Reporte de Impacto 2025



Contenidos



Sobre este reporte



Negocio



Experiencia de usuario



Cultura y equipo



Impacto social



Ambiente



Indicadores complementarios



Sobre este reporte

» Mensaje del CEO 04
» Parámetros del reporte 05
» Materialidad 06
» Creación de valor 07

Mensaje del CEO GRI 2-22

América Latina está atravesando una transformación profunda. Cada año, millones de personas en la región comienzan a comprar en línea, aceptan pagos digitales por primera vez o acceden a herramientas financieras que antes no estaban a su alcance. Este proceso de digitalización todavía tiene un enorme recorrido por delante: el comercio electrónico y los servicios financieros digitales siguen teniendo niveles de adopción significativamente menores que en otras regiones del mundo. Para nosotros, esa brecha representa una de las mayores oportunidades de desarrollo económico y tecnológico de nuestra generación.

En ese contexto, 2025 demostró que el ecosistema de Mercado Libre está capturando esta oportunidad y es más fuerte que nunca. Nuestros ingresos crecieron 39% interanual, alcanzando más de 121 millones de compradores únicos en Mercado Libre y 78 millones de usuarios que mensualmente usan nuestra plataforma Mercado Pago, con niveles récord de satisfacción de clientes en nuestros principales mercados.

Lo que vemos detrás de esos números es algo aún más importante: cada año más personas y empresas se suman a la economía digital de la región. Sólo en Brasil, México y Argentina hubo más de 9,5 millones de pymes y emprendedores activos en nuestro ecosistema. Para más de la mitad de las que operan en commerce, las ventas generadas a través de Mercado Libre son su principal fuente de ingresos. Además, generaron más de 150 mil puestos de trabajo directamente conectados con su actividad en nuestro marketplace, que el año pasado superó los 2.400 millones de productos vendidos por un volumen total de USD 65 mil millones.

Nuestra red logística continuó expandiéndose para acompañar ese crecimiento. En 2025 tuvimos un aumento en el volumen de envíos en la región de más de 500 millones, manteniendo altos niveles de servicio y ampliando el acceso a entregas rápidas para millones de usuarios. Hoy, casi el 75% de los envíos rápidos se entregan en menos de 48 horas.

También continuamos invirtiendo en iniciativas que reducen fricciones y acercan el comercio digital a más personas. El envío gratuito ha sido históricamente una de esas palancas, y en 2025 reforzamos ese compromiso ampliando el beneficio en Brasil para productos a partir de R$19. El impacto fue claro: los compradores comenzaron a adquirir más productos, explorar más categorías y mostrar mayores niveles de recurrencia.

En paralelo, Mercado Pago continúa ampliando el acceso a herramientas financieras digitales en América Latina, reduciendo barreras mediante soluciones simples, seguras y accesibles. Superamos los USD 277 mil millones en pagos procesados, potenciando los negocios de millones de pymes y emprendedores: para más del 60% de las que operan en nuestro ecosistema, Mercado Pago es su principal medio de cobro, y más de la mitad aumentó sus ventas al adoptar nuestros cobros digitales. También continuamos expandiendo el acceso al crédito digital para consumidores y emprendedores. Nuestra cartera crediticia creció 90% interanual y se cuadruplicó en los últimos tres años, permitiendo que cada vez más usuarios accedan a financiamiento.

La tecnología es el motor que impulsa todo nuestro ecosistema. En particular, la inteligencia artificial está transformando la forma en que operamos y nos permite mejorar continuamente la experiencia de nuestros usuarios. Hoy, los sellers acceden gratuitamente a herramientas de IA de clase mundial para mejorar las fotos de sus productos o atender las consultas de los compradores, reduciendo significativamente los tiempos de respuesta. Al mismo tiempo, lanzamos un asistente de IA en Mercado Pago para seguir fortaleciendo la inclusión financiera a través de asesoramiento cada vez más personalizado y accesible. Todos estos desarrollos están alineados bajo nuestra política interna de IA, que establece un marco ético y jurídico para orientar el diseño y la implementación de nuevas soluciones.

Nada de esto sería posible sin el talento y la dedicación de nuestro equipo, que ya suma más de 120 mil personas. La cultura de Mercado Libre es un claro diferencial competitivo: la obsesión por la ejecución, el aprendizaje constante y la convicción de que siempre podemos mejorar. En una industria que evoluciona a gran velocidad, mantener esta mentalidad es fundamental para seguir desarrollando soluciones relevantes para nuestros usuarios.

Vivimos tiempos de profunda transformación, y con ellos llegan preguntas que aún no tienen respuestas definitivas. Pero es precisamente en esa incertidumbre donde encontramos la mayor razón para mirar hacia adelante con convicción. Estamos construyendo algo que vale la pena, con un equipo que ha demostrado su fortaleza una y otra vez. Por eso, hoy más que nunca, tenemos la certeza de que lo mejor está por venir.



Ariel Szarfsztejn

Parámetros del reporte

GRI 2-3

Este informe presenta, de forma clara y estructurada, nuestros compromisos, objetivos y resultados relacionados con la gobernanza corporativa y con la gestión de la compañía en el ámbito económico, social y ambiental. Buscamos demostrar cómo evolucionamos nuestro modelo de negocio e invertimos estratégicamente para responder a los retos y oportunidades de los sectores del comercio electrónico y fintech, siempre firmes en nuestro propósito de promover la democratización del comercio y de las finanzas en América Latina.

Este es nuestro 14º ejercicio de reporte de impacto y abarca las actividades realizadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025 por MercadoLibre, Inc., incluyendo las sociedades sobre las que tiene control. Se elaboró de acuerdo con el Marco Internacional de Reporte Integrado (de la Fundación IFRS), conforme a los Estándares Universales 2021 de la Global Reporting Initiative (GRI) y el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) para reportar los indicadores relevantes para la industria del comercio electrónico.

Este reporte de sustentabilidad se publica con periodicidad anual, al igual que el informe financiero 10-K presentado ante la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC, por sus siglas en inglés) como parte de nuestra obligación de ser una empresa pública con oferta de acciones en NASDAQ.

Más información

Punto de contacto GRI 2-3

sustentabilidad@mercadolibre.com

Nuestros grupos de interés GRI 2-29

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	• Área de atención al cliente • Encuestas de *marketing* • Capacitación y encuentros con las áreas Comercial y de Sustentabilidad
Equipos de Mercado Libre	• Canales internos de comunicación • *Townhall* con liderazgo sénior • Comunicaciones de cierre de trimestre • Espacios abiertos con el CEO • Encuestas de *engagement* y ejecución con excelencia • Línea de denuncias • Canales de reporte de incidentes y condiciones inseguras
Cadena de proveedores	• Reuniones • *Mailing* • Línea de denuncias
ONG y organizaciones de la sociedad civil	• Programa Mercado Libre Solidario • Encuentros presenciales • Convocatorias
Líderes de opinión y medios de comunicación	• Encuentros y envíos de información periódica • Informe trimestral de resultados
Entidades gubernamentales	• Reuniones con el área de Relaciones Gubernamentales
Accionistas e inversores	• Reuniones con el área de Relaciones con Inversores • Presentaciones trimestrales de resultados

Materialidad

GRI 3-1

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.

Nuestros temas materiales GRI 3-2

Tema	Descripción
1. **Privacidad y seguridad de la información***	Garantizar la seguridad y protección de los datos con políticas transparentes, supervisión de riesgos y uso consciente de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial (IA), así como el uso ético de nuestra plataforma.
2. **Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios***	Diseñar una experiencia de usuario centrada en cada persona que compra, vende, envía, paga, ahorra, invierte y se financia utilizando nuestras soluciones, garantizando transacciones seguras, fiables, ágiles y eficientes para todos los que utilizan nuestro ecosistema.
3. **Gobernanza, ética y transparencia***	Solo podemos transformar la vida de millones de personas en América Latina haciendo crecer nuestro negocio con integridad y transparencia. Para ello, evolucionamos continuamente nuestras prácticas de gobernanza y mantenemos entornos de trabajo respetuosos y controles internos que garantizan la ética y la integridad de todo nuestro ecosistema.
4. **Salud, bienestar y seguridad laboral**	Promover un entorno de trabajo seguro y saludable, adoptando un enfoque integral que involucra la salud física y emocional y el bienestar financiero, con programas de reconocimiento y beneficios que estimulen la calidad de vida de nuestras personas.
5. **Desarrollo de nuestros equipos***	Diseñar la mejor experiencia para que nuestros equipos alcancen todo su potencial y crear una cultura que inspire a los profesionales a desarrollarse y llegar más lejos, sin miedo a equivocarse.
6. **Desarrollo socioeconómico local**	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.
7. **Inclusión y educación financiera**	Promover la inclusión financiera, facilitando el acceso a productos y servicios adecuados al usuario, que apoyen la toma de decisiones informadas y conscientes y contribuyan a su bienestar financiero.
8. **Impacto en las comunidades donde operamos**	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.
9. **Energía y movilidad***	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.
10. **Gestión de residuos y circularidad***	Impulsar la economía circular promoviendo la reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos, con soluciones de packaging sustentables, logística inversa y aumentando el uso de contenido reciclado en nuestros envases.
11. **Gestión de la cadena de proveedores***	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.

* Temas de la materialidad financiera

Creación de valor

***INPUTS* / Capitales**

Económico

USD 28,9 MM ingresos totales

NASDAQ: MELI

Manufacturado

6M m² de instalaciones (propias o *leasing*)

48 fulfillment centers

Intelectual

+20.000 personas de TI y desarrolladores

95% de los empleados utilizan GenAI en el día a día

Humano

+123.000 empleados

+ 39.000 nuevas contrataciones

Social

+9,5 M de emprendedores y pymes operan en el ecosistema

USD 38,8 MM en créditos vía Mercado Pago

96% de proveedores locales

Natural

263,3 GWh de energía consumida

17.500 vehículos de bajas emisiones (eléctricos, etanol y biometano) en la flota logística

129.609t de materiales consumidos



***OUTPUTS* / Capitales**

USD 65 MM en productos vendidos

USD 277,8 MM en pagos procesados

+39% ingresos vs. 2024

75% de los envíos rápidos se entregan en hasta 48 horas

96% de los envíos se realizan mediante red propia

30% de los códigos escritos con IA

23.000 empleados capacitados para el uso eficiente de herramientas de IA

93% de *engagement* en todo MELI

Reconocimientos Top 5 en **Merco Talento 2025**

3.150 líderes capacitados como multiplicadores del ADN MELI

Principal fuente de ingreso para **55%** de las pymes del marketplace

El **60%** de las pymes accedieron a primer crédito con Mercado Pago

NPS récord en *e-commerce* y fintech en Argentina, Brasil y México

51,1% de energía renovable en nuestra operación

2,3 M de rutas recorridas por vehículos de bajas emisiones

90% de los productos devueltos recuperados

Contexto en el que actuamos

1,2% tasa media del PIB registrada en América Latina en el periodo 2016-2025. CEPAL, 2025

46,6% de tasa media de empleo informal en América Latina y el Caribe en 2024. CEPAL, 2025

Más del 60% de los empleos formales en América Latina y el Caribe son generados por las pymes. OCDE, 2024

El 50% de la biodiversidad y el 23% de los bosques se encuentran en América Latina. 2023 ICABR



CAPITAL ECONÓMICO Y MANUFACTURADO

Negocio

» Transformando la experiencia digital de millones de personas 09
» Nuestro ecosistema 10
» Estrategia de negocio 11
» Desempeño económico 12
» Construyendo la logística del futuro 13
» Articulación con la industria 14
» Gobierno corporativo 15
» Fortaleciendo la integridad en la cadena de valor 22
» Nuestra estrategia de sustentabilidad 24

Transformando la experiencia digital de millones de personas GRI 2-6

Nuestro ecosistema integrado de comercio electrónico, servicios financieros y logística genera poderosos efectos de red que 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[1] 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.



[1] Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela. También operamos plataformas de comercio electrónico en Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay y República Dominicana.

Nuestro ecosistema GRI 2-6

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

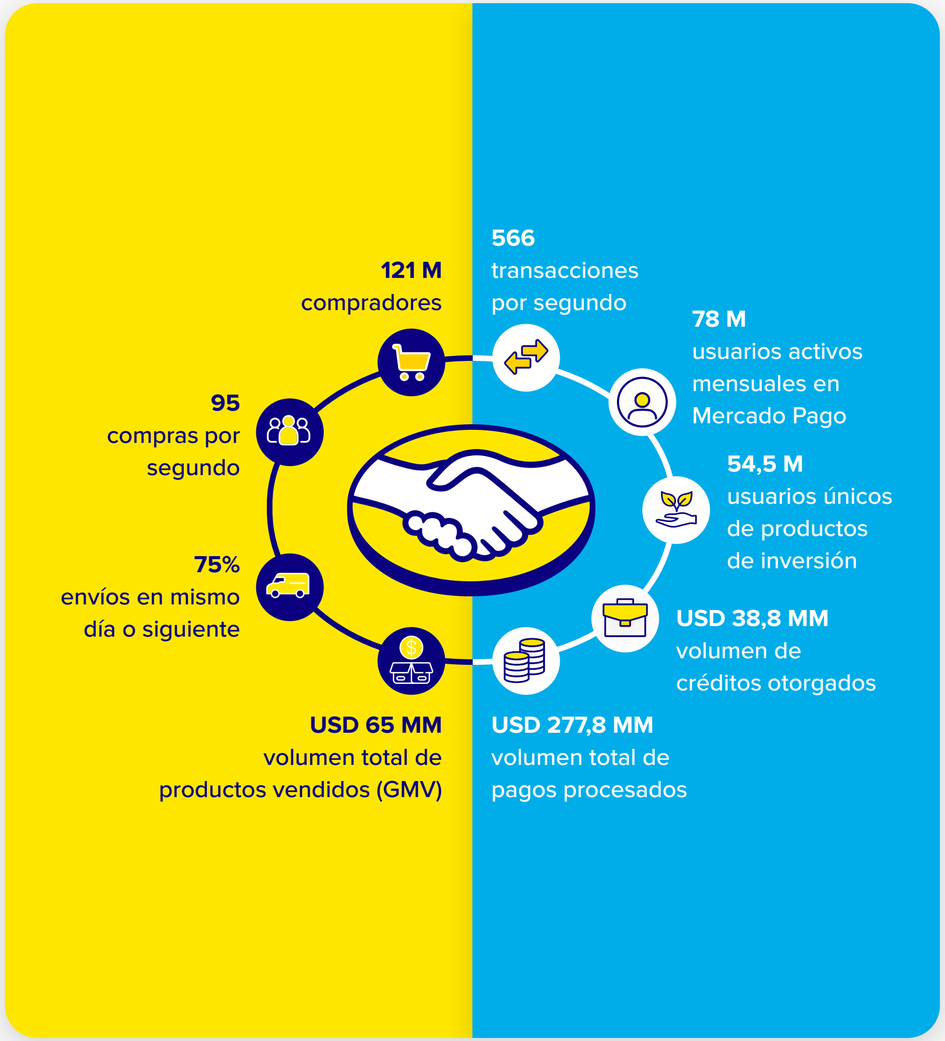
A lo largo de más de 25 años, nuestra plataforma de comercio electrónico ha evolucionado hasta convertirse en una solución completa que ofrece una amplia gama de productos de millones de vendedores, incluyendo pequeñas empresas y grandes marcas. Además, incorpora una operación de venta directa bajo modelo *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 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 comerciantes. 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 comercios, 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.



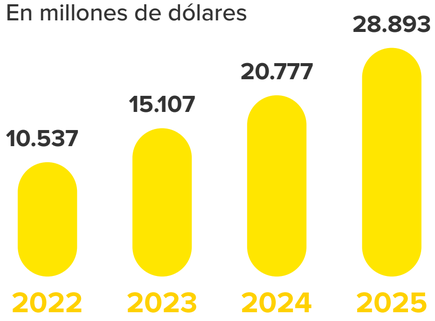
Potenciar las sinergias dentro de nuestro ecosistema

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.

