compañía.

El programa incluye, entre otros elementos, políticas y procedimientos específicos, una estructura especializada en PLA/FT y sanciones, un sistema de control y monitoreo de clientes y sus operaciones, así como también instancias de capacitación continua sincrónica y asincrónica a todos los empleados de la compañía.

Procesos de debida diligencia

Contamos con procesos de debida diligencia orientados a cada uno de nuestros grupos de interés, para impulsar nuestros impactos positivos y para evitar, mitigar y reducir los de índole negativa.

Cada uno de estos procesos se describen en las diferentes secciones del MELI Code. Entre los temas que alcanza se desarrollan la gestión de ambientes de trabajos respetuosos, diversos e inclusivos; relaciones con las comunidades e impacto ambiental; derechos de propiedad intelectual; uso de la información de las personas usuarias de nuestras soluciones; protección de la información; y preservación de datos personales y sensibles.

El área de Investigaciones Internas evalúa cualquier violación al MELI Code, de acuerdo al Protocolo para la Gestión de Denuncias. En toda investigación se siguen los principios de confidencialidad, legalidad, independencia, objetividad y no represalias.

Los incumplimientos se categorizan en base a su criticidad y se aplican sanciones de acuerdo a las leyes que correspondan. En el caso de las personas que trabajan en Mercado Libre incluyen advertencias, suspensiones y/o desvinculaciones. En el caso de integrantes de la cadena de valor, comprenden advertencias, sanciones previstas en los contratos, suspensión o conclusión de la relación contractual. De presentarse una violación a las leyes cooperamos con las autoridades correspondientes.

Existen excepciones para el Directorio y persona con cargos ejecutivos que sólo podrán ser aprobadas por el Consejo de Administración de Mercado Libre. Estas excepciones, además, serán presentadas ante la Comisión de Valores de los Estados Unidos de acuerdo a la normativa aplicable. Las excepciones para cualquier otra persona del equipo o de la cadena de valor sólo podrán ser aprobadas por el Comité de Ética, de acuerdo con la normativa aplicable.

El equipo de resolución de disputas es el encargado de gestionar los reclamos vinculados a personas consumidoras, consultas y juicios. Para los procesos de personas usuarias no resueltas por el área de Customer Experience, se analiza el reclamo y se deriva a estudios externos. Además, definimos una Política de acuerdos con lineamientos para la resolución de casos, que permite mayor flexibilidad y eficiencia. Para procesos estratégicos vinculados a reclamos de personas consumidoras, empresas proveedoras o con procesos administrativos de autoridades públicas, hacemos un análisis más detallado y evaluamos casos pertinentes para litigación.

Canales de consulta y denuncia

Usamos el MELI Code para conversar, consultar y denunciar. Cualquier violación a sus principios y valores debe ser denunciada. Si algo nos preocupa podemos hablar con alguna persona líder de Mercado Libre, con el área de People o de Ética y Compliance. Además, creamos un BOT para consultas y orientación en temáticas vinculadas al MELI Code y notificaciones acerca de cursos y políticas.

Contamos con una Línea de Denuncias, anónima y confidencial, disponible para cualquier persona que trabaja en Mercado Libre y para quienes integran nuestra cadena de valor. La línea es administrada por una empresa externa y el equipo de Investigaciones Internas de la compañía tiene la responsabilidad de investigar y dar seguimiento a cada una de las denuncias recibidas. Las personas pueden reportar violaciones éticas con confianza y sin miedo a represalias.

En 2023 se registraron y gestionaron 1913 denuncias, de las cuales 935 correspondieron a potenciales vulneraciones de Derechos Humanos incluyendo casos de acoso moral o sexual; conductas de discriminación; incumplimiento de regulaciones y leyes, y seguridad física. De estas 43 fueron de Argentina; 639 de Brasil; 27 de Chile; 12 de Colombia; 202 de México; y 9 de Uruguay y 1 de Venezuela. En 2 de las denuncias no fue posible identificar el país de origen. De las 935 denuncias presentadas a potenciales vulneraciones de Derechos Humanos, 836 fueron cerradas, siendo 108 comprobadas total o parcialmente. Las denuncias no resueltas durante el período no representan un riesgo material para la compañía.

89%
denunciadas
cerradas

↔ [Línea de Denuncias](#)

Capital intelectual

Experiencia de uso

- Tecnología con perspectiva humana
- Uso de nuestras plataformas
- Compras y ventas seguras
- Transacciones financieras confiables
- Velocidad y eficiencia en la atención
- Gestión responsable de datos personales

↓ Descargar capítulo

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO

Tecnología con perspectiva humana

Diseñamos una experiencia de uso centrada en que cada persona que compra, vende, envía, paga, ahorra, invierte y se financia con nuestras soluciones lo haga de forma eficiente y segura.

Nuestra experiencia de uso está en beta continuo: en constante revisión y evolución, enfocada en generar valor a las personas usuarias, escalar nuestras plataformas y crecer.

Creemos en el potencial de la tecnología para llegar cada día a más personas impulsando la novedad, la calidad y la seguridad. Pero son las personas quienes aportan el ingenio, la creatividad y el esfuerzo para mejorar los productos, garantizar una experiencia única y generar confianza.

Las más de 15.000 personas del equipo de Tecnología (IT) trabajan todos los días con ese compromiso y desafío. IT cuenta con diferentes divisiones, equipos a cargo de las distintas unidades de negocio y otros que brindan soporte transversal a departamentos como Seguridad, Prevención de Fraude, Business Intelligence, Machine Learning, Infraestructura y Arquitectura de Aplicaciones.

Evaluamos la experiencia de uso a través del Net Promoter Score (NPS), un indicador clave para medir nuestras innovaciones y desarrollo de productos, que nos permite escuchar la voz de las personas usuarias. El equipo de Analytics, que forma parte de la estructura de Customer Experience, evalúa los indicadores de la encuesta, identifica oportunidades de mejora y trabaja con las distintas áreas de la compañía para mejorar los resultados.



Innovaciones para mejorar la experiencia

Nuestros desarrollos de productos se basan en tecnologías propias. Esto nos permite movernos rápido, obtener escalabilidad y brindar un servicio con altos estándares internacionales.

Trabajamos para reducir la necesidad de ayuda de las personas usuarias así como para aumentar la agilidad y fluidez de su experiencia. Además, nos apoyamos en la inteligencia artificial para mejorar nuestros procesos de respuesta. En 2023 implementamos mejoras en la experiencia en ambos negocios.

Lanzamos **Reservas**, la posibilidad de separar dinero de ahorro para proyectos o gastos específicos. También, relanzamos la pantalla principal de bienvenida de la aplicación para que su uso sea más fácil e intuitivo. A partir del cambio logramos que los productos de Créditos, Seguros y Reservas ganen visibilidad gracias a la jerarquización de los nuevos accesos.



En Mercado Libre diseñamos un conjunto de innovaciones orientado a mejorar la experiencia de venta, compra y envíos de las personas usuarias de la plataforma:

SUGERENCIAS PARA PERSONAS VENDEDORAS

Herramienta basada en Inteligencia Artificial (IA) con sugerencias de respuestas a consultas para personas vendedoras.

REPUTACIÓN POR ARTÍCULO

Nueva métrica para detectar índices de productos defectuosos o diferentes (PDD) en los reclamos basados en el impacto que tienen en la experiencia de compra.

MÁS COMO ESTO

Nueva función para descubrir productos similares basada en IA visual y ayudar a mejorar la búsqueda de personas compradoras.

RESEÑAS

Sumamos preguntas verticalizadas y la posibilidad de subir fotos a las reseñas. A partir de 2023 se pueden solicitar vía correo electrónico, notificaciones push, un nuevo acceso en Mis Compras y un *Review Hub* para completar todas las revisiones pendientes.

MOTIVOS DE NO ENTREGA

Sumamos motivos de no entrega a la persona compradora: no encontramos a nadie en el domicilio, el domicilio es incorrecto, tuvimos un error al procesar el envío o el envío se dañó.

ENCENDIDO DE DOMINIOS Y AMPLIACIÓN DEL CATÁLOGO

A partir del encendido masivo de dominios con baja estructuración en BuyBox, utilizamos ChatGPT para crear catálogo con descripciones y características principales (“lo que tenes que saber del producto”). Adicionalmente, avanzamos con la replica de productos desde y hacia Mercado Libre Brasil con sitios hispanos.

+11 M
de productos replicados

+1,9 M
de productos creados con ChatGPT en dominios no estructurados

MAYOR FLEXIBILIDAD EN ENVÍOS

Aumentamos el tiempo para que las personas vendedoras puedan editar los productos y cantidades cuando el envío ya está agendado. En Brasil y México permitimos agregar productos a envíos creados post split, disminuimos el porcentaje de tolerancia cuando el envío es distinto al declarado y eliminamos el máximo a pagar por incumplimiento.

RANGO HORARIO

Incorporamos la sección de horarios de entrega para que la persona que vende informe a quien compra cuándo llegará el envío.

SEGUIMIENTO EN TIEMPO REAL

Habilitamos esta opción para aumentar las entregas y disminuir el indicador de falta de información del envío.

AGRUPACIÓN DE ENVÍOS Y DÍA ENTREGA

Ofrecemos a las personas compradoras la posibilidad de recibir sus pedidos juntos y seleccionar un día de preferencia, cuando las compras de un solo carrito tienen diferentes días de entrega y precios, para realizar un solo envío. De esta forma optimizamos nuestra logística de entrega con menor impacto ambiental.

Soluciones inclusivas

Promovemos un acceso inclusivo de nuestras soluciones con el fin de reducir las barreras que pudieran llegar a presentar nuestros flujos y pantallas. Contamos con una Guía interna de accesibilidad para que los equipos de desarrollo, diseño, contenidos e investigación cuenten con lineamientos, herramientas y mejores prácticas para aplicar a nuestros productos.

Realizamos relevamientos permanentes de nuestras soluciones que nos permiten identificar oportunidades de mejora en accesibilidad y robustecer el soporte a tecnologías asistivas. Estas herramientas digitales, en formato software o física, permiten sustituir, complementar o facilitar una habilidad de personas con discapacidad.

Uso de nuestras plataformas

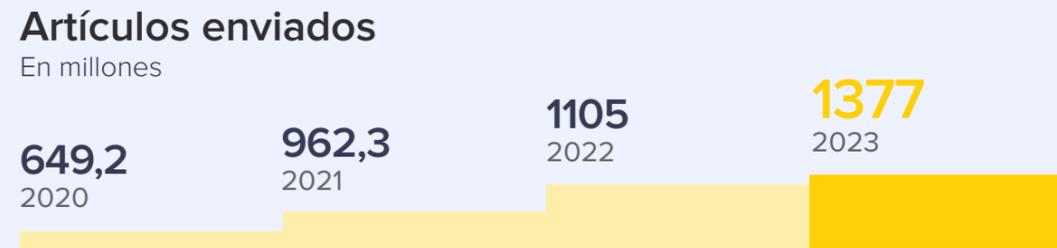
9470 M
transacciones en Mercado Pago

1404,4 M
productos vendidos

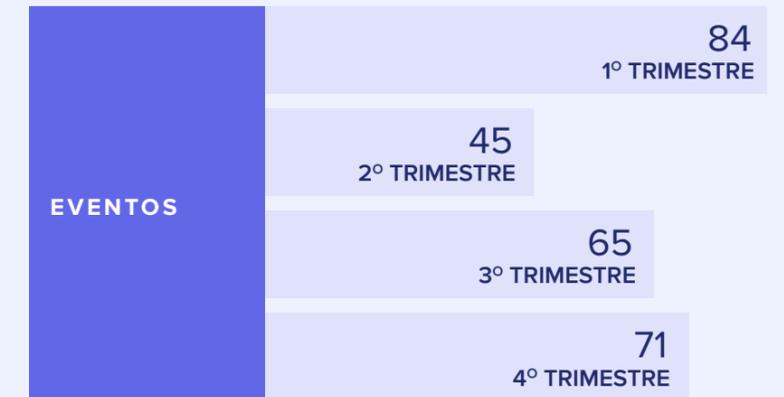
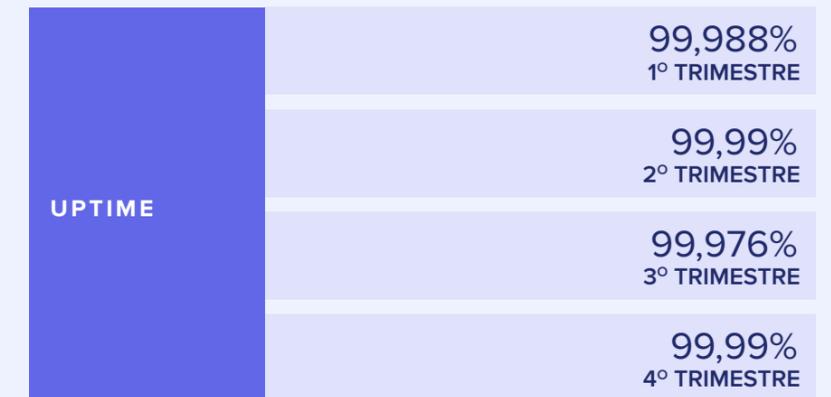
81,80%
de las ventas provienen de dispositivos móviles

84,6 M
compradores únicos marketplace
+10,7 M vs 2022

68,8 M
usuarios Activos Únicos Mercado Pago
+3,9 M vs 2022



Disponibilidad del marketplace



CONFIANZA Y SEGURIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Compras y ventas seguras

Diseñamos procesos que garanticen ventas seguras para las marcas y personas vendedoras, y una experiencia de compra confiable, ágil y eficiente para quienes consumen en nuestra plataforma de comercio electrónico.

Quienes venden productos en nuestro marketplace deben cumplir con las Políticas de publicación de Mercado Libre. No permitimos la comercialización de productos prohibidos por ley así como aquellos que incumplan nuestros Términos y Condiciones. Para proteger la salud y seguridad de quienes usan nuestras soluciones, prohibimos más de 40 categorías de productos y servicios, como armas de fuego o estupefacientes. Además, nos aseguramos de que todos los productos ofrecidos por tiendas propias de Mercado Libre cumplan con las exigencias aplicables respecto de información y rotulado.

Usamos la tecnología y la inteligencia artificial para reducir la exposición a anuncios que vayan en contra de una buena experiencia de uso.

Implementamos tecnologías para evitar actividades que impacten en nuestros servicios. En menos de un segundo, nuestros sistemas pueden analizar más de 5000 variables para pausar o eliminar las publicaciones que violan nuestros Términos y Condiciones. Además, todas las publicaciones cuentan con el botón Denunciar para reportar productos que violen normas aplicables o nuestras políticas de publicación.

Aquellas publicaciones que no respeten nuestras condiciones son dadas de baja. Las sanciones por este incumplimiento pueden ir desde la cancelación de la publicación, la suspensión o cancelación de la cuenta, o la denuncia de las actividades ilegales a las autoridades.

Desarrollamos controles y mecanismos eficaces para prevenir fraudes y evitar productos falsos. Desde 2020 contamos con un programa de formalización de personas vendedoras que nos permite verificar la identidad de quienes venden en la plataforma para evitar potenciales fraudes. Además, actualizamos las reglas de reputación para personas vendedoras e incorporamos la posibilidad de reputación por artículo que penaliza la exposición de productos con mal desempeño.

+250.000
vendedores verificados

+2,3 puntos
de percepción de calidad
por modificaciones en
reglas de reputación



Protección de la propiedad intelectual

Diseñamos el Brand Protection Program (BPP) con la misión de ayudar a proteger la propiedad intelectual e industrial de los titulares de esos derechos en nuestra plataforma de comercio electrónico. Consiste en un programa de denuncia de publicaciones en infracción de nuestro sitio.

Potenciamos este programa con nuestras herramientas automatizadas basadas en inteligencia artificial y *machine learning* que aprenden de las denuncias para identificar tendencias o patrones infractores que nos ayudan a remover publicaciones proactivamente. Además, cooperamos con autoridades, asociaciones y cámaras industriales para que también puedan denunciar infracciones de este tipo.

Cuidamos la experiencia de las personas usuarias para que operen en una plataforma segura y libre de productos falsificados.

Como parte de este compromiso, impulsamos la Mercado Libre Anti-Counterfeiting Alliance (MACA), una coalición regional con la participación de marcas globales para combatir la oferta de productos falsificados y piratas en el comercio online. Gracias a esta iniciativa, logramos remover 17 veces más publicaciones que aquellas denunciadas por esas marcas en nuestro BPP e iniciamos 21 procesos judiciales en contra de usuarios infractores.

Por otra parte, capacitamos a más de 2000 personas de IT de nuestra compañía en propiedad intelectual. Nuestro equipo legal, junto con el área de IT, desarrolló un curso para reforzar la protección de los activos de propiedad intelectual de Mercado Libre, así como el cumplimiento de licencias de software de terceros.

Finalmente, en el marco de nuestra participación y patrocinio de la campaña global *Unreal Campaign* de la International Trademark Association (INTA), formamos en 2023 a más de 120 estudiantes de escuelas primarias de Argentina y México, sobre la importancia de las marcas y el peligro asociado al consumo de productos falsificados. La campaña se comunica a través de presentaciones presenciales y virtuales en escuelas y universidades, y a través de contenidos en redes sociales.

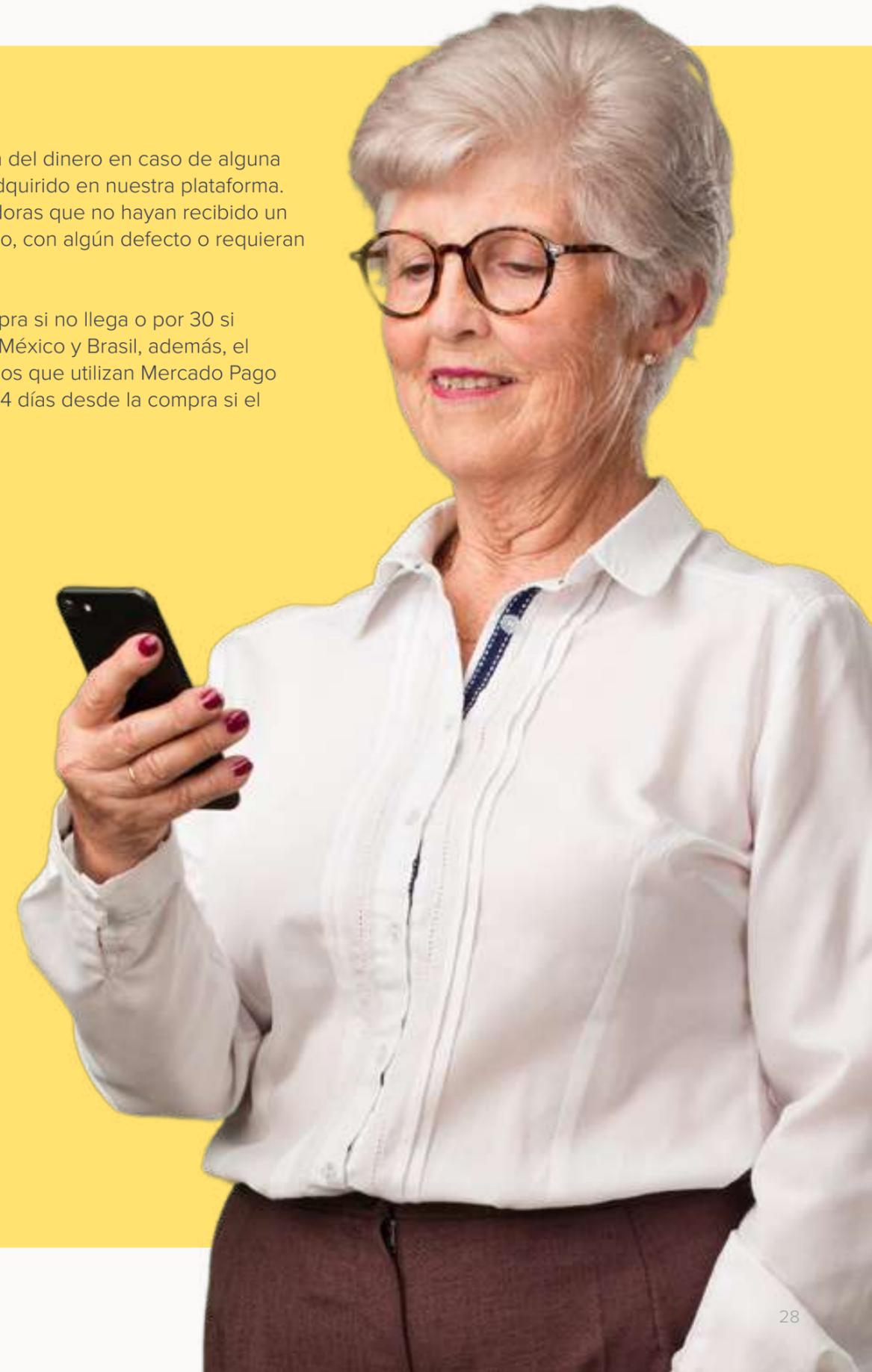
Compra protegida

Con Compra protegida garantizamos la devolución del dinero en caso de alguna contingencia al momento de recibir un producto adquirido en nuestra plataforma. El programa alcanza a todas las personas compradoras que no hayan recibido un artículo, hayan recibido uno diferente del anunciado, con algún defecto o requieran su devolución.

La cobertura se extiende por 21 días desde la compra si no llega o por 30 si se arrepiente o el producto tiene un problema. En México y Brasil, además, el programa incluye cobertura de compras en negocios que utilizan Mercado Pago como procesador de pago, con una cobertura de 14 días desde la compra si el producto no fue entregado.

85%
de los reclamos resueltos
de manera satisfactoria

81%
de los casos resueltos con
cobertura al comprador



CONFIANZA Y SEGURIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Transacciones financieras confiables

Asumimos la responsabilidad que conlleva nuestro propósito de democratizar los servicios financieros en América Latina y, para ello, trabajamos para asegurar la confianza de quienes venden y compran con nuestras soluciones *fintech*.

Somos transparentes en comunicar los Términos y condiciones de uso de cada uno de los servicios que ofrecemos: adelanto de fondos, Mercado Pago Point, Código QR, préstamos personales, Mercado Crédito, tarjeta prepaga e inversiones. Todas las personas usuarias podrán acceder a ellos desde la página web de Mercado Pago del país en el que se encuentre.

Cuidamos de la integridad de las personas. Contamos con un listado de actividades, productos y servicios cuyo procesamiento se encuentra prohibido por Mercado Pago por políticas internas o para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente. En los casos que se identifica que la persona usuaria utiliza Mercado Pago para el procesamiento de productos o servicios que violen nuestras políticas establecemos restricciones sobre las solicitudes de procesamiento de pago o penalidades sobre la cuenta usuaria.

Una experiencia asegurada

Al diseñar la experiencia de uso de Mercado Pago hacemos foco en proteger el dinero de las personas que nos eligen. Por eso, desarrollamos una serie de herramientas de seguridad para que las personas puedan transferir, pagar y comprar con confianza y tranquilidad.

Método biométrico para desbloquear la app

La huella digital y el rostro son características únicas de identificación que protegen la cuenta de las personas usuarias al perderla o por robo de teléfono.

Personas de confianza

Asignación de personas de confianza desde la app para que pueda reportar la pérdida o robo del teléfono.

Métodos de verificación

Además ofrecemos la verificación a través de Código QR para brindar mayor protección frente al robo de teléfono o cuenta.

Alertas de seguridad

Sirven para controlar los movimientos de la cuenta. Se reciben por e-mail, WhatsApp, SMS o notificación. Permiten tomar medidas preventivas al no reconocer una actividad en tu cuenta.



Promovemos la confianza en nuestros servicios a través de una constante comunicación con las personas usuarias a través de diversos soportes y formas de contacto.

CONFIANZA Y SEGURIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Velocidad y eficiencia en la atención

Trabajamos para asegurar un contacto rápido, fácil y eficiente con el centro de Atención al Cliente. Su equipo está formado por más de 2700 personas especializadas distribuidas en cuatro centros de soluciones en Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay.

Todos los reclamos son atendidos y tratados para asegurar una pronta respuesta y solución. Impulsamos la autogestión con herramientas basadas en *machine learning* para acelerar los tiempos, brindar soluciones óptimas y evitar procesos largos que frustren a las personas.

