



# ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MELI Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes  
Ejercicio fiscal 2025



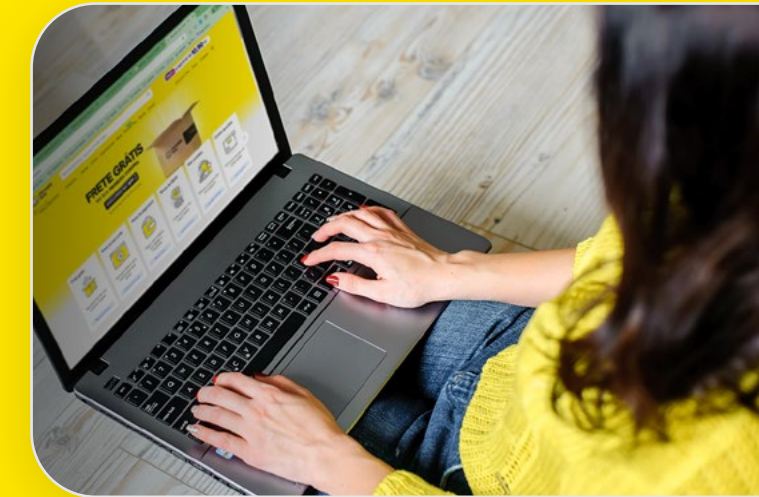
# Contenidos



**Sobre este  
reporte**



**Negocio**



**Experiencia  
de usuario**



**Cultura y  
equipo**



**Impacto social**



**Ambiente**



**Anexos**



# Sobre este reporte

- » Parámetros del reporte 04
- » Materialidad 05

# Parámetros del reporte

El presente Estado de Información No Financiera Consolidado 2025 (EINF) del Grupo MELI Participaciones, S.L. y sus sociedades dependientes (en adelante, “MELI” o “el Grupo”) forma parte del Informe de Gestión Consolidado y se presenta como documento anexo al mismo.

Este informe se elabora en cumplimiento de los requerimientos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, que modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio) y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas.

Para su elaboración, el Grupo ha adoptado como marco de referencia los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) 2021, aplicando sus principios con el fin de garantizar la calidad, comparabilidad y transparencia de la información divulgada.

De conformidad con lo dispuesto en la Ley 11/2018, el presente EINF ha sido sometido a un proceso de verificación por parte de un prestador independiente de servicios de aseguramiento, cuyo informe de verificación y conclusiones se adjunta al presente documento.

La información reportada corresponde al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025, siendo este el octavo ejercicio en el que el Grupo elabora su Estado de Información No Financiera. El alcance del informe abarca la totalidad de las operaciones de las sociedades que integran el Grupo en los distintos países en los que opera.

En el caso de Brasil, el total de empleados reportados corresponde a las sociedades incluidas en el alcance del presente informe. Del mismo modo, los indicadores ambientales del ejercicio en este país se limitan a las oficinas corporativas de dichas sociedades, dado que esas entidades no desarrollan operaciones asociadas a instalaciones logísticas u otros centros operativos.



Punto de contacto

[sustentabilidad@mercadolibre.com](mailto:sustentabilidad@mercadolibre.com)

## Nuestros grupos de interés

Mantenemos una relación constante, abierta y transparente con nuestros grupos de interés, con el propósito de comprender sus expectativas y preocupaciones, y traducirlas en información valiosa para la gestión estratégica del negocio.

El diálogo, el compromiso y la interacción con todas las personas que integran nuestra cadena de valor nos permite identificar los temas más relevantes para cada grupo de interés y definir acciones concretas para prevenir o mitigar posibles impactos negativos, al tiempo que potenciamos los efectos positivos de nuestras operaciones.

Para garantizar una comunicación efectiva, promovemos espacios de diálogo abiertos y participativos donde todas las voces son escuchadas.

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

# Materialidad

En 2025, se llevó a cabo una revisión de los temas materiales, considerando principalmente sus efectos en la generación de valor de la empresa. Esta evaluación tuvo en cuenta las siguientes fuentes de información internas y externas:

- Temas materiales identificados por Mercado Libre en el Reporte 2024.
- Riesgos socioambientales y climáticos identificados en el Formulario 10-K.
- Mapas de materialidad de las áreas de TI, Banca Comercial y comercio electrónico.
- *Benchmark* de los temas materiales de empresas de comercio electrónico, logística y fintech.
- Mapeo de temas ESG relevantes para Mercado Libre, a partir de análisis de agencias de calificación de riesgos ESG (MSCI, Sustainalytics e ISS ESG) y noticias del sector.

Más información sobre el ejercicio de materialidad 2025 en el [Reporte de Impacto](#) de ese año.

## Nuestros temas materiales

Tema	Descripción
<b>1. Privacidad y seguridad de la información<sup>1</sup></b>	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.
<b>2. Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios<sup>1</sup></b>	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.
<b>3. Gobernanza, ética y transparencia<sup>1</sup></b>	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.
<b>4. Salud, bienestar y seguridad laboral</b>	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.
<b>5. Desarrollo de nuestros equipos<sup>1</sup></b>	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.
<b>6. Desarrollo socioeconómico local</b>	Impulsar el desarrollo socioeconómico de América Latina por medio de la transformación digital, el emprendimiento y la inclusión financiera. Creemos en el poder multiplicador de la tecnología para democratizar el acceso al comercio y a los servicios financieros, fortaleciendo los ecosistemas de emprendedores y pymes, ampliando sus oportunidades para contribuir al crecimiento económico de la región.
<b>7. Inclusión y educación financiera</b>	Promover la inclusión financiera, facilitando el acceso a productos y servicios adecuados al usuario, que apoyen la toma de decisiones informadas y conscientes y contribuyan a su bienestar financiero.
<b>8. Impacto en las comunidades donde operamos</b>	Apoyar a las comunidades en las que operamos mediante iniciativas que fortalezcan el desarrollo social y la generación de empleo, con un enfoque en la digitalización, el apoyo a ONG, iniciativas sociales y culturales, y acciones de apoyo en situaciones de emergencia.
<b>9. Energía y movilidad<sup>1</sup></b>	Impulsar iniciativas para mitigar nuestro impacto ambiental mediante la adopción de fuentes de energía renovable y el desarrollo de soluciones de movilidad de bajo impacto. Nuestro objetivo es acompañar el crecimiento del negocio con acciones concretas que promuevan una operación más eficiente y con menor huella ambiental.
<b>10. Gestión de residuos y circularidad<sup>1</sup></b>	Impulsar la economía circular promoviendo la reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos, con soluciones de <i>packaging</i> sustentables, logística inversa y aumentando el uso de contenido reciclado en nuestros envases.
<b>11. Gestión de la cadena de proveedores<sup>1</sup></b>	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.

<sup>1</sup> Temas de la materialidad financiera



# CAPITAL ECONÓMICO Y MANUFACTURADO

# Negocio

» Transformando la experiencia digital de millones de personas	07	» Desempeño económico	14
» Nuestro ecosistema	08	» Articulación con la industria	15
» Estrategia de negocio	09	» Gobierno corporativo	16
» Nuestra estrategia de sustentabilidad	10	» Compromiso con la integridad	21
» Estructura de la organización	11	» Construyendo la logística del futuro	26
		» Fortaleciendo la integridad en la cadena de valor	27

# Transformando la experiencia digital de millones de personas

Nuestro ecosistema integrado de comercio electrónico, servicios financieros y logística conectan a millones de compradores y vendedores y aceleran la transformación digital del comercio en América Latina.

Somos el mayor ecosistema de comercio electrónico de América Latina y una de las principales plataformas *fintech* de la región, con operaciones en 18 países y alcance a más de 650 millones de personas. A través de soluciones tecnológicas, financieras y logísticas, promovemos el crecimiento del comercio digital, la inclusión financiera y el desarrollo económico.

Millones de pequeñas y medianas empresas prosperan gracias a nuestro ecosistema, que elimina barreras y ofrece herramientas digitales para vender, recibir pagos, acceder a financiamiento y expandir sus negocios. Nuestra red logística y nuestras soluciones financieras conectan la producción local con consumidores de todo el país, multiplicando oportunidades de crecimiento e impulsando la formalización y la generación de empleo.

En 2025, junto a Euromonitor International, elaboramos los informes [Lo Mejor de Argentina](#), [Lo Mejor de Brasil](#) y [Lo Mejor de México](#), nuestros tres principales mercados en la región. Los estudios dimensionan el impacto del ecosistema durante 2024, evidenciando cómo nuestras soluciones contribuyen a la formalización de negocios y la ampliación de oportunidades económicas en toda la región.

Los resultados demuestran que el 55% de las pymes que venden en Mercado Libre tiene en la plataforma su principal fuente de ingresos y, en conjunto, han generado 150.000 nuevos puestos de trabajo asociados al marketplace. El 60% de las pymes que utilizan Mercado Pago accedió a su primer crédito a través de nuestra *fintech* y el 60% la utiliza como su principal herramienta de pago, mientras que más del 50% incrementó sus ventas gracias a los procesos de digitalización impulsados por nuestro ecosistema.



# Nuestro ecosistema

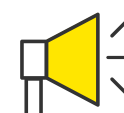


Construimos un ecosistema integrado donde comercio electrónico, servicios financieros, logística y soluciones publicitarias se potencian para mejorar la experiencia de compradores y vendedores.



## e-commerce

A lo largo de más de 25 años, nuestra plataforma de comercio electrónico ha evolucionado hasta convertirse en una solución completa que ofrece una amplia gama de productos de millones de vendedores, incluyendo pequeñas empresas y grandes marcas. Además, incorpora una operación de venta directa bajo modelo *first-party*, que amplía el surtido, mejora la disponibilidad y fortalece la experiencia del usuario dentro del marketplace. Nos enfocamos en mejorar continuamente la experiencia del usuario y nuestra propuesta de valor para impulsar el desarrollo del comercio electrónico.



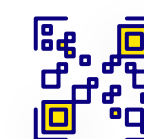
## Publicidad

Desarrollamos soluciones publicitarias propias que permiten a los vendedores y a las marcas llegar a millones de compradores calificados en diferentes etapas del recorrido de compra, respaldadas por nuestros datos propietarios. Nuestra prioridad es siempre apoyar el crecimiento de los vendedores, ofrecer productos relevantes a los compradores y mantener una operación sustentable para Mercado Libre.



## Logística

La logística es una de nuestras mayores ventajas competitivas. Somos capaces de ofrecer una experiencia de clase mundial a los compradores, lo que se traduce en un mayor tráfico, conversión y ventas para los vendedores, un NPS — *Net Promoter Score*, indicador que mide la satisfacción y la lealtad de los clientes— más alto y una mayor rentabilidad para la compañía. Seguimos innovando y ofreciendo diferentes tipos de entrega, como Next Day Delivery, Meli Delivery Day y Meli Places (más información en Construyendo la logística del futuro).



## Servicios Fintech

Desde cuentas digitales hasta seguros, Mercado Pago ofrece soluciones accesibles y fáciles de usar para ambas partes de las transacciones financieras. También ofrecemos crédito a nuestros consumidores y comerciantes, aprovechando nuestras ventajas competitivas en materia de suscripción y distribución. Desde que lanzamos nuestra oferta de crédito, hemos prestado servicio a millones de usuarios.



## Adquirencia

Mercado Pago ofrece a los comerciantes una amplia gama de soluciones de pago adaptadas a diferentes necesidades, como dispositivos de punto de venta, pagos con QR y servicios para vendedores. La combinación de productos y servicios es clave para ser la opción principal de nuestros vendedores, todo ello junto con la capacidad de anticipar / descontar recibos y aprovechar el poder del ecosistema para atender plenamente a nuestros comerciantes.

# Estrategia de negocio

América Latina representa una de las mayores oportunidades de crecimiento para el comercio electrónico y los servicios financieros digitales a nivel global, con tasas de penetración aún significativamente inferiores a las de mercados más desarrollados.

En este contexto, el crecimiento de nuestro ecosistema se basa en el propósito que ha guiado todo lo que hacemos desde el inicio: democratizar el acceso al comercio electrónico y a los servicios financieros digitales en la región. A través de tecnología, logística e innovación financiera, buscamos facilitar las transacciones entre millones de compradores, vendedores y emprendedores, fortaleciendo una economía digital más inclusiva y dinámica.

Para avanzar en este objetivo, impulsamos el desarrollo de nuestro ecosistema y nos enfocamos en las siguientes prioridades estratégicas:



## Expandir nuestra oferta de servicios transaccionales

Ampliamos nuestra oferta hacia nuevas categorías, incorporando nuevas marcas y fortaleciendo la presencia en segmentos como vehículos, inmuebles y servicios, para mejorar la variedad y competitividad de nuestra plataforma.



## Seguir creciendo y consolidar nuestro liderazgo

Ampliamos nuestra base de usuarios mediante crecimiento orgánico, expansión a nuevos mercados, categorías y líneas de negocio, y posibles adquisiciones estratégicas.



## Mejorar continuamente la experiencia de compra

Fortalecemos nuestro ecosistema de comercio electrónico para ofrecer una experiencia de compra simple, segura y conveniente. Para ello, ampliamos servicios como Mercado Envíos, soluciones publicitarias, el uso de Mercado Pago en el marketplace y nuestro programa de lealtad MELI+, además de invertir en tecnologías que mejoran nuestras plataformas y la atención al cliente.



## Incrementar la generación de valor a partir de las transacciones

Buscamos fortalecer la generación de ingresos mediante la optimización de tarifas, la expansión de soluciones publicitarias, el desarrollo de nuevos servicios de comercio electrónico y la promoción de productos financieros para usuarios y comercios.



## Agregar servicios de valor a nuestras soluciones de pagos

Fortalecemos nuestras soluciones de pagos incorporando servicios adicionales para los comercios, como cuentas digitales para la gestión financiera, productos de crédito y herramientas de software que facilitan la administración y el crecimiento de los negocios.



## Potenciar las sinergias dentro de nuestro ecosistema

Impulsamos la integración y el uso combinado de nuestras soluciones de e-commerce, logística, publicidad y servicios financieros, fortaleciendo la fidelización de los usuarios a través de nuestro programa de lealtad.

## Mercado Libre Fund

Invertimos en empresas tecnológicas que ya han superado la etapa inicial (seed) y se encuentran en una fase de expansión o consolidación, y que directa o indirectamente democratizan el comercio y los servicios financieros en América Latina. Además del financiamiento, brindamos acceso a nuestros productos, soluciones, equipos expertos, canales de distribución y/o actuamos como sus clientes estratégicos.

[Más información aquí](#)



# Nuestra estrategia de sustentabilidad

Creer solo tiene sentido cuando más personas crecen con nosotros. Este es el principio que impulsa nuestro compromiso con la sustentabilidad y el desarrollo socioeconómico de América Latina, donde conectamos a millones de personas con oportunidades que transforman sus vidas.

Hacemos eso poniendo en el centro el poder y la escala de nuestro ecosistema, que tiene una capacidad única en la región para democratizar el acceso al comercio y los servicios financieros para millones de micro, pequeñas y medianas empresas, emprendedores y familias. A medida que expandimos nuestros negocios, asumimos la responsabilidad de reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones y fortalecer las comunidades donde operamos.

Para llevar esta visión a la práctica, estructuramos nuestra estrategia en tres ejes de actuación:



## Crecimiento inclusivo

Buscamos fortalecer las habilidades financieras, comerciales y digitales de las pequeñas y medianas empresas, emprendedores y segmentos de la población históricamente desatendidos o con mayores barreras de acceso a nuestras soluciones, ya sea por razones geográficas, educativas o tecnológicas. Lo hacemos mediante iniciativas con enfoque puesto en productores locales y de la bioeconomía. Además, promovemos el acceso a la educación financiera de miles de jóvenes, para fomentar el uso responsable y consciente del dinero.



## Impacto social

Apoyamos a las comunidades en las que estamos presentes con proyectos e iniciativas que fortalecen las capacidades de desarrollo social y empleabilidad en contextos cada vez más marcados por la digitalización. Lo hacemos mediante el apoyo a ONGs, programas sociales y culturales a través de incentivos fiscales, y acciones directas de asistencia a las comunidades en situaciones de emergencia, tanto en logística como en la movilización de recursos y donaciones digitales a través de nuestro ecosistema.



## Innovación ambiental

A medida que expandimos nuestras operaciones, integramos la innovación ambiental como un factor clave para la eficiencia, competitividad y resiliencia del negocio. Medimos y gestionamos nuestra huella de carbono en nuestras operaciones y cadena de valor, priorizando iniciativas que generen beneficios ambientales y sociales, además de valor para el negocio.

## Gobernanza de la sustentabilidad

El Vicepresidente Ejecutivo y Chief Financial Officer (CFO) es el responsable, a nivel ejecutivo, de los temas económicos, ambientales y sociales. Cada trimestre, las personas responsables de cada unidad de negocio presentan los resultados económicos, el contexto social de las operaciones y los avances de la estrategia de sustentabilidad en las reuniones del Consejo de Administración. Siempre que es necesario, el Consejo recibe información actualizada sobre los riesgos y oportunidades derivados de factores ambientales, sociales y de gobernanza.

# 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 2025, 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:

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
Meli Participaciones S.L.	Tenencia de valores	España		
DeRemate.com de Argentina S.A.	Servicios intercompany	Argentina	95,00%	95,00%
First Label S.R.L.	Venta de bienes	Argentina	100,00%	100,00%
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 Consumer XIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XVIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXVI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumer XXVII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXVIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
Mercado Crédito Consumer XXXIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumer XXXV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XIV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XV	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XVI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XVII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XVIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XIX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Crédito Consumo XX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XXII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
Mercado Crédito Consumo XXIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	0%
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%

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
Mercado Credito XXVIII	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Credito XXX	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Credito XXXI	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Credito XXXII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXIII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXIV	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXIX	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXV	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXVI	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXVII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XXXVIII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XL	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XLI	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XLII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Credito XLIII	Servicios financieros	Argentina	0%	100,00%
Mercado Pago Inversiones S.R.L	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
Mercado Pago Asset Management S.A	Servicios financieros	Argentina	100,00%	100,00%
MercadoLibre S.R.L.	Servicios informáticos	Argentina	100,00%	100,00%
MercadoPago 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%

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
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%	100,00%
Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda.	Servicios de pago online	Brasil	100,00%	100,00%
Frontal Trust Mercado Pago Créditos Fondo de Inversión (FIDC credits merchants)	Servicios financieros	Chile	100,00%	100,00%
KANGU CHILE LIMITADA	Servicios de logística	Chile	100,00%	100,00%
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%	100,00%
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%

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
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 Mexico S.deR.L. de C.V.	Anuncios Online	Mexico	100,00%	100,00%
Fideicomiso Irrevocable de Administración y Fuente de Pago F/6191	Servicios financieros	Mexico	0%	100,00%
Fideicomiso Irrevocable de Administración y Fuente de Pago F/6203	Servicios financieros	Mexico	100,00%	100,00%
Fideicomiso Irrevocable de Administración y Fuente de Pago número F/6279 (Previamente Fideicomiso de administración y fuente de pago CIB/3756)	Servicios financieros	Mexico	100,00%	100,00%
Fideicomiso irrevocable de administración y fuente de pago 6189 (Previamente Fideicomiso Financiero JP Morgan)	Servicios financieros	Mexico	100,00%	100,00%
Meli Global Imports, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	Mexico	100,00%	100,00%
Meli Operaciones Logísticas II, S. de R.L. de C.V.	Servicios de logística	Mexico	100,00%	100,00%

Legal Entity	Actividad	País	Part. 2024	Part. 2025
Mercado Insurtech Agente de Seguros, S.A. de C.V.	Servicios de seguros	Mexico	100,00%	100,00%
Mercado Lending S.A. de C.V.	Servicios financieros	Mexico	100,00%	100,00%
MercadoLibre, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico	Servicios de pago online	Mexico	100,00%	100,00%
MP Agregador, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	Mexico	100,00%	100,00%
MP Procesamiento de Pagos, S. de R.L. de C.V.	Servicios de pago online	Mexico	100,00%	100,00%
MPFS, S. de R.L. de C.V.	Tenencia de valores	Mexico	0%	100,00%
PSGAC Prestadora de Servicios Gerenciales, Administrativos y Comerciales S. de R.L. de C.V.	Servicios intercompany	Mexico	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%

En 2024, las sociedades Mercado Crédito Consumer XVIII, Mercado Crédito Consumo XI, Mercado Crédito Consumo XII, Mercado Crédito Consumo XIII, Mercado Crédito Consumo XIV, Mercado Crédito Consumo XV, Mercado Crédito Consumo XVI y Mercado Crédito Consumo XVII fueron reportadas incorrectamente con un 0% de participación societaria. Dichas sociedades mantuvieron una participación del 100% durante 2024 y fueron efectivamente liquidadas únicamente en 2025.

# Desempeño económico

País	Beneficios antes de impuestos		Gasto por impuesto sobre beneficio		Beneficio consolidado del ejercicio	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Argentina	493.590	1.310.606	-207.939	-476.893	285.651	833.713
Brasil	152.721	182.139	-32.824	-23.726	119.897	158.413
Chile	22.327	42.852	-4.748	-10.587	17.579	32.265
Colombia	8.737	8.286	-6.011	-12.013	2.726	-3.727
Costa Rica	-26	-47	0	0	-26	-47
Ecuador	-2.605	-3.523	-37	1	-2.642	-3.522
España	-6.348	-20.126	-81.817	-65.363	-88.165	-85.489
Estados Unidos	17.509	-918	-3.953	4.000	13.556	3.082
México	316.691	521.396	-67.266	-142.863	249.425	378.533
Perú	-6.844	-9.044	-1.155	-1.650	-7.999	-10.694
Uruguay	40.592	25.425	-7.175	-11.106	33.417	14.319
Venezuela	6.874	8.461	-1.724	-802	5.150	7.659
<b>Total</b>	<b>1.043.218</b>	<b>2.065.507</b>	<b>-414.649</b>	<b>-741.002</b>	<b>628.569</b>	<b>1.324.505</b>

Durante el ejercicio 2025 y 2024 no recibimos asistencia financiera ni ninguna subvención pública por parte de los gobiernos de los países en los que operamos.

# 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)
- Centre for Information Policy Leadership (CIPL)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- International Trademark Association (INTA)
- International Association of Privacy Professionals (IAPP)
- International Anticounterfeiting Coalition (IACC)

## 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)
- Asociación Civil Red de Innovación

## Brasil

- Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI BR)
- Aliança pela Internet Aberta (AIA)
- Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm)
- 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)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- Movimento Inovação Digital (MID)
- Pacto Global Rede Brasil
- Rede Origens 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 Nacional de Comercio (CNC)
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)

## Colombia

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)
- Alianza IN
- Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)

## México

- American Chamber of Commerce of Mexico (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)
- 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)
- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (EADE)

## Venezuela

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

# 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. Su función principal es supervisar la gestión y el desempeño de la compañía, velando por la adecuada ejecución de la estrategia, la gestión de riesgos y el cumplimiento de las normas aplicables. 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.

## Comités del Consejo de Administración

Actualmente hay tres comités permanentes principales para asesorar al Consejo de Administración. Estos comités se reúnen de manera periódica y operan bajo estatutos aprobados por el propio Consejo, los cuales se revisan anualmente y están disponibles en nuestro [sitio web](#) de relaciones con los inversionistas.

## Comité de Compensaciones

Se encarga del desarrollo y supervisión de la aplicación de la política de compensación de los directores, ejecutivos y otros empleados que el Comité pueda determinar, y supervisa las cuestiones relacionadas con la remuneración.

## Comité de Auditoría

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

## Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo

Identifica, evalúa y propone al Directorio candidatos calificados para integrar el órgano de administración, incluyendo la cobertura de vacantes y la designación de miembros para sus Comités, de conformidad con los criterios establecidos 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 31/12/2025 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 y Directivos

El Órgano de Administración del Grupo estaba compuesto por cuatro hombres en los ejercicios cerrados al 31 de diciembre de 2024 y 2025. Al 31 de diciembre de 2025 y 2024 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 2025 los Administradores o miembros del Consejo de Administración de la Sociedad Dominante no han percibido remuneración alguna en el desempeño de dicho cargo.

La categoría de Personal Clave de Dirección es equivalente a la categoría de Directivos. En relación con el personal clave de la dirección, se reporta la remuneración promedio segregada por género. Dado que la totalidad de los siete integrantes de este colectivo eran hombres, la remuneración promedio ascendió a EUR 4.543 miles por persona (vs. EUR 4.619 en 2024).

Durante el período terminado en 31 de diciembre de 2024 y 2025, 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 2025 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 dar a conocer cualquier situación de conflicto de interés potencial, real o aparente a través del formulario de conflictos de interés ("*Conflict Check Form*"), disponible para todos los empleados de la compañía. Una vez completado, el formulario es evaluado por el área de Ética y Compliance. Quienes se encuentren ante un conflicto de interés deben abstenerse de participar en la toma de decisiones vinculadas con la situación que implique el conflicto.

Los líderes de la organización deben completar una vez por año el Conflict Check Form de manera obligatoria. El documento contiene preguntas sobre intereses económicos en empresas proveedoras, socias comerciales o competidoras de Mercado Libre, actividades laborales externas, relaciones personales jerárquicas dentro de la organización, e invitaciones a viajes recibidas de miembros de nuestra cadena de valor, entre otras cuestiones.

Las personas que integran el Consejo de Administración de Mercado Libre, Inc. y los miembros del C-level 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. En esta declaración informan cualquier vínculo, participación o cargo en otras compañías en las que puedan influir en decisiones operativas o económicas.

En el caso de que el Vicepresidente Senior y CFO identifique alguna preocupación crítica, la comunicará a los miembros del Directorio.

# Gestión de riesgos

El Comité de Riesgos Corporativo es responsable de analizar y validar los niveles de impacto y probabilidad de ocurrencia de las amenazas identificadas; incorporar los cambios propuestos por la gerencia o la auditoría interna; resolver consultas relacionadas con riesgos; y supervisar el desempeño del proceso de gestión. Asimismo, le corresponde definir e implementar acciones correctivas cuando sea necesario, liderar la revisión anual del mapa de riesgos y evaluar el desempeño de los responsables y la gestión de cada evento en curso.

Durante el ejercicio 2025, se llevó a cabo de manera periódica la evaluación de los riesgos a corto, medio y largo plazo, considerando su probabilidad e impacto. En consecuencia, estos son identificados y gestionados de forma continua dentro de la organización.

A continuación, se presentan los principales factores de riesgo que consideramos relevantes para nuestros accionistas y potenciales inversores, y que deben tenerse en cuenta al evaluar nuestra compañía, sus operaciones y su negocio.

## Riesgos relacionados con nuestra actividad y nuestras operaciones

- Nuestro negocio depende del crecimiento continuo del comercio electrónico y de los servicios financieros digitales, de la actividad comercial y financiera que nuestros usuarios generan en nuestras plataformas, así como de la disponibilidad y confiabilidad de Internet en América Latina.
- Operamos en un entorno altamente competitivo y en constante evolución.
- El uso de tecnologías de IA/Machine Learning en nuestras operaciones puede implicar riesgos laborales, legales, regulatorios y sociales adicionales, lo que podría generar costos adicionales y afectar nuestra posición competitiva.
- Dependemos de plataformas de terceros, como Google Play y las tiendas de aplicaciones de Apple, para acceder a nuestras aplicaciones de Mercado Libre y Mercado Pago.
- Nuestro éxito futuro depende de nuestra capacidad de expandir y adaptar nuestras operaciones con el fin de cumplir, de manera oportuna y rentable, con los estándares tecnológicos y de la industria en constante cambio.
- Los mercados en los que operamos evolucionan rápidamente y es posible que no podamos mantener nuestra rentabilidad.
- Podríamos ser responsables o sufrir daños reputacionales como resultado del incumplimiento de los usuarios o de fallas en los servicios de nuestro ecosistema.
- La actividad fraudulenta de nuestros usuarios podría afectar negativamente nuestros resultados operativos, nuestra marca y reputación, y provocar una disminución en el uso de los servicios.
- Estamos sujetos a las tendencias de consumo y podríamos perder ingresos si determinados artículos se vuelven menos populares 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 estos vendan a través de nuestra plataforma o incentivar a los gobiernos a restringir el comercio electrónico.
- El incumplimiento por nuestra parte o por parte de nuestros socios en la gestión adecuada de los fondos de los usuarios de Mercado Pago podría perjudicar nuestro negocio.
- Dependemos de bancos y fondos de inversión que adquieren los derechos de cobro de Mercado Pago, así como de procesadores de pago para financiar las transacciones, y los cambios en las comisiones, normas o prácticas de las asociaciones de tarjetas pueden afectar negativamente nuestro negocio.
- La quiebra de las instituciones financieras con las que operamos puede tener un efecto material adverso en nuestro negocio, en los resultados operativos y situación financiera.
- Un aumento en las tasas de interés puede afectar negativamente el volumen de pagos de Mercado Pago.
- Los cambios en la composición de las fuentes de financiamiento y en el mix de tickets de Mercado Pago podrían afectar negativamente sus resultados.
- Nuestra solución de crédito nos expone al riesgo crediticio de nuestros comerciantes y consumidores, entre otros riesgos.

