

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA



MELI Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes
Ejercicio fiscal 2024



CONTENIDOS



SOBRE ESTE REPORTE 03



NEGOCIO 07



EXPERIENCIA DE USUARIO 28



CULTURA Y EQUIPO 38



IMPACTO SOCIAL 59



AMBIENTE 68



ANEXO 81



SOBRE ESTE REPORTE

Parámetros del reporte	04
Nuestros grupos de interés	04
Proceso de materialidad	05

En el año de nuestro aniversario 25, seguimos buscando nuevos horizontes y expandiendo nuestros límites. Siempre con la mirada puesta en la transparencia del negocio, en este reporte compartimos con los grupos de interés y con la sociedad nuestros compromisos, objetivos y resultados relacionados con la gobernanza corporativa y con la gestión de sustentabilidad en el ámbito económico, social y ambiental. Rendimos cuentas y mostramos cómo evolucionamos nuestra estrategia y modelo de negocio para responder a los riesgos y oportunidades que el sector del comercio electrónico enfrenta en la actualidad. También queremos que nuestros stakeholders conozcan las acciones que llevamos a cabo día a día, bien como nuestro ADN emprendedor, que nos invita a buscar la excelencia, ser más eficientes e ir siempre un paso más allá.

Parámetros del reporte

El presente Estado de Información No Financiera Consolidado 2024 (EINF) del Grupo MELI Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes (en adelante MELI o el Grupo) forma parte del Informe de Gestión Consolidado del Grupo y se anexa como un documento separado al mismo. El informe da respuesta a los requerimientos de información de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (RDL 1/2010 de 2 de julio) y la Ley de Auditoría de Cuentas (Ley 22/2015 de 20 de julio) de información no financiera y diversidad. El marco internacional de referencia utilizado para la elaboración de este informe es el establecido por los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) 2021. De conformidad con la Ley 11/2018, el presente reporte ha sido verificado externamente por un prestador independiente de servicios, cuyo informe de verificación y conclusiones se adjunta con este EINF.

La información reportada hace referencia a las actividades realizadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024 y es el séptimo ejercicio en el que se presenta y se formula el EINF, el cual abarca la totalidad de las operaciones en los países incluidos en las sociedades del Grupo. En el caso de Brasil no todas las sociedades entran dentro del alcance del presente informe. Por eso, siempre y cuando no se pueda desglosar la información por sociedad, consideraremos un 16%, una estimación basada en el porcentaje de trabajadores de las sociedades de Brasil que forman parte del alcance del presente EINF en relación con el total de empleados de todas las sociedades de ese país. Para las cuestiones medioambientales reportadas en el capítulo de Ambiente, no incluimos datos de Estados Unidos, España y Costa Rica ya que las sociedades establecidas en esos países no cuentan con empleados o trabajan en espacios de coworking.



Punto de contacto

sustentabilidad@mercadolibre.com

Nuestros grupos de interés

Mantenemos una relación continua, fluida y transparente con nuestros grupos de interés, con el objetivo de conocer sus expectativas y preocupaciones y traducirlas en información de valor estratégico para la gestión del negocio.

El diálogo, el compromiso y la interacción con cada persona que forma parte de nuestra cadena de valor nos permite identificar los aspectos más relevantes para cada grupo de interés y definir las medidas necesarias para prevenir y evitar impactos negativos potenciales en nuestras operaciones, y para reforzar los positivos.

Para establecer una buena comunicación, creamos mecanismos de diálogo abiertos y transparentes, en los que las personas pueden participar y sentirse bienvenidas.

GRUPO DE INTERÉS	MECANISMOS DE DIÁLOGO
Usuarios del ecosistema de soluciones	<ul style="list-style-type: none"> Área de atención al cliente Encuestas de <i>marketing</i> Capacitación y encuentros con el área Comercial y Sustentabilidad
Equipos de Mercado Libre	<ul style="list-style-type: none"> Canales internos de comunicación Townhall con liderazgo sénior Comunicaciones de cierre de trimestre Espacios abiertos con el CEO Encuestas de <i>engagement</i> y ejecución con excelencia
Cadena de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones virtuales <i>Mailing</i>
ONG y organizaciones de la sociedad civil	<ul style="list-style-type: none"> Programa Mercado Libre Solidario Encuentros presenciales Convocatorias
Líderes de opinión y medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Encuentros y envíos de información periódica Informe trimestral de resultados
Entidades gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones con el área de Relaciones Gubernamentales y Sustentabilidad
Accionistas e inversores	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones con el área de Relaciones con Inversores Presentaciones trimestrales de resultados

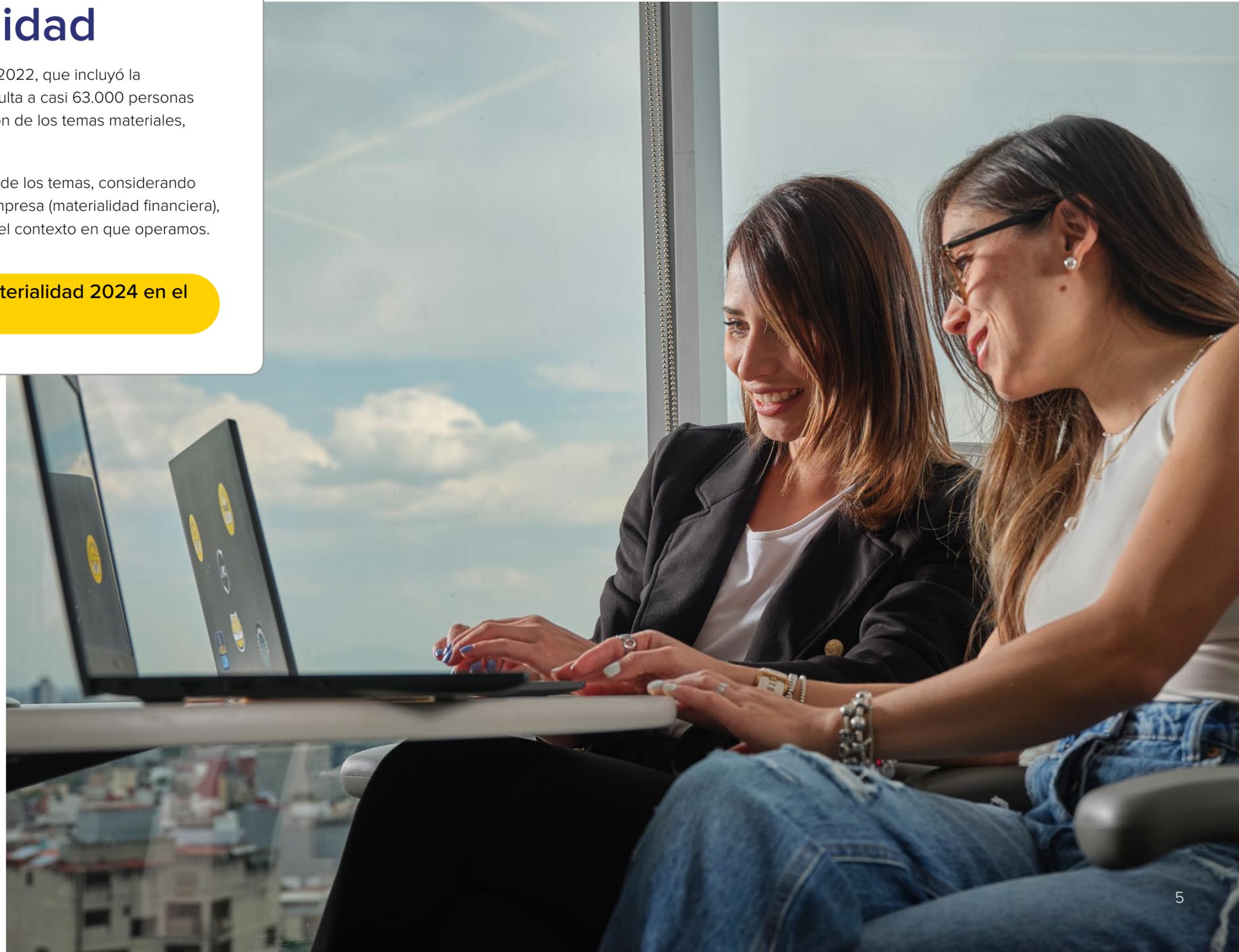
Proceso de materialidad

Después de un amplio proceso de materialidad realizado en 2022, que incluyó la evaluación de las principales referencias de reporte y la consulta a casi 63.000 personas entre nuestros *stakeholders*, en 2024 revisamos la priorización de los temas materiales, basándonos en fuentes de información internas y externas.

El objetivo fue profundizar nuestra comprensión de cada uno de los temas, considerando principalmente sus efectos en la generación de valor de la empresa (materialidad financiera), y evaluar si los temas siguen siendo actuales y eficaces para el contexto en que operamos.



Más información sobre el ejercicio de materialidad 2024 en el **Reporte de Impacto** de ese año.



Nuestros temas materiales

TEMA	DESCRIPCIÓN
1. Privacidad y seguridad de la información¹	Garantizar la seguridad y protección de los datos con políticas transparentes, supervisión de riesgos y uso consciente de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial (IA), así como el uso ético de nuestra plataforma.
2. Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios¹	Diseñar una experiencia de usuario centrada en cada persona que compra, vende, envía, paga, ahorra, invierte y se financia utilizando nuestras soluciones, garantizando transacciones seguras, fiables, ágiles y eficientes para todos los que utilizan nuestro ecosistema.
3. Gobernanza, ética y transparencia¹	Solo podemos transformar la vida de millones de personas en América Latina haciendo crecer nuestro negocio con integridad y transparencia. Para ello, evolucionamos continuamente nuestras prácticas de gobernanza y mantenemos entornos de trabajo respetuosos y controles internos que garantizan la ética y la integridad de todo nuestro ecosistema.
4. Salud, bienestar y seguridad laboral	Promover un entorno de trabajo seguro y saludable, adoptando un enfoque integral que involucra la salud física y emocional y el bienestar financiero, con programas de reconocimiento y beneficios que estimulen la calidad de vida de nuestras personas.
5. Desarrollo de nuestros equipos¹	Diseñar la mejor experiencia para que nuestros equipos alcancen todo su potencial y crear una cultura que inspire a los profesionales a desarrollarse y llegar más lejos, sin miedo a equivocarse.
6. Contribución al desarrollo socioeconómico	Apoyados en el efecto multiplicador y en el potencial inclusivo de la tecnología, queremos contribuir al desarrollo socioeconómico de América Latina, generando impactos positivos en la región mediante la transformación digital, la creación de empleo, la inclusión financiera y el crecimiento económico.

¹Temas de la materialidad financiera

TEMA	DESCRIPCIÓN
7. Inclusión y educación financiera	Promover la inclusión financiera, facilitando el acceso a productos y servicios adecuados al usuario, que apoyen la toma de decisiones bien informadas y conscientes y contribuyan a su bienestar financiero.
8. Educación digital para la inclusión	Sabemos que el sector tecnológico es y seguirá siendo uno de los mayores creadores de empleo y oportunidades de emprendimiento en el mundo. Por medio de la educación, queremos contribuir a que cada vez más personas tengan acceso a los conocimientos y habilidades necesarias para aprovechar estas oportunidades.
9. Empoderamiento de emprendedores, pymes y ONG	Democratizar el acceso al comercio y los servicios financieros en América Latina, acelerando la transformación digital y generando nuevas oportunidades para emprendedores, pymes y organizaciones sociales.
10. Innovación y desarrollo de productos	Desarrollar productos, soluciones y experiencias basadas en tecnologías propias, que nos permitan avanzar rápidamente, lograr escalabilidad y prestar servicios siempre comprometidos con los más altos estándares globales.
11. Cambio climático: energía, movilidad y packaging¹	Diseñar e implementar una estrategia para reducir nuestro impacto ambiental a medida que crecemos y llegamos a más personas. Trabajamos por la eficiencia logística, transición a fuentes renovables de energía eléctrica y soluciones circulares de packaging.
12. Gestión de la cadena de proveedores¹	Garantizar que las personas que forman parte de nuestra cadena de valor sean tratadas con dignidad, equidad y respeto, y que en todas nuestras relaciones se respeten los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos.



CAPITAL ECONÓMICO

NEGOCIO

Usamos la tecnología para transformar vidas	08
Estructura de la organización	09
Nuestro ecosistema de soluciones	11
¡Cumplimos 25 años!	12
Nuestra cadena de valor	13
Nuestra red logística	14
Desempeño económico	15
Nuestra estrategia de sustentabilidad	17
Gobierno corporativo	19
Consejo de Administración	20
Conducta empresarial responsable	23
Nuestra cadena de proveedores	26

Usamos la tecnología para transformar vidas

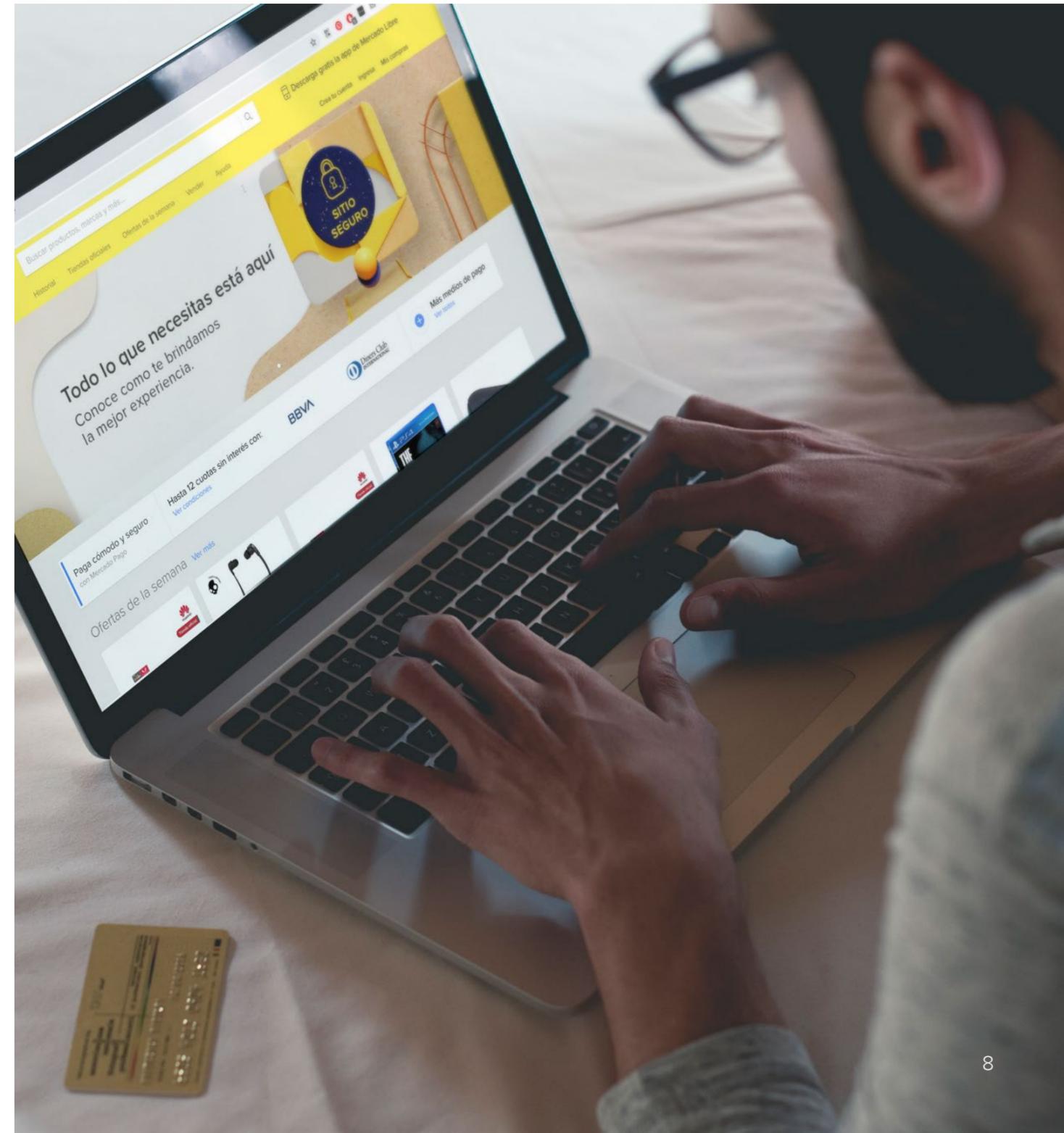
Celebramos nuestros primeros 25 años con logros significativos y un impacto transformador en América Latina. Hoy somos la plataforma líder de comercio electrónico y tecnología financiera en la región, con presencia en 18 países. Hemos construido una empresa que brinda a millones de pequeñas y medianas empresas las herramientas necesarias para competir con actores más grandes, permitiendo la transición al comercio minorista *online* y ofreciendo a decenas de millones de consumidores un servicio de clase mundial.

Somos la principal fuente de ingresos para más de 1,8 millones de familias en Latinoamérica, superando las 570.000 pymes que venden en nuestro *marketplace*². Mediante la comprensión de sus necesidades específicas, fuimos cambiando el panorama de la región y desarrollando soluciones que contribuyen a la democratización del comercio y de los servicios financieros.

Desde 1999, hemos evolucionado de forma constante. Construimos un ecosistema de soluciones confiable, eficiente y centrado en las personas, compuesto por dos unidades de negocio: comercio electrónico y *fintech*. En estos dos grandes mundos, Mercado Libre y Mercado Pago, hay diferentes soluciones que empoderan a personas y empresas para comprar, vender, publicitar y acceder a crédito, tanto *online* como en el mundo físico.

Cotizamos en NASDAQ y formamos parte del índice NASDAQ-100 desde 2017. Además, por segundo año consecutivo fuimos reconocidos como la marca más valiosa de Latinoamérica por el índice de las cien marcas más valiosas del mundo del *ranking* Kantar BrandZ, subiendo 15 lugares hasta el puesto 57 a escala global.

Celebramos 25 años como motor de transformación en América Latina.



² Estudio Impactos que Importan 2023.

Estructura de la organización

La relación de las sociedades que componen el Grupo, con los porcentajes de participación total de la Sociedad Dominante (directa y/o indirecta) al 31 de diciembre de 2024, así como su país de constitución y la actividad que realiza cada una de ellas y que forman parte del perímetro de consolidación, son las que se indican a continuación:

Sociedad	Actividad	País de constitución	Part. 2024	Part. 2023
Meli Participaciones, S.L.	Tenencia de valores	España		
First Label S.R.L.	Venta de bienes	Argentina	100,00%	100,00%
DeRemate.com de Argentina S.A.	Servicios intercompany	Argentina	95,00%	95,00%
Interface Solutions S.R.L.	Servicios intercompany	Argentina	100,00%	100,00%
Meli Log S.R.L.	Servicios de logística	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XVIII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXVI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXVII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XXXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito Consumo XXXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito Consumo XXXIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito Consumo XXXV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito Consumo XI	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XIII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XIV	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XV	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XVI	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XVII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito XIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito XV	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito XVI	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito XVII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito XVIII	Servicios financieros	Argentina	0,00%	100,00%
Mercado Crédito XX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%

Sociedad	Actividad	País de constitución	Part. 2024	Part. 2023
Mercado Crédito XXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXVI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXVII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXVIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Crédito XXXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Pago Inversiones S.R.L.	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
Mercado Pago Asset Management S.A	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0,00%
MercadoLibre S.R.L.	Servicios informáticos	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Pago Servicios de Procesamiento S.R.L.	Servicios de pago online	Argentina	100,00%	100,00%
Tech Pack S.R.L.	Servicios de logística	Argentina	100,00%	100,00%
Meli Developers Brasil Ltda.	Servicios informáticos	Brasil	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Holding Financeira LTDA.	Servicios financieros	Brasil	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento S.A	Servicios financieros	Brasil	100,00%	100,00%
Mercado Pago Corretora de Seguros LTDA.	Servicios de seguros	Brasil	100,00%	100,00%
Mercado Pago Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.	Servicios financieros	Brasil	100,00%	0,00%
Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda.	Servicios de pago online	Brasil	100,00%	100,00%
Frontal Trust Mercado Pago Créditos Fondo de Inversión	Servicios financieros	Chile	100,00%	0,00%
Kangu Chile Limitada	Servicios de logística	Chile	100,00%	100,00%

Sociedad	Actividad	País de constitución	Part. 2024	Part. 2023
Mercado Pago Corredores de Seguros SpA	Servicios de seguros	Chile	100,00%	100,00%
Mercado Pago Crypto S.A.	Servicios financieros	Chile	100,00%	100,00%
Mercado Pago Emisora S.A.	Servicios de pago online	Chile	100,00%	100,00%
Mercado Pago Lending Limitada	Servicios financieros	Chile	100,00%	100,00%
Mercado Pago Operadora S.A.	Servicios de pago online	Chile	100,00%	100,00%
MercadoLibre Chile Ltda.	Anuncios Online	Chile	91,12%	91,12%
Red de Pagos del Comercio Limitada	Servicios de pago online	Chile	100,00%	100,00%
Kangu Tecnología Logística S.A.S.	Servicios de logística	Colombia	100,00%	100,00%
MercadoLibre Colombia Ltda.	Anuncios Online	Colombia	100,00%	98,95%
MercadoPago Colombia S.A.	Servicios de pago online	Colombia	100,00%	100,00%
Mercadopago S.A. Compañía de Financiamiento	Servicios de pago online	Colombia	100,00%	100,00%
MercadoLibre Costa Rica, S.R.L.	Anuncios Online	Costa Rica	100,00%	100,00%
MercadoLibre Ecuador Cía. Ltda.	Anuncios Online	Ecuador	100,00%	100,00%
Autopark Classifieds, LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
Autopark LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
Hammer.com, LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
Marketplace Investments, LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
MercadoPago, LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
Servicios Administrativos y Comerciales LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
SFSC, LLC	Tenencia de valores	Estados Unidos	100,00%	100,00%
DeRemate.com de México S.deR.L. de C.V.	Anuncios Online	México	100,00%	100,00%
Fideicomiso de administración y fuente de pago CIB/3369	Servicios financieros	México	100,00%	100,00%
Fideicomiso de administración y fuente de pago CIB/3756	Servicios financieros	México	100,00%	100,00%
Fideicomiso Irrevocable de Administración y Fuente de Pago número CIB/4372	Servicios financieros	México	100,00%	100,00%
ITCoding Consultoría Tecnológica & Desarrollo, S.A. de C.V (en liquidación)	Anuncios Online	México	0,00%	100,00%
KT Transportes Digitales, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	México	0,00%	100,00%
Meli Global Imports, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	México	100,00%	100,00%
Meli Operaciones Logísticas II, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	México	100,00%	100,00%

Sociedad	Actividad	País de constitución	Part. 2024	Part. 2023
Meli Operaciones Logísticas, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	México	0,00%	100,00%
Mercado Insurtech Agente de Seguros, S.A. de C.V.	Servicios de seguros	México	100,00%	100,00%
Mercado Lending S.A. de C.V.	Servicios financieros	México	100,00%	100,00%
MercadoLibre, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico	Anuncios Online	México	100,00%	100,00%
MP Agregador, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	México	100,00%	100,00%
MP Procesamiento de Pagos, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	México	100,00%	100,00%
PSGAC Prestadora de Servicios Gerenciales, Administrativos y Comerciales S. de R.L. de C.V.	Servicios intercompany	México	100,00%	100,00%
MercadoLibre Peru S.R.L.	Anuncios Online	Perú	100,00%	100,00%
MercadoPago Peru S.R.L.	Servicios de pago online	Perú	100,00%	100,00%
Deremate.com de Uruguay S.R.L.	Anuncios Online	Uruguay	100,00%	100,00%
Dirpul S.A.	Servicios financieros	Uruguay	100,00%	100,00%
Kiserty S.A.	Tenencia de valores	Uruguay	100,00%	100,00%
Meli Uruguay, S.R.L.	Servicios intercompany	Uruguay	100,00%	100,00%
MercadoPago Uruguay S.R.L.	Servicios de pago online	Uruguay	100,00%	100,00%
Tech Fund S.R.L	Servicios intercompany	Uruguay	100,00%	100,00%
MercadoLibre Venezuela, S.R.L.	Servicios informáticos	Venezuela	100,00%	100,00%
Mercado Lending S.A. de C.V.	Servicios financieros	México	100,00%	100,00%
MercadoLibre, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico	Anuncios Online	México	100,00%	100,00%
MP Agregador, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	México	100,00%	100,00%
MP Procesamiento de Pagos, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	México	100,00%	100,00%
PSGAC Prestadora de Servicios Gerenciales, Administrativos y Comerciales S. de R.L. de C.V.	Servicios intercompany	México	100,00%	100,00%
MercadoLibre Peru S.R.L.	Anuncios Online	Perú	100,00%	100,00%
MercadoPago Peru S.R.L.	Servicios de pago online	Perú	100,00%	100,00%
Deremate.com de Uruguay S.R.L.	Anuncios Online	Uruguay	100,00%	100,00%
Dirpul S.A.	Servicios financieros	Uruguay	100,00%	100,00%
Kiserty S.A.	Tenencia de valores	Uruguay	100,00%	100,00%
Meli Uruguay, S.R.L.	Servicios intercompany	Uruguay	100,00%	100,00%
MercadoPago Uruguay S.R.L.	Servicios de pago online	Uruguay	100,00%	100,00%
Tech Fund S.R.L	Servicios intercompany	Uruguay	100,00%	100,00%
MercadoLibre Venezuela, S.R.L.	Servicios informáticos	Venezuela	100,00%	100,00%

Nuestro ecosistema de soluciones



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

Conectamos a compradores y vendedores con millones de artículos en stock.



Retail

Compramos y revendemos productos donde hay brechas en la competitividad de los vendedores.



Publicidad

Ofrecemos anuncios de productos a vendedores de todos los tipos y publicidad de *display* para vendedores *top* y grandes marcas.



Logística

El 96% de los artículos vendidos en nuestro marketplace se envía por medio de nuestra red de sitios logísticos, complementada por MELI Air, MELI Places y Flex.



