

EDICIÓN 2023

Tendencias de consumo online con impacto positivo

en México y América Latina



1

El **consumo con impacto positivo** dentro de la estrategia de Mercado Libre

2

Evolución de la **oferta y la demanda**

3

Tendencias con impacto positivo

4

Características de nuestros **compradores sustentables**

5

Principales hallazgos y ficha técnica





1

El consumo con impacto positivo

dentro de la estrategia
de Mercado Libre



Un futuro mejor comienza aquí

En Mercado Libre somos impulsados por un **propósito transformador**: queremos democratizar el acceso al comercio electrónico y al dinero, potenciando los impactos positivos de nuestro ecosistema en América Latina.

En este sentido, facilitamos el **consumo de impacto positivo**, impulsando **marcas y emprendedores de triple impacto** y colaborando para que cada vez más personas puedan adoptar un estilo de vida más sostenible.

Por eso, a través de una curaduría especializada, ofrecemos **la más amplia gama de productos con impacto positivo** en un solo lugar y en 6 países latinos:



¿Quieres conocer todas nuestras iniciativas de Sustentabilidad? →



Nuestra sección de Productos Sustentables

Ofrecemos los productos más sustentables disponibles en el mercado en un solo lugar, facilitando las decisiones de compra **que ayudan a construir un futuro mejor.**

Descubre cómo lo hacemos:

Curaduría experta basada en criterios de selección que están en beta continuo

Alianzas con organizaciones y hubs de emprendedores de impacto en la región



Capacitaciones comerciales de emprendimientos con impacto socioambiental



Campañas de concientización y visibilidad de productos con impacto positivo



Mapeo de tendencias de consumo con impacto positivo

Canal abierto para sugerencias de productos con impacto



+30 categorías de productos



¿Qué son los productos con impacto positivo?

Son productos cuyo consumo **promueve la reducción de impactos ambientales y/o la generación de beneficios socioambientales.**

Son muchas las variables que tenemos en cuenta a la hora de evaluar un producto.

Buscamos cultivar una **mirada integral para entender el impacto positivo** asociado a cada uno y queremos ser transparentes en relación a los **criterios de selección que guían esta curaduría:**



Alimentación vegana



Bienestar



Comercio justo



Compostaje, huertas y jardín



Socio-biodiversidad



Eficiencia energética



Electrónicos reacondicionados



Energía renovable



Hechos por Empresas B



Limpieza natural



Movilidad baja en emisiones



Producido o comercializado por ONGs



Productos orgánicos



Productos reutilizables y/o de 'basura cero'



Hecho con materiales reciclados

Conoce nuestros criterios [→](#)





2

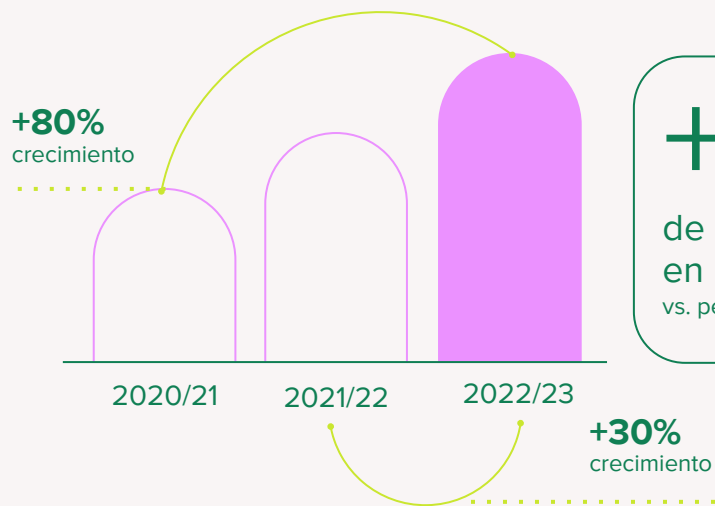
Evolución de la oferta y la demanda





El consumo con impacto positivo sigue creciendo en el país

Evolución de las ventas en México:



+30%

de **crecimiento**
en la región
vs. período anterior



+7,6M

de productos vendidos
con impacto positivo*

20% de las ventas fueron
en México

Tenemos

+1,3M

de **opciones más
sustentables** en la región





Cada vez más personas compran productos con impacto positivo

En México, los compradores crecieron un **49%** en el último año (**22% más** que la media regional)

Compradores

● MEX. ● LATAM

+4,4M

de usuarios en la región compraron al menos un producto con **impacto positivo** en **Mercado Libre**.

