

Mercado Libre consolida su liderazgo en Retail Media en México y América Latina

- *Los anuncios publicitarios de la empresa líder en e-commerce fueron considerados los más útiles y relevantes de toda la región, según se desprende del estudio anual Kantar Media Reactions que, en su edición 2024, ubica a Mercado Libre en el Top 3 de medios online favoritos para recibir anuncios en América Latina.*
- *En México, el e-commerce se encuentra en el puesto número 1 entre los canales con mayor Ad Receptivity; o sea, los consumidores mexicanos son más receptivos a la publicidad en plataformas de comercio electrónico que en otros medios online, según Kantar.*

México a 14 de enero de 2024.- Un nuevo estudio posiciona a Mercado Libre como líder en Retail Media en América Latina: sus anuncios publicitarios han sido considerados los más útiles y relevantes de toda la región, satisfaciendo las necesidades de los consumidores. Así lo revela *Kantar Media Reactions 2024*, informe anual de la firma Kantar que analiza cómo perciben los latinoamericanos los mensajes publicitarios en distintos canales y medios, al igual que sus preferencias y comportamientos de compra online.

El Retail Media -es decir, los anuncios que se ven dentro de las plataformas de comercio electrónico- es uno de los medios online preferidos en la región para recibir mensajes publicitarios, apenas superado por los contenidos de influencers, acorde al estudio *Kantar Media Reactions 2024*. Dentro de este contexto, Mercado Libre se posiciona en el Top 3 de medios online favoritos para recibir un anuncio, mientras que Mercado Pago se ubica en el Top 5.

Además de su utilidad y relevancia, las características más apreciadas de los anuncios de Mercado Libre y Mercado Pago durante 2024 han sido: su capacidad para captar la atención, y su confiabilidad y calidad. Gracias a estos atributos, la compañía mantiene una posición líder en el ranking de Ad Equity -o sea, el valor percibido de la publicidad por parte de los usuarios finales- en América Latina.

Por otra parte, el informe indica que -en la región- el 83 % de las personas utiliza Mercado Libre para comprar, comparar precios y encontrar ofertas y promociones. Esto confirma que, al ingresar a la plataforma, los usuarios efectivamente tienen intención de compra. Al respecto, 8 de cada 10 usuarios hacen búsquedas genéricas en Mercado Libre, sin aludir a una marca específica, con intención de explorar opciones. Para el 82 % de los latinoamericanos, los anuncios en la plataforma los ayudan a descubrir marcas y productos, además de permitirles solucionar dudas sobre artículos en los que están realmente interesados.



Estos resultados reflejan otro gran año para Mercado Ads, la unidad de negocios de Mercado Libre dedicada a la creación de soluciones publicitarias digitales en todo su ecosistema, cuyas campañas de comunicación -direccionadas y eficientes- permiten optimizar la experiencia del usuario en todo el proceso de compra, mientras contribuyen a la construcción de relaciones sólidas entre las marcas y los consumidores.

También explican por qué Mercado Libre ha escalado una posición respecto al año pasado en el ranking de preferencia de los marketers, ubicándose ahora en el puesto número 4, según el citado informe. Además, figura entre los 5 medios en los que los marketers -encargados de evaluar, planificar y ejecutar para promocionar los productos o servicios de su compañía- proyectan aumentar su inversión durante 2025.

Con este posicionamiento, Mercado Ads se consolida como un socio clave para las estrategias publicitarias en Latinoamérica, brindando soluciones que integran innovación, efectividad y conexión auténtica con las audiencias.

Sobre Mercado Libre

Fundada en 1999, Mercado Libre es la compañía de tecnología líder en comercio electrónico de América Latina. A través de sus plataformas Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envíos, ofrece soluciones para que individuos y empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por internet.

Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. El sitio está entre los 50 sitios con mayores visitas del mundo en términos de páginas vistas y es la plataforma de consumo masivo con mayor cantidad de visitantes únicos en los países más importantes en donde opera, según se desprende de métricas provistas por comScore Networks. La Compañía cotiza sus acciones en el Nasdaq (NASDAQ: MELI) desde su oferta pública inicial en el año 2007.