

Reporte Final de Análisis ESG

Mercado Libre Chile Ltda, una de las principales plataformas de comercio electrónico en Latinoamérica, dedicada a la venta y compra de productos de consumo.

Chile. Operación local integrada al ecosistema regional de MercadoLibre, Inc. (multipaís en LATAM).

Generado automáticamente por Adaptia ©

1. Contexto Organizacional

Nombre de la empresa: Mercado Libre Chile Ltda, una de las principales plataformas de comercio electrónico en Latinoamérica, dedicada a la venta y compra de productos de consumo.

País de operación: Chile. Operación local integrada al ecosistema regional de MercadoLibre, Inc. (multipaís en LATAM).

Industria: Productos de consumo - Alimentos, incluyendo subsectores como comercio electrónico, logística, y servicios de pago.

Tamaño de la empresa: Mercado Libre Chile Ltda es una empresa de gran tamaño, con miles de empleados y una amplia base de usuarios en Chile, consolidándose como un líder en el mercado.

Ubicación geográfica: La empresa tiene su sede en Santiago, Región Metropolitana, con operaciones que abarcan todo el país, incluyendo centros de distribución y logística en diversas regiones.

Modelo de negocio: El modelo de negocio de Mercado Libre se basa en ofrecer una plataforma de comercio electrónico que conecta a compradores y vendedores, facilitando transacciones de productos de consumo, además de ofrecer servicios de pago y logística integrada para mejorar la experiencia del usuario.

Cadena de valor: La cadena de valor incluye varias etapas: sourcing de productos, operación de un marketplace donde los vendedores pueden listar sus productos, procesamiento de pagos a través de Mercado Pago, logística para la entrega de productos, y servicios de postventa que aseguran la satisfacción del cliente.

Actividades principales: Las actividades principales de Mercado Libre incluyen la gestión de su plataforma de comercio electrónico, el desarrollo y mantenimiento de su sistema de pagos, la logística de entrega de productos, y la atención al cliente, todas las cuales generan impactos ambientales y sociales significativos.

Madurez ESG: Mercado Libre ha mostrado un compromiso creciente con la sostenibilidad, implementando políticas ESG que buscan minimizar su impacto ambiental, mejorar la inclusión social y fomentar prácticas comerciales responsables, aunque aún enfrenta desafíos en la implementación de estas prácticas a gran escala.

Stakeholders relevantes: Los stakeholders relevantes incluyen clientes que utilizan la plataforma para comprar y vender productos, proveedores de productos que ofrecen sus mercancías en el marketplace, comunidades locales que se ven afectadas por las operaciones logísticas, reguladores que supervisan el comercio electrónico y la protección al consumidor, así como inversionistas interesados en el desempeño financiero y social de la empresa.

2.1 Matriz de Impactos (Parte A - Acciones)

Sector	Tema	Materialidad Financiera	Acción Marginal	Acción Moderada	Acción Estructural
Retailing (Food)	Marketing responsable y etiquetado	Media	Revisar que promociones no induzcan al sobreconsumo poco saludable.	Incorporar criterios de ética y salud pública en campañas comerciales.	Rediseñar toda la estrategia de marketing y fidelización con enfoque de salud y sostenibilidad.
Retailing (Food)	Protección de la privacidad	Baja	Actualizar políticas de privacidad en programas de lealtad.	Implementar controles internos sobre uso de datos de clientes y capacitaciones al personal.	Certificarse en normas de privacidad de datos y rediseñar plataformas digitales con "privacy by design".
Retailing (Food)	Contaminación	Baja	Revisar que descargas de aguas servidas estén dentro de norma en tiendas.	Medir y reportar emisiones atmosféricas en procesos logísticos y refrigeración.	Transformar flotas logísticas a tecnologías limpias y establecer puntos de monitoreo ambiental en operaciones críticas.
Retailing (Food)	Condiciones laborales	Alta	Realizar encuestas de satisfacción laboral en tiendas y bodegas.	Establecer metas de bienestar laboral e indicadores de clima interno por área.	Diseñar un modelo de gestión laboral con beneficios diferenciados, flexibilidad y participación activa de trabajadores.
Retailing (Food)	Prácticas laborales	Alta	Asegurar contratos escritos y jornadas claras para personal temporal.	Realizar auditorías laborales a contratistas y proveedores logísticos.	Implementar una trazabilidad laboral con políticas de trabajo digno en toda la cadena de suministro.
Retailing (Food)	Salud y seguridad del cliente	Alta	Reforzar protocolos de seguridad en tiendas (pisos húmedos, señalética, etc.).	Capacitar a personal en atención a emergencias y primeros auxilios.	Diseñar tiendas accesibles, seguras y con medidas proactivas para distintos grupos de clientes (ej. personas mayores o con discapacidad).
Retailing (Food)	Productos y servicios sostenibles	Alta	Etiquetar productos con atributos sostenibles (ej. materiales reciclados).	Aumentar el surtido de productos con certificaciones sostenibles (ej. ecolabels, comercio justo).	Desarrollar marcas propias sostenibles con trazabilidad ambiental y social desde el diseño.
Retailing (Food)	Riesgo de transición climática	Media	Medir consumo energético y emisiones en tiendas.	Establecer metas de reducción de emisiones en logística, refrigeración y transporte.	Transformar operaciones hacia carbono neutralidad e invertir en eficiencia energética y energías limpias.
Retailing (Food)	Acceso y asequibilidad	Media	Ofrecer líneas de productos para vivienda social o infraestructura básica.	Ajustar formatos o precios para constructores pequeños o proyectos comunitarios.	Rediseñar modelos de negocio para habilitar acceso masivo a materiales sostenibles y asequibles.
Retailing (Food)	Impacto en las comunidades	Media	Comunicar sobre nuevas operaciones, ruido o tránsito.	Implementar mecanismos de reclamo y programas de desarrollo local.	Codiseñar políticas de relacionamiento comunitario con enfoque en valor compartido y justicia ambiental.