16%



Crecimiento regional de la demanda en el último año

+27%

+11%

Compradores de productos con impacto positivo

Otros compradores en MeLi

Los compradores sustentables crecieron

2,5x
más rápido.



Consumo con impacto positivo para todos los públicos

Generación Z

Los compradores que más crecieron. (50% vs 2021/22).

Cepillo de dientes de bambú, uno de los favoritos.



Generación X

+30% de los compradores sustentables tienen entre 42 y 58 años.

Electrodomésticos eficientes energéticamente, dentro de los más elegidos



Millennials

Son +40% de los compradores sustentables.

Son quienes más compras con impacto positivo realizan.

Baby Boomers

+15% de frecuencia de compra en alimentación consciente que la media.

Producto más comprado: Purificadores de agua

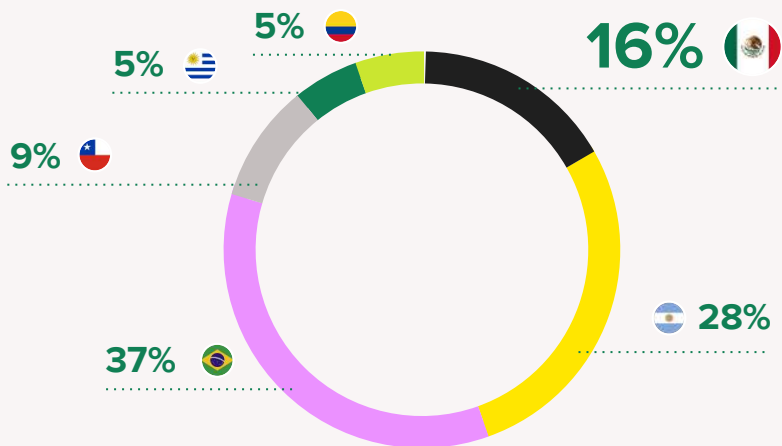




Los vendedores de productos con impacto positivo siguen en aumento

En la región, crecieron un **8%** en el último año.

Distribución de vendedores por país



En México crecieron

+19%
vs. período anterior



+57K

empresas y
emprendedores
vendiendo productos
con **impacto positivo**
en la región



3

Tendencias con impacto positivo





Las búsquedas reflejan el interés de los compradores sustentables

La mayoría de las búsquedas son de **productos reutilizables** y de "**basura cero**", de categorías como **cuidado personal, bebés, y bazar y cocina.**



Bicicleta es el término #1 en todos los países

41
búsquedas
por minuto

+2x
de crecimiento
en búsquedas

Términos que más crecieron



bolsa ecológica



calentador solar



Los **productos con impacto positivo** más buscados en México

#1 bicicleta

#2 calentador solar

#3 panel solar

#4 copa menstrual

#5 pañales ecológicos

#6 purificador agua

#7 calzón menstrual

#8 aceite coco orgánico

#9 desodorante natural

#10 botella reutilizable





Productos con impacto positivo más vendidos en México

- 

Mayor crecimiento en ventas: 5.3x vs. 2021/22

1 Botellas reutilizables
- 

2 Cepillo de dientes de bambú
- 

3 Purificadores de agua
- 

4 Salsas y aderezos veganos
- 

5 Bicicletas
- 

Creció 3x vs. 2021/22

6 Celulares reacondicionados
- 

7 Leches vegetales
- 

8 Copas menstruales
- 

9 Protector mamario lavable
- 

10 Cacao orgánico





Productos con impacto positivo más vendidos en la región

Mayor crecimiento en ventas



Celulares reacondicionados

2,2x
vs 2021/22



Botellas reutilizables

2x
vs 2021/22



Leches vegetales

1,5x
vs 2021/22



Fuente: datos internos Mercado Libre - período abr. 2022 a mar. 2023
Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.



Categorías con impacto positivo



Más vendidas



Cuidado personal con impacto positivo,
en su mayoría productos reutilizables o de 'basura cero'



Alimentación consciente,
certificados orgánicos o veganos por ejemplo



Deportes y fitness,
principalmente bicicletas y botellas reutilizables

Con mayor crecimiento vs. 2021/22:



Bebés
(pañales reutilizables)

3,1x
de crecimiento



Electrónica
reacondicionada

2,5x
de crecimiento



Tendencias que se consolidan



Cuidado personal



Moda



Alimentación consciente





Cuidado personal con impacto positivo

Es una de las categorías más populares del consumo con impacto positivo, con productos reutilizables o 'zero waste', 100% compostables o hechos con ingredientes o por empresas certificadas (orgánico, comercio justo, Sistema B, por ejemplo), entre muchos otros. **Un futuro mejor empieza cuidando de vos y del planeta.**

+40

compras por hora

1/2

compras de cuidado menstrual fueron productos con impacto positivo.