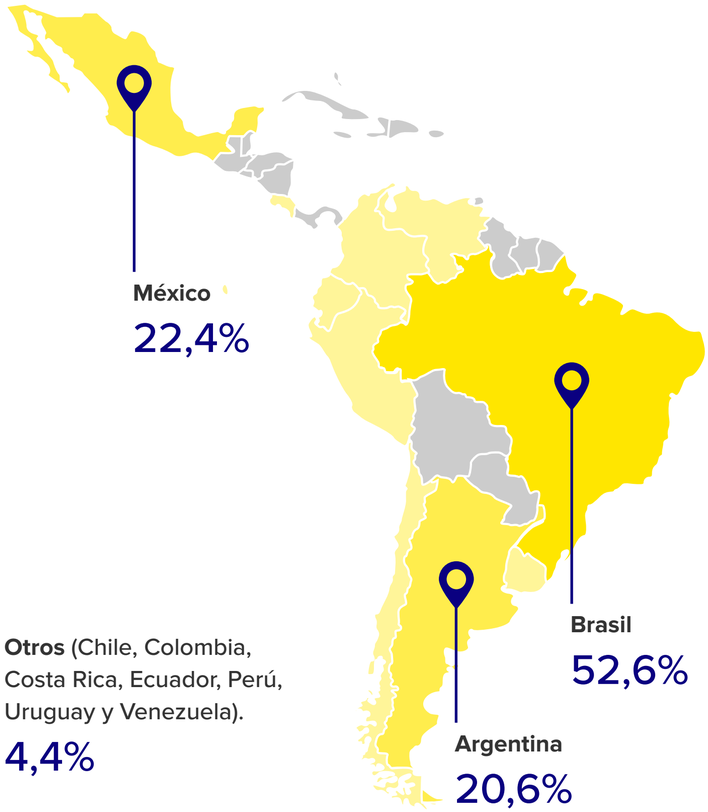
Desempeño económico

Ingresos

En millones de dólares



Ingresos por país



Otros (Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela).
4,4%

Ingresos por negocio

Mercado Libre
56,4%

Mercado Pago
43,6%



Construyendo la logística del futuro GRI 2-6

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. Hoy, el 75% de los envíos rápidos se entregan 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

Como parte de nuestro plan de expansión, en 2025 inauguramos 32 sitios logísticos de gran escala, que incluyen instalaciones de *cross-docking* y *fulfillment*, además de 65 proyectos de la red de última milla, sumando nuevas aperturas y ampliaciones. Entre ellos se destacan:

- **Dos nuevos centros de distribución en México:** con una inversión de USD 180 millones en el estado de Nuevo León, el proyecto permitió fortalecer la operación en el país elevando la plantilla en el estado de 1.700 a 3.300 empleados. Además, se inauguró un nuevo centro de distribución en Hermosillo, con una superficie aproximada de 10.000 m^2, capacidad para procesar miles de paquetes diarios y generar alrededor de 100 empleos directos.
- **Un nuevo centro de almacenamiento en el municipio de Tres de Febrero**, en Argentina, con una superficie de 58.000 m^2, que permite procesar hasta 100.000 productos por día y almacenar 570.000 artículos voluminosos. Esta apertura generó más de 400 empleos directos y numerosos puestos de trabajo indirectos.
- **El primer centro de *fulfillment* en China: inaugurado en** diciembre, ya está realizando envíos a nuestros cinco principales mercados. A medida que escalamos nuestro modelo de envíos gestionados desde China, prevemos que el corredor China–América Latina se convierta en un área de crecimiento e inversión incremental en 2026.

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.

En Brasil, además de los robots de movimiento de estanterías, que recorren las góndolas y acercan los racks a las personas que arman los pedidos, reduciendo los recorridos y acelerando el proceso de recolección, estrenamos una segunda generación de automatización: los robots de clasificación, que consolidan pedidos de múltiples artículos. Esta tecnología reduce hasta en un 25% el ciclo de procesamiento, ahorra alrededor de una hora por pedido y procesa hasta 105.000 artículos al día. Así, estamos elevando el nivel de automatización y consolidando nuestra posición como referencia en innovación logística en América Latina.

Articulación con la industria GRI 2-28

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 México (AmCham)
Asociación de Agregadores de Medios de Pago (ASAMEP)
Asociación Insurtech México
Asociación Fintech (FTMX)
Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI)
Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO)
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

GRI 3-3 Gobernanza, ética y transparencia

Directorio

GRI 2-11

El presidente ejecutivo del Directorio es Marcos Galperin. Es considerado un director no independiente y, en esta condición, no percibe la remuneración correspondiente a los directores no independientes de Mercado Libre Inc. GRI 2-9



Marcos Galperin
Executive Chairman



Stelleo Tolda
Presidente del Comité de Auditoría, miembro del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo. Director independiente



Martin Lawson
Miembro del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo. Director independiente



Susan Segal
Miembro del Comité de Auditoría y del Comité de Compensaciones. Directora independiente



Nicolás Galperin
Director no independiente



Richard Sanders
Miembro del Comité de Compensaciones. Director independiente



Emiliano Calemzuk
Lead Independent Director. Presidente del Comité de Compensaciones y del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo



Alejandro Nicolás Aguzin
Miembro del Comité de Auditoría. Director independiente



Henrique Dubugras
Director independiente

Distribución

Por edad



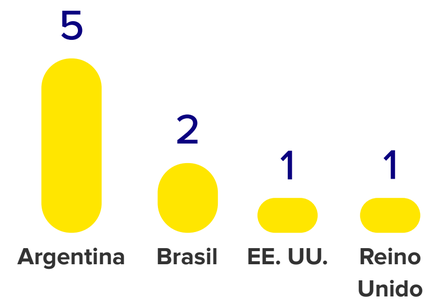
Por género



Por origen geográfico



Por país



Más información aquí

Equipo Ejecutivo



Ariel Szarfsztejn
CEO



Martín de los Santos
Vicepresidente
Ejecutivo y CFO



Osvaldo Giménez
Presidente de Fintech.



Daniel Rabinovich
Presidente de Tecnología
y Operaciones



Sean Summers
Vicepresidente
Ejecutivo de Marketing
y Advertising.



Juan Martín de la Serna
Vicepresidente Ejecutivo
de Asuntos Corporativos



Agustín Costa
Vicepresidente
Ejecutivo de Shipping



Fernando Yunes
Vicepresidente Ejecutivo
de Marketplace

La información sobre el Directorio y el Equipo Ejecutivo presentada en este informe refleja la composición vigente al 23 de abril de 2026, fecha de referencia adoptada a efectos de divulgación.

Hasta el 31 de diciembre de 2025, período cubierto por el informe, el equipo ejecutivo estaba compuesto por: Marcos Galperin (CEO), Martin de los Santos (Vicepresidente Ejecutivo y CFO), Daniel Rabinovich (Vicepresidente Ejecutivo y Director de Tecnología y Operaciones), Osvaldo Giménez (Presidente de Fintech), Juan Martin de la Serna (Vicepresidente Ejecutivo de Asuntos Corporativos), Ariel Szarfsztejn (Presidente de Commerce) y Sean Summers (Vicepresidente Ejecutivo de Marketing & Advertising).

Con fecha 1 de enero de 2026, Marcos Galperin asumió el cargo de Presidente Ejecutivo del Directorio (Executive Chairman), dejando el rol de CEO. En esa misma fecha, Ariel Szarfsztejn fue designado CEO de la compañía.

Gobernanza GRI 2-9

El Directorio 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 Directorio

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

Comité de Auditoría

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

Comité de Compensaciones

Se encarga del desarrollo y supervisión de la aplicación de la 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 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.

Evaluación y remuneración del Directorio y de los comités asesores GRI 2-10

Es responsabilidad del Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo nombrar miembros del Directorio para su posterior designación por la Asamblea de Accionistas. Según sus estatutos, al evaluar la composición deseada del Directorio, el Comité debe considerar factores como integridad, fuerza de carácter, juicio, experiencia empresarial, áreas específicas de especialización y disponibilidad de tiempo para la asistencia y preparación de las reuniones, así como factores relacionados con la composición del Directorio (incluidos su tamaño y estructura) y principios de diversidad.

Más información en los Estatutos del Comité

El Directorio y cada Comité realizan una autoevaluación anual para evaluar la efectividad en el cumplimiento de sus obligaciones. Como parte de este proceso, los directores pueden brindar feedback sobre el desempeño de otros directores. El director independiente principal da seguimiento a estos comentarios y toma las medidas adicionales que considere apropiadas con los directores evaluados. GRI 2-18

Los miembros independientes del Directorio reciben una compensación anual, compuesta por una parte en dinero y otra en acciones de la compañía. La remuneración anual la recomienda el Comité de Compensaciones, que revisa y aprueba el Directorio. GRI 2-19

Expertise de los miembros del Directorio GRI 2-17

Los miembros del Directorio cuentan con una combinación de habilidades, capacidades y experiencia que les permite comprender los desafíos y la complejidad de las industrias en las que operamos. Más información en el *Proxy Statement 2025*.

Prevención de conflictos de interés GRI 2-15

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 Directorio 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. GRI 2-16

Compromiso con la integridad

GRI 2-23 3-3 Gobernanza, ética y transparencia

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) 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 y la Política de Conflictos de Interés. Nuestro Código tiene un enfoque regional que considera los contextos culturales de cada mercado en el que operamos, y se revisa periódicamente de acuerdo con las principales tendencias regulatorias aplicables.

Los proveedores y socios comerciales, al iniciar relaciones comerciales con Mercado Libre, firman el MELI Code+ que contiene los estándares de conducta esperados para nuestra cadena de valor.

Protección de los derechos humanos

GRI 2-23

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.

Gestión y prevención del riesgo de corrupción

GRI 205-1

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, en términos de volumen y exposición. Además, realizamos reuniones periódicas con líderes de las áreas más vulnerables al riesgo de corrupción para obtener información constante acerca de las operaciones en curso y recomendar acciones de mitigación adecuadas.

Prevención de lavado de activos y financiamiento al terrorismo y sanciones

GRI 2-24

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.

Fomento a una cultura de cumplimiento e integridad GRI 3-3 Gobernanza, ética y transparencia

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 GRI 205-2

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 GRI 2-24

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 GRI 2-24

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. GRI 205-2

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* e incluimos entrenamientos especiales sobre Intolerancia al Crimen Organizado, que alcanzó a 246 personas.

Canales de comunicación y denuncia GRI 2-25

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.

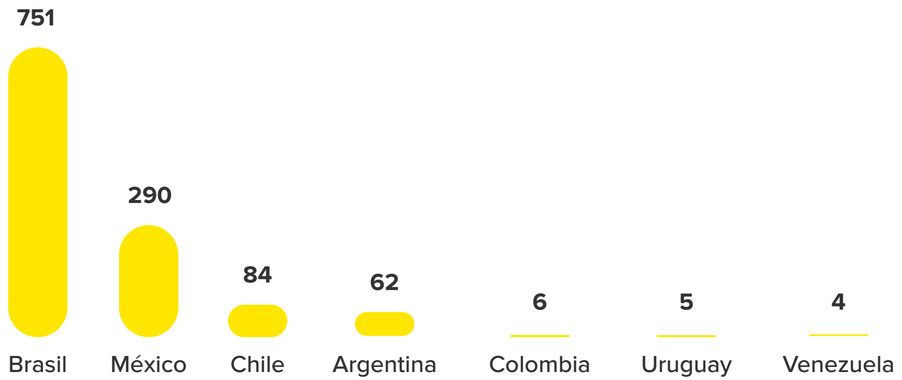
Mercado Libre mantiene una estricta política de no represalias, asegurando que las personas puedan reportar preocupaciones de buena fe sin temor a consecuencias adversas.

Gestión de casos identificados o reportados GRI 2-26

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 1.202 estaban relacionadas con posibles violaciones de los derechos humanos, incluidos casos de acoso moral o sexual, comportamiento discriminatorio, incumplimiento de normativas y leyes y seguridad física. De las 1.202 denuncias presentadas sobre potenciales vulneraciones de derechos humanos, se resolvieron 1.086 y 207 se comprobaron total o parcialmente. Las denuncias no resueltas durante el periodo no representan un riesgo significativo para la empresa. GRI 406-1

Total de denuncias por país (1.202)



90,3 %
denuncias cerradas

Línea de Denuncias

Fortaleciendo la integridad en la cadena de valor

GRI 3-3 Gestión de la cadena de proveedores

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 firmaron el MELI Code+ en 2025.



751 empresas y organizaciones monitoreadas por el Programa de Gestión de Riesgos Anticorrupción de Terceras Partes. **GRI 205-2**



El 96% del gasto se realiza con proveedores locales. Asimismo, estos representan el 97% de nuestra base de proveedores, considerando como ‘locales’ a aquellos con presencia en los países donde tenemos operación. **GRI 204-1**

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.

MELI Awards

Los premios MELI Awards, lanzados en 2023, reconocen el desempeño de los principales proveedores de Mercado Libre mediante una evaluación anual que considera aspectos comerciales, técnicos, de cumplimiento normativo y criterios ESG. La madurez en sustentabilidad se analiza en función de la gestión climática, el compromiso con los derechos humanos y las prácticas de gobernanza. En 2025, 208 proveedores fueron evaluados bajo esta metodología. En total, 20 empresas proveedoras que operan en categorías estratégicas para las operaciones de Mercado Libre en Brasil recibieron el galardón.



Nuestra estrategia de sustentabilidad

GRI 3-3 Desarrollo socioeconómico local | Inclusión y educación financiera | Impacto en las comunidades donde operamos | Energía y movilidad | Gestión de residuos y circularidad

Crecer 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 GRI 2-12 2-13 2-14

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 de Directorio. Siempre que es necesario, el Directorio recibe información actualizada sobre los riesgos y oportunidades derivados de factores ambientales, sociales y de gobernanza.

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





CAPITAL INTELECTUAL

Experiencia de usuario

» Un ecosistema en constante evolución 27
» Propuesta de valor y beneficios 29
» Eficiencia en cada interacción 33
» Confianza e integridad en el ecosistema 34
» Protección de datos personales 39
» Ciberseguridad 42

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.