- Enfrentamos riesgos significativos relacionados con la confiabilidad continua de nuestra red logística y de nuestros servicios de envío.
- La incapacidad de operar con éxito nuestra red de fulfillment también podría afectar negativamente nuestro negocio.
- Los problemas que afecten a nuestros proveedores también podrían afectarnos negativamente.
- Si no logramos competir eficazmente por la inversión en publicidad, o si nuestros comerciantes reducen dicho gasto, nuestro negocio y resultados operativos podrían verse materialmente perjudicados.
- Es posible que no logremos obtener beneficios de inversiones estratégicas recientes o futuras, adquisiciones de empresas, tecnologías, servicios o productos, a pesar del capital invertido y la posible dilución para nuestros accionistas.
- Dependemos de personal clave, cuya pérdida podría tener un efecto material adverso en nuestro negocio.
- Podríamos contar con una cobertura de seguros insuficiente, lo que nos obligaría a destinar recursos significativos en caso de interrupciones en nuestros servicios u otras contingencias.
- Nuestros instrumentos de deuda contienen restricciones que limitan nuestra flexibilidad operativa, y cambios en la perspectiva o calificación crediticia por parte de agencias calificadoras podrían afectarnos negativamente.
- Estamos expuestos al valor de activos digitales, que pueden estar sujetos a alta volatilidad y a riesgos específicos de pérdida.
- El aumento del escrutinio y las expectativas cambiantes de clientes, reguladores, inversores y otros grupos de interés respecto de nuestras prácticas ambientales, sociales y de gobernanza podrían generar costos adicionales o exponernos a riesgos nuevos o adicionales.
- Existen riesgos potenciales asociados a nuestra funcionalidad de compra, tenencia y venta de criptomonedas.
- Desastres naturales, cambio climático, eventos geopolíticos, epidemias o pandemias globales, interrupciones en el transporte y otros eventos catastróficos podrían afectar materialmente nuestro desempeño financiero.

## Riesgos legales y regulatorios

- Estamos sujetos a una amplia regulación y supervisión gubernamental. El incumplimiento de las normas y regulaciones vigentes o futuras en las jurisdicciones en las que operamos podría afectar negativamente las operaciones de uno o más de nuestros negocios en dichas jurisdicciones.
- Puede resultar difícil la ejecución de sentencias dictadas en nuestra contra por tribunales de Estados Unidos.

## Riesgos de propiedad intelectual

- Podríamos enfrentar responsabilidades legales y financieras por la venta de productos que infrinjan derechos de propiedad intelectual de terceros, así como por la información y el contenido difundidos a través de nuestras plataformas.
- Es posible que no logremos proteger y hacer valer adecuadamente nuestros derechos de propiedad intelectual. Asimismo, podríamos enfrentar reclamaciones que aleguen que nuestras tecnologías infringen los derechos de propiedad de terceros.

## Riesgos tecnológicos y de ciberseguridad

- Cualquier demora o problema en la operación o actualización de nuestra infraestructura tecnológica existente podría provocar interrupciones en nuestro negocio y afectar negativamente nuestros resultados financieros.
- Estamos expuestos a brechas de seguridad, interrupciones y robo de datos confidenciales de nuestros sistemas, lo que puede afectar negativamente nuestra reputación y nuestro negocio.
- Es posible que no podamos obtener licencias para las tecnologías de las que dependemos.

## Riesgos relacionados con nuestras acciones

- Las disposiciones de nuestro certificado de constitución y de la legislación del estado de Delaware podrían desalentar o dificultar la adquisición de la compañía por terceros, impedir un cambio de control y limitar los esfuerzos de nuestros accionistas por modificar la administración.

## Riesgos relacionados con hacer negocios en América Latina

- Enfrentamos el riesgo de crisis políticas y económicas, inestabilidad, terrorismo, conflictos civiles, conflictos laborales, expropiación, corrupción y otros riesgos propios de operar en mercados emergentes.
- Los gobiernos de América Latina han ejercido y continúan ejerciendo una influencia significativa sobre las economías de los países donde operamos. Esta influencia, así como las condiciones políticas y económicas, podrían afectar negativamente nuestro negocio.
- Las monedas locales utilizadas en nuestras operaciones están sujetas a depreciación, volatilidad y controles de cambio.
- Nuestras transacciones en América Latina pueden verse afectadas por las debilidades de los métodos de pago seguros.

# Compromiso con la integridad

Actuar con integridad, honestidad y respeto es la base de nuestras decisiones y nos permite avanzar en el propósito de democratizar el comercio y los servicios financieros para transformar la vida de millones de personas en América Latina. Al guiarnos por estos principios, fortalecemos una cultura de integridad en toda nuestra red de relaciones.

Nuestro [Código de Ética](#) (MELI Code, actualizado en 2023) es el marco que orienta la toma de decisiones y riesgos de manera consciente y que nos anima a poner en práctica nuestros principios culturales con responsabilidad y ética. Todas las personas que trabajan en Mercado Libre deben firmar el MELI Code y las políticas principales del área de Ética & Compliance al momento de su ingreso. Estas políticas están claramente relacionadas, ordenadas y accesibles en MELI Code, incluyendo la Política Anticorrupción (actualizada en 2023) y la Política de Conflictos de Interés (actualizada en 2022).

Los proveedores y socios comerciales, al iniciar relaciones comerciales con Mercado Libre, firman el MELI Code+ (actualizado en 2024), documento que reúne principios y lineamientos de conducta para la cadena de valor, elaborados considerando compromisos y estándares internacionales, entre ellos la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

## Protección de los derechos humanos

Actuamos para asegurar que en todas las relaciones se respeten los derechos humanos. Nuestro Código se alinea con 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.

## Prevención del blanqueo de capitales y financiamiento al 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. Para ello, desarrollamos programas de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo y de Sanciones para cumplir las regulaciones aplicables, 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.

## Gestión y prevención del riesgo de corrupción

Evaluamos el 100% de las operaciones con exposición a riesgos de corrupción. Durante 2025, se actualizó la evaluación de este tipo de riesgo en los mercados más significativos en los que operamos, tanto por el volumen de operaciones como por su nivel de exposición al riesgo. 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.

## Fomento a una cultura de cumplimiento e integridad

Desde Ética & Compliance acompañamos al negocio para que crezca, se diversifique y se expanda, asegurando que en cada paso se avance por el camino correcto. Así es como lo hacemos:

### MELI Code

Nuestra brújula es el corazón de nuestro ecosistema de integridad. Sintetiza nuestros principios y valores en acciones concretas para toda la organización, adaptándose a nuevos desafíos como la inteligencia artificial y los conflictos de interés en áreas de rápido crecimiento. El MELI Code orienta a cada persona para actuar con integridad y responsabilidad en su día a día.

### Línea de denuncias

Un canal inteligente y estratégico: es el único medio oficial para reportes internos y continúa evolucionando para convertirse en una herramienta cada vez más funcional. Más que un canal reactivo, es una pieza clave de nuestra estrategia preventiva, que articula con múltiples áreas (People, Legal, Seguridad) para garantizar una gestión adecuada de cada caso. Más información aquí.

### Programa de Integridad

Es un marco integral diseñado para garantizar la gobernanza, el cumplimiento normativo y la gestión de riesgos en la organización. Está estructurado en varias fases y objetivos clave:

- Gobernanza Local y Medición de Riesgos – Comités éticos, evaluación de riesgos (*risk assessment*) y mapeo de leyes
- Marco de Gobierno y Políticas
- Gestión de Terceros Intermediarios (TPIs)
- Empleados y Conflictos de Interés
- Capacitación y Cultura
- Controles Operativos y *Reporting*

### Programa de Anticorrupción

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.

Desarrollamos el Procedimiento de Anticorrupción para mitigar las señales de alarma que puedan surgir durante el proceso de debida diligencia, que complementa los principios establecidos en el MELI Code, la Política Anticorrupción y la Política de Gestión de Riesgos de Mercado Libre, y establece, entre otras cuestiones, la obligación de realizar una debida diligencia reforzada y continua para todos aquellos proveedores que exponen a Mercado Libre al riesgo de corrupción. El proceso se realiza cada vez que la compañía contrata un proveedor considerado de riesgo.

En 2025, además, desarrollamos la nueva política de relacionamiento con el sector público que reúne en un único documento todos los lineamientos y estándares de Mercado Libre sobre cómo debemos interactuar con funcionarios y entidades de este sector.

## Capacitación

Desarrollamos dos módulos de *e-learning* orientados a fortalecer la cultura de integridad, con un rol protagónico del equipo de liderazgo en los procesos de capacitación. El primero aborda los principales ejes del MELI Code, entre ellos ética digital, respeto, relación con terceros, integridad en los negocios, desarrollo y sustentabilidad. Incluye actividades basadas en situaciones cotidianas con *feedback* de líderes, además de orientaciones sobre cómo actuar ante posibles incumplimientos del código. Periódicamente, impulsamos campañas internas para promover la realización del curso y la adhesión al MELI Code.

El segundo módulo es de carácter obligatorio para todos los empleados y profundiza en temáticas prioritarias para la compañía, como conflictos de interés, anticorrupción y uso adecuado de información confidencial. Este programa también refuerza los principios del MELI Code mediante casos prácticos inspirados en situaciones del día a día.

Todos los años se diseña un plan de comunicación para reforzar los principales puntos del código a toda la compañía. El enfoque de cada comunicación varía año a año según el contexto actual, los objetivos y principales temas de cada momento. En 2025, todos los empleados fueron comunicados sobre las políticas y procedimientos anticorrupción, además ampliamos esta comunicación también a terceros.

**El 94% de las personas tiene completo el primer módulo del e-learning MELI Code al cierre de 2025**

## Capacitación con enfoque basado en riesgos

El área de Ética & Compliance realiza un plan anual de capacitaciones basado en riesgos, dirigido a las personas, áreas y unidades de negocio con mayor exposición al riesgo de corrupción, que considera lo siguiente:

- 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;
- Áreas de administración, control y compras de la compañía.

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

## Construyendo una cultura de integridad en todo el ecosistema

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.

En 2025, se dictaron las capacitaciones a todas las personas alcanzadas por los resultados del *risk assessment* identificadas como más expuestas a este tipo de riesgo, e incluimos entrenamientos especiales sobre Intolerancia al Crimen Organizado, que alcanzaron a 246 personas.

## Canales de comunicación y denuncia

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores y de los integrantes de nuestra cadena de valor canales formales de reporte que permiten la detección oportuna de conductas indebidas, fraudes y cualquier incumplimiento a los principios y valores establecidos en nuestro Código de Ética (MELI Code).

Contamos con una Línea de Denuncias, un canal directo, confidencial y anónimo, disponible para todas las personas que trabajan en Mercado Libre y para terceros de nuestra cadena de valor. Adicionalmente, disponemos de un bot de Ética y Compliance para consultas, orientación sobre el MELI Code y difusión de políticas y capacitaciones.

La Línea de Denuncias es administrada por un proveedor externo imparcial e independiente, lo que garantiza la confidencialidad y el anonimato de quienes utilizan el canal. Todas las denuncias son evaluadas por el equipo interno de Investigaciones de Ética & Compliance y asignadas a las áreas investigadoras correspondientes, según su naturaleza y nivel de criticidad.

El proceso se rige por acuerdos de nivel de servicio (SLA) previamente definidos, con plazos de resolución que oscilan entre 30 y 90 días. Como resultado, los casos se cierran con recomendaciones de medidas correctivas o disciplinarias aplicables a colaboradores o terceros, según corresponda.

Mercado Libre mantiene una estricta política de no represalias, asegurando que las personas puedan reportar preocupaciones de buena fe sin temor a consecuencias adversas.



## Gestión de casos identificados o reportados

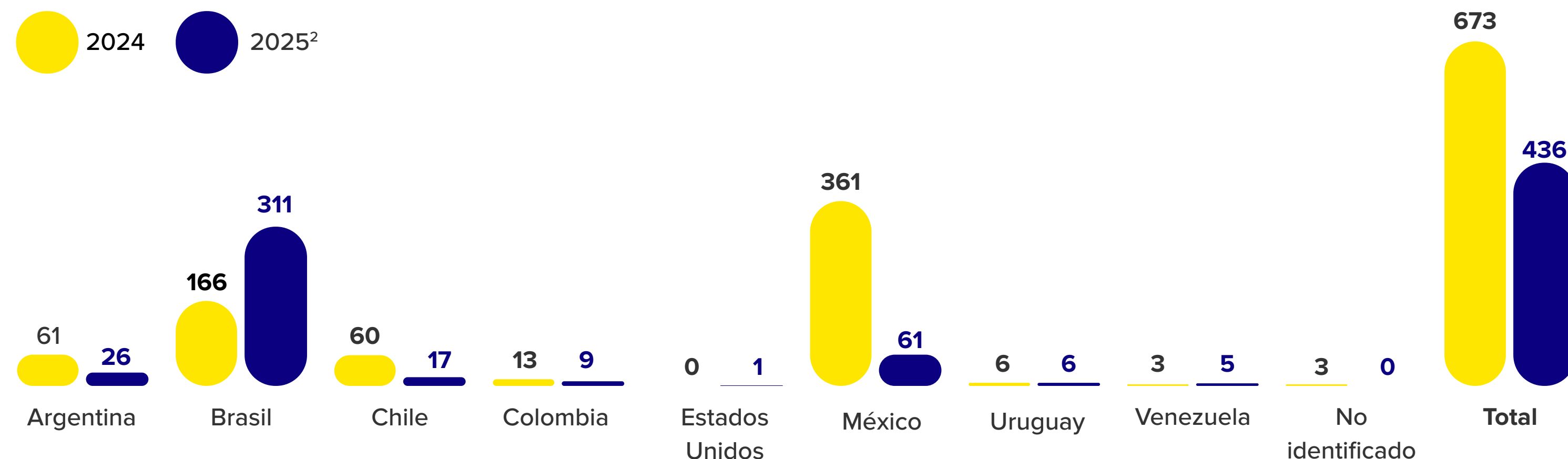
Los incumplimientos del MELI Code son tratados como faltas graves y pueden dar lugar a la aplicación de medidas disciplinarias en línea con la legislación vigente. En el caso de empleados, estas medidas pueden incluir advertencias, suspensiones o la desvinculación de la compañía. Cuando se trate de terceros o integrantes de la cadena de valor, las medidas pueden comprender advertencias, la aplicación de sanciones contractuales, la suspensión o la terminación justificada de la relación contractual, sin derecho a indemnización ni preaviso, según corresponda.

En 2025, se registraron y gestionaron 2.211 denuncias, de las cuales 436 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 436 denuncias presentadas sobre potenciales vulneraciones de derechos humanos, todas fueron investigadas, se cerraron 409 (93,8%) y se determinó que 46 de ellas correspondían a vulneraciones de los DD.HH. (vs. 96 en 2024), por lo que se tomaron las medidas correspondientes de acuerdo con la naturaleza y gravedad del caso, pudiendo incluir acciones correctivas, medidas disciplinarias, acompañamiento a las personas afectadas y acciones de sensibilización o fortalecimiento de controles internos para prevenir situaciones similares en el futuro.

La variación interanual observada responde tanto a las acciones preventivas y de sensibilización implementadas por la compañía como principalmente a mejoras en los procesos de análisis y clasificación de denuncias durante 2025, que permitieron una identificación más precisa de la naturaleza de los casos y su asignación a las áreas responsables de gestión.

### Denuncias con potenciales vulneraciones de DD.HH.



<sup>2</sup> A partir de 2025, determinadas situaciones que anteriormente podían registrarse como potenciales incumplimientos del MELI Code pasaron a clasificarse como Conducta Inadecuada y a ser gestionadas por el área de People, modificando el alcance de los casos incluidos en esta categoría.

El mayor volumen de denuncias se concentró en Brasil (311), México (61) y Argentina (26), manteniendo un alto nivel de cierre en todos los casos, con tasas superiores al 85% en los principales países.



**93,8%**  
denuncias cerradas en 2025  
(vs. 83% en 2024)

[Línea de Denuncias](#) →

# Construyendo la logística del futuro



Hoy, el **75%** de los envíos rápidos se entregan en menos de 48 horas.

Nuestra red logística es uno de los pilares fundamentales que impulsan el crecimiento de nuestro ecosistema y la experiencia de millones de usuarios en América Latina. A través de una infraestructura integrada, robusta y en constante expansión, conectamos a vendedores y compradores de forma ágil, segura y eficiente. Para ello, trabajamos junto a socios logísticos, transportistas y emprendedores que forman parte de un ecosistema dinámico que genera empleos y nuevas oportunidades en toda la región.

Los servicios de valor agregado que ofrecemos son un componente esencial de nuestra propuesta de valor, ya que reducen la fricción entre ambas partes, nos brindan mayor control sobre la experiencia del usuario y permiten realizar entregas más rápidas y a un costo más competitivo. En 2025, el 75% de nuestros envíos rápidos llegaron a su destino en menos de 48 horas.

Esta red se organiza principalmente en torno a centros de *fulfillment* —que representan más de la mitad de los envíos— donde los vendedores almacenan su inventario. También operamos mediante sistemas de *cross-docking*, a través de los cuales recolectamos los productos vendidos directamente de los vendedores o mediante una red de miles de tiendas asociadas (“MELI Places” o Agencias de Mercado Libre). Estas tiendas también funcionan como puntos de retiro y devolución de productos.

## Expansión de la red

En 2025, avanzamos en nuestro plan de expansión logística con la apertura de 32 grandes centros (incluyendo *cross-docking* y *fulfillment*), además de 65 proyectos de la red de última milla, sumando nuevas aperturas y ampliaciones. Destacan nuevas instalaciones en México, como centros de distribución en Nuevo León y Hermosillo, que aumentaron la capacidad operativa y generaron nuevos puestos de trabajo en ambos estados. En Argentina, se inauguró un centro de almacenamiento de gran escala en Tres de Febrero, con alta capacidad de procesamiento y almacenamiento.

## Tecnología para escalar y optimizar nuestra logística

Desarrollamos soluciones propias para resolver los distintos desafíos en nuestras operaciones y ofrecer la mejor experiencia a los usuarios. Con ello, conseguimos predecir las ventas futuras de cada artículo, asegurar que el producto elegido se almacena en el centro de distribución más cercano al domicilio del comprador, estimar la demanda de determinados productos en una región, armar rutas de distribución eficientes y predecir cuándo llegará el envío a cada dirección.

# Fortaleciendo la integridad en la cadena de valor

MELI Code+, nuestro Código de Ética para proveedores y socios comerciales, establece las reglas de conducta para nuestra cadena de valor. Su cumplimiento es obligatorio para los proveedores de bienes y servicios, socios comerciales de Mercado Libre, Inc. y todas sus subsidiarias y sociedades, incluyendo a contratistas, subcontratistas, agentes y representantes, y constituye un requisito para su selección, vinculación y permanencia en nuestras operaciones.

MELI Code+ prohíbe de manera estricta el trabajo forzoso, involuntario y cualquier forma de esclavitud moderna. Asimismo, exige el cumplimiento de las edades mínimas laborales previstas por las normativas locales, la verificación previa de la edad de todos los trabajadores y la garantía de que el empleo sea siempre voluntario.

Desde su implementación, revisamos nuestros procesos de compras para incorporar la aceptación y firma obligatoria del Código. En 2025, avanzamos en la planificación de sesiones informativas presenciales y virtuales para fortalecer su adopción y reforzar capacidades.

**588** proveedores nuevos firmaron el MELI Code+ hasta 2025.

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

**El 97%** de nuestros proveedores son locales, entendiendo como tales a aquellos con presencia en los países donde tenemos operación, y el 96% del gasto se destina a ellos. Consideramos como proveedores locales a aquellos con presencia en los países donde operamos.

## Debida diligencia de proveedores

Desarrollamos un Programa de Gestión de Riesgos 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 la corrupción y su solvencia financiera, entre otros riesgos.

Antes del inicio de la relación comercial, los terceros pasan 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.

## Auditoría a proveedores que gestionan información

Los proveedores que procesan información o tienen acceso a datos a través de la plataforma están sujetos al proceso interno de gestión de riesgos de terceros (Third Party Risk Management – TPRM), integrado en el marco de control de seguridad de la información de Mercado Libre.

Este proceso tiene como objetivo evaluar el nivel de madurez en ciberseguridad y gestión de riesgos de los terceros considerados críticos o relevantes, en función de su nivel de acceso a sistemas, datos o integración con la operación. En los casos en los que se identifican brechas respecto a los estándares internos, se establecen planes de acción correctiva, cuya resolución es condición para la habilitación o continuidad de la relación con el proveedor, según corresponda. El proceso se ejecuta con una periodicidad anual para terceros críticos y bienal para terceros relevantes con contrato vigente.

Durante el ejercicio 2025, el proceso de evaluación de terceros abarcó un total de más de 4.000 proveedores. De este universo, 2.644 proveedores contaron con resultado formal de evaluación, de los cuales 1.755 fueron clasificados como aprobados y 889 como no aprobados con respuesta documentada. Adicionalmente, en 2025 y 2024, el proceso TPRM fue revisado en el marco de auditorías ISO externas realizadas a Mercado Libre, sin que se hayan identificado hallazgos o puntos de mejora sobre dicho proceso.

En relación con los aspectos sociales, laborales y ambientales en la cadena de suministro, estos se consideran dentro del marco general de gestión de sostenibilidad y debida diligencia de proveedores. No obstante, a la fecha de cierre de los ejercicios 2024 y 2025, Mercado Libre no ha realizado auditorías específicas formales en materia social, laboral o ambiental sobre proveedores o subcontratistas.





## CAPITAL INTELECTUAL

# Experiencia de usuario

» Un ecosistema en constante evolución	30	» Protección de datos personales	41
» Propuesta de valor y beneficios	32	» Prevención de fraudes y seguridad del usuario de Mercado Pago	43
» Eficiencia en cada interacción	35	» Ciberseguridad	45
» Confianza e integridad en el ecosistema	36		

# Un ecosistema en constante evolución

La tecnología está en el centro de todo lo que hacemos. Contar con uno de los equipos de TI más grandes de la región garantiza un ciclo continuo de innovación y desarrollo de productos.

Para ofrecer la mejor experiencia a nuestros usuarios, cada interacción – desde la búsqueda hasta el pago y el envío– está diseñada para ser fluida, intuitiva, segura y orientada a la conversión. Nuestras soluciones van más allá de los límites de la plataforma, permitiendo a los comerciantes online y offline digitalizar sus operaciones mediante herramientas fáciles de usar, como dispositivos de punto de venta (POS), códigos QR y pagos en línea. Nuestra red logística refuerza esta propuesta al garantizar entregas rápidas y confiables.

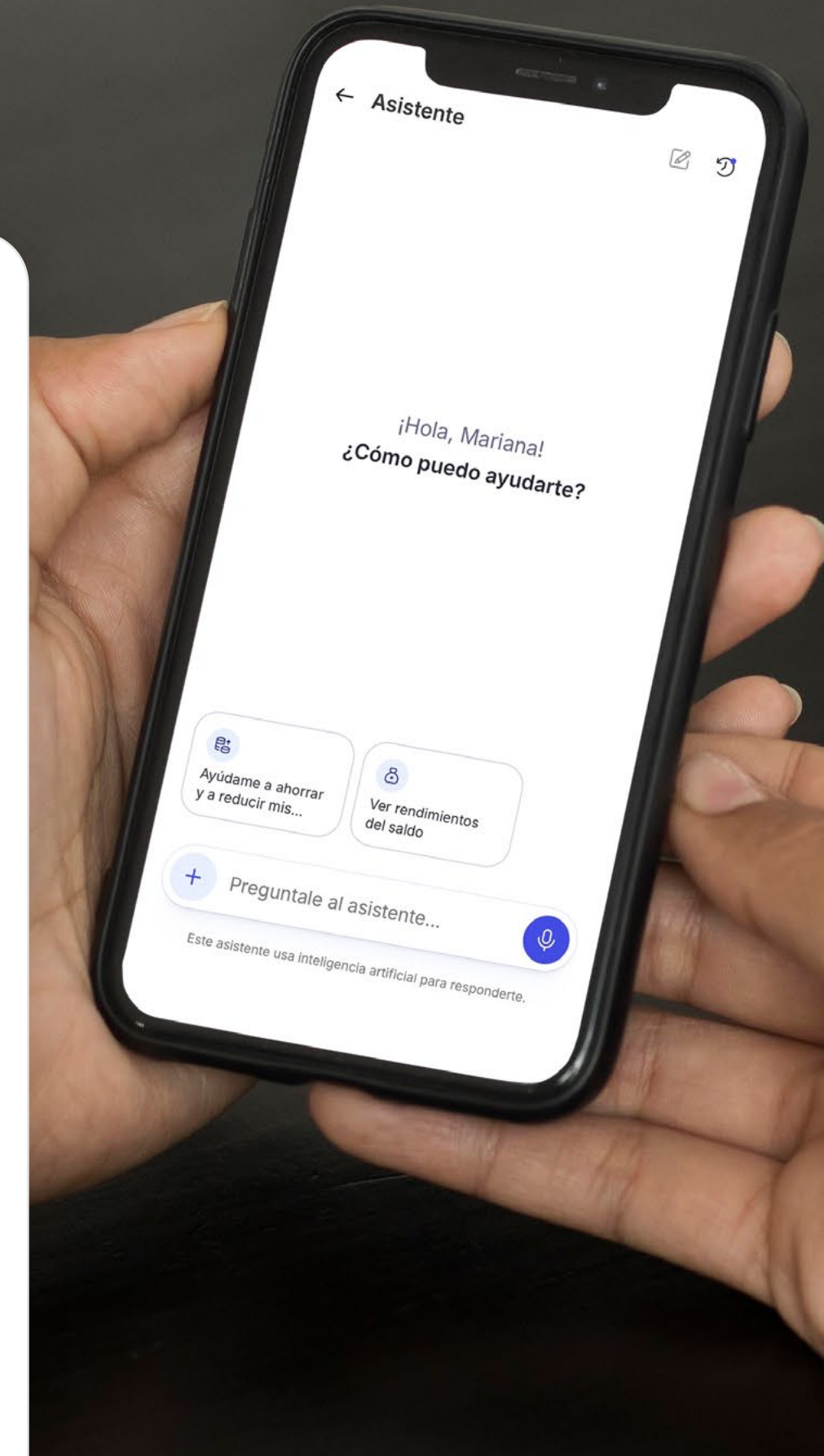
Con Mercado Pago, somos una de las fintechs mejor valoradas de la región, con el NPS más alto en Argentina, Chile, Brasil y México. Para apoyar la toma de decisiones financieras y optimizar la gestión del flujo de caja, desarrollamos soluciones como el Asistente Personal de IA para la cuenta digital y el Sistema de Gestión para cuentas empresariales. Además, ofrecemos productos y servicios con beneficios adicionales, como la telemedicina, disponible para los clientes que contratan nuestros seguros de vida y accidentes personales.