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

SOLUCIONES



Cuenta digital

A través de nuestra cuenta digital, que se maneja fácilmente desde una aplicación, ofrecemos a los usuarios varios servicios financieros, como tarjeta de débito y crédito, seguros, ahorros, inversiones, pagos en línea y criptomonedas.



Créditos

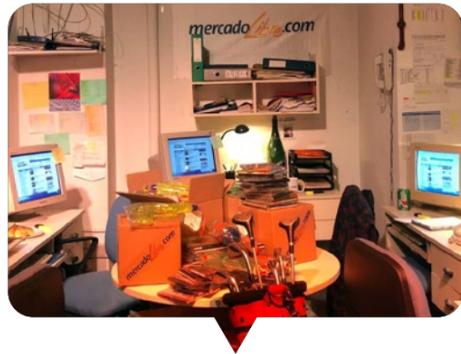
Ofrecemos préstamos a individuos y vendedores que utilizan nuestra plataforma.



Adquierecia

Ofrecemos soluciones a los usuarios para que puedan procesar pagos en línea, en dispositivos de punto de venta y códigos QR.

¡Cumplimos 25 años!



Nuestra cadena de valor

Sabemos que las conquistas alcanzadas durante los primeros 25 años de nuestra historia se deben a las personas, organizaciones y empresas que forman parte de nuestra cadena de valor.

Actuamos con proveedores y socios comerciales para impulsar una red virtuosa. Juntos creamos soluciones que multiplican las oportunidades de crecimiento y desarrollo para todas las partes. Además, rompimos las barreras geográficas, culturales y financieras de la región para llegar a quienes nos eligen.

Red de proveedores

Nuestra red de proveedores está formada por servicios de infraestructura virtual, como *cloud services* y *softwares* y de infraestructura física, como energía, agua, mantenimiento, limpieza y alquiler, además de servicios de comercialización y administración, como *marketing*, consultoría de recursos humanos, publicidad, servicios contables y de auditoría.

 **7.253**
empresas proveedoras

 **92,54%**
inversión en proveedores locales

Operaciones y red logística

Nuestra red logística desempeña un papel fundamental a la hora de facilitar el comercio electrónico e impulsar la inclusión de un mayor número de minoristas en línea. Por eso, creamos una solución logística articulada y sistematizada para mejorar la experiencia de millones de vendedores y compradores en América Latina.

 **11**
nuevos sitios logísticos en 2024

Equipo

Construimos equipos incluyendo múltiples perspectivas con el mejor talento emprendedor, en un entorno que invita a tomar riesgos, a ir por más, a reinventarse para evolucionar, a hacer las cosas con excelencia y en equipo. Son más de 84.000 personas, a nivel global, que dan el máximo cada día y que ponen en acción un ADN que se caracteriza por ejecución con excelencia y beta continuo.

 **53.516** personas en nuestro equipo*

Usuarios

Nos convertimos en el mayor ecosistema de *e-commerce* y *fintech* de América Latina gracias a que comprendemos las necesidades específicas de la región y de nuestros usuarios. Mediante la administración y análisis de grandes cantidades de datos, diseñamos soluciones – desde la logística hasta el ahorro – y esto nos ha situado en el corazón de la vida de millones de personas.

Generamos valor de la mano de las personas, emprendimientos y pymes que nos eligen todos los días y a los que acompañamos en su crecimiento y prosperidad. Para todos esos usuarios, desarrollamos soluciones que les permiten vender, comprar, enviar pagar, cobrar, invertir y donar. Y lo hacemos siempre brindando productos y servicios seguros, confiables y con la mejor experiencia de usuario.

 **100,2 M**
compradores en Mercado Libre

 **61,2 M**
usuarios activos mensuales en Mercado Pago

* al 31/12/2024 en las empresas que corresponden al alcance de este reporte

Nuestra red logística

Seguiremos expandiendo nuestra red logística, reforzando el compromiso con el desarrollo socioeconómico de la región, generando empleos y fortaleciendo las economías locales.

En el último año, abrimos nuevos sitios, totalizando 308 en toda la región. Además, vamos a invertir USD 75 millones en un nuevo centro de almacenamiento en el Mercado Central, Buenos Aires, cuya apertura está prevista para fines de 2025, y que va a crear más de 2300 puestos de empleo directo. Con esto, ampliaremos el número de ciudades que reciben entregas en el mismo día, con una reducción del costo del flete hasta en un 50% para algunas regiones.

Dentro de la estrategia de ampliar la presencia geográfica de nuestra operación logística, inauguramos en 2024 un centro de distribución en Texas, EE. UU., el primero fuera de América Latina. Con esta iniciativa, ampliamos el surtido de productos que ofrecemos a los consumidores mexicanos, mediante la incorporación de vendedores estadounidenses a nuestro ecosistema, una acción que complementa el negocio transfronterizo de China a México.



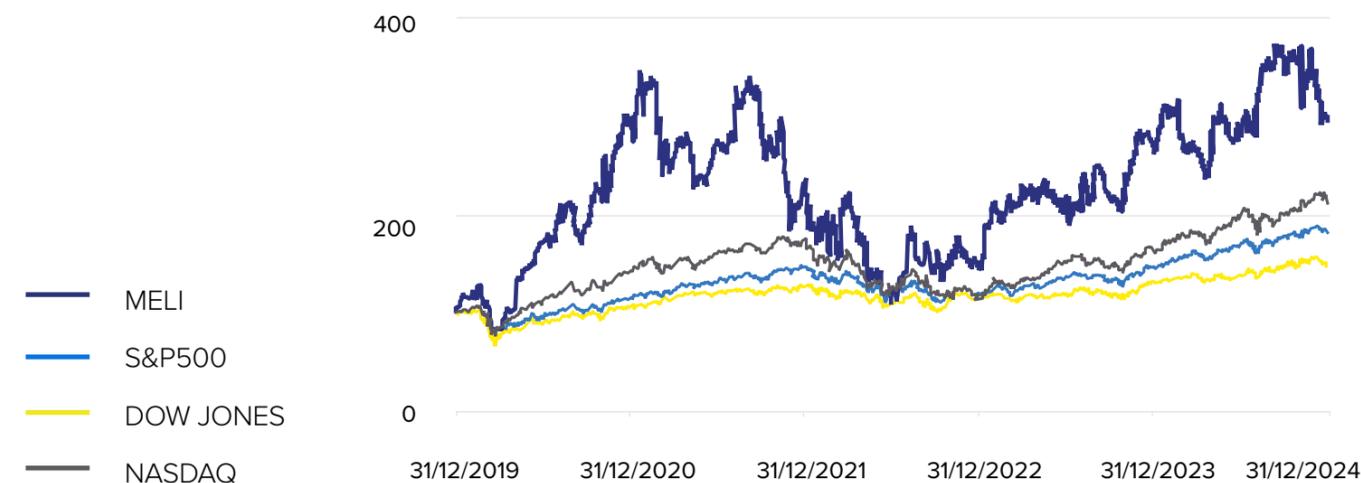
Desempeño económico

EN MILES DE EUROS	BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS		GASTO POR IMPUESTO SOBRE BENEFICIO		BENEFICIO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023
	Argentina	493.590	861.283	-207.939	266.994	285.651
Brasil	152.721	80.514	-32.824	-16.208	119.897	64.306
Chile	22.327	9.356	-4.748	1.712	17.579	7.644
Colombia	8.737	13.450	-6.011	11.043	2.726	2.407
Costa Rica	-26	-25	-	-20	-26	45
Ecuador	-2.605	1.789	-37	-308	-2.642	2.097
España	-6.348	-44.246	-81.817	-37.329	-88.165	81.575
Estados Unidos	17.509	-3.619	-3.953	1.435	13.556	5.054
México	316.691	277.821	-67.266	43.649	249.425	321.470
Perú	-6.844	-6.487	-1.155	3.735	-7.999	-10.222
Uruguay	40.592	28.469	-7.175	4.305	33.417	24.164
Venezuela	6.874	9.546	-1.724	1.765	5.151	7.781
Total	1.043.218	1.227.851	-414.649	280.773	628.570	1.100.610

Durante el ejercicio 2024 y 2023 no recibimos asistencia financiera ni ninguna subvención pública por parte de los gobiernos de los países en los que operamos.

Gráfico de rendimiento de acciones

El gráfico abajo muestra la rentabilidad total para el accionista de una inversión de 100 dólares a 31 de diciembre de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2024 para (i) nuestras acciones ordinarias; (ii) el índice Nasdaq Composite; (iii) el índice S&P 500; y (iv) el índice Dow Jones Industrial Average. La evolución del precio de las acciones que se muestra en el gráfico siguiente no es indicativa de la evolución futura del precio de las acciones:



Articulación con la industria

Impulsamos la articulación, con un rol activo, entre pares y actores del sector en diferentes entidades y cámaras de la región.

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 de Comercio Exterior de Córdoba (CACEC)

Cámara Fintech

Cámara Insurtech Argentina

Red de Acción Política (RAP)

Unión Industrial Argentina (UIA)

BRASIL

Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI BR)

Aliança pela Internet Aberta (AIA)

Associação Brasileira de Anunciantes (ABA)

Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm)

Associação Brasileira de Internet (ABRANET)

Associação Brasileira de Logística (ABRALOG)

Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)

Associação Brasileira de Relações Empresa Cliente (ABRAREC)

Associação dos Iniciadores de Transação de Pagamentos (INIT)

Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Camara-e.net)

Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)

Federación del Comércio de São Paulo (FecomercioSP)

Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP)

Interactive Advertising Bureau (IAB Brasil)

International Chamber of Commerce (ICC)

Instituto de Cidadania Digital (ICD)

Movimento Inovação Digital (MID)

Movtech

Pacto Global Rede Brasil

Zetta

CHILE

Asociación Chilena de Tecnologías de la Información (ACTI)

Asociación FinteChile

Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)

Asociación Logística de Chile (Alog)

Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (Amcham)

Cámara de Comercio de Santiago (CCS)

Cámara Nacional de Comercio (CNC)

Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)

COLOMBIA

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)

Colombia Fintech

Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)

MÉXICO

American Chamber of Commerce of México (AmCham)

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)

Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)

Cámara Internacional de Comercio (ICC)

Consejo de Empresas Globales (CEEG)

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

Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)

Cámara de Comercio de Lima

Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE)

ECUADOR

Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)

Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana (CITEC)

VENEZUELA

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

Nuestra estrategia de sustentabilidad

Actuamos hoy por el desarrollo de América Latina.

En MELI la sustentabilidad es un modo de hacer que permea todas las áreas de la compañía y que está integrado a nuestra estrategia de crecimiento y de negocio. Es un compromiso que renovamos cada día, cada vez que asumimos riesgos para innovar, alcanzar escala y generar un impacto transformador.

Creemos que nuestro ritmo de crecimiento nos permite fomentar y potenciar los impactos socioeconómicos positivos del negocio, impulsando la inclusión comercial y financiera, y contribuyendo a la prosperidad de nuestras comunidades.

Al ampliar nuestras operaciones, debemos ser cada vez más eficientes e innovadores para reducir el impacto ambiental en toda la cadena de valor. Nos centramos en lo mejor que podemos hacer hoy para seguir creciendo de forma responsable. Es un camino de mejora continua y colectiva, con muchos retos por delante en una industria dinámica y exponencial. Pero nuestro enfoque sigue siendo claro: el momento de actuar es ahora.

Desde esta premisa, nuestra estrategia tiene tres ejes principales de actuación:

ESTRATEGIA

EJES



Empoderamiento económico

Buscamos expandir las oportunidades económicas y la inclusión financiera de emprendedores sustentables y segmentos de usuarios subatendidos, poniendo nuestro ecosistema en el centro como catalizador de impactos socioeconómicos positivos. Lo hacemos ofreciendo la mayor oferta curada de productos sustentables de la región en nuestro marketplace, desarrollando marcas y emprendedores de triple impacto, y fortaleciendo las habilidades financieras y digitales de emprendedores y usuarios que, por brechas geográficas, educativas o tecnológicas, tienen mayores barreras de acceso a nuestras plataformas.



Empoderamiento social

Acompañamos el desarrollo de nuestras comunidades por medio de la democratización del acceso a oportunidades de formación y recursos. Nos enfocamos en proyectos e iniciativas que fortalezcan las capacidades de desarrollo social en contextos cada vez más atravesados por la digitalización. Y con programas como Mercado Libre Solidario, buscamos impulsar la digitalización y capacidad de recaudación de fondos de las organizaciones sociales de la región, fortaleciendo su capacidad de acción de cara a los desafíos socioambientales actuales.



Gestión ambiental

Gestionamos el impacto ambiental de nuestras operaciones con soluciones innovadoras, eficientes y escalables, poniendo foco en lo mejor que podemos hacer hoy para crecer de manera sustentable. Medir nuestra huella de carbono nos permite identificar los impactos clave de las operaciones y su cadena de valor, y poner foco en las iniciativas más eficientes para reducirlos, priorizando los ejes de movilidad sustentable, gestión energética y circularidad de los materiales.

Sabemos que la sustentabilidad es un camino de mejora continua, con muchos retos por delante, pero con un enfoque claro: el momento para actuar es ahora.

Gobernanza de la sustentabilidad

El Consejo de Administración recibe información actualizada sobre los riesgos y oportunidades derivados de factores ambientales, sociales y de gobernanza en función de las necesidades. La responsabilidad a nivel ejecutivo acerca de los temas económicos, ambientales y sociales es del Chief Financial Officer (CFO).

Mercado Libre Fund

Por medio de MELI Fund invertimos en empresas de tecnología en América Latina con el objetivo de potenciar y democratizar el ecosistema digital, el comercio y el acceso al capital. Buscamos apoyar tecnologías escalables e innovadoras que estén trabajando en solucionar y mejorar la experiencia de pagos en la región.

Bono Sustentable

En 2024 finalizamos la asignación de nuestro Bono Sustentable, emitido en enero de 2021, por un total de USD 400 millones, con un interés fijo del 2,375% anual. Con los recursos recaudados, financiamos proyectos de triple impacto alineados con los ejes prioritarios de nuestra estrategia de sustentabilidad: reducción de nuestra huella ambiental; inclusión financiera; desarrollo social y empoderamiento.



100%

de asignación de los resultados del Bono



Más información aquí





Gobierno corporativo

El Consejo de Administración de Mercado Libre es el máximo órgano de decisión de la compañía, salvo en las materias reservadas a la competencia de los accionistas, y su función principal es supervisar. En el ejercicio de su criterio empresarial, actúa como asesor y consejero de la alta dirección y define y aplica normas de responsabilidad corporativa, con vistas a permitir que la alta dirección desempeñe sus responsabilidades plenamente y en interés de la compañía y de sus accionistas.

Actualmente, hay tres comités permanentes principales para asesorar al Consejo de Administración:

Comité de Auditoría

Supervisa la calidad e integridad de las prácticas contables, de auditoría y de información financiera de la compañía.

Comité de Compensaciones

Se encarga del desarrollo y supervisión de la aplicación de la filosofía de la compañía con relación a la compensación de sus directores, ejecutivos y otros empleados que el Comité pueda determinar, y supervisa las cuestiones de remuneración relacionadas.

Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo

Identifica a las personas calificadas para ser directores de la compañía, propone personas calificadas para su elección al Directorio, recomienda candidatos para cubrir plazas vacantes de la Junta Directiva y sugiere al Directorio los directores que formarán parte de los comités.

Además, evalúa todas las candidaturas a la junta directiva de acuerdo con los criterios descritos en las [Directrices de Gobierno Corporativo](#) y en los [Estatutos del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo](#).

Consejo de Administración

El Consejo de Administración de MELI Participaciones, S.L. (en adelante, el Grupo) al 31/12/24 estaba integrado por:

Presidente: Carlos Martín de los Santos

Vicepresidente: Ignacio López Ballcels

Consejeros: Sean Summers, Osvaldo Rafael Gimenez

Secretario no consejero: Alejandro Vives Roura

Remuneración de los consejeros

El Órgano de Administración del Grupo estaba compuesto por cuatro hombres al 31 de diciembre de 2024 y por tres hombres al 31 de diciembre de 2023. Al 31 de diciembre de 2024 y 2023 el Grupo no mantenía otros saldos con los miembros del Consejo de Administración diferentes a las remuneraciones devengadas por su rol como personal clave de la dirección. Durante los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023 los Administradores o miembros del Consejo de Administración de la Sociedad Dominante no han percibido remuneración alguna en el desempeño de dicho cargo.

En 2024, debido a un cambio de criterio interno, se decidió que las personas que forman la categoría de Personal Clave de Dirección sean equivalentes a la categoría de Directivos. En consecuencia, se reporta la remuneración promedio segregada por género (en este caso solo hombres), que es de EUR 4.619 miles por persona.

Durante el período terminado en 31 de diciembre de 2024 y 2023, ni los miembros del Consejo de Administración de la sociedad, ni la alta gerencia de la organización, han realizado con la sociedad operaciones ajenas al tráfico ordinario o en condiciones distintas a las de mercado.

Al cierre del ejercicio 2024 y 2023 los miembros del Consejo de Administración no han comunicado a los socios situación alguna de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos, según se define en la Ley de Sociedades de Capital, pudieran tener con el interés del Grupo.

Prevención de conflictos de interés

Todas las personas que trabajan en Mercado Libre deben informar la existencia de cualquier situación de conflicto de interés potencial, real o aparente. Eso se puede hacer en el *Conflict Check Form*, un formulario que evalúa el área de Ética y Compliance. Quienes reporten un conflicto de interés deben abstenerse de participar en la toma de decisiones 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 Consejo de Administración de Mercado Libre, Inc. deben responder una vez por trimestre una declaración específica sobre partes relacionadas en cumplimiento de 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.

Gestión de riesgos

El Comité de Riesgos Corporativo es responsable de discutir y validar los niveles de impacto y probabilidad de ocurrencia de las amenazas identificadas, incorporar cambios propuestos por parte de la gerencia o auditoría interna, resolver consultas relacionadas con riesgos y revisar el desempeño del proceso de su gestión, tomar acciones correctivas en caso de corresponder, liderar la revisión anual del mapa de riesgos, y evaluar el desempeño de los dueños y el proceso de gestión de cada evento en curso.

Asimismo, durante el ejercicio 2024 se realizó periódicamente la evaluación de los riesgos a corto, medio y largo plazo teniendo en cuenta su probabilidad e impacto. Por ello, son identificados y gestionados de forma periódica dentro de la organización.

A continuación, se resumen los principales factores de riesgo que consideramos de relevancia para nuestros accionistas y posibles accionistas, y que deben tenerse en cuenta al evaluar nuestra compañía, propiedades y negocio:

Riesgos relacionados con nuestra actividad y nuestras operaciones

- Nuestro negocio depende del crecimiento continuo del comercio online, de la actividad comercial y financiera que nuestros usuarios generan en nuestra plataforma, y de la disponibilidad y fiabilidad de Internet en Latinoamérica.
- Operamos en un entorno altamente competitivo y cambiante.
- Dependemos de plataformas de terceros, como las tiendas de aplicaciones Google Play y Apple para acceder a nuestras aplicaciones Mercado Libre y Mercado Pago.
- Nuestro éxito futuro depende de nuestra capacidad de expandir y adaptar nuestras operaciones para cumplir con las normas tecnológicas y del sector, que cambian rápidamente, de forma rentable y oportuna.
- Los mercados en los que operamos evolucionan rápidamente y es posible que no podamos mantener nuestra rentabilidad.
- Podemos ser responsables o sufrir daños en nuestra reputación si los usuarios de nuestro marketplace no entregan la mercancía o no realizan los pagos requeridos.
- La actividad fraudulenta de nuestros usuarios podría afectar negativamente a nuestros resultados operativos, marca y reputación, y hacer que disminuyera el uso de los servicios.
- Estamos sujetos a las tendencias de los consumidores y podríamos perder ingresos si determinados artículos pierden popularidad o si no logramos satisfacer la demanda de los clientes.
- Los fabricantes pueden limitar la distribución de sus productos por parte de los distribuidores, impedir que los distribuidores vendan a través de nosotros o animar a los gobiernos a limitar el comercio electrónico.
- Nuestro fracaso o el fracaso de nuestros socios a la hora de gestionar adecuadamente los fondos de los usuarios de Mercado Pago podría perjudicar nuestro negocio.
- Dependemos de los bancos y fondos de inversión que adquieren los derechos de cobro de Mercado Pago y de los procesadores de pagos para financiar las transacciones. Los cambios en las comisiones, normas o prácticas de las asociaciones de tarjetas pueden afectar negativamente a nuestro negocio.
- La quiebra de las instituciones financieras con las cuales hacemos negocios puede tener un efecto material adverso en nuestros negocios, en los resultados operativos y situación financiera.
- Una subida de los tipos de interés puede afectar negativamente a nuestro volumen de pagos de Mercado Pago.
- Los cambios en el mix de financiación y en el mix de tickets de Mercado Pago podrían afectar negativamente a los resultados de Mercado Pago.
- Nuestra solución de préstamo nos expone al riesgo de crédito de nuestros comerciantes y consumidores, entre otros riesgos.
- Nos enfrentamos a riesgos significativos relacionados con la fiabilidad continua de nuestra red logística y el servicio de envío.
- La incapacidad de operar con éxito nuestra red de sitios logísticos también puede afectar negativamente a nuestro negocio.
- Los problemas que afecten a nuestros proveedores también podrían afectarnos negativamente.
- Si no somos capaces de competir eficazmente por la inversión publicitaria, o si nuestros comerciantes reducen la inversión publicitaria, nuestro negocio y los resultados de las operaciones podrían verse materialmente perjudicados.
- Es posible que no obtengamos beneficios de inversiones estratégicas recientes o futuras, de las adquisiciones de empresas, tecnologías, servicios o productos, a pesar del desembolso de capital y posible dilución para nuestros accionistas.
- Dependemos de personal clave, cuya pérdida podría tener un efecto material adverso sobre nosotros.
- Podemos tener una cobertura de seguro empresarial inadecuada, lo que nos obligaría a gastar importantes recursos en caso de interrupción de nuestros servicios u otra contingencia.
- Nuestros instrumentos de deuda contienen restricciones que limitan nuestra flexibilidad en el funcionamiento de nuestro negocio, y los cambios por parte de cualquier agencia de calificación de nuestra perspectiva o calificación crediticia podrían afectarnos negativamente.
- Mantenemos y podemos adquirir activos digitales que pueden estar sujetos a precios de mercado volátiles y riesgos únicos de pérdida.

- El creciente escrutinio y la evolución de las expectativas de clientes, reguladores, inversores y otras partes interesadas con respecto a nuestras prácticas ambientales, sociales y de gobernanza pueden imponernos costes adicionales o exponernos a riesgos nuevos o adicionales.
- Existen riesgos potenciales relacionados con nuestro programa de fidelización y nuestra función de compra, retención y venta de criptomonedas.
- Los desastres naturales, el cambio climático, los acontecimientos geopolíticos, las epidemias o pandemias sanitarias mundiales y los acontecimientos catastróficos podrían afectar negativamente a nuestros resultados financieros.

Riesgos legales y normativos

- Estamos sujetos a una amplia regulación y supervisión gubernamental. El incumplimiento de las normas y reglamentos existentes y futuros en las jurisdicciones en las que operamos podría afectar negativamente a las operaciones de uno o más de nuestros negocios.
- Puede resultar difícil ejecutar las sentencias dictadas contra nosotros en los tribunales de EE. UU.

Riesgos de propiedad intelectual

- Podríamos enfrentarnos a responsabilidades legales y financieras por la venta de artículos que infrinjan los derechos de propiedad intelectual de terceros y por la información y el material difundidos a través de nuestras plataformas.
- Podríamos no ser capaces de proteger y hacer valer adecuadamente nuestros derechos de propiedad intelectual. Podríamos enfrentarnos a demandas alegando que nuestras tecnologías infringen los derechos de propiedad de terceros.

Riesgos tecnológicos y de ciberseguridad

- Cualquier retraso o problema en el funcionamiento o la actualización de nuestra infraestructura informática actual podría causar una interrupción de nuestra actividad e influir negativamente en nuestros resultados financieros.
- Estamos expuestos a fallos de seguridad, interrupciones y robos de datos confidenciales de nuestros sistemas, que pueden afectar negativamente a nuestra reputación y negocio.
- Es posible que no podamos obtener licencias para las tecnologías de las que dependemos.

Riesgos relacionados con hacer negocios en Latinoamérica

- Nos enfrentamos al riesgo de crisis políticas y económicas, inestabilidad, terrorismo, luchas civiles, conflictos laborales, expropiación, corrupción y otros riesgos relacionados con hacer negocios en mercados emergentes.
- Los gobiernos latinoamericanos han ejercido y siguen ejerciendo una influencia significativa sobre las economías de los países en los que operamos. Esta influencia, así como las condiciones políticas y económicas, podrían afectar negativamente a nuestro negocio.
- Las monedas locales utilizadas en el desarrollo de nuestra actividad están sujetas a depreciación, volatilidad y controles de cambio.
- Nuestras transacciones de comercio electrónico en Latinoamérica pueden verse afectadas por la debilidad de los métodos de pago seguros.

Riesgos asociados con nuestra oferta de acciones

- Las disposiciones de nuestro certificado de incorporación y de la legislación de Delaware podrían impedir que otros nos adquieran, impedir un cambio de control, y podrían impedir los esfuerzos de nuestros accionistas para cambiar nuestra gestión.
- Podemos necesitar capital adicional en el futuro, y este capital adicional puede no estar disponible en condiciones aceptables o no estar disponible en absoluto.
- Las acciones susceptibles de venta en el futuro pueden provocar una caída significativa del precio de mercado de nuestras acciones ordinarias, incluso si nuestro negocio va bien.
- No podemos garantizar que cualquier programa de recompra de acciones se lleve a cabo en su totalidad o aumente el valor para los accionistas, y las recompras de acciones podrían aumentar la volatilidad del precio de nuestras acciones y reducir nuestras reservas de efectivo.