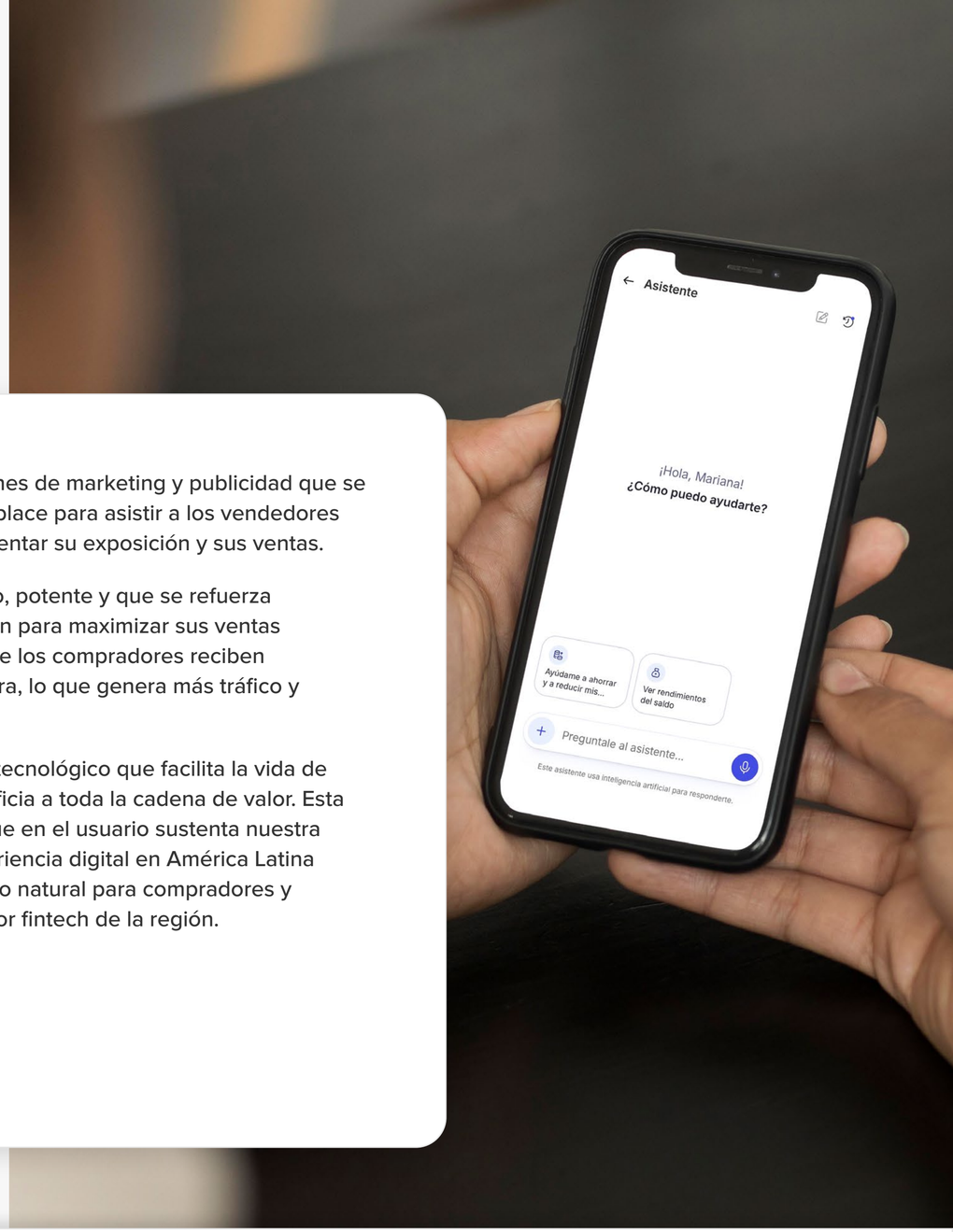
Con Mercado Pago, somos una de las fintechs mejor valoradas de la región, con el NPS más alto en Argentina, Chile, Brasil y México. Para apoyar la toma de decisiones financieras y optimizar la gestión del flujo de caja, desarrollamos soluciones como el Asistente Personal de IA para la cuenta digital y el Sistema de Gestión para cuentas empresariales (ver más en la pág. 28). Además, ofrecemos productos y servicios con beneficios adicionales, como la telemedicina, disponible para los clientes que contratan nuestros seguros de vida y accidentes personales (Más información en la pág. 68).

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.

2 millones de conversaciones y 1,5 millones de usuarios únicos que interactuaron con el asistente personal en diciembre de 2025.

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 19 reales (cerca de 3,6 dólares), 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 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.

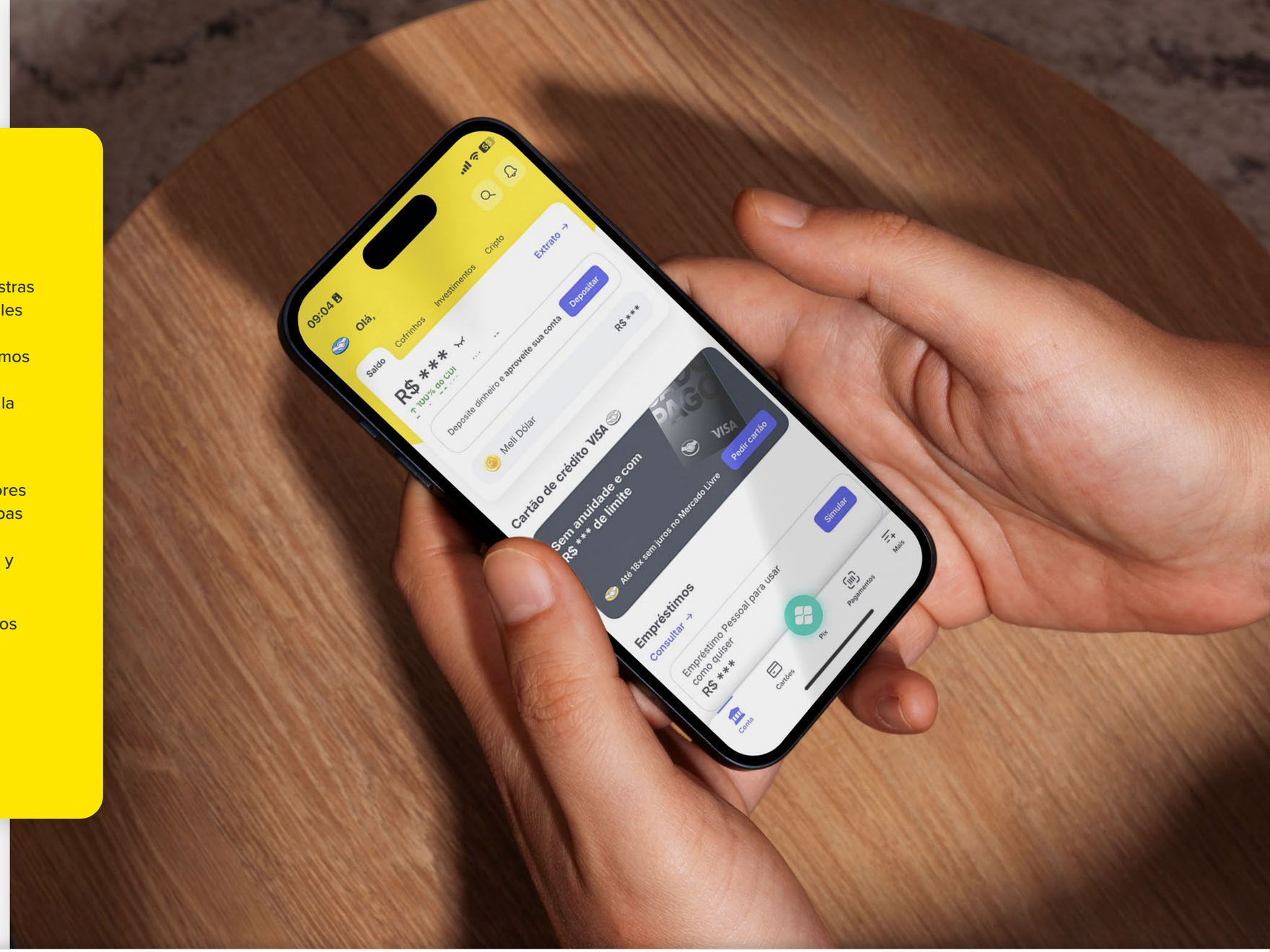


Accesibilidad digital en aplicaciones y sitios web

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.





Uso de nuestras plataformas

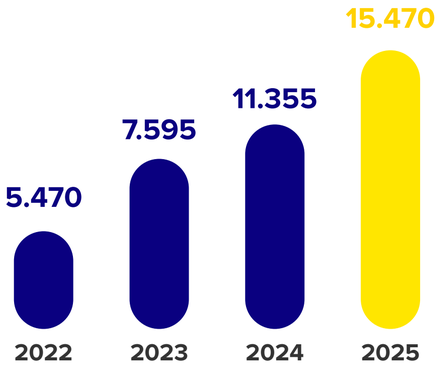
15.470 M transacciones en Mercado Pago

121 M compradores únicos en Mercado Libre **(+21% vs. 2024)**

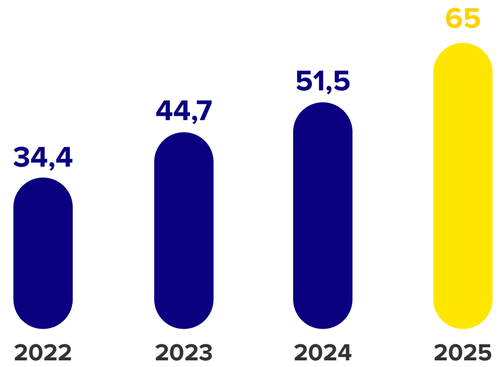
2,4MM productos vendidos

78 M usuarios activos mensuales en Mercado Pago **(+27,3% vs. 2024)**

Transacciones en Mercado Pago (en millones)



Volumen total de productos vendidos (en miles de millones de dólares)



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.

99,8% de los reclamos resueltos en 2025.

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

GRI 3-3 Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios 417-1

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 debe devolverse. 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.

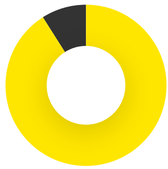
Resultados de 2025:

+17.000 miembros registrados en el programa.

+93.000 derechos de propiedad intelectual adheridos.

+850.000 denuncias confirmadas.

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



El 91% de las publicaciones removidas correspondió a detecciones proactivas.

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, alcanzando resultados hasta 22 veces superiores a las denuncias de infracción realizadas por integrantes de la iniciativa en el BPP. 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 periodo 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.

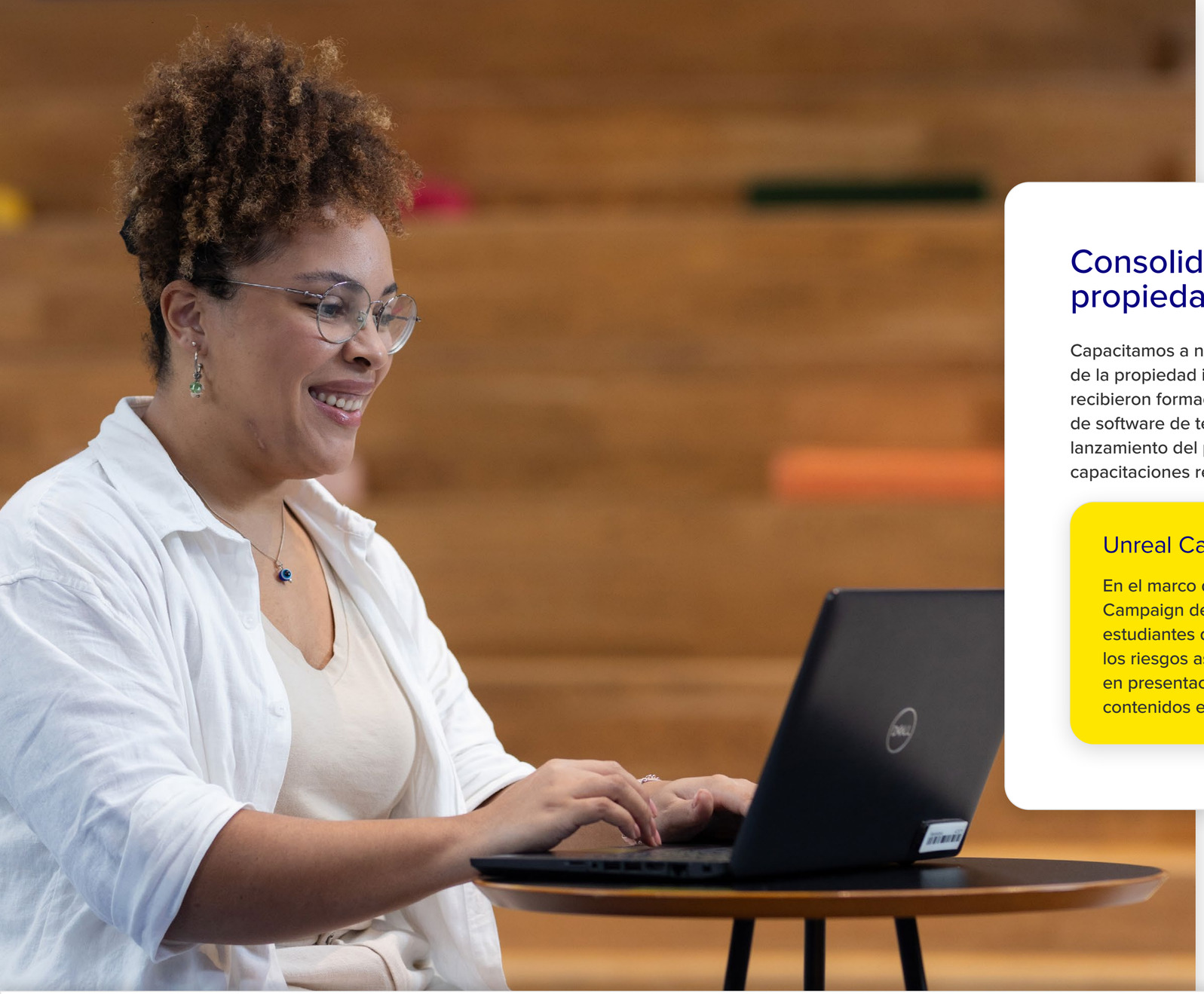
En agosto de 2025, lanzamos IP Booster, un programa que facilita el registro de marcas en los 18 países donde operamos. La solución permite que los usuarios registren su marca ante las oficinas nacionales de propiedad industrial y posteriormente presenten el certificado en la iniciativa “Registro de 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

GRI 3-3 Privacidad y seguridad de la información

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

GRI 3-3 Privacidad y seguridad de la información

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 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

GRI 3-3 Privacidad y seguridad de la información

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 GRI 418-1

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 GRI 3-3 Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios

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 que presentan algún tipo de riesgo, orientadas a advertir a los usuarios sobre posibles estafas, por ejemplo, en las que una persona persuade a otra para que realice transferencias de dinero 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, 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 SASB CG-EC-220a.2

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. SASB CG-EC-220a.1

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.

Ciberseguridad

SASB CG-EC-230a.1

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

SASB CG-EC-230a.1

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 45
» Generación de empleo de calidad 47
» Meritocracia e igualdad de oportunidades 48
» Uno de los mejores lugares para trabajar 51
» Aprendizaje basado en desafíos 53
» Salud, bienestar y seguridad laboral 56



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, emprendedurismo, 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 esta 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 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.

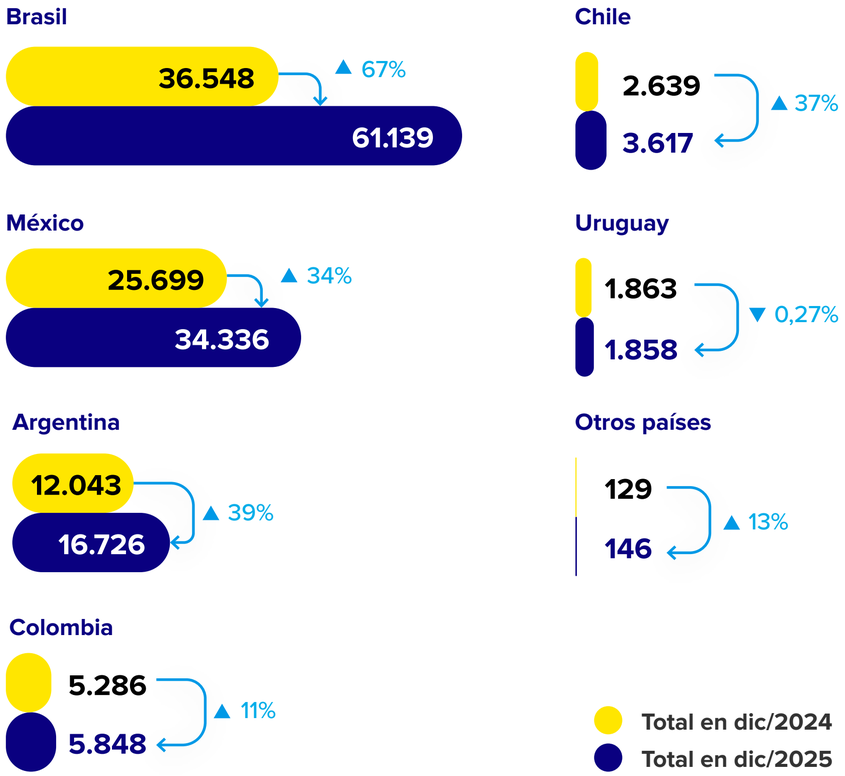
Generación de empleo de calidad GRI 2-7

En 2025, generamos 39.463 empleos, finalizando el año con un equipo de 123.670 personas, impulsado por las áreas de logística, tecnología y otras áreas de negocio. Un número que representa nuestra fuerza colectiva y el compromiso de seguir revolucionando la forma de comprar, vender, pagar, financiar, anunciar y enviar en toda América Latina.