Fuente: datos internos Mercado Libre - período abr. 2022 a mar. 2023 Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.

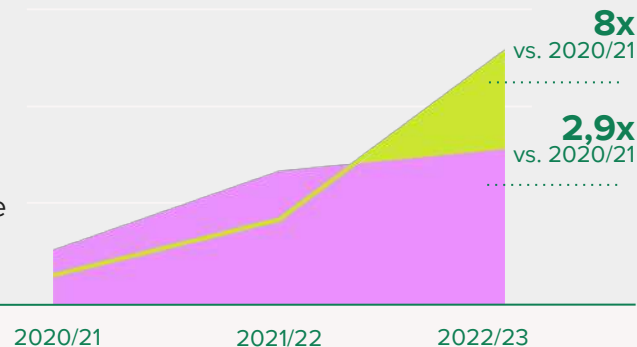
Productos que más crecieron



shampoo y acondicionador sólido



protector mamario lavable



Los más elegidos por 3° año consecutivo:



Cepillo de dientes de bambú



Copas menstruales



Protector mamario lavable



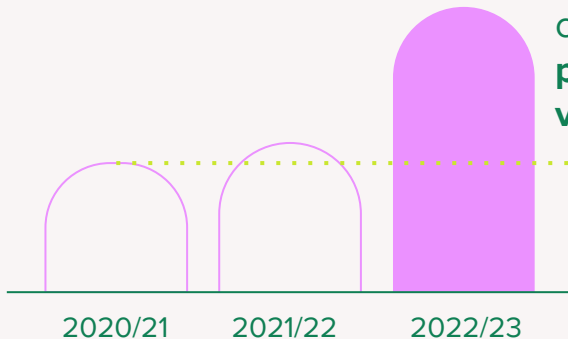


Moda con impacto positivo

Un futuro mejor empieza eligiendo un vestir más consciente, es decir, **prendas y accesorios hechos con materiales reciclados, certificados, o textiles como el bambú.**

Crecimiento de la categoría

2,2x
crecimiento en
productos vendidos



Categoría cada vez más elegida por nuestros usuarios:

+88%

de **compradores**
vs. 2021/22

7/10

compras son entregadas en 1 día o menos.

Las características más elegidas:



Telas de bambú y telas recicladas





Alimentación consciente

Cada vez más usuarios eligen alimentos y bebidas hechos con ingredientes certificados o buscan alternativas con menor impacto ambiental, siendo una de las categorías con impacto positivo más vendidas. **Un futuro mejor empieza eligiendo una alimentación más consciente.**

Lo más vendido:



Salsas y aderezos veganos



Leches vegetales



Cacao orgánico

Los más elegidos son alimentos veganos.



2,2x
crecimiento en búsquedas de la categoría*

Millennials es la audiencia **más grande** en alimentación consciente.

70%
de las compras son con **envíos en el día**

*en los últimos 3 meses.

Fuente: Datos internos Mercado Libre.

Período de octubre 2022 a marzo de 2023, en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.



4

Características de nuestros **compradores sustentables**



¿Quiénes son los compradores sustentables?

Para conocer mejor a nuestros compradores sustentables **realizamos una encuesta a usuarios en toda la región** que compraron al menos **un producto con impacto positivo en los últimos meses.**

Quiénes tienen mayor influencia en que su estilo de vida sea cada vez más sostenible:



***Concuerda** = están de acuerdo o totalmente de acuerdo.

Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.



7/10

encuestados **concuerda*** con que **sus decisiones de compra pueden tener un impacto positivo sobre el ambiente y las personas.**

72%

de los encuestados **elige comprar online.**



9/10

usuarios consideran preocupante la situación ambiental actual.

Se mantienen las **principales preocupaciones** de los últimos años.

*Consideran preocupante o muy preocupante.

Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.