En 2023, implementamos nuevos flujos para que las personas usuarias solucionen sus inquietudes sin necesidad de contacto. Ante el robo o pérdida de un teléfono móvil, por ejemplo, habilitamos la posibilidad de que la persona usuaria o alguien que haya designado haga la denuncia y desvincule la cuenta de todos sus dispositivos sin necesidad de hablar con nadie. La persona puede volver a iniciar sesión en otro dispositivo con la tecnología *FaceTec* de reconocimiento facial.

Desarrollamos el producto de Reclamos por colectas y lo integramos al flujo de Atención Asistida, que representan el 85% de los reclamos. Hicimos iteraciones para mejorar la asignación de los casos y modificamos la contextualización para permitir seleccionar Colectas en lugar de Ventas. Este producto permite mostrar el feedback de manera instantánea y se lleva la opción "Prefiero hablar con una persona" a una etapa posterior.

Formas de contacto

ONLINE

Chat web
WhatsApp
Teléfono

OFFLINE

E-mail
Redes sociales

PORTAL DE AYUDA

Preguntas frecuentes
+ Opción Te llamamos por teléfono

ASISTENTE VIRTUAL

Herramienta conversacional que ofrece soluciones de manera autogestionable o a través de un agente experto

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Gestión responsable de datos personales

En Mercado Libre concebimos la protección de los datos personales como una oportunidad de creación de valor para quienes usan nuestras soluciones. Por eso, trabajamos en asegurar su privacidad y procesar los datos personales de forma segura y responsable.

Mercado Libre implementa un programa de seguridad de la información y protección de datos personales que lleva adelante el monitoreo y evaluación de los riesgos para las personas usuarias, dando así cumplimiento a las normas vigentes en los países en los que operamos.

Garantizamos la confidencialidad, integridad y disponibilidad de todos los datos personales que las personas nos confían.

Las personas usuarias que se registran y usan nuestras plataformas están sujetas a los términos de nuestra [Declaración de privacidad](#), disponible en la página principal de cada sitio local. En la Declaración se informa, de manera explícita y detallada, los datos personales que procesamos y las finalidades para las cuales lo hacemos.

Priorizamos explicar en todo momento cuáles datos personales recopilamos, qué hacemos con ellos y en qué casos los compartimos, incluido el uso de datos en relación con la Inteligencia Artificial y el Aprendizaje Automático. Por eso, desarrollamos una [página web](#) específica en la que informamos de manera clara y sencilla el uso que hacemos de los datos personales y ponemos a disposición de las personas usuarias canales efectivos para el ejercicio de sus derechos de privacidad, como los derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición, conocidos como ARCO.

A su vez, contamos con un estricto programa de cumplimiento interno y colaboramos con diferentes organismos para alinear nuestra operación con los más altos estándares regionales en materia de privacidad.

↔ [Reporte de transparencia](#)

Ciberseguridad

Trabajamos para garantizar la protección de los datos personales y la continuidad del negocio frente a ataques cibernéticos. Desarrollamos una Política de seguridad para guiarnos en la protección de los flujos y procesos asociados a los datos del negocio y de usuarios de nuestras plataformas.

Nos basamos en los principios de Zero Trust, Descentralización, Respuesta Automática y Análisis de Comportamiento, con los que buscamos garantizar la seguridad de nuestro ecosistema. De esta forma, trabajamos para prevenir cualquier tipo de fuga de información y nos anticipamos a ataques cibernéticos. Además, somos parte del Estándar de Seguridad de Datos para la Industria de Tarjeta de Pago PCI Compliance, con las certificaciones PCI-DSS y PCI-PIN.

El área encargada de gestionar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de las plataformas es Seguridad Informática. Su equipo está conformado por verticales específicas enfocadas en cada unidad de negocio y también por áreas que cubren todas las prácticas de seguridad de manera transversal. Este esquema de trabajo nos permite escalar un modelo proactivo de prevención y detección de amenazas y riesgos.

Cada nuevo flujo de negocio es analizado por un proceso que incluye criterios y evaluaciones de seguridad en todas sus etapas, y un control de calidad y seguridad de su código. Estas instancias se apoyan en estándares internacionales como el NIST Cybersecurity Framework, diseñado por la National Institute of Standards and Technology.

Supervisamos constantemente el desempeño de nuestras plataformas para evaluar la eficacia de los planes y acciones, y poder ajustar los procesos en el menor tiempo posible. De esta forma identificamos las principales vulnerabilidades que puedan afectar a nuestras plataformas y tomamos decisiones que garanticen su protección. A su vez, el equipo de Respuesta ante Incidentes lleva adelante un proceso de mejora continua para evaluar los sucesos de seguridad identificados y optimizar nuestras respuestas.

231
personas capacitadas en privacidad de los datos

2442
casos de phishing bloqueados

1128
intentos de denegación de servicios bloqueados automáticamente

4762
potenciales incidentes de seguridad mitigados y remediados en tiempo y forma

0
casos de incumplimientos identificados por entes regionales e internacionales

Programa de gestión de riesgos de ciberseguridad

Diseñamos este programa para comprender, prevenir y neutralizar las amenazas y vulnerabilidades asociadas a los distintos procesos de negocio y a nuestro ecosistema. Para gestionar los riesgos asociados a la ciberseguridad implementamos la metodología NIST 800-30 (Risk Management Guide for Information Technology Systems) y un proceso de Third Party Risk Management que nos permite evaluar a terceras partes (proveedores, integradores, socios y vendedores) críticas en materia de seguridad, identificar riesgos y notificarlos a las áreas involucradas.

Capital humano

Equipo

Un equipo en beta continuo
Formación y desarrollo de nuestros equipos
Diversidad e igualdad de oportunidades
Bienestar de nuestra gente

↓ Descargar capítulo

Un equipo en beta continuo

Sólo atrayendo, comprometiendo y desarrollando el mejor talento podemos liderar cada mercado en el que operamos e impulsar nuestro propósito. Cada año, evolucionamos para adelantarnos y responder más rápido a los desafíos. Por eso decimos que estar en beta continuo es parte de nuestra cultura. Estamos en permanente evaluación de nuestras prácticas y propuesta de valor para diseñar la mejor experiencia para que nuestro equipo pueda alcanzar todo su potencial.

Ser parte de MELI es superarse día a día y sentir orgullo por el impacto que genera lo que hacemos.

Operamos en un contexto desafiante. Y, mientras que las empresas tecnológicas más grandes del mundo redujeron sus equipos o congelaron contrataciones, en Mercado Libre mantuvimos nuestros planes de crecimiento. En 2023 más de 23.000 personas se sumaron a la fabulosa adrenalina de emprender, lo que representó un incremento del 45,9% respecto al año anterior. Y así nos convertimos en un equipo de más de 58.000 personas!

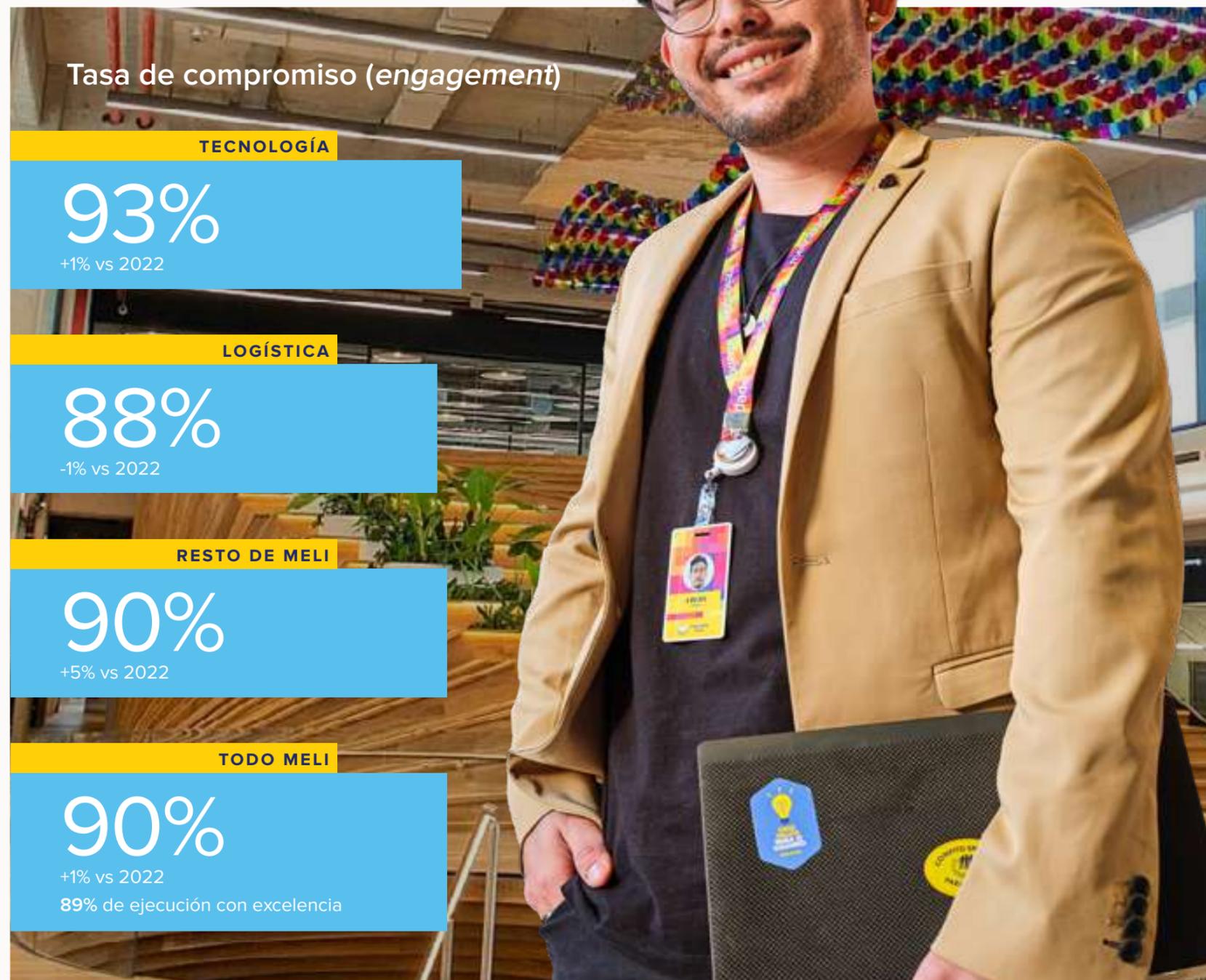
Este año pusimos el foco en robustecer nuestro talento para crecer en tecnología y logística. Diseñamos dinámicas de trabajo que responden a nuestros aprendizajes y se adaptan al contexto, potenciamos el desarrollo de líderes y ampliamos nuestro trabajo para ser una empresa cada día más diversa.

Todo esto, con el objetivo de ganar eficiencia y seguir creciendo de manera sostenible.

Los resultados nos llenan de orgullo. En un contexto de hipercrecimiento del equipo y del negocio, trabajando con mucha intensidad alcanzamos resultados récord de compromiso del equipo: 90% de engagement y 89% de ejecución con excelencia. Además, tuvimos el nivel de rotación más bajo de nuestra historia. En un sector tan desafiante como es la tecnología, cerramos el período con un 5% de rotación voluntaria, muy por debajo del 13% del período anterior.

También, este año elevamos nuestro estándar y comenzamos a medir nuestra reputación como empleadores en rankings de participación abierta. Este tipo de calificaciones, en su mayoría de recordación espontánea, nos permiten compararnos con las mejores compañías del mercado e identificar oportunidades para potenciar nuestra marca empleadora.

+58.000
personas en el equipo de Mercado Libre
 en 2023



Reconocimientos que potencian nuestra marca empleadora

ARGENTINA

#1 Randstad

3^{er} año consecutivo

Empresa más atractiva para trabajar

#1 Merco Talento

3^{er} año consecutivo

Empresa que mejor atrae y fideliza talento

#1 LinkedIn

Top companies

Mejor empresa para trabajar y desarrollarse

#1 Apertura

4^{to} año consecutivo

Mejores empleadores

#2 Argentina

Empresa de los Sueños de los Jóvenes

By Compañía de Talentos

MÉXICO

#1 Merco Talento

Empresa de e-commerce que mejor atrae y fideliza talento

#4 Ranking general

#1 Empresa +3000 empleados

CHILE

#1 Merco Talento

Empresa de tecnología que mejor atrae y fideliza talento

#10 Ranking general

#3 Top of Mind

Tecnología (=)

Empresa preferida por los jóvenes en tecnología

La fabulosa adrenalina de emprender

La experiencia de trabajar en MELI es desafiante, alegre y divertida. Una combinación que inspira a las personas a alcanzar resultados extraordinarios. Un entorno que invita a tomar riesgos y a ir por más, a reinventarse para evolucionar, y a hacer las cosas con excelencia y en equipo.

La cultura se refleja en cada decisión que tomamos. A la hora de sumar a alguien a nuestro equipo, además de considerar su conocimiento técnico o especializado, valoramos su agilidad para aprender, inclusive de sus errores, y las ganas de vibrar con nuestra cultura.

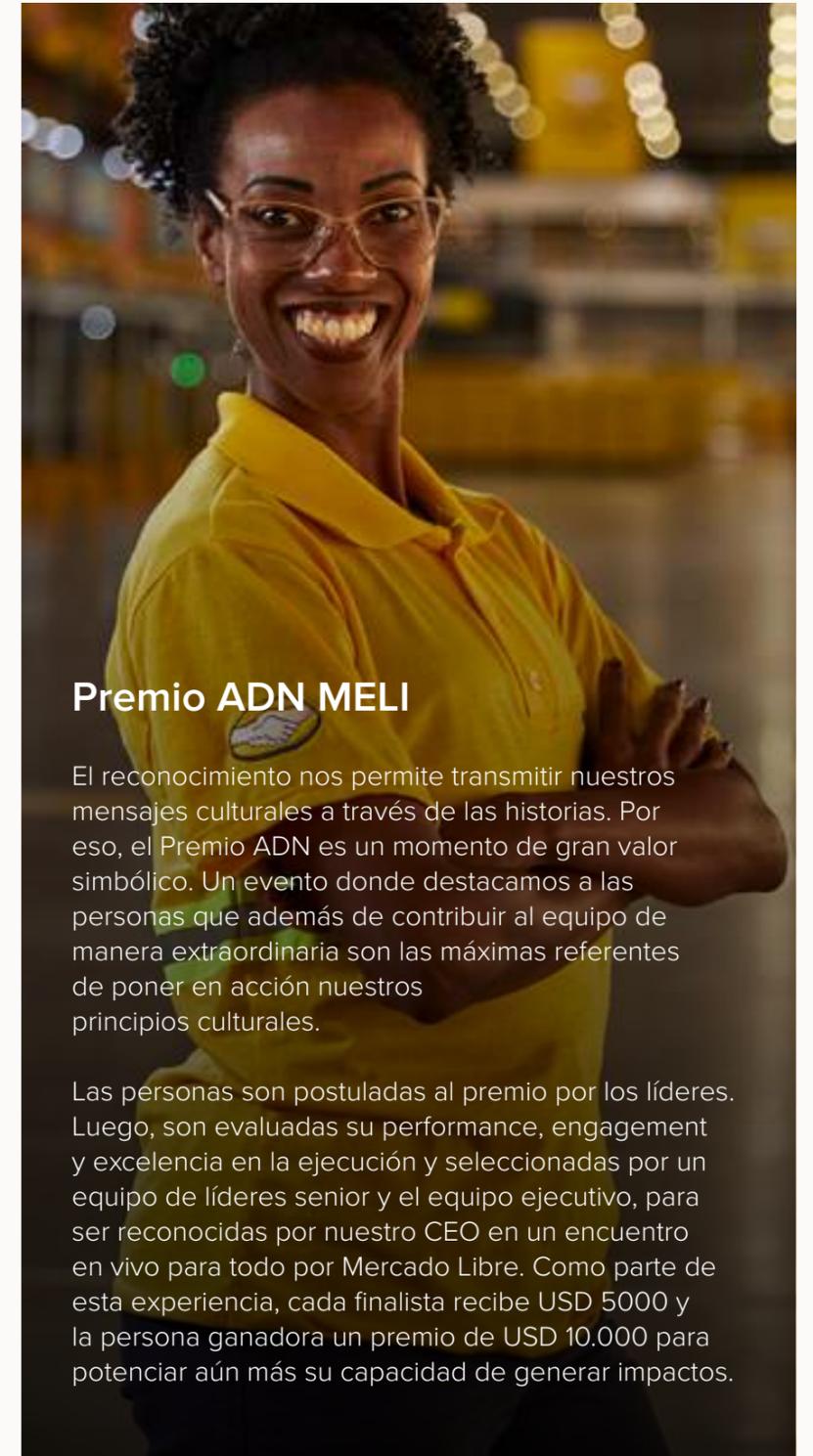
Invitamos a cada persona a adueñarse de su propio desarrollo.

La manera de tomar decisiones es un distintivo innovador de nuestra cultura. Usamos un esquema que llamamos “tu 90-10”. Significa que en el 90% de los casos las personas están empoderadas a tomar sus decisiones. Esto aporta una gran agilidad y velocidad de ejecución. El 10% restante refiere a decisiones con costo de reversibilidad significativo, por lo que se toman en equipo.

Escuchamos de forma sistemática a las personas del equipo a través de encuestas de pulso de las que obtenemos información de valor para que cada líder pueda potenciar la efectividad y experiencia de sus equipos. Además, impulsamos una conversación abierta, transparente y horizontal, como nuestra cultura, con nuestros canales de comunicación Workplace y Slack.

Proponemos espacios abiertos de preguntas y respuestas con el liderazgo de la compañía, tanto virtuales como presenciales. Días antes abrimos una encuesta abierta en donde el equipo puede volcar sus preguntas y se responden las más votadas. Nuestro CEO realiza esta práctica con toda la organización cada 3 meses.

Usamos la inteligencia artificial a nuestro favor en nuestros procesos de cultura. Desde la selección de candidatos para nuestras búsquedas, el análisis e interpretación de comentarios cualitativos en nuestras encuestas o focus group masivos hasta la evaluación de las respuesta en el chat.



Premio ADN MELI

El reconocimiento nos permite transmitir nuestros mensajes culturales a través de las historias. Por eso, el Premio ADN es un momento de gran valor simbólico. Un evento donde destacamos a las personas que además de contribuir al equipo de manera extraordinaria son las máximas referentes de poner en acción nuestros principios culturales.

Las personas son postuladas al premio por los líderes. Luego, son evaluadas su performance, engagement y excelencia en la ejecución y seleccionadas por un equipo de líderes senior y el equipo ejecutivo, para ser reconocidas por nuestro CEO en un encuentro en vivo para todo por Mercado Libre. Como parte de esta experiencia, cada finalista recibe USD 5000 y la persona ganadora un premio de USD 10.000 para potenciar aún más su capacidad de generar impactos.

Una nueva manera de trabajar

Tenemos el desafío de seguir impulsando nuestra cultura en las diversas modalidades de trabajo. Hoy, el 50% del equipo trabaja de forma presencial en nuestras operaciones logísticas y el otro 50%, en un modelo híbrido.

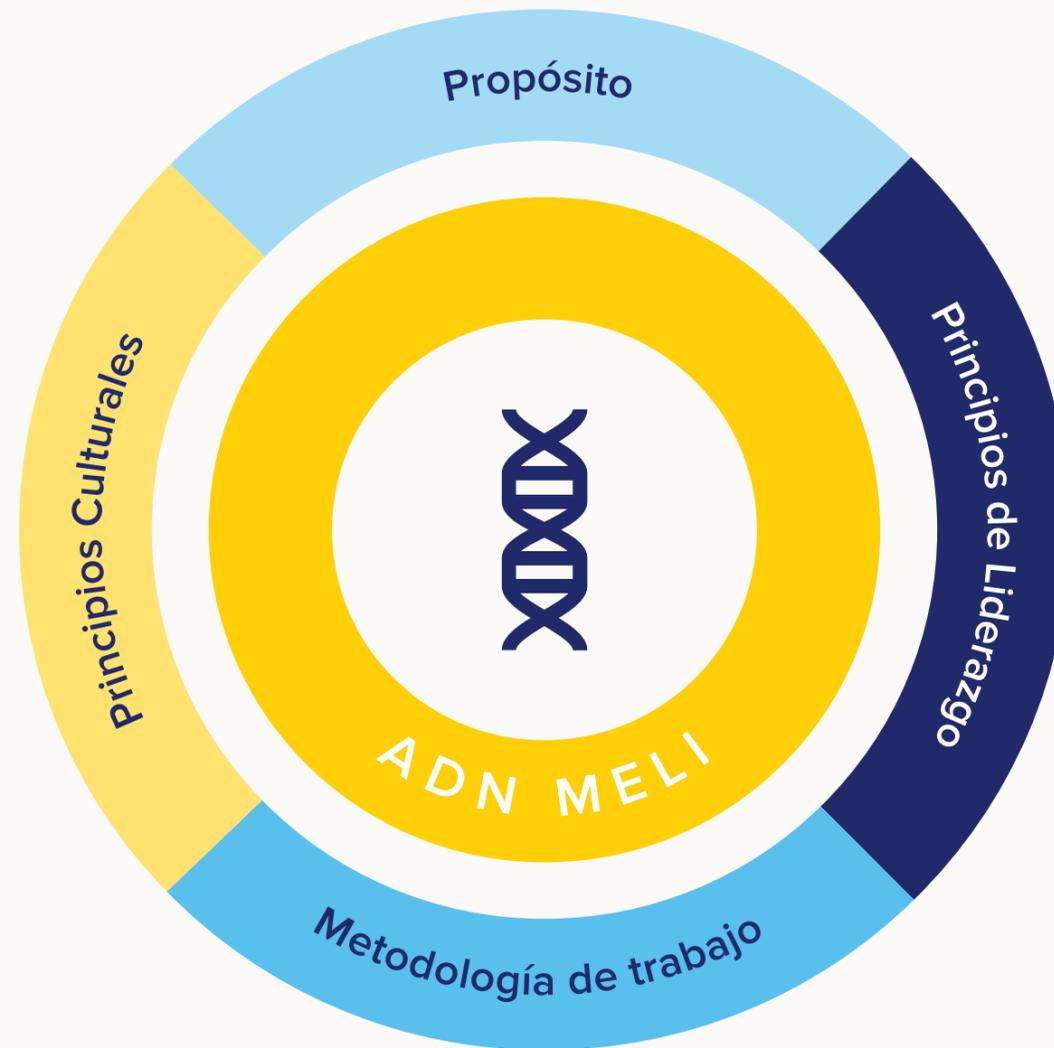
Reconocemos que el esquema de trabajo híbrido tiene múltiples beneficios. Aumenta la capacidad de atraer talento y promueve la flexibilidad—uno de los aspectos más valorados por los equipos. Un ejemplo de esto es que más de 400 personas ya usaron nuestro beneficio *Work from anywhere*. Esta iniciativa ofrece la posibilidad de trabajar desde cualquier lugar del mundo durante 90 días al año, a quienes se encuadran en el modelo híbrido. Al mismo tiempo, este esquema ha generado excelentes niveles de productividad con resultados muy positivos de negocio.

Potenciamos nuestra cultura con un modelo de trabajo flexible que capitaliza lo mejor del trabajo presencial y del remoto.

Nuestro gran desafío es asegurar la transmisión y propagación de nuestra cultura en este escenario flexible. Por eso, en 2023 elegimos seguir calibrando nuestro modelo de trabajo: el liderazgo senior trabaja al menos un 20% del tiempo del trimestre en nuestros sites. Lo hacemos así porque creemos en el valor de liderar con el ejemplo. Y cuando el líder convoca, los equipos se juntan.

Integramos, así, tres dimensiones de forma efectiva. Por un lado, la dimensión individual, manteniendo la flexibilidad con la que trabajamos y reforzando el engagement. La segunda, relacionada al mercado laboral, con una propuesta de valor diferencial, evitando esquemas de presencialidad muy rígidos y regulados de x días de trabajo por semana en la oficina. Y por último, la dimensión organizacional que asegura dinámicas de trabajo efectivas con una coordinación adecuada y preservando nuestra cultura

ADN MELI



PROPÓSITO

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

PRINCIPIOS DE LIDERAZGO

- Impulsar resultados sustentables
- Decidir con audacia
- Abrazar la disrupción
- Triunfar a través del talento
- Romper los silos
- Liderar con el ejemplo

METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Toma de decisiones
- Reuniones efectivas

PRINCIPIOS CULTURALES

- Creamos valor para nuestros usuarios
- Emprendemos tomando riesgos
- Ejecutamos con excelencia
- Estamos en beta continuo
- Competimos en equipo para ganar
- Damos el máximo y nos divertimos

OWNboarding

Nuestra experiencia de inducción tiene el propósito de transmitir nuestra cultura a cada persona que se suma al equipo. Este proceso, que llamamos OWNboarding, busca empoderar a las personas desde el primer día a liderar su propio trayecto en la organización. La experiencia cuenta con cuatro mecanismos:

OWNBoarding MELI

Experiencia de bienvenida que conecta a las personas con el ADN, focalizando en los principios culturales y nuestra forma de trabajo. Es compartida por todas las personas ingresantes a MELI, independientemente del área o jerarquía.

