



Informe de
Responsabilidad Social **2012**



**mercado
libre**



CARTA DEL CEO ● pág. 05

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA
EN MERCADOLIBRE** ● pág. 07

ECOSISTEMA MERCADOLIBRE ● pág. 11

Un ecosistema de operaciones exitosas
Gobierno corporativo y ética

ECOSISTEMA SOCIAL ● pág. 31

Nuestro equipo de trabajo
Nuestros usuarios
Inversión social

ECOSISTEMA NATURAL ● pág. 59

Medio ambiente

TABLA DE CONTENIDOS GRI ● pág. 71



Desde nuestro nacimiento en 1999, nuestra misión ha sido democratizar el comercio, desarrollar una comunidad de usuarios que se vea impactada positivamente por los beneficios del comercio electrónico. Gracias a la confianza de nuestros usuarios, y al esfuerzo de un gran equipo de trabajo nos hemos convertido en una empresa líder en toda América Latina.

Todos los integrantes de MercadoLibre sabemos que nuestro aporte como empresa no se limita a los aspectos económicos, sino que tenemos la responsabilidad de contribuir al desarrollo de nuestros empleados, al progreso de la comunidad donde operamos y al cuidado del medio ambiente donde vivimos.

Gran parte de ustedes asocian a MercadoLibre con la tecnología, la innovación y el espíritu emprendedor puestos al servicio de nuestros usuarios para garantizar una excelente experiencia de compra-venta a través de un sistema transparente y confiable. Nuestro crecimiento siempre estuvo asociado a dichos conceptos. Sin embargo, nos sentimos exitosos, no sólo por nuestros resultados de negocios, sino porque sabemos que dichos resultados se han alcanzado abriendo oportunidades laborales, colaborando con la educación de los jóvenes e impulsando la inclusión digital y el fortalecimiento de las organizaciones sin fines de lucro.

El objetivo de nuestro primer informe de Responsabilidad Social es, entonces, compartir con nuestros grupos de interés esta faceta de nuestro trabajo que pocos conocen pero que nos llena de satisfacción, porque sentimos que aportamos nuestro esfuerzo para avanzar hacia un futuro más sustentable para todos.

Esperamos que la publicación les resulte de interés y por supuesto, quedamos a la espera de sugerencias por parte de ustedes para enriquecer nuestros próximos reportes.

Marcos Galperin

Presidente y CEO de MercadoLibre

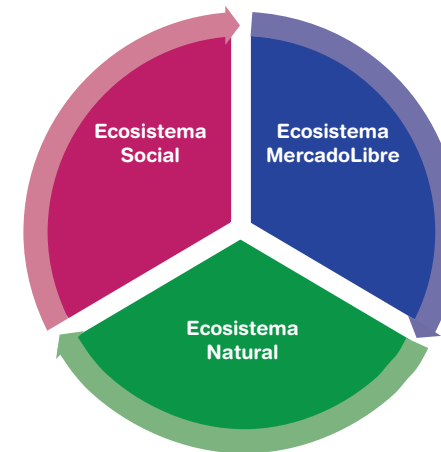


La Responsabilidad Social Empresaria en MercadoLibre



mercado
libre

Entendemos la RSE como visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el ambiente. Desde nuestros inicios, decidimos apostar por una gestión responsable del negocio, integrada a la estrategia corporativa como una herramienta que nos permite mejorar la competitividad y sustentabilidad de las comunidades en las que operamos.



Nuestro enfoque de Responsabilidad Social Corporativa se basa en la interrelación tres dimensiones:

El ecosistema MercadoLibre

Reúne diferentes plataformas que ofrecen a los usuarios amplias soluciones para el comercio electrónico: MercadoLibre.com, MercadoPago, MercadoClics, MercadoShops y MercadoLibre Clasificados.

El ecosistema Social

Integra a nuestros grupos de interés. Con todos ellos queremos encontrar espacios de interacción para crear valor compartido y oportunidades de desarrollo.

El ecosistema Natural

Reúne nuestra preocupación por contribuir con la preservación del medio ambiente desde una gestión eficiente de nuestras instalaciones.

Nuestro primer Informe de RSE

La publicación de nuestro primer Informe representa un avance en la consolidación de la gestión de RSE en MercadoLibre. Para esta primera edición, seguimos los lineamientos de la Guía G3 de Global Reporting Initiative, con un nivel de aplicación C. El informe alcanza a todas nuestras operaciones regionales; y la definición de contenidos estuvo a cargo de un grupo de trabajo integrado por un equipo interno y facilitadores externos, el cual realizó un proceso de priorización de temas relevantes para los grupos de interés de la empresa.



Ecosistema MercadoLibre





De un emprendimiento a una empresa multiplicadora de oportunidades

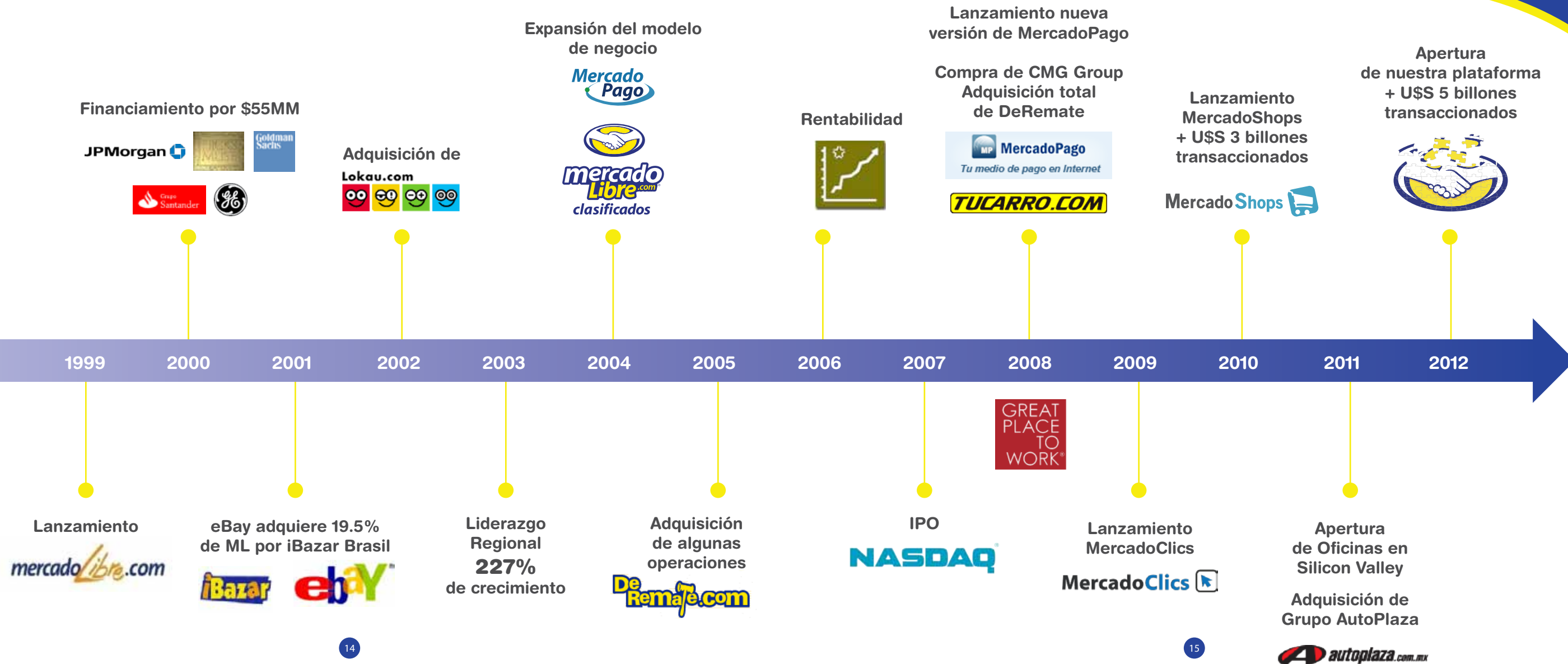
Nuestro proyecto de negocio comenzó en 1999 en un garage ubicado en el subsuelo de un edificio del barrio de Saavedra, en Buenos Aires, Argentina. Desde agosto del 2007, somos una de las únicas empresas de tecnología de América Latina que cotiza en la bolsa del Nasdaq junto a Google, Microsoft, eBay, Amazon y otras grandes empresas de Internet. Somos la empresa líder de comercio electrónico en América Latina y estamos entre las 10 principales del mundo.

El continuo crecimiento de la cantidad usuarios de Internet, la consolidación del comercio electrónico como un canal accesible, cómodo, confiable y seguro de compra y venta y la amplia incorporación de empresas que comercializan han sido factores clave para el desarrollo de nuestra empresa.

En estos más de 13 años logramos democratizar el comercio y hacer que los mercados en los que estamos sean más eficientes, que las personas puedan comprar y vender en igualdad de condiciones sin importar la ubicación geográfica en la que se encuentran.



La historia de MercadoLibre



Un ecosistema de operaciones exitosas

En la actualidad, somos la mayor plataforma de compras y ventas por Internet de América Latina; en la que compradores y vendedores se encuentran para intercambiar información y realizar transacciones de comercio elec-

trónico con una amplia gama de productos y servicios, a precio fijo o en subasta. Desarrollamos un poderoso ecosistema en Internet donde millones de usuarios pueden acceder a:



Es la compañía de tecnología líder en el desarrollo de soluciones de comercio electrónico para que cualquier persona o empresa pueda buscar, compartir, opinar, decidir, comprar, vender y publicitar de todo a través de Internet. También permite que los vendedores publiquen vehículos, inmuebles y servicios en una sección exclusiva de avisos clasificados en línea.