También estamos construyendo una de las principales plataformas de medios minoristas de América Latina, que aprovecha nuestros amplios datos para ofrecer a los anunciantes capacidades únicas de segmentación de audiencias.

En 2025, incorporamos diversas aplicaciones de marketing y publicidad que se integran de manera sencilla con el marketplace para asistir a los vendedores en sus publicaciones y ayudarlos a incrementar su exposición y sus ventas.

Nuestra plataforma genera un efecto único, potente y que se refuerza a sí mismo, ya que los vendedores invierten para maximizar sus ventas aprovechando nuestro tráfico, mientras que los compradores reciben una propuesta de valor en constante mejora, lo que genera más tráfico y crecimiento.

Seguimos comprometidos con un avance tecnológico que facilita la vida de las personas, respeta la privacidad y beneficia a toda la cadena de valor. Esta combinación de innovación, ética y enfoque en el usuario sustenta nuestra ambición de seguir transformando la experiencia digital en América Latina y consolidar Mercado Libre como el destino natural para compradores y vendedores, y Mercado Pago como la mejor fintech de la región.



# IA para mejorar la experiencia

## Utilizamos la IA para aumentar nuestra productividad y acelerar el impacto en los negocios.

Miramos a la tecnología con el objetivo de incorporar cada vez más recursos pensando en el impacto que podemos generar en el negocio, la eficiencia productiva y en la experiencia del usuario. Desde los comienzos, la inteligencia artificial (IA) ha sido una aliada clave en diversos procesos estratégicos de nuestro negocio.

En el marketplace y en el ecosistema fintech, aplicamos modelos de reconocimiento de imágenes, procesamiento de lenguaje natural y algoritmos predictivos para prevenir y detectar fraudes, analizar patrones de comportamiento y proteger a usuarios y vendedores. También empleamos IA en el análisis de la documentación proporcionada por los vendedores, con el objetivo de prevenir el lavado de dinero y garantizar el uso ético de nuestra plataforma.

En los servicios financieros, utilizamos redes neuronales que analizan transacciones en tiempo real para evaluar riesgos crediticios, apoyadas en una infraestructura que permite ejecutar y combinar múltiples modelos, así como reentrenarlos de forma continua para mejorar su precisión y capacidad predictiva.

La IA también se aplica para optimizar la logística, personalizar recomendaciones, diversificar la oferta de productos y aumentar la eficiencia operativa. También incorporamos IA generativa a nuestros modelos de procesamiento de lenguaje natural (NLP), ampliando la capacidad de interacción automatizada en nuestro centro de Customer Experience. Esta tecnología asiste en la resolución de casos, la interacción con usuarios y la moderación de conversaciones.

## Nuestro asistente financiero

En 2025, Mercado Pago fortaleció su propuesta de valor con el lanzamiento de nuevos productos y funcionalidades, entre ellos la primera versión del Asistente Personal, un asistente virtual con inteligencia artificial integrado en la aplicación.

Desarrollado con tecnología propietaria, el recurso permite ejecutar más de 60 tipos de acciones, incluyendo consultas de saldo, pagos, transferencias y programación de inversiones, mediante comandos de voz o texto, en una interfaz conversacional.

La evolución de la herramienta está orientada al desarrollo de capacidades analíticas más avanzadas, como la gestión de saldos en diferentes cuentas bancarias o el apoyo en la comprensión del puntaje crediticio. La novedad se lanzó inicialmente en Brasil, y ya está disponible en todos los países.

## Gobernanza de la IA

La adopción generalizada de la inteligencia artificial, y en particular de la IA generativa (GenAI), presenta desafíos y oportunidades únicas. Reconociendo la importancia de un marco sólido para gestionar los riesgos asociados y maximizar los beneficios de estas tecnologías, hemos establecido las siguientes estructuras y lineamientos:

- Grupo de trabajo GovAI: formado por un equipo multidisciplinario que reúne experiencia en áreas clave como Tecnología de la Información (TI), Propiedad Intelectual (PI) y Privacidad. Con una composición diversa, buscamos contemplar las complejas facetas que implica la implementación de este tipo de tecnologías, desde la seguridad de los datos y la protección de la propiedad intelectual hasta consideraciones éticas y legales.
- Política interna de IA: establece un marco ético y jurídico para orientar el desarrollo y la implementación de soluciones de IA dentro de la empresa. En consonancia con las normas internacionales, la política garantiza que Mercado Libre se mantenga al día con las mejores prácticas y cumpla con las regulaciones emergentes.
- Evaluación de riesgos y documentación: para garantizar que los principios de transparencia y trazabilidad se apliquen en la práctica, utilizamos la plataforma OneTrust para documentar las evaluaciones de riesgo de las herramientas de IA, así como de los proyectos internos que implican el uso de estas tecnologías.
- Cláusulas contractuales para terceros: establecemos cláusulas contractuales relacionadas con privacidad, responsabilidad y propiedad intelectual para los proveedores de Mercado Libre que utilizan GenAI. Estas cláusulas establecen obligaciones claras respecto del uso ético y seguro de la inteligencia artificial, así como el cumplimiento de nuestros estándares de protección de datos.

# Propuesta de valor y beneficios

Aumentamos el *engagement* de nuestros millones de usuarios ofreciendo beneficios muy valorados, como contenido premium y envíos gratuitos, además de un sistema de devoluciones transparente y centrado en el usuario y una gran variedad de descuentos y promociones en miles de productos.

**meli+**

Con el objetivo de seguir mejorando la experiencia de compra, avanzamos en la expansión y evolución del programa Meli+ dentro de nuestro ecosistema digital. En 2025, lanzamos la última iteración del programa en Argentina, Chile y Colombia, tras su implementación inicial en Brasil y México durante 2024.

Esta nueva etapa incorpora beneficios ampliados para los usuarios, incluyendo opciones de envío mejoradas, un sistema de reintegros o *cashback* —acreditado en la criptomoneda estable de la compañía, Meli Dólar— y la posibilidad de acceder a cuotas adicionales en compras dentro del marketplace.

El programa contempla distintos niveles de suscripción: Meli+ Esencial incluye beneficios a nivel ecosistema, Meli+ Total reúne estos beneficios y suma acceso sin costo a Disney+, además de descuentos en otras plataformas de streaming como HBO Max y Paramount+. Por su parte, Meli+ Mega, introduce un nuevo nivel que integra múltiples servicios de entretenimiento en un único paquete, ofreciendo acceso gratuito a Netflix, Disney+, HBO Max y Apple TV+.

La expansión regional y fortalecimiento de la propuesta de valor han catalizado la penetración de Meli+ en nuestro ecosistema, multiplicando su impacto tanto en Mercado Libre como en Mercado Pago.

## Envío gratis a R\$19 en Brasil

Para hacer el comercio electrónico más accesible y acelerar la digitalización del consumo, pasamos a ofrecer envío gratuito en Brasil para compras a partir de R\$ 19 (cerca de USD 3,6), el valor más bajo en la historia de la empresa. Este beneficio se aplicó en todo el país, excepto para compras internacionales y en supermercados. La decisión refleja nuestra convicción de que el envío gratis es un motor clave de preferencia y recurrencia en la plataforma, además de un pilar fundamental de nuestra propuesta de valor para compradores y vendedores.

La medida, lanzada en junio de 2025, generó cambios significativos en el comportamiento de los usuarios. Los nuevos compradores que ingresaron a la plataforma tras la reducción comenzaron a adquirir más productos, explorar un mayor número de categorías y presentar niveles de retención más altos. Asimismo, se observó un incremento en la proporción de compradores únicos mensuales en relación con los trimestrales, junto con un crecimiento acelerado en el número de usuarios que compran en tres o más categorías por mes. La reducción también impulsó el crecimiento del programa de suscripción MELI+, reforzando la relación de largo plazo con nuestros usuarios.

Este dinamismo impulsó un sólido desempeño operativo en Brasil durante el cuarto trimestre del año. Aumentó un 45% la cantidad de artículos vendidos y un 26% el número de compradores únicos.

Para comunicar esta nueva propuesta de valor, Mercado Libre eligió a los futbolistas Ronaldo (Camisa número 9) y Neymar Jr. (Camisa número 10), que juntos suman 19, número que representa el envío gratuito histórico de la compañía.

## Mercado Play

Mercado Play continúa consolidándose como un servicio de streaming gratuito de video bajo demanda basado en publicidad (AVOD), disponible para usuarios en Argentina, Brasil, México, Colombia, Chile, Perú y Uruguay. En 2025, la plataforma alcanzó un hito relevante con su llegada a televisores conectados (Smart TVs), ampliando el acceso más allá de las aplicaciones móviles de Mercado Libre. Este avance refuerza el papel estratégico de Mercado Play dentro del ecosistema de la compañía, al incrementar el nivel de interacción de los usuarios con la plataforma y ofrecer un canal adicional para la exhibición de publicidad en formato de video, complementando así el portafolio de soluciones de Mercado Ads.

## Mercado Libre Negocios (B2B)

Durante 2025, Mercado Libre lanzó su nueva unidad enfocada en la digitalización de las compras de profesionales, negocios, empresas y gobiernos. Presente en México, Brasil, Argentina y Chile, la plataforma ofrece al segmento una propuesta de valor diferencial que incluye precios mayoristas, entregas en horarios comerciales, configuraciones avanzadas para equipos de compras, transparencia fiscal, entre otras funcionalidades.

Mercado Libre Negocios es un paso estratégico para solucionar las necesidades de compra de miles de empresas que venden y cobran dentro del ecosistema. Permite incorporar nuevos compradores que buscan reducir sus desafíos de abastecimiento y mejorar la eficiencia de costos.

A su vez, posiciona a Mercado Libre como un nuevo canal mayorista digital para nuestros vendedores, facilitando el acceso a un segmento en pleno crecimiento en toda Latinoamérica.

## Impulso a la *creator economy*

En Mercado Libre impulsamos la *creator economy* como una nueva forma de conectar contenido, comunidad y comercio. A través de nuestro Programa de Afiliados y Creadores, acompañamos a creadores y emprendedores digitales a transformar su influencia en oportunidades de ingresos.

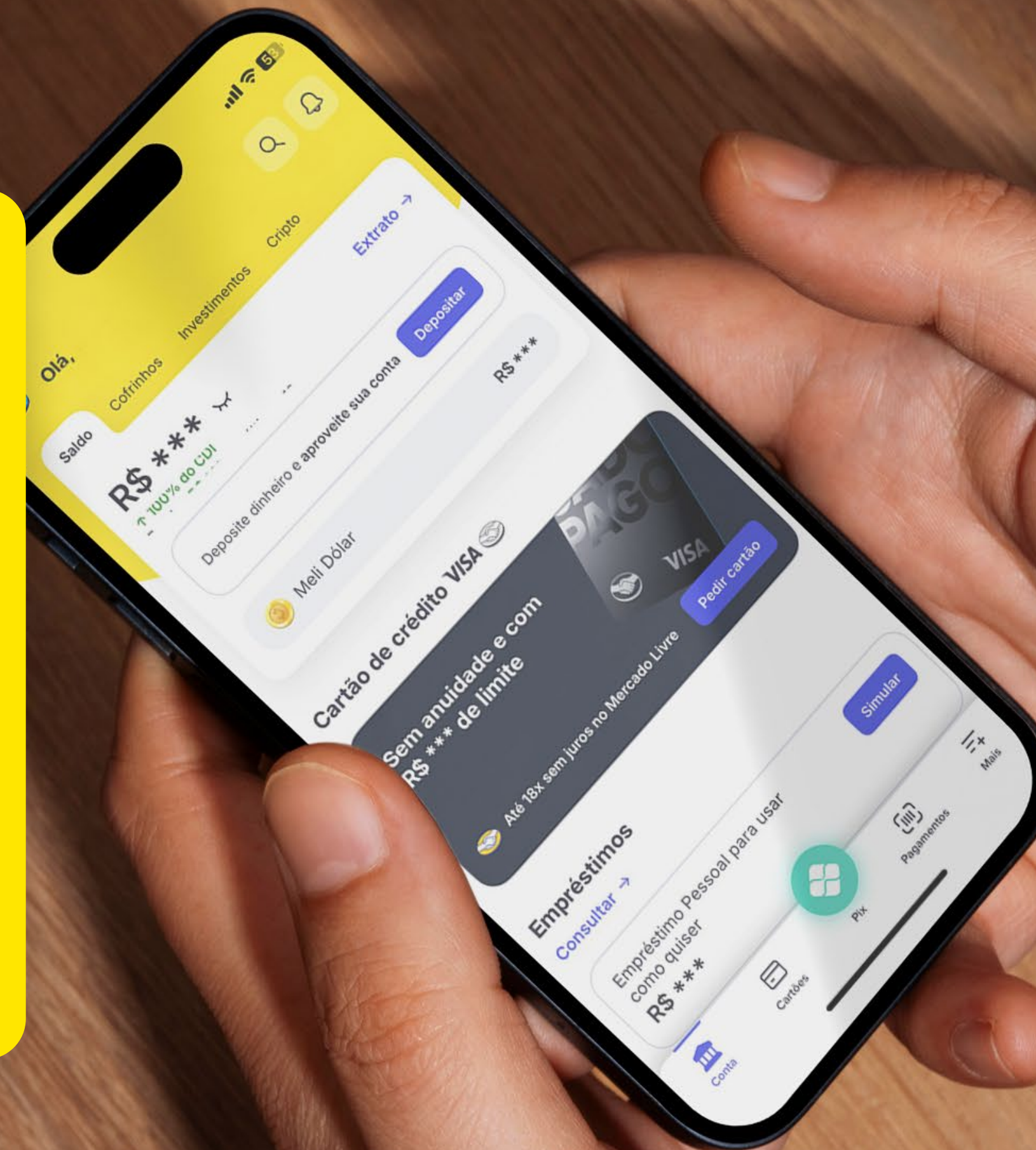


## Accesibilidad digital en aplicaciones y sitios web

Trabajamos para que todas las personas puedan utilizar nuestras plataformas sin obstáculos, promoviendo experiencias digitales accesibles e inclusivas. Para ello, contamos con un equipo especializado, realizamos capacitaciones continuas, elaboramos manuales y llevamos a cabo encuestas que nos permiten identificar oportunidades de mejora y fortalecer el soporte a la accesibilidad.

Actuamos de acuerdo con las Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web (WCAG 2.2) y animamos a los diseñadores y desarrolladores a integrar la accesibilidad en todas las etapas de la creación de nuestras experiencias digitales. Además, realizamos pruebas frecuentes de uso de recursos de apoyo y contamos con el asesoramiento de especialistas externos.

Utilizamos diferentes tecnologías de asistencia, como teclados y dispositivos alternativos, lectores de pantalla e intérpretes digitales. Entre estas soluciones, incorporamos VLibras, una herramienta que traduce textos del portugués a la lengua de señas brasileña y puede utilizarse en navegadores, computadoras y dispositivos móviles.



# Eficiencia en cada interacción

Nuestra prioridad es garantizar un contacto rápido y soluciones eficientes con el Centro de Atención al Cliente, integrado por especialistas distribuidos en cuatro centros de soluciones en Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay. Supervisamos y evaluamos regularmente nuestros canales de soporte para mejorar su desempeño, utilizando dos métricas clave:

- Nivel de Servicio Online, que mide la disponibilidad de los canales digitales cuando un usuario entra en contacto con nosotros.
- NPS de Customer Service, basado en las encuestas que los usuarios completan luego de recibir soporte.



**23.362.666** quejas de usuarios presentadas en 2025 (vs. 31.263.169 en 2024)

**99,2%** quejas resueltas (vs. 99% en 2024)

La reducción en el volumen de quejas registradas se explica por la mayor resolución de consultas a través de canales automatizados con inteligencia artificial, las cuales no derivan en atención humana y, por lo tanto, no se contabilizan en este indicador. La compañía trabaja en una metodología para reflejar este impacto en futuros reportes.

## Canales de contacto



### ONLINE

- Chat web
- WhatsApp
- Teléfono



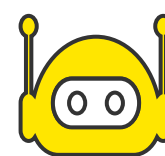
### OFFLINE

- 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.



# Confianza e integridad en el ecosistema

Diseñamos procesos que garantizan ventas seguras para marcas y vendedores, así como una experiencia de compra ágil y confiable para quienes usan nuestra plataforma.

Los vendedores deben cumplir con las Políticas de Publicación de Mercado Libre: no permitimos la comercialización de productos prohibidos por ley ni aquellos que incumplan nuestros Términos y Condiciones. Todas las publicaciones cuentan con el botón “Denunciar”, que permite reportar artículos que violen normas o políticas. Cuando detectamos infracciones, las publicaciones se dan de baja y las sanciones pueden incluir la cancelación de la publicación, la suspensión o cancelación de la cuenta, e incluso la denuncia de actividades ilegales ante las autoridades competentes.

Evaluamos a nuestros vendedores en función de la calidad de los productos que ofrecen y la experiencia que brindan a sus compradores, asignando un color que define su reputación dentro de la plataforma. Esa es una de las variables que consideramos para ordenar nuestros listados de publicaciones y también sirve como información valiosa para que los compradores puedan tomar decisiones informadas.

## Protección al consumidor

Para fortalecer la confianza y brindar mayor seguridad en cada compra realizada en el marketplace, contamos con **Compra Protegida**, un programa que garantiza la devolución del dinero cuando el producto no se recibe, es distinto al anunciado, presenta defectos o el usuario quiere devolverlo porque se arrepiente de la compra. Además, para compras online pagadas con Mercado Pago, ofrecemos reembolso si el producto no llega dentro de los 14 días en México, Brasil y Argentina, y brindamos cobertura ante pérdidas económicas derivadas del acceso indebido a cuentas tras el robo de un celular.



## Compromiso con la propiedad intelectual y lucha contra la piratería

La protección de la propiedad intelectual es un pilar central para fortalecer la confianza en nuestro ecosistema. Nuestras acciones en este ámbito abarcan tanto la protección de nuestros propios activos como la cooperación con terceros titulares de derechos cuyos productos y servicios se comercializan en nuestra plataforma.

Respecto de nuestros activos, publicamos un **Legal Brandbook** en los Términos y Condiciones para informar sobre la existencia de nuestros derechos, permitir su uso informativo y brindar orientación sobre usos no autorizados.

En relación con la propiedad intelectual de terceros, contamos con una política ante infracciones de propiedad intelectual e industrial que informa a los usuarios qué derechos existen, qué conductas pueden constituir infracción y cómo evitarlas al momento de publicar. Asimismo, frente a posibles incumplimientos de esta política, ponemos a disposición de los titulares de derechos y de sus apoderados el [Brand Protection Program \(BPP\)](#), un canal exclusivo de notificación y remoción para denunciar publicaciones que

puedan estar infringiendo a marcas, derechos de autor y conexos, patentes, modelos y diseños industriales, entre otros. El programa permite centralizar la gestión regional desde una única cuenta, posibilitando denunciar en los 18 sitios donde operamos.

Contamos también con herramientas automatizadas basadas en inteligencia artificial y *machine learning* que aprenden de las denuncias recibidas en el BPP e identifican tendencias o patrones generales de infracción. Así, conseguimos remover publicaciones similares de manera proactiva, reduciendo el tiempo de exposición a contenidos presuntamente infractores.

Además, ampliamos el alcance de las iniciativas para proteger la propiedad intelectual más allá de nuestra plataforma, mediante un proceso que permite reportar sitios externos que utilizan Mercado Pago como procesador de pagos y que podrían estar involucrados en vulneraciones de derechos.

[Más información sobre nuestra Política de Propiedad Intelectual.](#)

### Resultados de 2025:



**+17.000** miembros registrados en el programa.



**+93.000** derechos de propiedad intelectual adheridos.



**+8,8 millones** de detecciones proactivas realizadas entre enero y diciembre de 2025.



## El Reporte de Transparencia llega a su undécima edición

Hemos sido la primera empresa latinoamericana en publicar periódicamente un Reporte de Transparencia, que desde su inicio recopila proyectos y resultados en seguridad digital, protección de datos, privacidad y lucha contra la piratería. En 2025, presentamos su undécima edición, un documento que refleja cómo la compañía gestiona integralmente la seguridad del ecosistema digital en América Latina y cuáles fueron los principales avances en cooperación con autoridades, protección de datos y moderación de contenidos.

[Más información aquí](#) →



mercado  
libre 25 años

Anti-Counterfeiting  
Alliance

## MACA: alianza contra la falsificación y la piratería

Mercado Libre Anti-Counterfeiting Alliance (MACA) es una iniciativa regional que desde 2021 promueve la colaboración con titulares de derechos y asociaciones de marcas para combatir la comercialización de productos falsificados y pirateados en nuestro marketplace. Actualmente, trabajamos con más de 40 marcas y asociaciones Top of Mind.

En 2025, ampliamos la eficiencia de las remociones proactivas de productos falsificados y pirateados. A lo largo del año, el 95% de las publicaciones infractoras fueron eliminadas proactivamente.

Además, en coordinación con nuestros socios, impulsamos acciones penales contra organizaciones criminales que utilizan la plataforma para actividades ilícitas. Desde su lanzamiento, hemos presentado 43 denuncias penales junto con 19 marcas globales distintas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México. Como resultado, se incautaron más de 45 toneladas de productos falsificados.

### MACA Day

Desde 2023, como parte de nuestro compromiso con la colaboración y el intercambio de mejores prácticas, impulsamos los MACA Day, espacios de diálogo e intercambio que reúnen a autoridades públicas, titulares de derechos, expertos de la industria y organizaciones internacionales para promover estrategias conjuntas contra la falsificación y la piratería.

En 2025, realizamos dos ediciones: una en México, que reunió a más de 130 autoridades, expertos y titulares de derechos, y contó con la ponencia principal del Director General del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), Santiago Nieto; y la primera edición en Santiago de Chile, organizada junto a la Cámara Nacional de Comercio, con la participación de más de 80 asistentes, entre autoridades locales, representantes internacionales y referentes de la industria, que incluyó una conferencia magistral del presidente del Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile, Esteban Figueroa Nagel.

## Cooperación para combatir infracciones en línea

Celebramos acuerdos de colaboración con actores del sector público y privado para trabajar de manera coordinada en la persecución de infracciones de propiedad intelectual en línea. Estos convenios permiten que utilicen la herramienta del BPP en representación de los colectivos de titulares que nuclean o representan, promoviendo un intercambio de información que también fortalece la detección proactiva y contribuye a una respuesta más eficiente. En total, firmamos 17 acuerdos en materia de propiedad intelectual, incluidos 5 en 2025, ampliando su alcance a nuevas temáticas y autoridades, como el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) en Argentina.

## Registro de marca

Durante el período reportado, consolidamos y expandimos la iniciativa “Registro de marca”, que permite a fabricantes, comerciantes y distribuidores oficiales acreditar la titularidad o autorización de uso de marca para poder activar una Tienda Oficial en Mercado Libre. El proceso incluye revisión documental y validación de identidad, asegurando la protección de los derechos involucrados.

La apertura de una Tienda Oficial les permite personalizar su presencia en Mercado Libre, contar con un espacio exclusivo y desarrollar una comunidad de seguidores, entre otras ventajas. Esto fortalece la seguridad y confianza de los compradores y facilita la fidelización de éstos, mediante comunicaciones o promociones específicas.

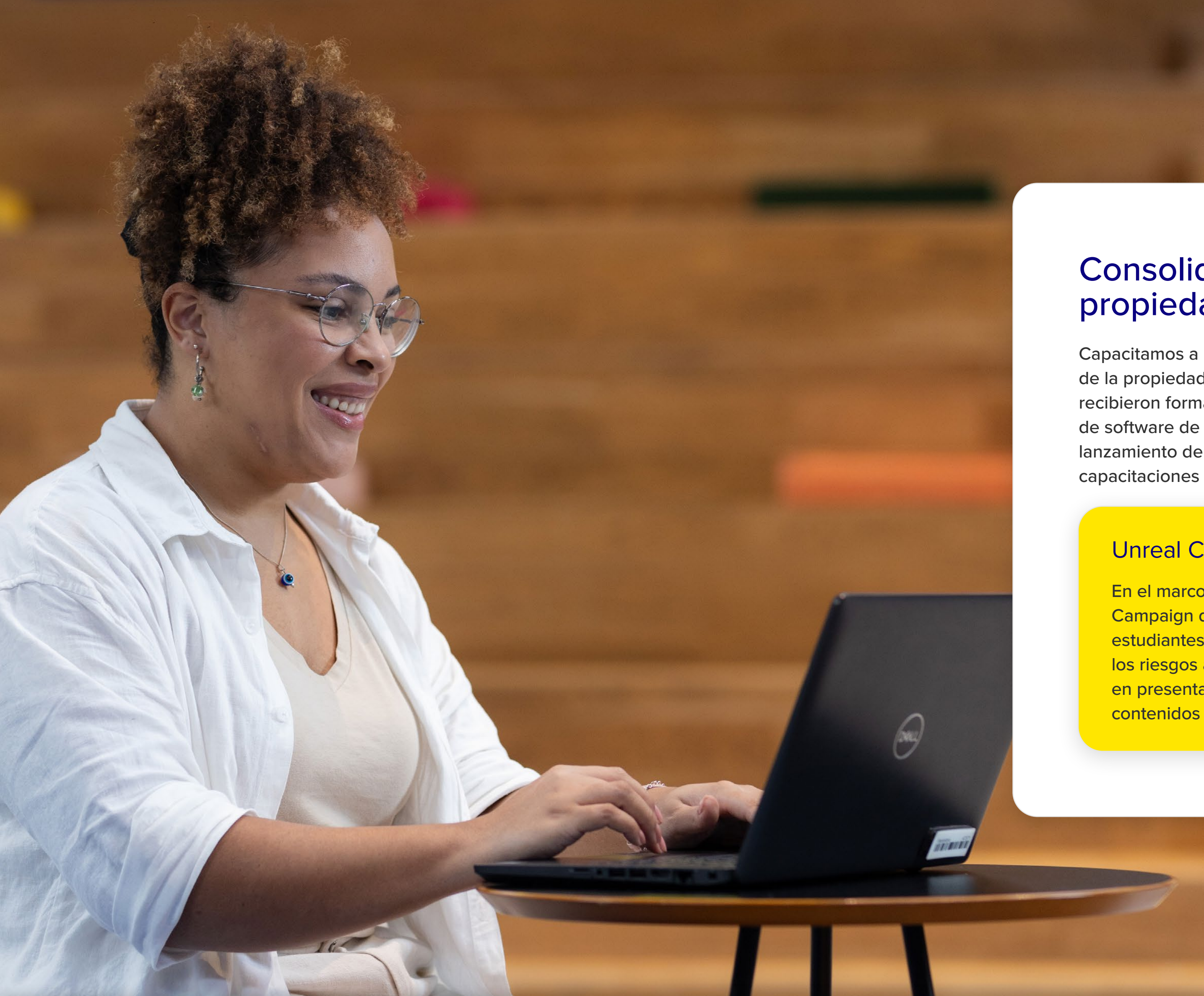
En agosto de 2025, lanzamos IP Booster, un programa que facilita el registro de marcas en los 18 países donde operamos. La solución permite que los usuarios registren su marca ante las oficinas nacionales de propiedad industrial y posteriormente presenten el certificado en la iniciativa “Registro de marca”, integrando así ambos procesos. Además, conecta a los usuarios con especialistas locales en propiedad intelectual y transforma un proceso habitualmente complejo en una experiencia más simple.

Al reducir barreras al registro formal de marcas, IP Booster contribuye a fortalecer la confianza en el marketplace, a reducir infracciones y a potenciar usuarios y estudios jurídicos de la región. A la vez, el registro oficial habilita el acceso a otros servicios de Mercado Libre, como el Brand Protection Program.

## Reconocimiento



En 2025, fuimos reconocidos por el Consejo Nacional de Lucha contra la Piratería (CNCP, en sus siglas en portugués) como la mejor empresa en la lucha contra la piratería en Brasil. El premio se debe a nuestra actuación, inversión y transparencia en el fortalecimiento de la seguridad de nuestra plataforma.