OWNBoarding Líderes

Programa en formato híbrido que vincula a las personas con nuestros principios de liderazgo mediante un recorrido de 100 días en los que se potencian las capacidades para liderar con excelencia, armar equipos de trabajo, potenciar el talento, comprender el ecosistema y multiplicar el ADN MELI.

Buddy Program

Proceso de enriquecimiento mutuo en el que una persona acompaña a otra que ingresa y la ayuda a integrarse a MELI durante su primer mes en la compañía, mientras practica sus habilidades para desarrollar personas.

Boarding funcionales

Experiencias de aprendizaje de ocho semanas, desarrolladas por cada unidad de negocio, con el propósito de acelerar la preparación y alineación de las personas que ingresan. Se les brinda los conocimientos y habilidades técnicas necesarias para comprender su rol, el equipo donde trabaja y la unidad de negocios a la que pertenece.

23.939
nuevas contrataciones
en 2023

48,6%
mujeres
en nuevas contrataciones

5%
rotación anual
de empleados





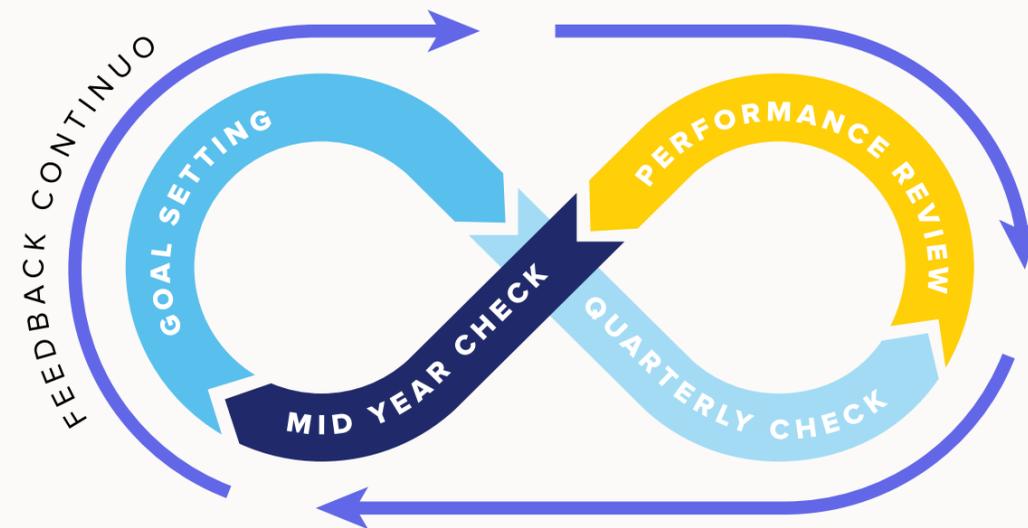
Formación y desarrollo de nuestros equipos

Nuestra estrategia de gestión de talento aporta un enfoque integrador y disruptivo para potenciar el desempeño y el desarrollo de las personas de nuestro equipo.

Promovemos instancias formales e informales de conversación entre las personas para alinear objetivos, expectativas y detectar fortalezas y áreas de mejora. La instancia de retroalimentación de cada líder a su equipo es complementada y enriquecida con el feedback de las personas a su líder.

Impulsamos activamente que se realicen estas conversaciones durante todo el año y las reforzamos una vez por trimestre, a mitad y al fin del período. Las evaluaciones se basan tanto en los logros y resultados de negocio alcanzados, como en la puesta en acción de nuestros principios culturales. De esta forma, elevamos permanentemente la vara del talento, asegurando que cada decisión que tomamos se base en nuestra cultura para alcanzar los resultados del negocio.

100% de las personas que trabajan en Mercado Libre reciben retroalimentación periódica sobre su desempeño.



Aprendizaje continuo

Apostamos a una gestión del aprendizaje disruptiva: alineada a la esencia de nuestra industria. En contraposición con los métodos más tradicionales, fomentamos la creación de comunidades y redes donde se genere el conocimiento y el aprendizaje de forma colaborativa y emprendedora. Por eso, no medimos el impacto en horas de formación, sino en la contribución a los resultados concretos del negocio.

Nuestro foco está puesto en el desarrollo de capacidades de liderazgo y cultura con el propósito de transformar el conocimiento en habilidades vinculadas a nuestros principios, la forma de trabajo y habilidades técnicas, tanto transversales como críticas o de impacto para cada unidad de negocio.

En MELI aprendemos emprendiendo y tomando riesgos.

Durante el período se destacó el programa de formación intensivo IT Bootcamp para quienes se suman a nuestro equipo de tecnología en posiciones iniciales. Ocho semanas de nivelación de conocimientos técnicos y de inmersión en nuestra forma de trabajo para que, quienes vivieron esta experiencia, aporten valor a sus equipos de manera más efectiva desde el primer día. 484 personas del IT Bootcamp en 2023.

En marzo, además, realizamos una Hackathon de inteligencia artificial en la que participaron más de 1500 personas de IT, se presentaron 200 prototipos funcionando y se eligieron 8 que se implementaron sobre mejoras de experiencia de uso, asistencia de tareas y generación de contenidos. Por ejemplo, resúmenes instantáneos de las reseñas de los productos o respuestas automáticas a preguntas frecuentes.

USD
8,5 M
inversión
en formación y desarrollo

Desarrollo de líderes

Creemos en líderes que impulsan resultados sostenibles, abrazan la disrupción y deciden con audacia. Por eso nos concentramos en su desarrollo y formación, y en brindarles las herramientas necesarias para actuar en base a nuestros principios de liderazgo.

Medimos y monitoreamos la efectividad de cada líder a través de un Objetivo de Efectividad de Liderazgo. Considera el *engagement* o nivel de compromiso y la puesta en acción de nuestra cultura, la diversidad de sus equipos y la rotación, entre otras variables. Para ello, tienen acceso a un panel de control en tiempo real que integra la información y les permite tomar decisiones basadas en datos.

Durante el año, acompañamos a quienes lideran los equipos con diferentes instancias de formación:

Workshop de ADN

Forma parte del OWNboarding de personas en roles de liderazgo. Es una experiencia de aprendizaje de dos días en la que desarrollan la mentalidad y las habilidades para poner en acción nuestra cultura y multiplicarla con sus equipos. Este workshop es facilitado por líderes de Mercado Libre, que ponen en acción nuestra cultura e inspiran desde el ejemplo.

1282
participantes

Programa de Desarrollo de Liderazgo

Realizado junto a la Universidad de Stanford, busca fortalecer el impacto del liderazgo Senior. Desarrolla sus capacidades para escalar nuestro negocio y asegurar resultados sostenibles, fortalecer la mirada a largo plazo y la simplicidad al diseñar nuevas iniciativas de negocio.

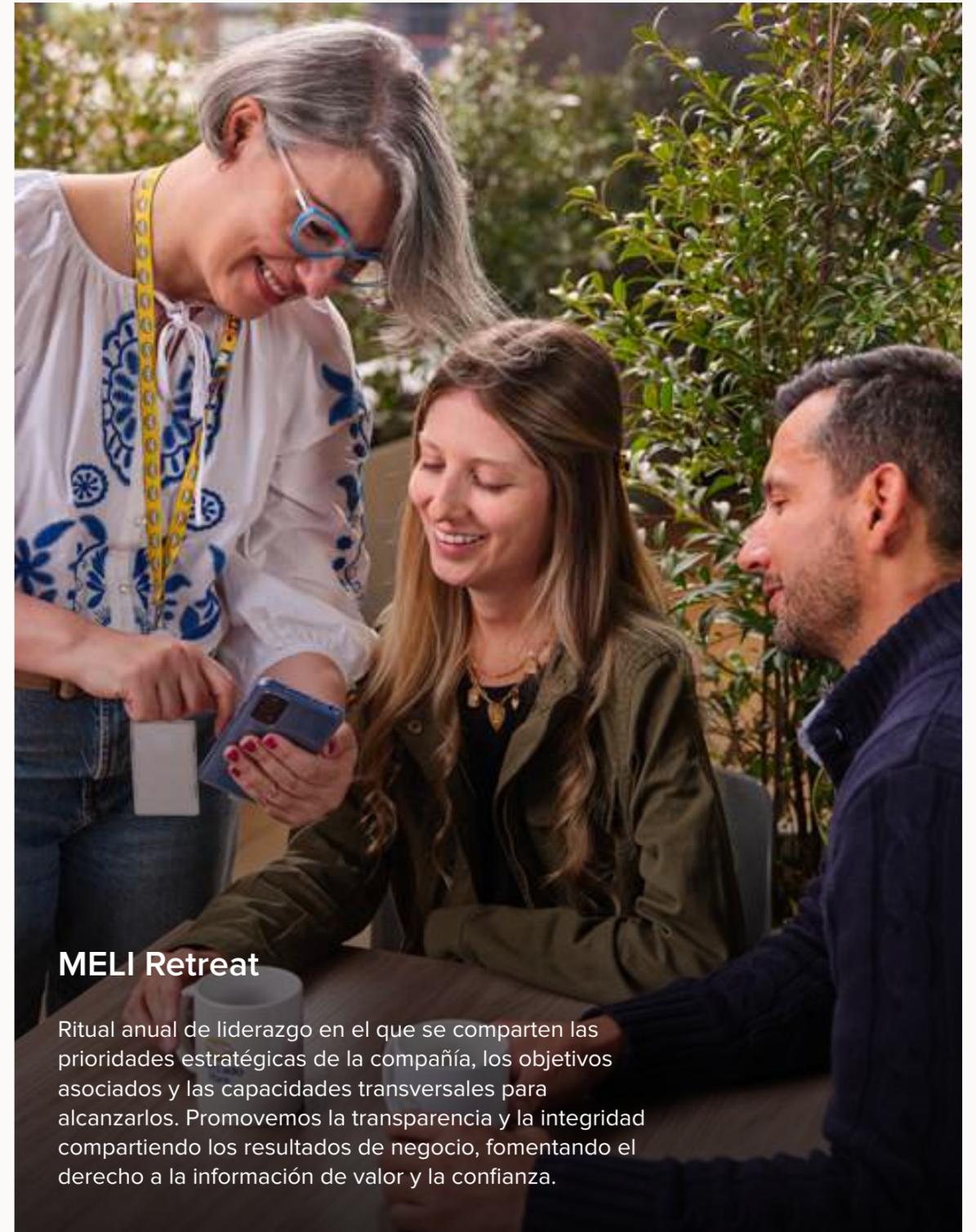
1782
participantes

Programa de Liderazgo en Envíos

Programa para acompañar el crecimiento de nuestra red de envíos, que gira alrededor de tres pilares: liderazgo de personas, seguridad y gestión de las operaciones. Es facilitado por las personas líderes de la operación.

Con el crecimiento que hemos tenido en nuestra operación logística y la gran distribución geográfica este dispositivo se ha vuelto fundamental para preservar nuestra cultura y ADN emprendedor en cada rincón de Mercado Libre.

1968
líderes alcanzados



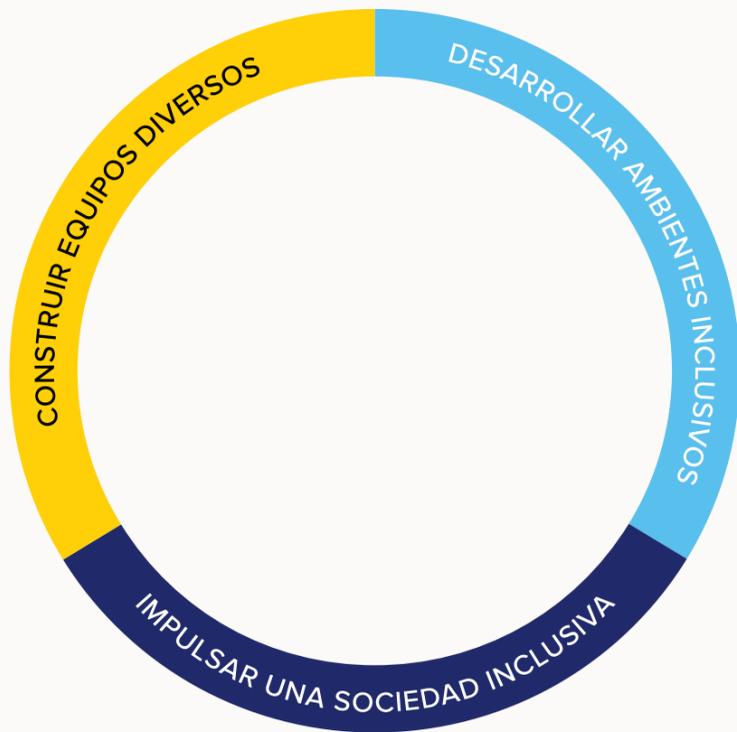
MELI Retreat

Ritual anual de liderazgo en el que se comparten las prioridades estratégicas de la compañía, los objetivos asociados y las capacidades transversales para alcanzarlos. Promovemos la transparencia y la integridad compartiendo los resultados de negocio, fomentando el derecho a la información de valor y la confianza.

Diversidad e igualdad de oportunidades

Entendemos que la diversidad es una ventaja competitiva: nuestra fuente de innovación para seguir siendo disruptivos. Por eso, en Mercado Libre todos los días trabajamos para ampliar nuestras perspectivas e incluir distintas miradas en nuestro equipo.

Nuestra estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión se basa en tres pilares que se complementan y potencian entre sí: la construcción de equipos diversos, el desarrollo de ambientes inclusivos y el trabajo de impulsar una sociedad más inclusiva. El último eje se desarrolla en el capítulo de [Impacto social](#).



CONSTRUIR EQUIPOS DIVERSOS

Buscar complementariedad a través de distintos perfiles para crear productos innovadores que conecten y reflejen la diversidad de las personas usuarias.

DESARROLLAR AMBIENTES INCLUSIVOS

Respetar y valorar las diferencias y asegurar el trato igualitario y la equidad de oportunidades de desarrollo.

IMPULSAR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA

Promover productos y servicios inclusivos, y la igualdad de oportunidades.



PERSONAS POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

54.600
jornada completa

MUJERES 23.315

VARONES 31.285

3713
media jornada

MUJERES 2263

VARONES 1450

PERSONAS POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO

54.612
permanentes

MUJERES 23.701

VARONES 30.911

3701
temporario

MUJERES 1877

VARONES 1824

PERSONAS POR GÉNERO Y TIPO DE POSICIÓN

8497
management

MUJERES 2819

VARONES 5678

15.638
tecnología y producto

MUJERES 3731

VARONES 11.907

32.878
logística

MUJERES 16.386

VARONES 16.492

9788
otras áreas de staff y negocio

MUJERES 5457

VARONES 4331

Construir equipos diversos

Cada posición que abrimos es una oportunidad para sumar una perspectiva, una persona única, que complemente a la que ya está en el equipo y mantenernos con una mentalidad abierta. Esto nos ayuda a ser más innovadores y desarrollar productos superadores, que contemplen las necesidades y expectativas de millones de personas usuarias distintas entre sí.

Las tecnologías de inteligencia artificial nos permiten, por ejemplo, comparar candidatos por sus habilidades y experiencias, ocultando información que pueda activar sesgos inconscientes; como nombre, género o edad.

Nuestro foco está puesto en cinco ejes de acción: etnias, LGBTIQ+, personas con discapacidad, mujeres y a partir de 2023, generaciones.

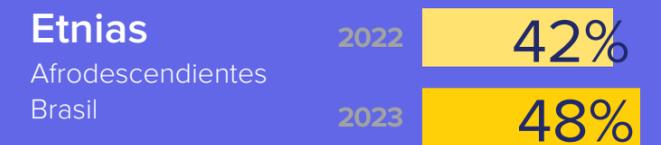
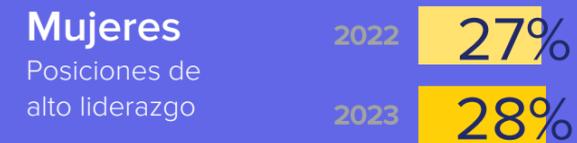
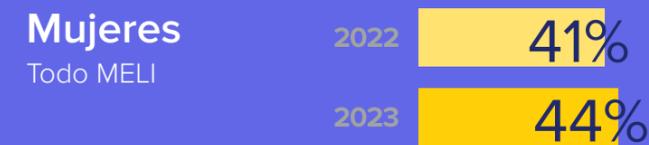


Innovamos desde las distintas miradas

24%
mujeres en IT

17%
mujeres en posiciones de alto liderazgo en IT

12%
equipo MELI pertenece a la comunidad LGBTQIAP+



Generaciones

La edad no es un límite para el talento. En 2023, las personas de más de 40 años representaban el 14% de nuestros equipos. Nos propusimos profundizar en la experiencia de este grupo y entender la dimensión del desafío, con datos e información de los equipos, para comprender nuestros propios sesgos y cómo impactan.

Abrimos el tema “Desafíos para la generación +40 en el entorno de trabajo” a nuestra comunidad con un vivo por streaming junto a dos expertas: Márcia Monteiro y Flora Proverbio. Además, creamos contenido para líderes orientado a que puedan sumar a personas +40 y desarrollarlas en sus equipos.

14%
personas en MELI son
mayores de 40 años

DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN

26.025
Centennials
1995-...
44,6% del equipo

769
Líderes
3% de la generación

27.772
Gen Y/Millennials
1981-1994
47,6% del equipo

6205
Líderes
22% de la generación

4516
Gen X/Baby Boomers
1961-1980 / 1946-1960
7,7% del equipo

1212
Líderes
27% de la generación

Mujeres

Las mujeres representan un 44% de nuestra plantilla. Y aunque sabemos que es 6% superior al promedio en compañías de tecnología, no nos quedamos con eso.

Queremos que más mujeres puedan hacer su carrera en MELI. Para eso fomentamos prácticas que alientan la crianza compartida y la igualdad de oportunidades. Ampliamos las licencias de maternidad a 5 meses remunerados. Además, incorporamos una licencia por pérdida gestacional de 20 días para permitir la recuperación física y emocional de las familias. Todas estas licencias son inclusivas y aplican de igual manera por adopción y a parejas del mismo sexo.

Además, desde 2018 ofrecemos un beneficio distintivo: la preservación de óvulos para las mujeres que elijan o necesiten extender su ciclo fértil. Asumimos el 70% del costo del proceso.

Somos pioneros en la región en ofrecer el beneficio de solventar el costo de la preservación de óvulos para las mujeres.

LICENCIA FAMILIAR

Permiso parental	Mujeres	Varones	Total
Empleados que tuvieron derecho a permiso parental	25.516	32.677	58.193
Empleados que acogieron el permiso parental	801	1169	1970
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental	731	1070	1801
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental y siguen siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	731	1070	1801
Tasa de regreso al trabajo de empleados que acogieron permiso parental	100%	100%	100%
Tasa de retención de empleados que se acogieron al permiso parental	91%	92%	91,5%

Desarrollar ambientes inclusivos

Impulsamos espacios de trabajo respetuosos que valoren las diferencias, al asegurar la igualdad de oportunidades y que todas las personas sean escuchadas y puedan expresarse, opinar y proponer ideas para innovar y desafiar a su equipo con nuevas perspectivas.

Buscamos eliminar los sesgos y que el rol de liderazgo sea multiplicador a la hora de crear una cultura diversa e inclusiva. Impulsamos un diálogo abierto y colaborativo con Grupos de afinidad, que son comunidades integradas por todas aquellas personas que estén interesadas en aportar voluntariamente su tiempo, su conocimiento y sus ideas, para acelerar nuestra agenda de Diversidad, Equidad e Inclusión.

92%

personas

perciben a sus líderes como promotores de ambientes inclusivos y diversos



SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Bienestar de nuestra gente

Abordamos el bienestar de manera integral, contemplando la salud física y emocional, la conexión social y el bienestar financiero.

Desde 2020 llevamos adelante anualmente el Wellbeing Summit, un evento virtual para activar hábitos saludables e inspirarnos con referentes del deporte, la ciencia y la economía. En su edición de 2023, más de 16.000 personas del equipo escucharon a Paula Pareto y Estanislao Bachrach, entre otros referentes de bienestar de Latinoamérica. El 90% lo evaluó como una actividad muy buena o excelente en la que vivió nuestra cultura en acción.

Durante todo el año, además, llevamos adelante actividades con especialistas en bienestar integral, como Gabriel Brenner, Maritchu Seitún y Pablo López. Hicimos un taller específico de conversaciones multigeneracionales sobre salud emocional, con foco en jóvenes y adolescentes.

Para impulsar la prevención y el cuidado físico, facilitamos a las personas de nuestros equipos hacerse chequeos clínicos generales y oftalmológicos en las oficinas. En Argentina, casi el 60% de las personas que tomaron estos chequeos afirmaron que no hubiesen ido a una clínica, lo que refuerza la importancia de este tipo de acciones de prevención en nuestra operación.

En algunos de nuestros sitios, además, implementamos un etiquetado diferenciado en los comedores para promover la alimentación saludable. También, ofrecemos un beneficio del 70% de descuento en el rubro de alimentación a todo nuestro equipo. Este descuento funciona en nuestras oficinas y todos los supermercados y restaurantes en los que se puede pagar con QR de Mercado Pago.

Creemos que el bienestar también es financiero. Por eso, nuestra política de compensaciones se basa en la meritocracia y en reconocer a las personas con desempeño sostenido y agilidad de aprendizaje. Nos basamos en bandas salariales y monitoreamos el mercado de forma continua para mantener nuestras escalas competitivas. Las personas tienen acceso a un bonus por desempeño, que depende de los resultados generales del negocio, los resultados específicos del país y de un multiplicador basado en el desempeño de cada persona. Además, contamos con un *Long Term Retention Program*, un esquema de compensación a largo plazo en moneda dura, vinculado a la evolución de la acción de Mercado Libre para el liderazgo y puestos críticos.

Salud y seguridad laboral

Cuidamos la salud y seguridad de nuestra gente siguiendo las legislaciones vigentes en cada país en los que operamos, alineándonos a sus requerimientos de cobertura y componentes del sistema de gestión.

Nuestro plan integral de seguridad busca crear y promover espacios seguros y saludables para trabajar y un marco de gestión estandarizado para nuestra operación. Sus ejes de trabajo son el desarrollo de habilidades de liderazgo; la formación de profesionales de salud, seguridad e higiene y referentes de seguridad; la percepción del riesgo; y las observaciones de comportamientos. La gestión se basa en el desarrollo de procedimientos y estándares; la investigación de incidentes; las auditorías de salud, seguridad e higiene; y la gestión de proyectos y cambios.

En 2023, el plan se implementó en algunas operaciones de los centros de almacenamiento de Mercado Libre y en operaciones de transportes de América Latina. En total, se destinaron 3975 horas de entrenamiento para formar a 265 del equipo de Seguridad y 55.400 horas para capacitar a 11.080 personas al equipo de líderes y superiores.

Contamos con empresas de salud ocupacional locales para realizar controles físicos y brindar asistencia médica a nuestros equipos, en caso de ser necesario. En 2023 no tuvimos fallecimientos resultantes de accidentes laborales o de una dolencia o enfermedad laboral.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA GARANTIZAR LA SALUD Y BIENESTAR DEL EQUIPO

- Estándar y formato para la Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (IPER). Se identifican y evalúan los peligros en una matriz de riesgos.
- Estándar de reporte e investigación de incidentes.
- Formulario de Reporte de ocurrencias de seguridad (ROS).
- Procedimiento interno de flujo de registro, investigación y comunicación de las ocurrencias acorde a los requisitos locales.
- Procedimiento de gestión de contratistas con requisitos para el acceso a las facilidades de nuestra organización, garantizando el cumplimiento de la legislación vigente.
- Servicios de medicina y enfermería que realizan atención ocupacional y asistencial a todas las personas de MELI, además de atención de urgencia y emergencia, incluyendo a terceras.
- Atención médica a través de clínicas tercerizadas para el servicio de transporte.
- Plan de salud multidisciplinario para todo el equipo,
- Sistema de historial médico electrónico llamado SOC, que cubre todos los lugares de trabajo y se mantiene actualizado a las normas y leyes vigentes.
- Espacios de aprendizaje y concientización en nuestra Librería de Conocimiento.
- Grupos de Wellbeing (bienestar) con propuestas de actividad física y cuidado emocional.
- Campañas de calidad de vida y bienestar.
- Programa de Control Médico de Salud Ocupacional (PCMSO) para mitigar los riesgos ocupacionales y orientar en la prevención.