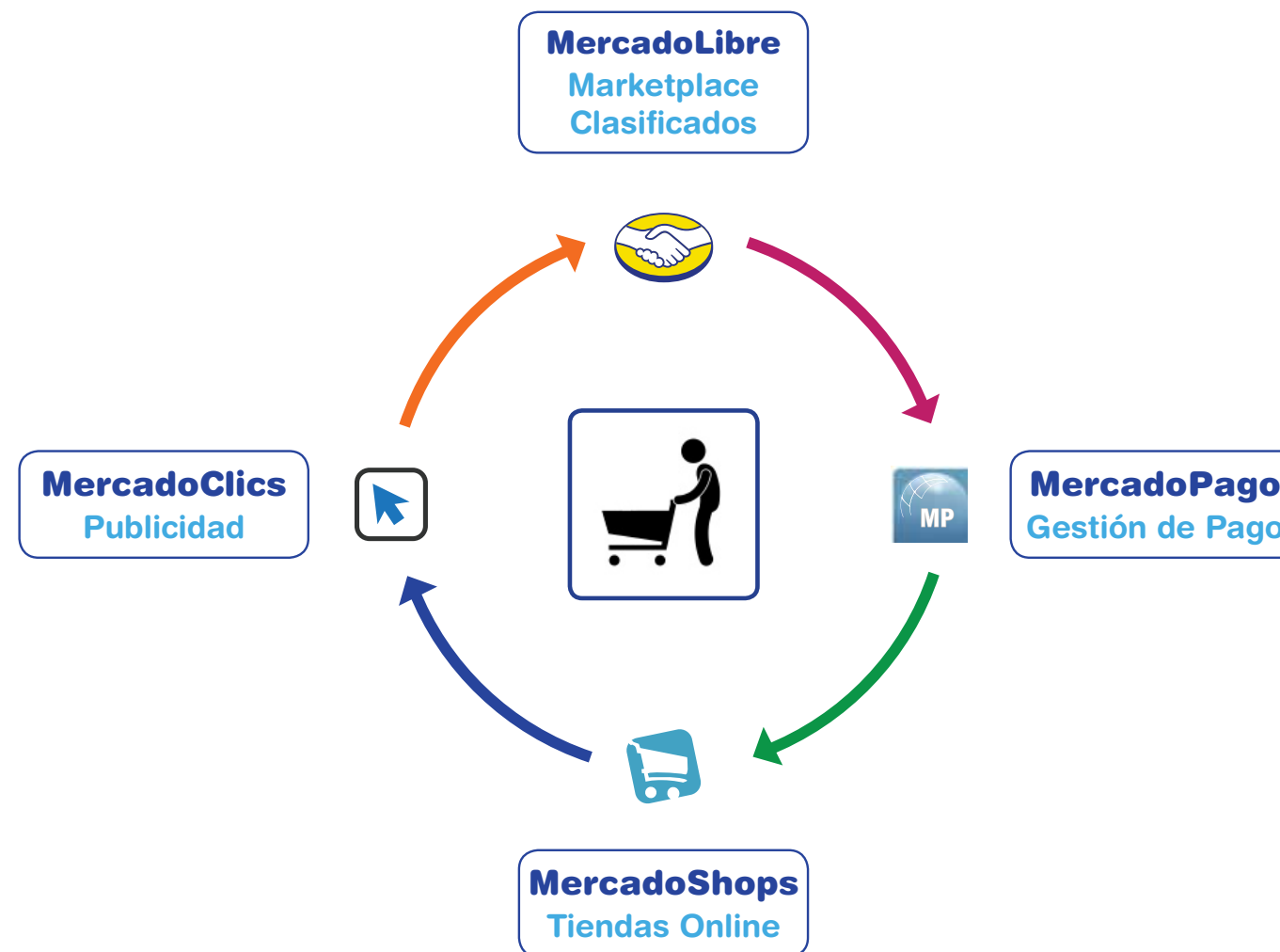
La mayor plataforma de pagos por Internet de origen latinoamericano, que permite pagar compras por Internet de forma fácil, rápida y segura. Puede utilizarse tanto para pagar compras realizadas en MercadoLibre como en cualquier otro comercio electrónico o a la calle, dependiendo del país. Recientemente la plataforma recibió la certificación PCI¹ por tener los más altos estándares de seguridad de la industria.



Permite a las marcas y empresas crear anuncios de texto con links para ampliar su visibilidad en las diferentes páginas de MercadoLibre.com. El sitio cuenta con más de 10 millones de productos publicados al mismo tiempo, lo que lo convierte en la mayor audiencia de Internet en sitios retail, además de ser el lugar de decisión de compra por excelencia. Actualmente hay más de 12.000 anunciantes.



Es una plataforma que permite crear sitios de comercio electrónico en minutos y de manera gratuita. Permite utilizar apariencias personalizadas, realizar una fácil administración de ventas, stocks y status de los envíos, contar con alojamiento web y tráfico sin restricciones, utilizar un subdominio o un dominio propio y utilizar MercadoPago de manera integrada pudiendo ofrecer pagos en 12 cuotas sin interés. Ya existen más de 60.000 tiendas on line.

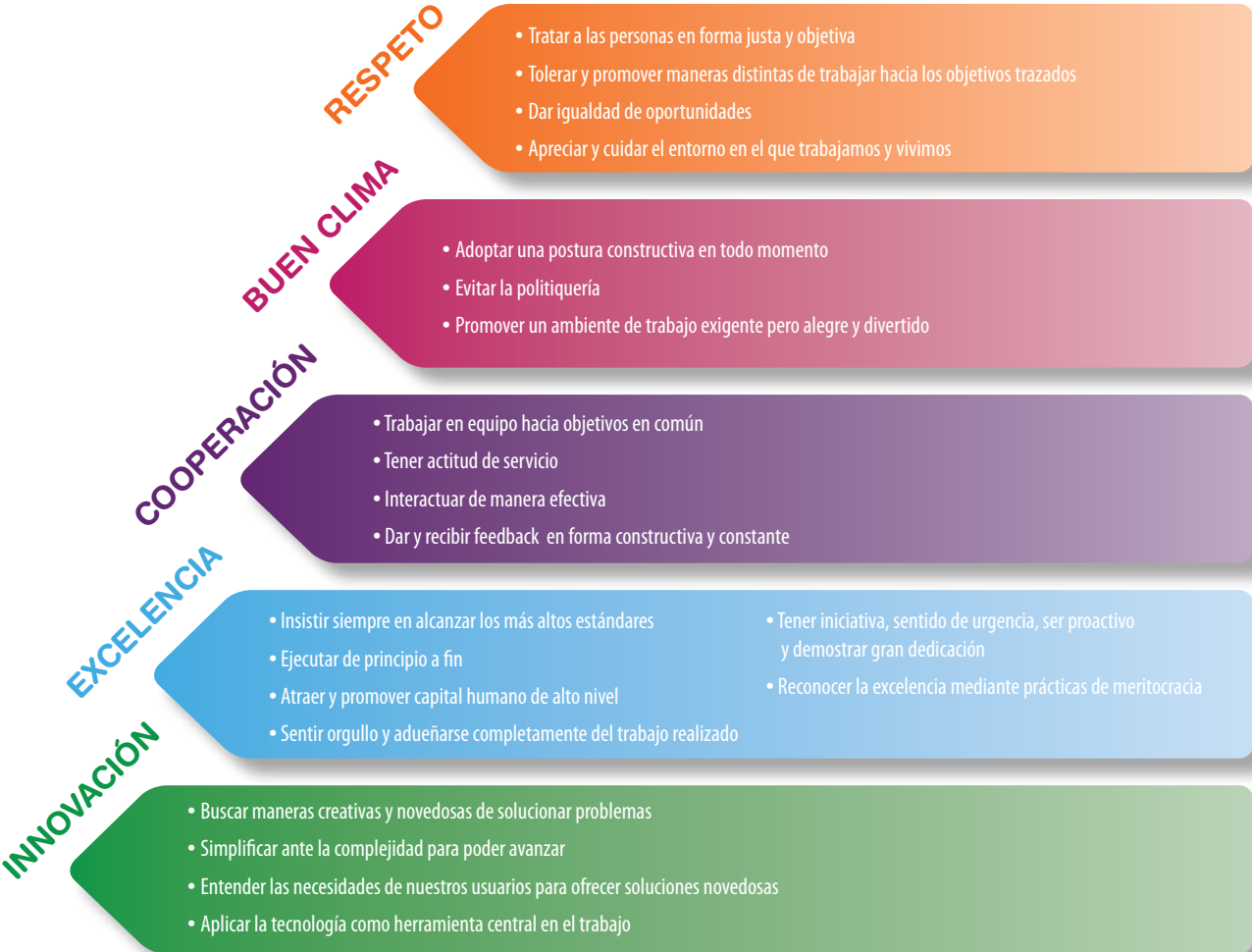


¹ Payment Card Industry- PCI. Representa el estándar internacional de seguridad en transacciones electrónicas y ayuda a evitar el fraude con tarjetas de crédito y proteger la información asociadas a las mismas.



Valores

Los valores corporativos son los pilares de nuestra actuación y nos sirven de inspiración para realizar nuestras tareas



Nuestra presencia en el mercado



Actualmente, tenemos operaciones en 12 países de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela; y en Portugal.

Buenos Aires es nuestra casa matriz y contamos con oficinas en Brasil, Colombia, México, Uruguay, Venezuela, además de dos Centros de Investigación y Desarrollo en Silicon Valley, California, EE.UU. y San Luis, Argentina.

Hechos relevantes

- Durante 2011 y 2012 invertimos en nuevas oficinas en Argentina, Brasil, Uruguay y Venezuela. Las nuevas instalaciones mantienen el concepto de espacios abiertos de trabajo que favorece la integración y trabajo en equipo. Adicionalmente se invirtió en el diseño de lugares comunes de reunión y esparcimiento. Las nuevas oficinas cuentan con salas de video conferencia, espacios para reuniones informales y conference calls, y comedores flexibles para usos múltiples. Entre algunos aspectos destacables se encuentra el mobiliario de última generación con sillas totalmente ergonómicas y de calidad premium.

- También abrimos un Centro de Investigación y Desarrollo en Silicon Valley, California, el centro tecnológico más importante del mundo, donde residen compañías como Google, eBay y Facebook entre muchas otras. Con una inversión inicial de US\$ 1 millón, tiene como objetivo estar más cerca de las últimas tendencias mundiales del sector tecnológico.

- Se concretó la apertura de nuestra plataforma con un evento gratuito y de día completo, donde desarrolladores de MercadoLibre explicaron los principios de diseño de la API, así como charlas funcionales sobre todo lo que se puede lograr con ellas. Si bien MercadoLibre, MercadoPago, MercadoClics y MercadoShops forman un ecosistema con fuertes sinergias, si lo mantuviésemos cerrado su im-

pacto quedaría limitado a lo que puede ejecutar nuestro equipo de tecnología. Al abrir la plataforma, permitimos que otras empresas creen negocios sobre nuestro ecosistema. Para estas empresas, integrarse a la plataforma de comercio electrónico más grande de América Latina es una excelente manera de crecer.