Sector	Tema	Materialidad Financiera	Acción Marginal	Acción Moderada	Acción Estructural
Retailing (Food)	Residuos y reciclaje	Media	Separar residuos en plantas y sitios de entrega.	Reutilizar escombros, materiales defectuosos o subproductos.	Establecer sistemas de economía circular para residuos industriales y clientes.
Retailing (Food)	Condiciones laborales	Baja	Levantar encuestas de clima organizacional en plantas.	Crear planes de desarrollo, equidad y salud mental.	Rediseñar cultura organizacional con propósito, bienestar estructural y diversidad.
Retailing (Food)	Marketing responsable y etiquetado	Baja	Verificar claims ambientales o técnicos en productos.	Certificar cumplimiento normativo y de desempeño técnico real.	Rediseñar comunicación comercial con transparencia técnica, trazabilidad y ética profesional.
Retailing (Food)	Acceso y asequibilidad	Baja	Ofrecer líneas de productos para vivienda social o infraestructura básica.	Ajustar formatos o precios para constructores pequeños o proyectos comunitarios.	Rediseñar modelos de negocio para habilitar acceso masivo a materiales sostenibles y asequibles.
Retailing (Food)	Protección de la privacidad	Baja	Limitar recopilación de datos innecesarios en canales digitales.	Establecer sistemas internos de gestión de datos y entrenamiento al personal.	Certificar plataformas y sistemas con privacidad por diseño y alineación a marcos regulatorios internacionales.

2.2 Matriz de Impactos (Parte B - Evaluación)												
Tema	Tipo	Potencia lidad	Horizont e	Intenciona lidad	Penetrac ión	Implicaci ón	Graved ad	Prob.	Alcanc e	Impact o ESG	Impact o Fin.	Puntaje
Condiciones laborales	Negativo	Real	Corto	No intencionado	Reversible	Directo	5	4	5	19	5	24
Prácticas laborales	Negativo	Real	Corto	No intencionado	Reversible	Directo	5	4	5	19	5	24
Salud y seguridad del cliente	Positivo	Real	Corto	Intencionado	Reversible	Directo	3	4	3	15	5	20
Riesgo de transición climática	Negativo	Potencial	Largo	No intencionado	Irreversible	Indirecto	4	4	4	14.5	2.5	17.0
Condiciones laborales	Negativo	Real	Corto	No intencionado	Reversible	Directo	5	4	5	14	0	14
Acceso y asequibilidad	Positivo	Real	Corto	Intencionado	Reversible	Directo	3	4	4	13.5	2.5	16.0
Residuos y reciclaje	Negativo	Real	Largo	No intencionado	Reversible	Directo	4	4	3	13.5	2.5	16.0
Productos y servicios sostenibles	Positivo	Real	Largo	Intencionado	Reversible	Directo	2	3	3	13	5	18
Contaminación	Negativo	Real	Largo	No intencionado	Irreversible	Directo	4	4	4	12	0	12
Marketing responsable y etiquetado	Positivo	Real	Corto	Intencionado	Reversible	Directo	2	4	3	9	0	9
Impacto en las comunidades	Positivo	Real	Largo	Intencionado	Reversible	Indirecto	2	3	4	11.5	2.5	14.0

2.3 ODS vinculados a Temas Materiales			
Tema	Prioridad ODS	Meta ODS	Indicador ODS

2.4 Estándares GRI		
Estándar	Contenido	Descripción

2.5 Estándares SASB					
Industria	Tema	Parámetro Contabilidad	Categoría	Unidad de Medida	Código

2.6 Regulaciones Relevantes				
Tema Material	Tipo Regulación	Descripción	Vigencia	Relevancia
Condiciones laborales	Ambiental	Ley 20780.- Artículo El artículo 8 establece un impuesto anual, a beneficio fiscal, para gravar las emisiones al aire de material particulado, óxidos de nitrógeno, dióxido de azufre y dióxido de carbono.	9/29/2014	Alta
Prácticas laborales	Ambiental	Ley 20.416. Pequeñas Empresas, Consejo Nacional Consultivo de la Empresa de Menor Tamaño.	2/3/2010	Alta
Salud y seguridad del cliente	Ambiental	Ley 21600. Crea el servicio de biodiversidad y áreas protegidas y el sistema nacional de áreas protegidas.	6/9/2023	Alta
Riesgo de transición climática	Ambiental	Ley 20780.- Artículo El artículo 8 establece un impuesto anual, a beneficio fiscal, para gravar las emisiones al aire de material particulado.	9/29/2014	Alta
Acceso y asequibilidad	Ambiental	Ley 20.416. Pequeñas Empresas, Consejo Nacional Consultivo de la Empresa de Menor Tamaño.	2/3/2010	Alta
Residuos y reciclaje	Ambiental	Ley 20.920.- Establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje.	6/1/2016	Alta
Productos y servicios sostenibles	Ambiental	Ley 21600. Crea el servicio de biodiversidad y áreas protegidas y el sistema nacional de áreas protegidas.	6/9/2023	Alta

Tema Material	Tipo Regulación	Descripción	Vigencia	Relevancia
Contaminación	Ambiental	Ley 20.920.- Establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje.	6/1/2016	Alta
Marketing responsable y etiquetado	Ambiental	Ley 20.416. Pequeñas Empresas, Consejo Nacional Consultivo de la Empresa de Menor Tamaño.	2/3/2010	Alta
Impacto en las comunidades	Ambiental	Ley 20.920.- Establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje.	6/1/2016	Alta

3. Resumen Ejecutivo