0,22
tasa total de incidentes registrables
Empleados
-21% vs 2022

0,84
tasa de incidentes con tiempo perdido
Promedio ponderado
-71% vs 2022

Capital social

Impacto social

El impacto socioeconómico de nuestro ecosistema
Protagonistas de la vida financiera
Democratizar saberes y oportunidades



Descargar capítulo

 Productores yerbateros de Cooperativa El Colono | Argentina
Parte de nuestro programa Biomas

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

El impacto socioeconómico de nuestro ecosistema

Nos llena de orgullo saber que cada vez que una persona elige comprar un producto en nuestra plataforma de comercio electrónico, pagar con nuestra billetera digital o hacer un envío a través de nuestra operación logística, pone en movimiento una cadena de valor que impulsa el desarrollo de América Latina.

Actuamos hoy para multiplicar las oportunidades y reducir las brechas socioeconómicas y geográficas en América Latina.

Para dimensionar este impacto de manera concreta y orientar nuestros esfuerzos a futuro, convocamos a la consultora Euromonitor Internacional. Junto a ella, en 2023, desarrollamos un estudio de impacto centrado en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

La investigación incluyó más de 4000 encuestas a personas vendedoras de Mercado Libre, consultoras que les prestan servicios y revendedores de Mercado Pago; entrevistas en profundidad a referentes de la operación logística y de la cadena de distribución; así como el análisis de variables macro y microeconómicas de los países alcanzados. Sus resultados nos permitieron medir nuestro impacto socioeconómico directo e indirecto y cómo el ecosistema de soluciones de Mercado Libre impulsa el desarrollo en la región.

Movilizados por el propósito de democratizar el comercio y los servicios financieros en América Latina, asumimos el compromiso de hacer crecer este impacto para que cada día incluya a más personas y emprendedores, especialmente aquellos que promuevan impacto socio ambientales positivos, o que por distancias geográficas o brechas económicas, digitales, de género o raciales, tengan mayores barreras de acceso a nuestro ecosistema o a las oportunidades que ofrece el mundo de la tecnología.

↔ [Estudio Impactos que Importan 2023](#)

+1.800.000

familias tienen a Mercado Libre como principal fuente de ingreso

40%

genera más de la mitad de sus ingresos a través de la plataforma

27

nuevos empleos por hora generados por las PyMEs

+574.000

PyMEs ofrecen sus productos en la plataforma

+234.000

personas incorporadas por las PyMEs del ecosistema de Mercado Libre

En 2022

60%

sólo venden a través del comercio electrónico

90%

lograron expandirse por fuera de su ciudad de origen

75%

de las PyMEs que venden en nuestra plataforma son familiares

50%

recibió su primera oferta de crédito a través de Mercado Pago

1 de cada 5

del total es liderado por una mujer

+95.000

utiliza Mercado Pago como herramienta en el canal físico

Un futuro mejor comienza aquí

El consumo con impacto positivo crece y atrae a cada vez más personas con ganas de adoptar un estilo de vida más sostenible. La sección de Productos Sustentables de Mercado Libre es parte de este movimiento transformador e integra nuestra estrategia para potenciar los impactos positivos de PyMEs y emprendimientos en América Latina.

Creada en 2019 para democratizar el acceso a productos que generan beneficios para las personas y el ambiente, y promover una nueva economía, esta sección permanente está activa en seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.

Nuestras elecciones de hoy definen el mañana. Un futuro mejor comienza impulsando a emprendimientos que ofrecen productos de impacto positivo a toda la región.

Contamos con más de 30 categorías de productos sustentables, cuidadosamente evaluados por una curaduría basada en criterios de impacto social y ambiental.

Potenciamos la propuesta en alianza con organizaciones y espacios de emprendedores de impacto en la región, como Origenes Brasil, Movimento Amazonia em Casa, y Sistema B, para incrementar la oferta. En Argentina, Brasil, México y, desde 2023, en Chile, contamos con una Góndola B que es una sección que destaca los productos de Empresas B certificadas.

Para hacer crecer la oferta de impacto positivo también brindamos capacitaciones comerciales a emprendimientos de triple impacto y de la sociobiodiversidad e impulsamos campañas de visibilización de sus productos y concientización, como la EcoWeek y las campañas de Biomas a un Click. Por último, contamos con un canal abierto para que las personas puedan hacer sugerencias de productos con impacto que les gustaría encontrar o vender en la plataforma.

930 mil
publicaciones únicas de productos sustentables

5,8 M
personas compraron al menos un producto con impacto positivo
+27% vs 2022

67,7 mil
emprendimientos y marcas con impacto positivo
+17% vs 2022

+10,4 M
productos con impacto positivo vendidos
+57% vs 2022

Tendencias de consumo con impacto positivo

Además de democratizar el acceso a los productos, queremos compartir la información de valor que obtenemos de analizar la dinámica de nuestra sección de Productos Sustentables. Todos los años realizamos un estudio de tendencias de consumo online con impacto positivo con base en los datos internos de Mercado Libre y encuestas a personas usuarias que realizaron por lo menos una compra de un producto de impacto positivo.

Los resultados del estudio funcionan como insumo para que más marcas y organizaciones de la región puedan tomar decisiones informadas para promover estilos de vida sostenibles. Como resultado, compartimos un informe con datos generales de América Latina y un informe por cada uno de los países en los que está activa la sección de Productos Sustentables.

[↔ Informe de Tendencias de consumo con impacto positivo 2023](#)

Lo mejor de nuestros biomas está llegando

Acercamos a las personas a las creaciones, sabores y saberes ancestrales contribuyendo a la conservación de la sociobiodiversidad latina.

El programa Biomas a un Click nació para impulsar la comercialización de productos de la sociobiodiversidad, generando ingresos sostenibles para las personas, cooperativas y comunidades que contribuyen a la preservación de los biomas latinoamericanos. El objetivo a largo plazo es sostener la sobrevivencia de las personas en los territorios y perpetuar los saberes tradicionales y procesos de producción sustentables de la región.

En 2023, el programa se desarrolló en Argentina, Brasil y México, en conjunto con Fundación Avina, la Consultora Giral y otras organizaciones territoriales. Nuestra actuación fue reconocida por Reuters Events Sustainable Business en la categoría “Biodiversity Champion Award” por promover acciones emprendedoras que integran la conservación de nuestros biomas con el desarrollo y el fomento de la bioeconomía.

128
organizaciones apoyadas

+47.600
productos vendidos

+34.000
productores locales beneficiados indirectamente

8
biomas icónicos de América Latina representados



Impulso a las PyMEs de economías locales

Ponemos lo mejor de nuestras soluciones al servicio de las PyMEs de América Latina. Articulamos con entidades del sector público de Argentina, Brasil y México para acercar herramientas y capacitación en comercio electrónico y finanzas a pequeños emprendimientos. El objetivo es que tengan las mismas oportunidades que las grandes empresas y así, impulsar las economías locales de nuestra región.

En Argentina, desde 2020 y en alianza con los gobiernos provinciales, realizamos el programa de Tiendas Oficiales de Provincias: un sitio exclusivo en nuestro marketplace donde empresas, PyMEs y emprendedores que elaboran productos regionales pueden vender y poner en valor la identidad local. Las acompañamos con capacitaciones en la gestión eficiente de la tienda, así como en ventas y pagos digitales.

En Brasil, desde 2021 mantenemos una alianza con el Ministerio de Economía para apoyar la inclusión digital y financiera de las personas artesanas del Programa de la Artesanía Brasileña. Potenciamos su generación de trabajo e ingresos a través de capacitaciones, venta de productos en nuestro marketplace con una tienda oficial y soluciones financieras.

En México, junto a gobiernos locales, desarrollamos el proyecto “Viva México” que promueve la digitalización de MiPyMEs con el desarrollo de tiendas oficiales dentro de nuestro marketplace.

ARGENTINA

370
PyMEs alcanzadas por el programa de Tiendas Oficiales

+3500
productos regionales a la venta

BRASIL

+1000
productos

198
personas artesanas participantes

MÉXICO

USD
16,7 M
en ventas en Tiendas Oficiales de Gobierno

40.000
emprendimientos capacitados

32
tiendas creadas

Afroempreendedorismo

Desde 2018, actuamos en alianza con Preta Hub en el fortalecimiento de negocios liderados por emprendedores negros de Brasil, para contribuir a su inclusión digital y generación de ingresos, y para la valorización del emprendimiento, la cultura y la inventiva negra.

Para ello, ponemos nuestras herramientas y conocimientos sobre estrategias de venta online a disposición de quienes participan de Afrolab, iniciativa de aceleración de afroemprendedores liderada por Preta Hub. Destacamos sus historias y productos en nuestra plataforma a través de una tienda oficial y exclusiva de Feira Preta y de campañas de promoción y valoración cultural.

Impulsamos la transformación digital de afroemprendimientos en Brasil.

Además, apoyamos varias iniciativas del Preta Hub, como sus co-working en Bahía y San Pablo; el Premio Pretas Potências, que reconoció a más de 150 iniciativas de la economía creativa negra en Brasil; el Festival Feira Preta y los Afrolabs, con los que se capacitaban más de 190 emprendedores de todo Brasil.

192
afroemprendimientos recibieron capacitación en Brasil

1250
productos vendidos en la tienda oficial de Feira Preta en Mercado Libre

TEDx Amazônia

Brasil

En 2023 apoyamos el regreso de TEDx Amazônia como parte de nuestro compromiso de impulsar a agentes de la sociobiodiversidad en la región. El evento se realizó en noviembre en Manaus, Brasil, y contó con más de 40 conferencias sobre temas como bioeconomía, generación de ingresos, desarrollo territorial, ciencia, emprendimiento, arqueología, derechos de la naturaleza, tecnología, lucha contra la deforestación y conservación de la biodiversidad.

[↪ Ingresar al sitio](#)

INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Protagonistas de la vida financiera

La inclusión financiera crece en todo el mundo, pero aún presenta muchos desafíos en nuestra región. Según datos del Banco Mundial¹, hace 10 años el 51% de las personas adultas era titular de una cuenta financiera y en 2021 habían aumentado al 76%. En los países en vías de desarrollo, el 71% de la población tiene una cuenta de ese tipo.

La propuesta de valor de Mercado Pago contribuye a potenciar esta transformación en América Latina. Bajo el propósito de democratizar los servicios financieros en la región, nuestra solución *fintech* propone una oferta completa impulsada por datos y tecnología propios, enfocada en incluir a segmentos poblacionales que usualmente no acceden a cuentas bancarias tradicionales.

Desde una cuenta digital, hasta seguros y procesamiento de pagos, Mercado Pago alcanza a personas compradoras y vendedoras con soluciones amigables, seguras y accesibles. En 2023 expandimos nuestra oferta de compra y venta de criptomonedas en Chile, lanzamos la posibilidad de acceder a una tarjeta de crédito para quienes usan la billetera virtual en México y superamos las 9,73 millones de pólizas de seguros.

Durante 2023 continuamos trabajando en el desarrollo de herramientas que permitan a las personas llevar un control de sus finanzas para tomar decisiones informadas y responsables. Lanzamos en Argentina, México y Brasil, una solución que permite revisar el flujo de los gastos personas para evaluar consumos y encontrar oportunidades de ahorro o inversión. Además contamos con Reservas, una herramienta que habilita la separación de dinero de la cuenta para ahorrar y generar intereses de inversión, con la posibilidad de retirarlo en cualquier momento sin costo.

¹ Banco Mundial, 2021. [Global Findex 2021](#).

Cómo impulsamos la inclusión financiera

PAGOS Y COBROS	CRÉDITOS	AHORRO E INVERSIÓN	SEGUROS DE VIDA Y ACCIDENTES
<p>Transferencias financieras fáciles y accesibles</p> <p>Cobros: dispositivo de cobranza con tarjeta de crédito, débito o QR para pequeños comercios; QRs, Links de Pago e integraciones online.</p> <p>Tarjetas, sin costos de emisión ni mantenimiento; transferencias, pagos en la aplicación.</p> <p>667,9 M pagos con QR</p> <p>30 M usuarios únicos de cuenta digital</p> <p>116.000 M volumen total de pagos de Acquiring (MPOS, QR, link de pago)</p> 	<p>Soluciones de financiamiento enfocadas en quienes no tienen acceso al crédito en el sistema financiero tradicional. Préstamos online instantáneos y simples, con soluciones de tecnología y sistemas de scoring basados en inteligencia artificial.</p> <p>13.679,3 M otorgados en crédito</p> <p>+ 45 M créditos otorgados a emprendedores y PyMEs</p>	<p>Invertir y obtener rendimientos, con bajo riesgo y disposición del dinero cuando lo necesiten. Con la garantía de un fondo común de inversión administrado y custodiado por compañías del sistema financiero. Compra y venta de criptomonedas. Herramienta de Reservas para separar montos de dinero con un objetivo predeterminado.</p> <p>30,4 M personas que invirtieron con Mercado Pago en Argentina, Brasil y México</p>	<p>Seguros de accidentes personales y de cobertura de vida que ofrecen protección a personas nunca antes alcanzadas por este tipo de coberturas.</p> <p>9,73 M seguros contratados</p> 

Educación financiera para una inclusión próspera y efectiva

Con Mercado Pago creamos las condiciones para empoderar a la mayor cantidad de personas a asumir el pleno control de sus vidas financieras y operar en la economía formal. También, acompañamos a miles de PyMEs y emprendedores con la posibilidad de incorporar nuevos canales de cobro y ampliar su capacidad de generar ingresos.

Pero todavía existen fuertes brechas de acceso al sistema, por cuestiones de género, ingresos o nivel educativo. En América Latina, aunque en general el acceso a tenencia de cuentas aumentó, la brecha de género se amplió aproximadamente en 3 puntos porcentuales. Y no se evidencia sólo en el acceso y uso, sino también en los conocimientos y habilidades necesarias para una verdadera inclusión. Por eso actuamos hoy. Impulsamos iniciativas de educación financiera para que la inclusión sea efectiva y próspera.

Fortalecemos el rol social de Mercado Pago con iniciativas que profundicen la inclusión financiera de poblaciones con mayores brechas educativas o de acceso al sistema financiero.

Promovemos iniciativas que promueven buenas prácticas en materia de educación financiera y social, especialmente para las mujeres emprendedoras y los jóvenes. Nuestros programas se orientan a mejorar la comprensión de los productos y conceptos financieros por parte de las personas usuarias para que desarrollen las habilidades y la confianza necesarias para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieros.

Finanzas personales para jóvenes

En 2021, Mercado Pago revolucionó las finanzas personales en la Argentina con la habilitación de una cuenta digital para personas de entre 13 a 17 años. Los jóvenes con cuentas activas requieren de la previa autorización de una persona adulta, y pueden cargar dinero, pagar con código QR y obtener una tarjeta prepaga. En 2023, sumó la posibilidad de que los y las adolescentes puedan invertir su dinero en un Fondo Común de Inversión, administrado y custodiado por el ecosistema de servicios financieros BIND. Mas de 1 millón de adolescentes utilizan Mercado Pago.

Sigue vigente el desafío de acortar brechas educativas para asegurar un uso responsable y promover la capacidad de toma de decisión informada de los jóvenes sobre su propia economía. Por eso, seguimos trabajando junto a Junior Achievement, con un programa de finanzas personales dirigido a jóvenes de escuelas públicas de la región. Propone un recorrido online de tres módulos para realizar en un mes, con salas de consultas, un campus virtual y contenido sobre presupuesto, ahorro, seguros, créditos e inversiones. Quienes egresan del curso reciben un certificado.

+3400
jóvenes formados
en finanzas

118
escuelas
alcanzadas

79%
se percibe competente
al manejar sus finanzas
personales en medios
físicos y/o digitales

69%
se percibe competente
al comparar precios

Las habilidades financieras, digitales y de liderazgo son críticas para que las mujeres emprendedoras puedan pensar, desarrollar y potenciar sus negocios.



Empoderar a mujeres emprendedoras

América Latina es la región con más emprendimientos liderados por mujeres del mundo, según The Global Entrepreneurship Monitor. Existen más de 7 millones de MiPyMEs en la región y más del 50% de ellas son emprendimientos femeninos.

A pesar de ser impulsoras de la economía y generadoras de empleo, las emprendedoras latinoamericanas son las que tienen más barreras para acceder a servicios y a herramientas de gestión financiera, habilitadores clave para la formalización y el crecimiento de sus negocios. El 73% de las PyMEs latinas lideradas por mujeres no logran obtener los recursos económicos suficientes para impulsar el crecimiento de su empresa o están completamente excluidas de las instituciones financieras.

Existen otros factores que limitan la creación de un ecosistema emprendedor y financiero equitativo para las mujeres de la región, como percepciones relacionadas a roles de género; la falta de formación emprendedora; la discriminación por sexo,

nivel socioeconómico o raza; así como la escasez de productos y servicios con perspectiva de género.

Sabemos que la educación es un factor clave para habilitar otras dimensiones de la inclusión financiera; como el bienestar financiero y el desarrollo productivo.

Mercado Pago se unió con Pro Mujer en Hispanoamérica y Aliança Empreendedora y Barkus, en Brasil, para impulsar la educación financiera de emprendedoras de la región. La iniciativa está enfocada en potenciar su capacidad de generación de ingresos y ayudarlas a planificar un futuro sostenible para sus negocios. Así, las mujeres acceden a contenidos educativos para cada etapa de su emprendimiento, adquieren habilidades digitales de liderazgo, gestión, desarrollo personal, finanzas y ventas, conectan con otras emprendedoras de la región, reciben mentorías y apoyo personalizado. Con esta alianza, además de acompañarlas en todo el ciclo de desarrollo de sus negocios, buscamos generar una red de mujeres emprendedoras de América Latina.

3160

mujeres emprendedoras certificadas

+5000 desde el inicio del programa en 2022

64%

mejoró sus habilidades financieras

86%

adoptó el uso del presupuesto en sus negocios

85%

afirma haber incorporado canales digitales y/o soluciones de cobro online

Cultura de donación

Apoyamos la construcción de una ciudadanía digital solidaria al fortalecer la capacidad de recaudar y operar fondos de organizaciones sociales latinas.

Mercado Libre Solidario es nuestro programa para potenciar la recaudación de fondos de las organizaciones civiles de América Latina y ayudarlas a escalar su propósito de construir una sociedad más justa, solidaria y equitativa.

Mercado Libre Solidario usa la tecnología para conectar a las ONGs con millones de personas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

Al adherirse al programa, las organizaciones acceden a capacitaciones y herramientas digitales para simplificar la recaudación y gestión de fondos. Cuentan con la recepción de donaciones a través de Mercado Pago, venta de productos o servicios bonificados, gestión financiera de las operaciones, inversión de los fondos disponibles en la cartera digital, conexión con otras organizaciones en América Latina y la participación en campañas promovidas por Mercado Libre.

USD
+33,2 M
transaccionado
a través de
Mercado Libre Solidario

+3900
organizaciones
adheridas

Botón Donar

Desarrollamos el Botón Donar para amplificar el impacto de las mejores iniciativas y sumar nuestro apoyo a causas sociales y ambientales relevantes. Se trata de una funcionalidad permanente en Mercado Pago que permite canalizar donaciones a distintas ONGs de manera rápida, transparente y segura a través de la aplicación.

El botón, presente en Argentina, Brasil y México, tiene un rol especial en las situaciones de emergencia, como incendios e inundaciones. En 2023 lo activamos para recaudar fondos en ayuda a las consecuencias causadas por el ciclón

extratropical en Rio Grande do Sul, Brasil, y el huracán Otis en Acapulco, México. Además, busca colaborar con el fortalecimiento de la cultura de donación cotidiana, apoyando el trabajo de ONGs de diferentes dimensiones y causas, para las cuales las donaciones representan una parte muy relevante en su esquema financiero.

Usamos nuestras soluciones para impulsar la cultura de donación digital y actuar frente a emergencias sociales o ambientales.

USD
356.166
recaudados
por las ONG
adheridas
al Botón Donar



Creemos que la educación en tecnología tiene el potencial de ser un motor de crecimiento socioeconómico poderoso para la región.

INCLUSIÓN PARA LA EDUCACIÓN DIGITAL

Democratizar saberes y oportunidades

Queremos que las personas puedan aprovechar las miles de posibilidades de estudiar, emprender o trabajar que ofrece la industria de la ciencia y la tecnología. Y sabemos que la educación es el mejor camino para democratizar estas oportunidades.

Según estimaciones del Banco Mundial, para 2025 se crearán 149 millones de nuevos empleos en la industria tecnológica a nivel global. En nuestra región, la realidad dista mucho de poder cubrir esa demanda. Solo el 26% de las personas que estudian en la universidad en América Latina están matriculadas en carreras de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés). Si hacemos doble clic, las mujeres representan menos del 30% de las personas en las carreras de ingeniería y tecnología en la región.

Sabemos que la industria tecnológica es y seguirá siendo una de las grandes generadoras de oportunidades de empleo y emprendimiento en el mundo. Queremos cerrar brechas y ampliar el acceso a los saberes y habilidades que permitan a nuestra juventud aprovechar esas oportunidades. Por eso, centramos nuestras iniciativas de educación en democratizar el acceso a propuestas educativas de calidad para que inicien su camino en tecnología, profundicen sus conocimientos y vuelvan realidad sus proyectos e ideas.



Beta Hub

La educación activa, basada en la tecnología y con la persona en el centro, tiene el potencial de empoderar a las nuevas generaciones y promover su autonomía para diseñar proyectos propios que eleven su voz e intereses. Por eso, en 2023 lanzamos [Beta Hub](#), una comunidad de aprendizaje que busca incentivar el interés de adolescentes de América Latina a usar la tecnología para transformar su mundo.

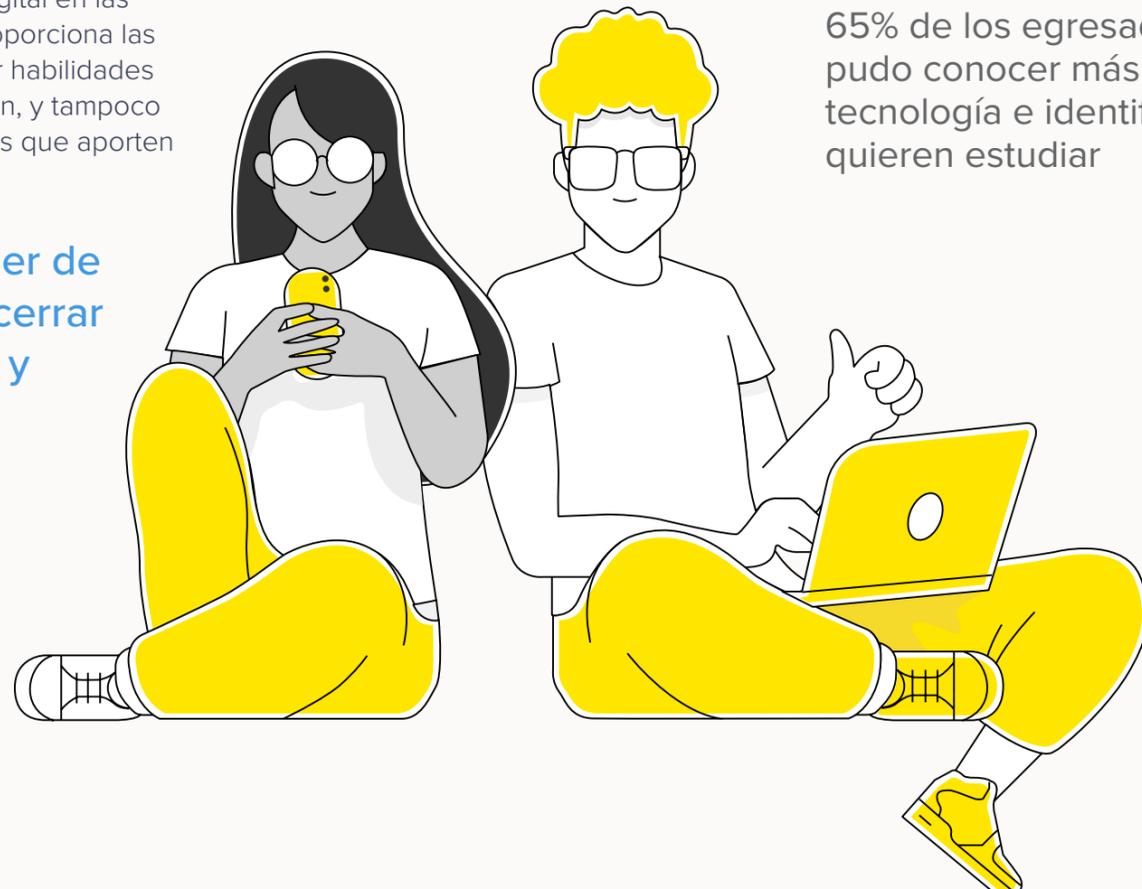
La formación en competencias vinculadas a la tecnología es un desafío para la región. En América Latina hay más de 44 millones de jóvenes de entre 15 a 18 años (OPS, 2018) con potencial de ser creadores de proyectos que involucren a la tecnología. Pero, al salir de la escuela, en la etapa en la que están más abiertos a explorar, aprender y descubrir sus pasiones, demuestran poco interés y habilidades para desarrollarse en ese ámbito. El aprendizaje digital en las escuelas no los orienta ni proporciona las herramientas para desarrollar habilidades con sentido de transformación, y tampoco aparecen referentes cercanos que aporten a estos deseos (OIT, 2022).