Conducta empresarial responsable

La integridad es parte de los principios culturales que son nuestra guía en todo lo que hacemos para lograr nuestro propósito.

Actuar con integridad, honestidad y respeto es la base de nuestro accionar para seguir logrando el propósito de democratizar el comercio y los servicios financieros para transformar la vida de millones de personas en América Latina.

Generamos la confianza de nuestros usuarios, equipos, socios y de la comunidad siendo transparentes y tomando decisiones éticas. Al vincularnos con estos parámetros, construimos una red de actuación íntegra. Nuestro [Código de Ética](#) (MELI Code) es un marco que nos 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.

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. Estas políticas están claramente relacionadas, ordenadas y accesibles en MELI Code, entre ellas se encuentran la Política Anticorrupción y la Política de Conflictos de Interés. Nuestro Código tiene un enfoque regional que considera los entornos culturales de cada mercado en el que operamos. Además, se revisa periódicamente de acuerdo con las principales tendencias regulatorias aplicables.

Protección de los derechos humanos

Buscamos asegurar que en todas las relaciones se respeten los derechos humanos. Nuestro Código se alinea a compromisos internacionales como 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.

MELI Code reúne todos los valores éticos que ponemos en acción. Es nuestro compromiso con la integridad.



95,3% de las personas de nuestro equipo firmaron el MELI Code



MELI Code



Módulos de aprendizaje en integridad

Con la actualización de MELI Code en 2023, desarrollamos dos módulos de e-learning con el objetivo de abordar temas de integridad, con un rol protagónico del equipo de liderazgo en la capacitación.

El primer módulo incluye los siguientes temas: principales ejes de MELI Code, como ética digital, respeto, vínculo con terceros, integridad en los negocios, desarrollo y sustentabilidad; resolución de actividades basadas en situaciones cotidianas con feedback de líderes; qué hacer en caso de que MELI Code no se cumpla. Periódicamente, se divulgan campañas para que las personas completen el *e-learning* y firmen el código.

El segundo módulo, lanzado a finales de 2024, también es un curso mandatorio para todos los empleados, que busca profundizar y capacitar en temáticas que resultan de interés para la compañía, como conflictos de interés, anticorrupción y utilización de información confidencial de Mercado Libre. El nuevo programa también trabaja sobre los principales ejes del MELI Code por medio de situaciones diarias que enfrentan las personas.



87,5% de las personas ya completaron el primer módulo del *e-learning* MELI Code

Prevención de la corrupción

En Mercado Libre no toleramos la corrupción en ninguna de sus formas. Cumplimos con la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), así como con las normas anticorrupción de cada uno de los países en los que operamos o hacemos negocios.

Con el fin de abordar los riesgos de corrupción e integridad, desarrollamos un Procedimiento Específico Anticorrupción, que fue revisado en octubre de 2024, para mitigar las señales de alarma que puedan surgir durante el proceso de debida diligencia, que complementa los principios establecidos en el MELI Code, en la Política Anticorrupción, aprobada en febrero de 2023, y en la Política de Gestión de Riesgos de Mercado Libre, actualizada en 2024, y establece, entre otras cuestiones, la obligación de realizar una debida diligencia reforzada y continua a todos aquellos proveedores que exponen a Mercado Libre al riesgo de corrupción. El proceso de debida diligencia se realiza cada vez que la compañía contrata un proveedor de riesgo.

Evaluamos al 100% las operaciones de riesgos relacionados con la corrupción. Durante 2024 se actualizó la evaluación de este tipo de riesgo en los mercados más significativos en los que operamos, en términos de volumen y exposición. Además, realizamos reuniones periódicas con líderes de las áreas más vulnerables al riesgo de corrupción para obtener información constante acerca de las operaciones en curso y recomendar acciones de mitigación adecuadas.



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

Prevención del lavado de activos, combate contra el financiamiento del terrorismo y sanciones

Estamos comprometidos con la lucha contra el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo, y con el cumplimiento de programas que ayudan a prevenirlos y sancionarlos. Es por ello que desarrollamos nuestros Programas de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo y de Sanciones para cumplir las regulaciones aplicables en la materia, garantizar la cooperación con las autoridades competentes, evitar que la empresa sea utilizada como vehículo para la comisión de actividades ilícitas y fomentar la cultura de cumplimiento en toda la compañía.

El programa aplica un enfoque basado en riesgos e incluye los siguientes elementos: políticas y procedimientos específicos, una estructura especializada, un sistema de monitoreo de clientes y sus operaciones, así como instancias de capacitación continua sincrónica y asincrónica a todos los empleados de la compañía.

Programas de capacitación

El área de Ética y Compliance realiza capacitaciones en materia de anticorrupción a partir de un enfoque basado en riesgos. Para esto, desarrolla un plan de capacitación anual con foco en las personas, áreas y unidades de negocio con mayor exposición al riesgo de corrupción, considerando:

- Personas/áreas que tienen contacto directo con funcionarios públicos (inspecciones, habilitaciones, etc).
- Personas/áreas involucradas en la relación con intermediarios con funcionarios y entidades públicas (contratan gestores, consultores, etc).
- Personas/áreas que participan en procesos de contratación con el Gobierno o cualquier entidad pública; y las áreas de administración, control y compras de la compañía.

Las capacitaciones para estas áreas son adicionales a los módulos de *e-Learnings* para toda la compañía. Se dictan de manera sincrónica y son obligatorias para los empleados seleccionados.



170 personas capacitadas en procedimientos de anticorrupción

También realizamos entrenamientos en materia de ética, anticorrupción, prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo y sanciones, dirigidos a empleados, terceros y stakeholders para promover una cultura de cumplimiento e integridad en Mercado Libre, Inc. y todas sus subsidiarias y afiliadas. El entrenamiento es un pilar fundamental para asegurar la evolución y robustez del programa, que se revisa anualmente, con contenidos de calidad para alcanzar el cumplimiento de los estándares establecidos en nuestro MELI Code. Además, es una acción necesaria para prevenir el incumplimiento de leyes y regulaciones que le aplican a Mercado Libre y mitigar los riesgos identificados por el área de Risk & Compliance.



13.800 personas formadas en políticas anticorrupción y temáticas MELI Code

Canales de denuncia y asesoramiento

Usamos el MELI Code para conversar, consultar y denunciar. Ponemos a disposición de los trabajadores y de nuestra cadena de valor canales por medio de los cuales detectamos rápidamente conductas indebidas, fraudes y cualquier violación a los principios y valores de nuestro Código de Ética. Contamos con una Línea de Denuncias, un canal directo, anónimo y confidencial, disponible para cualquier persona que trabaja en Mercado Libre y para quienes integran nuestra cadena de valor. También disponemos de un bot para consultas y orientación en temáticas relacionadas con MELI Code, y notificaciones acerca de cursos y políticas.

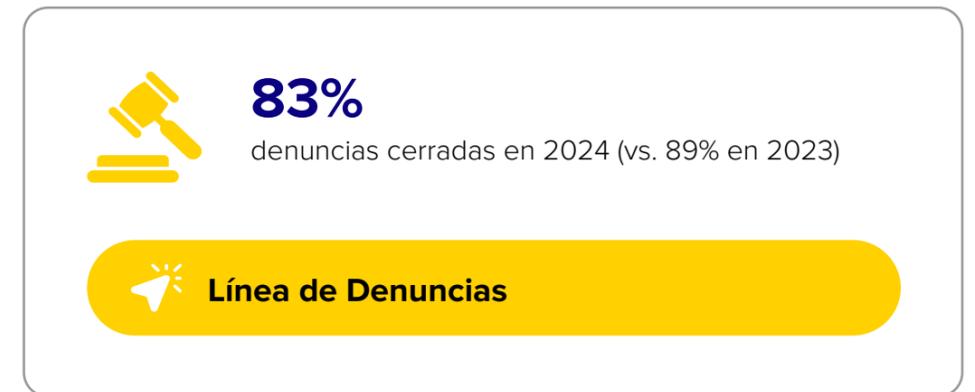
Una empresa externa administra la Línea de Denuncias y el equipo interno de investigaciones de la compañía es el responsable de averiguar y dar seguimiento a cada una de las denuncias recibidas. Las personas pueden reportar violaciones éticas con confianza y sin miedo a represalias. Se garantiza la confidencialidad y reserva del denunciante por tratarse de un servicio brindado por un tercero, que permite de manera fehaciente mantener el anonimato de la persona que contacta el canal.

La denuncia, según su casuística, se deriva a alguno de los investigadores de los equipos responsables. En función de su criticidad, se cuenta con acuerdos de nivel de servicio (SLA) predeterminados para finalizar las mismas, que varían entre los treinta y sesenta días. Quienes gestionan la investigación son supervisores y analistas del área de Ética y Compliance. A partir de las investigaciones, las denuncias se cierran con recomendaciones de medidas disciplinarias a ser aplicadas sobre colaboradores o *stakeholders*.

En 2024 se registraron y gestionaron 2.016 denuncias, de las cuales 673 correspondieron a potenciales vulneraciones de derechos humanos, incluyendo casos de acoso moral, acoso sexual, amenaza (agresión física), discriminación, represalia, incumplimiento de leyes, regulaciones o políticas internas, incumplimiento de regulaciones o políticas internas de salud, y seguridad laboral, irregularidad o incidente sobre la Annual Survey o encuestas de clima. De las 673 denuncias presentadas sobre potenciales vulneraciones de derechos humanos, todas fueron investigadas y cerradas, y se determinó que 96 de ellas correspondían con vulneraciones de los DD.HH., por lo que se tomaron las medidas pertinentes.

La reducción en el número de denuncias registradas en 2024 respecto a 2023 podría ser explicada debido a cambios en el criterio adoptado para la categorización de vulneraciones de DD.HH. En 2024, no se consideró la tipología “conducta inadecuada que afecta a la cultura de MELI” como vulneraciones de DD.HH., sino como problemas de gestión de los equipos.

Denuncias registradas DD.HH.	2024	2023
Argentina	61	129
Brasil	166	403
Chile	60	84
Colombia	13	15
México	361	651
Uruguay	6	14
Venezuela	3	7
No identificado	3	5
Total	673	1.308



Gestión de denuncias

Nuestro compromiso con el cumplimiento de MELI Code, las políticas que lo complementan y las regulaciones aplicables es absoluto. El área de Investigaciones Internas de la compañía investiga cualquier violación a nuestro Código, de acuerdo con el Protocolo para la Gestión de Denuncias, siempre respetando los principios de confidencialidad, legalidad, independencia, objetividad y no represalias.

Cualquier incumplimiento es tratado como una falta grave y se aplicarán las sanciones según las leyes que correspondan. En el caso de empleados, puede incluir advertencias, suspensiones o desvinculaciones. Si se trata de miembros de la cadena de valor, puede comprender advertencias, sanciones previstas en los contratos respectivos, suspensión o terminación unilateral justificada de la relación contractual, sin derecho a indemnización ni preaviso alguno. De presentarse una violación a las leyes por cualquiera de estas partes, cooperamos con las autoridades correspondientes.

Las excepciones a las disposiciones de este Código para directores y empleados con cargos ejecutivos solo podrán ser aprobadas por el Consejo de Administración de Mercado Libre y serán presentadas ante la Comisión de Valores de los Estados Unidos conforme a la normativa aplicable. Las excepciones para cualquier otro empleado o miembros de la cadena de valor solo las podrá aprobar el Comité de Ética de Mercado Libre o conforme a la normativa aplicable en su caso.

Nuestra cadena de proveedores

En 2024 lanzamos MELI Code+ , nuestro [Código de ética para proveedores y socios comerciales](#), que aplica a todos los proveedores de bienes y servicios y socios comerciales de Mercado Libre, Inc. y todas sus subsidiarias y sociedades, incluyendo a contratistas, subcontratistas, agentes y representantes. Se trata de un marco ético con lineamientos específicos, claros y transparentes que se corresponden con nuestro propósito y alcanzan a toda la cadena de valor. El cumplimiento del MELI Code+ condiciona la selección de nuestros proveedores, la posibilidad de emprender cualquier tipo de negocio o gestión juntos y sostenerla a lo largo del tiempo.

El Código fue aprobado por el Comité de Ética y notificado a todos los proveedores a través de los sistemas de vinculación de la compañía. Además, aquellos terceros que son considerados de riesgo en materia de corrupción recibieron vía correo electrónico un aviso adicional. Se han revisado y se continúan revisando los procesos de compras y se incluyeron en ellos la conformidad y la firma obligatoria del nuevo Código. Se prevé la realización de encuentros presenciales y virtuales con proveedores para difundir y profundizar las distintas temáticas abordadas, recibir *feedback* y continuar alimentando el Código.

En MELI Code+ se establece que el trabajo forzoso, involuntario y/o cualquier forma de esclavitud moderna están estrictamente prohibidos. Asimismo, se insta a los proveedores a que controlen que en el entorno de trabajo se respeten sin excepción las edades mínimas que establecen las leyes, regulaciones y estándares locales para trabajar, se cumpla con el deber de verificar la edad de todos los trabajadores antes de emplearlos y que el trabajo sea voluntario.

TEMAS ABORDADOS:

- Anticorrupción.
- Integridad financiera.
- Protección de la información
- Propiedad intelectual.
- Uso responsable de la inteligencia artificial.
- Conflicto de interés.
- Libre competencia y comercio.
- Prevención del lavado de activos, combate contra el financiamiento del terrorismo y cumplimiento de programas de sanciones.
- Maltrato o discriminación.
- Trabajo infantil, forzoso y esclavitud moderna
- Entornos de trabajo seguros y saludables.
- Impacto ambiental

Los temas abordados en el MELI Code+ se definieron mediante un proceso que incluyó un *benchmark* con otras compañías que tienen similitudes con nuestra cadena de valor; análisis del perfil de nuestros proveedores; revisión de *assessment* de riesgos que realizan las distintas áreas de la compañía, registro de incidentes, investigaciones internas, input de otras áreas centrales que se vinculan con proveedores como Procurement, Legales, FinOps; y buenas prácticas y la normativa internacional en la materia, como los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.



263 proveedores que interactúan con organismos o funcionarios públicos en nombre o beneficio de Mercado Libre firmaron el MELI Code+



400 proveedores seleccionados con base en el criterio de antigüedad firmaron el MELI Code+

Política de Compras Sustentables

Sabemos que el poder de compra de una empresa como la nuestra tiene el potencial de impulsar la economía local y maximizar los impactos socioambientales positivos. Por eso, desde 2019, contamos con una [Política de Compras Sustentables](#) que guía a las áreas internas en la contratación de empresas comprometidas con el impacto positivo, en la cual se establece una propuesta de precios y condiciones de pago especiales para organizaciones que cumplan con criterios sociales y ambientales. Además de buscar incorporar nuevos proveedores sustentables a nuestra cadena, nos comprometemos a acompañar a los que ya forman parte de ella, promoviendo la capacitación, incentivando las buenas prácticas y trabajando juntos para construir soluciones más eficientes. Buscamos integrar sectores vulnerables de la sociedad al proceso económico, con efectos en la creación del empleo, la canalización de inversiones y el desarrollo productivo.

Evaluación de riesgos de la cadena de proveedores

Desarrollamos un Programa de Gestión de Riesgo de Terceras Partes con el propósito de identificar, evaluar y administrar el riesgo que la relación con terceros representa para la compañía respecto de la seguridad de su información, la continuidad de sus negocios, la privacidad de sus datos, la prevención del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo, la prevención de actos de corrupción y su solvencia financiera, entre otros riesgos.

Antes del inicio de la relación comercial, los terceros deben pasar por un proceso de debida diligencia a través del cual las áreas expertas los evalúan en las temáticas mencionadas. Los proveedores deben contestar varias preguntas y brindar información acerca de su estructura y los servicios que van a ofrecer. Con base en esta información, las áreas expertas valoran, califican y clasifican el riesgo de contratación del tercero y determinan las acciones de mitigación que deben implementarse.

Gestión de la tercerización de servicios

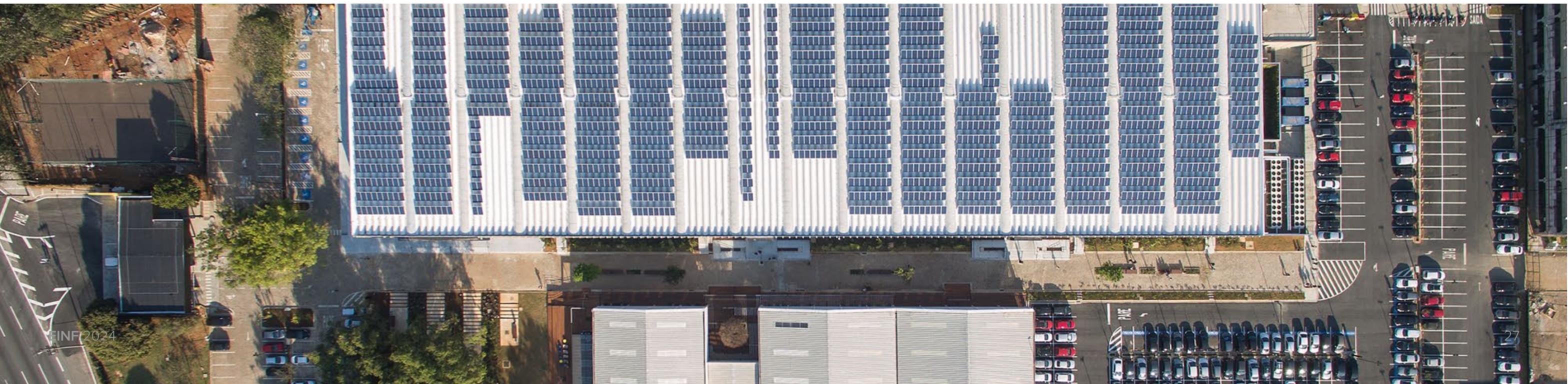
Gestionamos la base de proveedores de servicios tercerizados que afectan recursos y/o subcontratistas a Mercado Libre que trabajan en nuestras instalaciones o que proveen servicios de manera remota con acceso a entornos de la compañía. Para ello, adoptamos procesos de auditoría documental y controles asociados con el fin de garantizar el pago de haberes, cargas sociales y cobertura de salud/accidente en ocasión de trabajo. Dependiendo del tipo de tarea realizada, se puede requerir documentación de salud y seguridad. También realizamos controles periódicos para identificar y comunicar los riesgos asociados con la contratación externa de servicios, medimos el cumplimiento de documentos y comunicamos resultados y planes de acción relacionados, entre otras medidas.

Auditoría a proveedores que gestionan información

Los proveedores que procesan datos de nuestra plataforma deben sujetarse a los requerimientos de la auditoría SSAE 16 (Statement on Standards for Attestation no 16) que analiza su reputación y los procedimientos de control que llevan a cabo en sus servicios.

La norma fue emitida por la Auditing Standards Board (ASB, siglas en inglés de la Junta de Normas de Auditoría) del American Institute of Certified Public Accountants (AICPA). Esta documentación es solicitada por empresas como Mercado Libre, que ofrecen servicios a terceros, que tienen contacto o inciden en los datos de otra organización. El fin de la declaración es auditar de manera independiente los controles de seguridad de nuestros proveedores y asegurar la integridad de los datos del sitio. En 2024 realizamos revisiones en materia de prevención de lavado de dinero.

En cuanto a las relaciones con proveedores y subcontratistas de nuestra responsabilidad social y ambiental, se tiene en cuenta estos aspectos a la práctica y, que a su vez, son contemplados en la misma Política de Compras Sustentables del Grupo. No obstante, hasta el momento, no se han realizado en 2023 ni en 2024, auditorías formales en aspectos sociales, laborales y medioambientales a nuestros proveedores y subcontratistas.



CAPITAL INTELECTUAL

EXPERIENCIA DE USUARIO



El usuario en el centro	29
Propuestas que generan valor y fortalecen nuestro ecosistema	30
Protección de la propiedad intelectual	31
Una atención rápida y eficaz	33
Compras y ventas seguras	34
Protección de datos personales	35
Ciberseguridad	36

El usuario en el centro

Creemos en el potencial de la tecnología para llegar cada día a más personas, brindando novedad, calidad y seguridad.

Hace 25 años que en Mercado Libre tenemos el propósito de democratizar el comercio y los servicios financieros. Esa misión nos impulsa a seguir innovando con soluciones que generen valor y transformen la vida de millones de personas en América Latina. Nuestro ecosistema fue creciendo gracias a nuestros usuarios: buscamos de manera permanente detectar sus necesidades cotidianas y desarrollar innovaciones que transformen y simplifiquen su vida, garantizándoles la mejor experiencia posible.

En 2024 logramos una mejora significativa en la experiencia de nuestros usuarios en los múltiples negocios y países en los que operamos, medida a través del Net Promoter Score (NPS). Este indicador nos permite escuchar la voz de los usuarios y medir su satisfacción con nuestras innovaciones y productos. Dentro de los principales factores que ayudaron a aumentar la satisfacción de los clientes se destacan las mejoras en los niveles de servicio, incluyendo la reducción del tiempo para su atención, a un máximo de cinco minutos, y la implementación

de *chatbots* y asistentes virtuales que ofrecen soporte 24/7 en Brasil, México y Chile. Otros elementos clave incluyen los programas de capacitación e incentivos dirigidos a los equipos operativos, diseñados para mejorar la experiencia de los usuarios, así como la inversión en herramientas y procesos optimizados que permiten a los representantes resolver consultas en un solo contacto.

Seguiremos trabajando en la mejora continua, con foco en aumentar aún más el NPS y reducir el *Help Rate*, ratio que mide la cantidad de veces que un usuario necesita ayuda sobre la cantidad de transacciones que ocurren en la plataforma. Establecemos metas para mejorar ambas métricas, que se complementan con una serie de rutinas para dar seguimiento y tener impacto positivo en la experiencia de nuestros usuarios.



Propuestas que generan valor y fortalecen nuestro ecosistema

Somos más que una plataforma de comercio electrónico: somos un ecosistema que busca ofrecer la mejor experiencia, con una propuesta competitiva y beneficios relevantes.

Durante estos 25 años, aumentamos el *engagement* de nuestros millones de usuarios ofreciendo beneficios altamente valorados, como contenido curado y exclusivo, envíos gratis, y una batería de descuentos y promociones en miles de productos para enriquecer su experiencia dentro de nuestro ecosistema.

meli+

Con MELI+ profundizamos la conexión con millones de personas, ofreciendo una propuesta competitiva y con beneficios exclusivos para que puedan maximizar la experiencia en la plataforma y acceder al mejor entretenimiento del mercado. Por un costo asequible, los suscriptores del programa de lealtad pueden adquirir productos con envío gratuito, utilizar el MELI Delivery Day (entrega programada), acceder a descuentos especiales y beneficios únicos, bien como servicios de streaming con Disney+ y música gratuita con Deezer. El programa está disponible en Brasil, México y Chile, y sigue evolucionando su propuesta de valor para ofrecer opciones más ecosistémicas.

En 2024 lanzamos la versión escalonada de MELI+, en Brasil y México, con los planes **MELI+ Esencial**, una versión más económica que ofrece, entre otros beneficios, hasta un 5% de *cashback* en compras con Mercado Pago, y **MELI+ Total**, que abarca todas las ventajas de **MELI+ Esencial**, incluyendo beneficios especiales en streaming. Así llegamos al final del año con un crecimiento notable.

Mercado Play

Gran parte de los ciudadanos de América Latina no está suscrito a ninguna plataforma paga de contenidos aun cuando, en la actualidad, el entretenimiento forma una parte fundamental de la vida cotidiana de la gente de la región.

Mercado Play es nuestro agregador de contenidos que permite a los usuarios acceder de manera gratuita a un catálogo cada vez más completo de películas, series, documentales, reality shows y contenido infantil de calidad. El acceso se hace a través de nuestra plataforma, vía desktop o con la app, y está disponible en ocho países de América Latina: Argentina, Chile, Brasil, México, Colombia, Uruguay, Perú y, desde 2024, Ecuador.

Además de fidelizar y atraer nuevos visitantes al *marketplace*, Mercado Play ofrece entretenimiento respaldado por anuncios, y se convierte en una oportunidad para marcas y anunciantes que buscan conectarse a una audiencia masiva de forma relevante. Por medio de Mercado Ads, aprovechamos datos capturados en todo el ecosistema para optimizar la segmentación y asegurar que los mensajes lleguen a la audiencia correcta, maximizando el impacto y mejorando la experiencia del usuario.



+4M usuarios



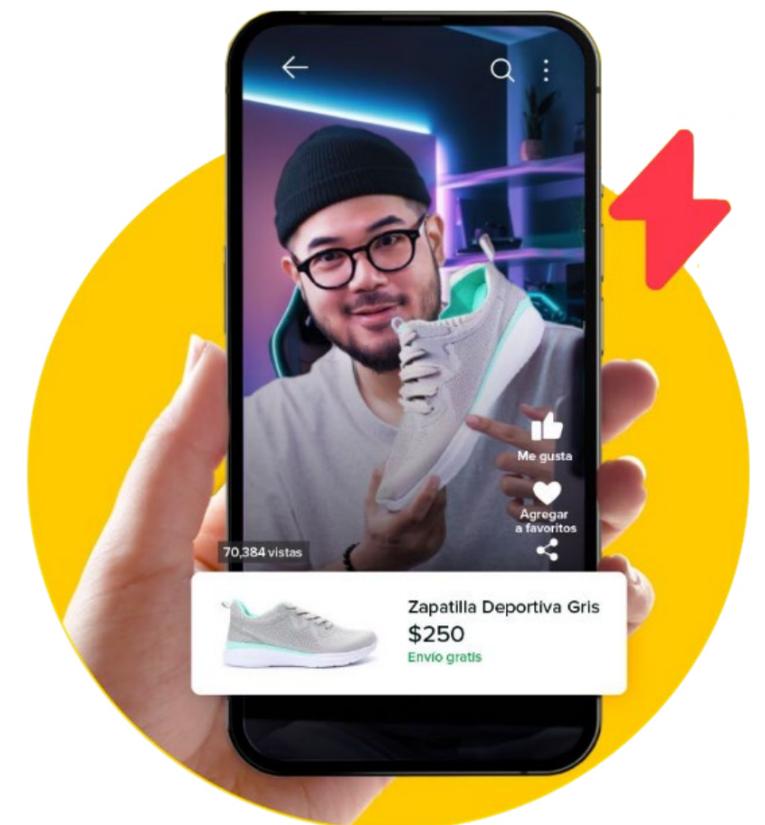
+2.500 títulos



+13.000 horas de contenido

Mercado Libre Clips

Lanzado en 2023 en Argentina, Brasil y México, y en Chile y Colombia en 2024, Mercado Libre Clips es nuestra plataforma de videos cortos que permite a los vendedores ampliar la difusión de sus productos de una manera sencilla, ágil y divertida. Disponible en la app de Mercado Libre, esta solución es una forma creativa de mejorar la experiencia de compra siguiendo las últimas tendencias del *content commerce* y las redes sociales, además de ser una forma eficaz para aumentar las ventas: una publicación recibe un promedio de cuatro veces más visitas luego de cargar un clip.



