

EDICIÓN 2023

Tendencias de consumo online con impacto positivo

en Argentina 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

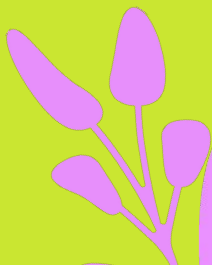
Tendencias con impacto positivo

4

Características de nuestros **compradores sustentables**

5

Principales hallazgos y ficha técnica





CONSUMO CON IMPACTO +

OFERTA Y DEMANDA

TENDENCIAS

COMPRADORES SUSTENTABLES

HALLAZGOS

1

El consumo con impacto positivo

dentro de la estrategia
de Mercado Libre



Un futuro mejor comienza acá

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:



¿Querés 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.**

Descubrí 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

Productos de nuestros biomas
A UN CLICK

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

Conocé nuestros criterios [→](#)





CONSUMO CON IMPACTO +

OFERTA Y DEMANDA

TENDENCIAS

COMPRADORES SUSTENTABLES

HALLAZGOS

2

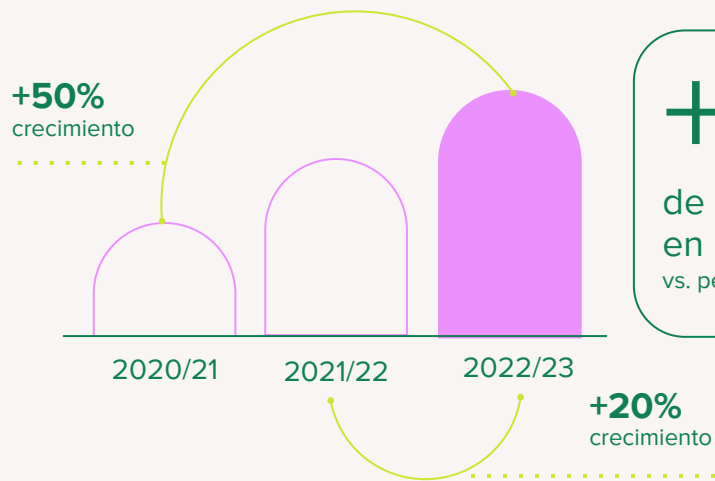
Evolución de la oferta y la demanda





El consumo con impacto positivo sigue creciendo en el país

Evolución de las ventas en Argentina:



+30%

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



+7,6M

de productos vendidos
con impacto positivo*

17% de las ventas fueron
en Argentina

Tenemos

+1,3M

de **opciones más
sustentables** en la región





Cada vez más personas compran productos con impacto positivo

En Argentina, los compradores crecieron un **13%** en el último año.

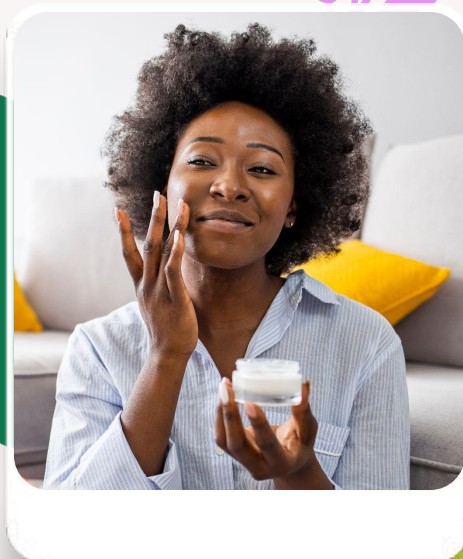
Compradores

● ARG. ● LATAM

+4,4M

de usuarios 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 de 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