Creemos en el poder de la tecnología para cerrar brechas de acceso y contribuir con el desarrollo de una sociedad más equitativa.

Beta Hub ofrece formación y contenidos gratuitos a jóvenes de entre 16 y 18 años, y un espacio de interacción que desafía a los y las adolescentes a pasar de ser usuarios a creadores de soluciones basadas en la tecnología. La comunidad promueve la conexión con especialistas, referentes y pares con intereses similares, para darles herramientas e inspirarlos a hacer realidad sus ideas.

Impulsamos esta comunidad junto a organizaciones en educación y tecnología de América Latina, con quienes compartimos la misma perspectiva de diversidad e inclusión y el ADN del proyecto, de agilidad, apertura, colaboración y trabajo ecosistémico.

↔ [Plataforma online](#)



9000
jóvenes registrados
en la plataforma

2218
becas otorgadas

10
organizaciones aliadas

1180
jóvenes graduados
65% de los egresados
pudo conocer más sobre
tecnología e identificar qué
quieren estudiar



Conectadas

Nuestro programa para acercar a más niñas y jóvenes a la tecnología cumplió tres años en 2023. Esta iniciativa inmersiva, online y gratuita dirigida a mujeres de entre 14 y 18 años, busca brindarles herramientas y contacto con referentes positivos del mundo de la tecnología, para desarrollar su autoconfianza y empoderarlas a crear soluciones a los desafíos que identifican en la región.

Implementamos el programa en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. Lo hacemos en alianza con Chicas en Tecnología, una organización que promueve la construcción de una tecnología que contribuya a la equidad de género; y con {reprograma}, una empresa social brasileña que enseña programación a mujeres, priorizando a la comunidad negra o trans.

929
jóvenes de América Latina
participaron en Conectadas
En 2023

84%
descubrió que le gusta
estudiar, investigar y
trabajar en temas de
tecnología

145
proyectos de impacto
ideados por las
participantes

93%
conoció las opciones de
formación y desarrollo
profesional en tecnología

Certified Tech Developer

El mercado laboral demanda cada vez más personas con conocimientos en programación. Pero, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), hay un déficit de más de 1 millón de personas con esa capacidad en América Latina para cubrir la demanda estimada para 2025.

Frente a este contexto, en 2021 nos unimos a Globant y a Digital House para co-crear el programa Certified Tech Developer y ayudar a que el mayor número de personas puedan recibir la mejor capacitación para aprovechar las oportunidades de la economía del conocimiento. Esta iniciativa otorga becas a jóvenes para realizar carreras tecnológicas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay y, a partir de 2023, México, Perú y Ecuador.

Capitalizamos las oportunidades de la industria del conocimiento al potenciar el talento digital de la región.

La formación tiene una duración de dos años y se realiza de forma remota. Usa metodologías ágiles con énfasis en la práctica y en las necesidades del mercado laboral tecnológico. Quienes la completan obtienen un certificado de grado técnico con potencial para ingresar al mercado laboral tecnológico con una remuneración competitiva. En junio de 2023, 29 graduados recibieron su diploma de Professional Developer.

2538
graduados

+7800
estudiantes pasaron
por el programa

39% mujeres

+1100
becas

45% a mujeres

Incentivos fiscales

Brasil

Utilizamos los incentivos fiscales previstos en la legislación brasileña para destinar recursos a iniciativas alineadas con nuestros objetivos estratégicos en las áreas de cultura, deporte, salud y defensa de los derechos de la niñez, la adolescencia y la tercera edad.

USD 4,6 M
destinados a
los proyectos

Capital natural

Ambiente

El desafío de crecer de manera sostenible
Huella de carbono
Movilidad sustentable
Circularidad de materiales
Gestión de la energía
Regeneración y conservación



Descargar capítulo



CAMBIO CLIMÁTICO: ENERGÍA, MOVILIDAD Y PACKAGING

El desafío de crecer de manera sostenible

En 2023, 84,6 millones de personas realizaron 1404,4 millones de compras en nuestra plataforma y entregamos 1.377 millones de paquetes: un 31% más que el año anterior. Este crecimiento no hubiese sido posible sin un sistema de logística moderno e innovador, dedicado a que cada pedido llegue a destino con seguridad, calidad y velocidad.

Pero sabemos que a medida que nuestro negocio crece y conecta a más personas, nuestro impacto ambiental aumenta. Y con él, nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de la región.

Somos una empresa de tecnología, con una increíble fuerza logística, en donde el principal impacto ambiental proviene de nuestras operaciones y la cadena de valor. Impulsamos el trabajo articulado con emprendedores, proveedores de soluciones, gobiernos locales y especialistas para superar las barreras tecnológicas, culturales y de infraestructura de la región en la que operamos.

Por eso, trabajamos en equipo. Impulsamos alianzas con los actores claves de la cadena de logística de la región para implementar las tecnologías y posibilitar el desarrollo de soluciones disruptivas que pueden escalar en nuestro mercado e industria: para que llegue lo mejor.

Combinamos las soluciones existentes con las innovaciones potenciales para nutrir nuestra estrategia ambiental de largo plazo.

Estrategia ambiental

Diseñamos una estrategia para minimizar nuestro impacto negativo al mismo tiempo que maximizamos el positivo, a medida que crecemos y llegamos a más personas. Para su desarrollo tuvimos en cuenta las oportunidades de mejora identificadas a partir de la medición de huella de carbono, así como los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático en nuestro negocio.

La mayor parte de nuestras emisiones de Alcance 1 (directas) proceden de la flota logística y en el Alcance 2, de la energía consumida por los centros de distribución. Por eso, el foco de acción de nuestra gestión ambiental para reducir y mitigar estos impactos está basado en tres ejes: gestión de la energía, circularidad de materiales y movilidad sustentable. Estos pilares están intrínsecamente vinculados a la operación logística y se centran en acciones con alto potencial de reducción de emisiones.

Estrategia ambiental			
Medición de huella de carbono			Conservación y regeneración
Reducción y mitigación de emisiones			
MOVILIDAD SUSTENTABLE	CIRCULARIDAD DE MATERIALES	GESTIÓN DE LA ENERGÍA	
Reducimos el impacto de nuestras operaciones logísticas, centrándonos en el aumento de la flota de vehículos eléctricos y de combustible de bajas emisiones, con alianzas que nos permiten adoptar soluciones innovadoras en toda la cadena de valor.	Implementamos procesos para la recuperación de materiales y bienes generados en nuestras operaciones, con pruebas y ejecución de soluciones innovadoras y escalables de packaging para reducir el impacto del uso de recursos.	Aumentamos nuestra eficiencia energética y el consumo de energía procedente de fuentes renovables, con el objetivo de migrar el 100% de las operaciones de nuestros centros de distribución hacia fuentes de energía limpia.	Financiamos iniciativas para la conservación y regeneración de biomas latinoamericanos icónicos, contribuyendo a la futura generación de créditos de carbono, a la preservación de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades.
			

Divulgación de impactos en el clima

Complementamos nuestra visión estratégica a partir del trabajo con marcos internacionales que nos permiten profundizar nuestra comprensión de los impactos en el clima y respaldar nuestras iniciativas de reducción de emisiones.

TASK FORCE FOR CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

Somos la primera compañía de comercio electrónico en América Latina en publicar un informe TCFD (Task Force for Climate-Related Financial Disclosures), que nos permite identificar y evaluar los impactos climáticos actuales y potenciales en nuestro negocio.

[↔ Informe TCFD](#)

CARBON DISCLOSURE PROJECT

Desde 2020 respondemos al formulario del Carbon Disclosure Project (CDP) sobre Cambio Climático, que nos ayuda descubrir riesgos y oportunidades, y realizar un seguimiento y una evaluación comparativa de nuestro progresos.

[↔ cdp.net](#)

CAMBIO CLIMÁTICO: ENERGÍA, MOVILIDAD Y PACKAGING

Huella de carbono

Desde 2016 medimos nuestra huella de carbono equivalente en sus tres alcances, utilizando las metodologías reconocidas internacionalmente, como el estándar *Value Chain (Scope 3)* de *GHG Protocol*, *The GLEC Framework*, *DEFRA*, *IEA* y *IPCC*. Cada año mejoramos el cálculo para hacerlo más preciso y compatible con la realidad de nuestro negocio.

Tenemos en cuenta las emisiones de toda nuestra cadena de valor, incluido un inventario robusto del Alcance 3. Con un enfoque de avanzada, desarrollamos una estrategia para nuestros proveedores de transporte por carretera, marítimo y aéreo que incorpora la medición de su huella de carbono y reporte como parte integral de nuestras asociaciones comerciales. Así, podemos medir y gestionar de manera efectiva nuestro impacto ambiental, asegurando relaciones transparentes y responsables en toda la cadena de suministro.

Evaluar detalladamente nuestro inventario de emisiones nos permite identificar los focos de acción en los que podemos actuar hoy para generar una transformación.



Inventario de gases de efecto invernadero (GEI)



Intensidad de las emisiones



2021 2022 2023

Evolución de inventario GEI

En tCO₂e

	REPORTADO 2021	2022	AJUSTADO 2022	2023
Estimación global	1.293.925	1.694.430	1.426.856	1.959.475
Alcance 1	343.554	469.550	318.140	567.156
Alcance 2	11.510	17.844	17.844	16.864
Alcance 3	938.861	1.207.037	1.090.872	1.375.455

CAMBIO CLIMÁTICO: ENERGÍA, MOVILIDAD Y PACKAGING

Movilidad sustentable

Llevar nuestros envíos a destino es una de las principales fuentes de emisiones directas de nuestras operaciones. Para garantizar entregas seguras, rápidas y eficientes, operamos con un mix de flota que incluye transporte por carretera, marítimo, urbano y aéreo. Tenemos el firme compromiso de reducir las emisiones y mitigar el impacto ambiental asociado.

Los proyectos que realizamos se llevan a cabo en un contexto desafiante, caracterizado por las restricciones del mercado de electromovilidad y la falta de infraestructura de carga en toda la región. Por eso, nuestras iniciativas de movilidad sustentable también se enfocan al desarrollo y expansión de este tipo de instalaciones, generando un impulso en el desarrollo de este mercado en toda la región.

También sabemos que esta transición representa una gran oportunidad para la región. Por eso, trabajamos junto a integrantes de la cadena de logística regional para encontrar las mejores soluciones a los desafíos locales, en equipo.

Involucramos a toda la cadena de logística en el desafío de lograr una movilidad sostenible basada en combustibles de bajas emisiones de carbono.

Fieles a nuestro compromiso, en 2023 multiplicamos por 288% la inversión en este pilar de nuestra estrategia ambiental, que empleamos en iniciativas orientadas en tres ejes: eficiencia logística, combustibles alternativos y flota y tecnología.

+22 M
paquetes entregados
a través de movilidad
sustentable

Eficiencia logística

Desde que una persona hace clic en el botón “Comprar” hasta que recibe su pedido, se pone en acción una operación logística de avanzada que, en 2023, permitió que el 75,7% de los envíos llegue a destino en menos de 48 horas.

Cada vez que una persona compra un producto, nuestras soluciones tecnológicas validan si Mercado Libre lo tiene almacenado en algún *fulfillment*, nuestros grandes centros de almacenamiento. A partir del *fulfillment*, y en función de las rutas, el envío arriba a los *cross-docking*, de los que parten los camiones de entrega de media milla. En este tramo, usamos la inteligencia artificial para la optimización de rutas y la selección del modo de entrega, mejorando su velocidad y la eficiencia en el uso de combustible. Además, la instalación de medidores de datos en tiempo real en la flota mejora la precisión de la información para las acciones ambientales y de seguridad. El seguimiento en tiempo real facilitado por la tecnología telemática mejora la agilidad de la entrega lo que facilita una planificación operativa eficaz.

Con rutas más directas y vehículos más eficientes generamos menor impacto ambiental en los envíos.

El pedido está pronto a llegar. De los *cross-docking* llegan a los *service center*: el sitio más cercano al destino final. Desde allí, se despachan a los puntos de llegada con una flota de vehículos urbanos de última milla. Es en este tramo donde estamos incorporando cada vez más vehículos eléctricos.

PRIMERA MILLA

Transporte de productos desde los vendedores hacia los *fulfillments* o grandes centros de almacenamiento



MEDIA MILLA

Transporte de productos desde *fulfillments* hacia *cross docking* situados en ciudades claves de la región. Y, de estos al *services center* más cercano al punto de llegada final



ÚLTIMA MILLA

Envío desde el *service center* más cercano hasta el punto de llegada.



Flota eléctrica

Buscamos las últimas innovaciones de mercado para que nuestra flota siga creciendo y modernizando. La compañía prevé ampliar su flota hasta 10.000 vehículos eléctricos en los próximos años. Abordamos nuestro compromiso con una mirada integral que no solo busca incorporar vehículos eléctricos, sino también establecer un sistema de recarga robusto en todos los países donde operamos.

En 2023 multiplicamos alrededor de tres veces nuestra flota eléctrica en relación al 2022, gracias al esfuerzo conjunto con los principales actores del sector logístico de América Latina y al enorme esfuerzo de equipos internos, convirtiéndose en la más grande de la región.

En 2023 logramos contar con 2321 vehículos eléctricos para entregas en Brasil, México, Colombia, Chile Uruguay y Argentina. Este transporte nos permite reducir en hasta un 90% las emisiones de carbono de la entrega respecto a vehículos diésel similares, dependiendo del país en el que opera. Como valor agregado, los vehículos eléctricos son menos ruidosos, mejorando la vida en las ciudades.

2321
vehículos eléctricos
+191,2% vs 2022

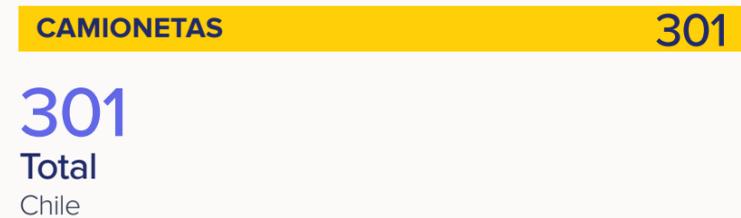
2430
tCO₂ reducidas
vs diesel

Distribución de flota eléctrica

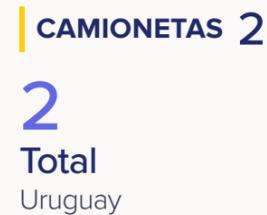
Brasil



Chile



Uruguay



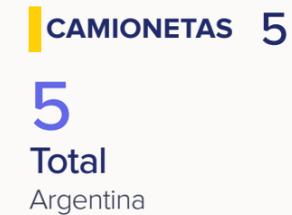
México



Colombia



Argentina



¹ Vehículos Urbanos de Carga

Combustibles alternativos

Otra forma eficaz de reducir las emisiones de nuestra logística es el uso de combustibles de bajas emisiones o de fuentes renovables. Por eso, invertimos en el desarrollo de una flota de camiones propulsados por gas natural, combustible que emite alrededor de un 18% menos de carbono que el diesel, y biometano, un combustible elaborado a partir de residuos orgánicos, que tiene el potencial de reducir considerablemente las emisiones en comparación con el diésel.

169
vehículos usan gas natural

14
vehículos usan biometano entre otros combustibles

Innovación para acelerar la logística baja en carbono

Innovar es parte del ADN de todas las personas que trabajamos en Mercado Libre. Los desafíos nos impulsan a pensar soluciones nuevas y disruptivas. Y nuestro espíritu emprendedor y colaborativo nos inspira a aliarnos a los mejores socios. Así lo hicimos en la búsqueda de respuestas para mover el contexto logístico de América Latina hacia el futuro.

Nos unimos a Newlab, un laboratorio de innovación de Estados Unidos que fomenta la colaboración entre emprendedores, científicos e ingenieros para desarrollar tecnologías de vanguardia. Junto a esta organización realizamos un estudio colaborativo que busca explorar e integrar tecnologías emergentes de logística con emisiones bajas en carbono provenientes de emprendimientos y nuevas empresas globales.

Nuestro foco estuvo en testear prototipos e implementar soluciones innovadoras en la última milla de la distribución de envíos, y potencialmente en la media milla, con especial énfasis en las entregas de alto tráfico y de regiones densamente pobladas.

En 2023 lanzamos una convocatoria abierta a startups de todas partes del mundo que trabajen en movilidad sostenible de la que participaron 128 organizaciones, de las cuales el 62% eran de América Latina. En 2024 evaluaremos resultados y comenzaremos con la implementación de algunos proyectos.

La convocatoria busca proyectos con foco en:

MICROMOVILIDAD

Uso de vehículos eléctricos ligeros para entregas y navegación urbanas eficientes.

RETROFIT

Conversión de furgonetas con motor de combustión interna en soluciones de movilidad eléctrica rentables y de alto rendimiento.

CARGA PRIVADA COMPARTIDA

Instalación de soluciones para la carga de flotas de vehículos eléctricos en estacionamientos compartidos.

CARGADORES PORTÁTILES

Proporcionar cargadores eléctricos portátiles, confiables, inteligentes y rentables.

PLATAFORMAS DE PLANIFICACIÓN Y OPTIMIZACIÓN EN VIVO

Optimización de factores de forma e infraestructura de vehículos eléctricos, rutas y gestión de flotas en vivo.

ENTREGA AÉREA

Uso de drones y vehículos aéreos no tripulados para lograr resultados rápidos y económicos.

128
proyectos presentados

80%
calificados para participar

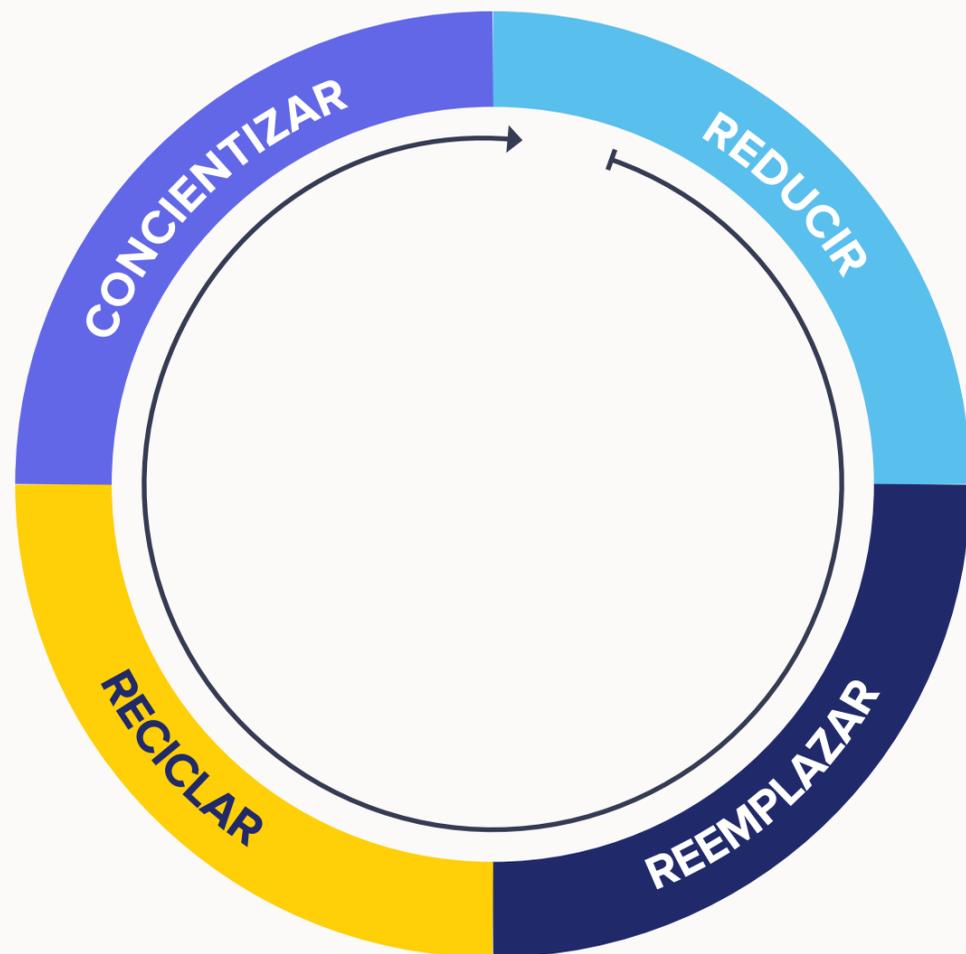


CAMBIO CLIMÁTICO: ENERGÍA, MOVILIDAD Y PACKAGING

Circularidad de materiales

Toda la operación logística, tecnológica y de soporte para vender y comprar en nuestro e-commerce, y mover los envíos genera residuos. Y esto representa un 1,11% de nuestra huella de carbono.

Buscamos soluciones que permitan minimizar el volumen de material destinado a rellenos sanitarios y reinsertar los recursos en el ciclo productivo, fomentando la circularidad de materiales. Actuamos en tres focos: reducir, reemplazar y reciclar, además de concientizar a quienes integran nuestra cadena de valor.



Reducir

Uso eficiente de insumos

- Envío de productos en empaque primario.
- Disminución del gramaje de las bolsas sin afectar su resistencia.
- Aumento de la variabilidad de tipos de cajas, para que los empaques sean más adecuados.
- Reacondicionamiento de pallets de madera.
- Eliminación de los tubos de los rollos de film plástico.

Reemplazar

Sustitución de materiales imprescindibles por otros de menor impacto ambiental

- Uso de cartón y plástico reciclado en nuestros empaques, en lugar de materia virgen neta.
- Reemplazo de contenedores desechables por duraderos.
- Diseño de bolsa reutilizable en la línea de mercado.

Reciclar

Impulsamos un programa de reciclado regional con esquemas de separación, recolección selectiva y valorización de los residuos en origen, como cartón, papel, plástico o pallets. Más del 85% de los materiales secos de nuestros centros de distribución se recuperan en conjunto con organizaciones locales.

Para la fracción orgánica, en nuestra sede de Osasco, Brasil, contamos con dos compostadoras industriales gestionadas en colaboración con Empresas B. Estas composteras transforman alrededor de una tonelada de residuos orgánicos por semana en abono fértil que es donado a la Coopernatuz Cooperativa para sus programas de huertas comunitarias que generan empleo para más de 70 personas.