Protección de la propiedad intelectual

Actuamos para garantizar la experiencia de compra más confiable de América Latina.

Para colaborar con la protección de la propiedad intelectual e industrial y combatir infracciones que nuestros usuarios pudieran cometer en nuestra plataforma, Mercado Libre pone a disposición de los titulares de esos derechos y de sus apoderados el *Brand Protection Program* (BPP), un canal exclusivo para que denuncien publicaciones que pudieran encontrarse en supuesta infracción a sus marcas, derechos de autor, derechos conexos, patentes, modelos y diseños industriales, entre otros. Mercado Libre cuenta también con una política ante infracciones de propiedad intelectual e industrial que informa a nuestros usuarios sobre cuáles son esos derechos, cuáles son las infracciones que pudieran cometerse y cómo evitar cometerlas al momento de publicar. El BPP brinda la posibilidad de denunciar en los 18 sitios desde una cuenta única para toda la región.

Adicionalmente a este programa, Mercado Libre se apoya en herramientas automatizadas basadas en inteligencia artificial y *machine learning* para aprender de las denuncias que recibe en el BPP e identificar tendencias o patrones generales de infracción que

nos ayuden a remover publicaciones proactivamente. El 91% de las publicaciones removidas por infracción a derechos de propiedad intelectual fue detecciones proactivas.

También celebramos Acuerdos de Colaboración con actores relevantes del sector público y privado, autoridades, sociedades de gestión colectiva, cámaras, asociaciones, etc., para trabajar de manera colaborativa en la persecución de infracciones de propiedad intelectual en línea. Mediante estos acuerdos, ponemos a disposición la herramienta del BPP para que estos actores puedan utilizarla en representación del colectivo de titulares de derechos que nuclean o representan, promoviendo un intercambio de información que también permita a Mercado Libre detectar infracciones de manera proactiva. Actualmente, tenemos 12 Acuerdos de Colaboración celebrados en materia de propiedad intelectual. El último se firmó en México con la asociación Protección de Cultivos, Ciencia y Tecnología (PROCCYT).



14.900

miembros registrados en el programa



+1 M

denuncias recibidas a través del BPP que representan



0,09%

del total de publicaciones en el sitio



+78.000

derechos adheridos

El 91% de los contenidos removidos por infracción a los derechos de propiedad intelectual fueron detecciones proactivas.



Brand Protection Program



Política de Propiedad Intelectual

Combate a las falsificaciones y la piratería

Combatir el comercio electrónico de productos falsificados y pirateados requiere de un trabajo conjunto entre los titulares de derechos de propiedad intelectual, autoridades y nuestra plataforma. Por eso, desde 2021 mantenemos la iniciativa regional Mercado Libre *Anti-Counterfeiting Alliance (MACA)*, en el marco de la cual actuamos en conjunto con marcas globales para combatir estas ofertas. Actualmente, trabajamos con 26 marcas *Top of Mind*.

Mediante esta iniciativa realizamos remociones proactivas de publicaciones apoyados en algoritmos semánticos y detección de logo, que aprenden no solo con base en las denuncias que nuestros socios realizan por el BPP, sino que se nutren de la información que nos comparten para que podamos desarrollar reglas de detección automáticas. Como resultado, en 2024 por cada publicación removida por denuncias que realizaron los socios a través del BPP, Mercado Libre removió otras 25 publicaciones adicionales por sospechas de ofrecer un producto falsificado o pirata de esas marcas. Por otro lado, el 96,4% de las publicaciones removidas por sospechas de ofrecer un producto falsificado o pirata en infracción a los derechos de nuestros socios se eliminó proactivamente.

En una actividad conjunta con nuestros socios, también impulsamos denuncias penales contra usuarios de Mercado Libre que, después de realizar investigaciones, fueron identificados como organizaciones criminales que abusaban del sitio para llevar adelante sus actividades ilícitas. Desde el lanzamiento de la iniciativa, hemos presentado un total de 29 denuncias criminales. Asimismo, colaboramos con las autoridades locales en investigaciones en curso. El resultado de este trabajo es que se hicieron allanamientos que implicaron el secuestro de 22 toneladas de productos falsificados.



Anti-Counterfeiting Alliance

Fomentamos el respeto a la propiedad intelectual

Desarrollamos 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. Entre enero y octubre de 2024, capacitamos 132 personas de IT en propiedad intelectual. Del mismo modo, promovemos capacitaciones regulares a los equipos de *marketing* en torno a temas relacionados con derechos de autor y marcas. Durante el año, realizamos sesiones especiales para 110 personas que participaron en el desarrollo de campañas publicitarias.

Legal Brandbook

En 2024 lanzamos el primer Legal Brandbook de Mercado Libre con el objetivo de sensibilizar sobre el uso y la importancia de nuestras marcas entre socios, desarrolladores, vendedores y otros terceros. Este manual nos ayuda a seguir protegiendo nuestra propiedad intelectual, así como a nuestros vendedores a hacer un uso correcto de nuestras marcas al momento de informar qué venden en nuestro ecosistema, reduciendo así las infracciones. El Legal Brandbook está disponible en nuestros Términos y Condiciones. Promovemos capacitaciones, con sustento en este manual, para mayor sensibilización de los usuarios.

Unreal Campaign 2024

En el marco de nuestra participación y patrocinio de la campaña global *Unreal Campaign de la International Trademark Association (INTA)*, formamos a 226 estudiantes de escuelas secundarias y de carreras de grado en Argentina y Colombia sobre la importancia de las marcas y el peligro asociado al consumo de productos falsificados. La campaña se divulga en presentaciones presenciales y virtuales en escuelas y universidades, y mediante contenidos en redes sociales. En 2023, también se realizó esta acción de patrocinio, por medio de la cual ayudamos a formar a más de 120 estudiantes de escuelas primarias de Argentina y México.



Una atención rápida y eficaz

Nuestra prioridad es ofrecer a los usuarios un contacto rápido, fácil y eficiente con el centro de Atención al Cliente, que está formado por más de 2500 especialistas distribuidos en cuatro centros de soluciones en Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay. Todos los reclamos se atienden y se tratan para asegurar una pronta respuesta y solución.

Fomentamos la autogestión con herramientas basadas en machine learning para acelerar los tiempos, brindar soluciones óptimas y evitar procesos largos que frustren a las personas, pero siempre aseguramos una salida a un contacto humano.

Supervisamos y evaluamos periódicamente los canales de soporte y reclamos para comprobar su eficacia y la necesidad de mejorarlos. Las dos principales métricas son:

- Nivel de Servicio Online: entendido como del 100% de las veces que alguien se quiso contactar, cuántas veces había disponibilidad de los canales online.
- NPS de Customer Service: es la encuesta que contestan nuestros usuarios luego de que son atendidos por la central de Atención al Cliente.

En 2024, el centro de Atención al Cliente pasó a realizar algunos procesos para simplificar y agilizar el día a día de nuestros usuarios: automatizamos la generación y envío regular de informes de gestión de ventas a los vendedores y permitimos el uso de la central para la solicitud de desvinculación de dispositivos asociados a la cuenta de Mercado Pago, ofreciendo una solución ágil para cuestiones de seguridad, donde la rapidez es esencial.

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.



Quejas registradas en 2024



31.263.169

quejas de usuarios presentadas
(vs. 26.876.377 en 2023)



99%

quejas resueltas de manera satisfactoria
(vs. 99% en 2023)

Compras y ventas seguras

Diseñamos procesos que garanticen ventas seguras para las marcas y vendedores, 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 la ley, tampoco de los que incumplan nuestros Términos y Condiciones: en menos de un segundo, nuestros sistemas pueden analizar más de 5000 variables para pausar o eliminar las publicaciones que los violan.

Todas las publicaciones cuentan con el botón Denunciar para reportar productos que vulneren normas aplicables o nuestras políticas de publicación. Las publicaciones que no las respeten 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.

Compras protegidas

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 todos los compradores que no hayan recibido un artículo, hayan recibido uno diferente del anunciado, con algún defecto o requieran su devolución.

Para las compras *online* con Mercado Pago, tenemos un programa de compra protegida que garantiza la devolución del dinero al usuario en caso de no haber recibido el producto en un plazo de 14 días desde la fecha de compra. Esta política se lanzó en 2023 en México y Brasil, y se amplió a Argentina en 2024. También tenemos una política de cobertura ante el acceso a la cuenta de Mercado Pago luego del robo de un celular, cubriendo la pérdida económica que pueda sufrir el usuario.



87%

de reclamos de productos
solucionados de manera satisfactoria



80%

de los casos resueltos con cobertura
al comprador

Uso seguro de nuestros medios de pago

Ante el aumento de los casos de estafa telefónica, hemos desarrollado diversas iniciativas para educar a los usuarios, ayudándolos a prevenir este tipo de delito. Una de las principales acciones implementadas es la posibilidad de denunciar una transferencia sospechosa directamente desde la sección de “actividad” en la cuenta del usuario afectado. Anteriormente, esta denuncia solo podía realizarse en el servicio de Atención al Cliente. Esta acción nos permite identificar de manera más rápida la cuenta de destino involucrada, aumentando las posibilidades de recuperar el dinero y, al mismo tiempo, previniendo futuras transferencias hacia esa misma cuenta.

Asimismo, introdujimos un sistema de alertas preventivas que se activa antes de que el usuario realice una transferencia, advirtiéndolo sobre posibles riesgos asociados a la operación. Estas alarmas se prenden únicamente cuando nuestros modelos de inteligencia artificial detectan un nivel significativo de riesgo.

Protección de datos personales

| Los derechos de nuestros usuarios en primer lugar.

Desarrollamos un estricto programa de cumplimiento en protección de datos personales que atraviesa a todo Mercado Libre y se sustenta en los más altos estándares regionales de privacidad. El objetivo es garantizar el uso transparente de los datos, fomentar una cultura sólida de protección de datos, e implementar procesos de *compliance* basados en riesgo. Para ello, realizamos un seguimiento constante y proporcionamos canales efectivos, ágiles y sencillos para el ejercicio de los derechos de los titulares de datos.

Con el Programa de Privacidad buscamos:

- Supervisar el cumplimiento de nuestra Política Corporativa de Protección de Datos y políticas locales.
- Facilitar el cumplimiento de las regulaciones.
- Capacitar a las personas y reforzar la cultura de protección de datos.
- Brindar asistencia y asesoramiento especializado;
- Identificar, gestionar y mitigar riesgos de privacidad

Tenemos un alto estándar de protección de datos personales que cumple con la Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) de Brasil, más ciertas obligaciones y particularidades que surgen de normas de otros países donde operamos.

Todas las personas que se registran y hacen uso de nuestras plataformas aceptan el tratamiento de su información acorde con lo establecido en nuestra [Declaración de Privacidad](#), disponible en la página principal de cada sitio local. Allí se informa de manera clara y explícita el uso que se hace de los datos personales y los fines para los cuales los procesamos.

En enero de 2024, la antigua web de privacidad fue reemplazada por el nuevo [Centro de Privacidad](#), una plataforma centrada en empoderar a los usuarios en la gestión de su privacidad. A diferencia de la versión anterior, que tenía una función mayoritariamente informativa, el Centro de Privacidad permite a los usuarios tener total control sobre el tratamiento de su información personal. Sus principales objetivos son informar de manera detallada las condiciones generales aplicables al tratamiento de la información personal y ofrecer herramientas que permitan la personalización de preferencias de privacidad de manera clara y sencilla, garantizando así sus derechos a la privacidad, protección de datos y autodeterminación informativa.

Evaluamos todos los incidentes de privacidad que ocurren en la organización, incluso aquellos en los que no hay una afectación de la confidencialidad sino de la disponibilidad o integridad, los cuales también son pilares clave en la protección de los datos personales.

Los indicadores y métricas son obtenidos de diferentes *dashboards*:

- **One Trust:** cantidad de registros de actividad de tratamiento/ evaluaciones de impacto/riesgos.
- **Metric Stream:** cantidad de terceras partes evaluadas.
- **Castor/One Trust:** cantidad de incidentes de privacidad.
- Derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición, conocidos como **ARCO:** cantidad de derechos ejercidos por nuestros usuarios.

Conoce más sobre requerimientos de información, moderación de contenidos, propiedad intelectual y privacidad en el [Reporte de Transparencia](#).

Uso responsable de la inteligencia artificial (IA)

Sabemos que las herramientas de inteligencia artificial generativa tienen un gran potencial en nuestro ecosistema para continuar creando valor para los usuarios. Por eso, desarrollamos los Principios AI de MELI y la Política de Gobernanza de IA que garantizan un uso interno responsable y seguro de este tipo de herramientas, según los más altos estándares éticos y legales.

Una de las directrices determina, por ejemplo, que las herramientas externas de IA sean cuidadosamente evaluadas antes de su adopción. Analizamos a los proveedores para confirmar que sus sistemas no utilicen datos personales en el entrenamiento de algoritmos ni compartan información con terceros y determinamos cláusulas contractuales para impedir esas prácticas. Para reforzar esta protección, aplicamos medidas de seguridad como el uso de un *proxy* que filtra y analiza toda la información ingresada como *input* a estas herramientas.

Programa de aprendizaje

Uno de los objetivos del Programa de Privacidad es el desarrollo de iniciativas de capacitación y sensibilización para todas las personas de Mercado Libre, con el propósito de aumentar el conocimiento y la conciencia sobre la importancia de la protección de datos personales. Así, buscamos promover una cultura organizacional centrada en la privacidad.

Cada año se elabora un plan de capacitación que facilita la articulación entre las diferentes áreas de Data Privacy y otras áreas de Mercado Libre, asegura la articulación y alineación con la estrategia de comunicación interna y externa, y permite el seguimiento, la medición de impacto y el registro de evidencias de las acciones realizadas.

En 2024 nos enfocamos en fortalecer nuestra cultura organizacional en torno al manejo responsable de los datos personales. Como parte de este esfuerzo, implementamos nuevas capacitaciones en la plataforma *Learning Hub*, específicamente diseñadas para proporcionar a los equipos de Envíos y Atención al Cliente las competencias necesarias para gestionar esta información de manera segura y efectiva en su labor diaria. Por lo demás, creamos un sitio interno dedicado a la protección de datos personales, donde las personas encuentran directrices, mejores prácticas y recursos educativos que las ayudan a entender el marco legal que rige nuestra gestión de información.



9.520

personas capacitadas en privacidad de los datos

Ciberseguridad

Los ciberataques y la ciberdelincuencia pueden conducir a robo de identidades, extorsión personal y corporativa, pérdida de información confidencial y datos cruciales para la empresa, interrupciones temporales de la actividad, pérdida de negocios y clientes y, en algunos casos, cierres de empresas. Para evitar esos riesgos, durante 2024 reforzamos los controles internos fundamentalmente en relación con la detección de eventos anómalos.

Utilizamos diferentes estándares como lineamiento base para medir la madurez de los procesos de seguridad. Nos basamos en los principios de *Zero Trust* (Descentralización, Respuesta Automática y Análisis de Comportamiento) y formamos parte del Estándar de Seguridad de Datos para la Industria de Tarjeta de Pago PCI Compliance, con las **certificaciones PCI-DSS y PCI-PIN**. Y como muestra de nuestro continuo compromiso con la seguridad de la información, en 2024 celebramos un marco importante con la **certificación ISO 27001** para Mercado Libre y Mercado Pago. Durante el proceso, se efectuó una revisión detallada de cada control de seguridad y de los procedimientos asociados, permitiendo al auditor obtener una visión completa de las prácticas de seguridad implementadas. Así, se consolidó un enfoque de ciberseguridad robusto y alineado con las mejores prácticas de la industria.

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.

Programa de gestión de riesgos cibernéticos

El objetivo de este programa es identificar, analizar y mitigar las amenazas y vulnerabilidades que puedan comprometer la confidencialidad, integridad y disponibilidad de nuestros sistemas y datos. La metodología, basada en el marco “NIST 800.39 Special Publication: Guide for Applying the Risk Management Framework”, comprende las siguientes etapas:

- **Categorización:** identificamos los riesgos y determinamos su criticidad, impacto y probabilidad de ocurrencia.
- **Selección:** para cada riesgo identificado, elegimos los controles más adecuados basándonos en un inventario de controles de seguridad.
- **Implementación:** aplicamos los controles seleccionados, verificamos su efectividad e identificamos iniciativas adicionales para reducir riesgos residuales.
- **Evaluación:** realizamos una evaluación exhaustiva y detallada de cada riesgo antes de integrarlo a nuestro ecosistema de gestión, asegurando una comprensión completa de sus impactos.
- **Autorización:** revisamos de forma exhaustiva el riesgo identificado con el fin de alcanzar los estándares de calidad más altos en seguridad informática.
- **Monitoreo:** supervisamos continuamente la efectividad de los controles, asegurando que estos permanezcan adecuados ante posibles cambios en el contexto de riesgos.

El programa también incluye la evaluación de terceros críticos desde el marco de la gestión de riesgos de terceros (TPRM). Esto abarca acciones como el registro detallado de su impacto al negocio; evaluaciones de seguridad; certificaciones y monitoreo preventivo para detectar incidentes potenciales.

Por medio del seguimiento automatizado de indicadores clave, tenemos una visión en tiempo real de la gestión de esos procesos, lo que nos permite priorizar acciones basadas en análisis de riesgos.

Capacitaciones internas

Destinado tanto a los equipos internos como a terceros involucrados en esta operación, nuestro programa anual de ciberseguridad está en constante evolución. Se divide en cuatro módulos y aborda temas como: seguridad de cuenta de usuario, protección contra ataques de ingeniería social (*malware* y *phishing*), métodos seguros para compartir y resguardar información, y seguridad en la estación de trabajo.

Adicionalmente, se realizan ejercicios de simulacros mensuales de *phishing/malware*, que nos permiten medir la efectividad de nuestra capacitación e identificar oportunidades de mejoras.

 **43.367** personas capacitadas en ciberseguridad

 **3.017** casos de *phishing* bloqueados

 **941** intentos de denegación de servicios bloqueados automáticamente

 **4.169** potenciales incidentes de seguridad mitigados y remediados en tiempo y forma

 **0** casos de incumplimientos identificados por entes regionales e internacionales

CAPITAL HUMANO

CULTURA Y EQUIPO

Generación de empleo de calidad	39
Cultura como ventaja competitiva	46
Cómo competimos para ganar	49
Propuesta de valor basada en desafíos	50
Desarrollo de nuestros equipos	52
Salud, bienestar y seguridad laboral	56

Generación de empleo de calidad

En 2024 generamos 13.554 empleos, finalizando el año con un equipo de 53.516 personas. Conducimos este crecimiento exponencial de forma consciente y responsable, con base en análisis muy meticulosos de los desafíos actuales y futuros. Esto nos ha permitido sostener los planes de expansión y capturar las oportunidades del mercado y la región, con un crecimiento sostenible del equipo.

Asimismo, en este año alcanzamos los niveles de *engagement* y ejecución con excelencia más alto de la historia, así como mantuvimos el nivel bajo de tasa de renuncia para roles no operativos.



53.516

personas en el equipo de Mercado Libre en 2024
(+33,9% vs. 2023)



Tasa de *engagement*

91% (+1% vs. 2023)



Tasa de ejecución con excelencia

91% (+2% vs. 2023)



Tasa de renuncia para roles no operativos

5,2% (-0,7% vs. 2023)



Creemos cocreando el mejor lugar para trabajar

En 2024, nuestro equipo se distribuyó entre Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y Ecuador. No contamos con personas en Estados Unidos, España y Costa Rica. Registramos un aumento del 34% en la plantilla en comparación a 2023, que a nivel macro se explica por el crecimiento y expansión del negocio. El aumento en México se debe al esquema de contratación de Envíos, en donde, debido a cambios en la legislación, pasamos a tener 0% de personal externo durante 2024. En Brasil, el aumento se dio en virtud del Plan de Contratación en los equipos de IT y de Fuerza de ventas de Fintech.

 **32.063** hombres

 **21.453** mujeres

Número total y distribución de empleados por género y país a 31.12.2024

Género	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hombre	7.668	4.185	1.678	3.854	13.447	29	1.188	10	4	32.063
Mujer	4.375	1.716	961	1.432	12.252	25	675	15	2	21.453
Total	12.043	5.901	2.639	5.286	25.699	54	1.863	25	6	53.516

Número total y distribución de empleados por edad y país a 31.12.2024

Grupo de edad	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hasta 30 (edad al 31/12/24)	5.507	2.092	831	2.429	14.441	22	922	11	0	26.255
De 31 a 50 años (edad al 31/12/24)	6.404	3.716	1.748	2.844	10.437	32	931	12	6	26.130
51 años o más (edad al 31/12/24)	132	93	60	13	821	0	10	2	0	1.131
Total	12.043	5.901	2.639	5.286	25.699	54	1.863	25	6	53.516

Número total y distribución de empleados por categoría profesional y país a 31.12.2024

Categoría Profesional	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Analistas y asistentes	8.361	4.596	2.067	4.250	24.514	28	1.327	18	1	45.162
Ejecutivos	198	23	18	6	32	0	23	0	0	300
Managers	942	266	137	146	303	4	137	0	0	1.935
Senior managers	374	82	42	31	85	5	76	2	1	698
Supervisores	2.136	932	370	853	760	17	292	5	4	5.369
VP/CEO	32	2	5	0	5	0	8	0	0	52
Total	12.043	5.901	2.639	5.286	25.699	54	1.863	25	6	53.516

En 2023, nuestro equipo se distribuyó entre Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y Ecuador. No contamos con personas en Costa Rica, Estados Unidos y España.

 **24.468** hombres

 **15.494** mujeres

Número total y distribución de empleados por género y país a 31.12.2023

Género	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hombre	6.804	3.120	1.496	3.184	8.683	26	1.142	10	3	24.468
Mujer	3.859	1.330	884	1.235	7.512	19	638	16	1	15.494
Total	10.663	4.450	2.380	4.419	16.195	45	1.780	26	4	39.962

Número total y distribución de empleados por edad y país a 31.12.2023

Grupo de edad	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hasta 30 (edad al 31/12/23)	5.432	1.803	873	2.311	9.600	20	986	15	0	21.040
De 31 a 50 años (edad al 31/12/23)	5.146	2.611	1.469	2.103	6.259	25	787	9	4	18.413
51 años o más (edad al 31/12/23)	85	36	38	5	336	0	7	2	0	509
Total	10.663	4.450	2.380	4.419	16.195	45	1.780	26	4	39.962

Número total y distribución de empleados por categoría profesional y país a 31.12.2023

Categoría Profesional	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Analistas y asistentes	7.420	3.366	1.875	3.544	15.332	23	1.303	17	0	32.880
Ejecutivos	170	25	13	5	29	0	23	0	0	265
Managers	852	227	115	143	192	6	116	0	0	1.651
Senior managers	348	71	40	33	69	3	66	2	1	633
Supervisores	1.846	760	334	694	570	13	264	7	3	4.491
VP/CEO	27	1	3	0	3	0	8	0	0	42
Total	10.663	4.450	2.380	4.419	16.195	45	1.780	26	4	39.962

Distribución de empleados por modalidad de contrato

En 2024 y 2023 realizamos contratos indefinidos y temporales. En general, consideramos contratos a jornada completa a aquellos cuyo alcance es de 40 horas de trabajo semanales. Existen excepciones vinculadas al tipo de trabajo y legislación local que afectan a esta definición. Este es el caso de algunos contratos de transporte que, con 36 horas de trabajo semanales, son considerados contratos a jornada completa y con menos de 30 horas semanales son considerados contratos a jornada parcial.

Número total y distribución de empleados por modalidad de contrato y país a 31.12.2024

Modalidad de contratos	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total general
Indefinido										
Jornada completa	11.236	5.821	2.635	4.888	18.678	54	1.462	25	6	44.805
Jornada parcial	807	80	4	398	344	0	401	0	0	2.034
Temporal										
Jornada completa	0	0	0	0	6.401	0	0	0	0	6.401
Jornada parcial	0	0	0	0	276	0	0	0	0	276
Total general	12.043	5.901	2.639	5.286	25.699	54	1.863	25	6	53.516

Número total y distribución de empleados por modalidad de contrato y país a 31.12.2023

Modalidad de contratos	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total general
Indefinido										
Jornada completa	9.908	4.371	2.380	4.037	12.201	45	1.362	26	4	34.334
Jornada parcial	755	79	0	382	293	0	418	0	0	1.927
Temporal										
Jornada completa	0	0	0	0	3.373	0	0	0	0	3.373
Jornada parcial	0	0	0	0	328	0	0	0	0	328
Total general	10.663	4.450	2.380	4.419	16.195	45	1.780	26	4	39.962

Promedio anual de contratos

Promedio anual de contratos indefinidos, temporales, a tiempo completo y parcial, por género, edad y categoría profesional para los ejercicios 2024 y 2023.