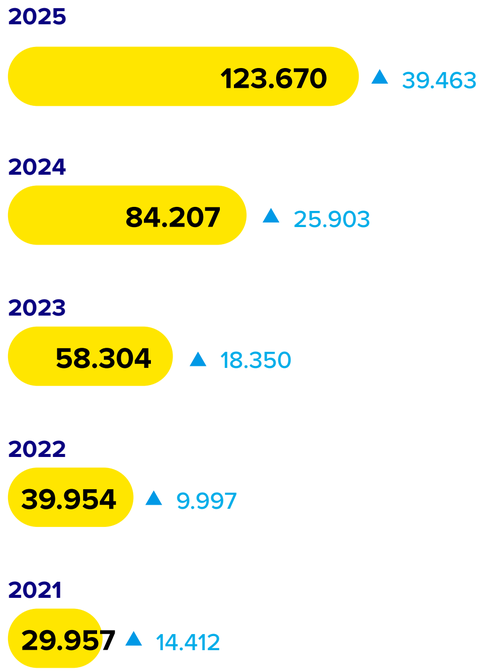
123.670 personas
en el equipo de Mercado Libre en 2025

▲ +46,8% vs. 2024

Empleos generados y total por país



Crecimiento del equipo por año



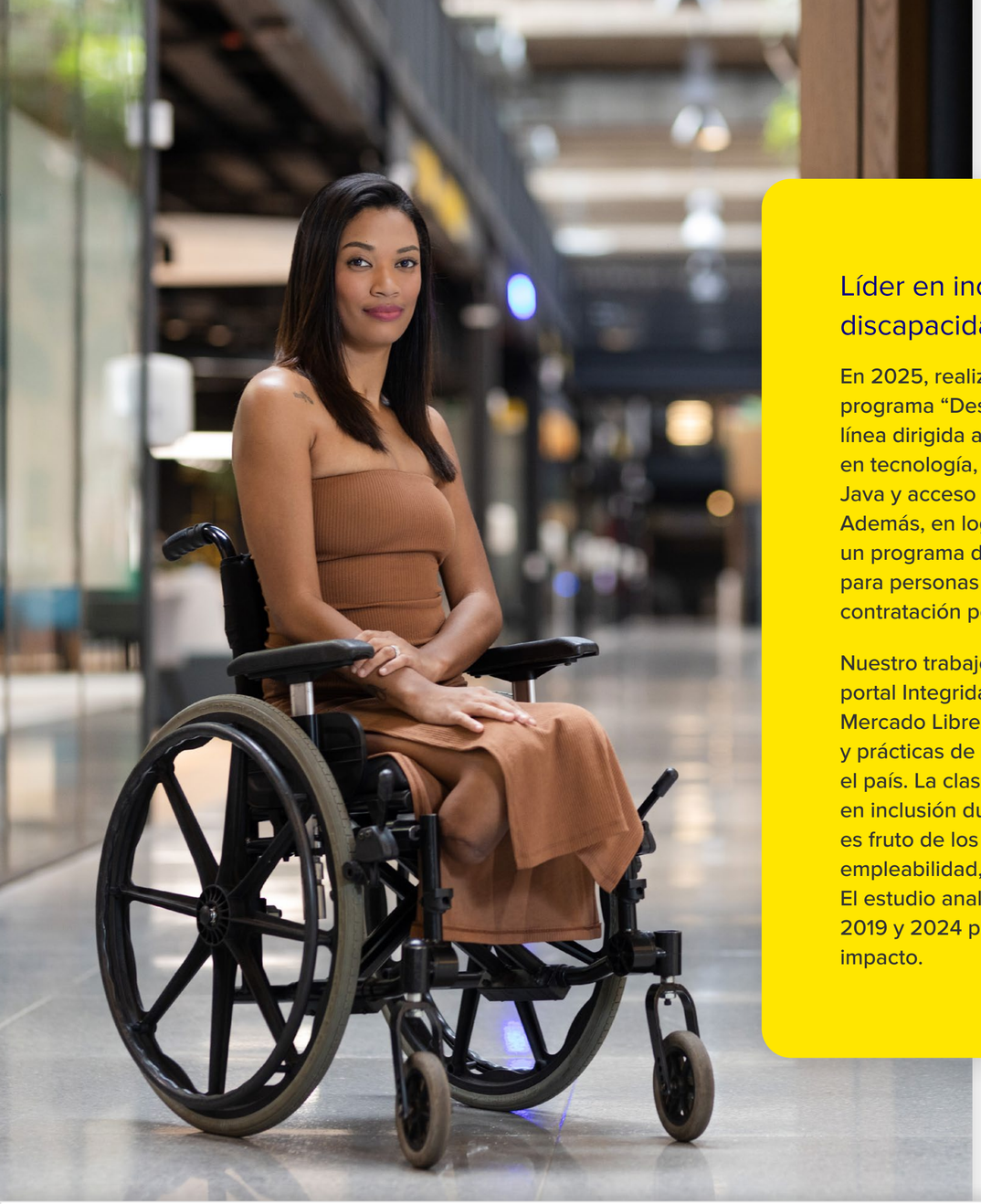
Meritocracia e igualdad de oportunidades

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.

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*.

Consultar contenidos complementarios/GRI en el Anexo. →





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.

Inclusion Insights Team

SASB CG-EC-330a.3

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.

Uno de los resultados de este trabajo fue la implementación, en Brasil, de una plataforma digital de intérpretes de LIBRAS (lengua brasileña de señales). Esto no sólo representó una solución escalable, sino que permitió aumentar la representatividad de personas con discapacidad auditiva en nuestras operaciones, pasando de 255 empleados en enero de 2025 a 780 en diciembre del mismo año.

Propuesta de valor basada en desafíos

Somos una compañía *equal pay* y no hay brecha representativa de algún grupo específico en ningún proceso de talento. 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 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.

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.

Tasa de *engagement* en todo MELI



93% (91% en 2024)

Tasa de *engagement* en equipos de Tecnología



94% (93% en 2024)

Tasa de *engagement* en equipos de Envíos



92% (89% en 2024)

Tasa de renuncia para roles no operativos



4,8% (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° ano consecutivo)
1° lugar sector retail generalista

México
6° lugar nacional
1° lugar sector comercio electrónico

Brasil
3° 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

GRI 3-3 Desarrollo de nuestros equipos

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

GRI 404-2

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:

***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.

***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.

***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 GRI 404-3

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.

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 nuestros equipos 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 seniores 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

GRI 3-3 Salud, bienestar y seguridad laboral 403-1

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, sustentándose 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

GRI 403-1 GRI 403-7

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. GRI 403-4

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. GRI 403-4

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. GRI 403-2

Gestión de riesgos GRI 403-2 403-7

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 GRI 403-9

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. GRI 403-10

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. GRI 403-7

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 GRI 403-3 403-6

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.

Capacitación en seguridad GRI 403-5

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.

Canales de reporte GRI 403-2

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.



Beneficios y derechos laborales GRI 401-2

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 GRI 407-1

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.



CAPITAL SOCIAL

Impacto social

» Entregando lo mejor de América Latina 62
» Apoyo al desarrollo local 65
» La tecnología al servicio de la inclusión financiera 68
» Acción en las comunidades donde operamos 73

Entregando lo mejor de América Latina

GRI 3-3 Desarrollo socioeconómico local 203-1 203-2

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[2]

Promedio regional[2]

+ 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

México

Oscar Hernández fundó Kampak hace 10 años en Ciudad de México. La marca, especializada en artículos tácticos de uso diario, como mochilas, pecheras, bolsas y ropa, impulsó su crecimiento al vender en Mercado Libre, especialmente tras el lanzamiento del servicio FULL en México, lo que permitió optimizar su operación y generar empleo. Hoy, 15 personas gestionan sus ventas en la plataforma, complementadas con soluciones de Mercado Pago, consolidando a Mercado Libre como un aliado clave en su expansión.

Kampak comenzó a operar en 2016 en el marketplace con solo 30 ventas al mes. En 2024 el promedio fue de 6.000 operaciones mensuales.





Brasil

El auténtico guaraná de Maués de D'Amazônia Origens, elaborado artesanalmente por pequeños productores, tarda más de 24 horas en barco en llegar a Manaus. Gracias al apoyo de Mercado Libre, la marca logró ampliar su acceso al mercado y llevar su guaraná a consumidores de distintas regiones del país, especialmente en el sureste. Este nuevo alcance impulsó el crecimiento del negocio y contribuyó a un aumento del 1.000% en las ventas.

"El programa Biomas a un Click fue muy positivo para nosotros por varias razones, especialmente por su formato. Al realizarse a distancia, permitió que microemprendedores del interior de Amazonas accediéramos fácilmente a capacitaciones, a encuentros con profesionales calificados y a información valiosa."

Luca D'Ambros, director ejecutivo de D'Amazônia Origens.

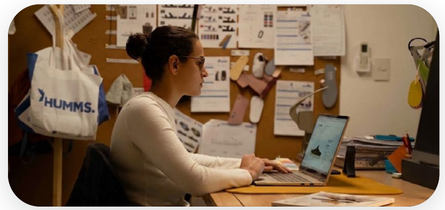


Argentina

Humms nació en 2016 en La Matanza como una marca de calzado 100% nacional creada por la familia Carrabs. Con más de 30 empleados y una producción anual de 120.000 pares, la empresa aceleró su crecimiento al integrarse al ecosistema de Mercado Libre y Mercado Pago, lo que le permitió ampliar su alcance a todo el país, profesionalizar su operación y fortalecer su gestión financiera.

"En cada par intervienen 25 personas y hoy fabricamos más de 120.000 por año."

Fundadores de Humms



[2] 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%).

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.

Pequeñas grandes historias

Adiel Largo es *Head* de Always on Time. Creó su empresa en Cuautitlán Izcalli, México, junto con tres socios, con la convicción de enfocarse en el negocio de transporte. Operar con Mercado Libre les permitió formar parte de un ecosistema más grande. Desde 2021, la empresa ha crecido exponencialmente: de tener 15 colaboradores pasó a tener 240.



Meli Places

Hoy, más de 12.458 establecimientos en los países donde operamos 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.

Luciana tiene un kiosco en General Roca, Río Negro, Argentina. En 2024, ella decidió sumarse como punto de retiro de Mercado Libre. Desde entonces, recibe en promedio 15 personas adicionales por día que se acercan a retirar paquetes. Aunque muchos llegan solo por sus compras online, varios aprovechan para llevar otros productos del kiosco. Luciana no necesitó incorporar personal, pero sí reorganizó su espacio para sumar un sector dedicado a los paquetes.



“Antes teníamos picos de venta solo los fines de semana; ahora, todos los días entra gente nueva. Eso nos da más visibilidad y una ventaja frente a otros kioscos de la zona.”

Apoyo al desarrollo local

GRI 3-3 Desarrollo socioeconómico 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.

Biomas a un Click: impulsando la bioeconomía

Desde 2019, desarrollamos Biomas 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 Biomas a un Click

+ 2.114 productos procedentes de la biodiversidad brasileña disponibles.

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

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

+55.000 productores impactados.

Conoce cómo Biomas a un Click impulsa la bioeconomía en la Amazonía.

Whitepaper Biomas a un Click: Impulsando la sociobioeconomía en América Latina.

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 Biomas a un Click. 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.

Incentivos para fortalecer marcas emprendedoras

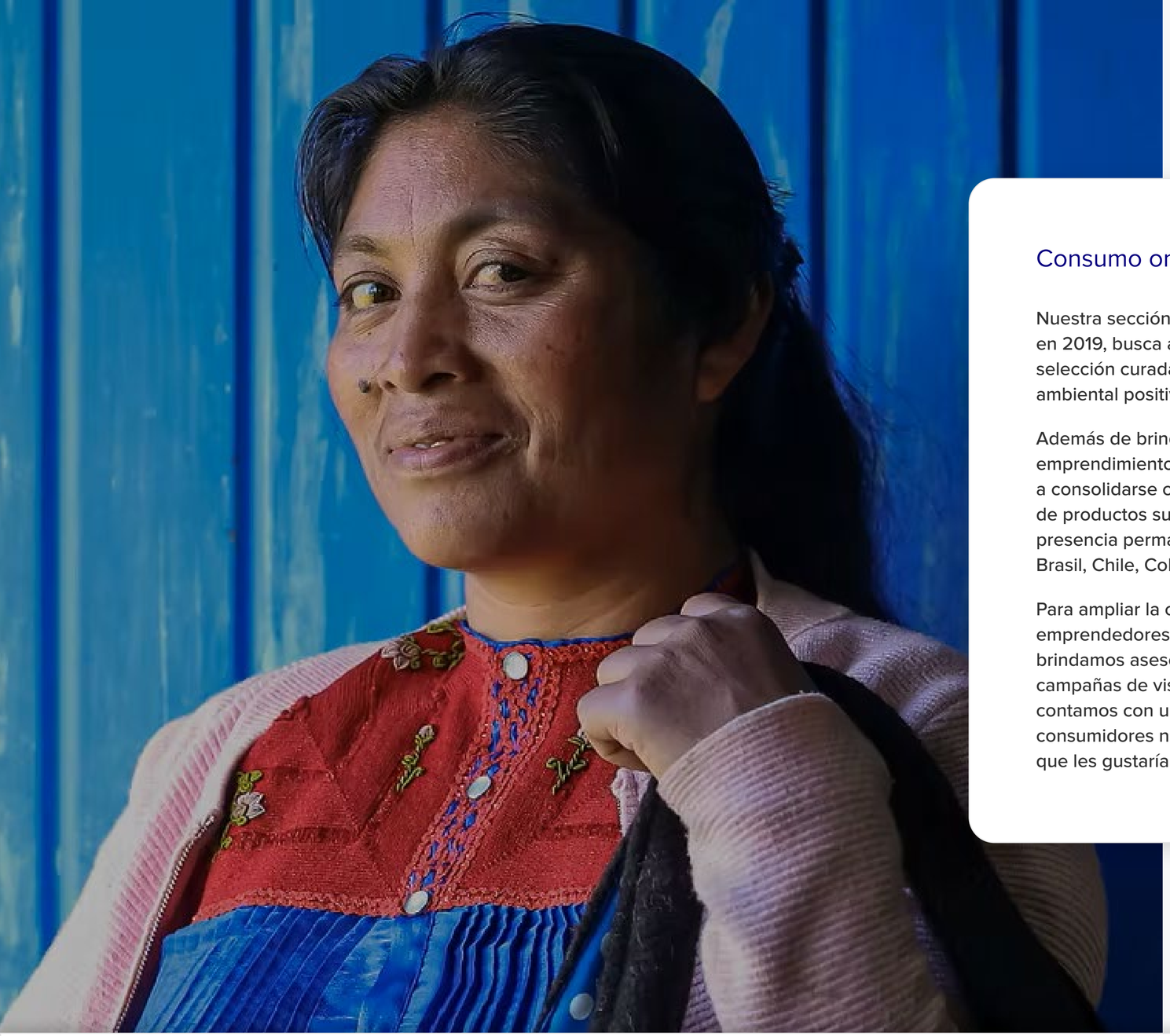
El programa contempló un fondo incentivo de USD 15.000 para las pymes que presentaron los mejores casos de mejora de sus negocios en ejes como empaques, fotografía e identidad visual. Las ganadoras fueron Pan Q’ Ayuda (Querétaro), Pergal (Chiapas) y Habanerísima (Yucatán), emprendimientos que impulsan el desarrollo local a través de la inclusión laboral, la producción agroecológica y la preservación de la tradición culinaria.

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.

+62.000 emprendimientos y marcas vendiendo algún producto con impacto positivo.

+9,5 M de compradores de algún producto sustentable.

+21 M unidades vendidas en 2025 **▲ (+66% vs. 2024).**

Conoce la sección de Productos Sustentables.