Concientizar

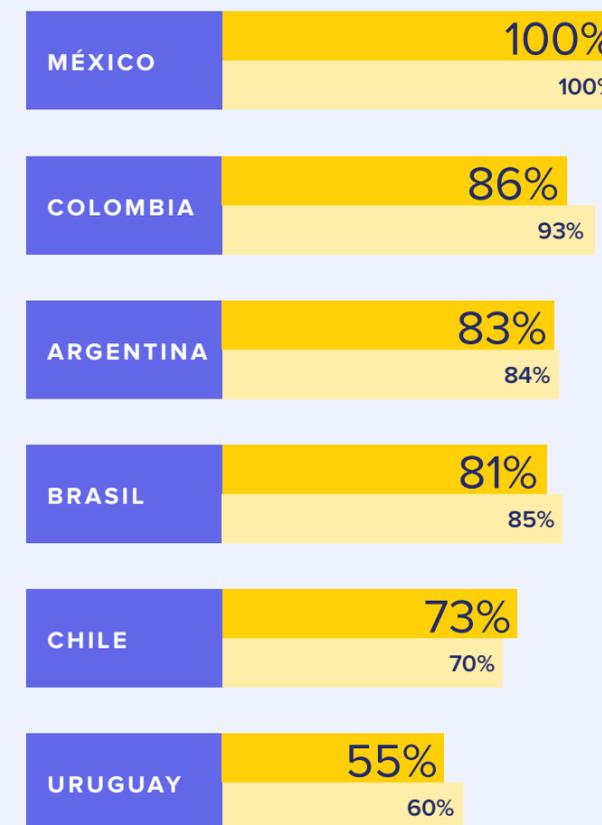
Invitamos a quienes compran en nuestro marketplace a sumarse a la economía circular. Les ofrecemos recomendaciones para la buena disposición final de los materiales de los empaques en sus hogares desde un código QR en las etiquetas de nuestros envíos.

88%

tasa de recuperación de residuos

Por país

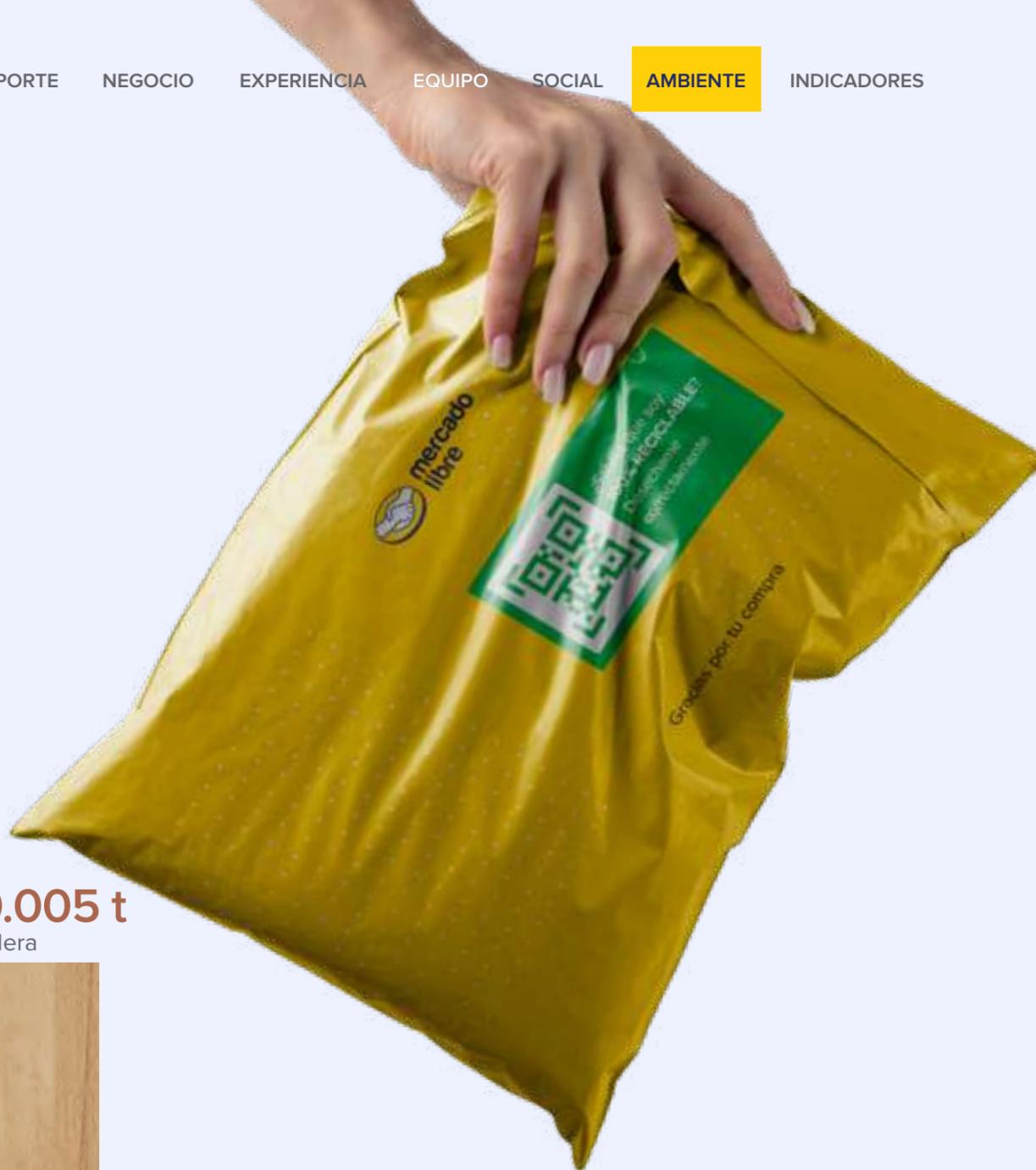
De mayor a menor



■ 2023 ■ 2022

Gestión de residuos

Composición de los residuos generados



Logística inversa

Para los productos que, por cualquier motivo, son devueltos a nuestra operación, desarrollamos un programa de logística inversa que realiza una rigurosa evaluación de cada ítem, para optimizar la gestión de inventario y minimizar el desecho de materiales. Cada producto es evaluado y clasificado, para que vuelva a la cadena de valor, por medio de donaciones, reventa a otras compañías o reciclaje.

Gracias a ese programa, recuperamos el 97% de todos los productos devueltos, evitando que estos materiales fueran a desechos sanitarios.

97%
artículos de
cambio o
devolución
recuperados

Innovación en empaques

Nos aseguramos de que cada envío tenga el empaque óptimo para cuidar tanto el producto como el ambiente. Para eso, analizamos su tamaño, materiales y reciclabilidad. Usamos la tecnología y la creatividad para buscar soluciones que favorezcan la experiencia de las personas usuarias al tiempo que reduzcan su impacto en el ambiente.

En nuestros centros de distribución contamos con una solución inteligente que mide el volumen de cada paquete para definir el tamaño de empaque adecuado para garantizar su seguridad sin desperdiciar material.

El 100% de los empaques de los envíos que salen de nuestros centros de distribución son reciclables, reutilizables o compostables.

Impulsamos la circularidad de materiales fomentando la reutilización de contenido reciclado en nuestros embalajes. Todas las cajas utilizadas en nuestras operaciones presentan al menos un 30% de cartón reciclado en su composición. En 2023, el 80% de las cajas ya estaban fabricadas con un 50% de material reciclado. Además, el cartón que usamos para los embalajes cuenta con trazabilidad en su cadena de valor, certificada o en vías de certificación por la Forest Stewardship Council (FSC). Este sello asegura que el producto fue elaborado bajo un manejo forestal responsable.

En el caso de las bolsas de plástico de los envíos, en Argentina y México logramos que un 50% de su contenido sea de origen reciclado. Y asumimos el compromiso de reformular la composición de las bolsas para reducir progresivamente su porcentaje de plástico virgen. Gracias a esta iniciativa, en 2023 logramos evitar el uso de 900 toneladas de plástico.

Complementariamente, desde 2020 impulsamos la posibilidad de enviar algunos productos en su empaque primario, sin agregar embalajes adicionales. Así, colaboramos con la reducción de materiales, optimizando el espacio y, con ello, el combustible utilizado en el transporte. En 2023 esta posibilidad de envío siguió creciendo, alcanzando un 15% de los despachos.

Empaques 100% reciclables, reutilizables y compostables



BRASIL

20%
de contenido reciclado mínimo

40%
de contenido reciclado promedio

BRASIL

16%
de envíos

ARGENTINA

39%
de contenido reciclado mínimo

95%
de cartón reciclado promedio

ARGENTINA

30%
de plástico reciclado mínimo

Hasta **50%**
de plástico reciclado promedio

ARGENTINA

26%
de envíos

MÉXICO

50%
de contenido reciclado mínimo

55%
de cartón reciclado promedio

MÉXICO

50%
de plástico reciclado mínimo

Hasta **50%**
de plástico reciclado promedio

MÉXICO

13%
de envíos

CHILE

69%
de contenido reciclado mínimo

69%
de cartón reciclado promedio

CHILE

100%
compostables

CHILE

14%
de envíos

CAMBIO CLIMÁTICO

Gestión de la energía

Cada envío que pasa por nuestra operación requiere de energía para llegar a destino. Una de nuestras principales fuentes de emisiones se encuentra en el sistema de logística, particularmente en los centros de distribución. Esto se debe a la energía requerida para el alto grado de automatización de los procesos de despacho, que nos permite alcanzar altos estándares de calidad y de rapidez en los procesos.

De la evaluación de nuestros consumos, encontramos dos áreas de oportunidad para la reducción de emisiones en este alcance: la eficiencia energética a través de la medición inteligente y la transición hacia energía procedente de fuentes renovables.

Eficiencia energética a través de la medición Inteligente

Instalamos sistemas de medición inteligente a través de sensores con la tecnología IoT (Internet de las cosas, por siglas en inglés), con los que hacemos un seguimiento remoto, preciso y en tiempo real del consumo energético de nuestros centros de distribución de toda América Latina. El uso de sensores y tableros inteligentes son una fuente de información que nos permiten generar proyectos de ingeniería para optimizar la eficiencia energética de nuestras operaciones.

103 centros de distribución cuentan con sensores de medición inteligente en toda la región.

Consumo eléctrico (en KWh)

PAÍS	2022	2023
Argentina	13.096.407 kWh	13.736.461 kWh
Brasil	59.369.393 kWh	73.935.216 kWh
Chile	4.187.383 kWh	6.344.907 kWh
Colombia	2.016.167 kWh	1.837.799 kWh
México	25.724.048 kWh	48.610.917 kWh
Perú	-	39.606 kWh
Uruguay	753.475 kWh	780.948 kWh
Venezuela	57.335 kWh	87.245 kWh
Total oficinas y centros de distribución	105.204.209 kWh	145.373.099 kWh
Intensidad energética (KWh/m²)	51 KWh/m²	55,6 KWh/m²
Intensidad energética (KWh/paquete)	-	0,106 KWh/paquete

CONSUMO ENERGÉTICO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	2022	2023
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización en Gigajoules, incluidos los tipos de combustibles utilizados. (Diésel)	5.786.705 GJ	7.929.037 GJ
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización en jules o múltiplos, incluidos los tipos de combustibles utilizados		
Consumo de electricidad total (en Gwh)	105,21	145,37
Consumo de electricidad total (en Gigajules hora)	378,76	523,34
Consumo de calefacción (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0
Consumo de refrigeración (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0
Consumo de vapor (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0
Consumo total de energía dentro de la organización, en Gigajoules	6.165.461 GJ	7.929.560 GJ

Transición a energías renovables

Aceleramos la transición energética de nuestras operaciones, con el objetivo de abastecerlas en un 100% con energía de fuentes renovables. Implementamos dos tácticas: acuerdos de compra de energía limpia generada fuera de nuestras instalaciones (PPA por sus siglas en inglés y generación distribuida) y la instalación de plantas de energía solar en nuestros sitios.

Por el alto grado de mecanización y automatización, el trabajo de los fulfilments implica un consumo de energía intensivo. Los centros más grandes representan el 20% de nuestra operación y alrededor del 52% del consumo energético. Por eso, es allí donde centramos las iniciativas de eficiencia y transición hacia energías limpias.

Nuestro objetivo es migrar el 100% de las operaciones de nuestros centros de distribución hacia fuentes de energía limpia a 2035.

En 2023, en Brasil sumamos 6 sitios abastecidos a través del mercado libre de energía y 7 a través de generación distribuida alcanzando cerca del 63% del consumo del país. En Chile alcanzamos el 82% del total de consumo energético de nuestros sitios abastecidos con energías renovables y en México un 26%.

Al cierre de cada año, compramos certificados I-REC para toda la energía renovable consumida en el período. Estos certificados garantizan la trazabilidad completa de la energía renovable que utilizamos en nuestra operación y aseguran que esa energía no se contabilice múltiples veces ni se venda a varios actores al mismo tiempo.

ENERGÍA RENOVABLE EN NUESTRA OPERACIÓN



63.705.598 kWh
de energía renovable consumida

13
centros de distribución y oficinas migrados 100% a energías renovables

32
centros de distribución y oficinas alimentados en parte por fuentes limpias



Energía solar en Colombia

En 2023 inauguramos un sistema fotovoltaico en el Centro de Almacenamiento y Distribución (CAD) ubicado en la Zona de Operaciones y Logística ZOL Funza, en Bogotá, compuesto por 1088 paneles solares.

Este sistema solar genera más de 550.000 kWh al año, lo que le permite abastecer más del 50% del consumo de las operaciones con energía renovable.

La energía generada por los paneles solares del CAD de Funza contribuye a una reducción de huella de carbono equivalente al CO₂ absorbido por 15.000 árboles.





CAMBIO CLIMÁTICO: ENERGÍA, MOVILIDAD Y PACKAGING

Regeneración y conservación

Nuestro programa Regenera América impulsa proyectos de regeneración y conservación de ecosistemas nativos en América Latina, hogar de alrededor del 40% de la biodiversidad global. Estas iniciativas, complementarias a nuestros esfuerzos en reducción de emisiones, se enmarcarán en proyecto que generarán créditos de carbono a corto, mediano y largo plazo.

Desde 2020, el programa financia proyectos que combinan la protección de la biodiversidad y la captura de carbono de la atmósfera. Unimos fuerzas con las comunidades locales, especialistas y productores que, con la aplicación de tecnología de vanguardia y el impulso de soluciones basadas en la naturaleza, contribuyen a la mitigación de los impactos del cambio climático, a la preservación de nuestra biodiversidad y al bienestar de las personas.

El programa conecta a toda la cadena de personas y organizaciones para implementar las etapas de cada iniciativa. Esto abarca desde el diseño del proyecto de carbono, la planificación e implementación de las actividades de restauración o conservación—selección, firma y preparación de tierras; recolección de semillas; plantado y cría de árboles durante los primeros años para asegurar su supervivencia—hasta el monitoreo del proyecto para cuantificar y verificar su progreso, y su posterior emisión de créditos de carbono, asegurando su trazabilidad.

Para ello, establecimos una alianza estratégica con Pachama, que nos ayude a conectar toda la cadena con personas y organizaciones implementadoras locales en la región. Además, la start-up de Silicon Valley, está desarrollando herramientas tecnológicas, basadas en inteligencia artificial y datos satelitales, para hacer un seguimiento de los proyectos de cerca de manera transparente y escalable.

En 2022, realizamos la primera convocatoria a proyectos de regeneración y conservación en el marco de Regenera América. Recibimos más de 100 propuestas de 9 países y 16 biomas de América Latina y seleccionamos tres iniciativas que apoyamos en 2023: Curuá, en la Amazonia paraense, en colaboración con Future Carbon; Novas Florestas, en la Mata Atlántica de São Paulo, en colaboración con la ONG Pick-upau; y Corredor Campeche, en la Selva Maia mexicana, en colaboración con la ONG Toroto. Además de estas iniciativas, ampliamos el apoyo a los proyectos Águas do Rio, con la ONG ITPA, Corredores Pau Brasil, con la ONG Natureza Bela, y Café Apuí, con IDESAN, iniciados en Brasil el año anterior.

En México nos aliamos a Toroto, organización que diseña proyectos forestales y de agricultura regenerativa que hacen posible la compensación de carbono e impulsan el desarrollo de comunidades locales dispuestas a manejar sus tierras de forma sostenible. En Brasil, sumamos a la ONG ambiental Pick-upau y al Grupo Future Carbon para los nuevos proyectos que implementamos en el país.

Regenera América en números

USD
23,5 M
de inversión
+USD 5,9 M en 2023

14.587
hectáreas en restauración
y conservación
+8200 en 2023

1,8 M
árboles a ser plantados
+810.000 en 2023

13,8 M
de árboles en restauración o
conservación
+3,2 M en 2023

+1,1 M tCO₂e
captadas a 30 años
247.645 tCO₂e captadas
en 2023

3 M tCO₂e
evitadas en 30 años

Nuevos proyectos



Curuá

BIOMA
Amazonía

REGIÓN
Pará, Brasil

Proyecto de conservación de los bosques y de generación de ingresos alternativos para las comunidades locales, asociada a una mayor vigilancia frente a los agentes de la deforestación. El Proyecto Curuá, realizado en colaboración con Future Carbon, protege el hábitat de especies de animales y plantas amenazadas de la región, como el pecarí de labios blancos, en una de las zonas mayor cobertura boscosa de la Amazonia.

7200
hectáreas
de bosques
amazónicos en
conservación

1,8 M
de árboles
en conservación

3 M
de tCO₂e de
emisiones
evitadas en
30 años
Potencial
de emisión
evitado



Corredor Campeche

BIOMA
Selva Maya

REGIÓN
Yucatán, México

Proyecto de restauración del bosque tropical más extenso de Centroamérica, realizado en colaboración con la ONG Toroto. Conecta actividades de restauración de los bosques con la conservación de la biodiversidad. Además, fortalecerá la gobernanza local para la gestión integrada del paisaje con beneficios para la comunidad, al crear oportunidades de empleo permanente y temporal, y la generación de capacidades locales.

720
hectáreas de bosques
en restauración

180.000
árboles nativos
plantados



Novas Florestas

BIOMA
Mata Atlántica

REGIÓN
San Pablo, Brasil

Proyecto realizado en colaboración con la ONG Pick-upau de restauración de bosques, hogar de más de 20.000 especies de plantas y 1700 especies de vertebrados, muchas de ellas solo presentes allí. El bosque, además, desempeña un papel importante en el ciclo hídrico de la región, proporcionando una fuente vital de agua potable para millones de personas.

155
hectáreas de bosques
en restauración

279.000
árboles nativos
plantados

Ampliación de proyectos



Aguas do Río

BIOMA

Mata Atlántica

REGIÓN

Río de Janeiro, Brasil

Extendimos el proyecto de restauración que impulsa el trabajo de familias locales, apoyando la protección de las cuencas hidrográficas de la región. Este proyecto, junto con la ONG ITPA, colabora con el funcionamiento de tres viveros y genera 20 puestos de trabajo locales directos y 50 indirectos.

100
nuevas hectáreas
en restauración

166.700
árboles nativos
plantados



Corredor Pau Brasil

BIOMA

Mata Atlántica

REGIÓN

Bahía, Brasil

Expandimos la restauración de este bioma con la plantación de árboles que contribuyen a la creación de un corredor biológico entre dos parques nacionales. En este proyecto participan comunidades indígenas de la región a través de asociaciones de producción de árboles para las actividades de restauración. A su vez, apoya el funcionamiento de tres viveros y promueve la generación de 10 empleos locales directos. La iniciativa se lleva a cabo en colaboración con las ONG Natureza Bela, Café Apuí e IDESAM.

100
nuevas hectáreas
en restauración

166.700
árboles nativos
plantados



Café Apuí

BIOMA

Amazonía

REGIÓN

Apuí, Brasil

Extendimos el proyecto de restauración con la aplicación de sistemas agroforestales de especies nativas y café, en una de las regiones con mayor deforestación de la Amazonía. El proyecto contribuye a fortalecer el trabajo de familias locales que generan ingresos a partir de la venta de café orgánico y del carbono que absorben sus sistemas agroforestales.

10
nuevas hectáreas
en restauración

20.000
árboles nativos
plantados

Indicadores

[Contenido GRI](#)
[Contenido SASB](#)
[Contenido IR](#)



[Descargar capítulo](#)

Estándar GRI

DECLARACIÓN DE USO

Mercado Libre ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023.

GRI 1 USADO

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDARES SECTORIALES GRI APLICABLES