Género	Indefinido		Indefinido		Temporal		Temporal	
	Jornada completa		Jornada parcial		Jornada completa		Jornada parcial	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Hombre	24.803	19.435	836	768	3.560	405	116	34
Mujer	14.520	10.732	1.070	991	3.797	430	153	31

Edad	Indefinido		Indefinido		Temporal		Temporal	
	Jornada completa		Jornada parcial		Jornada completa		Jornada parcial	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Hasta 30	17.841	14.856	1.665	1.607	4.888	593	186	37
De 31 a 50	20.832	15.035	234	148	2.181	218	78	24
51 años o más	650	275	7	4	288	25	5	0

Categoría profesional	Indefinido		Indefinido		Temporal		Temporal	
	Jornada completa		Jornada parcial		Jornada completa		Jornada parcial	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Analistas y asistentes	31.464	23.283	1.905	1.759	7.357	835	269	65
Ejecutivos	292	266	0	0	0	0	0	0
Managers	1.847	1.625	0	0	0	0	0	0
Senior managers	677	623	0	0	0	0	0	0
Supervisores	4.994	4.327	0	0	0	0	0	0
VP/CEP	49	43	0	0	0	0	0	0

La fórmula utilizada para los cálculos considera el promedio del total de las modalidades de contrato activos de los 12 meses del ejercicio reportado.

Despidos

Número de despidos por género, edad y categoría profesional en 2024.

La variación en el total de desvinculaciones entre 2024 y 2023, sobretudo en México, se debe a que, al turnover natural que tienen los equipos, se incluye el modelo de contratación eventual propio de Mercado Libre que se ajusta a las necesidades del negocio.

Número de despidos por género (2024)

Género	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hombre	282	259	194	230	1.922	3	49	0	0	2.939
Mujer	170	117	128	93	1.387	3	49	0	0	1.947
Total	452	376	322	323	3.309	6	98	0	0	4.886

Número de despidos por edad (2024)

Edad	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hasta 30	223	94	139	169	2.039	2	65	0	0	2.731
De 31 a 50 años	226	273	174	154	1.203	4	33	0	0	2.067
51 años o más	3	9	9	0	67	0	0	0	0	88
Total	452	376	322	323	3.309	6	98	0	0	4.886

Número de despidos por categoría profesional (2024)

Categoría Profesional	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Analistas y asistentes	331	304	282	246	3.190	4	87	0	0	4.444
VP/CEO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Managers	27	16	8	21	22	1	5	0	0	100
Senior managers	20	5	2	5	12	0	0	0	0	44
Ejecutivos	5	4	1	1	3	0	0	0	0	14
Supervisores	69	47	29	50	82	1	6	0	0	284
Total general	452	376	322	323	3.309	6	98	0	0	4.886

Despidos

Número de despidos por género, edad y categoría profesional en 2023.

Número de despidos por género (2023)

Género	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hombre	246	165	183	188	694	1	53	0	0	1.530
Mujer	125	89	152	68	421	2	78	0	0	935
Total general	371	254	335	256	1.115	3	131	0	0	2.465

Número de despidos por edad (2023)

Edad	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Hasta 30	201	81	201	143	614	2	111	0	0	1.353
De 31 a 50	167	169	124	111	492	1	20	0	0	1.084
51 años o más	3	4	10	2	9	0	0	0	0	28
Total general	371	254	335	256	1.115	3	131	0	0	2.465

Número de despidos por categoría profesional (2023)

Categoría Profesional	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
Analistas y asistentes	286	192	313	204	1.044	3	121	0	0	2.163
VP/CEO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Managers	20	13	10	13	15	0	3	0	0	74
Senior managers	11	5	1	2	6	0	1	0	0	26
Ejecutivos	3	2	0	2	1	0	0	0	0	8
Supervisores	51	42	11	35	49	0	6	0	0	194
Total general	371	254	335	256	1.115	3	131	0	0	2.465

Cultura como ventaja competitiva

ADN MELI

En estos 25 años de crecimiento, la cultura ha sido nuestra principal ventaja competitiva. La vivimos y ponemos en acción cada día, porque estamos convencidos de que es un factor clave para seguir impactando positivamente en la vida de millones de personas en América Latina.



Nuestra cultura en acción

Los sistemas de gestión de capital humano y los símbolos no solo están alineados con la cultura que queremos reforzar, sino que la potencian.

Cómo contratamos

A la hora de sumar a alguien, no nos importa solo el conocimiento técnico o especializado, ya que eso se puede aprender. Lo más importante es la agilidad que una persona tenga para aprender (incluyendo sus errores) y las ganas de vibrar con nuestra cultura. Todo lo demás, lo enseñamos.

Cómo tomamos decisiones

Usamos un esquema llamado “90-10”, o sea, en el 90% de los casos el empleado está plenamente empoderado para tomar sus propias decisiones. Esto aporta una gran agilidad y velocidad de ejecución. Y en el 10% restante, que son decisiones cuyo costo de reversibilidad es muy significativo, las tomamos de manera colegiada.

Cómo reconocemos y simbolizamos nuestra cultura

Una de las formas en que elegimos transmitir mensajes culturales y contar historias es a través del reconocimiento. Promovemos los Premios ADN, evento en el que destacamos a las personas que hacen contribuciones extraordinarias y son los máximos referentes de nuestra cultura. Cada año, los líderes realizan postulaciones. Luego, se hace un análisis en profundidad, sumado al feedback 360°, y un equipo de líderes sénior, referentes de la cultura, más el equipo ejecutivo definen los finalistas y el ganador.

Cómo escuchamos a nuestras personas

Escuchamos frecuentemente y de forma sistemática la voz de nuestras personas a través de pulsos anuales y ponemos a su disposición la información para que cada líder potencie la efectividad y experiencia de sus equipos y mejore permanentemente.

También creamos espacios abiertos de preguntas y respuestas con el liderazgo de forma virtual o presencial, donde las personas pueden acercar sus consultas y comentarios. Aplicamos previamente una encuesta abierta para que el equipo vuelque sus preguntas y luego el líder responde las más votadas.



25 años de cultura en acción

Para celebrar nuestro 25 aniversario, decidimos potenciar la preservación y la multiplicación de nuestra cultura, factor que refleja nuestra esencia y ha sido clave para nuestro éxito. Lo hicimos junto a nuestro equipo fundador, gran parte del cual sigue liderando nuestro negocio.

Shaping Our Next 25

Durante todo el año trabajamos en el concepto de *Shaping Our Next 25*, buscando reforzar que en estos primeros años construimos las bases de una gran empresa y logramos resultados extraordinarios, pero lo que más nos entusiasma es pensar cómo capturar las enormes oportunidades que se nos presenten en las próximas décadas. El equipo ejecutivo compartió de primera mano historias de nuestros orígenes y las conectó con el impacto del presente y las oportunidades del futuro, tomando como hilo conductor nuestro ADN emprendedor. Esto ocurrió en encuentros de líderes, eventos con los equipos, sesiones de onboarding y de Q&A en nuestro Workshop ADN, entre otras instancias de reconocimiento.

Nuestro legado

En Brasil inauguramos el Museo MELI en nuestra oficina de São Paulo, en donde se puede aprender sobre nuestra historia, conocer nuestro impacto y las innovaciones que se vienen. En Argentina renovamos el Museo Garage, situado donde empezamos nuestra historia. También realizamos el concurso fotográfico “Transformando millones de vidas”, donde los empleados compartieron imágenes que mostraban nuestro propósito en acción, o sea, cómo democratizamos el comercio y los servicios financieros en América Latina. Las fotos ganadoras, seleccionadas por el equipo ejecutivo, forman parte de una muestra que puede verse en cada filial de la región. Lanzamos también el MELI Store, una tienda dentro de nuestro *marketplace*, donde los empleados pueden acceder a merchandising con nuestra marca.

Principales reconocimientos de nuestra marca empleadora

También medimos la reputación que alcanzamos como empleadores en rankings de participación abierta para entender el impacto de nuestra cultura emprendedora fuera de MELI. 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.



#1 de nuestro sector para atraer y retener talento en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México, de acuerdo a Merco Talento

ARGENTINA

#Hall of fame - Randstad

#1 Merco Talento
1 Apertura

BRASIL

#2 Merco Talento

URUGUAY

#1 Randstad

CHILE

#6 Merco Talento

MÉXICO

#7 Merco Talento

COLOMBIA

#15 Merco Talento
Equipo de Clase Mundial – La Nota



Cómo competimos para ganar

Creemos en el esfuerzo y en el valor de la meritocracia, y sabemos que la inclusión de distintas experiencias impulsa la innovación y nos permite anticiparnos a las necesidades y expectativas de quienes eligen Mercado Libre. Para eso, trabajamos en dos pilares complementarios: inclusión, con procesos y acciones que aseguran la igualdad de oportunidades, en una cultura que tiene como valor fundamental la meritocracia, y representatividad, que promueve la inclusión de diferentes perfiles y experiencias, y reflejando, así, la riqueza de nuestra comunidad de usuarios.

Meli Participaciones, S.L. está eximido de contar con un Plan de Igualdad, tal como lo establece la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, por no contar con empleados en España.

POTENCIAR LA INCLUSIÓN

A través de procesos y acciones que aseguran la igualdad de oportunidades, en una cultura que tiene como valor fundamental la meritocracia.

ASEGURAR LA REPRESENTATIVIDAD

Garantizar la inclusión de diferentes perfiles y experiencias, que son un reflejo de la diversidad de nuestros usuarios.

MÚLTIPLES PERSPECTIVAS

Hoy, el 93% de nuestras personas percibe a sus líderes como inclusivos y no hay diferencia en esta percepción en los grupos de diversidad. También aseguramos la igualdad salarial, y no hay brecha representativa en ningún proceso de gestión de talentos, como evaluación de performance, promociones y rotaciones internas.

Tenemos como prioridad garantizar un ambiente inclusivo y respetuoso. En 2024 creamos el *Inclusion Insights Team*, un equipo interseccional cuya misión es asegurar que nuestras iniciativas y procesos sean inclusivos e integren multiplicidad de perspectivas y experiencias, generando un ambiente de trabajo cada vez mejor para todas las personas. El grupo está liderado por el equipo de Inclusión que lo conforman trece personas, representantes de diferentes grupos (mujeres, +40, PCD, etnias y LGBTQI+), asegurando un equilibrio de países, antigüedad, *seniority* y considerando *performance* y alineación cultural.

Accesibilidad

Trabajar con foco en accesibilidad no solo permite disminuir limitaciones para personas con discapacidades permanentes, sino también para aquellas que puedan tener una discapacidad temporal o situacional.

Para garantizar la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad realizamos, durante la etapa de admisión, una evaluación funcional por expertos en accesibilidad, que permite investigar diversos aspectos sociales y funcionales de la persona, así como la necesidad de apoyos para desempeñar su trabajo. A partir de esta evaluación, se elabora un informe que queda disponible para líderes, PBPs, TAs, facilitadores de entrenamiento y las áreas que proporcionarán los recursos necesarios, como Safety, Internal Systems, Real Estate y Onboarding.

Además, llevamos a cabo un análisis de accesibilidad en edificios corporativos para implementación de ajustes con partners estratégicos: Todo Accesible (MX), Guiaderodas (BR), Trama.Red (AR), entre otros. Todos los edificios de nuestras oficinas respetan la legislación vigente y cuentan con las adaptaciones necesarias para las personas con discapacidad.



351 personas con discapacidad en 2024
vs. **278** en 2023

No toleramos ningún tipo de discriminación. Cualquier violación a nuestro MELI Code debe ser denunciada. Para ello, contamos con una [Línea de Denuncias](#) confidencial, disponible las 24 horas, que permite realizar denuncias de manera anónima.

Propuesta de valor basada en desafíos

Nuestra propuesta de valor se basa principalmente en desafíos, aprendizajes y en dejar huella conectando con nuestro propósito, lo que va mucho más allá del aspecto económico.

Política de compensaciones

Contamos con una política de compensaciones que se basa en la meritocracia, que reconoce a las personas con performance sostenida y agilidad de aprendizaje. Monitoreamos el mercado con socios externos para mantener escalas salariales competitivas.

Para el liderazgo y puestos críticos, contamos con un programa de compensación a largo plazo (*Long Term Program*) y en dólares, vinculado a la evolución de la acción de Mercado Libre. Este programa está disponible para nuestras personas a partir del nivel de gerencia. En las áreas de IT, la elegibilidad comienza en los primeros niveles de liderazgo, incluyendo *Project Leaders* (PL) y *Team Leaders* (TL). Actualmente, más de 6.500 personas integran este programa en la región.



mercado
libre

Flexibilidad con responsabilidad

Un tema que seguimos evolucionando tiene que ver con las dinámicas de trabajo. Hoy, en nuestras operaciones de Envíos se trabaja de forma presencial y el resto de los equipos en un esquema híbrido. En 2024 seguimos calibrando esta modalidad de trabajo, buscando asegurar, al mismo tiempo, una gran flexibilidad para nuestro equipo – atributo muy valorado internamente y un gran diferenciador al momento de atraer talento – y las mejores condiciones para la transmisión de nuestra cultura.

La jornada híbrida contempla el trabajo *onsite*:

- Al menos un 40% del tiempo por trimestre. Esto aplica solo a los líderes senior, y cuando el líder convoca, los equipos se juntan.
- Un 40% del tiempo durante los primeros 100 días en el caso de nuevos ingresantes.
- En cuanto a quienes no ocupan puestos de liderazgo, si bien no hay un porcentaje mínimo, no aceptamos presencialidad nula.

Dentro de estos parámetros, los empleados pueden organizar sus tiempos con flexibilidad, autonomía y, sobre todo, con un alto nivel de responsabilidad. Sin embargo, el cumplimiento de resultados y los estándares de excelencia son innegociables. Para asegurarlos, medimos la productividad y la conectividad, y tenemos procesos de evaluación de performance periódicos. Tanto los indicadores de productividad como los resultados de negocio y capital humano acompañan este esquema.

Considerando el impacto que tienen en la productividad y en el bienestar, desde hace varios años venimos trabajando en la efectividad de nuestras reuniones. En esta línea, hemos implementado una serie de recursos en las herramientas de programación y realización de reuniones remotas para facilitar la organización de conversaciones efectivas. La información se recopila y se pone a disposición en un *dashboard* para que los líderes guíen a sus equipos.

Organización de trabajo para oficinas y Mercado Envíos

Los empleados de oficinas a tiempo completo trabajan en el horario de 9 a 18 h, con una hora de almuerzo, de lunes a viernes, cumpliendo una carga horaria mensual de 180 horas. Los empleados a tiempo parcial trabajan de 9 a 15 h, con 30 minutos de espacio para almuerzo, de lunes a viernes, alcanzando una carga horaria mensual de 120 horas. Por su parte, el personal de atención al cliente, se desempeña de lunes a viernes, en la misma franja horaria, con un sábado de por medio, cumpliendo una jornada mensual de 132 horas.

Por su parte, los trabajadores de Mercado Envíos cuentan con un sistema de turnos rotativos continuos. Los de tiempo completo tienen una carga horaria de 192 horas mensuales, y los de tiempo parcial, de 120. Sus tiempos de almuerzo son de 45 minutos y los de descanso son de 30 minutos.

Programa *Work from Anywhere*

Con esta iniciativa, los empleados tienen la posibilidad de trabajar hasta noventa días al año desde cualquier parte del mundo (corridos por año calendario, pueden fraccionarse). Contar con una antigüedad mínima de seis meses y la aprobación del líder es un requisito obligatorio.



Programa *Reload your Batteries*

Lanzado en 2024, este programa permite que los líderes séniores (directores y superiores) con más de diez años de antigüedad en la compañía tengan la posibilidad de tomarse un periodo libre para renovarse y recargar energías para encarar un nuevo ciclo de desafíos o cumplir algún objetivo personal postergado. Cada empleado tiene dos periodos libres a lo largo de su trayectoria en la compañía: el primero se habilita al cumplir los diez años y tiene una duración máxima de ocho semanas, mientras que el segundo se habilita a partir de los veinte años y puede durar hasta doce semanas.



Desarrollo de nuestros equipos

Nos enfocamos en potenciar el desempeño y el desarrollo continuo de las personas de nuestro equipo. Cuando alguien comienza en Mercado Libre damos la bienvenida “a la fabulosa adrenalina de emprender”. A partir de ahí, invitamos a cada uno a convertirse en dueño de su propio desarrollo.

OWNBoarding

La experiencia tiene el propósito de transmitir nuestra cultura a cada persona que se suma al equipo. Este proceso, que llamamos OWNboarding, tiene una duración de cien días y busca acelerar el aprendizaje y empoderar a las personas desde el primer día a liderar su propio trayecto en la organización. La experiencia tiene como foco potenciar su integración a nuestro ADN emprendedor.

OWNBoarding Día 1

Queremos que todas las personas se conecten con nuestra cultura desde el primer día. Esta experiencia está diseñada para que todos la compartan, independientemente del área o jerarquía. Se trata de una jornada presencial para reforzar la conexión con el ADN MELI y fomentar la creación de redes que aceleren el aprendizaje. En el caso de los representantes de Envíos, adaptamos el proceso para que se integre con la capacitación operativa.

Buddy Program

Proceso de bienvenida en el que una persona del equipo orienta y acompaña al ingresante en todo momento, enriqueciendo su experiencia y ayudando a lograr una mejor y más rápida integración durante su primer mes en la organización.

Boarding funcionales

Experiencias de aprendizaje desarrolladas por cada unidad de negocio con el propósito de acelerar la preparación y alineación de las personas que ingresan. Se les brindan los conocimientos y habilidades técnicas necesarias para que comprendan su rol en profundidad, el equipo donde trabaja, la unidad de negocio a la que pertenece y su impacto en todo el ecosistema de Mercado Libre.

Equipos de alto desempeño

En la Gestión de Performance buscamos definir desafíos y objetivos para impactar en las prioridades del negocio, elevando la vara para construir mejores equipos. Con eso, diferenciamos y reconocemos a las personas en función de su impacto y contribución a la cultura, teniendo la meritocracia como valor fundamental.

Eso significa que a la hora de analizar la contribución de cada persona miramos el aporte en dos dimensiones: el QUÉ (logros y resultados alcanzados) y el CÓMO (principios culturales puestos en acción). No toleramos resultados, por más extraordinarios que sean, que no se basen en un comportamiento alineado a nuestra cultura. Por eso, ambas evaluaciones tienen escalas diferentes y no se promedian. De esta forma, elevamos de modo permanente la vara del talento, asegurando que las decisiones que tomamos impulsen resultados para el negocio preservando nuestra cultura mientras construimos equipos de alto desempeño. En 2024, el 100% de quienes trabajan en Mercado Libre participó en la evaluación periódica de desempeño y desarrollo profesional.

El feedback de cada líder a su equipo, que cuenta también con evaluaciones 360, se complementa y enriquece con el feedback de las personas a su líder. Impulsamos activamente estas conversaciones para que se realicen durante todo el año y las reforzamos una vez por trimestre. Las evaluaciones se basan en los logros y resultados de negocio alcanzados, y en la puesta en acción de nuestros principios culturales.



Protagonistas de su aprendizaje

Promovemos un aprendizaje colaborativo en el cual cada uno es protagonista de su trayecto. Nuestro foco está puesto en el desarrollo de las capacidades de liderazgo, interdisciplinarias y técnicas que generan impacto real en la estrategia de negocio, alineadas a nuestro ADN cultural.

Tenemos agendas de aprendizaje técnico con equipos dedicados a la identificación, priorización y desarrollo de capacidades críticas de negocio: Marketplace, Envíos, IT & Product, Customer Experience, Ads y Fintech. A continuación, algunos programas realizados en 2024:

IT Bootcamp

Programa de formación intensivo para quienes se suman a nuestro equipo de tecnología en posiciones iniciales. Son ocho semanas de nivelación de conocimientos técnicos y de inmersión en nuestra forma de trabajo para que aporten valor a sus equipos de manera más efectiva desde el primer día.

 **805** personas participaron del IT Bootcamp en 2024

Mi Primera Experiencia

Programa de pasantías en el cual personas entre 16 y 20 años, familiares de nuestro equipo, que estén cursando el último periodo de la escuela media o hayan terminado ese año, puedan realizar una experiencia laboral durante un mes de vacaciones de verano. Es una práctica remunerada que tiene como mayor beneficio un primer acercamiento al mundo laboral en un entorno dinámico de mucho aprendizaje. En 2024 participaron más de 120 jóvenes.

Mi Primer Código

Programa para introducir al mundo de la programación a hijos y hermanos de empleados, de 5 a 17 años, para potenciar su interés, despertar vocación por las tecnologías digitales y ampliar oportunidades. Lo realizamos con cursos diseñados con socios como Crack The Code. En la edición de 2024 alcanzamos a más de 260 jóvenes.

Desarrollo de líderes

Para orientar el aprendizaje y formación de nuestros equipos, creemos mucho más en el enfoque práctico de entrenamientos *on-the-job*, con foco en capacidades de liderazgo y cultura.

Más de 3500 líderes ya alinearon sus prácticas de liderazgo en un workshop enfocado en el desarrollo de equipos, la excelencia operacional y la mejora de procesos por medio de la tecnología. Estos entrenamientos los facilitan los líderes de negocio, con índices de valoración y aplicabilidad de excelencia de 100% y 99%, respectivamente. También lanzamos cápsulas y agendas de reentrenamiento para fortalecer las palancas de liderazgo identificadas en encuestas de *engagement* y excelencia. Esto impactó directamente al 80% de los líderes reentrenados, con mejoras identificadas ya en la siguiente medición.

En 2024, se destacaron los siguientes programas:

OWNBoarding de Líderes

El programa está dirigido a quienes ingresan y asumen un rol de liderazgo en la organización. Su objetivo es profundizar en nuestros principios de liderazgo, potenciando las capacidades para liderar con excelencia, armar los mejores equipos y multiplicar el ADN MELI.

Workshop de ADN

Es parte del *onboarding* de los líderes recién contratados o que asumen un rol de liderazgo por primera vez. En esta experiencia de aprendizaje se desarrollan el mindset y las habilidades para poner en acción nuestra cultura en el día a día y multiplicarla con sus equipos. Es una actividad de dos días en formato presencial que realizamos en toda la región, facilitada por equipos internos.

Leading Ops

Es parte del OWNboarding una experiencia de aprendizaje que potencia al líder en cada momento de su trayectoria dentro de la empresa. Comenzando por la preparación de primeros líderes, más de 1.000 representantes ya fueron formados, con 70% de promociones a liderazgo de equipos operativos.

Medición y monitoreo

El otro aspecto fundamental para asegurar la efectividad del liderazgo es la medición. Medimos y monitoreamos sistemáticamente la efectividad de cada líder a través de un Objetivo de Efectividad de Liderazgo que mide, por ejemplo, cómo está logrando el *engagement* y la puesta en acción de nuestra cultura con su equipo, entre otras variables. Para ello, cada líder accede a un dashboard en tiempo real que integra toda la información, KPI e impacto de su gestión, y le permite tomar decisiones asertivas basadas en datos.

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.



Salud, bienestar y seguridad laboral

La salud y seguridad de las personas están en el centro de nuestra operación. Más allá de cumplir con las legislaciones vigentes en los países donde operamos, nos dedicamos a elevar continuamente el nivel de seguridad en nuestras operaciones con el objetivo de impulsar entornos de trabajo seguros y saludables. Lo hacemos por medio de la implementación de un sistema de gestión donde cada persona puede ser protagonista, promotora de corrección de acciones o actos inseguros y generadora de un entorno en el cual todos somos responsables.

Para eso, nos enfocamos en establecer un estándar elevado de gestión de salud y seguridad que combina innovación con capacitación continua de equipos y liderazgo, basada en tres pilares estratégicos:

1. Desarrollo de liderazgo: capacitamos a los líderes promoviendo la seguridad como valor fundamental de nuestra cultura.

2. Percepción de riesgos: capacitamos a los equipos para que identifiquen y mitiguen riesgos de manera proactiva.

3. Excelencia operativa: capacitamos especialistas en seguridad, higiene y salud dentro de los propios equipos operativos, garantizando consistencia y conocimiento técnico local.

Diferenciales de nuestra gestión en salud y seguridad

Utilizamos herramientas innovadoras y prácticas consolidadas que garantizan la seguridad y bienestar de cada equipo. Las más importantes son:

- **Gestión de riesgos:** Herramientas accesibles a todos los niveles para identificar peligros y hacer una evaluación sistemática de los riesgos mediante una matriz robusta, adoptando tratativas adecuadas.
- **Reportes e investigación de incidentes:** Procedimientos claros para el registro, análisis, comunicación y tratativas de incidentes, asegurando la mejora continua.
- **Gestión de contratistas:** Requisitos estrictos para el acceso y operación de personal externo en nuestras instalaciones, alineados con las legislaciones locales.
- **Asistencia médica:** Servicios de atención de emergencias, soporte asistencial y ocupacional a los empleados.
- **Bienestar:** Iniciativas que promueven el cuidado y bienestar emocional, físico, social y financiero, mediante la creación de grupos sobre el tema en nuestras herramientas de comunicación y poniendo a disposición de los equipos la Librería del Conocimiento en formato digital.

Este conjunto de acciones nos permitió lograr avances significativos, ya sea a través de resultados en indicadores de accidentabilidad, como en fomento de la temática de seguridad y salud a lo largo de la operación. En 2024 invertimos en formación para capacitar a miembros del equipo de Seguridad, Higiene y Salud, además de formar a líderes y equipos en estos temas.

Las acciones realizadas refuerzan nuestro compromiso con la seguridad de nuestras personas, que no solo cumplen con los estándares exigidos, sino que buscan ser un modelo de referencia global, permitiéndonos seguir en un crecimiento sostenible y saludable.

TOTAL DE ACCIDENTES DE TRABAJO IN ITINERE	2024	2023
MUJERES	12	12
HOMBRES	6	7
TOTAL	18	19

* Accidentes individuales independientemente de la persona afectada por lo que, si un empleado ha tenido 2 accidentes, se contarán como 2 accidentes.