41%



Calentamiento global

37%



Contaminación del agua

35%



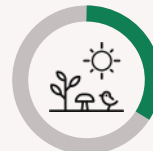
Agotamiento de los recursos naturales

35%



Escasez del agua

34%



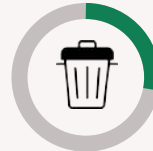
Pérdida de la biodiversidad

28%



Deforestación

26%



Gestión de residuos

15%



Seguridad alimentaria

15%

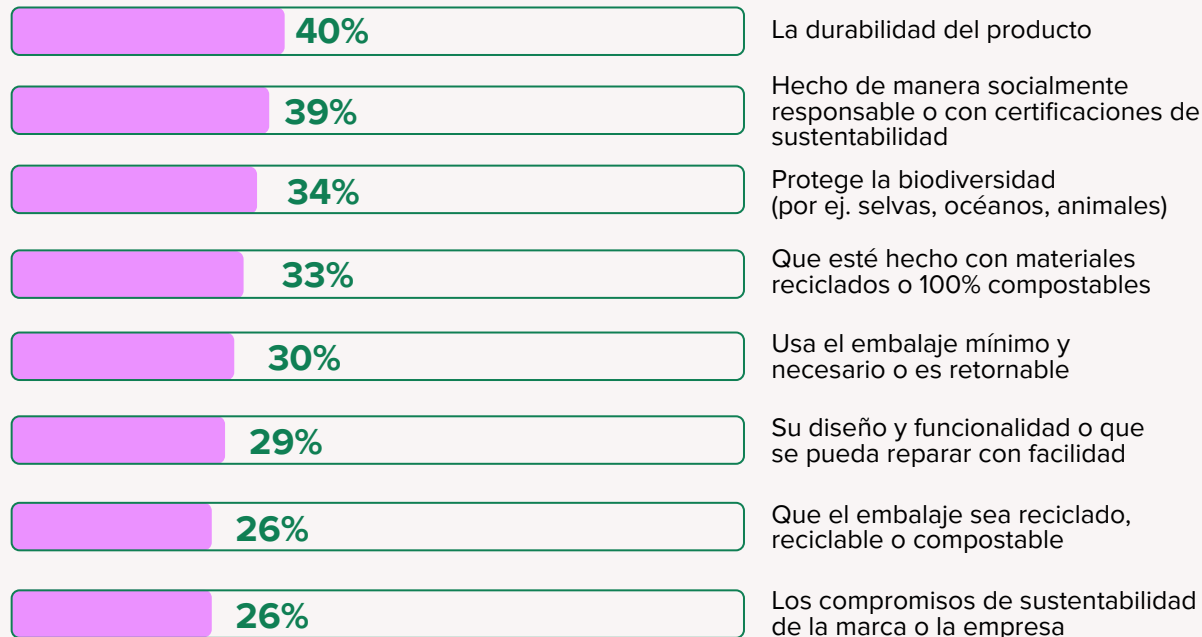


Pérdida y desperdicio de alimentos



¿Qué es lo que más valoran de un producto con impacto positivo?

Usuarios
LATAM



1 de cada 2
usuarios valora el embalaje como lo más importante.

Lo más buscado: que esté hecho con materiales reciclados, reciclables o compostables.

70%
de los encuestados le dan importancia a la composición de un producto.



Hacia un estilo de vida más sostenible

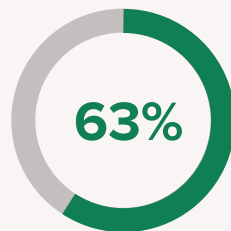
Entre la intención declarada (lo que uno dice) y el comportamiento real (lo que uno hace) de una persona suele haber una **brecha histórica y generalizada**, sobre todo, cuando hablamos de **estilo de vida más sostenibles**.

La conclusión más simple es que **las personas son muy conscientes de la imagen que dan y les gusta pensarse a sí mismas como “buenas”** y ser percibidas como tales.

En nuestros usuarios observamos comportamientos similares: **hay estilos de vida con los que las personas se identifican pero no necesariamente reflejan sus acciones cotidianas**.

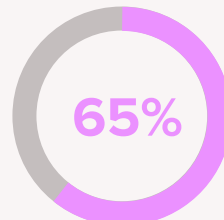
Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.

Cómo se describen los usuarios vs. acciones que realizaron en el último tiempo

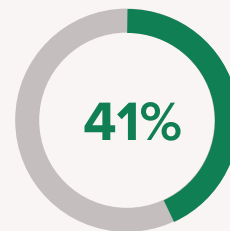


de los usuarios trata de no hacerle daño al ambiente*

De ellos, solo un..

