

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 | Penetraci ón | 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

Adaptia © 2025 - Documento generado automáticamente.