ÍNDICE DE FRECUENCIA**	2024	2023
MUJERES	0,03	0,26
HOMBRES	0,05	0,07

** Las fórmulas para los cálculos del índice de frecuencia y de gravedad son las siguientes:

$$If = \frac{\text{Nº accidentes de trabajo} \times 10^6}{\text{Nº total de horas efectivamente trabajadas}}$$

$$Ig = \frac{\text{Días de duración de las bajas} \times 10^3}{\text{Nº total de horas efectivamente trabajadas}}$$

TOTAL BAJAS POR ENFERMEDADES PROFESIONALES	2024	2023
MUJERES	0	1 (ARGENTINA)
HOMBRES	0	3 (1 MÉXICO, 2 ARGENTINA)
TOTAL	0	4

TOTAL ENFERMEDADES PROFESIONALES	2024	2023
MUJERES	10	16
HOMBRES	5	2
TOTAL	15	18

TOTAL DE ACCIDENTES* DE TRABAJO NON IN ITINERE	2024	2023
MUJERES	273	357
HOMBRES	220	240
TOTAL	493	597

ÍNDICE DE GRAVEDAD**	2024	2023
MUJERES	0,0025	0,0031
HOMBRES	0,0031	0,0009

HORAS DE ABSENTISMO***	2024	2023
TOTAL	1.207.826	882.948

*** Las horas de absentismo incluyen para Argentina: accidente primeros 10 días y más de 10 días, enfermedad y pérdida gestacional; para Brasil, atestado médico, INSS accidente de trabajo, INSS enfermedad; para Chile: accidente laboral, enfermedad, examen, licencia médica y pérdida de gestación; para Colombia: enfermedad general, prórroga enfermedad general y pérdida gestacional; para México: incluye cuarentena, licencia prolongada, incapacidad IMSS - Accidente Trabajo, incapacidad IMSS - enfermedad general, incapacidad en trayecto, pérdida gestacional y permiso servicio médico; para Perú: descanso médico; para Uruguay: enfermedad 3 primeros días, enfermedad BPS, pérdida gestacional y examen médico femenino; y finalmente para Venezuela: licencia por enfermedad.

El incremento en las horas de absentismo en 2024 respecto a 2023 se debe al crecimiento de Mercado Libre.

Parentalidad

Fomentamos prácticas que alientan la crianza compartida y la igualdad de oportunidades, tenemos las licencias por maternidad a cinco meses remunerados, y las de paternidad son de 15 días hábiles. Además, contamos con una licencia por pérdida gestacional de 20 días para permitir la recuperación física y emocional de las familias en estos casos. Todas estas licencias son inclusivas y aplican de igual manera por adopción y para parejas del mismo sexo.

Permiso parental (2024)	Mujeres	Hombres	Total
Empleados que tuvieron derecho a permiso parental	38.398	45.809	84.207
Empleados que acogieron el permiso parental	1.246	1.523	2.769
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental	1.246	1.523	2.769
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental y siguen siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	980	1.304	2.284
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 (%)	79%	86%	82%

Datos totales registrados por el Grupo en América Latina.

Relaciones laborales

Las relaciones laborales de los colaboradores de Mercado Libre están descritas en el Código de Ética de la compañía. Este cubre aspectos de conducta profesional, comportamientos deseados, uso de recursos de la compañía, beneficios, políticas sobre regalos, información privilegiada y otros asuntos que regulan la relación laboral, desde el uso de la tecnología a la propiedad intelectual.

Empleados representados en los acuerdos de negociación colectiva	2024	2023
Brasil*	100%	0%
Argentina**	20,21%	30,66%
Uruguay	100%	100%
México***	84%	0%
Colombia / Venezuela / Perú / Chile	0%	0%

* En el caso de Brasil, la variación se debe a que al analizar lo requerido por este indicador de la Ley 11/2018 durante el proceso de recolección de la información, se ha detectado que no se ajustaba a su equivalente real con legislación nacional.

** En Argentina, los empleados que no cuentan con una representación sindical están regidos por la Ley de Contrato de Trabajo.

*** En el caso de México, el incremento se explica por el crecimiento de la operación logística, donde la mayoría del personal está sindicalizado.

Bienestar de nuestras personas

Abordamos el bienestar de manera integral, contemplando la salud física y emocional, la conexión social y el bienestar financiero. Escuchamos frecuentemente y de forma sistemática la voz de las personas del equipo a través de nuestros canales de comunicación, que refleja nuestra cultura e invita a una conversación abierta, transparente, horizontal. Realizamos espacios abiertos de preguntas y respuestas con el liderazgo en donde de forma virtual y/o presencial, las personas del equipo pueden acercar sus consultas y comentarios.

Para impulsar la prevención y el cuidado físico, contamos con empresas de salud ocupacional locales para realizar controles físicos y brindar asistencia médica a nuestros equipos, caso sea necesario. Realizamos campañas de calidad de vida y bienestar y un Programa de Control Médico de Salud Ocupacional (PCMSO) para mitigar los riesgos ocupacionales y orientar en la prevención. En 2024 realizamos un mapeo de bienestar: una herramienta confidencial, voluntaria y anónima que consiste en una encuesta que completa la persona del equipo y a partir de la cual recibe recomendaciones personalizadas, con la posibilidad de acceder a acompañamiento profesional si lo necesita.



CAPITAL SOCIAL

IMPACTO SOCIAL

El impacto socioeconómico de nuestro ecosistema	60
La tecnología, motor clave para la inclusión financiera	62
Cultura de donación	66

El impacto socioeconómico de nuestro ecosistema

Seguimos innovando para reducir brechas, crear puentes y multiplicar oportunidades.

Con la democratización del comercio, el compromiso con la inclusión financiera y el estímulo permanente a las economías de América Latina, desde hace 25 años contribuimos a generar un impacto positivo en la región. Mediante el poder transformador intrínseco a nuestro ecosistema, hacemos la vida más fácil a millones de emprendedores y pymes que precisan comprar, vender, desarrollar negocios y acceder a los recursos y soluciones que necesitan para prosperar.

Sabemos que las pymes forman una parte fundamental del panorama emprendedor de la región, porque apoyan de modo significativo el desarrollo y la generación de empleo: en América Latina y el Caribe, constituyen el 99,5% de las empresas y generan aproximadamente el 60% del empleo productivo (OCDE, 2024). Por eso, trabajamos todos los días para que estos negocios tengan las mismas oportunidades que las grandes empresas para que puedan impulsar las economías locales.

Cuando un emprendedor o pyme comienza a vender en nuestro marketplace, su transformación digital se acelera y aumentan las oportunidades para acceder a nuevos mercados, atraer clientes y generar ingresos. Una vez dentro de nuestro ecosistema, pueden acceder fácilmente a los servicios financieros y a las herramientas de control y planificación que necesitan para crecer y prosperar, operando en la economía formal.

Conscientes del poder de escala que tienen nuestras plataformas, buscamos además expandir las oportunidades económicas e inclusión financiera de emprendedores y mipymes de impacto socioambiental que, por brechas geográficas, económicas, educativas o digitales, tengan mayores barreras de acceso a nuestro ecosistema o a las oportunidades que ofrece el mundo de la tecnología.

Para dimensionar esta generación de valor, elaboramos en 2023 el [Estudio Impactos que Importan](#), en colaboración con Euromonitor Internacional, que refleja cómo nuestro impacto se canaliza por el emprendimiento, la transformación digital, la creación de empleo y la inclusión financiera.

Impactos que Importan



+1,8 millones de familias latinoamericanas tienen a Mercado Libre como principal fuente de ingreso.

Más del **73%** de las pymes que venden en la plataforma son empresas familiares.

1 de cada 5 pymes la lidera una mujer.

9 de cada 10 pymes lograron expandirse por fuera de su ciudad de origen gracias al comercio electrónico, sumando clientes y aumentando el nivel de ventas.



El **35%** del financiamiento solicitado por vendedores se utilizó para comprar inventario y el 18% para mantener la liquidez del negocio.

Para el **54,4%**, Mercado Pago fue su primer medio de pago digital.

1 de cada 2 pymes recibió su primera oferta de crédito a través de Mercado Pago.

Mercado Pago es la herramienta de **+95.000** de las pymes del ecosistema en el canal físico.

Productos sustentables

Como líder de *e-commerce* en América Latina, creemos que impulsar productos con impactos socioambientales positivos es una de las formas de promover la sustentabilidad a través de nuestro ecosistema. Cuando creamos la sección de Productos Sustentables, en 2019, quisimos apoyar los cambios en el comportamiento de los consumidores, desarrollando una oferta de productos curados con base en criterios de impacto social y ambiental, que se perfeccionan de forma continua y pueden ser consultados en la propia [sección](#) de cada país.

También ofrecemos apoyo y visibilidad a los emprendimientos y marcas sustentables de la región, para que accedan a mercados y multipliquen sus impactos positivos. Hoy, trabajamos para ser la primera opción de compra de productos sustentables en América Latina, ofreciendo la mayor variedad de estos productos, en más de treinta categorías.

La sección es permanente y está activa en seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay. En 2024, nuestro foco fue robustecer la oferta en determinadas categorías, como belleza, supermercado y moda, en las operaciones de Brasil, México y Argentina, y facilitar la identificación de productos con impactos positivos, incluyendo una señalización en la descripción técnica del producto. También aumentamos la visibilidad orgánica de los artículos sustentables en la plataforma, profundizando en la segmentación de los diferentes grupos de consumo y adoptando estrategias cada vez más segmentadas.

Para incrementar la oferta, establecemos alianzas con emprendedores y organizaciones de impacto, como Origenes Brasil, Movimento Amazônia em Casa, Sistema B e Instituto Akatu. Brindamos capacitaciones comerciales a emprendimientos de triple impacto y de la sociobiodiversidad e impulsamos campañas de visibilidad de sus productos y de sensibilización, como EcoWeek. También contamos con un canal abierto para que los consumidores nos envíen sugerencias de productos con impacto que les gustaría encontrar o vender en la plataforma.

Nuestras soluciones democratizan el acceso a productos que generan impactos positivos para el planeta y las personas.

Estudio Tendencias de Consumo con Impacto Positivo

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 la compra de un producto de impacto positivo. También compartimos un informe con datos generales de América Latina y otro para cada uno de los países en los que está activa la sección de Productos Sustentables.



Tendencias de consumo online con impacto positivo en América Latina | 5ª edición



Biomás a un Click

Como parte de nuestro compromiso de fortalecer a las pymes, facilitar su acceso al mercado y multiplicar el alcance y los impactos positivos de nuestro ecosistema, desde 2020 apoyamos a emprendedores de la sociobiodiversidad a vender sus productos a través de nuestra plataforma, contribuyendo a la generación de ingresos, a la preservación de la sociodiversidad y al fortalecimiento del potencial de las economías locales.

Lo hacemos por medio de Biomás a un Click, una iniciativa pionera en la región que conecta asociaciones, cooperativas y pymes de los biomás con el mercado de consumo, ofreciendo y entregando sus productos a los consumidores en una sección dedicada en nuestro marketplace, además de soluciones financieras y una red logística que llega incluso a zonas remotas. Esos negocios venden desde alimentación y cosmética hasta artículos de moda, decoración y diseño.

Las organizaciones que participan en el programa reciben capacitación en venta online, estrategia comercial, logística y marketing digital. Esto incluye sesiones de tutoría personalizadas con expertos. También reciben beneficios por utilizar nuestro ecosistema y disfrutan de una mayor visibilidad en la plataforma. El programa se desarrolla en Argentina, Brasil y México, en alianza con la Consultora Teça Impacto, FIBO Impacto Social y otras organizaciones relevantes de la sociobioeconomía.

La tecnología, motor clave para la inclusión financiera

La misión de democratizar el acceso al comercio y a los servicios financieros, impulsando la inclusión es, en gran medida, la base sobre la cual construimos nuestro negocio. Este enfoque, a partir del cual desarrollamos productos y soluciones, está en el ADN MELI desde nuestros orígenes.

En todos los mercados donde actuamos hay diferentes niveles de madurez de los sistemas bancarios, pero todos ellos ofrecen oportunidades para prestar un mejor servicio a las personas no bancarizadas o subbancarizadas que están conectadas a nuestro ecosistema.

La propuesta de valor de Mercado Pago contribuye a potenciar esta transformación, con una oferta completa basada en datos y tecnología propios. Desde una cuenta digital, hasta seguros y procesamiento de pagos, alcanzamos a personas compradoras y vendedoras con soluciones seguras, sencillas y accesibles, que les permiten desarrollarse y crecer.

En 2024 seguimos enfocados en que cada vez más personas accedan a las soluciones de nuestro ecosistema, generando un impacto directo en su inclusión financiera y digital. Finalizamos el año con 61,2 millones de usuarios activos mensuales en Mercado Pago, con un volumen total de USD 196,7 mil millones de pagos procesados, y alcanzando las 360 transacciones por segundo.

Seguimos ampliando fuertemente el acceso al crédito, con un volumen total de créditos otorgados superior a USD 24 mil millones. Y, en Argentina, sumamos la posibilidad de cobrar asignaciones sociales, impulsando la reducción del uso de efectivo y el acceso a los servicios financieros: hoy, el 85% de los nuevos usuarios genera rendimientos con su saldo, y el 60% afirma que a través de Mercado Pago accedió por primera vez a un préstamo.

Como parte de la agenda regulatoria del Banco Central de Brasil (BACEN) vinculada a la Educación Financiera, creamos en el país un Comité de Educación Financiera para seguir la ejecución y reportar las acciones recomendadas por la institución. Dentro de los avances efectuados en 2024 se encuentra la creación de nuestra Política de Educación Financiera.

Cómo impulsamos la inclusión financiera

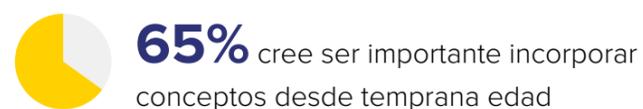
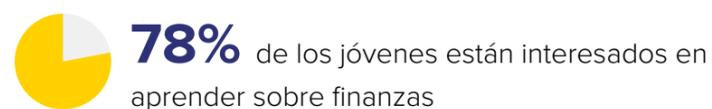
 <p>PAGOS Y COBROS</p>	 <p>CRÉDITOS</p>	 <p>AHORRO E INVERSIÓN</p>	 <p>SEGUROS</p>
<p>Transferencias financieras fáciles y accesibles.</p> <p>Cobros: dispositivo de cobranza con tarjeta de crédito, débito o QR para pequeños comercios; QR, links de pago e integraciones online.</p> <p>Tarjetas sin costos de emisión ni mantenimiento; transferencias, pagos en la aplicación.</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>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.</p> <p>Compra y venta de criptomonedas.</p> <p>Herramienta Reservas para separar montos de dinero con un objetivo predeterminado.</p>	<p>Seguros de accidentes personales y de vida que ofrecen protección a personas nunca antes alcanzadas por este tipo de coberturas.</p>

Finanzas personales y educación financiera para jóvenes

Motivamos a los jóvenes a aprender y usar de forma responsable los servicios financieros en su día a día.

Más de dos millones de jóvenes entre 13 y 17 años, en Argentina, tienen una cuenta digital en Mercado Pago quienes pueden cargar dinero, pagar con código QR y obtener una tarjeta prepaga, además de invertir dinero en un Fondo Común de Inversión, administrado y custodiado por el ecosistema de servicios financieros BIND. Todos los menores que deciden crear una cuenta en la plataforma deben contar con la autorización de sus padres o tutores legales.

De acuerdo con un informe realizado por la consultora Provokers, siete de cada diez jóvenes que tienen una cuenta digital en Mercado Pago aseguran que es una herramienta que les permite aprender sobre el manejo del dinero y que les ayuda a controlar mejor sus gastos.



Fuente: Provokers

Sabemos también que, junto con este impacto positivo de la inclusión financiera a una edad temprana, hay riesgos y problemáticas (como la de las apuestas online entre los menores) que nos obligan a estar atentos de forma permanente y mejorando de modo constante las medidas de protección. Por eso, a nivel producto, en 2024 sumamos funcionalidades de control parental que les permite a los adultos responsables controlar la actividad del menor. Además de recibir un informe mensual con el detalle de las transacciones realizadas, pueden supervisar en tiempo real los consumos del adolescente, configurar alertas por gastos o montos y pausar automáticamente la cuenta del menor, impidiendo su uso hasta la reactivación.

Asimismo, nuestros equipos especializados en seguridad y fraude exigen a todas las plataformas que ofrecen actividades de juego y que procesan sus cobros por la pasarela de pagos de Mercado Pago la validación de documento de identidad en sus flujos y herramientas de control para imposibilitar que un menor se cree una cuenta y acceda a ella. Además, con filtros automáticos, rechazamos pagos y transferencias realizados por menores de edad a plataformas de juego.



La educación financiera, clave para el uso responsable

Seguimos con el desafío de acortar brechas educativas y garantizar un uso responsable de los servicios financieros, ofreciendo capacitación gratuita a jóvenes de 16 a 18 años para tomar decisiones informadas sobre sus finanzas personales. Así, promovemos a través de Mercado Pago, en asociación con Junior Achievement, un programa que lleva conceptos básicos de educación financiera a miles de alumnos de escuelas públicas de cinco países: Argentina, Chile, Colombia, México y Uruguay.

Los participantes aprenden la importancia de ahorrar para un proyecto de vida, conocen los instrumentos de inversión y crédito y los criterios para utilizarlos. El programa también cuenta con el apoyo personalizado de un equipo de profesores y propone un encuentro con voluntarios de Mercado Pago para compartir experiencias y testimonios sobre el impacto de la educación financiera en sus vidas.

 **+4.570 jóvenes** formados en finanzas

 **238 escuelas** alcanzadas

Primeras Olimpíadas de Educación Financiera en Argentina

En Argentina, donde tenemos nuestra mayor base de usuarios menores en Mercado Pago, impulsamos además junto a Junior Achievement las primeras Olimpíadas de Educación Financiera para jóvenes de entre 16 y 18 años de todo el país. En esta iniciativa, que contó también con el apoyo de la edtech Lufindo, participaron más de 4000 estudiantes de escuelas secundarias para potenciar sus habilidades y conocimientos del mundo de las finanzas.

Durante las Olimpíadas, se abordaron temáticas relacionadas con el uso responsable del dinero, como metas y planificación financiera, tasa de interés simple y compuesto, y seguridad digital, como phishing y estafas. Las actividades lúdicas en el aula y los desafíos *online* en equipos sirvieron para que los estudiantes completaran las distintas etapas de la propuesta que les permitieron avanzar hasta la gran final.

 **3.695 estudiantes** graduados

 **187 escuelas** y docentes participantes



Impulsamos las capacidades financieras y digitales de emprendedoras

En las economías emergentes, donde las oportunidades de empleo son limitadas, se calcula que las mujeres latinoamericanas lideran el 21% de los nuevos negocios en la región (Global Entrepreneurship Monitor). Sabemos que las empresas dirigidas por mujeres son motores económicos fundamentales, porque generan empleo e impacto en su comunidad. Sin embargo, la mayoría atraviesa barreras de crecimiento. El 73% de las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres en América Latina no logra obtener los recursos económicos suficientes para impulsar el crecimiento de su emprendimiento o están completamente excluidas de las instituciones financieras (Corporación Financiera Internacional, 2017).

Para impulsar la inclusión social y económica de las emprendedoras y reducir las brechas que dificultan su crecimiento, nos hemos asociado con *Emprende Pro Mujer*, en Hispanoamérica, y *Alianza Emprendedora y Barkus*, en Brasil, a fin de fortalecer la educación financiera de emprendimientos liderados por mujeres en Argentina, Brasil, México, Colombia, Chile y Uruguay. Por medio de esta alianza, ofrecemos capacitación gratuita en habilidades emprendedoras y financieras, impulsamos la capacitación continua, con la posibilidad de que las emprendedoras se sigan formando en niveles más avanzados, y fomentamos una red de apoyo con especialistas y otras emprendedoras de la región.

IMPACTOS DEL PROGRAMA

 **42.969 mujeres** alcanzadas en 2024 (+81.000 desde 2022)

 **5.969** certificadas (11.438 desde 2022)

HISPANOAMÉRICA

 **13%** continúan ruta formativa en 2024

 **46%** mejoró sus habilidades financieras

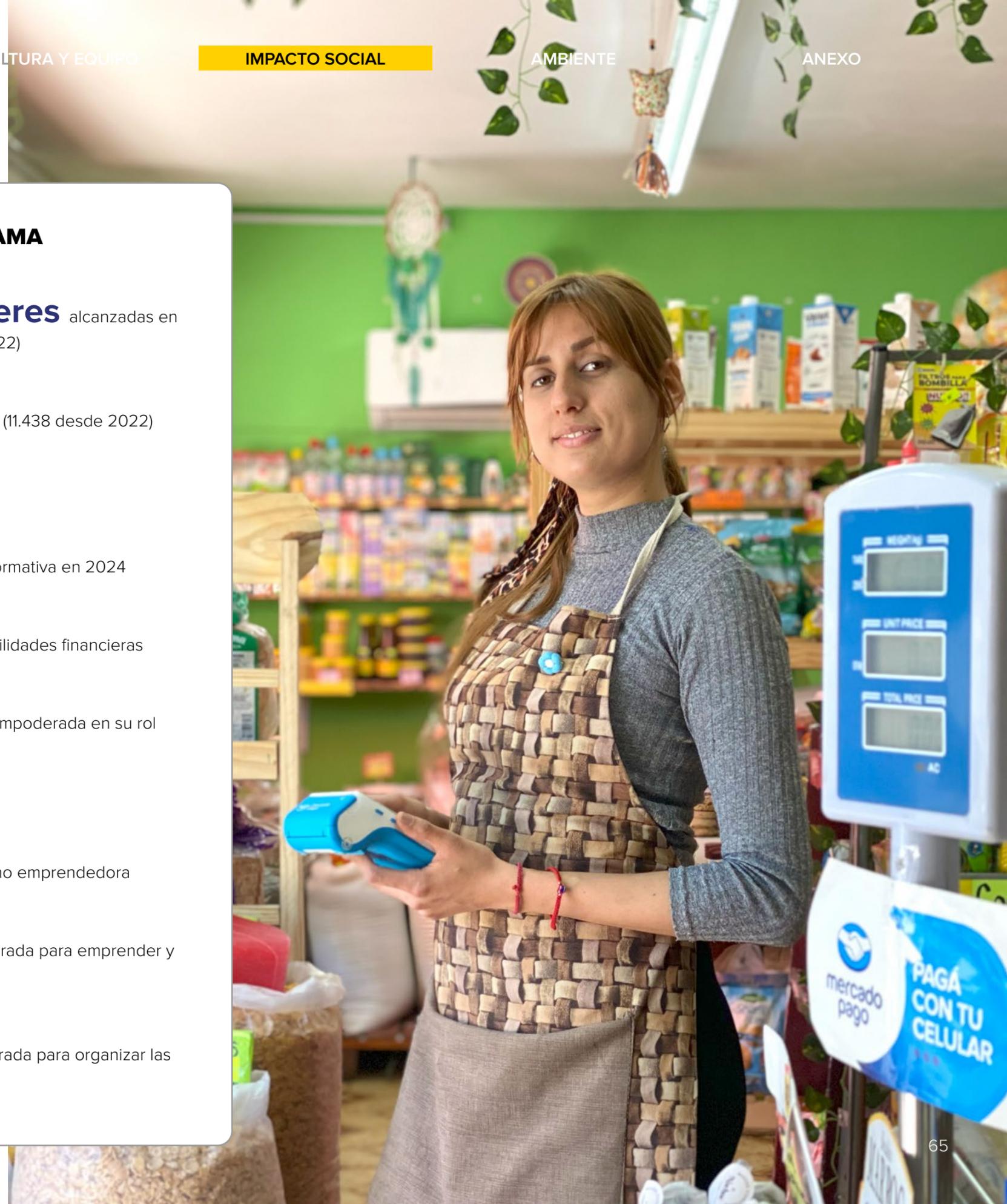
 **86%** se considera empoderada en su rol

BRASIL

 **57%** se percibe como emprendedora

 **55%** se siente preparada para emprender y gestionar un negocio

 **61%** se siente preparada para organizar las finanzas de su negocio



Cultura de donación

Mercado Libre Solidario es el programa que pone nuestro ecosistema al servicio del fortalecimiento de las organizaciones sociales, fomentando su inclusión digital y facilitando el acceso a los donantes y a la recaudación de fondos. Con el uso de la tecnología, conectamos a las ONG con millones de personas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

Las organizaciones que se adhieren al programa reciben capacitación y beneficios en el uso de nuestras soluciones para recaudar y gestionar recursos, así como para vender productos y servicios en nuestro marketplace. También promovemos intercambios y conexiones con otras organizaciones de América Latina y realizamos campañas de recaudación de fondos durante todo el año con el Botón Donar en Mercado Pago.

Botón Donar

Facilitamos el proceso de donación a través de una funcionalidad permanente en la app de Mercado Pago que permite canalizar donaciones a distintas ONG de manera rápida, transparente y segura, y que está activa en Argentina, Brasil y México.