## Consolidamos una cultura de respeto a la propiedad intelectual

Capacitamos a nuestros colaboradores para que todos actúen como agentes de protección de la propiedad intelectual en nuestro ecosistema. En 2025, 157 profesionales de TI recibieron formación específica en propiedad intelectual y cumplimiento de licencias de software de terceros, sumando un total de 3.477 profesionales capacitados desde el lanzamiento del programa en 2023. Además, los equipos de marketing participaron en capacitaciones regulares sobre inteligencia artificial, derechos de autor y marcas.

### Unreal Campaign 2025

En el marco de nuestra participación y patrocinio de la campaña global Unreal Campaign de la International Trademark Association (INTA), formamos a 45 estudiantes de carreras de grado en Argentina sobre la importancia de las marcas y los riesgos asociados al consumo de productos falsificados. La campaña se divulga en presentaciones presenciales y virtuales en escuelas y universidades, y mediante contenidos en redes sociales.

# Protección de datos personales

Gestionamos la privacidad y la protección de los datos personales de nuestros usuarios, socios comerciales y empleados como un eje central de nuestras operaciones. Adoptamos un enfoque integral, preventivo y basado en riesgos, sustentado en políticas corporativas y en la aplicación de estándares internacionales reconocidos.

Mantenemos un alto estándar de protección de datos personales que cumple con la Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) de Brasil, además de obligaciones y particularidades de los demás países en los que operamos. En línea con la mejora continua del Programa de Privacidad, iniciamos en 2025 el proceso de adopción y alineación con el estándar internacional ISO/IEC 27701, como parte de su hoja de ruta para fortalecer la gobernanza de la privacidad y la gestión de los riesgos asociados al tratamiento de datos personales.

A través de nuestro Programa de Privacidad promovemos acciones de capacitación y concientización para fortalecer la cultura de protección de datos, así como la provisión de asistencia y asesoramiento especializado a los equipos de negocio.

Asimismo, contamos con procesos para identificar, gestionar y mitigar riesgos e incidentes, mantener registros de actividades de tratamiento y realizar, cuando corresponda, evaluaciones de impacto a la privacidad. Ante los usuarios, contamos con canales efectivos, ágiles y accesibles que permiten a los titulares de datos ejercer sus derechos de protección de datos.

## Un enfoque preventivo e integral

Una gestión responsable de la privacidad y la seguridad de la información genera impactos positivos relevantes en nuestro ecosistema: fortalece la confianza de usuarios y socios comerciales, mejora la experiencia en el uso de productos y servicios y reduce la recurrencia de incidentes a lo largo del tiempo.

La gestión inadecuada de datos personales puede implicar impactos negativos como la filtración, pérdida o robo de información. Para mitigar tanto la probabilidad como la severidad de estos eventos, implementamos políticas, procesos y lineamientos orientados a la identificación temprana de riesgos, la prevención de incidentes y la gestión adecuada de eventos cuando estos ocurren.

Estas acciones incluyen la evaluación periódica de riesgos, la realización de evaluaciones de impacto en privacidad cuando corresponde, la gestión de terceros que tratan datos personales y la revisión continua de prácticas internas. De este modo, buscamos reducir la exposición a incidentes y limitar sus posibles efectos sobre las personas.



## Gestión de los reclamos

Nuestro modelo de gobernanza y gestión de riesgos en materia de privacidad establece procedimientos internos para la recepción, identificación, análisis y gestión de reclamos e incidentes relacionados con datos personales.

Los reclamos de privacidad pueden ingresar a través de canales habilitados para usuarios y titulares de datos, incluyendo formularios y mecanismos de contacto definidos en los avisos de privacidad, así como por requerimientos de autoridades regulatorias o comunicaciones provenientes de socios comerciales. Cada caso es registrado, clasificado y evaluado de acuerdo con su naturaleza, alcance y potencial impacto en los derechos de las personas, permitiendo priorizar su tratamiento y definir las acciones correspondientes.

Ante la detección de incidentes, aplicamos procedimientos que contemplan la evaluación de la causa, el alcance del evento, los tipos de datos involucrados y los posibles impactos. Con base en esta evaluación, se adoptan medidas para contener el incidente, mitigar sus efectos y dar cumplimiento a las obligaciones legales y regulatorias aplicables, incluyendo, cuando corresponda, la comunicación a autoridades y a los titulares de los datos conforme a la normativa vigente en cada jurisdicción.

## Mejora continua

Como parte de nuestro enfoque de mejora continua, implementamos acciones orientadas a fortalecer la protección de los datos de clientes y usuarios, tales como la revisión periódica de políticas y procedimientos de privacidad, la incorporación de aprendizajes derivados de reclamos e incidentes, la actualización de evaluaciones de riesgo y la realización de capacitaciones y acciones de concientización internas. Asimismo, la compañía promueve la integración de la privacidad en el diseño y la evolución de productos y procesos, con el objetivo de reducir la probabilidad y el impacto de futuros eventos y reforzar la confianza de los usuarios.

# Prevención de fraudes y seguridad del usuario de Mercado Pago

Con el objetivo de fortalecer la protección de los usuarios y prevenir fraudes, implementamos nuevas funcionalidades y espacios de concientización dentro de la plataforma Mercado Pago. Incorporamos alertas preventivas en transferencias con indicios de riesgo, orientadas a advertir a los usuarios sobre posibles estafas, como aquellas en las que son inducidos a realizar transferencias bajo falsos pretextos.

Adicionalmente, implementamos alertas de seguridad que se activan cuando la aplicación es utilizada durante una llamada telefónica, señalando posibles intentos de fraude. Esta funcionalidad fue acompañada por campañas educativas sobre prácticas seguras y riesgos digitales, iniciativas que fueron valoradas positivamente mediante encuesta realizada con usuarios de Mercado Libre y Mercado Pago en Brasil y Argentina.

Asimismo, en 2025, ampliamos los canales de denuncia al incorporar la posibilidad de reportar operaciones sospechosas directamente desde el detalle de cada transacción, lo que permite agilizar y simplificar el proceso para los usuarios. En línea con esta iniciativa, creamos el “hub de denuncias”, ubicado en la aplicación, un espacio centralizado que reúne en un único lugar las herramientas necesarias para reportar incidentes o situaciones vinculadas a la seguridad.

Para facilitar el acceso a la información y las herramientas de protección, incorporamos una sección de “Seguridad” dentro del menú principal, donde los usuarios pueden conocer recomendaciones, configurar medidas preventivas y realizar denuncias.



## Uso responsable de los datos

Contamos con políticas y prácticas orientadas a garantizar un tratamiento responsable, transparente y seguro de los datos personales de los usuarios que interactúan con nuestras plataformas, reflejadas en la [Declaración de Privacidad](#) y en nuestro [Centro de Privacidad](#), disponible en todos los sitios locales.

Gestionamos el ciclo de vida de la información personal conforme a los principios de finalidad, proporcionalidad y seguridad. La recolección y el uso de los datos se realizan para fines específicos y previamente informados, vinculados a la prestación de servicios, el funcionamiento de la plataforma, la prevención de fraudes, el cumplimiento de obligaciones legales y la mejora de la experiencia del usuario. Los datos son procesados y almacenados bajo medidas técnicas y organizativas adecuadas, se conservan únicamente por los plazos necesarios y son eliminados o anonimizados conforme a la normativa aplicable y a las solicitudes de los titulares.

Aplicamos criterios de minimización y controles contractuales cuando compartimos datos con terceros, y realizamos evaluaciones de impacto o riesgo en privacidad ante cambios relevantes en productos, procesos o tecnologías.

La privacidad de niños y adolescentes se gestiona de acuerdo con las leyes aplicables en los países donde operamos, incorporando medidas de protección reforzadas cuando corresponde. La definición de datos personales utilizada se encuentra alineada con los marcos regulatorios vigentes en la región, incluyendo la Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) de Brasil y otras normativas locales.

Los datos de los usuarios únicamente son utilizados para las finalidades y propósitos informados en la [Declaración de Privacidad](#) de Mercado Libre. En materia de publicidad dirigida, informamos de manera clara el uso de datos con fines publicitarios y ofrecemos herramientas automatizadas para que los usuarios gestionen sus preferencias de privacidad, aplicando controles adicionales en los casos de publicidad de terceros.

## Capacitación y concientización

El Programa de Privacidad de Mercado Libre también desarrolla iniciativas sistemáticas de capacitación y concientización dirigidas a todas las personas de la organización, con el fin de fortalecer el conocimiento y la comprensión sobre la importancia de la protección de los datos personales.

Anualmente se diseña e implementa un plan integral que coordina las acciones del área de Data Privacy con otras áreas de Mercado Libre. Durante 2025, el foco estuvo puesto en profundizar una cultura organizacional en la que la privacidad forme parte de las prácticas cotidianas y de la toma de decisiones.

En este marco, además de las capacitaciones obligatorias para nuevos ingresos y las actualizaciones periódicas para toda la organización, se llevaron adelante capacitaciones específicas y a medida para equipos clave, incluyendo las áreas de Risk & Compliance, Experiencia de Usuario y People, entre otras, atendiendo a los riesgos y responsabilidades particulares de cada función.



**23.350** personas capacitadas en privacidad de los datos en 2025 (vs. 9.520 en 2024)<sup>3</sup>

<sup>3</sup> El incremento se explica principalmente por la consolidación de la nueva plataforma de aprendizaje y las iniciativas implementadas para mejorar la visibilidad y finalización de los cursos, sumado al crecimiento de la dotación de empleados.

# 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, 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), con las certificaciones PCI-DSS y PCI-PIN. Como muestra de nuestro continuo compromiso con la seguridad de la información, en 2025 ampliamos el alcance de nuestra 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, que en sus orígenes abordaba únicamente Argentina y Brasil y fue ampliado en 2025 a México y Chile.

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 programa tiene como objetivo identificar, analizar y mitigar amenazas y vulnerabilidades que puedan comprometer la confidencialidad, integridad y disponibilidad de nuestros sistemas y datos. Su metodología, basada en el marco NIST SP 800.39, (*Guide for Applying the Risk Management Framework*), se desarrolla en seis etapas:

- ✓ **Categorización:** identificamos los riesgos y evaluamos su criticidad, impacto y probabilidad.
- ✓ **Selección:** definimos los controles más adecuados a partir de nuestro inventario de seguridad.
- ✓ **Implementación:** aplicamos los controles, verificamos su efectividad e impulsamos acciones adicionales para reducir riesgos residuales.
- ✓ **Evaluación:** analizamos en detalle cada riesgo antes de incorporarlo al ecosistema de gestión.
- ✓ **Autorización:** revisamos de forma exhaustiva el riesgo identificado para garantizar los más altos estándares de seguridad.
- ✓ **Monitoreo:** supervisamos continuamente la efectividad de los controles frente a 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 en el negocio, evaluaciones de seguridad, certificaciones y monitoreo preventivo para detectar incidentes potenciales.

Mediante el seguimiento automatizado de indicadores clave, tenemos una visión en tiempo real 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 evoluciona de forma continua. En 2025, el contenido se simplificó, pasando de cuatro módulos a dos instancias más ágiles y concretas. Estos módulos abordan temas clave como la seguridad de las cuentas 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.

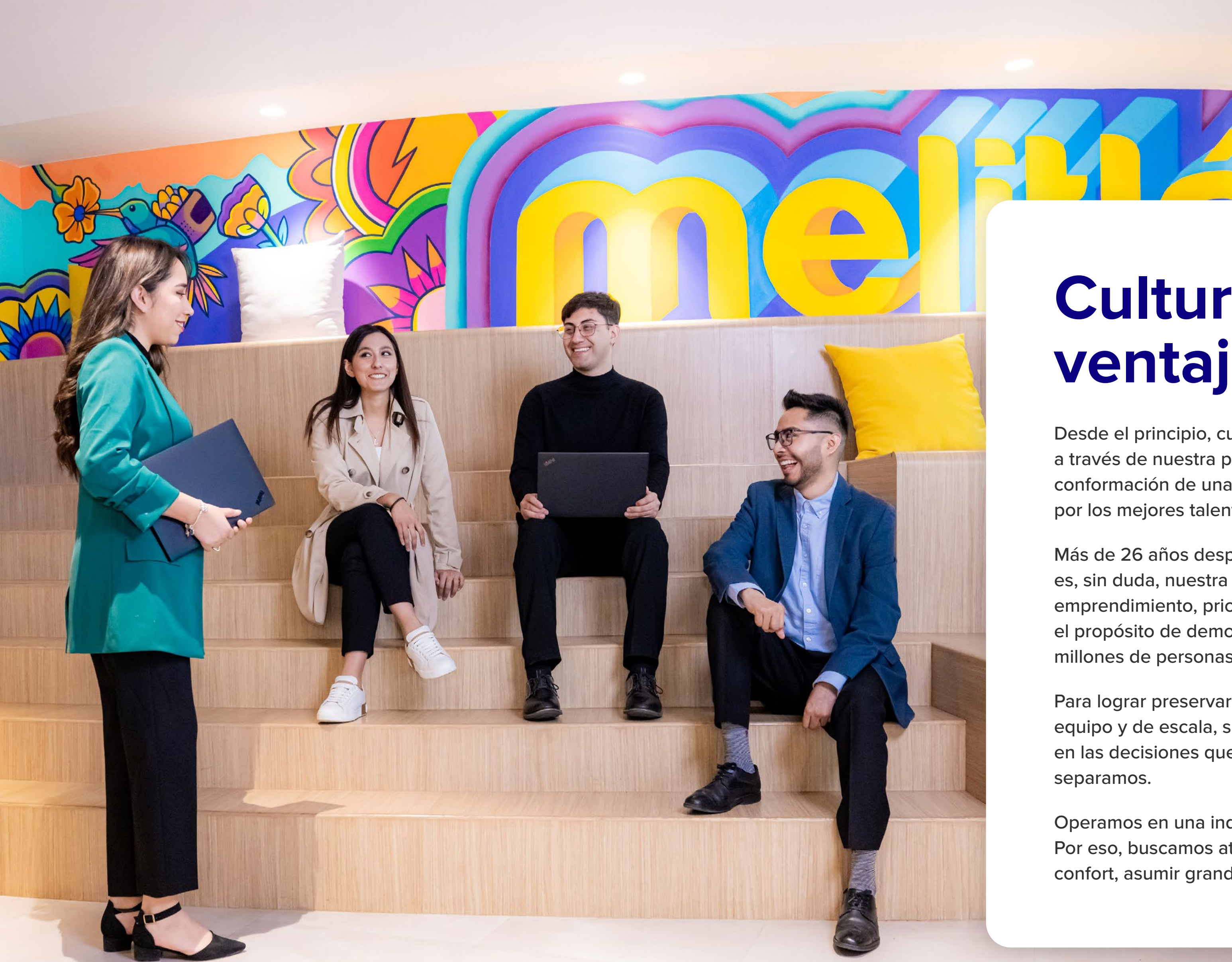
Adicionalmente, realizamos simulacros mensuales de *phishing* y *malware*, que nos permiten medir la efectividad de nuestra capacitación e identificar oportunidades de mejora. Asimismo, implementamos ejercicios de phishing mediante códigos QR físicos en nuestras oficinas de Brasil y Argentina, a fin de concientizar sobre los ataques de intrusión.



## CAPITAL HUMANO

# Cultura y equipo

» Cultura: nuestra principal ventaja competitiva	51	» Uno de los mejores lugares para trabajar	59
» Generación de empleo de calidad	53	» Aprendizaje basado en desafíos	60
» Meritocracia e igualdad de oportunidades	55	» Salud, bienestar y seguridad laboral	63



## Cultura: nuestra principal ventaja competitiva

Desde el principio, cuando Mercado Libre empezó en un garaje, en 1999, decidimos diferenciarnos a través de nuestra principal ventaja competitiva, además de tener un gran producto tecnológico: la conformación de una cultura única basada en nuestro ADN emprendedor y un equipo compuesto por los mejores talentos.

Más de 26 años después podemos decir con orgullo que nuestra principal ventaja competitiva es, sin duda, nuestra cultura basada en trabajar con intensidad, meritocracia, excelencia, emprendimiento, priorizando el largo plazo y actuando con la misma pasión del primer día, con el propósito de democratizar el comercio y los servicios financieros para transformar la vida de millones de personas en América Latina.

Para lograr preservar la cultura y que permee y se fortalezca en un entorno de crecimiento de equipo y de escala, somos muy rigurosos. Así como en las decisiones de negocio, elevamos la vara en las decisiones que tomamos respecto a quién contratamos, a quién reconocemos y a quién separamos.

Operamos en una industria altamente competitiva, donde el talento es un recurso muy demandado. Por eso, buscamos atraer y sumar a los mejores talentos: personas dispuestas a salir de su zona de confort, asumir grandes desafíos, tomar riesgos y competir en equipo para ganar.

## Nuestra cultura en la práctica

A la hora de sumar personas al equipo, el conocimiento técnico o especializado no es lo que más pesa para nosotros: eso se aprende. Lo fundamental es la capacidad de aprender con agilidad — incluso de los errores— y las ganas y capacidad de sumar a nuestra cultura. Cada persona es responsable de su propio desarrollo, y la evaluación del desempeño considera tanto los resultados de negocio como la vivencia de la cultura.

Un aspecto clave e innovador es el esquema “tu 90-10”. Esto significa que, en el 90% de las situaciones, cada persona está plenamente empoderada para decidir y avanzar, promoviendo agilidad y velocidad en la ejecución. En el 10% restante — decisiones con un costo de reversibilidad muy alto— optamos por una toma de decisiones colegiada, asegurando la mejor elección para el negocio.

Transmitimos mensajes culturales y contamos historias a través del reconocimiento. Un ejemplo emblemático son los Premios ADN, que destacan a quienes logran contribuciones extraordinarias y representan nuestros valores al máximo nivel. Cada año, los líderes presentan candidaturas basadas en estos atributos; luego se realiza una evaluación profunda, con feedback 360°, y un comité formado por líderes senior referentes de la cultura y el Equipo Ejecutivo eligen a los finalistas y ganadores. El CEO anuncia y celebra a quienes reciben el premio durante un evento en vivo para todo Mercado Libre.

## ADN MELI



En estos 26 años de crecimiento, la cultura ha sido nuestra principal ventaja competitiva. La vivimos y la 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.

# Generación de empleo de calidad

En 2025, 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 31,31% en la plantilla en comparación a 2024, impulsado principalmente por la expansión de nuestras operaciones. Actualmente, el 40,28% de nuestro equipo está conformado por mujeres.

**70.271 personas**

en el equipo de Mercado Libre en 2025<sup>4</sup>

**+31,31% vs. 2024**

 **41.969** hombres

 **28.302** mujeres

<sup>4</sup> al 31/12/2025 en las empresas que corresponden al alcance de este reporte.

## Número total y distribución de empleados por género y país a 31.12

	2024			2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Argentina	7.668	4.375	<b>12.043</b>	10.385	6.341	<b>16.726</b>
Brasil	4.185	1.716	<b>5.901</b>	5.615	2.174	<b>7.789</b>
Chile	1.678	961	<b>2.639</b>	2.186	1.431	<b>3.617</b>
Colombia	3.854	1.432	<b>5.286</b>	4.305	1.543	<b>5.848</b>
México	13.447	12.252	<b>25.699</b>	18.232	16.104	<b>34.336</b>
Perú	29	25	<b>54</b>	38	27	<b>65</b>
Uruguay	1.188	675	<b>1.863</b>	1.192	666	<b>1.858</b>
Venezuela	10	15	<b>25</b>	11	14	<b>25</b>
Ecuador	4	2	<b>6</b>	5	2	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>32.063</b>	<b>21.453</b>	<b>53.516</b>	<b>41.969</b>	<b>28.302</b>	<b>70.271</b>

## Número total y distribución de empleados por edad y país a 31.12

	2024				2025			
	Hasta 30	De 31 a 50 años	51 años o más	Total	Hasta 30	De 31 a 50 años	51 años o más	Total
Argentina	5.507	6.404	<b>132</b>	<b>12.043</b>	7.703	8.824	199	<b>16.726</b>
Brasil	2.092	3.716	<b>93</b>	<b>5.901</b>	2.309	5.293	187	<b>7.789</b>
Chile	831	1.748	<b>60</b>	<b>2.639</b>	1.196	2.311	110	<b>3.617</b>
Colombia	2.429	2.844	<b>13</b>	<b>5.286</b>	2.274	3.550	24	<b>5.848</b>
México	14.441	10.437	<b>821</b>	<b>25.699</b>	18.438	14.441	1.457	<b>34.336</b>
Perú	22	32	<b>0</b>	<b>54</b>	14	51	0	<b>65</b>
Uruguay	922	931	<b>10</b>	<b>1.863</b>	775	1064	19	<b>1.858</b>
Venezuela	11	12	<b>2</b>	<b>25</b>	6	17	2	<b>25</b>
Ecuador	0	6	<b>0</b>	<b>6</b>	1	6	0	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>26.255</b>	<b>26.130</b>	<b>1.131</b>	<b>53.516</b>	<b>32.716</b>	<b>35.557</b>	<b>1.998</b>	<b>70.271</b>

## Número total y distribución de empleados por categoría profesional y país a 31.12

	2024							2025						
	Analistas y asistentes	Ejecutivos	Managers	Senior managers	Supervisores	VP/CEO	Total	Analistas y asistentes	Ejecutivos	Managers	Senior managers	Supervisores	VP/ CEO	Total
Argentina	8.361	198	942	374	2.136	32	<b>12.043</b>	12.458	217	1.115	430	2.469	37	<b>16.726</b>
Brasil	4.596	23	266	82	932	2	<b>5.901</b>	6.286	28	284	91	1.097	3	<b>7.789</b>
Chile	2.067	18	137	42	370	5	<b>2.639</b>	2.960	24	159	53	416	5	<b>3.617</b>
Colombia	4.250	6	146	31	853	0	<b>5.286</b>	4.691	7	162	28	960	0	<b>5.848</b>
México	24.514	32	303	85	760	5	<b>25.699</b>	32.882	47	361	108	934	4	<b>34.336</b>
Perú	28	0	4	5	17	0	<b>54</b>	29	0	5	6	25	0	<b>65</b>
Uruguay	1.327	23	137	76	292	8	<b>1.863</b>	1.279	34	147	80	310	8	<b>1.858</b>
Venezuela	18	0	0	2	5	0	<b>25</b>	15	0	1	2	7	0	<b>25</b>
Ecuador	1	0	0	1	4	0	<b>6</b>	2	0	0	1	4	0	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>45.162</b>	<b>300</b>	<b>1.935</b>	<b>698</b>	<b>5.369</b>	<b>52</b>	<b>53.516</b>	<b>60.602</b>	<b>357</b>	<b>2.234</b>	<b>799</b>	<b>6.222</b>	<b>57</b>	<b>70.271</b>

# Meritocracia e igualdad de oportunidades

Creemos en el esfuerzo y en el valor de la meritocracia, y sabemos que la inclusión de diferentes experiencias impulsa la innovación y nos permite anticipar las necesidades y expectativas de quienes eligen Mercado Libre. Para ello, trabajamos con foco en dos pilares complementarios: la inclusión, mediante procesos y acciones que garantizan la igualdad de oportunidades en una cultura que tiene la meritocracia como valor fundamental; y la representatividad, promoviendo la inclusión de distintos perfiles y experiencias, reflejando así la riqueza de nuestra comunidad de usuarios.



## Inclusion Insights Team

Desde 2024, activamos el Inclusion Insights Team, un equipo interseccional de empleados elegidos para asegurar que nuestras iniciativas y procesos sean inclusivos, accesibles e integren multiplicidad de perspectivas y experiencias. De esta forma, evitamos la segregación por grupos de diversidad y promovemos una inclusión transversal y equitativa de todas las personas que trabajan en Mercado Libre. El grupo es liderado por el equipo de Cultura & Experiencia y se integra por 13 empleados de la región, asegurando el balance de países, género, antigüedad, edad, seniority, capacidades, considerando también performance y alineación cultural.

## Integración y la accesibilidad universal

Para garantizar la integración y la accesibilidad universal, después de la etapa de admisión, realizamos una evaluación biopsicosocial para personas con discapacidad conducida por expertos, que permite obtener mayor conocimiento sobre aspectos sociales y funcionales de la persona, su relación con la discapacidad y la necesidad de recursos para desempeñar su función favoreciendo al máximo su potencial. A partir de esta evaluación, se elabora un informe que queda disponible para líderes, People Business Partners (PBPs), facilitadores de entrenamiento y para 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.

Cerramos 2025 con **536** personas con discapacidad en 2025 (vs. 351 en 2024). Además del crecimiento de la plantilla, este incremento refleja los esfuerzos realizados para fortalecer la contratación de personas con discapacidad, en respuesta a requisitos legales de inclusión laboral vigentes y a la preparación para nuevas obligaciones regulatorias en algunos de los mercados donde operamos.

## Líder en inclusión de personas con discapacidad en Brasil

En 2025, realizamos en Brasil la segunda edición del programa “Desenvolva+”, una iniciativa gratuita y 100% en línea dirigida a personas con discapacidad con formación en tecnología, que ofrece capacitación práctica en Backend Java y acceso a procesos de selección en Mercado Libre. Además, en logística, abrimos centenas de vacantes en un programa de formación y desarrollo socioemocional para personas con discapacidad, con posibilidad de contratación posterior en nuestras operaciones.

Nuestro trabajo con este público fue reconocido por el portal Integridade ESG y por InsightLab, que posicionaron a Mercado Libre como la empresa número uno en reputación y prácticas de inclusión de personas con discapacidad en el país. La clasificación evaluó a las 50 empresas líderes en inclusión durante los últimos cinco años. El resultado es fruto de los esfuerzos continuos en materia de empleabilidad, accesibilidad digital y alianzas estratégicas. El estudio analizó más de 3.500 menciones públicas entre 2019 y 2024 para medir la reputación, la coherencia y el impacto.

## Propuesta de valor basada en desafíos

Nuestra política de compensaciones se basa en la meritocracia y reconoce a quienes demuestran performance sostenida y agilidad para aprender. Monitoreamos el mercado con socios externos para mantener escalas salariales competitivas.

Para posiciones de liderazgo y roles críticos, contamos con un programa de compensación de largo plazo (*Long Term Retention Program*), definido en dólares y vinculado a la evolución de la acción de Mercado Libre. Esta oportunidad está disponible a partir del nivel gerencial y, en áreas de IT, se extiende a los primeros niveles de liderazgo como Project Leaders (PL) y Team Leaders (TL). Hoy, más de 6.500 personas en la región forman parte de este programa.

## Flexibilidad con responsabilidad

Uno de nuestros diferenciales es la forma de trabajo basada en un esquema flexible, que promueve la autonomía con un alto nivel de responsabilidad, orientación a resultados y estándares de excelencia. Actualmente, el 70% del equipo desempeña sus funciones de manera presencial, principalmente en áreas como fuerza de ventas y operaciones de Envíos, mientras que el 30% restante trabaja bajo un esquema híbrido.

Nuestro modelo híbrido prevé el trabajo presencial en las siguientes condiciones:

- Al menos un 20% del tiempo por trimestre para mandos medios y un 40% para el alto liderazgo, porque liderar con el ejemplo es parte de nuestra cultura.
- Un 40% del tiempo durante los primeros 100 días para nuevas incorporaciones.
- En el caso de empleados que no corresponden a las categorías mencionadas anteriormente, si bien por el momento no hay un porcentaje mínimo, no se admite la presencialidad nula.

Creemos que la presencia física es importante para transmitir la cultura, conectar a los equipos e integrar a las nuevas personas que se suman a la compañía. Dentro de estos parámetros, los empleados pueden organizar su tiempo con flexibilidad, autonomía y, sobre todo, con un alto nivel de responsabilidad. De acuerdo con nuestras encuestas de engagement, el 93% de nuestro equipo afirma poder organizar su vida personal con flexibilidad.