MERCADOLIBRE EN CIFRAS

- 6 millones de vendedores en 2012
- 17 millones de compradores en 2012
- 67.4 millones de productos vendidos
- 5.700 millones de dólares de dinero traccionado
- 1.000 búsquedas por segundo
- 2 compras por segundo
- 1.800 empleados directos
- 80.000 MercadoShops
- 7% de las compras se realizan por dispositivos móviles
- 81.5 millones de usuarios registrados

Impacto económico del negocio

Desde MercadoLibre contribuimos activamente a adaptar las oportunidades laborales a las nuevas exigencias del mercado, facilitando día a día el acceso de las personas al comercio electrónico. De esta forma, promovemos la generación y crecimiento de comercios y pymes, y brindamos nuevas oportunidades laborales para jóvenes y adultos que buscan generar más ingresos. El comercio electrónico hoy ofrece oportunidades comerciales para todos. Además de ofrecer empleo a más 1500 personas en forma directa en toda América Latina, nos hemos convertido en la única o principal fuente de ingresos para más de la mitad de los grandes vendedores de la plataforma.



En MercadoLibre apostamos a la investigación y al desarrollo tecnológico. Contamos con más de 300 profesionales que programan y desarrollan nuestro sitio. Por ello, nuestras inversiones se destinan principalmente a la capacitación y actualización tecnológica.

Más de 145 mil personas usan a ML actualmente como fuente de ingresos

Grandes Vendedores Actuales

51.142 personas



Colaboradores Actuales

93.667 personas



Total:

145.334 personas



De acuerdo a un estudio desarrollado por la consultora Nielsen en diciembre de 2012, las oportunidades abiertas por MercadoLibre han generado nuevos puestos de empleo: casi 11 mil personas dejaron su trabajo anterior para dedicarse a la venta en ML. Para ellos, el comercio electrónico representa la posibilidad de independizarse laboralmente y desarrollar un emprendimiento comercial propio. Los jóvenes son quienes más se animan a dedicarse exclusivamente a la venta por MercadoLibre. Entre los adultos, en cambio, funcionamos como amplificador de fuente de ingresos, al dedicarse al comercio electrónico en paralelo al empleo actual. También, en muchos casos, somos el portal de ingreso al trabajo entre los que recién se insertan al mercado laboral. En promedio, cada vendedor de ML tiene tres colaboradores, de esta forma, estimamos que más de 145 mil personas tienen a ML actualmente como fuente de ingresos: 51.142 vendedores actuales y 93.667 colaboradores.



CONCEPTO (USD)	2010	2011	2012
Facturación	216,7	298,9	373,6
Ganacias (brutas)	170,2	226,9	275,5
Activos totales	269,7	355,9	478,7
Valor de la acción	66,65	79,54	78,55
Contribuciones directas	94,3	142,7	183,1
Impuestos y tasas	15,8	31,7	38,9
Inversiones en tecnología	15,9	23,3	28,6

(en millones)

Distinciones

- Recibimos el premio eCommerce por nuestro liderazgo y apoyo al comercio electrónico y los negocios por internet en el sector de servicios en Argentina.
- Según la revista Fortune, somos una de las 4 empresas de tecnología que más crecen.

- Ocupamos el 8º lugar entre los sitios retails más grandes del mundo, según comscore.
- La revista Ad Age nos destacó como una de las 30 World's Hottest Brands.
- Un estudio realizado por el Credit Suisse Research Institute nos distinguió dentro de las 27 marcas del mañana, de las cuales se espera que los próximos años se destaquen en sus mercados y crezcan en tamaño, escala y rentabilidad.
- Para la revista Apertura, somos una de las 100 empresas con mejor imagen de la Argentina.
- En México, el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico ILCE y la Asociación Mexicana de Internet AMIPCI nos entregaron el eCommerce Award por nuestra trayectoria y liderazgo en el comercio electrónico.





Gobierno Corporativo y Ética

Gobierno Corporativo

En 2007, en MercadoLibre dimos un importante paso en el crecimiento y expansión de la empresa, al comenzar a operar en el índice Nasdaq² como MercadoLibre, Inc. A partir de ese momento, nuestras prácticas de Gobierno Corporativo³, cumplen con los requisitos establecidos por la Securities and Exchange Commission⁴ (SEC) para las empresas públicas que cotizan en Bolsa en Estados Unidos.

El directorio de MercadoLibre Inc. está compuesto por ocho miembros⁵, y seis de ellos son independientes. Sus integrantes son elegidos por los accionistas, y tienen como objetivos principales definir la estrategia integral de la empresa, supervisar la gestión del negocio y velar por los intereses de los grupos de interés de la empresa. La labor del directorio se complementa con tres comités, cada uno de ellos con una responsabilidad específica:

Comité de Auditoría

Es responsable de garantizar la confiabilidad de los procesos financieros y contables de la compañía; asegurar el cumplimiento de las leyes y regulaciones y realizar una efectiva evaluación y gestión de riesgos.

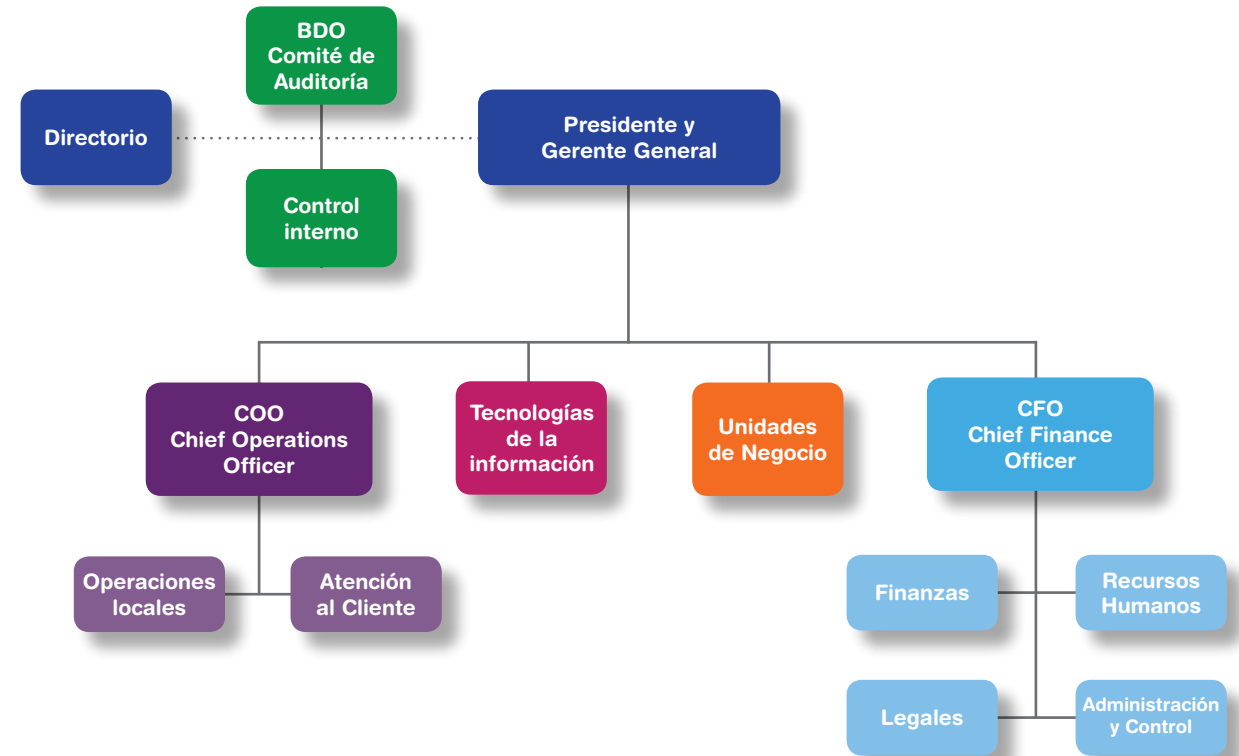
Comité de Nominaciones y Gobierno Corporativo

Tiene a su cargo la evaluación periódica del Código de Conducta de Negocios y Ética y su implementación; el cumplimiento de las prácticas para evitar conflicto de interés, así como de la selección de los integrantes del Directorio.

Comité de Compensaciones

Tiene la responsabilidad total por las prácticas y planes de la compensación de los ejecutivos de la empresa. El Directorio delega en el Comité Ejecutivo la definición de los objetivos operativos, el desarrollo e implementación de los correspondientes planes de acción. A su vez, los integrantes del Comité tienen la responsabilidad de rendir cuentas periódicamente ante el Directorio sobre el avance de la gestión en relación a las metas establecidas. También se realizan auditorías externas e internas sobre aspectos económico-financieros, cuyos resultados se presentan al directorio, quien debe aprobarlos para luego presentarlos a la SEC. Anualmente, se solicita a los miembros del Directorio que completen una autoevaluación en forma individual para conocer su opinión y visión sobre la labor realizada durante el año. Los resultados son analizados en una reunión de la que pueden surgir diversas propuestas para los planes futuros.

El siguiente organigrama refleja la estructura operativa de la empresa:



² National Association of Securities Dealers Automated Quotation (NASDAQ) es la bolsa de valores electrónica y automatizada más grande de los Estados Unidos. Se caracteriza por comprender las empresas de alta tecnología en electrónica, informática, telecomunicaciones, biotecnología, etc.

³ Mayor información sobre las prácticas de Gobierno Corporativo disponible en: <http://investor.mercadolibre.com/>

⁴ Comisión que regula la actividad de la Bolsa de Valores en EE.UU.

⁵ Mayores detalles sobre los integrantes del Directorio y sus perfiles profesionales en:

http://files.shareholder.com/downloads/MELI/2084983346x0x223074/1642B46B-FB6A-49CD-B7FD-7873FBA861E8/MELI_BOD_composition - 10AUG08.pdf

Comunicaciones con los accionistas

Los accionistas cuentan con distintos mecanismos para comunicarse con el Directorio, ya sea en forma individual o grupal, siendo el ámbito formal para hacerlo la reunión anual de accionistas, en la cual se aprueban los nuevos términos de duración de los mandatos de los directores.

A su vez, los empleados, socios, o cualquier interesado, puede comunicarse a través de una línea confidencial, (whistleblower line) a través de la cual se pueden efectuar denuncias anónimas, sobre temas éticos principalmente.