No aplica a los estándares sectoriales disponibles

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021				
La organización y sus prácticas de reporte				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles de la organización	MercadoLibre, Inc. es una compañía que cotiza en NASDAQ, constituida bajo la forma jurídica "Corporation" bajo las leyes del estado de Delaware, EEUU. Su sede central se encuentra en Dr. Luis Bonavita 1294 unidad 1733, Montevideo, Uruguay, 11300.		
	2-2 Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	<p>MercadoLibre S.R.L. ARGENTINA</p> <p>DeRemate.com de Argentina S.A.</p> <p>Meli Log S.R.L.</p> <p>First Label S.R.L.</p> <p>Tech Pack S.R.L.</p> <p>MercadoPago Servicios de Procesamiento S.R.L.</p> <p>Interface Solutions S.R.L.</p> <p>MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. BRASIL</p> <p>Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda.</p> <p>eBazar.com.br Ltda.</p> <p>Mercado Envios Serviços de Logística Ltda.</p> <p>Meli Developers Brasil Ltda.</p> <p>Mercado Crédito Holding Financeira Ltda.</p> <p>Mercado Crédito Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento S.A.</p> <p>Mercado Pago Corretora de Seguros Ltda.</p> <p>Kangu Transportes Ltda.</p> <p>Kangu Participações S.A.</p> <p>K2I Intermediação Ltda.</p> <p>MercadoLibre Chile Ltda. CHILE</p> <p>Mercado Pago Emisora S.A.</p> <p>KANGU CHILE LIMITADA</p> <p>Mercado Pago Corredores de Seguros SpA</p> <p>Mercado Pago Crypto S.A.</p> <p>Red de Pagos del Comercio Limitada</p> <p>Mercado Pago Lending Limitada</p> <p>Mercado Pago Operadora S.A.</p> <p>MercadoLibre Colombia Ltda. COLOMBIA</p> <p>MercadoPago Colombia Ltda.</p> <p>Mercadopago S.A. Compañía de Financiamiento</p> <p>Kangu Tecnología Logística S.A.S.</p>		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
		MercadoLibre Costa Rica S.R.L.	COSTA RICA	
		MercadoLibre Ecuador Cia. Ltda.	ECUADOR	
		Meli Participaciones, S.L.	ESPAÑA	
		MercadoLibre, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico (pending publication of the authorization to act as IFPE) (Former name: MercadoLibre, S. de R.L. de C.V.)	MÉXICO	
		DeRemate.com de México S. de R.L. de C.V.		
		PSGAC, S. de R.L. de C.V.		
		Mercado Lending, S.A. de C.V.		
		Meli Operaciones Logísticas, S. de R.L. de C.V.		
		Meli Operaciones Logísticas II, S. de R.L. de C.V.		
		Meli Global Imports, S. de R.L. de C.V.		
		ITCoding Consultoría Tecnológica & Desarrollo, S.A. de C.V. (en liquidación)		
		MP Agregador, S. de R.L. de C.V.		
		Mercado Insurtech Agente de Seguros, S.A. de C.V.		
		KT transportes digitales, S. de R.L. de C.V.		
		MP Procesamiento de Pagos, S. de R.L. de C.V.		
		MercadoLibre Perú S.R.L.	PERÚ	
		MercadoPago Perú S.R.L.		
		Meli Uruguay S.R.L.	URUGUAY	
		Tech Fund S.R.L.		
		Deremate.com de Uruguay S.R.L.		
		Kiserty S.A.		
		MercadoPago Uruguay S.R.L.		
		Dirpul S.A.		
		Hammer.com, LLC	DELAWARE, USA	
		Servicios Administrativos y Comerciales, LLC		
		MercadoPago, LLC		
		Global Selling LLC		
		(Former name: Mercado Pago International, LLC)		
		Autopark, LLC		
		Autopark Classifieds, LLC		
		Marketplace Investments, LLC		
		Classifieds LLC		
		SFSC, LLC		
		Meli Capital LLC		
		Meli Technology, Inc.	CALIFORNIA, USA	
		MercadoLibre Venezuela, S.R.L.	VENEZUELA	
		Meli Capital Ventures LLC	CAYMAN ISLANDS	
		MELI KaszeK Pioneer Sponsor LLC (50% owned)		
	2-3 Período de reporte, frecuencia y punto de contacto			5
	2-4 Reexpresiones de información			5
	2-5 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa.		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																																																																																																																																																																																																																								
Actividades y equipos de trabajo																																																																																																																																																																																																																												
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales 2-7 Empleo			9-11																																																																																																																																																																																																																								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>EMPLEO</th> <th>ARG</th> <th>BRA</th> <th>CHI</th> <th>COL</th> <th>MEX</th> <th>PER</th> <th>URU</th> <th>VEN</th> <th>ECU</th> <th>USA</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Personas por tipo de contrato y género</td> <td></td> <td>58.313</td> </tr> <tr> <td>Permanentes</td> <td>10663</td> <td>22791</td> <td>2380</td> <td>4419</td> <td>12494</td> <td>45</td> <td>1780</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>54.612</td> </tr> <tr> <td>- Mujeres</td> <td>3859</td> <td>11412</td> <td>884</td> <td>1235</td> <td>5635</td> <td>19</td> <td>638</td> <td>16</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>23.701</td> </tr> <tr> <td>- Varones</td> <td>6804</td> <td>11379</td> <td>1496</td> <td>3184</td> <td>6859</td> <td>26</td> <td>1142</td> <td>10</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>30.911</td> </tr> <tr> <td>Temporario</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3701</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3701</td> </tr> <tr> <td>- Mujeres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1877</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1877</td> </tr> <tr> <td>- Varones</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1824</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1824</td> </tr> <tr> <td>Horas no garantizadas</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>- Mujeres</td> <td></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>- Varones</td> <td></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Por tipo de jornada y género</td> <td>10663</td> <td>22791</td> <td>2380</td> <td>4419</td> <td>16195</td> <td>45</td> <td>1780</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>58.313</td> </tr> <tr> <td>Jornada completa</td> <td>9908</td> <td>21254</td> <td>2380</td> <td>4037</td> <td>15574</td> <td>45</td> <td>1362</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>54.600</td> </tr> <tr> <td>- Mujeres</td> <td>3463</td> <td>10333</td> <td>884</td> <td>1031</td> <td>7196</td> <td>19</td> <td>370</td> <td>16</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>23.315</td> </tr> <tr> <td>- Varones</td> <td>6445</td> <td>10921</td> <td>1496</td> <td>3006</td> <td>8378</td> <td>26</td> <td>992</td> <td>10</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>31.285</td> </tr> <tr> <td>Media jornada</td> <td>755</td> <td>1537</td> <td>0</td> <td>382</td> <td>621</td> <td>0</td> <td>418</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3713</td> </tr> <tr> <td>- Mujeres</td> <td>396</td> <td>1079</td> <td>0</td> <td>204</td> <td>316</td> <td></td> <td>268</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2263</td> </tr> <tr> <td>- Varones</td> <td>359</td> <td>458</td> <td>0</td> <td>178</td> <td>305</td> <td></td> <td>150</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1450</td> </tr> </tbody> </table>	EMPLEO	ARG	BRA	CHI	COL	MEX	PER	URU	VEN	ECU	USA	TOTAL	Personas por tipo de contrato y género											58.313	Permanentes	10663	22791	2380	4419	12494	45	1780	26	4	10	54.612	- Mujeres	3859	11412	884	1235	5635	19	638	16	1	2	23.701	- Varones	6804	11379	1496	3184	6859	26	1142	10	3	8	30.911	Temporario	0	0	0	0	3701	0	0	0	0	0	3701	- Mujeres					1877						1877	- Varones					1824						1824	Horas no garantizadas	0	- Mujeres											0	- Varones											0	Por tipo de jornada y género	10663	22791	2380	4419	16195	45	1780	26	4	10	58.313	Jornada completa	9908	21254	2380	4037	15574	45	1362	26	4	10	54.600	- Mujeres	3463	10333	884	1031	7196	19	370	16	1	2	23.315	- Varones	6445	10921	1496	3006	8378	26	992	10	3	8	31.285	Media jornada	755	1537	0	382	621	0	418	0	0	0	3713	- Mujeres	396	1079	0	204	316		268				2263	- Varones	359	458	0	178	305		150				1450												
EMPLEO	ARG	BRA	CHI	COL	MEX	PER	URU	VEN	ECU	USA	TOTAL																																																																																																																																																																																																																	
Personas por tipo de contrato y género											58.313																																																																																																																																																																																																																	
Permanentes	10663	22791	2380	4419	12494	45	1780	26	4	10	54.612																																																																																																																																																																																																																	
- Mujeres	3859	11412	884	1235	5635	19	638	16	1	2	23.701																																																																																																																																																																																																																	
- Varones	6804	11379	1496	3184	6859	26	1142	10	3	8	30.911																																																																																																																																																																																																																	
Temporario	0	0	0	0	3701	0	0	0	0	0	3701																																																																																																																																																																																																																	
- Mujeres					1877						1877																																																																																																																																																																																																																	
- Varones					1824						1824																																																																																																																																																																																																																	
Horas no garantizadas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																	
- Mujeres											0																																																																																																																																																																																																																	
- Varones											0																																																																																																																																																																																																																	
Por tipo de jornada y género	10663	22791	2380	4419	16195	45	1780	26	4	10	58.313																																																																																																																																																																																																																	
Jornada completa	9908	21254	2380	4037	15574	45	1362	26	4	10	54.600																																																																																																																																																																																																																	
- Mujeres	3463	10333	884	1031	7196	19	370	16	1	2	23.315																																																																																																																																																																																																																	
- Varones	6445	10921	1496	3006	8378	26	992	10	3	8	31.285																																																																																																																																																																																																																	
Media jornada	755	1537	0	382	621	0	418	0	0	0	3713																																																																																																																																																																																																																	
- Mujeres	396	1079	0	204	316		268				2263																																																																																																																																																																																																																	
- Varones	359	458	0	178	305		150				1450																																																																																																																																																																																																																	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
	2-8 Personas que trabajan en la organización y no son empleadas			
			NÚMERO TOTAL	
		CALL CENTER: Empresas que brindan servicios de atención al cliente - CX, mediante call center.	11.448	
		FEED: Empresas que proveen servicios recurrentes de alimentación. Ej. Catering, comedor en planta.	415	
		FUERZA DE VENTA: Agencias de venta Mercado Pago. No incluye "Resellers" (afiliados al programa de reventa MP) los cuales no están mapeados en Certronic.	437	
		LIMPIEZA: Empresas que proveen servicios recurrentes de maestranza.	1326	
		LOGÍSTICA: Incluye Full y Transportation, dependiendo del país.	30.440	
		MANTENIMIENTO: Empresas que brindan servicios recurrentes de mantenimiento, de espacios, equipamiento, maquinaria.	339	
		MENSAJERÍA: Servicios recurrentes de cadetería	1	
		OBRAS: Empresas/Constructoras que proveen recursos para el desarrollo de obras.	65	
		OTROS SERVICIOS PROFESIONALES / RECURSOS EXTERNOS: Incluye consultoras que brindan recursos externos afectados 100% Meli	2306	
		SEGURIDAD: Empresas que brindan seguridad física.	1206	
		TRASLADO: Traslado de personal - Combis	34	
		Número total de personas que no son empleadas y cuyo trabajo es controlado por la organización	48.017	
Gobernanza				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura y composición de la gobernanza			18-19
	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Es responsabilidad del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo nominar miembros del Directorio para su posterior designación por la Asamblea de Accionistas. Estatuto del comité		
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno			18
	2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos			19
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos			19
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El máximo órgano de gobierno participó del proceso de evaluación de temas materiales que se realizó al inicio del ejercicio del Reporte 2022		
	2-15 Conflictos de interés			19
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	En el caso de que el Vicepresidente Senior y CFO considere que existe alguna preocupación crítica, la comunicará a los miembros del Directorio en alguna de las cuatro reuniones que se realizan anualmente. En el período no se ha relevado la cantidad de preocupaciones críticas reportadas formalmente al máximo órgano de gobierno.		
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	Las personas que integran el Directorio pueden participar de espacios industriales, como foros y eventos en los que amplían su conocimiento en temas económicos, ambientales y sociales.		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	El Directorio y cada Comité realizan una autoevaluación anual para evaluar la efectividad en el cumplimiento de sus obligaciones. Como parte de esa autoevaluación, los directores pueden brindar feedback sobre el desempeño de otros directores. El director independiente principal da seguimiento a estos comentarios y toma las medidas adicionales que considere apropiadas con los directores que reciben comentarios.		
	2-19 Políticas de remuneración	Comité de Compensaciones		
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Comité de Compensaciones Lineamiento de Gobierno Corporativo		
	2-21 Ratio de compensación total anual	La información estará disponible en abril 2024 y se actualizará en el presente informe		
Estrategia, políticas y prácticas				
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible			3
	2-23 Compromisos de política			19-21
	2-24 Incorporación de compromisos			20-21
	2-25 Procesos para remediar impactos negativos			22
	2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes			22
	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	<p>Durante el período del Reporte, Mercado Libre tuvo un total de 33 casos de incumplimiento significativos de las leyes y reglamentos.</p> <p>En Brasil, la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA, por su sigla en portugués) sancionó con multas a Mercado Libre por USD 406.836,2. El 50% se impusieron por vender productos no registrados en ANVISA. El 33,3% refiere a alegaciones sobre irregularidades en los anuncios y el 17,6% a productos prohibidos por ANVISA. En el mismo país, además, el Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología (INMETRO, por su sigla en portugués) impuso multas por USD 72.500. El 70% fueron por ausencia de información sobre el sello del INMETRO visible en los anuncios.</p> <p>En 2023, en otro proceso administrativo iniciado por ANATEL, se impuso una multa de USD 1.102.072,53 por la venta de productos no homologados en la plataforma de comercio electrónico y otra por USD 270.875,38 debido a la existencia de productos no homologados en un centro de distribución. En el estado de Minas Gerais, el Ministerio Público realizó una multa por incumplir la legislación de consumidores al cobrar cantidades indebidas a un usuario que vio cancelada su compra en la plataforma, por un valor de USD 372.000. En ese mismo estado, el Ministerio Público multó a Mercado Libre por vender un producto prohibido por ANVISA por USD 140.000.</p> <p>En México, se registraron dos multas por incumplimiento del Programa de Compra Protegida. Una de USD 42.500 que se encuentra recurrida, y otra por USD 25.000 que, tras cuestionarla, fue dejada sin efecto.</p> <p>En Uruguay, se registró una multa por brindar datos de vendedores antes de la compra. El valor fue de USD 4000. Este caso fue apelado y, al cierre del Reporte, no se encontraba firme. En Colombia, se registró una multa de la Superintendencia de Industria y Comercio por incumplimientos relacionadas con las jornadas del día sin IVA 2020. El valor de la sanción fue de USD 40.422 y, al cierre del Reporte estaba en apelación.</p> <p>Al cierre del periodo, se pagaron 43 multas, de las cuales una corresponde a la sanción de la SIC en Colombia por publicaciones de usuarios relativos a productos Fisher Price equivalente al valor de USD 5600 reportada el periodo anterior.</p>		
	2-28 Asociaciones de miembros			15

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA										
Participación de los grupos de interés														
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés partes interesadas			5										
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	<p>Colaboradores cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PAIS</th> <th>2023</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brasil</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Argentina</td> <td>30,78%</td> </tr> <tr> <td>Uruguay</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Colombia / Venezuela / Perú / Chile / México</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	PAIS	2023	Brasil	100%	Argentina	30,78%	Uruguay	100%	Colombia / Venezuela / Perú / Chile / México	0%		
PAIS	2023													
Brasil	100%													
Argentina	30,78%													
Uruguay	100%													
Colombia / Venezuela / Perú / Chile / México	0%													
TEMAS MATERIALES														
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1. Proceso para determinar temas materiales			6										
	3-2 Lista de temas materiales			6										
TEMA MATERIAL: Desempeño económico														
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8, 9	12-14										
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido		8, 9	14										
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático		8, 9	57										
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Mercado Libre cumple con los planes previsionales dispuestos por ley en todos los países donde opera.	8, 9											
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	En Argentina, Mercado Libre SRL está inscripta en la Ley de Economía del conocimiento (Ley 27.506 y sus modificatorias) que habilita a obtener desgravaciones y créditos impositivos. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde Mercado Libre SRL está inscripta como empresa de tecnología dentro del Distrito Tecnológico, obtiene exenciones impositivas. En Brasil, eBazar.com.br Ltda. cuenta con un incentivo fiscal vinculado al Impuesto a la Circulación de Mercancías, Servicios de Transporte Interestatales, Intermunicipales y de Comunicaciones, otorgado por el Estado de Minas Gerais. Además, Meli Developers Brasil Ltda., obtuvo acceso al Régimen de Contribución Social sobre los Ingresos Brutos que comprende el pago de contribuciones a la seguridad social a una tasa del 4,5% sobre el valor bruto ingresos, frente al 20% sobre la remuneración pagada a los empleados.	8, 9											
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	La información estará disponible en abril 2024 y se actualizará en el presente informe	8, 10											
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local		8, 10	18										
TEMA MATERIAL: Contribución al desarrollo socioeconómico														
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8	45										

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA											
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Durante el período del reporte no realizamos inversiones significativas en infraestructura y servicios de apoyo.	8												
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos		8	16, 45, 48											
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales		8	11											
GRI: 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Durante el período del reporte no identificamos proveedores con riesgos significativos de casos de trabajo infantil.	8												
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Durante el período del reporte no identificamos proveedores con riesgos significativos de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	8												
TEMA MATERIAL: Formación y desarrollo de nuestros equipos															
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8	33-38											
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	2023													
		Nuevas contrataciones	ARG	BRA	CHI	COL	ECU	USA	MEX	PER	URU	VEN	TOTAL	8	
			1.853	11.468	1.071	1.075	2	3	8.136	13	310	8	23.939		
		Mujeres	724	6236	426	270	1	1	3852	6	132	5	11653		
		Menor a 30 años	542	4013	238	214			2378	5	111	4	7506		
		Entre 30 y 50 años	180	2116	179	56	1		1405	1	20	1	3959		
		Mayor de 50 años	2	107	9				69		1		188		
		Varones	1129	5232	645	805	1	2	4284	7	178	3	12286		
		Menor a 30 años	794	3613	315	513			2858	4	119	3	8220		
		Entre 30 y 50 años	334	1518	311	291	1		1367	3	59		3884		
		Mayor de 50 años	1	101	19	1		1	59				182		
		Tasa de rotación													
		Mujeres	433	2503	204	146	0	1	1281	6	119	1	4694		
		Menor a 30 años	272	1632	128	102	0	0	786	5	107	1	3033		
		Entre 30 y 50 años	160	846	71	44	0	1	483	1	12	0	1618		
		Mayor de 50 años	1	25	5	0	0	0	12	0	0	0	43		
		Varones	752	2124	251	326	0	4	1499	2	102	2	5062		
Menor a 30 años	420	1283	127	171	0	2	971	0	74	1	3049				
Entre 30 y 50 años	329	804	115	152	0	2	518	2	28	1	1951				
Mayor de 50 años	3	37	9	3	0	0	10	0	0	0	62				
Tipo de rotación	1185	4627	455	472	0	5	2780	8	221	3	9756				
Voluntaria (renuncia)	811	1633	120	216	0	3	1664	5	90	2	4544				
Involuntaria (despido)	374	2994	335	256	0	2	1116	3	131	1	5212				

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																																																																																
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		8	34, 35, 37, 38, 41, 43																																																																																
	401-3 Permiso parental		8, 10	41																																																																																
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado		8	37																																																																																
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		8	36-38																																																																																
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		8	37																																																																																
TEMA MATERIAL: Diversidad e igualdad de oportunidades																																																																																				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8, 10	39-42																																																																																
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Diversidad en empleados</th> <th>Reps + Team Leaders</th> <th>Ejecutivos comerciales</th> <th>Analista y asistentes</th> <th>Supervisores</th> <th>Gerentes/ Executive Assistant</th> <th>Gerentes Senior</th> <th>Director</th> <th>VP/CEO</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="10">Por género</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>16909</td> <td>294</td> <td>5552</td> <td>1788</td> <td>709</td> <td>241</td> <td>74</td> <td>7</td> <td>25.578</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>15157</td> <td>320</td> <td>11575</td> <td>3544</td> <td>1317</td> <td>534</td> <td>241</td> <td>42</td> <td>32.735</td> </tr> <tr> <td colspan="10">Por grupo de edad</td> </tr> <tr> <td>Menor a 30 años</td> <td>21393</td> <td>167</td> <td>9405</td> <td>790</td> <td>95</td> <td>5</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>31.860</td> </tr> <tr> <td>Entre 30 y 50 años</td> <td>10006</td> <td>433</td> <td>7671</td> <td>4484</td> <td>1907</td> <td>746</td> <td>302</td> <td>42</td> <td>25.594</td> </tr> <tr> <td>Mayor a 50 años</td> <td>667</td> <td>14</td> <td>51</td> <td>58</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>13</td> <td>7</td> <td>859</td> </tr> </tbody> </table>	Diversidad en empleados	Reps + Team Leaders	Ejecutivos comerciales	Analista y asistentes	Supervisores	Gerentes/ Executive Assistant	Gerentes Senior	Director	VP/CEO	Total	Por género										Mujeres	16909	294	5552	1788	709	241	74	7	25.578	Hombres	15157	320	11575	3544	1317	534	241	42	32.735	Por grupo de edad										Menor a 30 años	21393	167	9405	790	95	5	0	0	31.860	Entre 30 y 50 años	10006	433	7671	4484	1907	746	302	42	25.594	Mayor a 50 años	667	14	51	58	24	24	13	7	859	8, 10	
Diversidad en empleados	Reps + Team Leaders	Ejecutivos comerciales	Analista y asistentes	Supervisores	Gerentes/ Executive Assistant	Gerentes Senior	Director	VP/CEO	Total																																																																											
Por género																																																																																				
Mujeres	16909	294	5552	1788	709	241	74	7	25.578																																																																											
Hombres	15157	320	11575	3544	1317	534	241	42	32.735																																																																											
Por grupo de edad																																																																																				
Menor a 30 años	21393	167	9405	790	95	5	0	0	31.860																																																																											
Entre 30 y 50 años	10006	433	7671	4484	1907	746	302	42	25.594																																																																											
Mayor a 50 años	667	14	51	58	24	24	13	7	859																																																																											
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	La información estará disponible en abril 2024 y se actualizará en el presente informe	8, 10																																																																																	
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		8, 10	22																																																																																
TEMA MATERIAL: Confianza y seguridad de nuestros productos y servicios																																																																																				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		12, 9	27-30																																																																																

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios		9	27
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Además de los casos informados en el indicador 2-27 relativos a los impactos en la salud y seguridad de productos y servicios, en Brasil, el ente de protección al consumidor PROCON abrió un procedimiento administrativo contra MELI, con la aplicación de una medida cautelar para evitar la comercialización de productos falsificados en la plataforma. Además, en México COFEPRIS nos apercibió por haber almacenado productos sin contar supuestamente con la debidas autorizaciones (oxímetros).	9	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		12	27
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Ver los casos informados en el indicador 2-27 relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	12	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Ver los casos informados en el indicador 2-27 relacionados con las comunicaciones de marketing .	12	
TEMA MATERIAL: Privacidad y seguridad de la información				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		9	31
GRI 418: Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	En 2023, registramos 13 habeas data (reclamos judiciales). Además, en el periodo tuvimos 19 incidentes que afectaron algún pilar de la Confidencialidad, Integridad y/o Disponibilidad (CID) de datos de los cuales 5 incidentes de privacidad involucraron datos específicamente de usuarios. En 2023 recibimos 2.111.690 ejercicios de derechos por parte de usuarios y terceros, realizados por los canales formales (manuales y automatizados). Recibimos un total de 12 denuncias de terceros presentadas ante la autoridad regulatoria.	9	
TEMA MATERIAL: Educación para la inclusión digital				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8, 9, 10, 17	52-54
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		8, 9, 10, 17	45-54
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Durante el período del reporte no evaluamos el impacto negativo de nuestras operaciones en las comunidades locales	8, 9, 10, 17	
TEMA MATERIAL: Ética y transparencia				
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		12	19-22

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																																																																																																													
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		12	21																																																																																																													
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">FORMACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS</th> <th colspan="2">ANALISTAS Y ASISTENTES</th> <th colspan="2">SUPERVISORES</th> <th colspan="2">MANAGERS</th> </tr> <tr> <th>Nº</th> <th>%</th> <th>Nº</th> <th>%</th> <th>Nº</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Argentina</td> <td>5712</td> <td>78%</td> <td>1996</td> <td>68%</td> <td>1392</td> <td>59%</td> </tr> <tr> <td>Brasil</td> <td>5253</td> <td>58%</td> <td>3369</td> <td>46%</td> <td>1011</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>Chile</td> <td>1150</td> <td>67%</td> <td>412</td> <td>59%</td> <td>189</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Colombia</td> <td>3095</td> <td>83%</td> <td>760</td> <td>76%</td> <td>183</td> <td>69%</td> </tr> <tr> <td>Ecuador</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>3</td> <td>33%</td> <td>1</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>México</td> <td>1548</td> <td>64%</td> <td>1568</td> <td>38%</td> <td>309</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>Perú</td> <td>23</td> <td>57%</td> <td>13</td> <td>46%</td> <td>8</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Uruguay</td> <td>846</td> <td>82%</td> <td>312</td> <td>73%</td> <td>212</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>Venezuela</td> <td>17</td> <td>47%</td> <td>7</td> <td>43%</td> <td>2</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">COMUNICACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS</th> </tr> <tr> <th>PAÍS</th> <th>TOTAL PERSONAS</th> <th>% DEL TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Argentina</td> <td>14.746</td> <td>99,39%</td> </tr> <tr> <td>Brasil</td> <td>14.721</td> <td>65,58%</td> </tr> <tr> <td>Chile</td> <td>2575</td> <td>92,29%</td> </tr> <tr> <td>Colombia</td> <td>11.450</td> <td>99,36%</td> </tr> <tr> <td>México</td> <td>19.259</td> <td>85,39%</td> </tr> <tr> <td>Perú</td> <td>43</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Uruguay</td> <td>1914</td> <td>96,72%</td> </tr> <tr> <td>Venezuela</td> <td>26</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>64.734</td> <td>85%</td> </tr> </tbody> </table>	FORMACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS	ANALISTAS Y ASISTENTES		SUPERVISORES		MANAGERS		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Argentina	5712	78%	1996	68%	1392	59%	Brasil	5253	58%	3369	46%	1011	47%	Chile	1150	67%	412	59%	189	51%	Colombia	3095	83%	760	76%	183	69%	Ecuador	-	-	3	33%	1	-	México	1548	64%	1568	38%	309	46%	Perú	23	57%	13	46%	8	25%	Uruguay	846	82%	312	73%	212	62%	Venezuela	17	47%	7	43%	2	100%	COMUNICACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS			PAÍS	TOTAL PERSONAS	% DEL TOTAL	Argentina	14.746	99,39%	Brasil	14.721	65,58%	Chile	2575	92,29%	Colombia	11.450	99,36%	México	19.259	85,39%	Perú	43	100%	Uruguay	1914	96,72%	Venezuela	26	100%	Total	64.734	85%	12	20-21
FORMACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS	ANALISTAS Y ASISTENTES			SUPERVISORES		MANAGERS																																																																																																											
	Nº	%	Nº	%	Nº	%																																																																																																											
Argentina	5712	78%	1996	68%	1392	59%																																																																																																											
Brasil	5253	58%	3369	46%	1011	47%																																																																																																											
Chile	1150	67%	412	59%	189	51%																																																																																																											
Colombia	3095	83%	760	76%	183	69%																																																																																																											
Ecuador	-	-	3	33%	1	-																																																																																																											
México	1548	64%	1568	38%	309	46%																																																																																																											
Perú	23	57%	13	46%	8	25%																																																																																																											
Uruguay	846	82%	312	73%	212	62%																																																																																																											
Venezuela	17	47%	7	43%	2	100%																																																																																																											
COMUNICACIÓN EN POLÍTICAS SOBRE ANTICORRUPCIÓN A EMPLEADOS																																																																																																																	
PAÍS	TOTAL PERSONAS	% DEL TOTAL																																																																																																															
Argentina	14.746	99,39%																																																																																																															
Brasil	14.721	65,58%																																																																																																															
Chile	2575	92,29%																																																																																																															
Colombia	11.450	99,36%																																																																																																															
México	19.259	85,39%																																																																																																															
Perú	43	100%																																																																																																															
Uruguay	1914	96,72%																																																																																																															
Venezuela	26	100%																																																																																																															
Total	64.734	85%																																																																																																															
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		12	21																																																																																																													
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante el período del reporte no se registraon acciones jurídicas relacionadas a la compentencia desleal, las práctica monopólicas y contra la libre compentecia. Tampoco había ninguna investigación formal abierta contra Mercado Libre de períodos anteriores.	12																																																																																																														
GRI 415: Políticas públicas	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	Durante 2023 no se realizaron contribuciones a partidos políticos ni representantes.	12																																																																																																														