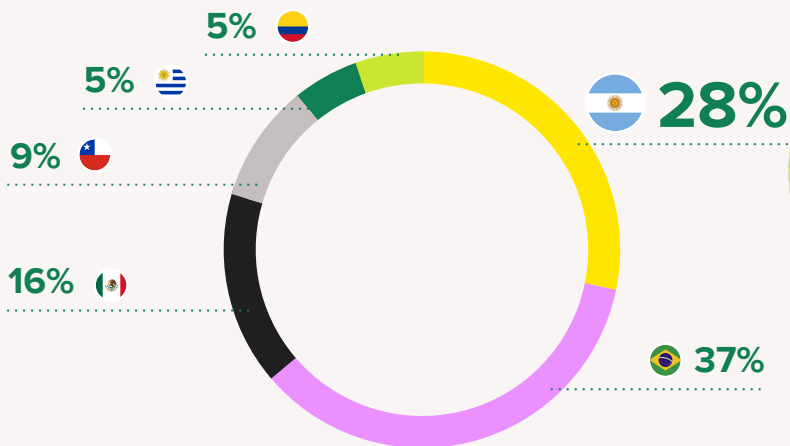




Los vendedores de productos con impacto positivo siguen en aumento

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

Distribución de vendedores por país



En Argentina crecieron

+13%

en los últimos tres años



+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



50
búsquedas
por minuto

+20%
de crecimiento
en búsquedas

Términos que más crecieron



bicicletas
eléctricas



pañales
ecológicos



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

- #1 bicicleta**
- #2 aire acondicionado inverter**
- #3 botella reutilizable**
- #4 purificador agua**
- #5 panel solar**
- #6 termotanque solar**
- #7 copa menstrual**
- #8 compostera**
- #9 shampoo sólido**
- #10 aceite coco orgánico**





Productos con impacto positivo más vendidos en Argentina



Creció 1,3x vs. 2021/22



Mayor crecimiento en ventas: 1,5x vs 2021/22





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





Categorías con impacto positivo



Más vendidas



Deportes y fitness,
principalmente bicicletas
y botellas reutilizables



Alimentación consciente,
certificados orgánicos
o veganos por ejemplo



Electrodomésticos
eficientes energéticamente

Con mayor crecimiento vs. 2021/22:



Bebés
(pañales
reutilizables)

3,1x
de crecimiento



Electrónica
reacondicionada

1,4x
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.**

+170
compras por día

14%

de las **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.

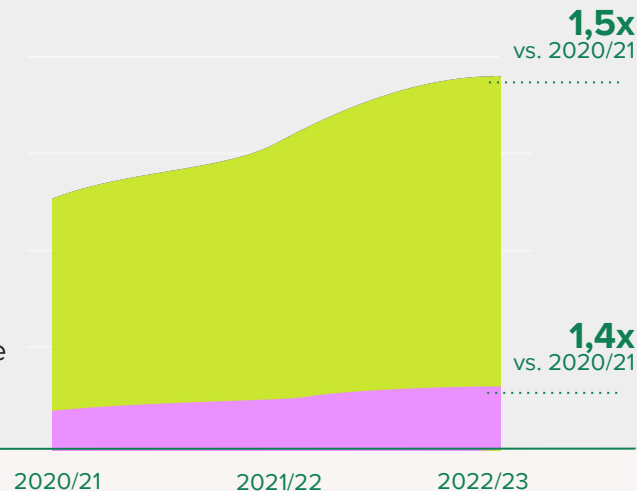
Productos que más crecieron



● shampoo y acondicionador sólido



● protector mamario lavable



Los más elegidos por 3° año consecutivo:



Copas menstruales



Shampoo y acondicionador sólido



Cepillo de dientes de bambú



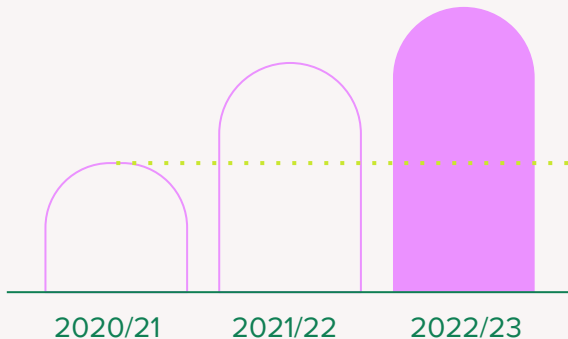


Moda con impacto positivo

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

2,1x
crecimiento
en **productos vendidos**



Categoría cada vez más elegida por nuestros usuarios:

+28%

de **compradores**
vs. 2021/22

1/4

compras se realizan
en **3 o 6 cuotas**

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



Yerba mate orgánica



Leches vegetales

Los más elegidos son alimentos veganos.