Ética

Nuestro Código de Ética y Conducta Comercial⁶ incluye los principios de conducta propuestos por nuestra empresa para que todos los integrantes de MercadoLibre dediquen especial atención a realizar sus tareas con honestidad e integridad, evitando comportamientos inapropiados que pongan en riesgo su desempeño o la reputación corporativa. También promovemos su cumplimiento entre nuestros socios de negocios y consultores independientes, de manera tal de extender el comportamiento ético a parte de nuestra cadena de valor.

⁶ Puede acceder a la versión completa del Código de Conducta en: http://files.shareholder.com/downloads/MELI/2084983346x0x121740/932B7E32-B512-44C3-B01F-56A14171BC0A/MIAMI-412850-v1-MercadoLibre_Code_of_Ethics.pdf

Los principales temas abordados en el código son:

1. Cumplimiento de Leyes y regulaciones

Este punto es la base de todo comportamiento ético. En MercadoLibre, conocer y cumplir con la letra y espíritu de la Ley en cada uno de los lugares en que operamos es una condición básica para el desarrollo de nuestros negocios.

2. Confidencialidad de la información

Toda la información de la empresa es confidencial, salvo que expresamente se declare su carácter público, lo cual habilita su difusión por los canales correspondientes. Está absolutamente prohibido a todos los integrantes de la empresa aprovechar el acceso a información de la compañía o de nuestros usuarios para obtener una ventaja personal, para acceder a un beneficio de un tercero o para generar negocios independientes que compitan con MercadoLibre.

3. Participación en Medios Digitales

En MercadoLibre somos apasionados por la tecnología y nos sentimos muy a gusto trabajando en un entorno abierto que promueve la creatividad y el intercambio creativo de ideas. En este sentido, los medios digitales (redes sociales, blogs, wikis, etc.) ofrecen una amplia plataforma de comunicación y cooperación que demandan de nuestra parte una gran responsabilidad y sentido común

para no afectar ni la reputación ni los negocios de MercadoLibre, así como para preservar la confidencialidad de la información de la empresa y nuestros usuarios.

4. Competencia justa

Nuestra ventaja competitiva es el resultado de un desempeño superior y una competencia justa. No admitimos ningún tipo de comportamiento deshonesto o negocios ilegales que pudieran afectar a nuestros competidores, usuarios, proveedores o empleados.

5. Discriminación y acoso

La diversidad de nuestros empleados es uno de los principales activos de la compañía. Es por ello que estamos firmemente comprometidos a ofrecer oportunidades equitativas de empleo y no toleramos ningún tipo de discriminación o acoso.

6. Regalos, pagos y sobornos

No debemos aceptar ningún tipo de pago o gratificación fuera del circuito normal de la actividad de la empresa. En el caso de los regalos, sólo pueden ser aceptados si no superan el monto máximo estipulado en el código, siempre y cuando se adecuen a las prácticas generales de negocios y a la cultura local. Tampoco se puede ofrecer pagos a un intermediario o directamente a cualquier individuo, compañía u organización en cualquier país en concepto de soborno o con el objetivo directo o indirecto, de conseguir indebidamente un beneficio o trato preferencial para MercadoLibre.

7. Conflicto de Interés

Define las situaciones en que podría producirse un Conflicto de Interés y provee orientación sobre cómo proceder. Otros temas cubiertos por el código son Mantenimiento de Registros, Protección y Uso apropiado de los recursos de la compañía, Política de divulgación, Salud y Seguridad y Contribuciones Políticas. Este documento también ofrece una serie de preguntas que sirven de orientación frente a dudas sobre la aplicación del Código o cómo actuar en caso de detectarse comportamientos ilegales o anti éticos.

Alentamos a todos los empleados a informar al Vicepresidente Corporativo de Recursos Humanos o a través de la Línea de Denuncias, una línea anónima administrada por Shareholder.com, para asistir a nuestros empleados en la promoción de conductas éticas y de integridad en MercadoLibre. Las vías disponibles para las denuncias son:

- Líneas telefónicas en cada Sede
- Webpage Formulario online en Inglés, Español y Portugués
- Casilla específica de correo electrónico en Inglés, Español y Portugués

Periódicamente, nuestros colaboradores reciben capacitaciones y actualizaciones sobre el Código de Conducta, ya sea en forma presencial o a través de videos.



Ecosistema Social



mercado
libre

El equipo de trabajo de MercadoLibre

En MercadoLibre nos esforzamos en ofrecer un ambiente laboral en el cual prevalezca el respeto, la cortesía, la motivación y las ganas de trabajar para alcanzar resultados extraordinarios. Tenemos una cultura organizacional basada en el buen clima, el trabajo en equipo y las comunicaciones en red de puertas abiertas, lo cual facilita la transmisión de esta idea. Conformamos un equipo de trabajo dinámico e innovador, nacido de la convicción de que la pasión, el espíritu emprendedor y el buen clima son los aspectos fundamentales que nos han permitido alcanzar resultados extraordinarios y convertirnos en una empresa líder en América Latina.

**Nuestra filosofía de trabajo
“Enjoy MercadoLibre”
se resume en 3 conceptos:**



A su vez, los siguientes principios orientan nuestro trabajo cotidiano y las relaciones interpersonales:

- Creemos que las personas “hacen la diferencia”
- Consideramos que cada colaborador tiene algo para contribuir
- Fomentamos que cada uno trate a los demás de la misma forma en que desea ser tratado
- Sentimos que un ambiente de trabajo abierto y honesto permite que cada uno pueda brindar lo mejor de sí
- Sabemos que el trabajo en equipo permite alcanzar mejores resultados a través de la sinergia de esfuerzos, creatividades y contribuciones

Los comportamientos clave son las actitudes que consideramos fundamentales para desarrollar nuestras actividades:

- Razonar de manera efectiva
- Ejecutar con excelencia
- Trabajar en equipo
- Satisfacer al usuario
- Transmitir los valores y la cultura MercadoLibre
- Liderar con el ejemplo



El perfil de nuestro equipo

Nuestras operaciones brindan trabajo de manera directa a 1849 personas, distribuidas en los siguientes países:

	Cantidad de empleados	Mujeres	Hombres	Edad promedio	Directivos	Gerenciales	Analistas Profesionales
Argentina	869	418	451	27	19	53	797
México	75	33	42	31	2	7	66
Colombia	62	26	36	29	0	4	58
Venezuela	149	67	82	27	0	8	141
Uruguay	153	42	111	23	2	1	150
Brasil	537	335	202	25	7	15	515
Silicon Valley	4	0	4	40	1	0	3
TOTAL	1.849	921	928	29	31	88	1.730

	Ingresos	Desvinculaciones	Tasa de rotación
Argentina	183	175	20%
México	23	21	28%
Colombia	20	9	15%
Venezuela	42	29	19%
Uruguay	176	24	16%
Brasil	184	136	26%
Silicon Valley	5	1	25%
TOTAL	633	395	21%

LA PROPUESTA DE MercadoLibre

La propuesta de valor sobre la cual desarrollamos nuestro modelo de compensaciones está integrado por cuatro componentes:



Compensaciones y beneficios

Nuestro esquema de compensaciones se basa en la remuneración por mérito, la cual reconoce el desempeño de cada colaborador, y un sistema de promociones que permite ir creciendo. Se complementa con un bono anual y un paquete de beneficios integrado por los siguientes componentes:

Salud

- Plan médico garantizado para todo el personal y su grupo familiar primario, segmentado por nivel organizacional
- Chequeos médicos
- Cobertura de Vida Legal ante accidentes
- Seguro del Viajero para todos los empleados que viajen al exterior.

Ambiente de trabajo y bienestar

- Servicio de vending (bebidas frías, calientes y snacks) y opciones saludables para todos los empleados.
- Descuento en red de gimnasios
- Espacios de recreación con consolas de juegos

Movilidad

- Estacionamiento en oficinas o descuento del 50% en el alquiler mensual de cocheras
- Servicio de transporte

Personales

- Plazos de licencias por maternidad, paternidad, matrimonio, estudio, fallecimiento, mudanza y adopción superiores a lo establecido en la Ley de contrato de trabajo.

Guardería

- Subsidio mensual por hijo para el pago de guarderías, destinados a madres con hijos de hasta 5 años de edad inclusive.
- Subsidio del 50% del valor de la asignación de guardería para el pago de colonia de vacaciones en periodo vacacional.

Servicios Financieros

- Niveles de upgrade de cuentas bancarias según el nivel de ingresos netos de los colaboradores (asignación de cuentas Gold o Platinum, de acuerdo con el ingreso neto mensual).
- Descuento en red de comercios logrados a través de Integro, BSR y otros gestionados directamente por la empresa.

Capacitación y desarrollo

Nuestra industria es muy joven y sabemos que tenemos una responsabilidad muy importante sobre la formación de nuestros equipos de trabajo. Por ello, nos focalizamos en generar oportunidades continuas de aprendizaje que contribuyan a desplegar el potencial de nuestros colaboradores y les permitan alcanzar los resultados.

Nuestro negocio es muy dinámico y en MercadoLibre atraemos a los mejores talentos del mercado, principalmente en un área crítica como tecnología y desarrollo. Los profesionales que se incorporan a nuestra empresa se enfrentan a objetivos desafiantes, responsabilidad y autonomía, porque entendemos en la mejor manera de involucrarse al negocio.

Desarrollamos programas de inserción de jóvenes profesionales para lo cual incentivamos vínculos de cooperación con las Universidades y centros de estudio para entender las necesidades de los graduados y estar acorde a las exigencias del mercado.

En cuanto a la formación de postgrado, creamos un programa para alentar la realización de cursos orientados a Administración de Negocios (MBA). Cada área debe presentar anualmente a los candidatos que consideren meritorio apoyar, asignando un programa e institución donde

serán capacitados. Durante 2012, 12 colaboradores participaron del MBA Sponsorships en Argentina realizados en el IAE y en San Andrés.

La integración y horizontalidad también son parte de nuestras herramientas para medir el desempeño de nuestros equipos de trabajo. Utilizamos la herramienta de feedback 360° extendido a todos los colaboradores, desde una posición de asistente hasta el gerente general. Es una herramienta muy valiosa que contribuye al desarrollo profesional de cada uno de nuestros colaboradores y le aporta una mirada sobre su desempeño proveniente de colegas, colaboradores a cargo y superiores. El 100% de los empleados recibe su evaluación de desempeño cada año.



Ambiente de trabajo

Desde la fundación de MercadoLibre, buscamos alcanzar resultados extraordinarios generando un excelente clima de trabajo, donde se privilegia el respeto por las personas. Valoramos la esencia de cada uno de nuestros colaboradores y promovemos su desarrollo en una cultura flexible, abierta pero enfocada en resultados.