La tecnología al servicio de la inclusión financiera

GRI 3-3 Inclusión y educación 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. En 2025, se emitieron 7,4 millones de tarjetas en Brasil, México y Argentina.

Al mismo tiempo, fortalecimos las soluciones de ahorro e inversión: el dinero invertido por los usuarios en nuestra plataforma alcanzó los USD 18,8 mil millones.

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 28), 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.

USD
277,8 MM
volumen total de pagos procesados.

78 M
usuarios activos mensuales.

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.

USD
38,8 MM
créditos otorgados en 2025.

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.

USD
18,8 MM
activos bajo gestión.

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.

16,7 M
usuarios con pólizas activas.

Fortaleciendo las capacidades financieras

GRI 3-3 Inclusión y educación financiera

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 Olimpíadas 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.

México

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.

Más información aquí



Acción en las comunidades donde operamos

GRI 3-3 Impacto en las comunidades donde operamos 413-1

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.

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.

USD
+44,8 M
transaccionados en Mercado Libre Solidario en 2025.

MELI Solidario Week en Argentina y México

Mercado Libre Solidario realizó la segunda edición de MELI Solidario Week, un ciclo de capacitaciones gratuitas para organizaciones sociales de Argentina y México, enfocado en fortalecer sus estrategias de marketing digital y recaudación de fondos.

La iniciativa incluyó talleres virtuales y presenciales con metodologías participativas y herramientas prácticas para mejorar la gestión y ampliar el alcance de las organizaciones. En total, se registraron 970 representantes de organizaciones sociales, de las cuales más del 68% asistió a más de una actividad.



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 diferentes situaciones, entre ellas las inundaciones en Bahía Blanca, ciudad ubicada en el suroeste de la provincia de Buenos Aires. En este contexto, llevamos adelante las siguientes iniciativas y contribuciones:

USD 420.000 recaudados a través del botón Donar en la app de Mercado Pago, que permitió a millones de usuarios contribuir de forma práctica y segura con organizaciones sociales que trabajaron en territorio, destinando los fondos a la recuperación de hospitales públicos y viviendas de familias afectadas.

+4.500 productos esenciales donados en alianza con vendedores estratégicos, asegurando disponibilidad y entrega rápida a las familias afectadas.

Comisiones bonificadas durante dos meses para comercios locales que operan con Mercado Pago y vendedores de Mercado Libre, acompañando la reactivación económica de la zona.

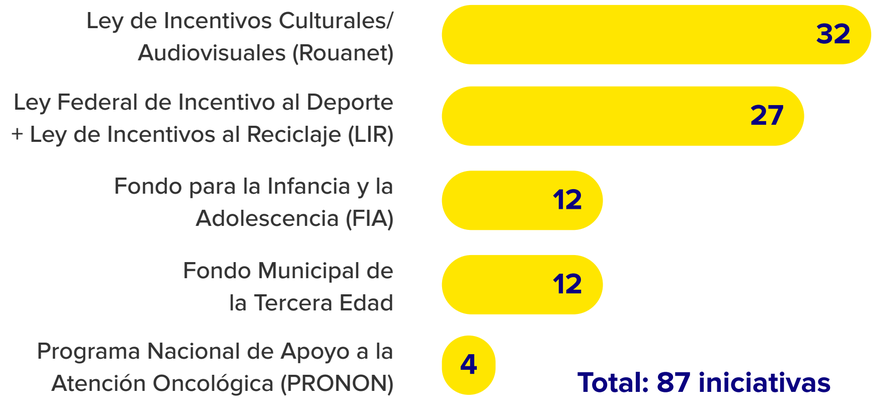
+84.000 envíos gratuitos desde todo el país hacia Bahía Blanca durante dos semanas, con logística priorizada para productos esenciales.

Inversión sociocultural en Brasil GRI 201-4

Más de USD 11,7 millones[3] destinados a iniciativas sociales y culturales por medio de incentivos fiscales

En 2025 se destinaron 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, 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.



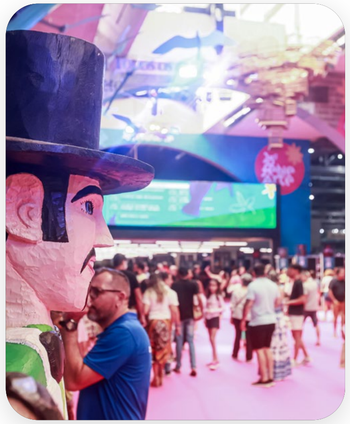
Más información sobre los proyectos apoyados aqui

[3] Tipo de cambio BRL/USD al 5 de marzo de 2026.

Conoce algunas iniciativas apoyadas por Mercado Libre a través de incentivos fiscales en Brasil

Ley Rouanet - FENEARTE (PE)

La mayor feria de artesanía de América Latina y un importante espacio de valorización de la cultura popular brasileña, FENEARTE reúne a artesanos de diversas regiones del país, promoviendo la visibilidad de saberes tradicionales y fortaleciendo la economía creativa. La iniciativa contribuye a la generación de ingresos y oportunidades para trabajadores de la cultura en Pernambuco.



FIA - Inclusión Productiva en el Mundo del Trabajo – Instituto da Oportunidade Social (SP)

Esa iniciativa ofrece formación y preparación para la empleabilidad de adolescentes y jóvenes, con foco en el desarrollo de competencias técnicas y socioemocionales.
El proyecto contribuye a reducir vulnerabilidades, ampliar perspectivas de futuro y facilitar la inserción en el mercado laboral en São Paulo.



Tercera Edad - Centro Día de Cajamar (SP)

El Centro Día de Cajamar es un espacio de cuidado y convivencia dirigido a personas mayores, que ofrece actividades y acompañamiento orientados a promover la autonomía, la seguridad y la calidad de vida. La iniciativa también brinda apoyo a familias y cuidadores, fortaleciendo la red de protección social y promoviendo el envejecimiento activo en el municipio.





CAPITAL NATURAL

Ambiente

» Entregar más, gestionando nuestro impacto 77
» Nuestra huella de carbono 79
» Movilidad sustentable 82
» *Packaging* 84
» Gestión de residuos y circularidad 85
» Operaciones sustentables 88



Entregar más, gestionando nuestro impacto

GRI 3-3 Energía y movilidad y Gestión de residuos y circularidad **201-2** **SASB-GC-EC-410a.2**

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.

También avanzamos en la evaluación de los **riesgos climáticos físicos y de transición**, incluidos los posibles impactos relacionados con los fenómenos extremos sobre la infraestructura logística y la operación. Estos análisis orientan la planificación de rutas, los protocolos de respuesta a emergencias y la gestión de la continuidad operativa (más información en la página 79).

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.

218 M de paquetes entregados con emisiones reducidas en 2025.

17.500 vehículos de bajas emisiones (eléctricos, etanol y biometano) en las flotas.

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

Más información

Packaging

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

Un **18%** de plástico reciclado en las bolsas utilizadas para envíos.

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

Más información

Circularidad de materiales

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

El **82%** de tasa media de recuperación de residuos en toda la operación.

+90,7% de los productos devueltos recuperados.

Revisión estratégica de gestión de residuos en los centros de distribución (CD) de Brasil y México.

Más información

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:

- El 51% de operaciones abastecidas con energía renovable.
- Reducción de emisiones en los CD y en la cadena de valor, con énfasis en la precisión y calidad de los datos.
- Inclusión de los riesgos socioambientales y climáticos en las matrices de riesgo corporativas.
- Monitoreo sistemático del consumo de energía y agua.
- Sistemas de ahorro de agua incorporados en nuevos proyectos.

Más información

Gestión de riesgos socioambientales y climáticos GRI 201-2

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.

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)

GRI 305-1 305-2 305-3 SASB CG-EC-410a.1

	2023	2024	2025
Emisiones directas de GEI - Alcance 1 (En toneladas CO_2e)	**7.857**	**29.198**	**29.284**
Combustión a partir de fuentes móviles	1.822	25.572	25.660
Combustión de fuentes fijas[4]	5.876	3.598	2.889
Emisiones fugitivas[5]	159	28	735
Emisiones biogénicas de CO_2 en el Alcance 1	-	7.303	7.257
Emisiones indirectas de GEI - Alcance 2 (En toneladas CO_2e)	**18.179**	**25.082**	**43.865**
Emisiones indirectas de GEI - Alcance 2 (En toneladas CO_2e) Market based	18.179	25.082	43.865
Emisiones indirectas de GEI - Alcance 2 (En toneladas CO_2e) Location based	46.731	49.799	67.688

	2023	2024	2025
Otras emisiones indirectas - Alcance 3 (En toneladas CO_2e)	**2.081.948**	**2.675.394**	**4.001.344**
Alcance 3: (01) Compra de productos y servicios	798.970	1.032.823	1.654.895
Alcance 3: (02) Bienes de capital[6]	-	-	144.229
Alcance 3: (03) Fuel- and energy-related activities (no incluido en el Alcance 1 ni en el Alcance 2)	-	9.215	9.037
Alcance 3: (04) Transporte y distribución de aguas arriba[7]	1.215.267	1.498.067	2.028.704
Alcance 3: (05) Residuos generados en las operaciones[8]	2.878	5.186	11.121
Alcance 3: (06) Viajes de negocios	5.064	8.318	10.283
Alcance 3: (07) Desplazamientos de empleados	40.859	121.785	143.075
Emisiones biogénicas de CO_2 en el Alcance 3	-	92.438	136.717
% de la huella de carbono que representa la generación de residuos	1,03%	0,19%	0,27%
TOTAL	**2.107.984**	**2.729.674**	**4.074.493**

[4] Disminución del consumo de diesel en las operaciones.

[5] Mayor relevamiento de información.

[6] Inclusión de nuevas categorías en el cálculo: compra de infraestructura (mezaninos) y compra de autoelevadores para la operación.

[7] Recategorización de las actividades de transporte y distribución, cambiándolas de la categoría de “aguas abajo” a “aguas arriba”.

[8] Recalculación de las series históricas, con actualización de factores de emisión y mejora en estimaciones de datos de sitios pendientes. GRI 2-4

Informe metodológico

Metodología

Las referencias utilizadas para los factores de emisión considerados fueron: IPCC AR5; DEFRA – Greenhouse gas reporting: conversion factors 2025; Programa Brasileiro GHG Protocol; IEA Emission Factors Database 2025; Ecoinvent Database; huellas de carbono de productos reportadas por fabricantes (i.e.: Dell, Apple Products); Carnegie Mellon EIOLCA Database; reportes de proveedores.

Gases incluidos en el cálculo

CO_2, CH_4, N_2O, R-410, R-22

Alcance 2

Siguiendo el criterio de reporte dual del GHG Protocol, presentamos nuestras emisiones de Alcance 2 bajo dos metodologías: *Location-based*, que muestra el impacto de la red eléctrica local, y *Market-based*, que reconoce nuestras decisiones de compra de energía limpia y atributos renovables.

Emisiones biogénicas

Las emisiones biogénicas se derivan de la quema o biodegradación de biomasa.

Recategorización Alcance 3 – Transporte y distribución aguas abajo

Bajo criterios del GHG Protocol, recategorizamos el transporte de productos a aguas arriba (Cat. 4). Al actuar como contratante del servicio, la actividad se clasifica como transporte adquirido según el estándar Alcance 3.

Inclusión de categorías

Cat. 2 – Bienes de capital: incorporamos las emisiones vinculadas a la fabricación de activos fijos (equipos y vehículos) adquiridos en el año, según el criterio de *cradle-to-gate* del GHG Protocol.

Cat. 3 – Energía y combustibles: sumamos las emisiones por extracción, producción y transporte de la energía consumida, incluyendo las pérdidas por distribución en red no contabilizadas en Alcance 1 y 2.

Intensidad de las emisiones GRI 305-4

Intensidad de las emisiones	2023	2024	2025
tCO_2e por colaborador	33,6	32,4	32,9
tCO_2e por comprador	0,023	0,027	0,034
tCO_2e por USD facturado	0,000140	0,000131	0,000147

Evolución de inventario GEI (tCO_2e)

GRI 305-1 305-2 305-3

Inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en toneladas CO_2e	2023	2024	2025
a. Emisiones directas de GEI - Alcance 1	7.857	29.198	29.284
b. Emisiones indirectas de GEI - Alcance 2	18.179	25.082	43.865
c. Otras emisiones indirectas - Alcance 3	2.081.948	2.675.394	4.001.344

Movilidad sustentable

GRI 3-3 Energía y movilidad | 305-5 | SASB-GC-EC-410a.1

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). En 2025, entregamos **más de 218 millones de paquetes con emisiones reducidas**, evitando la emisión de **32.000 tCO_2e**. Considerando todos los vehículos que recorrieron por lo menos una ruta semanal, la flota eléctrica superó los **4.500 vehículos**, y la flota impulsada por combustibles alternativos suma **13.000 vehículos**.

En Brasil, donde se concentra el 55% de nuestra operación logística, hemos avanzado en el uso de biometano, e iniciado un proyecto piloto para ampliar el uso del etanol en la primera y última milla, aprovechando la disponibilidad de este combustible en todo el país, su competitividad en precios y su reducción del 65% de emisiones en relación con la gasolina. Para acelerar la adopción de combustibles de baja emisión en la milla intermedia, también planeamos ampliar la infraestructura de abastecimiento de GNV y biometano en rutas estratégicas.

Todas estas iniciativas nacen de asociaciones y colaboraciones que incluyen no solo áreas internas como nuestra cadena de valor, empresas y asociaciones del sector logístico, como la Coalición de Transportes y en la Alianza por la Movilidad Sustentable en Brasil.

Al ampliar estas soluciones, buscamos no solo reducir nuestras propias emisiones, sino también promover la adopción de alternativas más limpias en el sector logístico, ampliando el impacto positivo a lo largo de la cadena de valor.

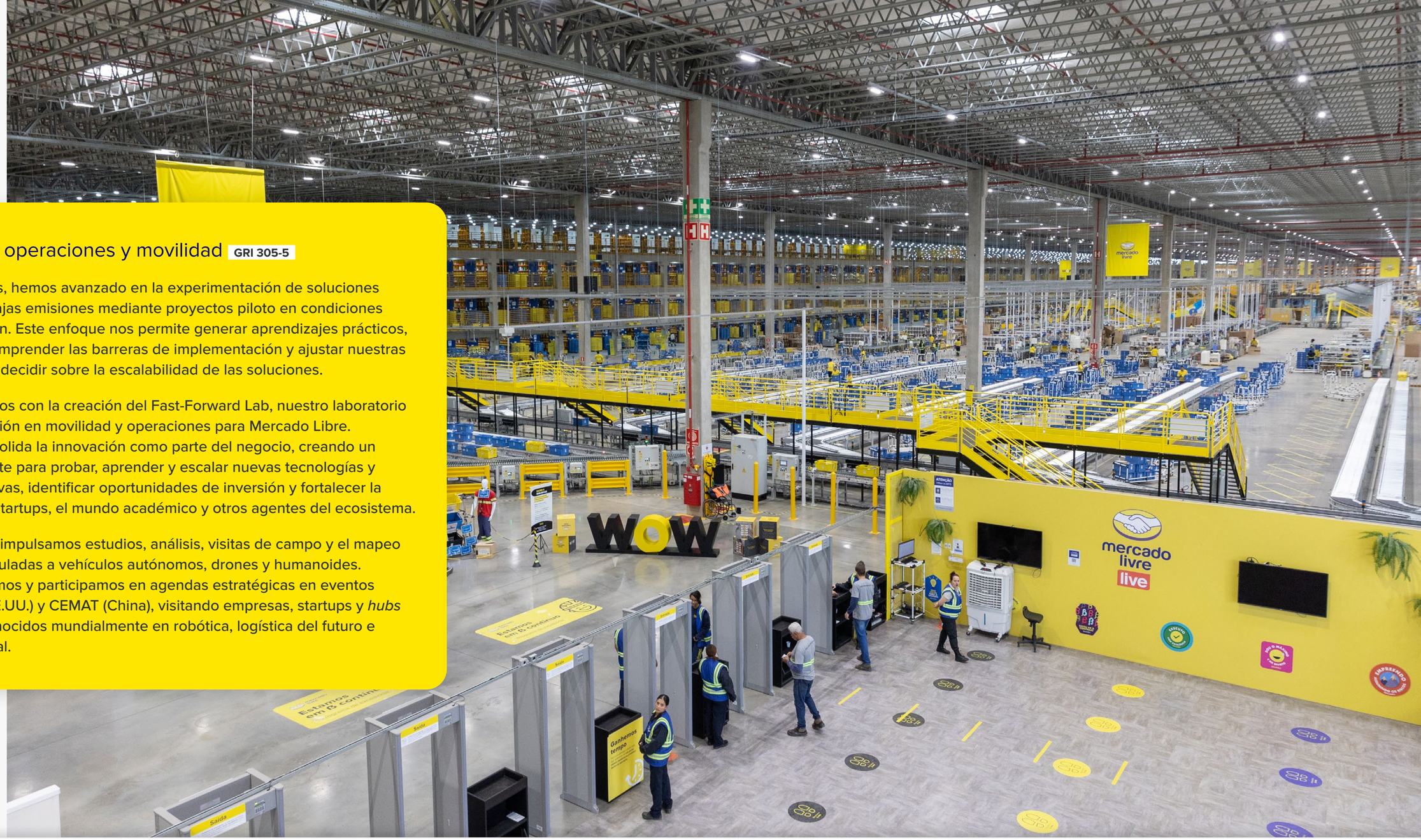


Innovación en operaciones y movilidad GRI 305-5

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

GRI 301-1 301-2 301-3

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.