Descubrí la oferta de productos de nuestros Biomás →



4,5x
crecimiento en búsquedas de la categoría*

Generación X es la audiencia **más grande** en alimentación consciente.

31%
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.



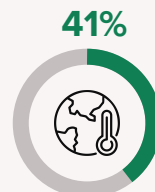
9/10

usuarios consideran preocupante la situación ambiental actual.

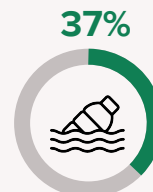
Se mantienen las **principales preocupaciones** de los últimos años.

*Consideran preocupante o muy preocupante.

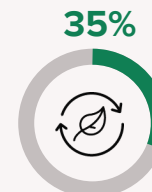
Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.



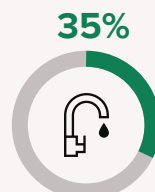
Calentamiento global



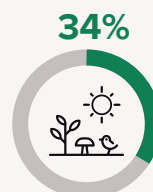
Contaminación del agua



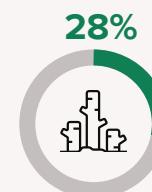
Agotamiento de los recursos naturales



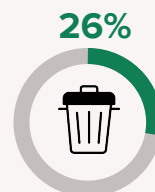
Escasez del agua



Pérdida de la biodiversidad



Deforestación



Gestión de residuos



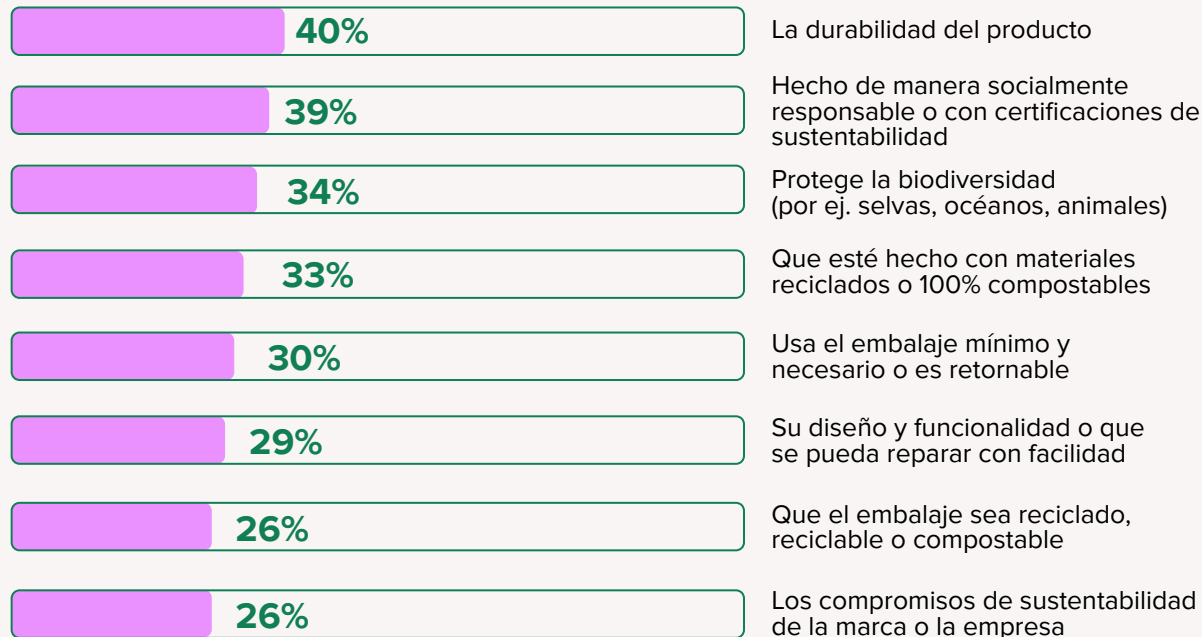
Seguridad alimentaria



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

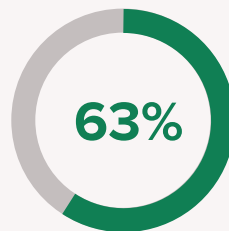
Entre la intención declarada (lo que uno dice) y el comportamiento real (lo que uno hace) de una persona suele haber una **brecha histórica y generalizada**, sobre todo, cuando hablamos de **estilo de vida más sostenibles**.