En este sentido, la comunicación y nuestra política de puertas abiertas son dos aspectos clave que se reflejan, sobre todo, en nuestro espacio físico de trabajo: no tenemos oficinas individuales, sino espacios completamente abiertos para todos los niveles, inclusive para el CEO.

Diversidad

Fomentamos la diversidad de ideas y opiniones, la independencia y autonomía, para que la información fluya naturalmente entre las distintas áreas de la compañía. Nos comprometemos fielmente con la igualdad de oportunidad entre nuestros empleados en todos los aspectos relativos al empleo. No toleramos discriminación o acoso alguno por cuestiones de raza, religión, sexo, nacionalidad, orientación sexual o de cualquier otro tipo, tanto a empleados como hacia usuarios y terceros. Nuestra compañía está muy balanceada en términos de género ya que tenemos, prácticamente, la misma cantidad de hombres y de mujeres empleados.

	Total	Hombre	Mujeres
Puestos directivos	31	28	3
Puestos gerenciales	88	62	26

Salud y seguridad

Queremos que cada persona de MercadoLibre encuentre en la empresa un espacio laboral seguro y saludable, bajo el cumplimiento de normas y prácticas de seguridad y salud, reportando accidentes, equipos, prácticas o condiciones inseguras.

Relaciones con el Sindicato

El 47% de nuestros empleados están inscriptos en agrupaciones sindicales.

Cantidad de empleados sindicalizados	
Argentina	412
Brasil	537
TOTAL	866

En México, Colombia, Venezuela y Uruguay no contamos con empleados bajo convenio colectivo de trabajo.



Los usuarios de MercadoLibre

Nuestros usuarios -los compradores y vendedores- son quienes dan vida al ecosistema de MercadoLibre y quienes han convertido a nuestra empresa en la plataforma número uno en compras y ventas por Internet de América Latina. En 2012, 23 millones de personas realizaron operaciones de comercio electrónico a través de MercadoLibre.

En respuesta a la confianza depositada por los usuarios, ofrecemos programas orientados a generar un servicio que garantice experiencias de venta y compra sustentables.

Para los vendedores, hemos desarrollado iniciativas que contribuyen a que puedan desarrollar su actividad de una manera organizada, segura y también que se los reconozca en función de la calidad del servicio de venta y de los productos ofrecidos.

a Programa de MercadoLíderes

Está orientado a medir la trayectoria del vendedor en el sitio a través de indicadores como cantidad de operaciones, ventas concretadas satisfactoriamente, porcentaje de calificaciones positivas, entre otros.

Adicionalmente a la reputación que el vendedor construye en el sitio, evaluamos la experiencia de venta a través

del Programa de Certificación de Vendedores, que tiene como objetivo validar la calidad de servicio y poder ofrecer a los compradores los mejores vendedores de MercadoLibre.

Hay tres tipos de MercadoLíderes identificados por la medalla que llevan junto al termómetro de su reputación. De esta manera, se los distingue frente a otros miembros de la comunidad:



MercadoLíder



MercadoLíder Gold



MercadoLíder Platinum

b Programa de protección de propiedad intelectual (PPPI)

En MercadoLibre analizamos y damos soporte a los reclamos relacionados con productos para los cuales existan dudas respecto a su origen y procedencia. Este programa gratuito tiene el objetivo de impedir que sean listados u ofrecidos a través de nuestra plataforma artículos que violen algún Derecho de Propiedad Intelectual, sea de autor, patentes, marcas, modelos y/o diseños industriales. Los usuarios que consideren que alguna publicación en MercadoLibre afecta alguno de sus derechos, tiene la posibilidad de adherirse al PPPI y solicitar la remoción de la misma. Para adherirse al PPPI solamente es necesario completar el formulario de notificación de supuesta infracción (“NSI”) y enviarlo a MercadoLibre, detallando los artículos que estarían afectando sus derechos. Tras la adhesión al programa, con el envío un mail con la notificación de la infracción, los productos son removidos a la brevedad.

c Programa de protección al vendedor

A través de este programa se establece de manera clara y concisa el modo en que nuestros vendedores deben realizar la entrega de productos abonados por los compradores mediante la herramienta de MercadoPago (nuestra plataforma electrónica de pagos). Esta operatoria los respalda ante la eventual existencia de desconocimiento de compra generada por un comprador.

d Universidad MercadoLibre

Permite a nuestros vendedores capacitarse y conocer de manera presencial nuestros productos, funcionalidades e impactar positivamente en su negocio.

A lo largo de 2012, se realizaron eventos para potenciar el desarrollo de vendedores de comercio electrónico en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, México DF y Bogotá y Caracas. A través del trabajo en red con prestigiosas universidades provinciales y cámaras empresarias, se logró una amplia convocatoria de emprendedores locales.

Universidad ML 2012	participantes
Buenos Aires	590
Córdoba	400
Mendoza	300
México DF	400
Bogotá	350
Caracas	300



En la provincia de Mendoza, se firmó un acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Social para la realización en conjunto de la iniciativa “Comercio Justo Electrónico”. La firma se concretó con la presencia del Ministro de Desarrollo Social y el Sub Secretario de Comunicación de la Provincia de Mendoza ante la presencia de funcionarios, periodistas y demás actores locales. El acuerdo implica apoyar la economía social local y otorgar de manera gratuita la herramienta MercadoShops a productores y artesanos locales y el compromiso de generar capacitación a líderes e influenciadores locales para que el proyecto pueda ser autónomo y sustentable.

f Universidades MercadoLibre online

Adicionalmente a la universidad presencial, existen videos con acceso online para que los vendedores puedan realizar e-learning de nuestros principales procesos. En 2012, se alcanzaron más de 280.000 reproducciones.

g Blog comercial con canales de diálogo para nuestros usuarios

Es un espacio de encuentro con los vendedores del sitio, donde comunicamos las novedades y herramientas que ofrecemos.

Los compradores encuentran a través de la certificación de los vendedores, un indicador de confianza para poder concretar sus compras con seguridad. En forma complementaria, desarrollamos el Programa de Protección al Comprador. Si bien el 99,7% de las operaciones se realizan de manera satisfactoria, a través de esta iniciativa, están respaldados por un programa que los asegura ante la eventualidad de una mala experiencia de compra en el sitio. También, cuentan con un seguro de compra respetando las condiciones establecidas en este programa.

⁷ Para obtener la certificación, un vendedor debe aprobar el 85% de los puntos, siendo requisito excluyente la entrega de factura y la certificación se deberá renovar anualmente

Primer programa de Certificación de Vendedores en Internet

Como parte de nuestro compromiso con la seguridad y la calidad del comercio electrónico, desde diciembre de 2011 contamos con el primer programa de Certificación de Vendedores de Comercio Electrónico.

Este programa tiene como objetivo evaluar y medir la calidad del servicio que ofrecen los grandes vendedores para garantizar la satisfactoria experiencia de compra y reforzar la calidad del comercio electrónico en Argentina, Brasil y México. Para esta evaluación se toman en consideración más de 45 ítems⁷, que incluyen, entre otros, desde que se haya recibido el producto, la entrega de factura, que el producto entregado sea el mismo que se ofrecía en la web, que se respeten los tiempos de envío, el ofrecimiento de garantía, hasta que las condiciones de venta se hayan aclarado en la publicación online.

En total contamos con 2610 usuarios certificados, validados o revalidados:

Argentina	800
Brasil	1270
México	540

Principales indicadores del negocio

CONCEPTO	2010	2011	2012	Crecimiento anual
Dinero transaccionado (U\$S)	3.405	4.819	5.700	18,2%
Facturación (U\$S)	217	299	373,6	25%
Productos vendidos	39	53	67,4	27%
Vendedores únicos	3,9	5	6	20%
Compradores únicos	11	14	17	21%

(en millones)

Características del producto:

80% nuevos

20% usados

95% vendidos a precio fijo

16 millones de ofertas

La seguridad de los usuarios. Nuestra prioridad

La seguridad y confiabilidad de un sitio como MercadoLibre es uno de los factores fundamentales para garantizar la sustentabilidad del negocio. Constantemente monitoreamos y analizamos todos los sectores de impacto directo en el usuario (Prevención de Fraude, Políticas y Reglas y Atención al Cliente), lo cual nos permite tomar decisiones de capacitación para los diferentes representantes y realizar modificaciones y mejoras en los procesos en caso de ser necesario.

Nuestra plataforma cuenta con diversas herramientas para permitir que los usuarios desarrollen sus operaciones de manera segura:

1 La reputación de los usuarios está a la vista: contamos con un sistema de calificaciones que es la principal herramienta de seguridad para nuestros usuarios. Al finalizar cada transacción, los usuarios de nuestro sitio pueden calificar su experiencia en esta operación. A través de estas calificaciones, tanto vendedores como compradores van formando una reputación que es pública y que permite identificar rápidamente cuál ha sido su trayectoria en MercadoLibre.com.

2 Ofrecemos la plataforma MercadoPago para cobrar y pagar de manera rápida, fácil y segura. Además de haber sido desarrollada con los más altos estándares de seguridad, la gran ventaja es que el comprador le paga a MercadoLibre (quién luego al finalizar el circuito le envía el dinero al vendedor), teniendo el respaldo de una compañía que tienen más de 13 años de trayectoria en el comercio electrónico.

3 Al registrarse, tanto vendedores como compradores aceptan los Términos y Condiciones que regulan las operaciones en el sitio. Cualquier usuario detectado que no cumpla con estas reglas, es sancionado o dado de baja, de acuerdo al caso. Muchas veces, optamos por realizar acciones educativas, porque algunos de los casos detectados tienen que ver con el desconocimiento de la plataforma.

Prevención del fraude y protección de datos

En MercadoLibre, contamos con un departamento específico cuya tarea es la prevención de operaciones fraudulentas, generada a través de reportes y sistemas automáticos pero a su vez con tareas de revisión y control manual efectuada por nuestros representantes.

Todas las operaciones realizadas en el sitio deben cumplir con la adecuación a las políticas corporativas, a los términos y condiciones de MercadoLibre y al marco legal vigente.

También contamos con un equipo de Moderación de Contenidos, que tiene a su cargo dos ejes de trabajo:

- El monitoreo del sitio para que no se publique nada que vaya en contra de los términos y condiciones de MercadoLibre, así como de la legislación vigente.
- El chequeo del cumplimiento de las políticas internas.