Esta flexibilidad también se tangibiliza en programas como **Work from Anywhere**, en que el empleado puede trabajar remotamente (siempre que sea compatible con su tarea y agenda de ese período) desde cualquier parte del país o del mundo hasta 90 días al año, y **Reload your Batteries**, en que los líderes seniors (Directores & up) que tengan más de 10 años de antigüedad en la compañía tienen la posibilidad de tomarse una pausa profesional para renovarse y recargar energías o cumplir algún objetivo personal postergado. Cada empleado tiene dos períodos de pausa a lo largo de su trayectoria en Mercado Libre: el primero se habilita al cumplir los 10 años y tiene una duración máxima de ocho semanas, y el segundo se habilita a partir de los 20 años, con duración de hasta doce semanas.

## 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.



# Uno de los mejores lugares para trabajar SASB-GC-EC-330a.1

Desde nuestros inicios, escuchamos de forma sistemática la voz de nuestras personas para conocer cómo se sienten al trabajar en Mercado Libre. En 2025, una vez más logramos mantener el nivel más alto de la tasa de engagement de nuestra historia: un 93% en todo Mercado Libre. Al mismo tiempo, registramos la menor tasa de renuncias para roles no operativos, un 4,8% frente a 5,2% en 2024.

## Principales reconocimientos de nuestra marca empleadora

También hemos evolucionado año contra año en rankings de mejores empleadores en América Latina, manteniendo y mejorando posiciones en los diferentes países donde actuamos, formando parte del Top 10 de rankings importantes de participación abierta como Merco Talento y Randstad.

### Merco Talento 2025

#### Argentina

1° lugar nacional  
(6° año consecutivo)  
1° lugar sector retail generalista

#### Brasil

3° lugar nacional  
1° lugar sector comercio electrónico

#### México

6° lugar nacional  
1° lugar sector comercio electrónico

#### Chile

5° lugar nacional  
1° lugar sector tecnología

#### Colombia

11° lugar nacional  
1° lugar sector comercio electrónico y distribución

### Randstad 2025

#### Argentina

Hall of Fame

#### Uruguay

1° lugar

## Superamos nuestros límites

Los factores que hacen de Mercado Libre un excelente lugar para trabajar son nuestro propósito transformador, los grandes desafíos que enfrentamos a diario, nuestra cultura y la calidad del liderazgo.

Cuando hablamos de desafíos, esto está directamente relacionado a cómo trabajamos para superar nuestros propios límites, en un entorno de trabajo flexible y desafiante. Los equipos tienen la oportunidad de trabajar en diferentes temas, proyectos e incluso en diferentes frentes de negocio del ecosistema, lo que hace que la experiencia en la empresa sea siempre rica y dinámica.

Nuestra cultura es otro pilar que nos convierte en una de las mejores empresas para trabajar. Es responsabilidad de los líderes garantizar que esta forma de ser y actuar se refleje en el día a día e impulse nuestro propósito. Por eso, contratamos y promovemos a personas alineadas con este compromiso y evaluamos sistemáticamente la eficacia del liderazgo para elevar continuamente el nivel. Además, nuestro abordaje de aprendizaje está especialmente orientado a desarrollar habilidades de liderazgo que multipliquen y fortalezcan nuestra cultura en toda la organización.

# Aprendizaje basado en desafíos

Desde que una persona se suma a Mercado Libre, la invitamos a asumir un rol protagónico en su crecimiento y a ser dueña de su propio desarrollo. Para acompañar este proceso, promovemos un modelo de aprendizaje colaborativo orientado a fortalecer capacidades y comportamientos prioritarios para sostener nuestra estrategia de negocio, alineados con nuestro ADN cultural.

En este marco, identificamos, priorizamos y desarrollamos una agenda de capacitación que abarca el desarrollo de habilidades de liderazgo, competencias interdisciplinarias y capacidades técnicas críticas para nuestras principales áreas de actuación, como Marketplace, Envíos, IT & Product, Customer Experience, Ads y Fintech.

## Desarrollo de líderes

Para orientar el aprendizaje y formación de nuestros equipos, creemos mucho más en el enfoque práctico basado en entrenamientos on-the-job. También desarrollamos cápsulas y agendas de reentrenamiento para fortalecer las palancas de liderazgo identificadas en encuestas de engagement y excelencia. En 2025, se destacaron las siguientes iniciativas:

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

**Leading Ops:** también integra el onboarding y consiste en una experiencia de aprendizaje diseñada para potenciar a los líderes de Envíos en cada etapa de su trayectoria dentro de la empresa, comenzando por la preparación de quienes asumen sus primeros roles de liderazgo.

## Equipos de alto desempeño

En la Gestión de Performance buscamos definir desafíos y objetivos alineados con las prioridades del negocio, promoviendo el desarrollo de equipos de alto desempeño y reconociendo a las personas según su impacto y contribución a la cultura organizacional, teniendo la meritocracia como valor fundamental.

La contribución individual se evalúa en dos dimensiones: el QUÉ, vinculado a los logros y resultados alcanzados, y el CÓMO, relacionado con la puesta en práctica de los principios culturales. Ambas dimensiones se analizan de manera independiente, ya que no validamos conductas que no estén alineadas con nuestra cultura.

Este enfoque permite fortalecer el talento de la organización y respaldar la toma de decisiones orientadas a la sustentabilidad del negocio y la cultura organizacional. En 2025, el 100% de las personas que trabajan en Mercado Libre participó en la evaluación periódica de desempeño y desarrollo profesional.

El proceso incluye instancias de feedback continuo entre líderes y equipos, incorporando evaluaciones 360°. Estas conversaciones se promueven durante todo el año y se refuerzan trimestralmente.

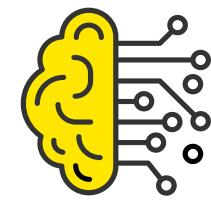
## Cantidad total de horas de formación por categoría profesional

	2025
Reps + Team Leaders	96.653
Analistas y asistentes	3.523
Supervisores	7.077
Gerentes/Executives Assistant	17.434
Gerentes Senior	15.761
Director	46.340
VP/CEO	335
<b>Total</b>	<b>187.123</b>

Los datos de esta tabla consideran el 12% de las horas de formación registradas en Brasil, porcentaje que corresponde a la participación de las sociedades incluidas en el perímetro del EINF sobre el total de colaboradores en el país.

## IA al servicio de las personas

La transformación impulsada por la inteligencia artificial (IA) ya es una realidad en nuestra gestión de personas. Desarrollamos soluciones que aumentan la eficiencia y mejoran la experiencia de nuestras personas, manteniendo siempre un principio clave: la IA acompaña las decisiones, nunca las reemplaza. Actúa como un copiloto que nos ayuda a hacer mejor nuestro trabajo.



**Más del 95 %** de nuestro público interno utiliza herramientas de IA en su día a día, excluyendo a los empleados operativos.

En la **incorporación de talento**, utilizamos tecnologías de AI desde hace años para mejorar el *matching* entre candidatos y posiciones, así como el ranking de perfiles a entrevistar. Ya comenzamos a experimentar con agentes autónomos para realizar las primeras etapas del screening y estamos trabajando en soluciones que acompañen a los entrevistadores, sugieran preguntas relevantes y analicen el nivel de ajuste del candidato al rol. La interacción humana sigue siendo central para nosotros, por eso la entrevista continúa como pilar del proceso.

En **atención al empleado**, desarrollamos nuestro propio bot conversacional basado en GenAI, que hoy atiende más de 1,4 millones de consultas por año. Esta solución elevó la autogestión del 70% al 93%, a la vez que ofrece rapidez y conveniencia para nuestras personas.

Cuando hablamos de **evaluación del talento**, la IA funciona como una herramienta de apoyo para los líderes. Resume feedbacks 360°, organiza información clave y ayuda a preparar devoluciones enfocadas en datos operativos, utilizando tanto plataformas propias como externas.

En **engagement**, modelos como Humor Sense nos permiten procesar de manera automática el contenido cualitativo de las encuestas. Además, los líderes cuentan con un asistente inteligente que integra información, resalta los principales insights y sugiere acciones para potenciar el compromiso de los equipos.

Con estas soluciones, buscamos ampliar nuestras capacidades con responsabilidad y enfoque en las personas, combinando innovación y criterio humano para apoyar el desarrollo de cada talento.

También estamos transformando nuestra forma de trabajar con la incorporación de la IA en la operación diaria. Por eso, ponemos a disposición de todo el equipo las mejores herramientas de GenAI del mercado. Para acelerar nuestras tareas utilizamos, por ejemplo, asistentes de creación de contenido (Gemini, NotebookLM y Chat GPT) y asistentes de código (GitHub Copilot, Cursor, Windsurf). Para la automatización de decisiones, utilizamos agentes creados por nuestros desarrolladores (Verdi).

## Formación de líderes y desarrolladores en IA

Para acelerar el uso de herramientas de IA, comenzamos la formación de líderes y desarrolladores, abordando el uso estratégico de estas tecnologías para resolver desafíos de negocio. Contamos con más de 23.000 personas entrenadas en diferentes capacidades de prompting, agentes de IA y programación.

Al mismo tiempo, reforzamos mensajes del liderazgo a nuestro equipo sobre el rol estratégico de la GenAI. También realizamos **GenAI weeks** por Unidad de Negocios (BU) para compartir experiencias y aplicaciones en el día a día de cada equipo.

En 2025, por ejemplo, 60 líderes sénior participaron de un programa hecho a medida en Stanford, Silicon Valley, uno de los principales polos de innovación del mundo, con el objetivo de acceder a contenidos y tendencias de la industria tecnológica en un entorno de clase mundial. Durante una semana intensiva, combinamos clases con expertos de Stanford, visitas a empresas líderes y trabajo colaborativo enfocado en desafíos propios de Mercado Libre. Esta experiencia no sólo nos permitió anticipar los cambios radicales que la inteligencia artificial traerá a los negocios, sino también fortalecer nuestra preparación para liderar esta transformación.

# Salud, bienestar y seguridad laboral

Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad, Salud y Medio Ambiente (SHE) formal y robusto, diseñado para prevenir lesiones y enfermedades laborales, garantizar condiciones de trabajo seguras y saludables, y proteger el medio ambiente en todas sus operaciones.

El sistema está alineado con estándares internacionales reconocidos y garantiza el cumplimiento estricto de la normativa vigente en todos los países donde operamos, están basados y referenciados en las normas ISO 45001:2018 (Sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo) e ISO 14001:2015 (Sistemas de gestión ambiental), complementadas por referencias técnicas internacionales como NFPA (protección contra incendios), ANSI y EN (equipos de protección personal) para temáticas específicas.

Asimismo, contamos con un estándar para la identificación y actualización de requisitos legales y otros aplicables a cada operación, asegurando el cumplimiento de normativas federales, estatales y municipales en materias como ergonomía, trabajos en altura, espacios confinados y manejo de sustancias peligrosas.

El sistema se estructura bajo un enfoque de mejora continua basado en el ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar), que orienta la planificación de riesgos, la implementación de controles, el monitoreo de resultados y la adopción de acciones correctivas y preventivas en todas las operaciones. Con este enfoque, aspiramos a ser la empresa más segura de América Latina, operando bajo la convicción de que todas las lesiones son prevenibles.

## Alcance del sistema

El Sistema de Gestión de SHE abarca todas las operaciones, instalaciones y actividades bajo control de la compañía, incluyendo operaciones logísticas (Fulfillment, Service Centers, Cross Docking), oficinas, operaciones aéreas y proyectos en construcción. Su cobertura se aplica tanto a empleados directos como a contratistas, transportistas y visitantes, cubriendo actividades operativas, administrativas, de mantenimiento y respuesta a emergencias. El nivel de control varía según el grado de supervisión de la compañía, enfocándose principalmente en operaciones gestionadas directamente y en la prevención de riesgos dentro de su red operativa.

## Gobernanza y modelo de gestión

La gestión de SHE está integrada en la estrategia y en la toma de decisiones del negocio mediante una estructura de gobernanza específica y políticas respaldadas por la alta dirección, reflejando el compromiso de toda la organización con la seguridad de los trabajadores.

La alta dirección define el plan estratégico de SHE, asegurando su alineación con los objetivos comerciales, mientras que una estructura de comités en distintos niveles vela por su implementación. Este modelo incluye comités estratégicos y operativos que reúnen liderazgo, equipos técnicos, áreas de soporte, empleados y contratistas, garantizando el monitoreo continuo de indicadores, el cumplimiento de las exigencias legales, el análisis de incidentes y la definición de planes de acción. Asimismo, contamos con instancias especializadas —como comités de contratistas, ergonomía e investigación de accidentes— que fortalecen la gestión de riesgos críticos.

Adicionalmente, desarrollamos un proceso formal de Gestión del Cambio para evaluar riesgos antes de la implementación de modificaciones operativas, fortaleciendo la prevención y promoviendo la participación activa de empleados y contratistas en las decisiones relacionadas con la seguridad. El modelo garantiza una gobernanza colaborativa, transparente y alineada con las exigencias regulatorias locales.

## Participación activa de empleados

El modelo promueve activamente la participación y consulta de empleados y contratistas como parte fundamental del sistema de gestión de SHE. Para ello, dispone de mecanismos formales de diálogo, tales como comités de seguridad, instancias de comunicación bidireccional y espacios de capacitación, garantizando el acceso a información relevante sobre riesgos y medidas preventivas. El liderazgo es responsable de facilitar recursos y eliminar barreras para una participación efectiva, mientras que los trabajadores asumen un rol activo en la gestión de la seguridad, incluyendo el ejercicio del derecho de rechazo ante situaciones de riesgo.

El derecho de rechazo es un principio clave, permitiendo a los trabajadores detener o retirarse de una actividad cuando identifiquen riesgos para su seguridad o la de terceros. Este derecho está formalizado en estándares y procedimientos, incluyendo permisos de trabajo, manuales de SHE, normas de seguridad operativa y lineamientos para contratistas, y contempla la obligación de interrumpir tareas ante desviaciones críticas, con el respaldo del liderazgo y de los equipos de seguridad.

## Gestión de riesgos

La identificación y evaluación de riesgos para la Salud y Seguridad en el trabajo se realiza mediante el procedimiento regional Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgo (IPER), aplicable a operaciones administrativas y operativas. Este proceso contempla la identificación de actividades y peligros, la evaluación y priorización de riesgos, y la implementación de medidas de control para mitigar peligros físicos, químicos, biológicos, ergonómicos, operativos y viales. La gestión involucra a distintos niveles de la organización, desde la gerencia de los sitios hasta los equipos técnicos de SHE, garantizando supervisión, capacitación y cumplimiento. La herramienta se actualiza de forma continua ante cambios operativos, eventos relevantes, solicitudes internas o corporativas, y al menos una vez al año.

Aplicamos un proceso estandarizado para el reporte e investigación de incidentes, orientado a identificar causas raíz, prevenir recurrencias y fortalecer la mejora continua. El proceso incluye el reporte y registro de eventos, la investigación a través de comités multidisciplinarios y el uso de metodologías de análisis, priorizando riesgos con potencial de lesiones graves o fatales. Los resultados se integran a la matriz de riesgos (IPER) para revisar peligros, evaluar la eficacia de controles y definir acciones correctivas y preventivas basadas en la jerarquía de controles.

Asimismo, el sistema promueve la difusión de lecciones aprendidas, la validación de la eficacia de las medidas y la actualización de procedimientos, consolidando el ciclo de mejora continua en toda la organización.

## Prevención de accidentes

Para fortalecer la salud y seguridad en nuestras operaciones logísticas y administrativas, implementamos diversas medidas orientadas a prevenir riesgos ergonómicos y promover el bienestar de los equipos. Entre ellas se incluyen controles de ingeniería, como ayudas mecánicas y mobiliario ergonómico, junto con medidas administrativas como rotación de tareas, comités especializados en ergonomía y programas de vigilancia de la salud. Estas iniciativas contribuyen a reducir la exposición a factores asociados a la manipulación manual de cargas, movimientos repetitivos, posturas forzadas y condiciones ambientales, favoreciendo la prevención de lesiones musculoesqueléticas.

Para gestionar de forma segura procesos que involucran la interacción entre vehículos y peatones en patios y muelles, colisiones y caídas de cargas en áreas de almacenamiento, atrapamientos en cintas transportadoras y exposición a energías peligrosas durante tareas de mantenimiento, implementamos controles de ingeniería, señalización, sistemas de bloqueo y parada de emergencia, gestión del tránsito interno, mantenimiento preventivo, procedimientos LOTO (Lockout/Tagout), capacitación y uso de equipos de protección personal.

Además, la organización implementa rigurosos procesos de gestión de proveedores, control de materiales peligrosos, permisos para tareas críticas y programas de seguridad logística y vial. Este enfoque integral en todas las áreas de nuestras operaciones nos permite prevenir y mitigar impactos en la salud y la seguridad, fortaleciendo la protección de las personas —incluyendo empleados, contratistas y trabajadores vinculados a la cadena de valor— y la continuidad operativa.

### Bienestar de los trabajadores frente a condiciones climáticas

La compañía implementa medidas integrales para proteger el bienestar de los trabajadores frente a eventos climáticos extremos y garantizar el confort térmico en sus instalaciones. Estas incluyen soluciones de infraestructura como sistemas de ventilación y extracción, disponibilidad de puntos de hidratación con agua potable, y programas de higiene ocupacional con planes específicos para altas temperaturas. Asimismo, se monitorean variables ambientales conforme a la normativa vigente y se establecen restricciones para tareas críticas bajo condiciones climáticas adversas, priorizando la prevención de riesgos para la salud y la seguridad de los equipos.



## Atención médica

Los servicios de salud disponibles brindan atención médica basada en riesgos ocupacionales y orientación preventiva. En los casos en que se requiere apoyo en salud mental, contamos con programas de apoyo al empleado que ofrecen atención y orientación, así como programas de seguimiento de casos más graves con equipos de psicólogos.

### Salud mental en foco: escuchar, acompañar y actuar

La salud mental es un componente clave del bienestar en Mercado Libre. En 2025, realizamos un mapeo opcional y voluntario que contó con una participación significativa de nuestros equipos: 37.038 personas (34%). La participación fue alta y equilibrada en todas las áreas, con 13.735 personas en roles no operativos (41%) y 23.303 en roles operativos (31%).

El índice general de bienestar fue de 68 puntos. Se identificaron 1.522 casos (3%) con bajo nivel de bienestar, con mayor incidencia en Envíos (4%) y Customer Experience (8%). Estos casos están recibiendo atención médica y seguimiento.

Ese mapeo nos permite ir más allá de las alarmas puntuales: cada persona recibe un informe personalizado con recomendaciones prácticas para el día a día y, cuando es necesario, se derivan a especialistas del programa EAP (*Employee Assistance Program*), a través de nuestro servicio médico interno o de la plataforma de seguro médico. Nuestro compromiso es mantener este indicador vivo y proactivo.

## Canales de reporte

Contamos con múltiples canales formales para el reporte de incidentes y condiciones inseguras, disponibles para empleados y contratistas. Estos mecanismos contemplan herramientas digitales, comunicación directa con el liderazgo y canales especializados para riesgos específicos, permitiendo una detección y gestión oportuna de desviaciones.

## Capacitación en seguridad

En 2025, desplegamos un programa integral de capacitación y entrenamiento en Salud y Seguridad en el Trabajo, articulando formaciones generales de carácter obligatorio con capacitaciones específicas orientadas a riesgos ocupacionales, actividades críticas y escenarios potencialmente peligrosos. A lo largo del año se ejecutaron 15.850 instancias de formación, alcanzando 365.905 participaciones acumuladas. La carga horaria total impartida fue de 30.434 horas y la duración promedio por curso se situó en 3,91 horas, evidenciando un enfoque equilibrado entre sesiones de refuerzo de corta duración y módulos de mayor profundidad técnica para temáticas de alta criticidad. En función de dicha duración promedio y del volumen de participaciones, se estima que el esfuerzo formativo total asciende a 1.430.686 horas acumuladas entre todas las personas participantes en 2025, reflejando la magnitud y consistencia del despliegue de capacitación. Si bien la cantidad total de accidentes no in itinere aumentó debido al crecimiento de Meli Participaciones, los índices de accidentabilidad disminuyeron, ya que, aún manteniéndose el mismo número de accidentes con baja en 2024 y 2025 (3 hombres y 2 mujeres), el incremento de la plantilla ha supuesto un mayor volumen de horas trabajadas totales.

### Total de accidentes de trabajo in itinere

	2024	2025
Mujeres	12	5
Hombres	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>7</b>

### Total de accidentes de trabajo non in itinere

	2024	2025
Mujeres	273	368
Hombres	220	316
<b>TOTAL</b>	<b>493</b>	<b>684</b>

### Índice de frecuencia

	2024	2025
Mujeres	0,03	0,01
Hombres	0,05	0,01

Cálculo: cantidad de ocurrencias X 1.000.000 / horas de trabajo

### Índice de gravedad

	2024	2025
Mujeres	0,0025	0,005
Hombres	0,0031	0,007

Cálculo: cantidad de días de incapacidad X 200.000 / horas de trabajo

### Dolencias y enfermedades laborales para todos los empleados

Dolencias y enfermedades laborales para todos los empleados	2024	2025
Nº de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	0	0
<b>Nº de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables desagregado por sexo</b>		
Mujer	10	19
Hombre	5	16

El número absoluto de enfermedades laborales registrables creció en línea con la expansión operacional.

	2024	2025
<b>Absentismo<sup>5</sup></b>		
Número de horas de absentismo	1.207.826	1.570.577,6

<sup>5</sup> 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.



## Parentalidad

Fomentamos prácticas que promueven la corresponsabilidad en la crianza y la igualdad de oportunidades. Ofrecemos licencias por maternidad de cinco meses remunerados y por paternidad de 15 días hábiles. Asimismo, contamos con una licencia por pérdida gestacional de 20 días, orientada a acompañar la recuperación física y emocional de las familias en estas situaciones. Todas nuestras licencias son inclusivas y aplican en igualdad de condiciones en casos de adopción y para parejas del mismo sexo.

Permiso parental en 2025 <sup>6</sup>	Mujeres	Hombres	Total
Empleados que tuvieron derecho a permiso parental	23.123	35.655	58.778
Empleados que acogieron el permiso parental	1.079	1.855	2.943
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental	1.074	1.851	2.925
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental y siguen siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	124	495	619
Tasa de regreso al trabajo de empleados que acogieron permiso parental (%) <sup>7</sup>	99,54%	99,80%	99,40%
Tasa de retención de empleados que se acogieron al permiso parental (%) <sup>8</sup>	11,50%	26,70%	21,00%

<sup>6</sup> En 2025, se modificó la metodología de cálculo de este indicador para priorizar la transparencia de la información reportada, iniciándose una nueva serie histórica. La información de 2025 considera únicamente las sociedades incluidas en el perímetro de este informe, mientras que en años anteriores el indicador se reportaba para el conjunto de la compañía. Por ello, no se presentan datos comparativos, dado que no son directamente comparables.

<sup>7</sup> Tasa de regreso al trabajo (%): proporción de empleados que retomaron sus funciones tras finalizar el permiso parental, sobre el total de empleados que hicieron uso del permiso parental durante el período reportado.

<sup>8</sup> Tasa de retención (%): proporción de empleados que continuaban activos 12 meses después de su reincorporación al trabajo, sobre el total de empleados que se reincorporaron tras finalizar el permiso parental

## Beneficios y derechos laborales

De manera complementaria, ofrecemos una propuesta integral de beneficios orientada al bienestar de los empleados y sus familias. Tanto empleados a tiempo completo como empleados temporales disponen de seguro de vida, asistencia de salud, cobertura por incapacidad y permiso parental.

### Libertad sindical

Tenemos un compromiso explícito con el respeto a la libertad sindical y la negociación colectiva, principios establecidos en el Meli Code y promovidos tanto internamente como entre nuestros proveedores. La organización impulsa el diálogo mediante instancias formales con representantes de los trabajadores, canales de participación, acceso transparente a información, capacitación y mecanismos de resolución de conflictos, siempre en conformidad con la legislación local y bajo un enfoque de buena fe.

Para los empleados no cubiertos por convenios colectivos, o fuera de convenio, las condiciones laborales se definen conforme a la normativa local, políticas internas y referencias de mercado.

En Mercado Libre seguimos:

- ✓ La Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU.
- ✓ Los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.
- ✓ La Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

### Empleados representados en los acuerdos de negociación colectiva

País	2024	2025
Argentina <sup>9</sup>	30%	41%
Brasil	100%	100%
Chile <sup>10</sup>	0%	17%
Colombia / Perú / Ecuador / Venezuela <sup>11</sup>	0%	0%
México	84%	80%
Uruguay	100%	100%

<sup>9</sup> Argentina: el porcentaje publicado en 2024 (20,21%) no consideraba la incorporación de Representantes en Shipping en MELI Log S.R.L. Por ello, el indicador fue ajustado al 30% en la presente publicación.

<sup>10</sup> Chile: empezó a tener convenio colectivo de trabajo en diciembre del 2024.

<sup>11</sup> En COL, PER, VEN y ECU nuestras operaciones no tienen convenios colectivos de trabajo.



**CAPITAL SOCIAL**

# Impacto social

- » Entregando lo mejor de América Latina 68
- » Apoyo al desarrollo local 70
- » La tecnología al servicio de la inclusión financiera 72
- » Acción en las comunidades donde operamos 77

# Entregando lo mejor de América Latina

En 2025, en colaboración con Euromonitor International, medimos el impacto socioeconómico de nuestro ecosistema en nuestros tres principales mercados: Argentina, Brasil y México. Los resultados se presentan en los informes [Lo mejor de Argentina](#), [Lo mejor de Brasil](#) y [Lo mejor de México](#), que capturan la esencia de nuestra trayectoria y muestran cómo miles de pequeñas y medianas empresas prosperan junto con Mercado Libre, generando empleo, ingresos y desarrollo local.

Estos resultados reflejan la base sobre la que construimos nuestro negocio: democratizar el acceso al comercio y a los servicios financieros, promoviendo la inclusión. Nuestro ecosistema busca potenciar este propósito al crear las condiciones para que pymes y emprendedores puedan competir en igualdad de condiciones con las grandes empresas y encuentren en la digitalización un camino concreto hacia el crecimiento.

Creamos soluciones que se adaptan a las necesidades de las personas, desde la emprendedora que accede por primera vez a un crédito hasta una cooperativa en la Amazonía que encuentra en nuestro marketplace un canal de ventas que combina visibilidad, tráfico, logística, financiamiento y marketing en un solo lugar. Hoy, más de 9,5 millones de emprendedores y pymes operan en

este ecosistema y, para más de la mitad de los que venden a través del e-commerce, las ventas realizadas en la plataforma representan su principal fuente de ingresos. En conjunto, estas empresas generaron más de 150.000 empleos directamente vinculados a su actividad en Mercado Libre durante 2024.

Para millones de personas y pequeños negocios, Mercado Pago fue la puerta de entrada al sistema financiero, al ofrecer medios de pago, cuenta digital, crédito y herramientas que apoyan la gestión del dinero. Entre las pymes que operan en nuestro ecosistema, más del 60% afirma que Mercado Pago representó su primer acceso al crédito y se ha convertido en su principal medio de cobro. Más de la mitad afirma que sus ventas aumentaron tras adoptar nuestros pagos digitales.

Además de promover la inclusión, fomentamos la educación financiera de nuestros usuarios, de microemprendedores, jóvenes y otros segmentos históricamente desatendidos. De esta manera, actuamos ante algunos de los principales desafíos estructurales de América Latina: las dificultades para emprender, la complejidad logística y la baja inclusión financiera. En ellos vimos la oportunidad de atender a millones de personas y contribuir, cada vez más, a la formalización de la economía y al desarrollo de la región.