Además, 221 proveedores recibieron y firmaron material anticorrupción desde el inicio del programa de Anticorrupción de Meli. Esto representa el 66% del total de proveedores que se encuentran dentro del scope del programa de Terceros Intermediarios.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																																																	
TEMA MATERIAL: Cambio climático: energía, movilidad y packaging																																																					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		13	56-71																																																	
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS (PACKAGING) EN TONELADAS	13																																																		
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Material</th> <th>México 2023</th> <th>Argentina 2023</th> <th>Brasil 2023</th> <th>Chile 2023</th> <th>Colombia 2023</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cartón</td> <td>9.757</td> <td>914</td> <td>9.900</td> <td>757</td> <td>239</td> <td>32.916</td> </tr> <tr> <td>Bioplástico</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>109</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td>6.424</td> <td>679</td> <td>5.730</td> <td>424</td> <td>136</td> <td>17.897</td> </tr> <tr> <td>Papel</td> <td>198</td> <td>77</td> <td>2.631</td> <td>111</td> <td>2</td> <td>3.816</td> </tr> <tr> <td>Madera</td> <td>24.893</td> <td>1929</td> <td>2.510</td> <td>263</td> <td>68</td> <td>42.010</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>41.272</td> <td>3599</td> <td>20.771</td> <td>1.664</td> <td>445</td> <td>96.639</td> </tr> </tbody> </table>			Material	México 2023	Argentina 2023	Brasil 2023	Chile 2023	Colombia 2023	Total	Cartón	9.757	914	9.900	757	239	32.916	Bioplástico	-	-	-	109	-		Plástico	6.424	679	5.730	424	136	17.897	Papel	198	77	2.631	111	2	3.816	Madera	24.893	1929	2.510	263	68	42.010	Total	41.272	3599	20.771	1.664	445	96.639
		Material			México 2023	Argentina 2023	Brasil 2023	Chile 2023	Colombia 2023	Total																																											
		Cartón			9.757	914	9.900	757	239	32.916																																											
		Bioplástico			-	-	-	109	-																																												
		Plástico			6.424	679	5.730	424	136	17.897																																											
		Papel			198	77	2.631	111	2	3.816																																											
		Madera			24.893	1929	2.510	263	68	42.010																																											
Total	41.272	3599	20.771	1.664	445	96.639																																															
301-2 Insumos reciclados utilizados		13	66																																																		
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		13	66																																																		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización		13	67-68																																																	
	302-2 Consumo energético fuera de la organización		13	67-68																																																	
	302-3 Intensidad energética		13	67																																																	
	302-4 Reducción del consumo energético		13	67-68																																																	
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Durante el período del reporte no se registró una reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.		13																																																	
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	El consumo de agua de Mercado Libre corresponde al provisto por el servicio local donde se encuentran las oficinas y centros de distribución. Realizamos un seguimiento y medición del consumo, aunque no identificamos impactos negativos relacionados con el agua. En todas las decisiones de obra se priorizan instalaciones y sistemas que contribuyen con el ahorro del recurso hídrico, como por ejemplo en la selección de canillas con cierre automático y de inodoros de descarga dual.	13																																																		
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Mercado Libre no posee procesos industriales cuyos vertidos afecten cuerpos de aguas.	13																																																		
	303-3 Extracción de agua	La compañía no realiza extracción de agua, sino que usa el recurso proveniente de compañías de suministro locales.	13																																																		
	303-4 Vertido de agua	Mercado Libre no tiene procesos productivos que involucren el uso de agua.	13																																																		
	303-5 Consumo de agua	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">CONSUMO DE AGUA (en litros)</th> <th>2023</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados</td> <td>585.229</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Extracción de agua por fuentes</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Aguas superficiales</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Aguas subterráneas</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización</td> <td>1804</td> </tr> </tbody> </table>	CONSUMO DE AGUA (en litros)		2023	Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados		585.229	Extracción de agua por fuentes			Aguas superficiales			Aguas subterráneas			Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización		1804	13																																
CONSUMO DE AGUA (en litros)		2023																																																			
Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados		585.229																																																			
Extracción de agua por fuentes																																																					
Aguas superficiales																																																					
Aguas subterráneas																																																					
Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización		1804																																																			

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																																											
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)		13	59																																											
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)		13	59																																											
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)		13	59																																											
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		13	59																																											
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI		13	59																																											
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Las emisiones relativas a esas fuentes son consideradas en el cálculo total de la huella de carbono.	13	59																																											
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Durante el período del reporte la medición de estos gases no se incluyó en la huella de carbono.	13																																												
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		13	64-65																																											
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		13	64-66																																											
	306-3 Residuos generados	<table border="1"> <thead> <tr> <th>TOTAL RESIDUOS POR COMPOSICIÓN EN TONELADAS MÉTRICAS (T)</th> <th>Residuos generados (recuperado + no recuperado)</th> <th>No destinados a eliminación (recuperado)</th> <th>Destinados a eliminación (no recuperado)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aluminio + Chatarra y otros metales</td> <td>282</td> <td>282</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Cartón</td> <td>17.999</td> <td>17.999</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Papel</td> <td>23</td> <td>23</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td>2.998</td> <td>2.998</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Madera</td> <td>10.005</td> <td>10.005</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Orgánico/Compostable</td> <td>190</td> <td>190</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Generales a coprocesamiento</td> <td>737</td> <td>737</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Generales</td> <td>4.117</td> <td>0</td> <td>4.117</td> </tr> <tr> <td>Residuos Peligrosos</td> <td>354</td> <td>0</td> <td>354</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>36.705</td> <td>32.234</td> <td>4.471</td> </tr> </tbody> </table>	TOTAL RESIDUOS POR COMPOSICIÓN EN TONELADAS MÉTRICAS (T)	Residuos generados (recuperado + no recuperado)	No destinados a eliminación (recuperado)	Destinados a eliminación (no recuperado)	Aluminio + Chatarra y otros metales	282	282	0	Cartón	17.999	17.999	0	Papel	23	23	0	Plástico	2.998	2.998	0	Madera	10.005	10.005	0	Orgánico/Compostable	190	190	0	Generales a coprocesamiento	737	737	0	Generales	4.117	0	4.117	Residuos Peligrosos	354	0	354	TOTAL	36.705	32.234	4.471	13
TOTAL RESIDUOS POR COMPOSICIÓN EN TONELADAS MÉTRICAS (T)	Residuos generados (recuperado + no recuperado)	No destinados a eliminación (recuperado)	Destinados a eliminación (no recuperado)																																												
Aluminio + Chatarra y otros metales	282	282	0																																												
Cartón	17.999	17.999	0																																												
Papel	23	23	0																																												
Plástico	2.998	2.998	0																																												
Madera	10.005	10.005	0																																												
Orgánico/Compostable	190	190	0																																												
Generales a coprocesamiento	737	737	0																																												
Generales	4.117	0	4.117																																												
Residuos Peligrosos	354	0	354																																												
TOTAL	36.705	32.234	4.471																																												

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA																												
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	<p>RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN [RECUPERADO] EN TONELADAS MÉTRICAS (T)</p> <p>Residuos peligrosos Recuperado (ej aceite lubricante, aceite de cocina, baterías, luminaria recuperada o reutilizada)</p> <table border="1"> <tr><td>Reutilización</td><td>0</td></tr> <tr><td>Reciclaje</td><td>0</td></tr> <tr><td>Recuperación</td><td>0</td></tr> <tr><td>Refinación</td><td>0</td></tr> <tr><td>Generación de energía por coprocesamiento</td><td>0</td></tr> <tr><td>Almacenamiento en sitio</td><td>0</td></tr> <tr><td>Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [Recuperado]</td><td>2023</td></tr> <tr><td>Reutilización</td><td>10.288</td></tr> <tr><td>Reciclaje</td><td>21.020</td></tr> <tr><td>Compostaje</td><td>190</td></tr> <tr><td>Recuperación</td><td>0</td></tr> <tr><td>Generación de energía por coprocesamiento</td><td>737</td></tr> <tr><td>Almacenamiento en sitio</td><td>0</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td>32.234 t</td></tr> </table>	Reutilización	0	Reciclaje	0	Recuperación	0	Refinación	0	Generación de energía por coprocesamiento	0	Almacenamiento en sitio	0	Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [Recuperado]	2023	Reutilización	10.288	Reciclaje	21.020	Compostaje	190	Recuperación	0	Generación de energía por coprocesamiento	737	Almacenamiento en sitio	0	TOTAL	32.234 t	13	
Reutilización	0																															
Reciclaje	0																															
Recuperación	0																															
Refinación	0																															
Generación de energía por coprocesamiento	0																															
Almacenamiento en sitio	0																															
Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [Recuperado]	2023																															
Reutilización	10.288																															
Reciclaje	21.020																															
Compostaje	190																															
Recuperación	0																															
Generación de energía por coprocesamiento	737																															
Almacenamiento en sitio	0																															
TOTAL	32.234 t																															
	306-5 Residuos destinados a eliminación	<p>RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN [NO RECUPERADO] EN TONELADAS MÉTRICAS (T)</p> <p>Residuos peligrosos* no recuperado (Principalmente pilas, baterías, aceite de cocina, elementos de protección personal, y otros materiales biológicos, oxidantes o corrosivos)</p> <table border="1"> <tr><td>Incineración</td><td>0</td></tr> <tr><td>Inyección en pozos profundos</td><td>0</td></tr> <tr><td>Vertedero</td><td>0</td></tr> <tr><td>Celda de seguridad</td><td>354</td></tr> <tr><td>Generación de energía por coprocesamiento</td><td>0</td></tr> <tr><td>Almacenamiento en sitio</td><td>0</td></tr> <tr><td>Otro método ¿cuál?</td><td>0</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td></tr> <tr><td>Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [No Recuperado]</td><td>2023</td></tr> <tr><td>Vertedero</td><td>4.117</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td>4.117</td></tr> </table>	Incineración	0	Inyección en pozos profundos	0	Vertedero	0	Celda de seguridad	354	Generación de energía por coprocesamiento	0	Almacenamiento en sitio	0	Otro método ¿cuál?	0	TOTAL		Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [No Recuperado]	2023	Vertedero	4.117	TOTAL	4.117	13							
Incineración	0																															
Inyección en pozos profundos	0																															
Vertedero	0																															
Celda de seguridad	354																															
Generación de energía por coprocesamiento	0																															
Almacenamiento en sitio	0																															
Otro método ¿cuál?	0																															
TOTAL																																
Residuos no peligrosos no destinados a eliminación [No Recuperado]	2023																															
Vertedero	4.117																															
TOTAL	4.117																															
TEMA MATERIAL: Inclusión y educación financiera																																
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		10	48-51																												

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA	
TEMA MATERIAL: Empoderamiento de emprendedores, pymes y ONGs					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		8	46, 47, 51	
TEMA MATERIAL: Innovación y desarrollo de productos					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		12	24-26	
TEMA MATERIAL: Salud y seguridad laboral					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material		3	43	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		3	43	
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		3	43	
	403-3 Servicios de salud en el trabajo		3	43	
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		3	43	
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		3	43	
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		3	43	
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales		3	43	
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	100% de cobertura. No se ha excluido a ningún trabajador del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		3	
	403-9 Lesiones por accidente laboral			3	
		2023			
Lesiones por accidente laboral para todos los empleados		N°	Tasa		
Fallecimientos resultantes de lesión por accidentes laborales		0	0		
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos).		6	50%		
Lesiones por accidente laboral registrables desagregado por sexo					
- Mujer		336	58%		
- Varón		244	42%		
Tasa de lesiones			0,22		
El número de horas trabajadas.		55.547.500			
Los principales tipos de lesiones por accidente laboral		ABRASADOR y CONTUSIONES			

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	RESPUESTA	ODS	PÁGINA
		2023		
		Lesiones por accidente laboral para todos los trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización	N°	Tasa
		Fallecimientos resultantes de lesión por accidentes laborales	0	0
		Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos).	3	17%
		Lesiones por accidente laboral registrables desagregado por sexo		
		- Mujer	239	60%
		- Varón	157	40%
		Tasa de lesiones		0,32
		El número de horas trabajadas.	55.140.985	
		Los principales tipos de lesiones por accidente laboral	ABRASADOR y CONTUSIONES	
403-10	Dolencias y enfermedades laborales		2023	3
		Dolencias y enfermedades laborales para todos los empleados	N°	Tasa
		N° de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral.	0	0
		Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables desagregado por sexo	Mujer:14 Varón:6	0,03%
		Los principales tipos de dolencias y enfermedades laborales.	Enfermedades musculoesqueléticas	
		403-10 Dolencias y enfermedades laborales para todos los trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización	2023	
		N° de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral.	0	0
		Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	Mujer:0 Varón:0	0
		Número de horas de ausentismo a 31/12	1.611.244	

Estándares SASB

TEMAS PARA LA INDUSTRIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

INDICADOR	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA						
Medio ambiente: Infraestructura energética y gestión del agua									
CG-EC-130a.1	Uso de energía		67-68						
CG-EC-130a.2	Uso de agua	<p>CONSUMO DE AGUA (en litros)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2023</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados</td> <td>585.229</td> </tr> <tr> <td>Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización</td> <td>1804</td> </tr> </tbody> </table> <p>La empresa no realiza extracción de agua, sólo utiliza recursos de empresas proveedoras locales.</p>		2023	Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados	585.229	Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización	1804	
	2023								
Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados	585.229								
Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización	1804								
CG-EC-130a.3	Discusión sobre la integración de consideraciones ambientales en la planificación estratégica para las necesidades energéticas de los centros de datos.	Durante el período de reporte, Mercado Libre no contaba con centro de datos propios.							
Capital social: Privacidad de datos y estándares de publicidad									
CG-EC-220a.1	Número de usuarios cuya información se utiliza para fines secundarios.		31						
CG-EC-220a.2	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con la publicidad conductual y la privacidad del usuario.		31						
Capital social: Seguridad de datos									
CG-EC-230a.1	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos de seguridad de datos.		31						
CG-EC-230a.2	Vulnerabilidad de datos	En 2023, tuvimos 19 incidentes que afectaron algún pilar de la Confidencialidad, Integridad y/o Disponibilidad (CID) de datos. El 26% afectó el acceso a datos personales de 100.000 usuarios. En ninguno de los casos el riesgo fue relevante para notificar a los titulares.	31						
Capital humano: Contratación, inclusión y rendimiento de empleados									

INDICADOR	CONTENIDO	RESPUESTA	PÁGINA																																																																																																																																																																																																												
CG-EC-330a.1	Porcentaje de engament de los empleados		33																																																																																																																																																																																																												
CG-EC-330a.2	Rotación de empleados	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de rotación</th> <th>1185</th> <th>4627</th> <th>455</th> <th>472</th> <th>0</th> <th>5</th> <th>2780</th> <th>8</th> <th>221</th> <th>3</th> <th>9756</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Voluntaria (renuncia)</td> <td>811</td> <td>1633</td> <td>120</td> <td>216</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>1664</td> <td>5</td> <td>90</td> <td>2</td> <td>4544</td> </tr> <tr> <td>Involuntaria (despido)</td> <td>374</td> <td>2994</td> <td>335</td> <td>256</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>1116</td> <td>3</td> <td>131</td> <td>1</td> <td>5212</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de rotación	1185	4627	455	472	0	5	2780	8	221	3	9756	Voluntaria (renuncia)	811	1633	120	216	0	3	1664	5	90	2	4544	Involuntaria (despido)	374	2994	335	256	0	2	1116	3	131	1	5212																																																																																																																																																																									
Tipo de rotación	1185	4627	455	472	0	5	2780	8	221	3	9756																																																																																																																																																																																																				
Voluntaria (renuncia)	811	1633	120	216	0	3	1664	5	90	2	4544																																																																																																																																																																																																				
Involuntaria (despido)	374	2994	335	256	0	2	1116	3	131	1	5212																																																																																																																																																																																																				
CG-EC-330a.3	Diversidad	<p>POR GÉNERO Y TIPO DE POSICIÓN</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>ARG</th> <th>BRA</th> <th>CHI</th> <th>COL</th> <th>MEX</th> <th>PER</th> <th>URU</th> <th>VEN</th> <th>ECU</th> <th>USA</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="12">Management</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>1081</td> <td>914</td> <td>155</td> <td>227</td> <td>312</td> <td>5</td> <td>119</td> <td>5</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>2819</td> </tr> <tr> <td>Varones</td> <td>2162</td> <td>1580</td> <td>350</td> <td>648</td> <td>551</td> <td>17</td> <td>358</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>5678</td> </tr> <tr> <td colspan="12">Tecnología y producto</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>1489</td> <td>934</td> <td>219</td> <td>763</td> <td>131</td> <td>1</td> <td>194</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>3731</td> </tr> <tr> <td>Varones</td> <td>4345</td> <td>2714</td> <td>767</td> <td>2749</td> <td>486</td> <td>5</td> <td>841</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>11.907</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>5834</td> <td>3648</td> <td>986</td> <td>3512</td> <td>617</td> <td>6</td> <td>1035</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>15.638</td> </tr> <tr> <td colspan="12">Logística</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>838</td> <td>8067</td> <td>455</td> <td>83</td> <td>6940</td> <td>1</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>16386</td> </tr> <tr> <td>Varones</td> <td>984</td> <td>7067</td> <td>501</td> <td>111</td> <td>7820</td> <td>1</td> <td>6</td> <td></td> <td>1</td> <td>1</td> <td>16492</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1822</td> <td>15.134</td> <td>956</td> <td>194</td> <td>14.760</td> <td>2</td> <td>8</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>32.878</td> </tr> <tr> <td colspan="12">Otras áreas de staff y negocio</td> </tr> <tr> <td>Mujeres</td> <td>1532</td> <td>2411</td> <td>206</td> <td>389</td> <td>441</td> <td>17</td> <td>442</td> <td>16</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>5457</td> </tr> <tr> <td>Varones</td> <td>1475</td> <td>1598</td> <td>223</td> <td>324</td> <td>377</td> <td>20</td> <td>295</td> <td>10</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>4331</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>3007</td> <td>4009</td> <td>429</td> <td>713</td> <td>818</td> <td>37</td> <td>737</td> <td>26</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>9788</td> </tr> <tr> <td>Total País</td> <td>10.663</td> <td>22.791</td> <td>2371</td> <td>4419</td> <td>16.195</td> <td>45</td> <td>1780</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>58.313</td> </tr> </tbody> </table>		ARG	BRA	CHI	COL	MEX	PER	URU	VEN	ECU	USA	TOTAL	Management												Mujeres	1081	914	155	227	312	5	119	5	1	0	2819	Varones	2162	1580	350	648	551	17	358	4	3	5	5678	Tecnología y producto												Mujeres	1489	934	219	763	131	1	194				3731	Varones	4345	2714	767	2749	486	5	841				11.907	Total	5834	3648	986	3512	617	6	1035	0	0	0	15.638	Logística												Mujeres	838	8067	455	83	6940	1	2				16386	Varones	984	7067	501	111	7820	1	6		1	1	16492	Total	1822	15.134	956	194	14.760	2	8	0	1	1	32.878	Otras áreas de staff y negocio												Mujeres	1532	2411	206	389	441	17	442	16	1	2	5457	Varones	1475	1598	223	324	377	20	295	10	2	7	4331	Total	3007	4009	429	713	818	37	737	26	3	9	9788	Total País	10.663	22.791	2371	4419	16.195	45	1780	26	4	10	58.313	
	ARG	BRA	CHI	COL	MEX	PER	URU	VEN	ECU	USA	TOTAL																																																																																																																																																																																																				
Management																																																																																																																																																																																																															
Mujeres	1081	914	155	227	312	5	119	5	1	0	2819																																																																																																																																																																																																				
Varones	2162	1580	350	648	551	17	358	4	3	5	5678																																																																																																																																																																																																				
Tecnología y producto																																																																																																																																																																																																															
Mujeres	1489	934	219	763	131	1	194				3731																																																																																																																																																																																																				
Varones	4345	2714	767	2749	486	5	841				11.907																																																																																																																																																																																																				
Total	5834	3648	986	3512	617	6	1035	0	0	0	15.638																																																																																																																																																																																																				
Logística																																																																																																																																																																																																															
Mujeres	838	8067	455	83	6940	1	2				16386																																																																																																																																																																																																				
Varones	984	7067	501	111	7820	1	6		1	1	16492																																																																																																																																																																																																				
Total	1822	15.134	956	194	14.760	2	8	0	1	1	32.878																																																																																																																																																																																																				
Otras áreas de staff y negocio																																																																																																																																																																																																															
Mujeres	1532	2411	206	389	441	17	442	16	1	2	5457																																																																																																																																																																																																				
Varones	1475	1598	223	324	377	20	295	10	2	7	4331																																																																																																																																																																																																				
Total	3007	4009	429	713	818	37	737	26	3	9	9788																																																																																																																																																																																																				
Total País	10.663	22.791	2371	4419	16.195	45	1780	26	4	10	58.313																																																																																																																																																																																																				
Modelo de negocios e innovación: Empaquetado y distribución de productos																																																																																																																																																																																																															
CG-EC-410a.1:	Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos		59																																																																																																																																																																																																												
CG-EC-410a.2	Discusión de estrategias para reducir el impacto ambiental de la entrega de productos.		57-71																																																																																																																																																																																																												

Contenidos de Reporte Integrado

CONTENIDOS		ASPECTOS	PÁGINA
Visión general y entorno externo	Principales actividades de la organización y circunstancias en las que opera	Cultura, ética y valores	19-22, 35
		Estructura de propiedad y funcionamiento	5, 7, 18
		Principales actividades y mercados	9-11
		Panorama competitivo y posicionamiento en el mercado	12-16
		Posición en la cadena de valor	11
		Información cuantitativa clave	7
		Factores significativos que afectan al entorno externo	12
Gobernanza	Compromiso de la estructura de gobierno con la capacidad de la organización de crear valor	Estructura de liderazgo, incluyendo las habilidades y la diversidad	18
		Procesos específicos utilizados para tomar decisiones estratégicas	19
		Cómo se reflejan la cultura, la ética y los valores de la organización en su uso de los capitales y sus efectos	7, 9-11
		La responsabilidad que asumen los encargados de la gobernanza para promover y permitir la innovación	19
		Cómo se vinculan la remuneración y los incentivos a la creación de valor a corto, medio y largo plazo	19
Modelo de negocio	Modelo de negocio de la organización	Inputs	7
		Actividades del negocio	7
		Outputs	7
		Outcomes	7
Riesgos y oportunidades	Riesgos y oportunidades que afectan a la capacidad de la organización para crear valor y las iniciativas para afrontarlos	Riesgos y oportunidades clave	11, 16, 45, 48, 59, 57
		Enfoque de la organización sobre cualquier riesgo fundamental para la capacidad de la organización para crear valor	11
Estrategia y asignación de recursos	A dónde quiere llegar la organización y cómo pretende hacerlo	Objetivos estratégicos de la organización	11
		Estrategias para alcanzar esos objetivos estratégicos	11
		Planes de asignación de recursos para aplicar su estrategia	11
		Cómo medirá los logros y los resultados previstos	11
Performance	Avances sobre los objetivos estratégicos de la organización para el periodo y resultados en términos de efectos sobre los capitales	Información cuantitativa	7
		Impacto en los capitales	7
		Relaciones con los grupos de interés	5
		Relación entre los resultados actuales y pasados	7, 11
		Expectativas de la organización sobre el entorno exterior	11
Contexto	Retos e incertidumbres que puede encontrar la organización al llevar a cabo su estrategia, y las posibles implicaciones para su modelo de negocio y sus futuros resultados	Mecanismos para abordar los retos y las oportunidades	11, 16, 45, 48, 59, 57

CONTENIDOS		ASPECTOS	PÁGINA
Base de preparación y presentación	Cómo determina la organización los asuntos que debe incluir en el informe integrado y cómo se cuantifican o evalúan	Materialidad	6
		Límites del repote	5
		Marcos de reporte	5
CAPITAL ECONÓMICO			9-14
CAPITAL INTELECTUAL			24-31
CAPITAL HUMANO			33-43
CAPITAL SOCIAL			45-54
CAPITAL NATURAL			56-71



mercado libre

COORDINACIÓN

Equipo de
sustentabilidad

PRODUCCIÓN INTEGRAL

done! |  Empresa
Certificada