Buscamos generar una comunidad confiable y segura en nuestro sitio poniendo a disposición de los usuarios de manera permanente a través del Centro de Seguridad, consejos prácticos para concretar transacciones con confianza en Internet.

Asimismo, todas las publicaciones cuentan con botón que permite denunciar aquellas que infringen los Términos descritos o la legislación vigente. De esa forma cualquier persona puede informar a MercadoLibre en forma simple, rápida y eficiente sobre una infracción, para que la compañía pueda evaluar el caso.

La información suministrada por nuestros usuarios es protegida con las máximas medidas de seguridad. El acceso a los datos catastrales está restringido a un grupo determinado de personas de la empresa y se utiliza sólo a los fines de garantizar la seguridad de las operaciones. Asimismo, otros datos cuya sensibilidad es considerablemente mayor, como por ejemplo números de tarjetas de crédito, no se guardan en los servidores de la empresa, para evitar eventuales inconvenientes. En este sentido, contamos con la certificación PaymentCardIndustry- PCI, que representa el estándar internacional de seguridad en transacciones electrónicas y ayuda a evitar el fraude con tarjetas de crédito y proteger la información asociadas a las mismas.

Hasta el momento, no hemos recibido denuncias por fuga de datos de usuarios, lo cual refleja la rigurosidad de los sistemas de seguridad, control y monitoreo que implementamos.

Comunicación con la comunidad

Contamos con una política de comunicación de Marketing que responde a la necesidad de tener una comunidad en continuo crecimiento e interacción permanente. Nuestro principal desafío para generar “vitalidad en la comunidad” es trabajar en la incorporación y retención de usuarios. Trabajamos con énfasis para que aquellos que no conocen el nuestro sitio, lo visiten y conozcan y los que ya son usuarios, permanezcan.

Apalancamos nuestra estrategia de marketing en el concepto de ubicuidad, es decir ser una marca que está en muchos lados al mismo tiempo. Esta característica nos obliga a tener presencia en el lugar donde se mueven los “internautas”: redes sociales, portales, buscadores, sitios, blogs, aplicaciones web y aplicaciones para celulares.

Continuamente buscamos aportar valor en nuestras comunicaciones para que el usuario siga interactuando con nosotros. Entre las acciones de comunicación desarrolladas para dialogar y retener a nuestros usuarios, se destacan:

- Merchandising dentro de la plataforma a través del cual acercamos a quienes compraron un artículo determinado, otros que consideramos que pueden ser de su interés.
- Campañas temáticas dentro del sitio para fechas especiales: día del padre, día del niño, etc.
- Ofertas: Al tener identificados a nuestros clientes según la actividad que tienen en nuestro sitio, podemos brindarles una oferta adecuada a sus gustos o intereses.
- Presencia activa en las redes sociales



Aplicación de MercadoLibre para smartphones



Desde 2011 contamos con una aplicación gratuita para realizar compras en MercadoLibre a través de smartphones con los principales sistemas operativos. La aplicación permite navegar, buscar productos, calificar al vendedor, hacer preguntas, marcar productos como favoritos, ofertar y comprar directamente desde el celular.

La búsqueda de los productos se puede realizar tanto a través del buscador del sitio como navegando el árbol de categorías. Y el historial de búsquedas se guarda para futuras consultas. Como fue desarrollado para celulares, las páginas se cargan más rápido.

Ofrecer una plataforma customizada en diferentes canales permite a los usuarios de MercadoLibre un incremento sustancial de la agilidad y la eficacia de sus operaciones a través de dispositivos móviles.

Inversión Social

En MercadoLibre creemos que una gestión responsable del negocio implica también identificar espacios para compartir o transferir nuestras capacidades con el objetivo de promover el desarrollo de la comunidad.

Dicha convicción es la piedra angular de nuestros programas de inversión social, los cuales se organizan en tres ejes:

- Educación y Tecnología
- ONGs
- Medio Ambiente⁸



Educación y Tecnología

Nativos Digitales

A través de este programa, desarrollado en conjunto con la Fundación Compromiso en Argentina, buscamos mejorar las oportunidades laborales a jóvenes entre 16 y 25 años de grupos vulnerables a través de la capacitación en tecnología JAVA facilitando su inserción laboral en la industria tecnológica. Complementamos la capacitación con otros contenidos como orientación laboral y un sistema de tutoría que acompañe a los jóvenes en el proceso para concluir el curso. El programa otorga un certificado avalado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

En Argentina hay más de 900.000 jóvenes que no estudian ni trabajan según la CEPAL y la OEI. Además, uno de los principales temas que enfrenta la industria de Tecnologías de la información local es la demanda de recursos, según datos de la Cámara de empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI), las compañías que desarrollan software en el país demandan anualmente 7.000 profesionales y técnicos.

⁸ La explicación del programa se desarrolla en el capítulo ambiental.



El programa se desarrolla desde 2011. Los resultados logrados en sus dos años de implementación son:

- 900 horas de capacitación, repartidos en 16 cursos de 120 horas cada uno
- Participaron 330 jóvenes y ya se recibieron más de 270
- Estos 16 cursos se distribuyeron en 4 Escuelas Técnicas socias del Programa Nativos Digitales



CONNECTALUMNOS

Educación en red, libre y gratuita

Se trata de una iniciativa desarrollada en Argentina y Brasil con la finalidad de favorecer la educación a través del acceso a la tecnología, para lo cual se implementan dos líneas de trabajo:

- Promover la inclusión digital de centros educativos, a través de ofrecer conectividad, el soporte técnico y la actualización e instalación de equipamiento.
- Capacitar a los docentes en el uso de las nuevas tecnologías para potenciar su uso al máximo.

En Argentina, Conectalumnos es desarrollado en asociación con Ruta 40⁹, y tiene como objetivo consolidar una mejora radical en la infraestructura tecnológica de las escuelas rurales con las que trabaja la Fundación de norte a sur del país.

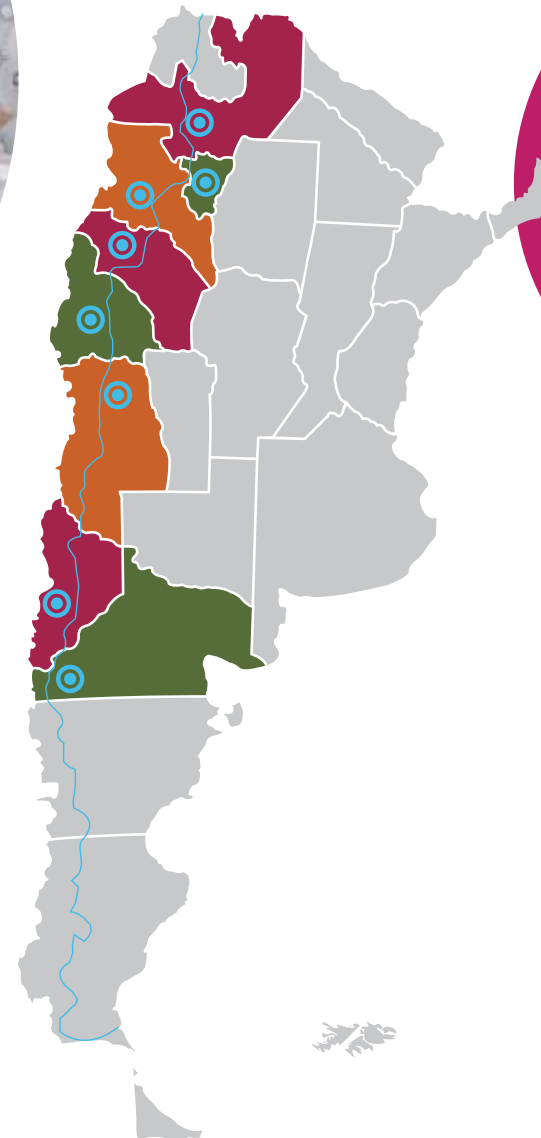
En Brasil, realizamos una alianza con CDI¹⁰, para equipar 4 de sus centros educativos y capacitar a adolescentes entre 12 y 21 años que asisten a sus *LanHouses*.

En ambos países, desde MercadoLibre, financiamos el equipamiento tecnológico y la capacitación docente con el presupuesto obtenido a través del "Día del Clic Solidario".



CONNECTALUMNOS	Argentina	Brasil
Centros educativos equipados	20	4
Alumnos capacitados	2036	304

⁹ La misión de Fundación Ruta 40 es contribuir al desarrollo integral de escuelas rurales próximas a la Ruta Nacional 40. Trabaja junto a más de 25 escuelas en el desarrollo de proyectos para fomentar el fortalecimiento de su capital físico, humano y social. Equipamiento para la escuela y los alumnos, material didáctico, armado de bibliotecas, becas escolares, capacitación docente en comprensión lectora, festejo del día del niño, maratón de lectura, huertas e invernaderos y capacitación a la comunidad en telar, son algunos de ejemplos de los proyectos realizados. La Fundación tiene la convicción que la educación es la piedra fundamental del desarrollo personal y social de una persona y que el fortalecimiento de las escuelas rurales permitirá promover la igualdad de oportunidades educativas



LOS NÚMEROS DEL PROGRAMA EN ARGENTINA FUERON:

Provincias	8
Escuelas Rurales	20
Docentes Capacitados	241
Alumnos Beneficiados	2036

Día del Clic Solidario

Una vez al año, se realiza esta campaña a través de la cual todos los ingresos generados a través del sitio se asignan para apoyar programas sociales. En 2012, se realizó el día 29 de agosto, con motivo del aniversario MercadoLibre y lo recaudado se destinó a la financiación de Conectalumnos. Para difundir la iniciativa, se realizó una activa comunicación a través de distintas herramientas y canales: e-mail marketing, redes sociales, banners y páginas especiales en nuestro sitio.

¹⁰ La visión de CDI es ampliar el concepto de inclusión digital como una integración entre educación, tecnología, ciudadanía y emprendedorismo con el objetivo de una transformación social. Para ello busca promover la inclusión social de la población menos favorecida, especialmente los jóvenes, utilizando la tecnología de la información y las comunicaciones.

ONGs

MercadoSolidario es un programa de promoción de causas sociales que apunta a ayudar a que las organizaciones sin fines de lucro, asociaciones civiles y fundaciones de Latinoamérica encuentren en el comercio electrónico una alternativa para la recaudación de fondos y la generación de recursos económicos. Funciona como una plataforma de comercialización online para que las ONGs recauden fondos a través de la venta de productos propios o recibidos en donación.