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**.

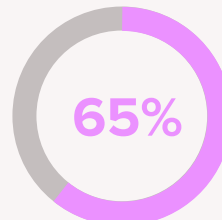
Fuente: Encuesta realizada en abril 2023 a usuarios de Mercado Libre en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay que realizaron por lo menos una compra de un producto con impacto positivo entre octubre 2022 y marzo 2023.

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

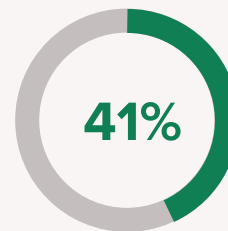


de los usuarios trata de no hacerle daño al ambiente*

De ellos, solo un..

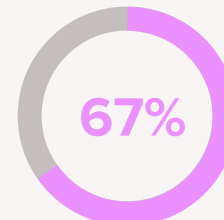


separó sus residuos para reciclar**



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

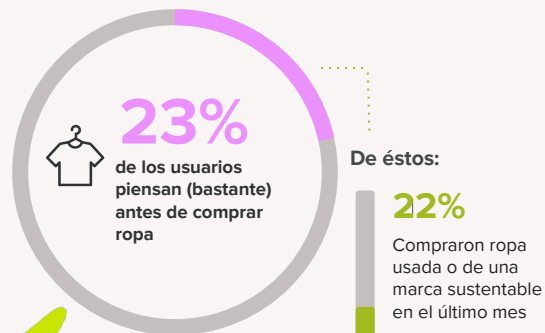


Hacia un estilo de vida más sostenible

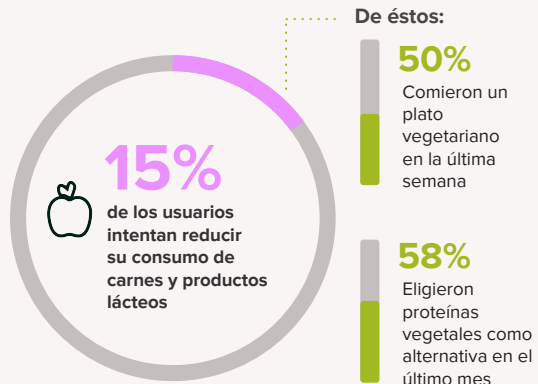
Cómo se describen los usuarios vs. acciones que realizaron en el último tiempo

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

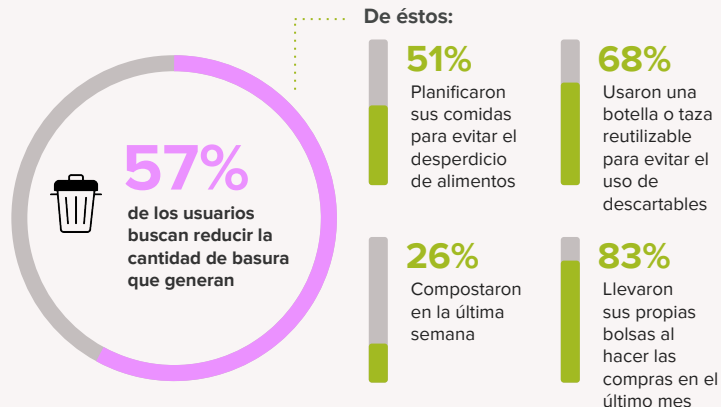
Moda con impacto positivo



Alimentación consciente



Reducción de impacto



5

Principales **hallazgos** y ficha técnica





Principales hallazgos

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

20%

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

13%

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

13%

crecimiento de **vendedores** de productos con impacto positivo (vs. 2019/20)

Principales tendencias

50

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

Cuidado personal con impacto positivo:

+170

 compras por día

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](#)