Desde 2023, 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.

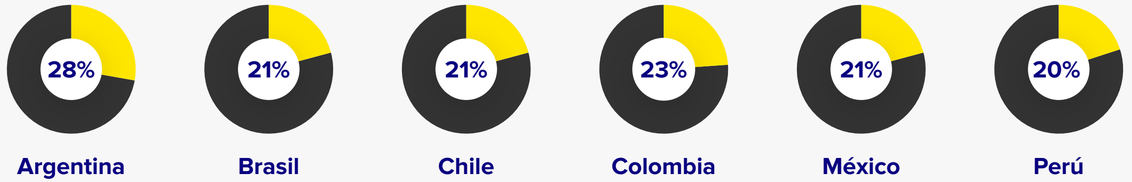
Durante 2025, implementamos progresivamente una nueva solución de *film stretch* de alto desempeño, con un menor espesor, sin comprometer la resistencia, la fuerza de contención y la elasticidad. Esta solución, adoptada en Brasil, Argentina, Chile y Colombia, permitirá reducir el consumo de este material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

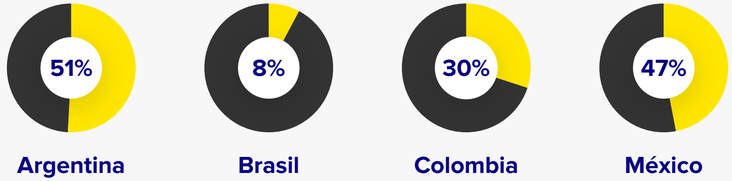
Reducción de materiales en los envíos

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.

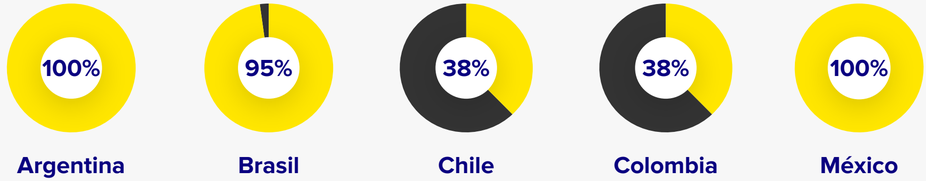
Porcentaje de envíos utilizando el empaque primario (SIOC)



Porcentaje de plástico reciclado utilizado en nuestros envases (promedio)



Porcentaje de cajas/cartón reciclado (promedio)

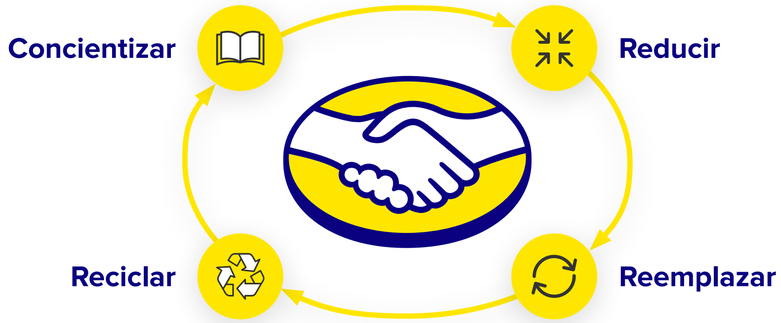


Gestión de residuos y circularidad

GRI 3-3 Gestión de residuos y circularidad 306-1

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 reinserción 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 el 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

GRI 3-3 Gestión de residuos y circularidad | 301-3 | 306-2

En 2025, la tasa media de recuperación de residuos en toda la operación alcanzó el 82%, 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.

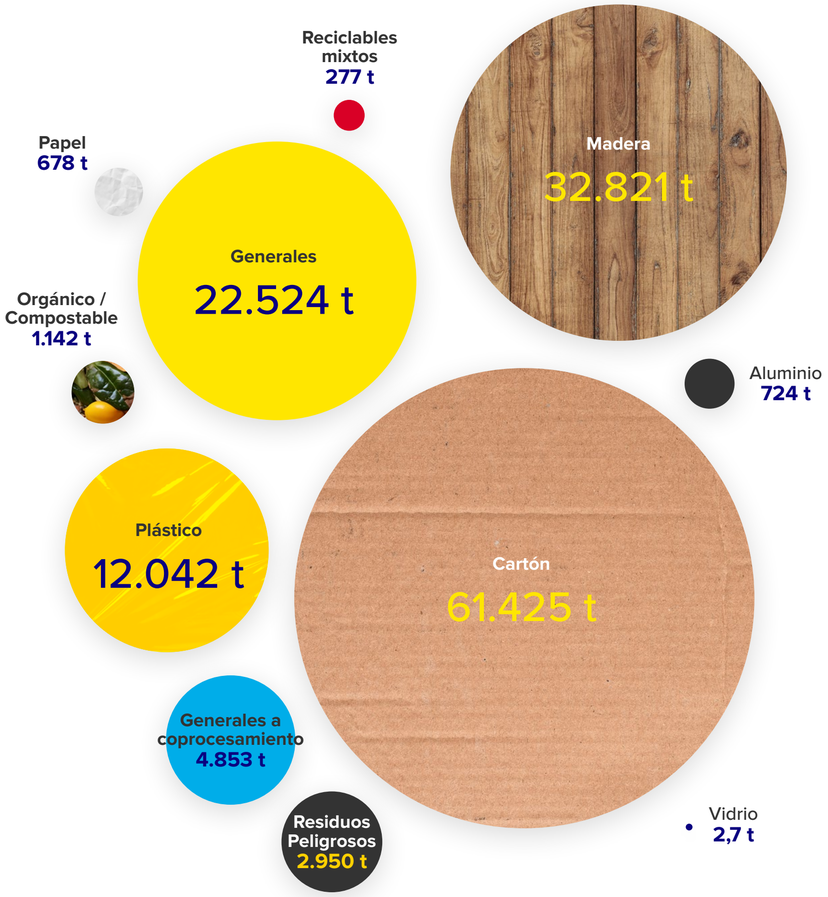
Mantenemos contratos de reparación para maximizar la vida útil de las unidades de madera existentes y reemplazamos, para determinados usos, pallets de madera por opciones plásticas de alta durabilidad y reciclables. Con ello, reducimos la generación de residuos de madera y el consumo de material de origen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

Tasa de recuperación de residuos[9]

Por país	2023	2024	2025
Argentina	83%	76,77%	80,50%
Colombia	86%	83,79%	88,73%
México	100%	84,94%	89,41%
Chile	73%	76,43%	80,53%
Brasil	81%	82,93%	81,72%
Uruguay	55%	55,02%	48,96%
Estados Unidos	-	-	100%

[9] 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.

Composición de los residuos generados en toneladas métricas (t) en 2025



Logística inversa y economía circular

GRI 3-3 Gestión de residuos y circularidad | 306-2

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.

Transformando devoluciones en valor y circularidad

Más allá del impacto económico: un motor de impacto social, ambiental y operativo a gran escala.

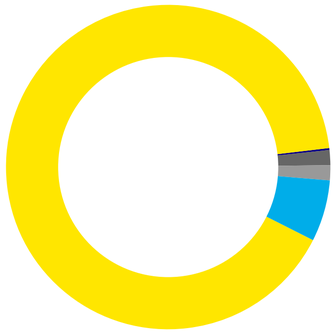
Eficiencia y escala:
+90% de recuperación sobre 11,8 millones de unidades gestionadas.

Circularidad:
reintroducción masiva en mercados secundarios y aprovechamiento de materiales.

Impacto social:
+733.000 unidades donadas a través de una red de fundaciones aliadas.

Minimización de residuos:
destrucción reducida al 1,56%, un pasivo ambiental mínimo.

Nuevo paradigma:
de centro de costos a motor de valor y **responsabilidad extendida.**



Venta interna
0,01% 1.414 un.

Devolución a vendedores
1,62% 191.762 un.

Destrucción
1,56% 184.286 un.

Donación
6,13% 723.614 un.

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

GRI 3-3 Energía y movilidad 302-1

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.

Durante 2025, seguimos avanzando en la migración de nuestros sitios operativos hacia fuentes limpias, alcanzando el 51,14% de la operación. Este resultado nos permitió evitar la emisión de 12.246 tCO_2e.

Hoy contamos con más de 40 sitios logísticos y oficinas que operan total o parcialmente con energías renovables. En mercados clave como Brasil, impulsamos modelos de generación distribuida para instalaciones que no acceden al mercado libre de energía. 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. Como resultado, el consumo de fuentes renovables en MWh aumentó un 45% interanual, mientras que, impulsado por el crecimiento de la operación, el consumo total de energía creció un 51%, lo que se tradujo en una mejora en la intensidad energética (MWh/m^2). Este contexto refuerza el desafío de mantener nuestra métrica principal en constante evolución, acompañando el ritmo del negocio.

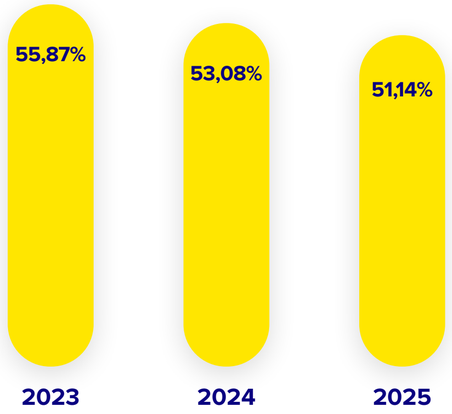
134.647.191 kWh
de energía renovable consumida.

12.246 tCO_2e
de emisiones evitadas con energías renovables vs. energía de red convencional.

+40 sitios logísticos y oficinas
alimentados total o parcialmente por fuentes limpias.

9 sitios logísticos
migrados a energías renovables en 2025.

Energía renovable en nuestra operación



Consumo de energía proveniente de fuentes renovables (KWh)[10] SASB CG-EC-130a.1

	2023	2024	2025
Argentina	833.277	1.853.334	2.257.170
Brasil	53.501.711	67.881.362	107.122.845
Chile	5.596.826	6.800.321	7.166.612
México	14.457.628	14.773.534	16.869.609
Colombia	285.544	823.150	865.825
Estados Unidos	-	2.940	5.885
Perú	990	1.849	2.156
Uruguay	507.616	435.561	356.395
Venezuela	872	661	694
Total	**75.184.464**	**92.572.712**	**134.647.191**

[10] Valores actualizados tras recálculo y aplicación de una nueva metodología de cálculo de GEC (Global Emissions Calculation) GRI 2-4

Intensidad energética y monitoreo GRI 302-3

Monitoreamos nuestro desempeño mediante el indicador de intensidad energética (kWh por m^2 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 en múltiples sitios, facilitando una gestión basada en datos.

Consumo eléctrico (KWh)[11]

País	2023	2024	2025
Argentina	13.682.710	13.640.695	16.653.595
Brasil	72.180.994	90.855.631	135.887.763
Chile	6.333.287	7.656.026	8.112.976
Colombia	1.831.730	2.495.924	2.777.730
México	39.643.890	58.717.290	98.823.740
Perú	39.606	73.947	87.294
Uruguay	780.948	791.017	646.721
Venezuela	87.245	66.088	69.394
Estados Unidos	-	117.600	235.402
Total oficinas y centros de distribución	**134.580.410**	**174.414.220**	**263.294.614**
Intensidad energética (KWh/m2)	**51,5**	**64,4**	**61,3**

[11] Las cifras de consumo de energía eléctrica (kWh) contemplan la suma de la electricidad suministrada por la red externa y la energía generada in situ a través de generadores.

Consumo energético en la organización[12] GRI 302-1 SASB CG-EC-130a.1

	2023	2024	2025
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización en Gigajoules, incluidos los tipos de combustibles utilizados (diésel)	79.347 GJ	500.883 GJ	489.973 GJ
Consumo de electricidad total (en GWh)	125,74	168,57	258,67
Consumo de electricidad total (en Gigajoules)	452.680	606.835	931.207
Consumo de calefacción (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0	0
Consumo de refrigeración (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0	0
Consumo de vapor (en jules, vatios-hora o múltiplos)	0	0	0
Consumo total de energía dentro de la organización, en Gigajoules	532.027 GJ	1.107.718 GJ	1.421.180 GJ

[12] Los servidores son de terceros y el volumen de consumo no está individualizado. GRI 302-2

Vertidos y gestión de efluentes

GRI 303-2 303-4

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.



Indicadores complementarios

Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad GRI 2-2

Argentina

- MercadoLibre S.R.L.
- DeRemate.com de Argentina S.A.
- MELI Log S.R.L.
- First Label S.R.L
- Tech Pack S.R.L.
- MercadoPago Servicios de Procesamiento S.R.L.
- Interface Solutions S.R.L
- Mercado Pago Inversiones S.R.L.
- Mercado Pago Asset Management S.A.

Brasil

- MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda.
- Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda.
- eBazar.com.br Ltda.
- Mercado Envios Transporte Ltda.
- MELI Developers Brasil Ltda.
- Mercado Crédito Holding Financeira Ltda.
- Mercado Crédito Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento S.A.
- Mercado Pago Corretora de Seguros Ltda.
- Mercado Pago Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários Ltda.
- Kangu Transportes Ltda.
- Kangu Participações S.A.
- K2I Intermediação Ltda.
- Cuidamos Farma Ltda.

Chile

- MercadoLibre Chile Ltda.
- Mercado Pago Emisora S.A.
- Kangu Chile Limitada
- Mercado Pago Corredores de Seguros SpA
- Mercado Pago Crypto S.A.
- Red de Pagos del Comercio Limitada
- Mercado Pago Lending Limitada
- Mercado Pago Operadora S.A

Colombia

- MercadoLibre Colombia Ltda.
- MercadoPago Colombia Ltda.
- Mercadopago S.A. Compañia de Financiamiento
- Kangu Tecnología Logistica S.A.S.

Costa Rica

- MercadoLibre Costa Rica S.R.L.

Ecuador

- MercadoLibre Ecuador Cia. Ltda.

España

- MELI Participaciones, S.L.
- Alice Biometrics, S.L.U.

México

- MercadoLibre, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico (Former name: MercadoLibre, S. de R.L. de C.V.)
- DeRemate.com de México S. de R.L. de C.V.
- PSGAC, S. de R.L. de C.V.
- Mercado Lending, S.A. de C.V.
- MELI Operaciones Logísticas II, S. de R.L. de C.V.
- MELI Global Imports, S. de R.L. de C.V.
- MP Agregador, S. de R.L. de C.V.
- Mercado Insurtech Agente de Seguros, S.A. de C.V.
- MP Procesamiento de Pagos, S. de R.L. de C.V.
- MPFS, S. de R.L. de C.V.