Nuestro ecosistema brinda los siguientes servicios de forma gratuita para las organizaciones que se suman a **MercadoSolidario**:

- Con **MercadoShops** pueden crear su propia tienda para la venta de productos;
- Con **MercadoPago** pueden recibir donaciones en forma online ofreciendo múltiples medios de pago y
- Con **MercadoClicks** pueden difundir sus campañas con publicidad en nuestra plataforma.
- Además, las asesoramos y capacitamos para que puedan capitalizar las posibilidades que les ofrece el comercio electrónico.

MercadoSolidario es una práctica tan integrada a nuestro negocio que utilizamos las mismas métricas que miden el crecimiento de nuestra actividad, tales como la cantidad de artículos vendidos, volumen de dinero recaudado y la cantidad de las organizaciones registradas. Los resultados obtenidos hasta el momento son:

- Más de 400 fundaciones, asociaciones civiles y organizaciones sin fines de lucro ya utilizan nuestras herramientas como parte de su estrategia de recaudación de fondos.
- A través de MercadoSolidario se realizaron más de 50 mil transacciones por un volumen superior a U\$S 3 millones.



Durante 2012, colaboramos con la difusión de varias campañas de recaudación de fondos en las cuales los usuarios podían brindar su donación a través de MercadoPago o bien con la difusión de esta iniciativa dentro de nuestro sitio, como por ejemplo "Un sol para los chicos" a beneficio de Unicef.

Voluntariado

Hagamos un Clic es el programa de Voluntariado Corporativo de MercadoLibre, a través del cual alentamos a nuestros colaboradores a involucrarse en el trabajo comunitario y a colaborar con las organizaciones de la sociedad civil.

El programa de voluntariado es un espacio que permite acompañar las necesidades de la comunidad con la participación directa de nuestros colaboradores. Es coordinado por el área de RSE en Argentina trabajamos con el apoyo de Fundación Caminando Juntos y en el resto de las operaciones se organizan las actividades de manera directa. Todos los colaboradores interesados a participar cuentan con dos jornadas laborales completas por año para destinar a actividades de voluntariado.



Concepto	2012
Cantidad de empleados que realizan trabajo voluntario	297
Cantidad de beneficiarios	4021
Cantidad total de horas donadas del horario laboral a voluntariado	1.775
Cantidad de acciones de voluntariado implementados	19
Cantidad de organizaciones beneficiadas	14



Ecosistema Natural



mercado
libre



La gestión ambiental

Consolidar nuestro posicionamiento como empresa líder en Latinoamérica se traduce en la necesidad de comenzar a transitar las mejores prácticas de gestión de la responsabilidad social y los diversos grupos de interés.

En 2012 empezamos a desarrollar varias iniciativas de gestión ambiental que nos permitirán sistematizar prácticas para gestionar nuestro desempeño. No obstante, sabemos que, aún, precisamos abordar y mejorar las prácticas de gestión de la información y avanzar para lograr una actuación uniforme y consistente en todas las operaciones en las que estamos presentes.

Sabemos que somos un sistema humano que se asocia para desarrollar tareas con un objetivo en común y que generamos un ecosistema desde las capacidades humanas, los objetivos comerciales y los recursos naturales que utilizamos.

Asimismo, comenzamos a consolidar nuestra Política Ambiental aplicando iniciativas alineadas a nuestras operaciones, demostrando nuestro claro compromiso de avanzar en una gestión sustentable de acuerdo a nuestra actividad productiva.

Durante el período de reporte no hemos recibido multas ni sanciones vinculadas a las prácticas de gestión ambiental.

Consumo de papel

	Argentina	Brasil	Venezuela	Colombia
2011	1.560 resmas	N/D	231	N/D
2012	816 resmas	N/D	250	N/D

Consumo de Toners (Un)

	Argentina	México	Brasil	Venezuela	Colombia
2012	110	15	N/D	12	N/D

Insumos, materiales y agua

De esta línea de trabajo, se desprende la responsabilidad de involucrarnos en la gestión de los impactos ambientales derivados de nuestras actividades aún cuando los mismos sean poco significativos.

Siendo nuestros principales insumos, para el desarrollo de nuestra actividad, la energía, el papel y aquellos materiales necesarios para la impresión, precisamos ser meticolosos y creativos en la identificación de oportunidades de mejora.

Bajo la concepción del cuidado ambiental hemos abordado el diseño de nuestras oficinas, implementando sistemas de iluminación y de consumo de agua para asegurar un uso eficiente de los recursos asociados.



De igual forma, hemos buscado utilizar mobiliario en las oficinas que favorezcan el uso de productos reciclados, particularmente hemos adquirido sillas que han sido premiadas internacionalmente por sus características de conservación del ambiente. La totalidad de las sillas de las oficinas se encuentran diseñadas y producidas utilizando un 51% de materiales reciclados y permitiendo el reciclado del 98% de los materiales que la componen, a su vez, han sido ensambladas utilizando un 100% de energía eólica y considerando controles específicos sobre el consumo de agua.

La vajilla y vasos utilizados en las oficinas son de material reutilizable, sirviendo únicamente vasos descartables para las visitas a nuestras instalaciones.

Para minimizar el consumo de papel, en el año 2012, nuestro equipo de administración implementó la facturación electrónica reduciendo nuestra huella ambiental, la de nuestros usuarios y proveedores. Esta iniciativa también tiene una incidencia en la gestión de la huella de carbono dado que adicionalmente minimizamos los consumos de combustibles utilizados para la distribución de las mismas¹¹. También se estableció en todas las computadoras que las impresoras únicamente trabajen de modo doble faz, en tanto que las impresoras color sólo son de uso restringido.

¹¹ Esta reducción no resulta cuantificable a la fecha, dado que el servicio de reparto de la correspondencia se encuentra tercerizado.



Alentamos a nuestros proveedores a que nos acompañen en la práctica de consumo responsable. Motivo por el cual, las alfombras instaladas en las oficinas requieren de menos productos químicos para su limpieza.

Por su parte, el agua consumida es provista por el servicio público de agua potable y los edificios donde se localizan nuestras oficinas no cuentan con medidores de consumo. No obstante, hemos desarrollado en las instalaciones del edificio central que los baños cuenten con sistemas de pulsado para la descarga controlada de agua en sanitarios así como sensores para la utilización del agua de las canillas.

Energía

La energía consumida por nuestras oficinas, situadas en centros urbanos, proceden de la Red Eléctrica Nacional, generada tanto a base de combustibles fósiles como de energías alternativas (hidroeléctrica).

Nuestro consumo de energía está dado por la utilización de oficinas para actividades administrativas y comerciales, y tomando esto como uno de nuestros impactos ambientales, hemos abordado iniciativas para que las mismas busquen consumir eficientemente la energía disponible de la red. El diseño de las instalaciones ha considerado:

- Instalación de lámparas de bajo consumo en el 100% de las luminarias de los pisos.

- Instalación de sensores de movimiento para impedir la innecesaria presencia de luces prendidas en salas de reuniones.

- Instalación de tableros de comando por piso que eviten la existencia de luces prendidas durante el horario nocturno cuando no hay presencia de personal. Para los casos donde las personas precisan trabajar extraordinariamente en ese horario, existen pulsadores que permiten el encendido de las luces por un lapso acotado de tiempo.

- Instalación de sistemas que permiten el control de la intensidad para que pueda contarse con mayor iluminación en los sectores que lo precisan respecto de los que no lo requieren en un determinado momento.

- Apagado de la totalidad de las luces de nuestras oficinas.

Adicionalmente, promovemos que el tránsito interno entre pisos del edificio central sea realizado mediante las escaleras fijas instaladas para evitar el uso de los ascenso-

res inteligentes compartidos con otras empresas que se encuentran en el edificio. Realizamos excepciones a esta práctica para aquellas personas con movilidad reducida.

Durante el año 2008, realizamos a nivel regional la implementación de un proceso de virtualización de servidores de nuestro DataCenter, localizado en Estados Unidos, ingresando de esta forma a la denominada *CloudComputing*¹². Este cambio se inició para incrementar los servidores de forma significativa dada la magnitud del crecimiento del negocio y nos posicionó como empresa pionera en la realización de este proceso en Latinoamérica.

Como resultado del trabajo de un año y medio de evaluación de alternativas, el proceso culminó con el reemplazo de una importante cantidad de servidores físicos que almacenan información en menos equipos físicos interconectados, lo cual permite sinergias virtuales entre los mismos maximizando el espacio útil disponible. El sistema utiliza una tecnología que clona archivos, llamada tecnología de duplicación, y que se traduce en que 50 servidores ocupen el espacio físico de 1.

Esta iniciativa requirió de una inversión y de esfuerzo de nuestros equipos de trabajo, pero facilitó múltiples bene-

¹² Corresponde al término en inglés que explica la utilización de medios virtuales para el desarrollo de los procesos informáticos.

ficios entre los cuales se originó un cambio positivo en el relacionamiento de distintos departamentos dado que se comparte el recurso entre las áreas operativas y las áreas de prueba de la empresa.

También resultó ser una herramienta para comenzar un proceso de gestión de nuestra huella ambiental a través de la disminución del consumo de energías dada la utilización de menor cantidad de equipos y la reducción de los equipos de enfriamiento requeridos.

La realización de la virtualización, nos permitió la reducción de 4 a 1 el uso de energía eléctrica y la reducción estimada de 645kg de CO₂ respecto del consumo con las anteriores tecnologías.

Continuando con la política de avanzar sobre la gestión de los impactos ambientales de nuestras operaciones, durante el período 2011 y 2012 hemos realizado una campaña de renovación de las computadoras utilizadas para la Atención al Cliente en Argentina, que alcanzan las 300 unidades y que han sido reemplazadas mediante un proceso de virtualización de desktops¹³.

Energía indirecta consumida (GJ)

Argentina	México	Brasil	Venezuela	Colombia	Total
7.075,4	216,3	2.278,6	11.045,7	186,3	20.802,28

Aún más, dichas unidades no sólo consumen menor cantidad de energía que las computadoras de escritorio normales, 10 veces menos aproximadamente, sino que también reducen de manera significativa el ruido ambiente, mejorando la calidad sonora del entorno laboral. Estos equipos permiten también que nuestro personal pueda acceder a su información en distintas computadoras con sólo portar una tarjeta identificatoria sin la necesidad de estar transportando información en otros medios electrónicos. Esta actividad fue realizada también en el año 2012, en los servicios de Atención al Cliente de Uruguay y Brasil y tiene la proyección de continuar en Colombia y Venezuela durante el próximo año.