## El impacto socioeconómico de nuestro ecosistema<sup>12</sup>

### Promedio regional<sup>13</sup>

**+ 150.000** empleos generados directamente vinculados a la actividad de emprendedores y pymes en Mercado Libre

El **54,7%** de los emprendedores y pymes tienen a Mercado Libre como principal fuente de ingresos

El **63,1%** tuvieron su primer crédito con Mercado Pago

El **59,8%** tienen a Mercado Pago como principal fuente de financiamiento, el 63,8% como principal medio de cobro, y el 56,5% registraron un aumento en sus ventas al incorporarlo a sus negocios

<sup>12</sup> Datos recopilados durante 2024: el estudio utilizó una metodología mixta que combinó más de 7.700 encuestas a minipymes y emprendedores en cada país, análisis de datos internos de la compañía, entrevistas cualitativas con actores clave de la cadena logística y fuentes secundarias. Los datos consolidados representan promedios ponderados, tomando el peso diferencial de cada país en el total de emprendedores y pymes (Brasil: 61%, Argentina: 28%, México: 11%).

<sup>13</sup> Dado que se trata de una base de datos dinámica, se incorporaron los reportes de sitios que enviaron información después del periodo analizado. Asimismo, se eliminaron las estimaciones previamente utilizadas y se incluyó el reporte presentado posteriormente por el primer sitio en Estados Unidos.

## Nuestra red logística como motor de desarrollo

Nuestro impacto no se limita únicamente a los vendedores de nuestro marketplace: se extiende a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo el servicio de envíos que hace posible cada operación. La red logística de Mercado Libre se ha consolidado como un importante motor de generación de empleo y desarrollo en Latinoamérica, con miles de pymes que crecen junto con nosotros al formar parte de esta red, ya sea realizando el transporte de última milla o sumándose como punto de entrega y retiro para vendedores y compradores.

### Meli Places

Hoy, contamos con una red de establecimientos en los países donde operamos que funcionan como puntos de retiro y entrega. Desde kioscos hasta almacenes, cada uno se convierte en un centro de encuentro que acerca el e-commerce a la vida cotidiana e impulsa la actividad económica local. Así, además de ofrecer una logística más ágil y eficiente, fortalecemos a pequeños negocios que ganan visibilidad y competitividad en su comunidad.

# Apoyo al desarrollo local

Buscamos ampliar las oportunidades económicas y la inclusión de pequeñas y medianas empresas, emprendedores y segmentos históricamente desatendidos, fortaleciendo sus capacidades financieras, comerciales y digitales, y reduciendo barreras de acceso vinculadas a factores geográficos, educativos y tecnológicos.

En articulación con organizaciones locales y aliados estratégicos, desarrollamos programas adaptados a las realidades y oportunidades de cada país, promoviendo tanto la inclusión económica como la valorización de los recursos y saberes locales, el aprendizaje en comunidad, el intercambio de experiencias y la construcción de redes.

## Biomás a un Click: impulsando la bioeconomía

Desde 2019, desarrollamos Biomás a un Click, un programa pionero en el apoyo a emprendimientos de la sociobioeconomía en Brasil. Presente en cuatro biomas del país, la iniciativa conecta comunidades y emprendedores con nuevos mercados digitales, fortaleciendo la bioeconomía y promoviendo la inclusión, la generación de ingresos y el desarrollo sustentable.

Por medio de la iniciativa, cosméticos, artesanías y alimentos, entre otros productos, hoy llegan a los hogares de consumidores en grandes centros urbanos en hasta 48 horas. Además de contar con un espacio dedicado dentro del marketplace, los emprendimientos participantes acceden a redes de networking y reciben capacitación en inteligencia comercial, apoyo logístico, consultoría en branding, beneficios comerciales y mayor visibilidad para sus productos. El 50% de los participantes nunca había vendido en un marketplace y el 30% en canales en línea.



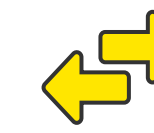
## Impactos de Biomás a un Click



**+ 2.114** productos procedentes de la biodiversidad brasileña disponibles.



**+ 68.695** productos vendidos en 2025 **(+183.000 desde 2019)**.



**+ USD 2 millones** en volumen de transacciones en 2025 **(+USD 6 millones desde 2019)**.



**+55.000** productores impactados.

## Impulsando la sociobioeconomía durante la COP 30

En alianza con la Asociación de Negocios de la Sociobioeconomía de la Amazonía (Assobio), el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae) y el Gobierno de Pará, Mercado Libre promovió durante la COP 30, en Belém, las iniciativas *Vitrina de la Bioeconomía* y *Tiendas Brasil Biomarket*, que dieron visibilidad a productos de negocios apoyados por el programa Biomás a un Clic. La participación incluyó, además de las vitrinas, la realización de paneles temáticos y el apoyo logístico a más de 20 emprendedores, ampliando su participación y su conexión con el público del evento.

## CLIC, el impulso de lo nuestro

Con “CLIC, el impulso de lo nuestro”, un programa que inició en México en 2025, reforzamos nuestro compromiso con impulsar lo local y con el desarrollo de emprendedores, cooperativas y pequeñas empresas que forman parte de las economías regionales. A través de esta iniciativa promovemos la digitalización, el acceso al comercio electrónico y la conexión con nuevos mercados, acompañando a productores y negocios locales para que puedan crecer y ampliar su impacto.

En alianza con FIBO Social Impact, el programa incluye un diagnóstico gratuito que permite a los participantes identificar fortalezas y oportunidades de mejora para implementar con éxito la digitalización de su negocio. Además, brinda capacitación personalizada y herramientas prácticas para que más productores locales fortalezcan sus proyectos y amplíen su conexión con consumidores en todo el país, acortando brechas geográficas.

También nos sumamos al Acuerdo Voluntario para el Aumento de Productos Hechos en México, una iniciativa del Gobierno Federal creada para fortalecer el mercado interno y el desarrollo económico del país. Por medio de este programa apoyamos a emprendedores en su digitalización, formalización y acceso a nuevos mercados.

### Impactos de CLIC



**+1.400**  
inscriptos a  
nivel nacional.



**+80%** opina que  
los contenidos de la  
formación CLIC les  
han resultado útiles  
para su negocio.

### Consumo online con impacto positivo

Nuestra sección de Productos Sustentables, creada en 2019, busca ampliar la oferta mediante una selección curada de productos con impacto social y ambiental positivo. Además de brindar visibilidad y apoyo a marcas y emprendimientos responsables, la iniciativa apunta a consolidarse como la principal opción de compra de productos sustentables en América Latina, con presencia permanente en seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.

Para ampliar la oferta, establecemos alianzas con emprendedores y organizaciones especializadas, brindamos asesoría a las marcas y promovemos campañas de visibilidad y sensibilización. Además, contamos con un canal abierto para que los consumidores nos envíen sugerencias sobre artículos que les gustaría encontrar o vender en la plataforma.

# La tecnología al servicio de la inclusión financiera

En 2025, continuamos ampliando el acceso a herramientas financieras clave, con foco en crédito y generación de rendimientos. La cartera crediticia se cuadruplicó en los últimos tres años y el volumen de créditos otorgados alcanzó los USD 38,8 mil millones, consolidándose como un motor central de inclusión. En este contexto, lanzamos en Argentina una tarjeta de crédito física y virtual, integrando financiamiento a la experiencia de pagos y comercio, y que se suma a las ya lanzadas en Brasil y México.

Durante el año, continuamos incorporando soluciones que amplían el acceso y reducen barreras en la vida cotidiana. Sumamos un asistente basado en inteligencia artificial para facilitar la gestión financiera en todos los mercados (más información en la pág. xx), comenzamos a ofrecer asistencia médica digital y fortalecimos las herramientas para vendedores con soluciones que integran ventas, inventario y gestión financiera en Brasil y México.

## Cómo facilitamos las transacciones



### PAGOS Y COBROS

**Transferencias financieras** fáciles y accesibles.

**Cobros:** dispositivo de cobranza con tarjeta de crédito, débito o QR para pequeños comercios; QR, links de pago e integraciones online.

**Tarjetas sin costos** de emisión ni mantenimiento.

**Transferencias,** pagos en la aplicación.



### CRÉDITOS

**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.



### AHORRO E INVERSIÓN

**Invertir y obtener rendimientos,** con bajo riesgo y disposición del dinero cuando lo necesiten, con la garantía de un fondo común de inversión administrado y custodiado por compañías del sistema financiero.

**Compra y venta de criptomonedas,** disponible en Brasil, México y Chile.

**Herramienta Reservas** para separar montos de dinero con un objetivo predeterminado.



### SEGUROS

**Seguros de accidentes personales y de vida** que ofrecen protección a personas nunca antes alcanzadas por este tipo de coberturas.

**Telemedicina:** atención médica virtual las 24 horas, todos los días para los asegurados, con acceso ágil a orientación profesional y acompañamiento continuo para sus necesidades de salud.

## Fortaleciendo las capacidades financieras

En Mercado Pago, diseñamos programas que combinan la educación financiera y digital para acompañar tanto a emprendedores como a usuarios en su vida cotidiana. Nuestras iniciativas responden a necesidades concretas: por un lado, impulsamos el crecimiento de pequeños negocios a través de formación, herramientas prácticas y mentoría; por otro, acercamos a los usuarios —especialmente a los más jóvenes— conceptos financieros clave para que puedan administrar su dinero, al mismo tiempo que promovemos un uso responsable y seguro de las soluciones digitales. De esta manera, contribuimos a ampliar el acceso a herramientas y conocimientos que favorecen una mejor gestión financiera.

### Argentina

#### Cuenta para jóvenes

Creemos que el acceso temprano a herramientas financieras debe ir acompañado de entornos seguros y mecanismos de prevención que protejan a los usuarios más jóvenes. Por eso, diseñamos nuestras soluciones con foco en el control, la supervisión y el uso responsable.

En Argentina, más de 2,5 millones de jóvenes entre 13 y 17 años tienen una cuenta digital en Mercado Pago, quienes pueden cargar dinero, pagar con código QR y obtener una tarjeta prepaga, además de generar rendimientos a través de un Fondo Común de Inversión. La apertura de estas cuentas requiere la autorización de padres o tutores, quienes tienen acceso a herramientas de control parental que les permiten monitorear consumos en tiempo real, configurar alertas y pausar la cuenta cuando lo consideren necesario, así como recibir un resumen mensual de las transacciones.

Al mismo tiempo, reforzamos nuestros estándares de prevención para evitar usos indebidos. Exigimos a las plataformas de juego que operan con Mercado Pago la validación de identidad en sus procesos, para impedir el acceso de menores, y aplicamos filtros automáticos que rechazan pagos y transferencias hacia este tipo de plataformas.





## Educación financiera con aprendizaje práctico

Más de 8.000 jóvenes argentinos de 13 a 18 años participaron en la segunda edición de las Olimpiadas de Educación Financiera organizadas por Mercado Pago y Junior Achievement. En total, 309 escuelas de las 24 provincias del país se sumaron a la edición de 2025 para aprender sobre finanzas personales, seguridad digital y uso responsable del dinero.

Los estudiantes presentaron soluciones innovadoras para abordar problemas reales: desde campañas para prevenir estafas digitales y juegos de concientización sobre riesgos online, hasta una app educativa para planificar gastos, ahorrar e invertir. Los equipos ganadores recibieron tablets como herramienta de estudio. Además, cada escuela fue premiada con 20 computadoras para equipar sus aulas.

 **+8.000** participantes  
▲ (+100% vs. 2024).

 **+300** escuelas  
▲ (+60% vs. 2024, 100% federal).

 **El 80%** siente que lo aprendido les servirá en su futuro.

 **El 90%** incorporó conceptos clave de finanzas.






Brasil


## Programa “Ganhaê”

“Ganhaê” es el *hub* de educación financiera de Mercado Pago en Brasil que ofrece jornadas de aprendizaje diseñadas para públicos y territorios específicos, como mujeres emprendedoras, vendedores ambulantes, artesanos y emprendedores de centros turísticos como Belém, que en 2025 acogió la COP 30. Las capacitaciones combinan formación en educación financiera, gestión, digitalización y mentoría.

 **6.517** personas alcanzadas.

 **1.723** personas certificadas.

 **+200** acelerados (NPS: 100).

 **El 100%** de los emprendedores mejoró la gestión de su negocio.



## Avances en educación financiera en Brasil

En Brasil, en línea con la agenda regulatoria del Banco Central do Brasil (BACEN), creamos un Comité de Educación Financiera responsable de acompañar la implementación y el reporte de las acciones recomendadas por la autoridad, así como de supervisar el cumplimiento de nuestra Política de Educación Financiera, creada de conformidad con la Resolución Conjunta n.º 8 de 21/12/2023.

Durante 2025, consolidamos esta agenda mediante iniciativas dirigidas a públicos estratégicos. A nivel interno, desarrollamos un curso de educación financiera para colaboradores, enfocado en capacitación, certificación y cumplimiento normativo, que alcanzó a 1.468 participantes y resultó en la emisión de 396 certificaciones. El liderazgo de la compañía también recibió formación específica sobre la Política de Educación Financiera.

Otro avance significativo fue la revisión de toda la estrategia de comunicación con los usuarios de Mercado Pago, con el objetivo de garantizar que reciban información clara sobre los productos y puedan tomar decisiones informadas. La iniciativa abarcó la revisión del recorrido del usuario en 19 productos, la capacitación y actualización de las orientaciones de los equipos de atención, y la inclusión de consejos y mensajes de educación financiera en los productos de crédito. También reforzamos el entrenamiento del asistente de atención mediante IA, disponible en la aplicación de Mercado Pago, para que interactúe con los usuarios con una intencionalidad educativa.

Para el público externo, pusimos a disposición contenidos de educación financiera en el [Blog de Mercado Pago](#) y promovimos acciones de capacitación para 86 periodistas en alianza con instituciones de referencia, con el objetivo de fortalecer la calidad del debate público sobre finanzas personales e inclusión financiera.



## Emprende

Desde 2022 trabajamos en colaboración con la organización Pro Mujer en el desarrollo de programas de apoyo a emprendedoras en América Latina. A través de esta iniciativa, ofrecemos capacitación gratuita en habilidades financieras y de gestión, y facilitamos el acceso a la formación, creando una red de apoyo entre especialistas y emprendedoras de la región.

La edición 2025 del programa Emprende en México fortaleció las capacidades digitales y financieras de más de 400 emprendedoras. Las participantes del Estado de México, Jalisco y Nuevo León accedieron a formación en gestión de negocios, mentorías personalizadas y la posibilidad de obtener un capital semilla ofrecido por Mercado Pago.

En los últimos dos años, más de 5.400 mujeres en América Latina han participado del programa, siendo 1.500 sólo en México. Los resultados reflejan el impacto de la iniciativa: 65% de las emprendedoras incrementó sus ventas, 53% mejoró el manejo de sus gastos, 96% adoptó hábitos de ahorro y 93% desarrolló nuevas habilidades de liderazgo.



**1.500** mujeres capacitadas en México en los últimos dos años.



**3** alianzas en ejecución (Jalisco, Nuevo León, Cuautitlán).



**1.300** personas han participado en Emprende Digital en 2025 **(+20 % interanual)**.



**50** mujeres emprendedoras con financiamiento inicial.



# Acción en las comunidades donde operamos

Mediante alianzas con organizaciones sociales, donaciones y acciones directas en territorio, impulsamos proyectos orientados a atender necesidades sociales concretas y a fortalecer capacidades locales. De esta manera, buscamos contribuir al desarrollo de las comunidades donde operamos, fortaleciendo los entornos vinculados a nuestras operaciones y promoviendo iniciativas que dinamizan el desarrollo socioeconómico local.

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 al destinarlos a organizaciones del tercer sector u ONG.

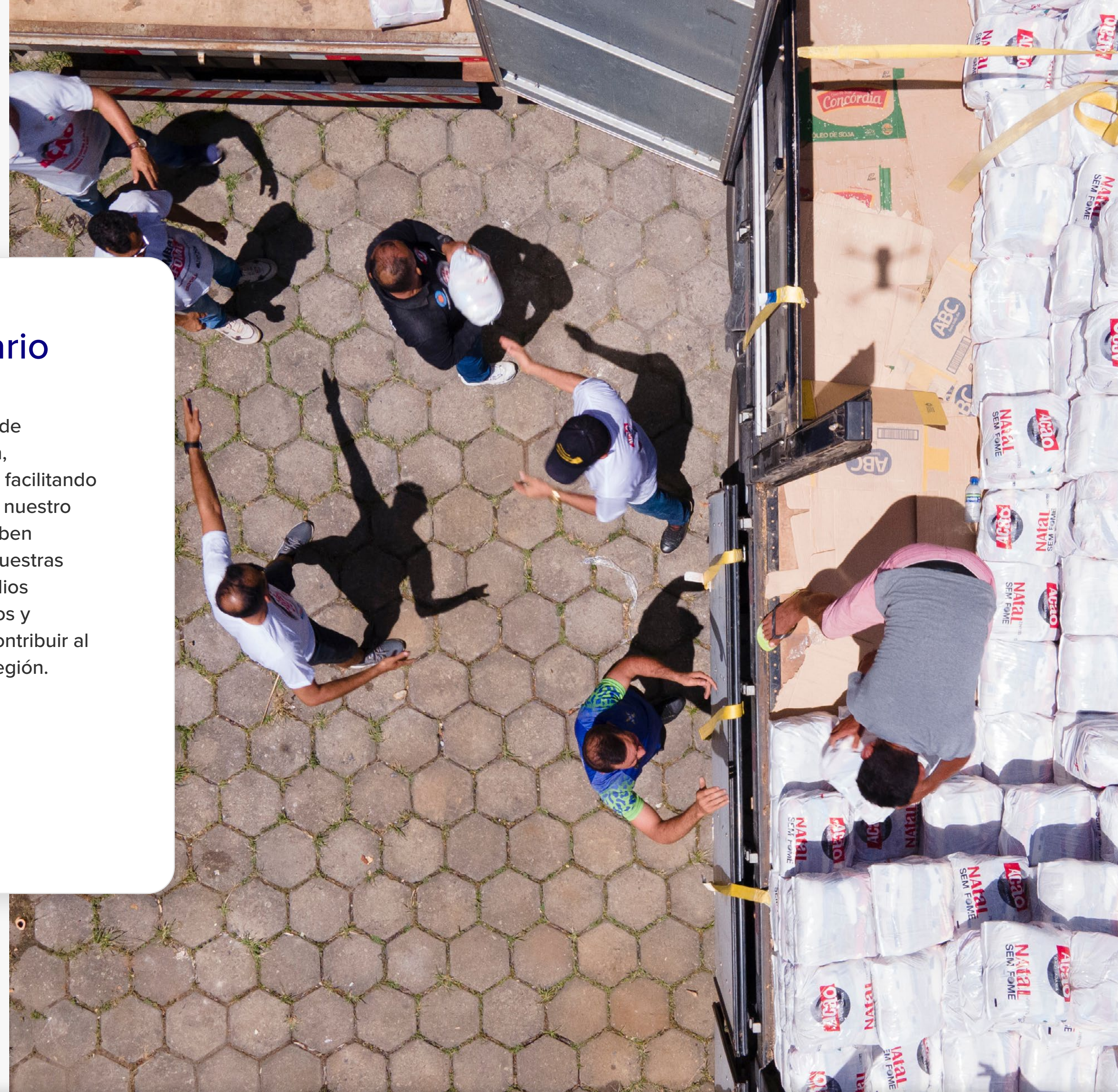
Durante el ejercicio 2025, se donó un total de USD 33.590.495 (USD 37.868.261,45 en 2024). Este monto se compone de donaciones en efectivo (1.532.450 USD) y de donaciones de bienes en rezago, es decir, artículos que, por distintos motivos, quedaron sin destino en los centros de distribución y depósitos de los transportistas de Mercado Libre (32.058.045 USD).

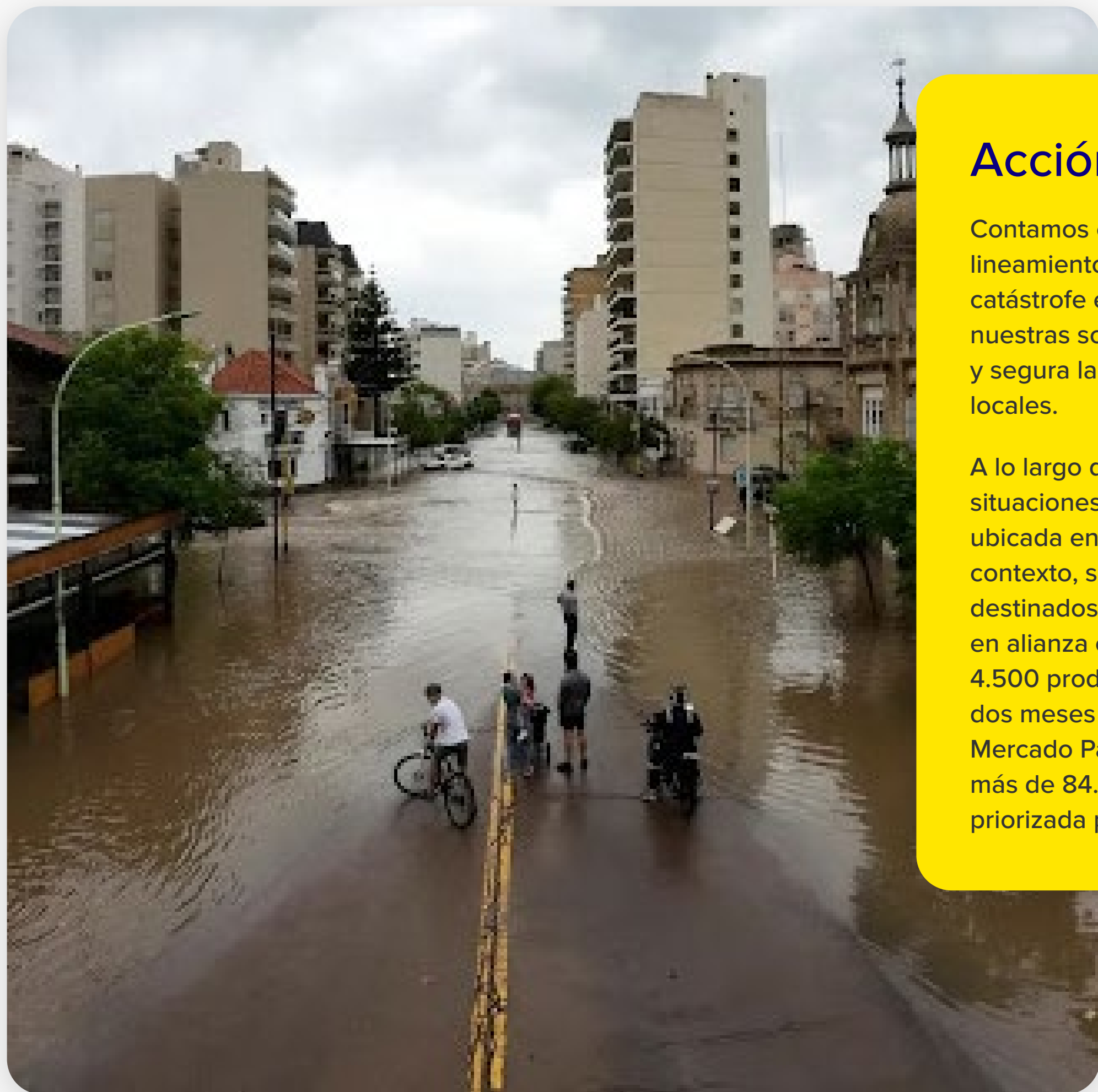
## Mercado Libre Solidario

A través del programa Mercado Libre Solidario, apoyamos la inclusión digital de las organizaciones sociales de la región, conectándolas con miles de personas y facilitando la recaudación de fondos por medio de nuestro ecosistema. Las ONG participantes reciben capacitación y beneficios para utilizar nuestras soluciones de gestión de recursos, medios de pago y comercialización de productos y servicios. De esta manera, buscamos contribuir al fortalecimiento del tercer sector en la región.



**5.193** organizaciones adheridas al programa.





## Acción ante emergencias

Contamos con un Protocolo de Emergencias que establece lineamientos y acciones ante situaciones de crisis o estados de catástrofe en los países donde operamos, poniendo a disposición nuestras soluciones fintech para canalizar de manera rápida y segura las donaciones de la sociedad a las organizaciones locales.

A lo largo de 2025, este protocolo se activó en diversas situaciones, entre ellas las inundaciones en Bahía Blanca, ciudad ubicada en el suroeste de la provincia de Buenos Aires. En este contexto, se recaudaron USD 420.000 a través del botón Donar, destinados a la recuperación de hospitales y viviendas. Además, en alianza con vendedores estratégicos, se donaron más de 4.500 productos esenciales; se bonificaron comisiones durante dos meses para acompañar a comercios locales que operan con Mercado Pago y vendedores de Mercado Libre; y se realizaron más de 84.000 envíos gratuitos hacia la ciudad, con logística priorizada para artículos esenciales.

## Inversión sociocultural en Brasil

En 2025 se destinaron cerca de USD 11,7 millones por medio de incentivos fiscales a 87 iniciativas de cultura, deporte, salud, asistencia social y reciclaje. La selección se realizó mediante convocatorias públicas, garantizando transparencia en el proceso. Se priorizaron los estados donde se ubican nuestros centros de distribución –São Paulo, Bahía, Santa Catarina, Pernambuco, Río de Janeiro y el Distrito Federal–, logrando, al mismo tiempo, un alcance en todo el país y la democratización del acceso a los recursos.

Organizada en dos ejes — empoderamiento económico y calidad de vida —, la convocatoria incorporó como novedad la Ley de Incentivos al Reciclaje, lo que nos permitió integrar iniciativas que promueven la economía circular, la gestión adecuada de residuos y la valorización del trabajo de las cooperativas, conectando la protección ambiental, la inclusión productiva y el desarrollo local.



## CAPITAL NATURAL

# Ambiente

» Entregar más, gestionando nuestro impacto	80	» <i>Packaging</i>	86
» Nuestra huella de carbono	82	» Gestión de residuos y circularidad	87
» Movilidad sustentable	85	» Operaciones sustentables	91
		» Consumo de agua	94



# Entregar más, gestionando nuestro impacto

A medida que ampliamos nuestra escala, también aumenta la responsabilidad frente a los impactos ambientales asociados a nuestras actividades. Utilizamos la tecnología, los datos y la capacidad de nuestro ecosistema para mejorar la eficiencia operativa, desarrollar soluciones que reduzcan las emisiones de la operación y mitigar los riesgos climáticos, fortaleciendo la resiliencia de la empresa.


En 2025, revisamos nuestra estrategia de actuación y continuamos avanzando en la gestión de los impactos ambientales a lo largo de toda la cadena de valor, siempre centrándonos en las áreas en las que nuestra actuación es más relevante y donde el potencial de escala es mayor. Dado el crecimiento sostenido de la operación y la expansión de nuestra red logística, las principales variaciones observadas en los indicadores ambientales de 2025 respecto de 2024 reflejan el aumento de la escala operativa durante el período.

# Nuestra estrategia ambiental

Estructuramos nuestra estrategia ambiental en cuatro frentes complementarios: **movilidad sustentable, circularidad de materiales, *packaging* y operaciones sustentables.**

## Movilidad sustentable

Para gestionar la intensidad de emisiones asociada a nuestras entregas, implementamos un conjunto de acciones que combinan el uso de tecnología para optimizar rutas, la incorporación progresiva de vehículos de menores emisiones y el desarrollo de soluciones logísticas innovadoras.

 **2,3 M** de rutas recorridas por vehículos de bajas emisiones en operación.


## Circularidad de materiales

Orientamos nuestras acciones para reducir el envío de residuos a los vertederos y ampliar el uso de insumos reciclables y reciclados.

 **+90,7%** de los productos devueltos recuperados.

## Packaging

Optimizamos insumos y evitamos desperdicios adoptando soluciones innovadoras y escalables, como la automatización del proceso de empaque y la incorporación de bolsas reutilizables.

 El **21,4%** de envíos bajo el programa SIOC (sin embalaje adicional).

## Operaciones sustentables

Avanzamos en eficiencia energética e hídrica, en la ampliación del uso de fuentes renovables y en la gestión de los riesgos socioambientales y climáticos, mediante la reducción de emisiones en los centros de distribución y en la cadena de valor, con énfasis en la precisión y calidad de los datos; la inclusión de los riesgos socioambientales y climáticos en las matrices de riesgo corporativas; el monitoreo sistemático del consumo de energía y agua; y la incorporación de sistemas de ahorro de agua en nuevos proyectos.