Perú

- MercadoLibre Perú S.R.L.
- MercadoPago Perú S.R.L.

Uruguay

- MELI Uruguay S.R.L.
- Tech Fund S.R.L
- Deremate.com de Uruguay S.R.L.
- Kiserty S.A.
- MercadoPago Uruguay S.R.L.
- Dirpul S.A.

Estados Unidos

- Hammer.com, LLC
- Servicios Administrativos y Comerciales, LLC
- MercadoPago, LLC
- Global Selling LLC (Former name: Mercado Pago International, LLC)
- Autopark, LLC
- Autopark Classifieds, LLC
- Marketplace Investments, LLC
- Classifieds LLC
- SFSC, LLC
- MELI Capital LLC
- Global Payments LLC
- MeliPay LLC

Venezuela

- MercadoLibre Venezuela, S.R.L.

China

- MAIJIADUO Business Consulting (Shenzhen) Co., Ltd.

Equipo

Empleados GRI 2-7

Total de empleados por país

	2023	2024	2025
Argentina	10.663	12.043	16.726
Brasil	22.791	36.548	61.139
Chile	2.380	2.639	3.617
China	0	5	6
Colombia	4.419	5.286	5.848
Ecuador	4	6	7
España	0	19	16
Estados Unidos	10	20	27
Perú	45	54	65
México	16.195	25.699	34.336
Uruguay	1.780	1.863	1.858
Venezuela	26	25	25
Total	**58.313**	**84.207**	**123.670**

Total de empleados por género

	2023	2024	2025
Hombres	32.735	45.809	57.478
Mujeres	25.578	38.398	66.192
Total	**58.313**	**84.207**	**123.670**

Trabajadores que no son empleados GRI 2-8

	2023	2024	2025
Call center	11.448	12.661	11.174
Servicios recurrentes de alimentación	415	562	1.759
Fuerza de venta Mercado Pago[13]	437	1.197	1.268
Limpieza	1.326	2.066	3.794
Logística	30.440	11.466	19.958
Servicios recurrentes de mantenimiento	339	1.307	2.000
Mensajería	1	1	1
Obras	65	544	1.424
Otros servicios profesionales / Recursos externos	2.306	5.415	7.847
Seguridad	1.206	2.486	6.308
Traslado	34	243	806
Total	**48.017**	**37.948**	**56.339**

[13] El número de trabajadores que no son empleados creció un 48,5% en 2025. Parte de esta variación está asociada a la ampliación del mapeo de estos profesionales en la herramienta de gestión y a una mejora en la adherencia a la norma GRI. GRI 2-4

Total de empleados por país, contrato y género GRI 2-7

	ARG	BRA	CHI	CHINA	COL	ECU	ESP	EEUU	Perú	MEX	URU	VEN	TOTAL
CONTRATO INDEFINIDO													**114.443**
Contrato indefinido - Mujeres	6.341	31.331	1.431	5	1.541	2	2	12	27	11.646	666	14	**53.018**
Contrato indefinido - Hombres	10.385	29.808	2.186	1	4.301	5	14	15	38	13.469	1.192	11	**61.425**
CONTRATO TEMPORAL													**9.227**
Contrato temporal - Mujeres	0	0	0	0	2	0	0	0	0	4.458	0	0	**4.460**
Contrato temporal - Hombres	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4.763	0	0	**4.767**
HORAS NO GARANTIZADAS													**0**
Horas no garantizadas - Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**0**
Horas no garantizadas - Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**0**
TOTAL	**16.726**	**61.139**	**3.617**	**6**	**5.848**	**7**	**16**	**27**	**65**	**34.336**	**1.858**	**25**	**123.670**

Total de empleados por país, tipo de jornada y género

	ARG	BRA	CHI	CHINA	COL	ECU	ESP	EEUU	Perú	MEX	URU	VEN	TOTAL
JORNADA COMPLETA													**118.115**
Jornada completa - Mujeres	5.385	29.775	1.338	5	1.328	2	2	12	27	15.933	442	14	**54.263**
Jornada completa - Hombres	9.615	28.786	2.077	1	4.159	5	14	15	38	18.076	1.055	11	**63.852**
JORNADA PARCIAL													**5.555**
Jornada parcial - Mujeres	956	1.556	93	0	215	0	0	0	0	171	224	0	**3.215**
Jornada parcial - Hombres	770	1.022	109	0	146	0	0	0	0	156	137	0	**2.340**
TOTAL	**16.726**	**61.139**	**3.617**	**6**	**5.848**	**7**	**16**	**27**	**65**	**34.336**	**1.858**	**25**	**123.670**

Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal GRI 401-1 SASB CG-EC-330a.2

Contrataciones de nuevos empleados por país, género y edad

	ARG	BRA	CHI	CHINA	COL	ECU	ESP	EEUU	Perú	MEX	URU	VEN	TOTAL
MUJERES	**2.595**	**33.001**	**786**	**0**	**293**	**0**	**0**	**7**	**9**	**26.976**	**103**	**2**	**63.772**
Hasta 30 años	1.733	18.144	405	0	191	0	0	1	3	14.800	83	1	**35.361**
Entre 31 y 50 años	860	13.219	343	0	102	0	0	5	6	10.912	20	1	**25.468**
Más de 51 años	2	1.638	38	0	0	0	0	1	0	1.264	0	0	**2.943**
HOMBRES	**3.665**	**26.876**	**950**	**1**	**963**	**1**	**0**	**4**	**15**	**29.643**	**138**	**2**	**62.258**
Hasta 30 años	2.341	16.226	486	0	494	1	0	2	4	19.739	98	1	**39.392**
Entre 31 y 50 años	1.314	9.397	429	1	468	0	0	2	11	8.677	40	1	**20.340**
Más de 51 años	10	1.253	35	0	1	0	0	0	0	1.227	0	0	**2.526**

Rotación de empleados por país, género y edad

	ARG	BRA	CHI	CHINA	COL	ECU	ESP	EEUU	Perú	MEX	URU	VEN	TOTAL
MUJERES	**629**	**20.309**	**313**	**0**	**184**	**0**	**1**	**1**	**6**	**23.071**	**110**	**3**	**44.627**
Hasta 30 años	351	11.435	133	0	104	0	0	0	3	12.503	91	0	**24.620**
Entre 31 y 50 años	272	8.033	159	0	80	0	1	1	3	9.449	19	3	**18.020**
Más de 51 años	6	841	21	0	0	0	0	0	0	1.119	0	0	**1.987**
HOMBRES	**933**	**14.979**	**441**	**0**	**504**	**0**	**2**	**4**	**6**	**24.827**	**133**	**1**	**41.830**
Hasta 30 años	406	9.192	166	0	197	0	1	1	2	16.398	78	0	**26.441**
Entre 31 y 50 años	501	5.205	254	0	305	0	1	3	4	7.446	53	1	**13.773**
Más de 51 años	26	582	21	0	2	0	0	0	0	983	2	0	**1.616**

Permiso parental[14] GRI 401-3

	2023		2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Empleados que tuvieron derecho a permiso parental	25.516	32.677	38.398	45.809	57.461	66.164
Empleados que acogieron el permiso parental	801	1.169	1.246	1.523	805	1.704
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental	731	1.070	1.246	1.523	805	1.704
Empleados que regresaron después de terminar el permiso parental y siguen siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	731	1.070	980	1304	687	1562
Tasa de regreso al trabajo de empleados que acogieron permiso parental	91%	92%	100%	100%	100%	100%
Tasa de retención de empleados que se acogieron al permiso parental	91%	92%	79%	86%	85%	92%

[14] La tasa de retención se calculó en base a la nómina activa a marzo 2026, considerando como retenidos a los empleados que permanecen activos a la fecha.

Convenios de negociación colectiva GRI 2-30

Empleados cubiertos por los convenios de negociación colectiva

	2025
Brasil	100%
Argentina[15]	41%
Uruguay	100%
México	54%
Colombia / Venezuela / Perú / Ecuador[16]	0%
Chile[17]	17%

[15] El porcentaje se debe a la incorporación de Representantes en Shipping en Meli Log S.R.L.

[16] En Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador no se tienen sindicatos, por lo cual no existen convenios colectivos de trabajo.

[17] Empezó a tener sindicato en diciembre del 2024.

Salud y seguridad en el trabajo GRI 403-9 GRI 403-10

Lesiones por accidente laboral para todos los empleados

	2023		2024		2025	
	Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa
Fallecimientos resultantes de lesión por accidentes laborales	0	-	0	-	0	-
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	6	-	5	71%	2	22%

Lesiones por accidente laboral registrables desagregado por género

	2023		2024		2025	
	Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa
Mujer	336	58%	404	56%	776	55%
Hombre	244	42%	323	44%	643	45%

Tasa de lesiones

	2023	2024	2025
La cantidad de lesiones por accidente laboral registrables	580	727	1.419
Número de horas trabajadas	55.547.500	106.499.765	181.273.290
Base de horas (200.000 o 1.000.000)	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	0,22	0,07	0,05

Dolencias y enfermedades laborales para todos los empleados por género[18]

	2023	2024	2025
Mujer	14	10	31
Hombre	6	6	27

[18] En el periodo no *hubo* fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral.

Diversidad de empleados GRI 405-1 SASB CG-EC-330a.3

Total de empleados por categoría profesional y género

	2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Reps + Team Leaders	26.940	23.330	43.333	37.612
Analistas y asistentes	8.052	15.698	10.070	20.598
Supervisores	2.175	4.326	2.617	5.083
Gerentes/Executives Assistant	873	1.534	1.025	1.818
Gerentes Senior	271	592	328	695
Director	81	278	98	330
VP/CEO	6	51	7	56
Total	**38.398**	**45.809**	**57.478**	**66.192**

Total de empleados por categoría profesional y grupo de edad

	2024			2025		
	Hasta 30 años	Entre 31 y 50 años	Más de 51 años	Hasta 30 años	Entre 31 y 50 años	Más de 51 años
Reps + Team Leaders	31.470	18.262	1.545	48.970	28.026	3.949
Analistas y asistentes	9.669	12.930	144	11.632	18.679	357
Supervisores	585	5.837	79	639	6.922	139
Gerentes/ Executives Assistant	49	2.314	44	48	2.715	80
Gerentes Senior	2	837	24	1	978	44
Director	0	342	17	0	388	40
VP/CEO	0	46	11	0	44	19
Total	**41.775**	**40.568**	**1.864**	**61.290**	**57.752**	**4.628**

Ambiente

Materiales

Consumo de materias primas – *packaging* (t) GRI 301-1

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Uruguay	EEUU	TOTAL
Cartón	1.247	10.323	1087	347	18.798	1	1	10	**31.814**
Bioplástico	0	0	614	0	0	0	0	0	**614**
Plástico	1.476	26.349	872	98	14.172	1	22	7	**42.997**
Papel	2	626	69	4	67	0	0	0	**768**
Madera	1.218	29.696	679	68	21.478	7	58	155	**53.359**
Plasticos durables	74	13.989	192	14	3.352	0	0	0	**17.621**
Total	**4.017**	**80.983**	**3.513**	**531**	**57.867**	**9**	**81**	**172**	**147.173**

Insumos reciclados utilizados GRI 301-2

	2023	2024	2025
Porcentaje de insumos reciclados utilizados	10%	36%	27%

Programa de logística inversa GRI 301-3

	2023	2024	2025
Artículos de cambio o devolución recuperados	97%	90%	98,44%

Destino de los bienes en rezago (%)

	2025
Reventa	90,68%
Donación	6,13%
Disposición final / Destrucción	1,56%
Devolución a proveedor	1,62%
Venta interna	0,01%

Agua

Cantidad de agua consumida (en m^3) desglosada por fuente GRI 303-5 SASB CG-EC-130a.2

	2023	2024	2025
Suministros municipales y otros servicios hídricos públicos o privados	585.229	1.025.378	1.171.232
Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización	1.804	6.735	11.236
Total	**587.033**	**1.032.113**	**1.182.468**

Residuos

Total residuos generados por composición en toneladas métricas (t) por país en 2025 GRI 306-3

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Uruguay	EEUU	TOTAL
Aluminio + Chatarra y otros metales	1	473	7,8	5,9	236	0	0	**724**
Cartón	9.103	26.354	3.561,20	287,1	22.117	1,9	0	**61.425**
Papel	1	658	0,2	0,1	19	0	0	**678**
Plástico	1.197	7.635	1.031,10	77,1	2.101	1,5	0	**12.042**
Madera	102	16.513	1.022,80	17,9	15.165	0	0	**32.821**
Vidrio	0,4	1,5	0,8	0,0	0,0	0,0	0	**2,7**
Orgánico/Compostable	10	394	15,3	12,9	699	10,2	0	**1.142**
Generales a coprocesamiento	0	2.171	159,5	170,6	2.343	0	8	**4.853**
Reciclables mixtos	0	126	36,5	0	97	0,5	16	**277**
Generales	2.473	14.692	1.410,60	64,4	3.869,40	14,7	0	**22.524**
Residuos Peligrosos y Patogénicos	50	1.695	0,1	8,2	1.198	0	0	**2.950**
Total	**12.937**	**70.711**	**7.246**	**644**	**47.845**	**29**	**25**	**139.437**

Peso total de los residuos generados y destinación GRI 306-4

	2023			2024			2025		
	Generados	Recuperados	No Recuperado	Generados	Recuperados	No Recuperado	Generados	Recuperados	No Recuperado
Aluminio + Chatarra y otros metales	282	282	0	459	459	0	724	724	0
Cartón	17.999	17.999	0	34.892	34.892	0	61.425	61.425	0
Papel	23	23	0	3.061	3.061	0	678	678	0
Plástico	2.998	2.998	0	5.953	5.953	0	12.042	12.042	0
Madera	10.006	10.006	0	12.522	12.522	0	32.821	32.821	0
Vidrio	0	0	0	3	3	0	2,7	2,7	0
Orgánico/Compostable	190	190	0	407	407	0	1.142	1.142	0
Generales a coprocesamiento	736	736	0	5.433	5.433	0	4.853	4.853	0
Reciclables mixtos	0	0	0	49	49	0	277	277	0
Generales	4.117	0	4.117	12.617	0	12.617	22.524	0	22.524
Residuos Peligrosos y Patogénicos	354	0	354	1.327	0	1.327	2.950	0	2.950
Total	**36.705**	**32.234**	**4.471**	**76.722**	**62.779**	**13.943**	**139.437**	**113.963**	**25.474**

Destino de residuos no peligrosos recuperados (t) GRI 306-4

	2023	2024	2025
Reutilización	10.288,0	0,0	0,0
Reciclaje	21.020,0	56.939	107.969
Compostaje	190,0	407	1.142
Recuperación	0,0	0,0	0,0
Generación de energía por coprocesamiento	737,0	5.433,3	4.852,5
Almacenamiento en sitio	0,0	0,0	0,0
Total	**32.235**	**62.779**	**113.963**

Residuos destinados a eliminación (t) GRI 306-5

	2023	2024	2025
Destino de residuos NO RECUPERADOS (t) - no peligrosos			
Incineración	0,0	0,0	0,0
Vertedero	4.117	16.774	22.524
Otras operaciones de eliminación	0,0	0,0	0,0
Destino de residuos NO RECUPERADOS (t) - peligrosos			
Incineración	0,0	0,0	0,0
Vertedero	0,0	0,0	0,0
Celda de seguridad	354	1.726	2.950
Otras operaciones de eliminación	0,0	0,0	0,0
Total	**4.471**	**18.501**	**25.474**

Estándares GRI

DECLARACIÓN DE USO

Mercado Libre ha elaborado el informe con base en los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

GRI 1 USADO

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDARES SECTORIALES GRI APLICABLES