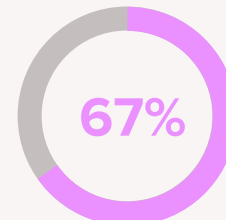


separó sus residuos para reciclar**



de los usuarios apoyan a los negocios locales cuando es posible*

De ellos, solo un..



compró algo en una tienda local**

*calculado sobre el universo total de usuarios

**calculado en base a las respuestas positivas

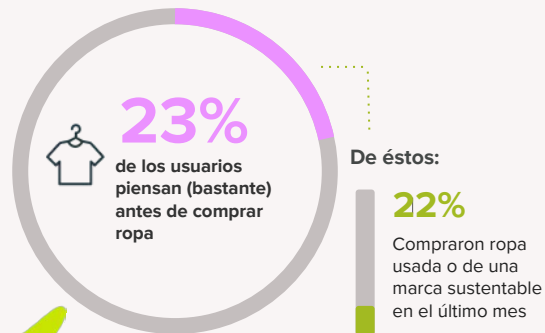


Hacia un estilo de vida más sostenible

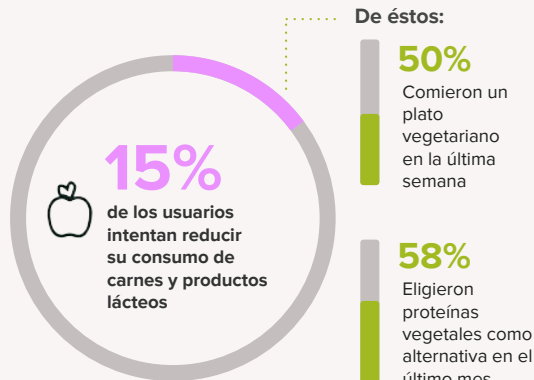
Cómo se describen los usuarios vs. acciones que realizaron en el último tiempo

- Universo total de usuarios
- Universo de usuarios que respondieron que sí al enunciado anterior

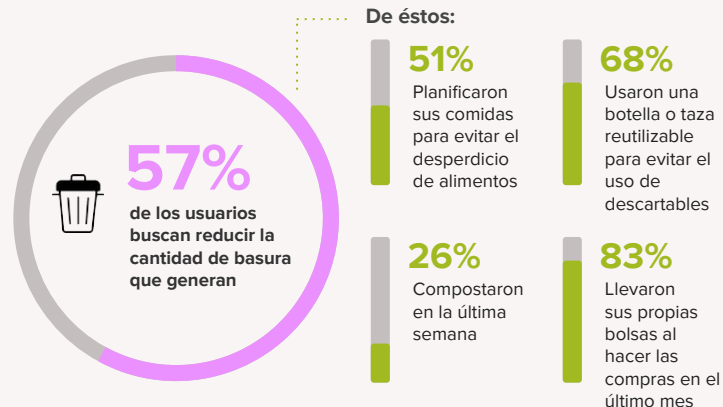
Moda con impacto positivo



Alimentación consciente



Reducción de impacto



Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.



5

Principales **hallazgos** y ficha técnica





Principales hallazgos

El consumo con impacto positivo sigue creciendo en México y en la región

30%

crecimiento en **productos** vendidos (vs. 2021/22)

49%

crecimiento de los **compradores** sustentables. (vs. 2021/22)

19%

crecimiento de **vendedores** de productos con impacto positivo (vs. 2021/22)

Principales tendencias

41

búsquedas de **productos** con impacto positivo por minuto

Cuidado personal con impacto positivo:

+40

compras por hora

Moda con impacto positivo:

Telas de bambú y telas recicladas, las favoritas

Alimentación consciente:

Los productos más elegidos son los alimentos veganos

Nuestros compradores sustentables

7/10

usuarios concuerda con que **sus decisiones de compra pueden tener un impacto positivo** sobre el ambiente y las personas.

A la hora de elegir un producto con impacto positivo, lo que más valoran es:

#1 Durabilidad del producto

#2 Hecho de manera socialmente responsable o con certificaciones de sustentabilidad

#3 Protege la biodiversidad

Principales preocupaciones ambientales:



Calentamiento global



Contaminación del agua



Agotamiento de los recursos naturales





Ficha técnica

El estudio de **tendencias de consumo online con impacto positivo** se elabora en función de las siguientes fuentes de información:



Datos internos de Mercado Libre

Período medido: 04/2022 a 03/2023

Año a año se hacen ajustes sobre las bases de información utilizadas gracias a mejoras en la **calidad y precisión de la información** obtenida, además de cambios en los **criterios de selección** establecidos para la iniciativa, fieles a nuestro principio cultural de abordar cada proyecto como un proceso de aprendizaje, en **beta continuo**.



Encuesta

A usuarios de Mercado Libre que realizaron por lo menos una compra de un producto de impacto positivo entre octubre de 2022 y marzo de 2023.

La misma se llevó a cabo durante abril de 2023.



Países

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay.

Con el apoyo técnico de **Kolibri**.



Para más información

Sobre el estudio, puedes visitar [nuestra web](#)

Sobre la sección de [Productos Sustentables](#)

Sobre la estrategia de sustentabilidad de [Mercado Libre](#)