 El **51%** de operaciones abastecidas con energía renovable.

# Gestión de riesgos socioambientales y climáticos

La evaluación de los riesgos sociales, ambientales y climáticos se integra en el proceso de gestión de riesgos empresariales (Enterprise Risk Management) de la compañía. Este enfoque permite incorporarlos en la planificación del negocio y en la toma de decisiones junto con otros riesgos estratégicos, operativos y financieros.

La identificación y evaluación de estos riesgos involucra a las áreas de negocio y a los equipos de gestión de riesgos y compliance. Los riesgos socioambientales y climáticos se registran en las matrices de riesgo corporativas considerando su naturaleza, probabilidad e impacto.

Los riesgos climáticos físicos y de transición se analizan en distintos horizontes temporales, en línea con las recomendaciones del TCFD, e incluyen análisis de escenarios para 2030, 2040 y 2050 basados en referencias científicas del Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC). Estos análisis también se consideran en la planificación de nuevos centros de distribución para fortalecer la resiliencia de las operaciones.

Desde 2020, Mercado Libre responde al cuestionario de cambio climático del Carbon Disclosure Project (CDP). En 2025, la compañía obtuvo una calificación B (vs. B- en el año anterior) y por primera vez obtuvo una calificación A- en el CDP Supplier Engagement Assessment, un reconocimiento que refleja su liderazgo en el involucramiento de proveedores para gestionar riesgos climáticos y promover acciones de reducción a lo largo de la cadena de valor. Más información en el [sitio web de CDP](#).

Para atender a la agenda regulatoria del Banco Central de Brasil (BACEN), nuestra operación brasileña de Mercado Pago también cuenta con una Política de Responsabilidad Social, Ambiental y Climática que establece, entre otras prácticas, la gestión de riesgos sociales, ambientales y climáticos (RSAC) asociados a la cartera de crédito y a la contratación de terceros. El monitoreo incluye, por ejemplo, la verificación de registros de delitos ambientales y de la participación en trabajo esclavo o infantil. Más información en el [Informe Anual de Riesgos y Oportunidades Sociales, Ambientales y Climáticas](#).

# Nuestra huella de carbono

En 2025, dimos pasos importantes para mejorar la gestión de las emisiones, con especial énfasis en la precisión y calidad de los datos. Además de comprender mejor nuestro impacto para priorizar planes y acciones, estas medidas nos ayudan a reforzar la credibilidad de la información comunicada y a orientar medidas de reducción más eficaces. Nuestro enfoque se centra en mejorar continuamente la eficiencia energética y operativa de nuestras actividades, así como en incrementar el uso de energía proveniente de fuentes renovables. Entre las iniciativas implementadas para reducir la intensidad de emisiones de nuestros procesos se encuentran la optimización de rutas logísticas mediante tecnología, la incorporación progresiva de vehículos de bajas emisiones, la ampliación del uso de energías renovables en nuestras operaciones, la optimización de empaques para reducir materiales y mejorar la eficiencia del transporte, y el fortalecimiento de programas de logística inversa y economía circular. Dado el crecimiento sostenido de nuestras operaciones y la expansión de nuestra red logística, actualmente no contamos con objetivos de reducción absoluta de emisiones. En cambio, trabajamos en la definición de objetivos relativos que nos permitan reducir la intensidad de emisiones de nuestros procesos y acompañar el crecimiento del negocio con una gestión cada vez más eficiente de nuestros impactos ambientales.

Medimos nuestra huella de carbono en los tres Alcances utilizando normas, metodologías y directrices reconocidas internacionalmente, como el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol), incluido su Value Chain Standard para el Alcance 3, el Marco GLEC para emisiones de transporte y logística, además de factores de emisión y referencias técnicas del DEFRA (Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales del Reino Unido), la Agencia Internacional de la Energía (AIE) y el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC). Mejoramos continuamente la precisión de los cálculos para que reflejen, de forma cada vez más fiel, la realidad y la complejidad de nuestros negocios.

La medición de las emisiones de Alcance 3 es fundamental para nuestra gestión climática, ya que es en este Alcance donde se concentra la mayor parte de la huella de carbono de la empresa. Esto se debe principalmente al hecho de que la flota responsable del envío de mercancías es operada en su mayor parte por empresas asociadas. Para garantizar el compromiso de estos proveedores, trabajamos juntos en la ampliación de la medición y el reporte de las emisiones asociadas a nuestras operaciones y en la adopción de soluciones de transporte con bajas emisiones.

Además del transporte, el cálculo del Alcance 3 también incorpora los impactos relacionados con los productos comercializados. Desde 2019, desarrollamos una base de datos sobre la huella de carbono de los productos de venta propia, que abarca diversas categorías, especialmente electrónicos de consumo. Esta base integra múltiples fuentes de información, incluidos los datos publicados por los fabricantes, lo que contribuye a la mejora continua de las estimaciones.

La incorporación de información específica por Unidad de Mantenimiento de Inventario (SKU, por sus siglas en inglés) de más de 14.700 productos permite ampliar el alcance y la granularidad de los datos considerados en este componente del Alcance 3.

# Inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI)

Alcance 1 (2025)	Unidad	Cantidad	Factor emisión	Emisiones TnCO <sub>2</sub> e
Gases Fugitivos	R-410 (kg)	316	1,924 TCO <sub>2</sub> e/kg	608
Gases Fugitivos	R-134 (kg) <sup>14</sup>	104	1,120 TCO <sub>2</sub> e/kg	116
Gases Fugitivos	R-22 (kg)	15	1,760 TCO <sub>2</sub> e/kg	26
<b>Total de Gases Fugitivos</b>				<b>750</b>
Estacionarias	Diesel (L)	651.990	<sup>15</sup>	1.729
Móviles <sup>16</sup>	Combustible (L)	13.890.974	<sup>13</sup>	25.571,96

Alcance 1 (2024) (reportado)	Unidad	Cantidad	Factor emisión	Emisiones TnCO <sub>2</sub> e
Gases Fugitivos	R-410 (kg)	17	1,725 kgco <sub>2</sub> e/l	29,4
Estacionarias <sup>17</sup>	Diesel (L)	834.338	2,61 kgco <sub>2</sub> e/l	2.177,62

<sup>14</sup> En el 2025 se reportó consumo del gas por primera vez.

<sup>15</sup> Para el cálculo de las emisiones de combustión estacionaria y combustión móvil se utilizaron los factores de emisión del reporte DEFRA – UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (edición 2025), ajustados según el porcentaje de corte de biocombustible vigente en cada país de operación. Este criterio refleja con mayor precisión la composición real del combustible consumido en cada país.

<sup>16</sup> El dato de consumo de combustible de combustión móvil y emisiones se está reportando por primera vez en 2025 y no existen datos comparativos de años anteriores, corresponden al beneficio corporativo de combustible para los colaboradores.

<sup>17</sup> La variación se debe al cambio de asignación de emisiones para Brasil. Hasta 2024 tomamos el 16% de las operaciones y para este 2025 se han podido obtener datos reales de las operaciones de las entidades de Brasil incluidas en el EINF.

Alcance 1 (2024) (recálculo)	Unidad	Cantidad	Factor emisión	Emisiones TnCO <sub>2</sub> e
Gases Fugitivos	R-410 (kg)	17	1,725 kgco <sub>2</sub> e/l	29,4
Estacionarias <sup>15</sup>	Diesel (L)	677.073	2,61 kgco <sub>2</sub> e/l	1.799

Emisiones indirectas de GEI - Alcance 2 y 3 <sup>18</sup>	2024 (reportado)	2024 (recálculo)	2025
<b>Alcance 2</b>			
Consumo (kWh)	98.673.656	83.783.793	127.365.979
Emisiones (TnCO <sub>2</sub> e) - Location-based	24.786	29.307	47.065
Emisiones (TnCO <sub>2</sub> e) - Market-based <sup>19</sup>	-	-	41.246
<b>Alcance 3</b>			
Consumo (kWh) <sup>20</sup>	400.800	144.543.432	206.072.476
Emisiones (TnCO <sub>2</sub> e)	2.490.060	1.538.473	2.172.531

<sup>18</sup> La variación se debe al cambio de asignación de emisiones para Brasil. Hasta 2024 tomamos el 16% de las operaciones y para 2025 se han podido obtener datos reales de las operaciones de las entidades de Brasil incluidas en el EINF.

<sup>19</sup> El dato market-based se está reportando por primera vez en 2025 y no existen datos comparativos en 2024.

<sup>20</sup> El consumo eléctrico de Alcance 3 corresponde a la energía utilizada en servidores en la nube, estimada a partir de las emisiones de CO<sub>2</sub> location-based reportadas por AWS para cada región de operación, aplicando los factores de emisión de la IEA (edición 2025).

# Informe metodológico

## Alcance

MELI Participaciones, S.L. no cuenta con actividad operativa en España, por lo que las emisiones de alcance 1 y 2 asociadas a dicha jurisdicción son iguales a 0.

## Emisiones móviles

Las emisiones de combustión móvil corresponden al consumo de combustible estimado del beneficio corporativo de combustible otorgado a los colaboradores. La estimación se realizó dividiendo el monto máximo mensual del beneficio entre el precio del litro de gasolina premium vigente en cada país durante el período reportado. Para el cálculo de las emisiones se utilizaron los factores de emisión del reporte DEFRA – UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (edición 2025), ajustados según el porcentaje de corte de biocombustible vigente en cada país.

## Factor de emisión (FE) - Alcance 1/ Gases Fugitivos

Las emisiones de gases refrigerantes se originan a partir de los compuestos utilizados en las operaciones de mantenimiento y recarga de los sistemas de aire acondicionado. Se utilizó el FE de IPCC 2006- Guidelines for National Greenhouse Gas, Inventories. Volume 3: Industrial Processes and Product, Use. Table 7.10; para 2025 este factor de emisión será actualizado al valor de UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting actualizado y HFC-134 en DEFRA 2025.

## Factor de emisión (FE) - Alcance 1/ Estacionarias

\* Para el cálculo de las emisiones de combustión estacionaria se utilizaron los factores de emisión del reporte DEFRA – UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (edición 2025), ajustados según el porcentaje de corte de biocombustible vigente en cada país de operación. Este criterio refleja con mayor precisión la composición real del combustible consumido en cada país.

## Consumo eléctrico (Alcance 2)

Las emisiones de Alcance 2 corresponden al consumo eléctrico de las operaciones. En cumplimiento con el GHG Protocol, se aplica el doble reporte (Location-based y Market-based) para reflejar de forma transparente la adquisición de energía renovable a través de Acuerdos de Compra de Energía (PPA). Los cálculos utilizan los factores de emisión de la Agencia Internacional de Energía (IEA, 2025).

Se reportan las emisiones Location based y Market based.

La diferencia entre la tasa de crecimiento del consumo eléctrico (51%) y la de sus emisiones asociadas Location-based (61%) radica en que una mayor proporción del consumo eléctrico se concentró en mercados cuyas redes eléctricas presentan factores de emisión más elevados, es decir, generan más emisiones de GEI por cada kWh consumido. Como resultado, el incremento de las emisiones fue superior al incremento del consumo de electricidad.

## Consumo eléctrico (Alcance 3)

El consumo eléctrico de Alcance 3 corresponde a la energía utilizada en servidores en la nube, estimada a partir de las emisiones de CO<sub>2</sub> location-based reportadas por AWS (Amazon Web Services) para cada región de operación, aplicando los factores de emisión de la IEA (edición 2025).

## Emisiones de la Cadena de Valor (Alcance 3)

Corresponden a los impactos indirectos consolidados bajo el estándar internacional GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard. Comprende las categorías operativas de: Bienes y servicios adquiridos, Bienes de capital, Actividades upstream de energía, Transporte y distribución, Residuos generados en operaciones, Viajes de negocios y Movilidad de colaboradores. La cuantificación metodológica se basa en la multiplicación de los datos de actividad interna de la organización (tales como toneladas-kilómetro transportadas, masa de materiales comprados, consumo de empaques o registros de presencialidad de la nómina) por factores de emisión e indicadores de intensidad de carbono validados globalmente (fuentes principales: DEFRA, EPA mediante el modelo WARM, Ecoinvent y LCA). Para fuentes específicas asociadas a la infraestructura en la nube y la gestión global de traslados aéreos, se integran de forma directa los reportes de emisiones primarias provistos formalmente por terceros proveedores (AWS, Google Workspace y CWT).

# Movilidad sustentable

Llevar nuestros productos a su destino final es una de las principales fuentes de emisiones de nuestras operaciones y, al mismo tiempo, una de las mayores oportunidades para ganar en eficiencia y competitividad. En 2025, revisamos la estrategia de movilidad basándonos en criterios como la viabilidad económica, el potencial de escala y el impacto ambiental, ampliando nuestro enfoque más allá de la electrificación de la flota. Esta revisión dio lugar a una perspectiva más amplia, que combina la eficiencia operativa, la innovación tecnológica y la adopción de alternativas de bajas emisiones en toda la cadena logística.

Gran parte de los avances logrados hasta ahora en materia de reducción provienen de soluciones para la optimización de rutas y el aprovechamiento del espacio en los vehículos, incluyendo empaques más flexibles que ocupan menos volumen de almacenamiento. La instalación de sistemas de telemetría en parte de la flota permite monitorear el consumo, las rutas y los hábitos de conducción, promoviendo prácticas más seguras, económicas y con menores emisiones.

Iniciativas como las Agencias Mercado Libre, que permiten recogidas en tiendas asociadas o entregas a pie, en bicicleta o en motocicleta, y prácticas operativas sencillas, como el mantenimiento preventivo, también contribuyen a reducir las emisiones en la última milla, además de optimizar los costos y mejorar la experiencia de compra.

Al mismo tiempo, seguimos avanzando en la diversificación de la matriz de combustibles, ampliando el uso de alternativas de bajas emisiones, como los vehículos eléctricos y los movidos a etanol, biometano y gas natural comprimido (GNC).

## Innovación en operaciones y movilidad

En los últimos años, hemos avanzado en la experimentación de soluciones de movilidad de bajas emisiones mediante proyectos piloto en condiciones reales de operación. Este enfoque nos permite generar aprendizajes prácticos, recopilar datos, comprender las barreras de implementación y ajustar nuestras hipótesis antes de decidir sobre la escalabilidad de las soluciones.

En 2025, avanzamos con la creación del Fast-Forward Lab, nuestro laboratorio interno de innovación en movilidad y operaciones para Mercado Libre. El laboratorio consolida la innovación como parte del negocio, creando un espacio permanente para probar, aprender y escalar nuevas tecnologías y soluciones operativas, identificar oportunidades de inversión y fortalecer la colaboración con startups, el mundo académico y otros agentes del ecosistema.

A lo largo del año, impulsamos estudios, análisis, visitas de campo y el mapeo de soluciones vinculadas a vehículos autónomos, drones y humanoides. También organizamos y participamos en agendas estratégicas en eventos como PROMAT (EE.UU.) y CEMAT (China), visitando empresas, startups y *hubs* tecnológicos reconocidos mundialmente en robótica, logística del futuro e inteligencia artificial.



# Packaging

Trabajamos para reducir el uso de insumos y aumentar la circularidad en nuestros sistemas de empaque. Para ello, priorizamos la incorporación de materiales reciclados y actuamos para que los empaques sean reciclables, reutilizables, biobasados o compostables. En el caso de los plásticos, nos centramos en la reducción del plástico virgen.

Integramos hasta un 50% de plástico reciclado en las bolsas utilizadas para envíos en Argentina y México, alcanzando un promedio del 18% de plástico reciclado en toda la región.

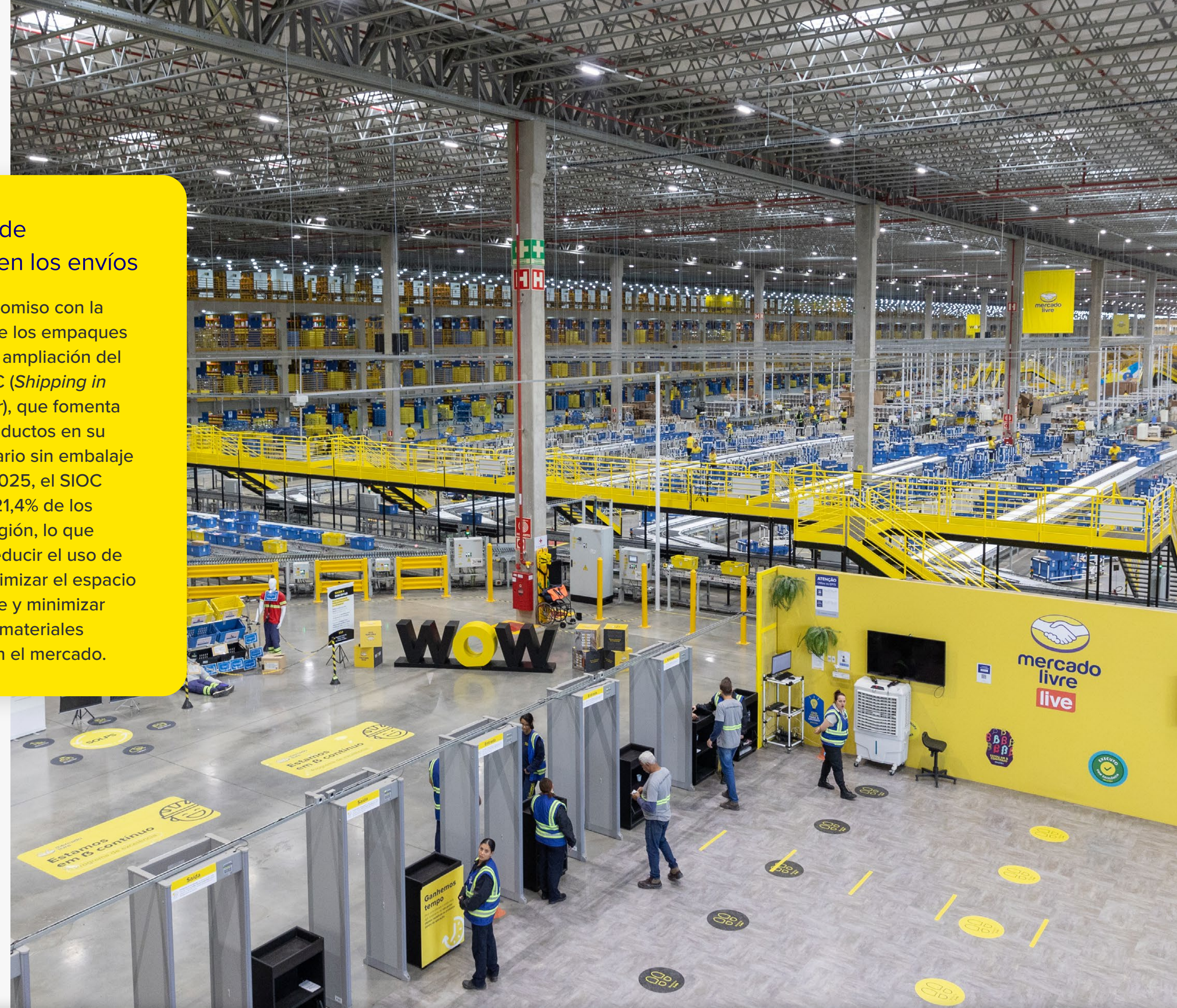
También sumamos en algunas categorías procesos automatizados de empaquetado que eliminan el uso de etiquetas, lo que reduce el consumo de insumos y facilita la reciclabilidad de los materiales.

Durante 2025, implementamos progresivamente una nueva solución de film stretch de alto desempeño, con un menor espesor, sin comprometer la resistencia, la fuerza de contención y la elasticidad. Esta solución, adoptada en Brasil, Argentina, Chile y Colombia, permitirá reducir el consumo de este material en 7 sitios logísticos.

Asimismo, avanzamos en la implementación de empaques reutilizables para determinadas categorías de productos. Esta iniciativa permite reducir hasta un 75% el peso del embalaje, optimizar el transporte al disminuir el espacio ocioso y promover la reutilización de los materiales. La iniciativa se implementó en Brasil y México, y actualmente se encuentra en proceso de despliegue en Argentina y Chile.

## Reducción de materiales en los envíos

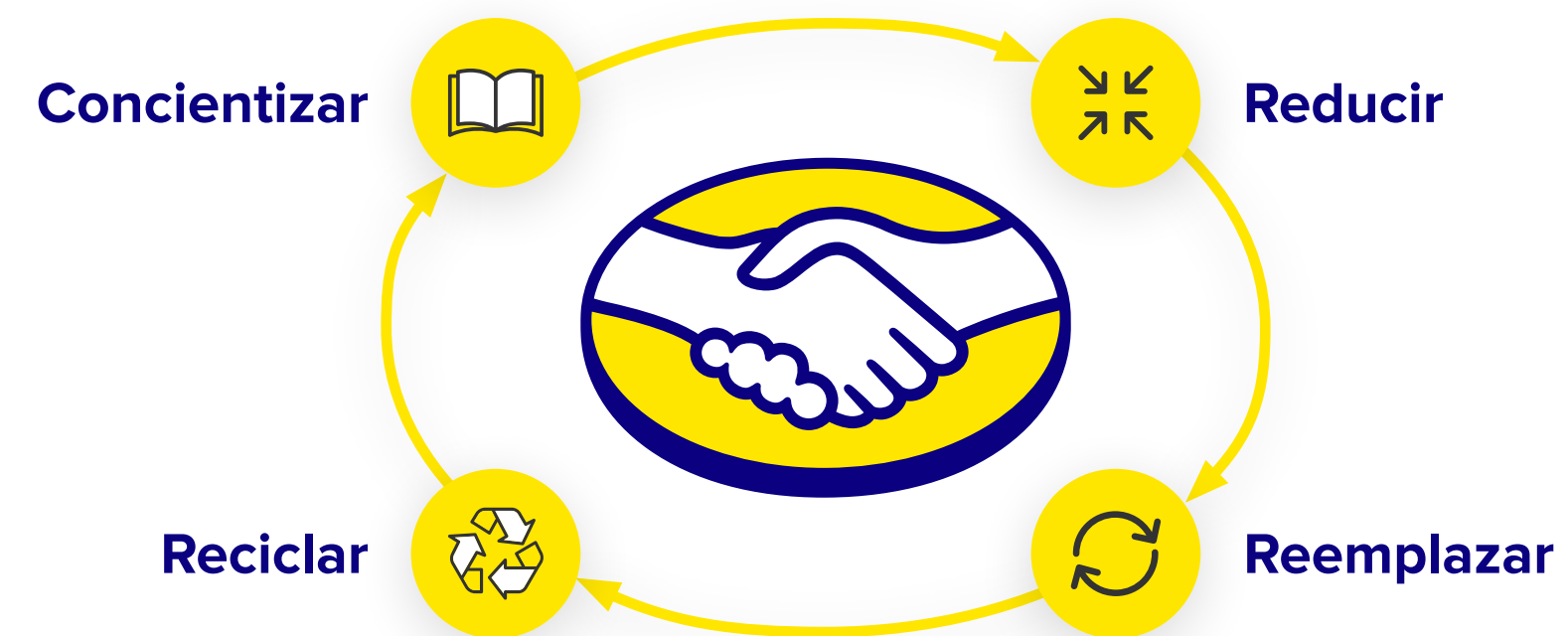
Nuestro compromiso con la optimización de los empaques se refleja en la ampliación del programa SIOC (*Shipping in Own Container*), que fomenta el envío de productos en su embalaje primario sin embalaje adicional. En 2025, el SIOC representó el 21,4% de los envíos en la región, lo que contribuyó a reducir el uso de materiales, optimizar el espacio en el transporte y minimizar el volumen de materiales introducidos en el mercado.



# Gestión de residuos y circularidad

La gestión de residuos y la circularidad en Mercado Libre se rigen por un enfoque regional centrado en reducir, reemplazar y reciclar. El objetivo es minimizar el envío de materiales a vertederos, promoviendo su re inserción en el ciclo productivo. Esta visión se integra en la toma de decisiones operativas, desde el diseño de embalajes y la separación en origen hasta la definición de estándares para centros de distribución y oficinas. Asimismo, colaboramos con socios logísticos y proveedores para asegurar que las prácticas se mantengan a lo largo de la cadena de valor.

El crecimiento de nuestra red logística y del volumen de paquetes procesados implican una responsabilidad proporcional sobre la gestión de residuos, principalmente cartón, madera y plástico. Para mitigar este impacto, nuestra estrategia se enfoca en reducir el uso de plástico virgen y optimizar el aprovechamiento de recursos mediante soluciones de economía circular.



## Desempeño en gestión y recuperación de residuos

En 2025, la tasa media de recuperación de residuos en toda la operación alcanzó el 87%, mientras que el porcentaje de desvíos a relleno sanitario se situó en 18%. Estos resultados se vinculan con acciones orientadas a fortalecer la gobernanza de los datos, estandarizar procesos operativos y ampliar las asociaciones con operadores especializados.

Incorporamos equipos como básculas y compactadoras, que optimizan la medición y compactación, aumentan la eficiencia operativa y maximizan la valorización de materiales como el cartón y el plástico.

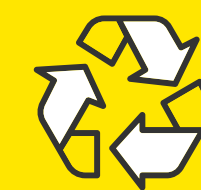
Mantenemos contratos de reparación para maximizar la vida útil de las unidades de madera existentes y reemplazamos, para determinados usos, pallets de madera por opciones plásticas de alta durabilidad y reciclables. Con ello, reducimos la generación de residuos de madera y el consumo de material de origen forestal, promovemos la reutilización de este insumo y, a su vez, mejoramos la gestión de nuestros residuos.

### Tasa de recuperación de residuos<sup>21</sup>

Por país	2024 (reportado)	2024 (recalculado)	2025
Argentina	88%	76,77%	80,50%
Brasil <sup>22</sup>	72%	85,80%	86,63%
Colombia	88%	83,79%	88,73%
México	83%	84,94%	89,41%
Chile	77%	76,43%	80,53%
Uruguay	55%	55,02%	48,96%
Estados Unidos	-	-	100%
Venezuela	-	-	0%

<sup>21</sup> Dado que se trata de una base de datos dinámica, se incorporaron los reportes de sitios que enviaron información después del periodo analizado. Asimismo, se eliminaron las estimaciones previamente utilizadas y se incluyó el reporte presentado posteriormente por el primer sitio en Estados Unidos.

<sup>22</sup> En 2024, la tasa de recuperación de residuos en Brasil se estimó mediante una asignación proporcional basada en el número de empleados, debido a la falta de datos desagregados por sociedad. En 2025, la metodología fue refinada, permitiendo calcular el indicador exclusivamente para las sociedades incluidas en este reporte.