No aplica a los estándares sectoriales disponibles.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021		
La organización y sus prácticas de reporte		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles de la organización	MercadoLibre, Inc. es una compañía que cotiza en NASDAQ, constituida bajo la forma jurídica “Corporation” conforme las leyes del estado de Delaware, EEUU. Su sede central se encuentra en Dr. Luis Bonavita 1294, unidad 1733, Montevideo, Uruguay, 11300.
	2-2 Entidades incluidas en el reporte de sustentabilidad de la organización	Pg. 92
	2-3 Período de reporte, frecuencia y punto de contacto	Pg. 05
	2-4 Reformulación de información	Pg. 80, 89, 90 y 93
	2-5 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa.
Actividades y equipos de trabajo		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pg. 09, 10 y 13
	2-7 Empleo	Pg. 47, 93 y 94
	2-8 Personas que trabajan en la organización y no son empleadas	Pg. 93
Gobernanza		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-9 Estructura y composición de la gobernanza	Pg. 15, 16
	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Pg. 17 Nominating and Corporate Governance Committee.
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Pg. 15

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	Pg. 25
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	Pg. 25
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sustentabilidad	Pg. 25
	2-15 Conflictos de interés	Pg. 17
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	En el caso de que el Vicepresidente Senior y CFO considere que existe alguna preocupación crítica, la comunicará a los miembros del Directorio. Pg. 17
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	Pg. 17
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Pg. 17
	2-19 Políticas de remuneración	Pg. 19 Comité de Compensaciones
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	Comité de Compensaciones Lineamientos de Gobierno Corporativo
	2-21 Ratio de compensación total anual	La información se encuentra disponible en el formulario Proxy Statement (sección Pay Ratio Disclosure), disponible en: https://investor.mercadolibre.com/results-and-financials
Estrategia, políticas y prácticas		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-22 Declaración sobre estrategia de desarrollo sustentable	Pg. 04
	2-23 Compromisos de política	Pg. 18
	2-24 Incorporación de compromisos	Pg. 18 y 20
	2-25 Procesos para reparar impactos negativos	Pg. 21
	2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	Pg. 21

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	Todos los casos registrados en Brasil. En 2025, Mercado Libre recibió sanciones impuestas por la ANVISA debido a la exposición a la venta, por parte de terceros usuarios de la plataforma, de productos prohibidos (47,1%), anuncios publicados por terceros que contenían alegaciones terapéuticas (11,8%) y productos sin registro sanitario (41,2%). Las categorías más afectadas por las multas fueron los suplementos (41,2%), los productos para la salud (23,5%), los medicamentos (23,5%) y los cosméticos (11,8%). En total, se impusieron multas por un importe de R$ 1.887.500,00 derivadas de procedimientos administrativos iniciados en 2019, 2021, 2022 y 2023. ANATEL confirmó una multa relacionada con la comercialización, por parte de terceros usuarios de la plataforma, de productos no homologados, por un importe de R$ 6.200.000,00. En el mismo periodo, el INMETRO/IPEM impuso multas por un valor total de R$ 47.242,80 por la exposición a la venta, por parte de terceros usuarios, de productos sin información sobre el sello de certificación disponible y visible en los anuncios. Por otra parte, la Fiscalía de Minas Gerais anuló en 2025 la multa de R$ 7,3 millones reportada el año anterior, reconociendo la ausencia de publicidad engañosa por parte de Mercado Pago en relación con la información que figura en documentos de cobro.
	2-28 Afiliación a asociaciones	Pg. 14
Participación de los grupos de interés		
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pg. 05
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	Pg. 96
Temas materiales		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso para determinar temas materiales	Pg. 06
	3-2 Lista de temas materiales	Pg. 06
TEMA MATERIAL: Gobernanza, ética y transparencia		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 15, 18 y 19
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-4 Apoyo financiero recibido del Gobierno	Ver Informe 10K Pg. 75

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Se evalúan todas las operaciones. Pg. 18
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Se logró comunicar al 100% de las personas y capacitar a 644 empleados, priorizando a aquellos pertenecientes a los equipos que presentaban los mayores niveles de riesgo según el *Risk Assessment* de 2024.
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se confirmaron casos de corrupción.
GRI 206: Compentencia desleal 2016	206-1 Acciones judiciales en materia de competencia desleal, prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Se registran siete acciones relacionadas con presuntas infracciones a la libre competencia y estudios de mercado sobre dinámicas del marketplace, distribuidas de la siguiente manera: Argentina (2), Chile (2), México (1), Brasil (1) y Colombia (1). Estado de los casos: Argentina: 2 en curso; Chile: 1 cerrado y 1 en curso; México: 1 cerrado; Brasil: 1 cerrado; Colombia: 1 en curso. En total, se han cerrado tres casos (Chile, Brasil y México), todos sin determinación de responsabilidad legal para Mercado Libre.
GRI 415: Políticas públicas	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	Durante 2025, no se realizaron contribuciones a partidos políticos ni representantes.
TEMA MATERIAL: Desarrollo socioeconómico local		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 24, 62 y 65
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pg. 62
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Pg. 62
TEMA MATERIAL: Desarrollo de nuestros equipos		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 53
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Mercado Libre cumple con los planes previsionales dispuestos por ley en todos los países donde opera.
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Ratio entre salario de categoría inicial estándar y salario mínimo local (por país y género*) • Argentina: 377% del salario mínimo local • Brasil: 102% del salario mínimo local • México: 104% del salario mínimo local *No se observan diferencias entre hombres y mujeres en la categoría inicial. La información se presenta para las ubicaciones de operación más significativas de la compañía, definidas como los países con mayor número de colaboradores y volumen de operaciones: Argentina, Brasil y México.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Pg. 95
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pg. 60
	401-3 Permiso parental	Pg. 96
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pg. 53
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	100%
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pg. 98
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	**Ratio por categoria profesional** • Reps + Team Leaders: 0% • Analistas y asistentes: -1% • Supervisores: -1% • Gerentes / Executive Assistant: -2% • Gerentes Senior: -3% • Directores: -3% • VP / CEO: 6%
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Pg. 21
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Pg. 60
TEMA MATERIAL: Salud, bienestar y seguridad laboral		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 56
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pg. 56
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pg. 57
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	Pg. 59

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pg. 57
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pg. 59
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	Pg. 59
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Pg. 56, 57 y 58
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	100% de cobertura
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Pg. 58 y 97
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	Pg. 58 y 97
TEMA MATERIAL: Confianza y seguridad en nuestros productos y servicios		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 34 y 40
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorias de productos o servicios	100%
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Ver los casos informados en el indicador 2-27.
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Pg. 34
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No hubo casos de incumplimiento.
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No hubo casos de incumplimiento.
TEMA MATERIAL: Privacidad y seguridad de la información		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 38 y 39
GRI 418: Privacidad del cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	En 2025, registramos 15 habeas data (reclamos judiciales). Además, en el periodo tuvimos 4 incidentes que afectaron algún pilar de la Confidencialidad, Integridad y/o Disponibilidad (CID) de los datos. En 2025, recibimos 2.982.728 ejercicios de derechos por parte de usuarios y terceros, realizados por los canales formales (manuales y automatizados). Recibimos un total de 48 denuncias de terceros presentadas ante la autoridad regulatoria. Pg. 40

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
TEMA MATERIAL: Gestión de la cadena de proveedores		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 22
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	Pg. 22
GRI: 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Durante el período del reporte no identificamos proveedores con riesgos significativos de casos de trabajo infantil.
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Durante el período del reporte no identificamos proveedores con riesgos significativos de casos de trabajo forzoso u obligatorio.
TEMA MATERIAL: Impacto en las comunidades donde operamos		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 24 y 73
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pg. 73
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	Durante el período del reporte no evaluamos el impacto negativo de nuestras operaciones en las comunidades locales.
TEMA MATERIAL: Inclusión y educación financiera		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 24, 68 y 69
TEMAS MATERIALES: Energía y movilidad		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	Pg. 24, 77, 82 y 88
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Pg. 88 y 90
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	Pg. 90
	302-3 Intensidad energética	Pg. 89
	302-4 Reducción del consumo energético	No hubo reducción. Durante el período del reporte no se registró una reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios. Mercado Libre sigue en crecimiento.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	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.
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	No contamos con procesos industriales que generen efluentes con impacto sobre cuerpos de agua. Los efluentes generados en sus operaciones corresponden exclusivamente a aguas residuales sanitarias de uso doméstico, provenientes de oficinas y centros de distribución. En la mayoría de las ubicaciones, los vertidos se descargan a los sistemas municipales de alcantarillado o cloaca, de acuerdo con la normativa local aplicable y los estándares definidos por las autoridades competentes. En los sitios que cuentan con plantas de tratamiento propias, la gestión de los efluentes se realiza conforme a los permisos y requisitos establecidos por la regulación local. Pg. 90
	303-3 Extracción de agua	El abastecimiento de agua proviene principalmente de la red pública de suministro local. Un número limitado de sitios cuenta con pozos propios con volúmenes acotados. No existen procesos productivos que requieran uso intensivo de agua.
	303-4 Vertido de agua	Los efluentes corresponden exclusivamente a aguas residuales sanitarias. El descarte se realiza mayoritariamente a través de sistemas municipales de alcantarillado o cloaca. En los sitios con plantas de tratamiento propias, el descarte se realiza conforme a los permisos y requisitos regulatorios locales. Pg. 90
	303-5 Consumo de agua	Pg. 100
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Pg. 77 y 79

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pg. 80 y 81
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pg. 80 y 81
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Pg. 80 y 81
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Pg. 81
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Pg. 82 y 83
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Las emisiones relativas a esas fuentes son consideradas en el cálculo total de la huella de carbono.
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Durante el período del reporte la medición de estos gases no se incluyó en la huella de carbono.
TEMAS MATERIALES: Gestión de residuos y circularidad		
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Pg. 84 y 99
	301-2 Insumos reciclados utilizados	Pg. 84 y 99
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	Pg. 84, 86 y 99
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Pg. 85
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Verificación de la gestión por terceros: para asegurar el cumplimiento legal y ambiental de la gestión de residuos por terceros, aplicamos cláusulas contractuales, verificamos licencias de transporte y exigimos certificados de disposición final. Además, cada sitio operativo es evaluado bajo un programa de excelencia interno que audita los procesos y resultados de la gestión de residuos. Pg. 86 y 87
	306-3 Residuos generados	Monitoreo y metodología: monitoreamos cuantitativamente los residuos generados en toda la región mediante reportes de empresas gestoras especializadas. Estas compañías reportan datos detallados sobre volúmenes, destinos y métodos de tratamiento, lo que fortalece la trazabilidad y garantiza mayor transparencia y precisión en la gestión.
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	Pg. 101 y 102
	306-5 Residuos destinados a eliminación	Pg. 102

Estándares SASB

ESTÁNDAR SASB	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
Medio ambiente: Infraestructura energética y gestión del agua		
CG-EC-130a.1	Uso de energía	Pg. 89
CG-EC-130a.2	Uso de agua	Pg. 100 – indicador GRI 303-5.
CG-EC-130a.3	Discusión sobre la integración de consideraciones ambientales en la planificación estratégica para las necesidades energéticas de los centros de datos	Nuestra infraestructura tecnológica se basa mayoritariamente en servicios de terceros (Amazon Web Services), lo que traslada el consumo energético directo al Alcance 3. Gestionamos este impacto mediante el monitoreo de dashboards proporcionados por el proveedor, que detallan los consumos y emisiones asociados a nuestra actividad. En la selección de proveedores, priorizamos a aquellos con compromisos sólidos de eficiencia energética y transparencia climática.
Capital social: Privacidad de datos y estándares de publicidad		
CG-EC-220a.1	Número de usuarios cuya información se utiliza para fines secundarios	Los datos únicamente son utilizados para las finalidades y propósitos informados en la Declaración de Privacidad de Mercado Libre.
CG-EC-220a.2	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con la publicidad conductual y la privacidad del usuario	Pg. 41
Capital social: Seguridad de datos		
CG-EC-230a.1	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos de seguridad de datos	Pg. 42 y 43
CG-EC-230a.2	Vulnerabilidad de datos	En el 2025, se registraron 4 casos que involucraron datos PII (Personally Identifiable Information) o PCI (Payment Card Industry) de un total de 12 incidentes.
Capital humano: Contratación, inclusión y rendimiento de empleados		
CG-EC-330a.1	Porcentaje de engament de los empleados	Pg. 51 – indicador GRI 405-1.
CG-EC-330a.2	Rotación de empleados	Pg. 95 – indicador GRI 401-1.
CG-EC-330a.3	Inclusión	Pg. 49 y 98 – indicador GRI 405-1.
Modelo de negocios e innovación: Empaquetado y distribución de productos		
CG-EC-410a.1	Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	Pg. 80 y 82
CG-EC-410a.2	Discusión de estrategias para reducir el impacto ambiental de la entrega de productos	Pg. 77

Contenidos de Reporte Integrado

CONTENIDOS		ASPECTOS	PÁGINA
Visión general y entorno externo	Principales actividades de la organización y circunstancias en las que opera	Cultura, ética y valores	Pg. 46
		Estructura de propiedad y funcionamiento	Pg. 9
		Principales actividades y mercados	Pg. 10
		Panorama competitivo y posicionamiento en el mercado	Pg. 9
		Posición en la cadena de valor	Pg. 11
		Información cuantitativa clave	Pg. 7, 10 y 12
		Factores significativos que afectan al entorno externo	Pg. 4, 7 y 11
Gobernanza	Compromiso de la estructura de gobierno con la capacidad de la organización de crear valor	Estructura de liderazgo, incluyendo las habilidades y la diversidad	Pg. 15-17
		Procesos específicos utilizados para tomar decisiones estratégicas	Pg. 17
		Cómo se reflejan la cultura, la ética y los valores de la organización en el uso de los capitales y sus efectos	Pg. 17-19
		La responsabilidad que asumen los encargados de la gobernanza para promover y permitir la innovación	Pg. 24-25
		Cómo se vinculan la remuneración y los incentivos a la creación de valor en el corto, medio y largo plazo	Pg. 17
Modelo de negocio	Modelo de negocio de la organización	Inputs	Pg. 7
		Actividades del negocio	Pg. 7, 9 y 10
		Outputs	Pg. 7 y 12
		Outcomes	Pg. 7
Riesgos y oportunidades	Riesgos y oportunidades que afectan a la capacidad de la organización para crear valor y las iniciativas para afrontarlos	Riesgos y oportunidades clave	Pg. 42, 43 y 79
		Enfoque de la organización sobre cualquier riesgo fundamental para la capacidad de la organización para crear valor	Pg. 43
Estrategia y asignación de recursos	A dónde quiere llegar la organización y cómo pretende hacerlo	Objetivos estratégicos de la organización	Pg. 11
		Estrategias para alcanzar esos objetivos estratégicos	Pg. 11 y 24
		Planes de asignación de recursos para aplicar su estrategia	Pg. 4 y 25

CONTENIDOS		ASPECTOS	PÁGINA
Performance	Avances sobre los objetivos estratégicos de la organización para el período y resultados en términos de efectos sobre los capitales	Información cuantitativa	Pg. 7 y 12
		Impacto en los capitales	Pg. 7
		Relaciones con los grupos de interés	Pg. 5
		Relación entre los resultados actuales y pasados	Pg. 12
Contexto	Retos e incertidumbres que puede encontrar la organización al llevar a cabo su estrategia, y las posibles implicaciones para su modelo de negocio y sus futuros resultados	Expectativas de la organización sobre el entorno exterior	Pg. 4
		Mecanismos para abordar los retos y las oportunidades	Pg. 24 y 79
Base de preparación y presentación	Cómo determina la organización los asuntos que debe incluir en el informe integrado y cómo se cuantifican o evalúan	Materialidad	Pg. 6
		Límites del reporte	Pg. 5
		Marcos de reporte	Pg. 5
Capitales		Capital Económico	Pg. 8-25
		Capital Intelectual	Pg. 26-43
		Capital Humano	Pg. 44-60
		Capital Social	Pg. 61-75
		Capital Natural	Pg. 76-90


mercado
libre