Apoyo a comunidades

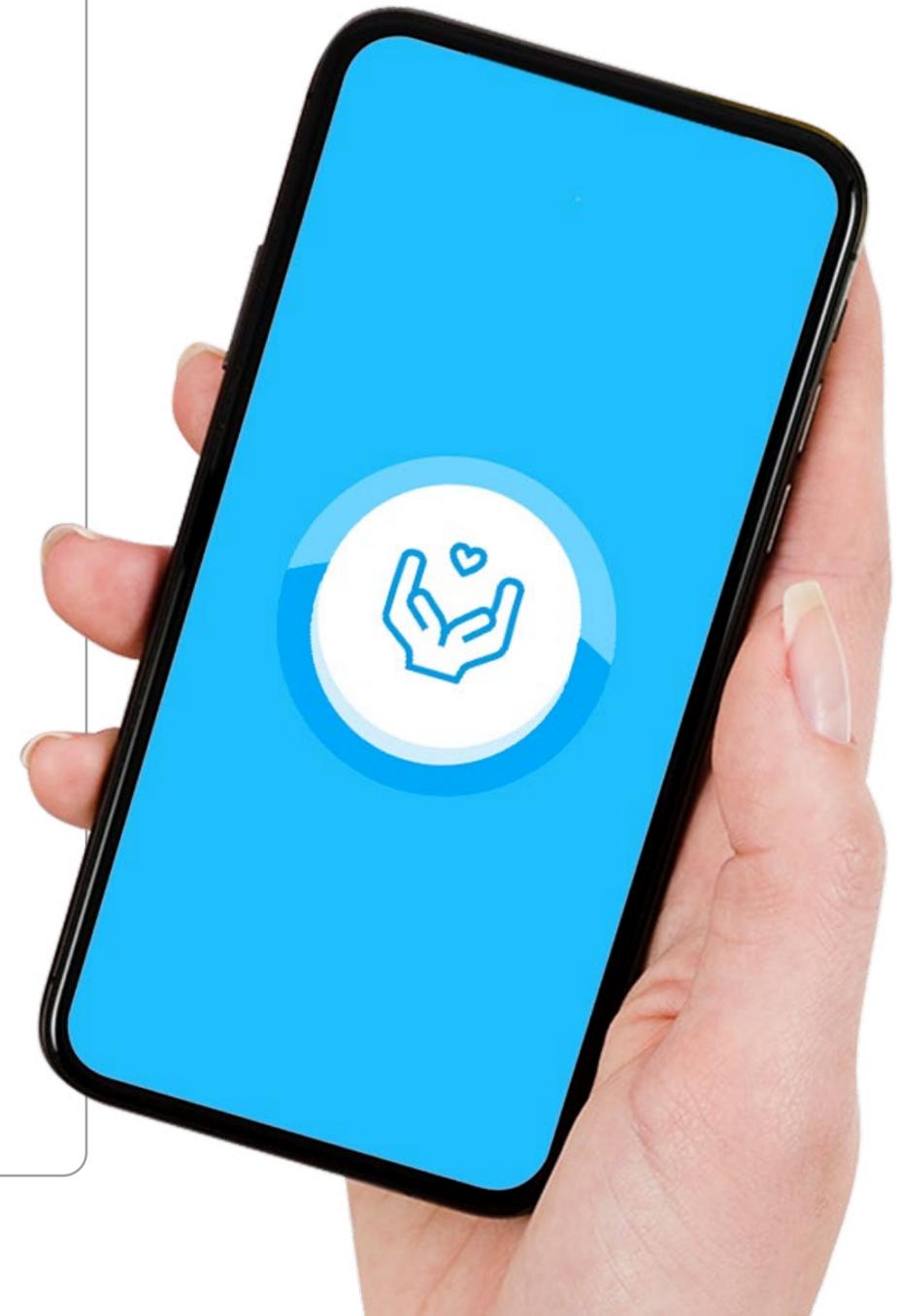
Realizamos donaciones económicas y en especie. Entre estas donaciones se encuentran bienes que quedan sin destino en nuestras oficinas y centros de distribución, a los que les damos una segunda vida con impacto social positivo. En alianza con organizaciones de la sociedad civil, ponemos en marcha un plan integral de evaluación de productos en desuso, pero en perfectas condiciones de ser usados o consumidos, inventariado de stock y logística de entrega a comunidades vulnerables de América Latina. De esta forma, evitamos el envío a vertederos de miles de productos al mismo tiempo que contribuimos con el desarrollo de las comunidades donde estamos presentes.

Durante el ejercicio 2024, se aportó un total de 37.868.261,45 USD (28.686.007,54 USD en 2023). Este monto está compuesto por donaciones en dinero (2.033.294,01 USD) y donaciones de bienes en rezago, los bienes que por alguna razón quedaron rezagados/sin destino en los centros de distribución y depósitos de los transportistas de Mercado Libre (35.834.967,44 USD). El aumento en la cantidad de donaciones de bienes en rezago en 2024 respecto a 2023 se debe a que en México se abrieron más sitios logísticos, además el negocio creció a doble dígito.



2.081.560

productos alimentarios recuperados y donados a Alimentos para todos (México) y Banco de Alimentos (Argentina)



Ayuda humanitaria y apoyo a los afectados por desastres naturales

En 2024 reafirmamos nuestro compromiso con la generación de impacto social positivo, utilizando la tecnología como una herramienta poderosa para enfrentar los desafíos urgentes y promover la recuperación de las comunidades afectadas por los desastres naturales.

Solidaridad por el sur de Brasil

En respuesta a la crisis provocada por las inundaciones en Rio Grande do Sul, Brasil, Mercado Libre, a través de Mercado Pago, donó un millón de reales a la ONG Ação da Cidadania, que forma parte del programa Mercado Libre Solidario, a fin de proporcionar asistencia inmediata a las comunidades más afectadas en todo el Estado. Por otra parte, los usuarios de Mercado Pago también pudieron contribuir con donaciones a partir de cinco reales a través del Botón Donar.

Los fondos recaudados se canalizaron para apoyar a las familias vulnerables de la región. Durante la tragedia, suspendimos temporalmente nuestras operaciones en algunas de las localidades más afectadas, dando prioridad a la seguridad de los empleados y de nuestra red de proveedores. También pusimos a disposición dos de nuestros almacenes para la recepción y clasificación de donaciones en Santa Maria y Sapucaia do Sul y facilitamos fletes solidarios, además de aplicar tarifas reducidas para emprendedores afectados.

 **USD +1 M recaudados** entre 2022 y 2024 y destinados a 25 emergencias climáticas en la región a través del Botón Donar

Lo mejor de Brasil

Incentivos fiscales

Para fomentar y apoyar la creatividad y la innovación, buscando iniciativas que marquen la diferencia de norte a sur en Brasil, en septiembre de 2024 lanzamos la Convocatoria #EntregandoOMelhorDoBrasil, con la cual patrocinamos 45 proyectos que valoran la cultura popular brasileña, con destaque para música, moda, cine, entretenimiento, emprendimiento y otras actividades vinculadas a la economía creativa. Utilizando las leyes de incentivo del país, que permiten a particulares y empresas destinar parte de su impuesto sobre la renta a causas y proyectos que favorecen el desarrollo socioeconómico y potenciamos nuestro impacto en las comunidades donde operamos.

 **USD +5,2 M** asignados a 45 iniciativas

CAPITAL NATURAL

AMBIENTE

Crecer reduciendo impactos	69
Nuestra huella de carbono	70
Movilidad sustentable	72
Circularidad de materiales	74
Gestión de residuos	75
Gestión de la energía	79



Crecer reduciendo impactos

Para acelerar el desarrollo de soluciones de mayor eficiencia y reducir la huella ambiental en todas las etapas de la cadena de valor, nuestro foco está puesto en tres pilares intrínsecamente vinculados a la operación logística y centrados en acciones con alto potencial de reducción de emisiones: movilidad sustentable, gestión de la energía y circularidad de materiales.

En 2024 enviamos 1.779 millones de paquetes a las manos de los consumidores que nos han elegido para comprar los productos que necesitan en su día a día, un 33,1% más que el año anterior. Este crecimiento no habría sido posible sin una estructura logística de clase mundial, que permite que cada entrega llegue con seguridad, calidad y rapidez. Pero sabemos que este crecimiento implica, a su vez, la responsabilidad de ser cada vez más eficientes e innovadores en nuestras estrategias de reducción de impacto ambiental.

De cara a este desafío, en 2024 hicimos grandes avances en nuestras iniciativas de movilidad sustentable. Consolidamos una de las flotas eléctricas más grandes de la región, entregando más de 31,7 millones de paquetes con emisiones reducidas. Además, seguimos innovando en la búsqueda de nuevas tecnologías de logística con bajas emisiones para incorporar a la flota.

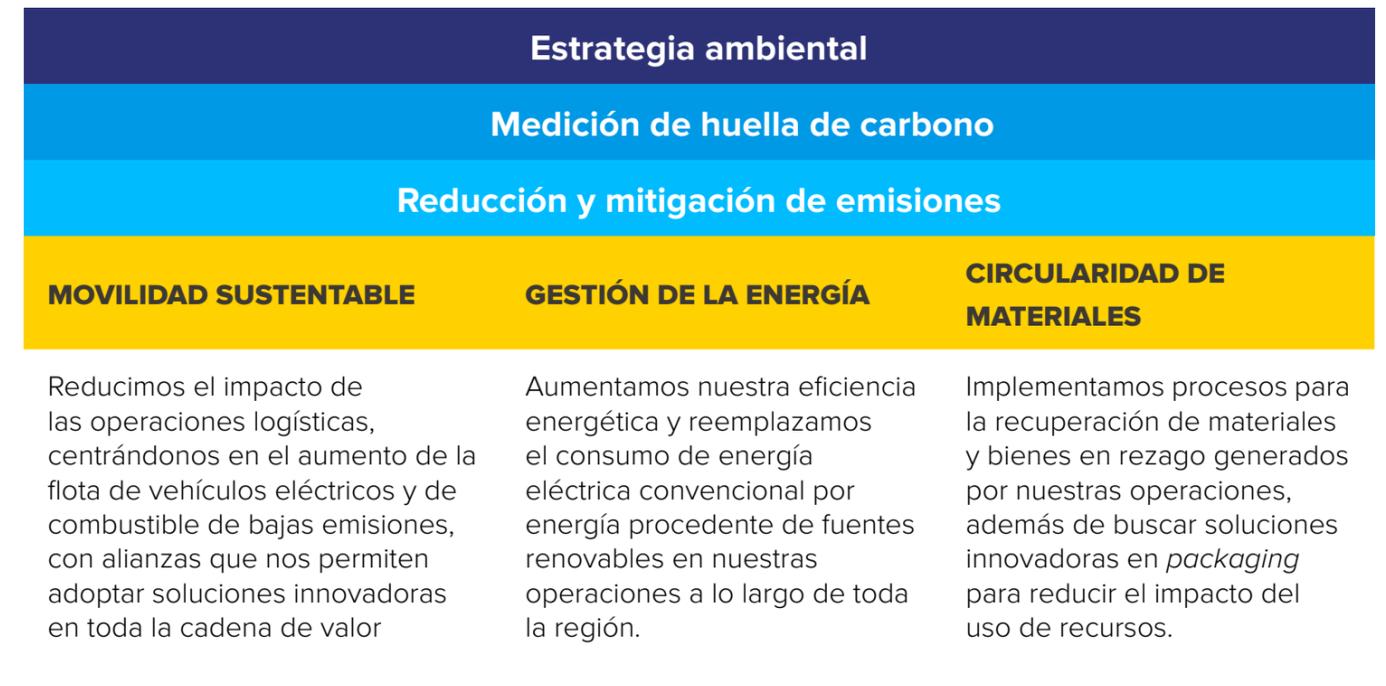
Gestionar la energía utilizada en nuestras operaciones es otro punto clave para reducir las emisiones de CO2. Nuestros esfuerzos se orientan en dos líneas de acción: energía renovable y eficiencia energética. Trabajamos para alcanzar una mayor eficiencia y abastecer nuestras operaciones con energía renovable en toda América Latina. Hoy, el consumo procedente de fuentes

renovables representa el 43,8% del consumo energético de toda la operación en la región.

Otro eje importante de acción es el desarrollo de nuevas tecnologías y soluciones de packaging para reducir nuestro impacto ambiental y ser más eficientes en la gestión de los recursos naturales. Promovemos la circularidad de los materiales reciclando el 77% de los residuos generados en nuestras operaciones, y aumentando el uso de contenido reciclado en nuestros envases. Así, llegamos al final de 2024 con hasta un 50% de contenido de plástico reciclado en Argentina y México, y de un 85% promedio de cartón reciclado en las cajas.

Por otro lado, en 2024 concluimos el ciclo de inversiones de Regenera América, un programa creado para complementar los esfuerzos de reducción de emisiones, que se consolidó como un importante pilar entre las acciones para mitigar los efectos del cambio climático, proteger la biodiversidad y promover el bienestar de las comunidades locales. Hoy, ya son más de 15.199 hectáreas de bosques en procesos de restauración y conservación, con una captación estimada en más de 500.000 tCO2e a 30 años, y más de 10.000 personas beneficiadas por medio de los nueve proyectos en marcha en Brasil y México.

Estrategia ambiental



Nuestra huella de carbono

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

Como parte de los esfuerzos por ampliar la medición de nuestras emisiones, la evaluación de las emisiones de Alcance 3 resulta crucial para identificar los puntos conflictivos. Estamos mejorando activamente nuestras herramientas de información y estimación. Involucramos nuestra cadena logística al desafío de lograr una movilidad sustentable basada en transportes de emisiones reducidas respecto a los combustibles fósiles tradicionales. Como parte de esta iniciativa, establecemos acuerdos contractuales con proveedores de transporte para que midan y reporten las emisiones de CO₂e relacionadas con nuestras operaciones.

2024				
Alcance 1 (2024)	Unidad	Cantidad	Factor emisión ¹	Emisiones TnCO ₂ e
Gases Fugitivos	R-410 (kg)	17	1,725 TCO ₂ e/kg ⁴	29,4
Estacionarias	Diesel (L)	834.338	2,61 kgco ₂ e/l ⁵	2.177,62
Móviles ¹	Diesel (L)	Las emisiones móviles se movieron a Alcance 3 ²		
Móviles ¹	Gasolina de Aviación (L)	Ya desde el año anterior estaba considerado en Alcance 3 ²		

2023				
Alcance 1 (2023)	Unidad	Cantidad	Factor emisión ¹	Emisiones TnCO ₂ e
Gases Fugitivos	R-410 (kg)	53	1,73 TnCO ₂ e/kg ⁴	94,86
Estacionarias	Diesel (L)	1.262.837	0,00268 TnCO ₂ e/L ⁵	3.384,40 ³
Móviles ¹	Diesel (L)	120.625.576		
Móviles ¹	Gasolina de Aviación (L)	0 ²		

Alcance 2 y 3 (2024)	2024		2023	
	Consumo 2024 (Kwh)	Emisiones 2024 (TnCO ₂ e)	Consumo 2023 (Kwh)	Emisiones 2023 (TnCO ₂ e)
Alcance 2 ¹	98.673.656	24.786	69.263.549	15.855
Alcance 3	400.800 ²	2.490.060 ³	1.706.667 ²	792.262 ³

Alcance 1.

¹ Para las emisiones móviles el consumo es calculado en base a la distancia recorrida.

² Este dato pasó a Alcance 3 dado que toda la distribución se hace a través de terceras empresas, y Mercado Libre no tiene control directo sobre la compra de los combustibles. Adicionalmente, para evitar el doble cómputo.

³ La variación registrada en comparación con los resultados de 2023 se debe al aumento efectivo del consumo de litros de diésel para generadores en sitio y a la mejora del nivel de reporting de datos de los sitios.

⁴ En 2024 se utilizó el FE de IPCC 2006- Guidelines for National Greenhouse Gas, Inventories. Volume 3: Industrial Processes and Product, Use. Table 7.8; para 2025 este factor de emisión será actualizado al valor de UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting actualizado.

⁵ En 2024, en algunos casos, se utilizó el FE de Emission Factor from Cross Sector Tools 2017 - GHG Protocol para 100% diésel; en 2025 se va a actualizar el valor al reporte de DEFRA, según corte biocombustible por país.

Alcances 2 y 3.

¹ El consumo eléctrico en Alcance 2 se calcula por location-based.

² El valor de consumo eléctrico en Alcance 3 (otros) se estimó de acuerdo a los datos de un servidor tipo de PUE 1,2 dado que se obtuvieron cifras reales de sus relativas emisiones de CO₂, pero no los datos reales de consumo. El consumo de electricidad reportado, no contempla los KWH generados por GENERADORES para evitar el *double accounting* de emisiones.

La estimación de kWh se basa en las emisiones de CO₂ reportadas por AWS. La baja interanual refleja una reducción en esas emisiones, que puede deberse a mayor uso de energía renovable, no necesariamente a menor consumo. Es un dato estimado, no representativo del consumo real.

³ Las emisiones de Alcance 3 incluyen el total de las emisiones de la cadena de valor, las cuales no todas corresponden a consumos eléctricos. Se encuadran dentro de las siguientes categorías: Viajes de negocios; Transporte y distribución downstream; Viajes al trabajo; Bienes y servicios adquiridos; Productos vendidos; Transporte y distribución upstream; Residuos generados en operaciones.

Hubo un incremento en las emisiones de Alcance 3 porque ahora también se consideran las emisiones móviles, las cuales, en periodos anteriores, se reportaban dentro del Alcance 1.

Gobernanza climática

Identificamos y categorizamos los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático teniendo en cuenta las expectativas de los *stakeholders*, las preferencias de los clientes, las regulaciones ambientales, el desarrollo regional de energías renovables y las tendencias emergentes, entre otros. Contamos con una amplia gama de iniciativas para la reducción de emisiones y utilizamos un marco jerárquico de gobernanza para gestionar los riesgos del cambio climático en todas las operaciones comerciales de la organización.

Desde 2020 respondemos al cuestionario sobre cambio climático de *Carbon Disclosure Project* (CDP) como una forma de mejorar la conciencia corporativa y gestionar de manera eficaz los riesgos asociados a este tema.

Compromiso con la precisión e integridad de los datos

En Mercado Libre, la transparencia y la coherencia en todos los marcos de reporte son fundamentales para mantener la confianza de los *stakeholders*. Como parte de nuestro compromiso continuo con el análisis y la evidencia de los datos, estamos actualizando la forma como categorizamos ciertas emisiones en alineación con el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) y los estándares de reporte financiero.

Cuando iniciamos formalmente nuestras prácticas de gestión de carbono, en 2016, aunque dichas emisiones no estuvieran directamente bajo nuestro control operativo, incluimos las emisiones de nuestros socios logísticos externos en el Alcance 1 para garantizar la dirección del tema de manera responsable dentro de la cadena de valor. Esta práctica nos permitió impulsar acciones y desarrollar iniciativas estratégicas de reducción de emisiones en colaboración con nuestros socios, como la incorporación de vehículos eléctricos en las operaciones de primera y última milla, y el uso de combustibles alternativos en nuestras operaciones de transporte de larga distancia.

Después de ocho años de progreso, decidimos perfeccionar nuestro enfoque de reporte para alinearlos más estrechamente con el GHG Protocol y con los estándares predominantes en la industria. En consecuencia, reclasificamos las emisiones de nuestras entregas realizadas por medio de socios logísticos de Alcance 1 a Alcance 3. Este ajuste refleja nuestro compromiso con la precisión y la integridad en las prácticas de reporte. Seguimos plenamente comprometidos con la reducción de estas emisiones y continuaremos apoyando de manera activa a nuestros socios logísticos en el desarrollo de sus capacidades para medir, gestionar y reportar emisiones de manera eficaz.

Esta decisión refuerza nuestra determinación de alinear la acción climática con estándares reconocidos globalmente, al mismo tiempo que garantiza transparencia y credibilidad a nuestros *stakeholders*.



Movilidad sustentable

La expansión de nuestro negocio requiere, a su vez, la ampliación de la red logística. Llevar nuestros productos a su destino es una de las principales fuentes de emisiones directas de nuestras operaciones. La electrificación de la flota es una de las formas más importantes de reducir las emisiones a lo largo de la cadena especialmente en la primera y última millas. Además de mantener la eficiencia operativa, puede reducir las emisiones de CO2 entre un 50% y un 85%, en comparación con las flotas de combustibles fósiles.

Sin embargo, el sector enfrenta importantes retos que requieren un esfuerzo multisectorial para que América Latina pueda evolucionar en la transición energética. Vivimos un contexto desafiante, caracterizado por el desajuste entre oferta y demanda en el mercado de electromovilidad y combustibles alternativos, y la falta de infraestructura de carga, entre otros factores.

Mismo ante este escenario, en 2024, logramos aumentar la flota de vehículos eléctricos dedicados en la región. 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. Llegamos al final de 2024 con 1439 vehículos eléctricos para entregas en México, Colombia, Chile Uruguay y Argentina, un aumento de 9,68% respecto a 2023.

Los proyectos que llevamos a cabo también se centran en el desarrollo y la expansión de instalaciones de puntos de recarga y en explorar modelos innovadores que den soporte y posibiliten el despliegue de la flota. Sabemos que esa transición representa una gran oportunidad para el sector. Así, buscamos trabajar en equipo con los integrantes de la cadena de suministro regional para encontrar las mejores soluciones a los desafíos locales.

Innovar para avanzar en bajas emisiones

Para abordar los desafíos de hacer la transición hacia una logística baja en carbono, nos asociamos con Newlab para desarrollar un Estudio de Logística de Bajo Carbono. Abrimos una convocatoria en la que participaron 128 empresas y startups de todo el mundo. Como resultado, seleccionamos ocho empresas de esta naturaleza de movilidad de bajas emisiones con las que realizamos pilotos desde condiciones reales de negocio en nuestras operaciones de Brasil, México y Uruguay, para evaluar la viabilidad y escalabilidad de estas tecnologías.

Con esta iniciativa queremos identificar y probar tecnologías innovadoras que tienen el potencial de reducir significativamente la huella de carbono de nuestras operaciones logísticas. A través de una serie de pilotos, estamos evaluando una variedad de soluciones, incluyendo modales alternativos de transporte de bajas emisiones, optimización de carga de vehículos eléctricos y conversión de vehículos de combustión a eléctricos e híbridos.



Eficiencia logística

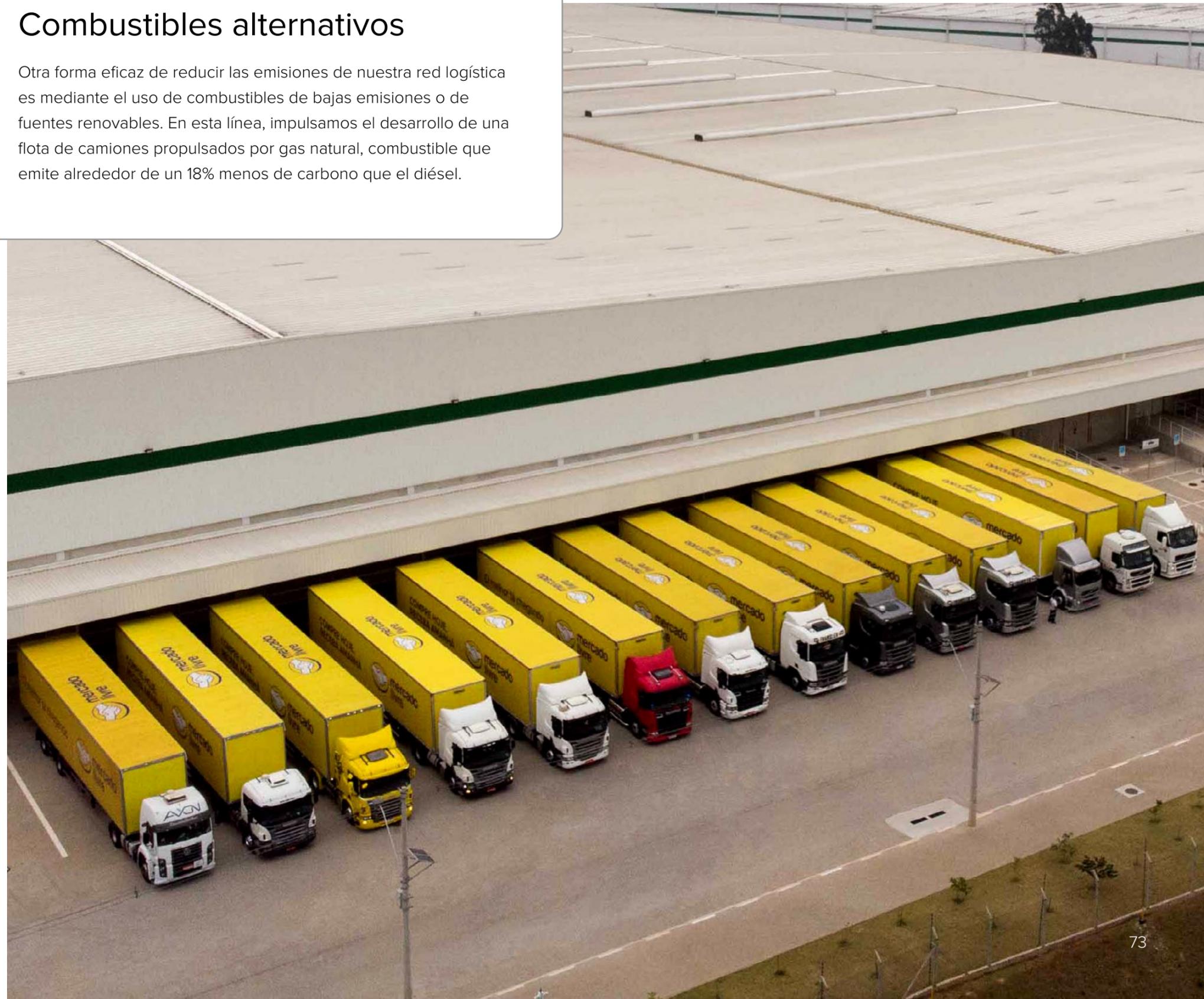
En 2024, el 71,8% de nuestros envíos llegó a su destino en menos de 48 horas. Para gestionar este volumen de ventas se necesita una operación logística avanzada, bien ejecutada e integrada.

Siempre estamos buscando innovaciones diseñadas para mejorar la eficiencia operacional de la red logística. Además, nuestros centros de distribución y almacenes estratégicamente ubicados nos permiten ampliar la capacidad de entrega y reducir los tiempos y los costos.

Hemos avanzado en la instalación de sistemas de telemetría en gran parte de la flota dedicada. Esta iniciativa nos permite monitorear y optimizar diversos parámetros, incluyendo algunos relativos a seguridad vial, el consumo de combustible y eficiencia de conducción, entre otros. Con el análisis de datos podemos fomentar prácticas de conducción más seguras y eficientes, lo que se traduce en beneficios ambientales y económicos.