Estas inversiones facilitaron mayor efectividad a la administración y lograron una reducción de costos a la vez que permitieron mejorar nuestra ambiental a través de la minimización de los consumos de energía. La implementación de esta iniciativa fue celebrada por el equipo de trabajo que compone MercadoLibre al recibir el premio "Enablethe Eco-Enterprise 2010" entregado por Oracle.

¹³ Computadoras de escritorio.

Residuos, emisiones y efluentes

Comprendemos que como consecuencia de nuestro accionar, y aún tomando en consideración los esfuerzos realizados para minimizar nuestra huella ambiental, se generan efluentes, residuos y emisiones.

Complementando nuestro Programa de Responsabilidad Social a partir de 2011 comenzamos a trabajar junto a organizaciones de segregación de residuos reciclables. Para incentivar e involucrar a nuestro equipo de trabajo en esta práctica, hemos recibido sensibilizaciones por parte de los miembros de RECIDUCA¹⁵ que nos han ayudado a comprender la dinámica de la segregación y el reciclado, así como también hemos desarrollado notas y recordatorios a través del correo electrónico. Durante el período 2011 - 2012 fueron reciclados 300 kilos de plásticos, a través de la Fundación.

En Venezuela, en el mes de abril de 2012, comenzamos una campaña de segregación diferenciada de papel con el apoyo de la empresa Reciclajes Palo Verde CA (Repaveca), empresa que procesa el material que se recolecta en las 12 papeleras distribuidas en áreas estratégicas de la oficina en las que desechamos papel de archivo y de impresoras, entre otros. El destino de los papeles y cartones segregados será su incorporación al proceso de pro-

ducción de papel higiénico y los fondos originados como consecuencia de las ventas de este material servirán a MercadoLibre Venezuela para ser donados a una organización seleccionada por el equipo de trabajo de la oficina de Venezuela.

Estas corrientes son segregadas en cestos de diferentes colores para luego ser transportadas por la organización para su posterior comercialización y generación de fondos para los programas por ellos desarrollados.

Otra corriente residual que se genera en nuestra actividad se encuentra compuesta por los toners de impresoras y fotocopiadoras que se utilizan en las oficinas. Esta corriente residual es retirada por nuestro proveedor que se responsabiliza por la adecuada gestión del residuo generado.



¹⁵ www.fundacionreciduca.org.ar

Nuestros efluentes son asimilables a los efluentes domiciliarios y son gestionados a través de los servicios de tratamiento de efluentes disponibles por la empresa que presta el servicio público en las zonas donde nos encontramos localizados.¹⁶

Nuestras emisiones se vinculan principalmente al consumo de energía eléctrica en las oficinas donde nuestro equipo de trabajo realiza sus actividades, el consumo de combustibles fósiles utilizado en vehículos del personal comercial así como del personal directivo.

Emisiones 2012 (Ton CO₂)

	Argentina	México	Brasil	Venezuela	Colombia	Total
Emisiones indirectas	1.000,38	29,72	55,07	770,13	15,10	1.870,39
Emisiones por consumo combustible	11,9	0	5,4	0	0,8	18,1

Consumo de combustible fósil¹⁷ (GJ)

Argentina	Brasil	Colombia
595,9	271,3	41,49

¹⁶ Dado que los efluentes son consolidados junto a los restantes usuarios de este servicio y no se cuentan con medidores individuales, no es factible la contabilización de los volúmenes por nosotros generados.

¹⁷ No incluye el consumo de gasoil, poco significativo, utilizado para los generadores eléctricos disponibles para utilización ante eventuales cortes de electricidad. El consumo de este combustible ha sido para el mantenimiento del equipo durante el período de reporte. Únicamente alcanza a nafta utilizada en los vehículos del personal directivo.

Facilitamos a nuestros empleados espacios de guardado de bicicletas y otros elementos para promover la movilidad con baja emisión de gases de efecto invernadero, y la iniciativa ha tenido muy buena receptividad por parte de nuestros colaboradores, teniendo que solicitar a los administradores del edificio central que permitieran incrementar el espacio de guardado.

Creemos que además de proteger el ambiente que utilizamos para desarrollar nuestra actividad precisamos velar por un adecuado funcionamiento de las instalaciones donde las realizamos y cuidar a nuestros equipos de trabajo. Por este motivo realizamos los simulacros de emergencia para entrenar a nuestra gente en las prácticas de evacuación y respuesta ante emergencias.

Simulacros de incendio - cantidad realizados

	Argentina (Un)	México (Un)	Brasil (Un)	Venezuela (Un)	Colombia (Un)
2012	3	0	N/D	1	N/D



Tabla de Contenidos GRI



mercado
libre

Página o respuesta directa

1. Estrategia y análisis		
1.1.	Declaración del máximo responsable	5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	No corresponde al nivel de aplicación C
2. Perfil de la organización		
2.1	Nombre de la organización	5
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	16-17
2.3	Estructura operativa	26-27
2.4	Localización de la sede principal	20
2.5	Países en los que opera	20
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Mercado Libre es una empresa pública que cotiza en el índice NASDAQ
2.7	Mercados Servidos	20-21
2.8	Dimensiones de la organización informante	22-23
2.9	Cambios significativos del período	No se registraron cambios significativos
2.10	Premios y distinciones recibidos	24
3. Parámetros de la memoria		
3.1	Período cubierto por la información	2012
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	Es el primer informe de Mercado Libre
3.3	Ciclo de presentación de memorias	Anual
3.4	Punto de contacto para cuestiones de la memoria	constanza.castrofeijoo@mercadolibre.com
3.5	Proceso de definición del contenido	9
3.6	Cobertura de la Memoria	9
3.7	Existencia de limitaciones de alcance	No existen limitaciones al alcance
3.8	Aspectos que puedan afectar la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones	No existen tales aspectos
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	61,64, 67 - 68
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información de memorias anteriores	No existen memorias anteriores
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores	No existen cambios en el alcance
3.12	Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web	71
3.13	Política y práctica sobre verificación externa	El reporte no cuenta con verificación externa

		Página o respuesta directa
4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés		
4.1	Estructura de gobierno	27
4.2	Características de la presidencia del consejo	26
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno independientes o no ejecutivos	26
4.4.	Mecanismos de comunicación de accionistas y empleados con el máximo órgano de gobierno	28
4.5	Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	No corresponde al nivel de aplicación C
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno	29
4.7	Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno	No corresponde al nivel de aplicación C
4.8	Declaración, misión, valores y código de conducta y sobre sustentabilidad	9, 19, 28-29
4.9	Procedimientos para supervisar la gestión económica, social y ambiental de la organización	26
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno	26
4.11	Adopción del principio de precaución	No corresponde al nivel de aplicación C
4.12	Adhesión a principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente	No corresponde al nivel de aplicación C
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicancia	No corresponde al nivel de aplicación C
4.14	Relación de grupos de interés de la organización	33, 41, 50, 61
4.15	Bases para la identificación y selección de los grupos de interés	9
4.16	Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés	No corresponde al nivel de aplicación C
4.17	Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés	No corresponde al nivel de aplicación C
Indicadores de Desempeño Económico		
EC1	Principales magnitudes económicas	23 y 45
EC2	Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	No reportado
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	No reportado
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	No se recibieron ayudas por parte del gobierno
EC5	Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	No reportado
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	No reportado
EC7	Procedimientos para la contratación y proporción de altos directivos locales	No reportado
EC8	Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio público	No reportado
EC9	Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	No reportado

		Página o respuesta directa
Indicadores de Desempeño Social		
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE		
LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, contrato y región	35 y 39
LA2	Nº Total de empleados y rotación media, desglosados por edad, género y región	35
LA3	Beneficios Sociales para empleados con jornada completa	37
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	39
LA5	Periodos mínimos de preaviso relativos a cambios organizacionales	No reportado
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	No reportado
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y Nº de víctimas mortales	No reportado
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	No reportado
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	No reportado
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	No reportado
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua a trabajadores	38
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional	38
LA 13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, por sexo, edad, pertenencia a minoría y otros indicadores de diversidad	No reportado
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	No reportado
DERECHOS HUMANOS		
HR1	Porcentaje y Nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	No reportado
HR2	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas	No reportado
HR3	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos	No reportado
HR4	Nº Total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	No se registraron incidentes
HR5	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	No se registraron tales actividades
HR6	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	Indicador no aplicable. Bajo riesgo en las operaciones directas.
HR7	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	Indicador no aplicable. Bajo riesgo en las operaciones directas.
HR8	Porcentaje del personal de seguridad formado en aspectos de derechos humanos	No reportado
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	Indicador no aplicable. Bajo riesgo en las operaciones directas.

		Página o respuesta directa
SOCIEDAD		
S01	Naturaleza, alcance y efectividad para evaluar, gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades	50-56
S02	Porcentaje y N° total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	No reportado
S03	Porcentaje empleados formados en anticorrupción	No reportado
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	No reportado
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y de actividades de lobbying	No reportado
S06	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	No reportado
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	No reportado
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	No reportado
RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes.	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios.	No reportado
PR3	Procedimiento para la información y el etiquetado de productos y servicios.	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	No reportado
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	No reportado
PR6	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing.	No reportado
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	No reportado
PR8	Número total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No reportado.
PR9	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y uso de productos y servicios.	No reportado.

		Página o respuesta directa
INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	61 - 62
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	No reportado
EN3	Consumo directo de energía por fuentes primarias	65
EN4	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	65
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	No reportado
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables	64-65
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	64-65
EN8	Captación total de agua por fuentes	63
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Durante el período de reporte, no se realizaron actividades de reciclado ni reutilización de agua.
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados en espacios protegidos	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN14	Estrategias y acciones para gestión de impacto sobre la biodiversidad	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN15	Especies en extinción afectadas por las operaciones	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	67
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero en peso	No reportado
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	67
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	No reportado
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	No reportado
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	67
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	66
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	Durante el período de reporte no ocurrieron derrames accidentales significativos.

		Página o respuesta directa
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	No reportado
EN25	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	No reportado
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	62, 64 – 65
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categorías de producto	Indicador no aplicable a las actividades de la empresa
EN28	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	Durante el período de reporte no se han recibido multas por incumplimiento de normativa ambiental
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	No reportado
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	No reportado



mercado
libre