**87%** tasa de recuperación de residuos en 2025

**vs. 77% en 2024**



## Total residuos generados por composición en toneladas métricas (t) por país en 2025

2025	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Uruguay	EEUU	Total
Aluminio + Chatarra y otros metales	0,7	1	7,8	5,9	236,4	0	0	251,8
Cartón	9.103,10	23,3	3.561,20	287,1	22.117,40	1,9	0	35.094
Papel	1,2	4,6	0,2	0,1	18,5	0	0	24,6
Plástico	1.197,30	14,4	1.031,10	77,1	2.100,70	1,5	0	4.422,10
Madera	101,6	0	1.022,80	17,9	15.165,30	0	0	16.307,60
Vidrio	0,4	1,5	0,8	0	0	0	0	2,7
Orgánico/ Compostable	10,4	79	15,3	12,9	698,9	10,2	0	826,7
Generales a coprocesamiento	0	0	159,5	170,6	2.343,40	0	8,4	2.681,90
Reciclables mixtos	0	0	36,5	0	97,3	0,5	16,4	150,7
Generales	2.473,20	19,1	1.410,60	64,4	3.869,40	14,7	0	7.851,40
Residuos Peligrosos y Patogénicos	49,5	0	0,1	8,2	1.198,10	0	0	1.255,90
<b>Total</b>	<b>12.937,40</b>	<b>142,9</b>	<b>7.245,90</b>	<b>644,2</b>	<b>47.845,40</b>	<b>28,8</b>	<b>24,8</b>	<b>68.869,40</b>

## Total residuos generados por composición en toneladas métricas (t) por país en 2024 - Recalculado

2024 <sup>23</sup>	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Uruguay	Total
Aluminio + Chatarra y otros metales	111	1	0	5	77	0	194
Cartón	1.113	16	1.154	202	13.622	2	16.107
Papel	1	5	0	2	8	0	16
Plástico	283	10	254	57	1.547	1	2.152
Madera	14	0	181	102	9.357	0	9.654
Vidrio	0	2	0	0	0	0	2
Orgánico/ Compostable	16	115	2	7	255	12	407
Generales a coprocesamiento	0	0	14	0	952	0	966
Reciclables mixtos	0	0	0	0	3	1	4
Generales	401	25	495	71	4.257	13	5.262
Residuos Peligrosos y Patogénicos	65	0	0	2	322	0	389
<b>Total</b>	<b>2.004</b>	<b>174</b>	<b>2.100</b>	<b>448</b>	<b>30.400</b>	<b>29</b>	<b>35.155</b>

<sup>23</sup> Se realizó un recálculo correspondiente a 2024, ya que parte de la información reportada inicialmente incluía estimaciones para sitios (centros logísticos) que aún no habían informado sus datos de generación de residuos al momento del cierre. Para completar el inventario, se utilizaron valores estimados basados en información disponible de operaciones similares. Posteriormente, estos sitios reportaron sus datos reales de residuos generados, lo que permitió reemplazar las estimaciones iniciales por valores efectivamente registrados. Como resultado de esta actualización, el volumen reportado se ajustó de 48.337 toneladas a 35.155 toneladas. La variación observada se explica principalmente por la diferencia entre los valores estimados utilizados de manera temporal y los datos reales finalmente reportados por los centros logísticos pendientes.

Total residuos generados por composición en toneladas métricas (t) por país en 2024 (publicado en el EINF 2024)

2024	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Uruguay	Total
Aluminio + Chatarra y otros metales	126	43	22	34	81	0	306
Cartón	1.082	3.022	1.834	274	14.158	2	20.371
Papel	1	377	0	1	20	0	399
Plástico	384	678	467	284	1.465	1	3.279
Madera	51	426	250	1.617	10.568	0	12.912
Vidrio	0	0	0	0	0	0	1
Orgánico/ Compostable	16	40	10	9	261	12	348
Generales a coprocesamiento	0	11	138	0	1.329	0	1.478
Reciclables mixtos	5	7	0	0	9	1	22
Generales	481	1.586	796	293	5.278	13	8.447
Residuos Peligrosos y Patogénicos	2	0	0	2	0	0	4
<b>Total</b>	<b>2.266</b>	<b>6.372</b>	<b>3.517</b>	<b>2.532</b>	<b>33.621</b>	<b>29</b>	<b>48.337</b>

## Logística inversa y economía circular

Otra iniciativa fundamental para reducir el volumen total de residuos generados y optimizar nuestros inventarios es el programa regional de logística inversa, que evalúa las posibilidades de uso y reintegra los productos devueltos a la cadena de valor mediante donaciones, reventa o reciclaje.

En 2025, logramos recuperar y valorizar más del 90% de los productos devueltos en toda la región. Redujimos la destrucción a solo un 1,6%, un hito en la historia de nuestra logística inversa. De esta manera, hemos evolucionado de un modelo de gestión de devoluciones y reciclaje a un ecosistema de recuperación de valor eficiente que procesa millones de unidades al año.

La escala y el impacto social de esta operación son relevantes: seleccionamos y destinamos el 6% de los productos devueltos a causas benéficas y comunidades.

### Impulso al reciclaje en Brasil

Todos los años, publicamos una convocatoria para seleccionar iniciativas culturales y sociales a las que destinar recursos a través de incentivos fiscales en Brasil. En 2025, incorporamos la Ley de Incentivos al Reciclaje, que permite a empresas y particulares destinar parte del impuesto sobre la renta que deben pagar a proyectos de reciclaje, reutilización y economía circular. Seleccionamos siete iniciativas en seis estados brasileños que recibieron más de USD 886,8 mil para impulsar la economía circular, la infraestructura de reciclaje y el apoyo a los recicladores, conectando la gestión de residuos, la inclusión productiva y el desarrollo económico local.

Entre ellas está **Estaciones Precio de Fábrica**, desarrollada por Green Mining, que promueve la compra directa de reciclables, elimina intermediarios y mejora los ingresos con trazabilidad, beneficiando a más de 5.000 recicladores. Además, seleccionamos el **Proyecto de Créditos de Carbono para el Reciclaje**, que está desarrollando una metodología nacional para calcular emisiones evitadas y generar nuevas fuentes de financiamiento; y el **Proyecto Valoriza**, de ANCAT (Asociación Nacional de Catadores), que apoya a más de 1.000 recicladores urbanos independientes.

# Operaciones sustentables

Realizamos el monitoreo sistemático del consumo de energía y agua y avanzamos en la ampliación del uso de fuentes renovables, así como en la medición y reducción de emisiones en toda la operación y la cadena de valor. Además, integramos los riesgos sociales, ambientales y climáticos a nuestras matrices de riesgo corporativas.

## Consumo y eficiencia energética

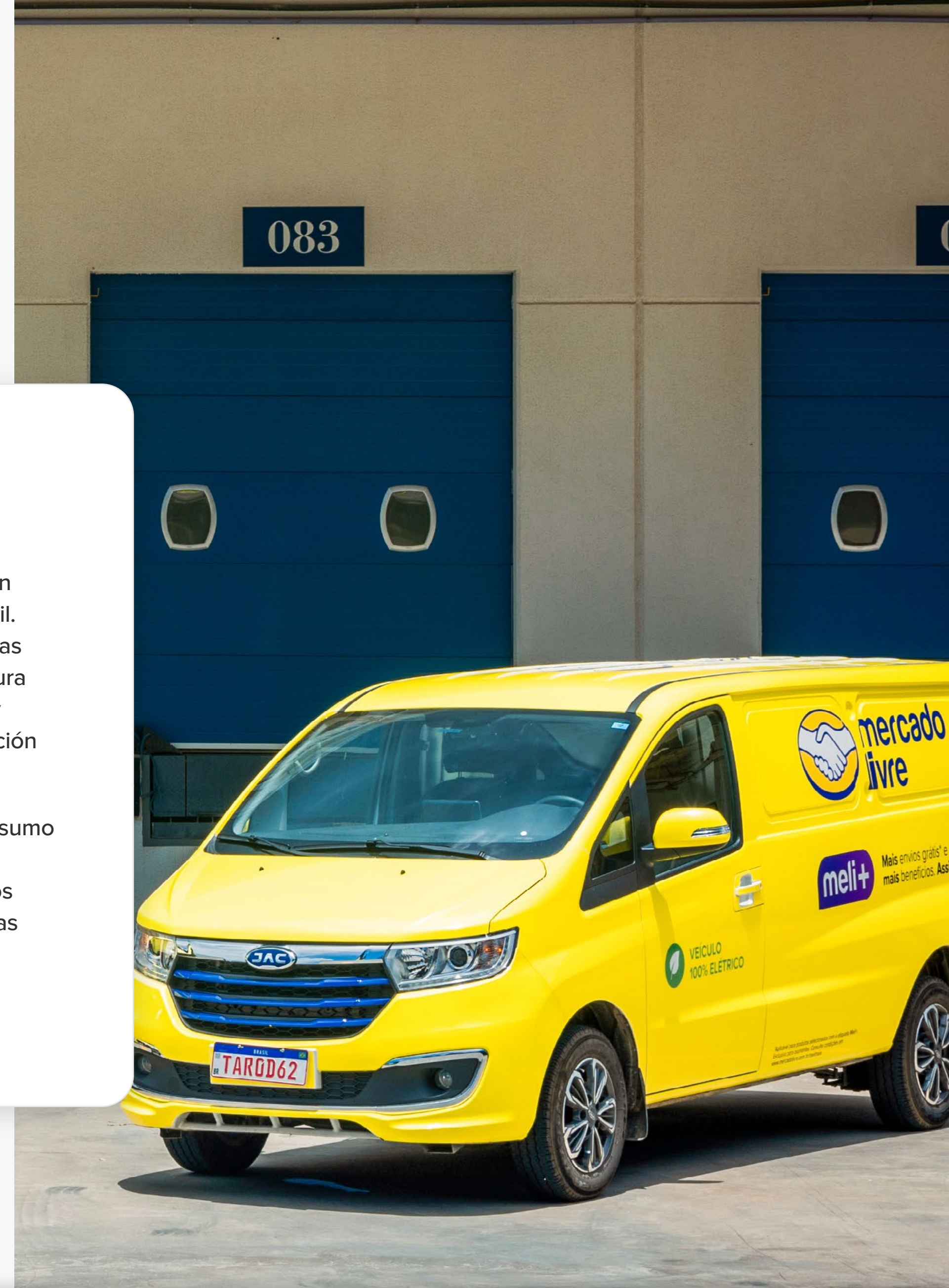
La gestión energética en Mercado Libre es un pilar central de la estrategia de crecimiento sustentable, orientada a desacoplar la expansión del negocio de nuestra huella de carbono. Este enfoque se integra en la toma de decisiones operativas a través de dos ejes:

- **Eficiencia energética** – implementación de tecnología para optimizar el consumo energético base.
- **Transición energética** – sustitución de fuentes convencionales por energías limpias mediante contratos de compra a largo plazo (PPAs), generación distribuida y sistemas de autogeneración (on-site).

Para asegurar la ejecución efectiva, colaboramos con asesores expertos en cada mercado local, adaptando nuestra estrategia a los marcos regulatorios y la madurez de la infraestructura de cada país.

Hoy contamos con cuatro instalaciones que operan total o parcialmente con energía renovable: tres centros de distribución —ubicados en México, Chile y Colombia— y una oficina en Brasil. logísticos y oficinas que operan total o parcialmente con energías renovables. En México, continuamos invirtiendo en infraestructura eléctrica para ampliar el acceso a mercados de energía limpia y comenzamos a explorar alternativas on-site a través de generación distribuida.

A lo largo del año, revisamos la metodología de cálculo del consumo de energía limpia, nuestro KPI principal, incluyendo la fracción de energía renovable (eólica, solar, pequeños aprovechamientos hidráulicos y biomasa) de las matrices eléctricas de cada país, las cuales anteriormente no se consideraban en el cálculo.



## Consumo de energía proveniente de fuentes renovables (kWh)

	2024 (reportado)	2024 <sup>24</sup> (recálculo)	2025
Argentina	0	1.853.334	2.257.170
Brasil <sup>25</sup>	9.414.091	2.914.032	2.377.811
Chile	5.997.800	6.800.321	7.166.612
Colombia	461.730	823.150	865.825
México	11.442.060	14.773.534	16.869.609
Peru	-	1.849	2.156
Uruguay	-	435.561	356.395
Venezuela	-	661	694
Estados Unidos	-	2.940	5.885
<b>Total</b>	<b>27.315.681</b>	<b>27.605.382</b>	<b>29.902.157</b>

<sup>24</sup> Los valores de 2024 fueron recalculados para garantizar la comparabilidad interanual con 2025, tras la incorporación de la fracción renovable de las matrices energéticas nacionales en la metodología de cálculo. Los valores reportados en el informe del 2024 se presentan en el Anexo.

<sup>25</sup> En 2024, los cálculos para Brasil se estimaron considerando el 16% del consumo total de energía, con base en el tamaño relativo de la operación. En 2025, se ajustó la metodología considerando únicamente el consumo de todas las sociedades de Brasil que entran en el perímetro de este EINF. En este informe, se considera únicamente el consumo eléctrico proveniente de fuentes renovables correspondientes a oficinas en Brasil (sin operación de envíos), dentro del alcance de las sociedades incluidas en este reporte, lo que explica la variación respecto al reporte de 2024.

## Intensidad energética y monitoreo

Monitoreamos nuestro desempeño mediante el indicador de intensidad energética (kWh por m<sup>2</sup> de operación). Dado el crecimiento acelerado de nuestra red logística y tecnológica, este indicador es clave para evaluar la eficiencia de nuestros procesos de automatización en los centros de distribución. Para el seguimiento en tiempo real, mantenemos el despliegue de sensores IoT (Internet de las Cosas) en múltiples sitios, facilitando una gestión basada en datos.



## Consumo eléctrico (kWh) por país

País	2024 (reportado)	2024 <sup>26</sup> (recalculado)	2025
Argentina	13.401.094	13.627.456	16.596.836
Brasil	14.588.897	3.054.994	2.558.187
Chile	7.663.460	7.586.950	7.992.259
Colombia	2.498.710	2.486.494	2.769.941
México <sup>27</sup>	59.509.188	55.980.489	96.411.490
Perú	73.947	73.947	86.242
Uruguay	754.672	789.774	646.228
Venezuela	66.088	66.088	69.394
Estados Unidos	117.600	117.600	235.402
<b>Total</b>	<b>98.673.656</b>	<b>83.783.792</b>	<b>127.365.979</b>

<sup>26</sup> A partir de 2025, el consumo eléctrico se reporta de forma segregada respecto al consumo de combustibles, en línea con los requerimientos de GRI 302-1. La presente tabla refleja únicamente la electricidad suministrada por la red eléctrica, excluyendo la energía generada in situ mediante generadores diésel, que se informa por separado en la tabla siguiente. Los valores de 2024 fueron recalculados bajo esta misma metodología para garantizar la comparabilidad interanual. Los valores originalmente reportados se presentan en el Anexo.

<sup>27</sup> En México se abrieron nuevos centros de distribución que justifican el incremento en el consumo.

## Consumo de combustibles no renovables por país (GJ) — Alcance 1<sup>28</sup>

País	2024	2025
Argentina	122	88.893
Brasil		285.730
Chile	620	6.164
Colombia	84	5.824
México	23.355	53.048
Perú	—	157
Uruguay	11	7.511
Ecuador	—	101
Estados Unidos	—	—
<b>Total</b>	<b>24.192</b>	<b>447.428</b>

<sup>28</sup> El incremento registrado en 2025 respecto a años anteriores se explica principalmente por la incorporación por primera vez del consumo de combustible asociado al beneficio de vehículo otorgado a colaboradores (combustión móvil), que representa el 94,8% del total reportado en 2025. **El consumo se desglosa de la siguiente manera:** Combustión estacionaria (diésel en generadores eléctricos): 651.990 litros, equivalentes a 23.293 GJ. Este dato cuenta con series históricas comparables para 2023 y 2024. **Combustión móvil (nafta — beneficio de combustible a colaboradores):** 13.890.974 litros, equivalentes a 424.136 GJ. El consumo en litros fue estimado a partir del monto del beneficio otorgado mensualmente a cada colaborador con vehículo asignado y el precio de la nafta vigente en cada país y período. Este dato se reporta por primera vez en 2025; no existen datos comparativos para años anteriores.

# Consumo de agua

Debido a la naturaleza de nuestro modelo de negocio, la interacción con el agua es de baja intensidad y se concentra en usos sanitarios y servicios generales en oficinas y centros de distribución. No operamos procesos industriales con uso intensivo de agua.

El abastecimiento proviene principalmente de la red pública local, aunque algunos sitios específicos cuentan con pozos propios debidamente autorizados para complementar las necesidades operativas. En materia de eficiencia, en el diseño y remodelación de instalaciones priorizamos sistemas de ahorro, como griferías con cierre automático y dispositivos de descarga dual. Asimismo, realizamos el seguimiento y la medición del consumo de agua y, en 2025, llevamos a cabo un análisis de los riesgos hídricos asociados a las operaciones en México.

## Vertidos y gestión de efluentes

Nuestros vertidos consisten exclusivamente en aguas residuales sanitarias de tipo doméstico. La disposición final se realiza a través de las redes de alcantarillado municipal o mediante plantas de tratamiento propias en aquellos sitios que lo requieren por normativa local. No generamos efluentes industriales que impacten directamente en cuerpos de agua superficiales o subterráneos.

### Consumo de agua (m<sup>3</sup>) por país

	2024 <sup>27</sup>	2024 <sup>29</sup> (recálculo)	2025
Argentina	74.654	77.564	85.796
Brasil	104.853	11.469	19.271
Chile	10.097	10.098	39.569
Colombia	7.864	8.064	15.424
México	280.809	280.809	308.237
Perú	76	76	53
Uruguay	1.552	1.552	1.976
Venezuela	0	0	0
Estados Unidos	0	0	0
<b>Total</b>	<b>479.905</b>	<b>389.632</b>	<b>470.326</b>

<sup>29</sup> Algunos datos de 2024 fueron recalculados a partir de información actualizada y más precisa sobre los consumos reportados. Los valores originalmente divulgados incluían estimaciones realizadas debido a la disponibilidad parcial de información y facturas al momento del reporte.



# Anexos

# Distribución de empleados por modalidad de contrato

En 2025 y 2024, 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 empleados por modalidad de contrato y país a 31.12.2025

	2024					2025				
	Indefinido		Temporal		Total general	Indefinido		Temporal		Total general
	Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial		Jornada completa	Jornada parcial	Jornada completa	Jornada parcial	
Argentina	11.236	807	0	0	12.043	13.585	613	1.415	1.113	16.726
Brasil	5.821	80	0	0	5.901	7.617	172	0	0	7.789
Chile	2.635	4	0	0	2.639	3.415	202	0	0	3.617
Colombia	4.888	398	0	0	5.286	5.481	361	6	0	5.848
México	18.678	344	6.401	276	25.699	24.792	323	9.217	4	34.336
Perú	54	0	0	0	54	65	0	0	0	65
Uruguay	1.462	401	0	0	1.863	1.497	361	0	0	1.858
Venezuela	25	0	0	0	25	25	0	0	0	25
Ecuador	6	0	0	0	6	7	0	0	0	7
<b>Total general</b>	<b>44.805</b>	<b>2.034</b>	<b>6.401</b>	<b>276</b>	<b>53.516</b>	<b>56.484</b>	<b>2.032</b>	<b>10.638</b>	<b>1.117</b>	<b>70.271</b>

# Promedio anual de contratos

Promedio anual de contratos indefinidos, temporales, a tiempo completo y parcial, por género, edad y categoría profesional para los ejercicios 2025 y 2024.

	Indefinido				Temporal			
	Jornada completa		Jornada parcial		Jornada completa		Jornada parcial	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
<b>Género</b>								
Hombre	24.803	31.351	836	1.027	3.560	4.638	116	288
Mujer	14.520	18.951	1.070	1.263	3.797	4.397	153	335
<b>Edad</b>								
Hasta 30	17.841	19.630	1.665	1.676	4.888	5.287	186	461
De 31 a 50	20.832	29.311	234	592	2.181	3.382	78	159
51 años o más	650	1.361	7	23	288	366	5	3
<b>Categoría profesional</b>								
Analistas y asistentes	31.464	41.116	1.905	2.289	7.357	9.035	269	623
Ejecutivos	292	338	0	0	0	0	0	0
Managers	1.847	2.116	0	0	0	0	0	0
Senior managers	677	775	0	0	0	0	0	0
Supervisores	4.994	5.902	0	2	0	0	0	0
VP/CEO	49	55	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 2025.

Despidos (2025)	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
<b>Por género</b>										
Hombre	409	487	258	331	3.177	6	74	0	0	<b>4.742</b>
Mujer	202	232	151	125	2.533	2	62	2	0	<b>3.309</b>
<b>Por edad</b>										
Hasta 30	219	99	134	179	3.179	3	79	0	0	<b>3.892</b>
De 31 a 50	364	582	256	275	2.363	5	55	2	0	<b>3.902</b>
51 años o más	28	38	19	2	168	0	2	0	0	<b>257</b>
<b>Por categoría profesional</b>										
Analistas y asistentes	441	612	359	375	5.565	4	114	1	0	<b>7.471</b>
VP/CEO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Managers	35	22	11	12	32	2	5	0	0	<b>119</b>
Senior managers	16	11	4	3	10	0	3	0	0	<b>47</b>
Ejecutivos	6	3	0	0	0	0	2	0	0	<b>11</b>
Supervisores	113	71	35	66	103	2	12	1	0	<b>403</b>
<b>Total general</b>	<b>611</b>	<b>719</b>	<b>409</b>	<b>456</b>	<b>5.710</b>	<b>8</b>	<b>136</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>8.051</b>

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

Despidos (2024)	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	Venezuela	Ecuador	Total
<b>Por género</b>										
Hombre	170	117	128	93	1.387	3	49	0	0	<b>1.947</b>
Mujer	282	259	194	230	1.922	3	49	0	0	<b>2.939</b>
<b>Por edad</b>										
Hasta 30	223	94	139	169	2.039	2	65	0	0	<b>2.731</b>
De 31 a 50	226	273	174	154	1.203	4	33	0	0	<b>2.067</b>
51 años o más	3	9	9	0	67	0	0	0	0	<b>88</b>
<b>Por categoría profesional</b>										
Analistas y asistentes	331	304	282	246	3190	4	87	0	0	<b>4.444</b>
VP/CEO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Managers	27	16	8	21	22	1	5	0	0	<b>100</b>
Senior managers	20	5	2	5	12	0	0	0	0	<b>44</b>
Ejecutivos	5	4	1	1	3	0	0	0	0	<b>14</b>
Supervisores	69	47	29	50	82	1	6	0	0	<b>284</b>
<b>Total general</b>	<b>452</b>	<b>376</b>	<b>322</b>	<b>323</b>	<b>3309</b>	<b>6</b>	<b>98</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4.886</b>

# Ambiente

## Consumo de materias primas (tn) en 2025

País	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Peru	Uruguay	EEUU	Total
Cartón	1.247	-	1087	347	18.798	1	1	10	21.491
Bioplástico	0	-	614	0	0	0	0	0	614
Plástico	1.476	-	872	98	14.172	1	22	7	16.648
Papel	2	-	69	4	67	0	0	0	142
Madera	1.218	-	679	68	21.478	7	58	155	23.663
Plásticos durables	74	-	192	14	3.352	0	0	0	3.632
<b>Total</b>	<b>4.017</b>	<b>0</b>	<b>3.513</b>	<b>531</b>	<b>57.867</b>	<b>9</b>	<b>81</b>	<b>172</b>	<b>66.190</b>

En 2024, el consumo de materias primas en Brasil fue estimado mediante una asignación proporcional basada en el número de empleados, debido a la falta de datos desagregados por sociedad. En 2025, la metodología fue refinada, lo que permitió calcular el indicador exclusivamente para las sociedades incluidas en este reporte. Dado que estas no realizan operaciones productivas, el consumo registrado fue de 0 toneladas.

## Consumo de materias primas (tn) en 2024

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

# 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"> <li>la evolución,</li> <li>los resultados y la situación del grupo, y</li> <li>el impacto de su actividad.</li> </ul> <p>respecto, al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a cuestiones medioambientales,</li> <li>a cuestiones sociales,</li> <li>al respeto de los derechos humanos,</li> <li>al respeto a la lucha contra la corrupción y el soborno, y</li> <li>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.</li> </ul>	N/A		2-100
Modelo de negocio	<p>Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>su entorno empresarial,</li> <li>su organización y estructura,</li> <li>los mercados en los que opera,</li> <li>sus objetivos y estrategias, y</li> <li>los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.</li> </ol>	2-1	Detalles de la organización	11-13
		2-2	Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	11-13
		2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7-9
		2-9	Estructura de gobernanza y composición	16-17
		2-23	Compromisos y políticas	21-22
Políticas	<p>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y</li> <li>los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ol>	2-24	Incorporación de compromisos	21-23
		2-25	Procesos para remediar impactos negativos	24
		2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	21-25
		3-3	Gestión de los temas materiales	2-100

Ámbitos	Contenidos Ley	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
<b>Resultados de las políticas KPIs</b>	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan: 1) el seguimiento y evaluación de los progresos y 2) 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	2-100
<b>Marco de reporting utilizado</b>	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	4-5
		2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	
		2-5	Verificación externa	
<b>Análisis de materialidad</b>		3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	4-5
		3-2	Lista de temas materiales	5
<b>Riesgos a CP, MP y LP</b>	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:  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	18
<b>Cuestiones medioambientales</b>				
<b>Global Medio Ambiente</b>	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 a los temas Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad) Compromisos y políticas	80-94
	2) Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.			
	3) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.			
	4) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	N/A	N/A - No aplicable debido a la naturaleza de las operaciones de la Compañía.	-

Ámbitos	Contenidos Ley	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
<b>Contaminación</b>	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 a los temas Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad)	82
	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.	-
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado a los temas Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad)	87-90
		306-3	Residuos generados.	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	N/A	Al no producir alimentos, tampoco son materiales las acciones para combatirlo, aunque hacemos donaciones de alimentos a través de nuestro programa Bienes en Rezago.	-
<b>Uso sostenible de los recursos</b>	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	303-5	Consumo de agua.	94
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	86, 100
	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 a los temas Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad).	91-9
		302-1	Consumo energético dentro de la organización.	
	Medidas para mejorar la eficiencia energética del uso de materias primas.	3-3	Gestión de los temas materiales.	
	Uso de energías renovables.	302-1	Consumo de energía dentro de la organización.	
<b>Cambio Climático</b>	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).	82-84
		305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (Alcance 2).	
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3).	
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado a los temas Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad).	81
	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).	81

Ámbitos	Contenidos Ley	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	N/A	No aplicable debido a la naturaleza de las operaciones de la Compañía.	-
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	N/A	No aplicable debido a la naturaleza de las operaciones de la Compañía.	-
<b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b>				
Empleo	Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional.	2-7 405-1	Empleo. Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	50-51
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	2-7	Empleo.	96
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	2-7 405-1	Empleo. Diversidad en órganos de gobierno y empleado.	97
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	98-99
	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.	Criterio interno		17
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Desarrollo de nuestros equipos).	54-56
	Empleados con discapacidad.	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	53
	Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo.	3-3	Gestión de los temas materiales (asociado al tema material Desarrollo de nuestros equipos).
Número de horas de absentismo.		N/A	Criterio interno.	64
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio responsable de estos por parte de ambos progenitores.		401-3	Licencia parental.	65

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.	60-64
	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 Desarrollo de nuestros equipos).	60-64
	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.	66
	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 Desarrollo de nuestros equipos).	66
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.	58
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Criterio interno	Horas de formación al año por empleado	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3	Gestión de los temas materiales	53
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	3-3	Gestión de los temas materiales	48-49, 52-54
	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.	24-27
	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		
Corrupción y soborno	La abolición efectiva del trabajo infantil.	2-23	Compromisos y políticas.	21-24
		2-23		
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes.	
		3-3	Gestión de temas materiales (asociado al tema material Gobernanza, ética y transparencia).	
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	3-3	Gestión de temas materiales (asociado al tema material Gobernanza, ética y transparencia).	
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	

Ámbitos	Contenidos Ley	GRI	Descripción GRI/Respuesta	Páginas	
<b>Sociedad</b>					
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>	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 Desarrollo socioeconómico local).	67-78	
	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: Desarrollo socioeconómico local, impacto en las comunidades donde operamos e Inclusión y educación financiera)		
	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: Impacto en las comunidades donde operamos)		
		2-28	Afiliación a asociaciones.		
<b>Subcontratación y proveedores</b>	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.	27-28	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.				
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.				
<b>Consumidores</b>	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).	30-46	
	Comunicación de inquietudes críticas.		Gestión de los temas materiales (asociado al tema material: Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios).		
	Procesos para remediar los impactos negativos.		418-1		Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.
	Quejas recibidas y resolución de las mismas.				
<b>Información fiscal</b>	Beneficios obtenidos país por país.	207-4	Presentación de informes país por país.	14	
	Impuestos sobre beneficios pagados.				
	Subvenciones públicas recibidas.	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno.		

# Formulación del Estado de Información No Financiera Consolidado (EINF)

de Meli Participaciones, S.L. y Sociedades Dependientes del ejercicio 2025

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 2025 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**