Combustibles alternativos

Otra forma eficaz de reducir las emisiones de nuestra red logística es mediante el uso de combustibles de bajas emisiones o de fuentes renovables. En esta línea, impulsamos el desarrollo de una flota de camiones propulsados por gas natural, combustible que emite alrededor de un 18% menos de carbono que el diésel.



Circularidad de materiales

Buscamos de modo constante soluciones que nos permitan minimizar el volumen de material que va a parar a los vertederos y reinsertar los recursos en el ciclo productivo, fomentando la circularidad de los materiales. Actuamos en tres frentes: reducir, reemplazar y reciclar, además de concientizar a los miembros de la cadena de valor.



Impulsamos un programa de reciclado que incluye esquemas de separación y recolección selectiva de los residuos en origen. El 77% de los materiales secos utilizados en nuestros centros de distribución se recupera en conjunto con proveedores locales.

Para lograr la reducción de la cantidad de *packaging* de manera permanente, transportamos algunos productos en su empaque primario, eliminando embalajes adicionales y reduciendo el uso de materiales y la cantidad de aire transportado en la última milla.

Conectando nuestras iniciativas ambientales al cotidiano de los usuarios

Estamos buscando acercar nuestras acciones ambientales a la experiencia del usuario, convirtiéndolo en aliado en la reducción de impactos ambientales y compartiendo nuestros esfuerzos en esta área.

Para cerrar este círculo, necesitamos que los consumidores den el destino adecuado a sus residuos. Por eso, en 2024, en los principales países donde operamos, pasamos a incluir mensajes de sustentabilidad en los empaques, con un sitio web asociado que describe los materiales y trae instrucciones para separarlos y disponerlos de forma apropiada para su posterior reciclaje.

En Brasil, México y Chile, también incluimos una nueva funcionalidad en los mensajes de seguimiento de entregas que informa a los usuarios si el paquete será transportado en un vehículo eléctrico.



Gestión de residuos

Durante 2024, alcanzamos una tasa de recuperación de materiales en nuestras operaciones de un 77%. El cartón sigue siendo el residuo valorizable generado en mayor cantidad a nivel regional, representando más del 44%, seguido de la madera con más del 18%.

El porcentaje de desvíos a relleno sanitario se sitúa en un 21%, una tasa que casi se ha duplicado respecto a 2023 debido al aumento de la cantidad de sitios que pasaron a informar datos sobre generación de residuos.

Para garantizar la correcta gestión de los residuos y de todos los procesos implicados, contamos con herramientas legales, como cláusulas contractuales, garantía de las autorizaciones y documentos, como certificados de disposición final y permisos para el transporte de residuos. Además, todos nuestros sitios cuentan con un programa de excelencia, mediante el cual se examina la operación y sus resultados, incluyendo la gestión de residuos.



En México, la interrupción del servicio de Recicley en 2024, que garantizaba “Zero Waste to Landfill” mediante el reciclaje y la cogeneración, provocó una reducción en las tasas del 100% en 2023 al 83% en 2024 debido a que una parte de los materiales no reciclables ahora se destina directamente al vertedero.

En Brasil, hasta 2023 se utilizaban pallets de madera, reciclando el 30% de los descartados. A fines de 2023, se implementaron pallets plásticos para reducir costos y residuos. Estos cambios disminuyeron la rotura y recompra, bajando la generación total de residuos y la tasa de recuperación de MLB. Se estima que sin estos cambios, la generación de residuos sería un 15% mayor y la tasa de recuperación de MLB del 79% en lugar del 72% en 2024.

Tasa de recuperación de residuos por país *	2024	2023
Argentina	88%	81%
Brasil	72%	82%
México	83%	100%
Uruguay	55%	53%
Chile	77%	73%
Colombia	88%	87%
% Total tasa de recuperación de residuos	77%	93%

*Total de residuos recuperados sobre el total de residuos generados (este último incluye, además de los residuos recuperados, los residuos peligrosos, patogénicos y generales).

Origen de los residuos generados (en toneladas) por país en 2024

País	Argentina	Brasil*	México	Uruguay	Chile	Colombia	Total
Aluminio + Chatarra y otros metales	126	43	81	0	22	34	306
Cartón	1.082	3.022	14.158	2	1.834	274	20.371
Papel	1	377	20	0	0	1	399
Plástico	384	678	1.465	1	467	284	3.279
Madera	51	426	10.568	0	250	1.617	12.912
Vidrio**	0	0	0	0	0	0	1
Orgánico/Compostable	16	40	261	12	10	9	348
Generales a coprocesamiento	0	11	1.329	0	138	0	1.478
Reciclables mixtos***	5	7	9	1	0	0	22
Generales	481	1.586	5.278	13	796	293	8.447
Patogénicos	2	0	2	0	0	0	4
Peligrosos / Especiales	118	182	450	0	0	20	770
Total	2.266	6.372	33.621	29	3.517	2.532	48.337

* Aplicamos un 16% para los datos de MLB.

** Vidrio: nueva categoría.

*** Reciclables mixtos - nueva categoría que incluye cápsulas de café expreso, Tetra Pack, revestimientos y otros reciclables mixtos.

Origen de los residuos generados (en toneladas) por país en 2023

País	Argentina	Brasil*	México	Uruguay	Chile	Colombia	Total
Aluminio + Chatarra y otros metales	12	7	236	0	0	0	255
Cartón	1.067	1.969	6.552	0	556	132	10.276
Papel	0	3	9	0	0	0	12
Plástico	235	620	1.000	1	49	30	1.935
Madera	9	1.035	4.831	0	223	13	6.111
Vidrio							0
Orgánico/Compostable	0	0	57	13	0	2	72
Generales a coprocesamiento	0	20	639	0	0	0	659
Reciclables mixtos							0
Generales	275	732	13	12	305	27	1.364
Patogénicos	1	0	0	0	0	0	1
Peligrosos / Especiales	43	67	4	0	0	0	114
Total	1.642	4.453	13.341	26	1.133	204	20.799

El aumento en la generación de residuos registrado en 2024 se explica principalmente por los siguientes factores:

- Lanzamiento de nuevos sitios en 2024, en toda la región para atender el aumento de órdenes procesadas por MELINet, la red logística de Mercado Libre
- En 2023 solo se utilizaron datos reales (reportados). No fueron considerados los meses sin información.
- Se aplicó una nueva metodología para el armado de las bases de datos.

Innovación en empaques

Incorporamos materiales reciclados en la composición de nuestros empaques, y garantizamos que todos sean reciclables, reutilizables o compostables. El cartón que utilizamos cuenta con trazabilidad en su cadena de valor certificada o en vías de certificación con el sello Forest Stewardship Council (FSC), que garantiza que el proceso de fabricación incluye prácticas responsables de manejo forestal. Además, en toda la operación, las cajas utilizadas en nuestras operaciones presentan al menos un 36% de cartón reciclado en su composición.

Desde 2023 incorporamos bolsas producidas con hasta un 50% de plástico reciclado en las operaciones de Argentina y México. Así, logramos alcanzar un 47% de plástico reciclado a nivel regional. También estamos trabajando en iniciativas de diversificación de tamaños y reducción de gramaje para cajas y bolsas, a fin de minimizar el volumen de material introducido al mercado. Se lograron reducciones de gramaje en Brasil y México, manteniendo la calidad y el desempeño, disminuyendo un 20% la utilización de materia prima.

Seguimos promoviendo la eliminación de material de relleno plástico. El reemplazo se hace por alternativa de papel certificado en uso forestal responsable o materia prima reciclada. También impulsamos el programa SIOC (envíos en empaque primario sin agregado de *packaging*), alcanzando un 18% de los envíos que salen de nuestros centros logísticos.

EMPAQUES 100% RECICLABLES, REUTILIZABLES Y COMPOSTABLES

CAJAS	BOLSAS	EMPAQUE PRIMARIO (Penetración SIOC)
<p>BRASIL</p> <hr/> <p>20% de contenido reciclado mínimo</p> <p>30% de cartón reciclado promedio</p>	<p>En Brasil y Chile (en proceso para México) lanzamos una bolsa para nuestra categoría de supermercado, típicamente utilizada para alimentos, que es reutilizable y más segura para las entregas.</p> <p>En Brasil y México empezamos a usar máquinas automáticas de empaquetado para compras de un solo artículo, que no llevan etiquetas. Así, reducimos el uso de insumos y facilitamos el reciclaje.</p>	<p>ARGENTINA</p> <hr/> <p>29% de envíos</p>
<p>ARGENTINA</p> <hr/> <p>100% de cartón reciclado</p>	<p>ARGENTINA</p> <hr/> <p>50% de plástico reciclado promedio</p>	<p>CHILE</p> <hr/> <p>19% de envíos</p>
<p>MÉXICO</p> <hr/> <p>100% de cartón reciclado</p>	<p>MÉXICO</p> <hr/> <p>50% de plástico reciclado</p> <p>BRASIL</p> <hr/> <p>12% de contenido reciclado promedio</p>	<p>BRASIL</p> <hr/> <p>18% de envíos</p>
<p>CHILE</p> <hr/> <p>38% de cartón reciclado</p>	<p>CHILE</p> <hr/> <p>100% compostable</p>	<p>MÉXICO</p> <hr/> <p>17% de envíos</p>

Consumo de materias primas (packaging) 2024 (tn)

País	México	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	EEUU	Uruguay	Total
Cartón	13.921	711	1.979	931	78	22	0	17.642
Plástico	8.400	614	2.674	82	38	4	5	11.817
Papel	295	97	331	92	6	4	0	825
Madera	22.492	2.881	773	0	90	26	0	26.262
Bio plástico	0	0	0	184	0	0	0	184
Total	45.108	4.303	5.757	1.289	212	56	5	56.730

Aplicamos un 16% para los datos de MLB.

MLM y MLB: aperturas de nuevos centros de distribución para atender el aumento de órdenes procesadas por MELINet.

Mercado Libre se encuentra en proceso de estandarización de procesos en toda la región. La compra de materia prima debería aumentar en todos los países en relación a lo que aumenta el tamaño de sus operaciones.

Estamos trabajando año a año en lograr mayor trazabilidad, mejorar los procesos de recolección de datos.

Consumo de materias primas (packaging) 2023 (tn)

País	México	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	EEUU	Uruguay	Total
Cartón	8.733	1.025	1.790	735	209	0	0	12.492
Plástico	6.893	662	882	553	136	0	0	9.126
Papel	167	157	290	122	6	0	0	742
Madera	18.313	662	493	263	68	0	0	19.799
Bio plástico	2	0	0	112	0	0	0	114
Total	34.108	2.506	3.455	1.785	419	0	0	42.273



Gestión de la energía

Una de nuestras principales fuentes de consumo de energía eléctrica se concentra en nuestros centros de distribución, en función de la energía requerida para la automatización de los procesos de despacho. Evaluando 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. Hoy más de 125 sitios logísticos ya cuentan con sensores IoT (Internet de las Cosas), que proporcionan datos en tiempo real sobre lo que consumimos. Esto facilita una gestión más eficiente de los recursos.

Contamos con un programa para garantizar el aumento de las necesidades energéticas mediante acuerdos externos de compra de energía renovable, con el objetivo de pasar a un consumo de energía totalmente limpia en nuestras instalaciones.

Consumos energéticos por país	2024 (kWh)	2023 (kWh)
Argentina	13.401.094	13.740.480
Brasil*	14.588.897	14.787.043
Chile**	7.663.460	6.344.907
Colombia***	2.498.710	1.837.799
EEUU	117.600	-
México****	59.509.188	48.610.917
Perú*****	73.947	39.606
Uruguay	754.672	780.948
Venezuela	66.088	87.245

Contempla consumos de electricidad de fuentes renovables, consumos no renovables suministrados por la red eléctrica convencional de cada país y energía consumida a través de generadores diésel.

*Aplicamos un 16% para los datos de MLB.

**Chile: 84% del incremento debido al aumento de demanda en CLRM03

- Mudanza de XD/SVC a CLRM03 + puesta en marcha de 3 conveyors.
- Utilización 5 etapas mezzanine.
- De enero a marzo hubo incremento por uso de equipos de ventilación en mezzanine por altas temperaturas.
- Habilitación de puntos de carga de autoelevadores.
- Puesta en marcha de 4 conveyors lado FBM.

***Colombia: aumento de demanda en operación de FBM COCU02, driver del 98% del aumento YoY.

****México: hubo aumento de sitios reportando energía por nuevas aperturas (+2). En 3 FBM aumentó la demanda: 1 por mecanización, otro por confort térmico.

*****Perú: el inicio de la única oficina fue en junio de 2023, pero solo en 2024 tuvimos el primer reporte completo de datos.

Consumo de agua

Dada la naturaleza de nuestro negocio, nuestro consumo de agua corresponde al de nuestras oficinas y centros de distribución. Aunque realizamos un seguimiento y medición sobre su consumo, no evaluamos los impactos relacionados con el agua de nuestras operaciones. 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.

Consumo de agua (en m ³) por país	2024	2023
Argentina	74.654	79.778
México	280.809	-
Uruguay	1.552	1.027
Colombia	7.864	3.943
Chile	10.097	4.555
Venezuela	-	-
Perú	76	68
Brasil	104.853	99.532
Ecuador	-	-

México: por primera vez obtenemos en 2024 un reporte real de consumo de agua de las principales operaciones de FBM por parte de Mantenimiento, con estimaciones de los meses donde no contaban con data. En 2023 no tuvimos reporte ni estimaciones enviadas.

Colombia: durante 2023 nos reportaron nueve sites durante 6 meses. En 2024 tuvimos nueve sites reportando casi el año completo + XD Bogotá, que reportó por primera vez y su consumo es un 54% del consumo de agua para MCO en 2024.

Chile: en 2024 Mantenimiento reportó consumos de operaciones de SVC. En 2023, sólo habían reportado FBM.

Venezuela: al cierre de 2023 y 2024 las áreas correspondientes no habían reportado consumo.

Perú: el inicio de la única oficina fue en junio de 2023, pero solo en 2024 tuvimos el primer reporte completo de datos.

Brasil: aplicamos un 16% para los datos de MLB.

Uruguay: hubo una variación de pisos contratados en la oficina de Aguada Park, pasando de 5.125 m² a 3.200 m² con una capacidad de 626 a una capacidad de 410 personas.

Ecuador: no reporta consumo de agua.

Transición a energías renovables

Nos enfrentamos al desafío de alinear el crecimiento acelerado del negocio con los esfuerzos para reducir el consumo de electricidad y para ello, estamos invirtiendo en el uso de fuentes renovables de energía. En 2024 consumimos más de 27.315,7 MWh anuales a partir de dichas fuentes, y logramos migrar tres sitios logísticos a energías renovables.

En Brasil migramos tres operaciones de sitios logísticos a fuentes de energía renovable, mediante contratos PPA (contratos de compraventa de energía renovable). De esta forma, cerca de 64,5% del consumo del país se abastece con esta fuente. En Colombia, consumimos 462 MWh de energía renovable proveniente de la planta solar instalada en nuestro centro de distribución y almacenamiento, cubriendo un 30% del consumo anual. En Chile consumimos 5997 MWh de energía renovable, y en México 11.442 MWh.

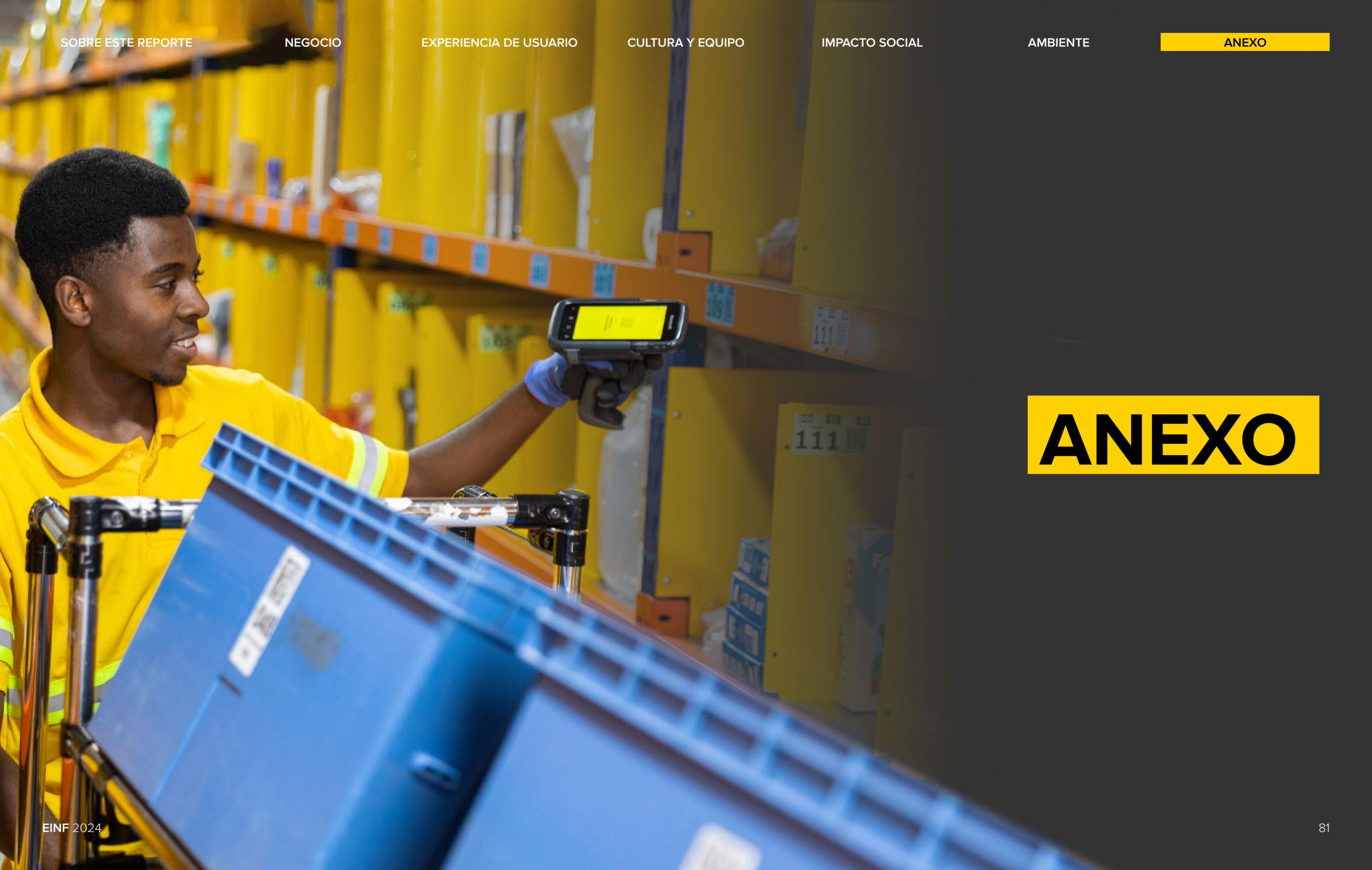
Consumo de energías proveniente de fuentes renovables en kWh	2024	2023
Argentina*	0	15.529
Brasil**	9.414.091	9.343.825
Chile	5.997.800	5.203.798
México	11.442.060	11.623.000
Colombia***	461.730	144.146
Total renovables	27.315.681	26.330.298

*Disminución en Argentina debido a site que cerró en 2023, el único con paneles onsite en dicho país.

**Aplicamos un 16% para los datos de MLB.

***Paneles instalados en julio 2023 en COCU02, en 2024 se aprecia generación durante todo el año completo por primera vez.





ANEXO

Tabla de Información No Financiera de la Ley 11/2018

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Global	<p>El estado de información no financiera consolidado incluirá la información necesaria para comprender:</p> <ul style="list-style-type: none"> la evolución, los resultados y la situación del grupo, y el impacto de su actividad. <p>respecto, al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a cuestiones medioambientales, a cuestiones sociales, al respeto de los derechos humanos, al respeto a la lucha contra la corrupción y el soborno, y así como relativas al personal, incluidas las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y accesibilidad universal. 	N/A		4-80
Modelo de negocio	<p>Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá:</p> <ol style="list-style-type: none"> su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución. 	2-1	Detalles de la organización	8
		2-2	Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	9-10
		2-5	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	11, 13
		2-9	Empleo	39-40
Políticas	<p>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá:</p> <ol style="list-style-type: none"> los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado. 	2-23	Compromisos y políticas	17-18, 23-27
		2-24	Incorporación de compromisos	
		2-25	Procesos para remediar impactos negativos	
		2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	
Resultados de las políticas KPIs	<p>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan:</p> <ol style="list-style-type: none"> el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia. 	3-3	Enfoque de gestión de cada ámbito	4-80

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Marco de reporting utilizado	En su elaboración se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE y lo que establecen los estándares de Global Reporting Initiative (GRI).	1	Fundamentos	4
		2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	
		2-5	Verificación externa	
Análisis de materialidad	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y:	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	5
		3-2	Lista de temas materiales	6
Riesgos a CP, MP y LP	<ul style="list-style-type: none"> cómo el grupo gestiona dichos riesgos. explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo. 	3-3	Gestión de los temas materiales	21-22
Cuestiones medioambientales				
Global Medio Ambiente	1) Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging) Compromisos y políticas	69
	2) Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.			
	3) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	2-23		
	4) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	2-23	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging) Compromisos y políticas	69-80

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Contaminación	1) Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging)	69
	2) Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	N/A	Por la esencia de nuestro negocio, y al no tener procesos industriales involucrados en nuestras operaciones, el uso de mercancías peligrosas, la contaminación acústica y lumínica no son considerados materiales.	-
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	74-77
		306-3 (2020)	Residuos generados.	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	3-3	Al no producir alimentos, tampoco son materiales las acciones para combatirlo, aunque hacemos donaciones de alimentos a través de nuestro programa Bienes en Rezago.	-
Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	79
		303-5	Consumo de agua.	
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	78
		301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	
	Consumo directo e indirecto de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	79-80	
	Medidas para mejorar la eficiencia energética.	3-3		
	Uso de energías renovables.	302-1		

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Cambio Climático	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce.	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	70
		305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2).	
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	
Protección de la biodiversidad	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	69
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Cambio climático: energía, movilidad y packaging).	69
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	3-3	Aunque no es material se presenta apoyo a la iniciativa Regenera América.	69
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	3-3	Todas nuestras operaciones se encuentran en contextos urbanos, por lo tanto no tiene un impacto directo en los ecosistemas de la región.	-

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Cuestiones sociales y relativas al personal				
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Diversidad e igualdad de oportunidades).	40
		2-7	Empleo.	
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	2-7	Empleo.	42
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	2-7	Empleo.	43
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado.	
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	44
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	N/A	No se reporta.	-
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	N/A	No se reporta.	-
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	N/A	Criterio Interno.	20
Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Formación y desarrollo de nuestros equipos).	51	
Empleados con discapacidad.	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	49	
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Formación y desarrollo de nuestros equipos).	51
	Número de horas de absentismo.	N/A	Criterio interno.	57
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Diversidad e igualdad de oportunidades).	57

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	56-57
	Accidentes de trabajo, desagregado por sexo.	403-9	Lesiones por accidente laboral.	
	Indicadores de frecuencia y gravedad, desagregado por sexo.	403-9	Lesiones por accidente laboral.	
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-10	Dolencias y enfermedades laborales.	
Relaciones sociales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Formación y desarrollo de nuestros equipos).	58
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país. El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	2-30	Convenios de negociación colectiva.	
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Formación y desarrollo de nuestros equipos).	
Formación	Las políticas implementadas en el campo de la formación.	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	52-55
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	N/A	No se reporta.	-
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Diversidad e igualdad de oportunidades).	49
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Diversidad e igualdad de oportunidades).	49-50
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	2-23	Compromisos y políticas.	
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3		

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	2-23	Compromisos y políticas.	23-25
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	2-26		
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.	2-23		
		3-3	Compromisos y políticas.	
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.	2-23		
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	2-23		
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	2-23		
		2-23	Compromisos y políticas.	
		2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	
Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	3-3	Gestión de temas materiales (asociado al tema material Ética y transparencia).	23-25
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	3-3	Gestión de temas materiales (asociado al tema material Ética y transparencia).	23-25
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	66-67

ÁMBITOS	CONTENIDOS LEY	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Sociedad				
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Contribución al desarrollo socioeconómico).	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado a los siguientes temas materiales: Contribución al desarrollo socioeconómico, Empoderamiento de emprendedores, Pymes y ONG, Inclusión y educación financiera, Inclusión para la educación digital)	60-67
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	2-29 413-1	Enfoques para la participación de los grupos de interés. Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	
	Las acciones de asociación o patrocinio.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material: Empoderamiento de emprendedores, Pymes y ONG).	16, 32, 67
		2-28	Afiliación a asociaciones.	
Subcontratación y proveedores	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.	13, 26-27
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.			
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	3-3	Gestión de los temas materiales.	
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material: Confianza y seguridad de nuestros productos y servicios).	29-37
	Comunicación de inquietudes críticas.	2-16	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material: Confianza y seguridad de nuestros productos y servicios).	37
	Procesos para remediar los impactos negativos.	2-25	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material: Confianza y seguridad de nuestros productos y servicios).	
	Quejas recibidas y resolución de las mismas.	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	33-34
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país.	207-4	Presentación de informes país por país.	15
	Impuestos sobre beneficios pagados.			
	Subvenciones públicas recibidas.	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno.	15

Formulación del Estado de Información No Financiera Consolidado (EINF)

de Meli Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes del ejercicio 2024

Según acuerdo adoptado en reunión del Consejo de Administración de 31 de marzo de 2025 los Administradores de Meli Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes proceden a formular El Estado de Información No Financiera Consolidado del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2024 de conformidad con la legislación vigente.

El Estado de Información No Financiera Consolidado viene constituido por los documentos anexos que preceden a este escrito, firmados a efectos de identificación por el secretario del Consejo, firmando en esta última hoja todos los consejeros.

Fdo.: Carlos Martín de los Santos

Presidente

Fdo.: Osvaldo Giménez

Consejero

Fdo.: Ignacio López-Balcells Romero

Vicepresidente

Fdo.: Sean Summers

Consejero



**mercado
libre**