

Empresa

Mercado Libre va por más: invierte 75 millones en un centro de distribución en Argentina

El gigante de ecommerce se instalará en el Mercado Central de Buenos Aires con un almacén de 38.000 metros cuadrados que podrá clasificar 300.000 paquetes diarios.

Modaes
12 abr 2018 - 00:00

Mercado Libre va por más: invierte 75 millones en un centro de distribución en Argent

Mercado Libre aborda su feudo con una inversión millonaria. El gigante argentino de ecommerce destinará 1.150 millones de pesos argentinos (75,6 millones de dólares) en un centro de distribución en el país austral.

El grupo instalará un almacén logístico de 30.000 metros cuadrados en el Mercado Central de Buenos Aires. Las instalaciones estarán listas en el primer trimestre de 2019 y a largo plazo, la compañía prevé duplicar el tamaño del centro, según *Clarín*.

Con este nuevo centro de distribución, Mercado Libre podrá clasificar de manera automatizada 300.000 paquetes diarios. Además, el almacén permitirá a los vendedores de la plataforma tener mayor volumen y mejorar los tiempos de entrega.

Mercado Libre ampliará el centro logístico a futuro, hasta 75.000 metros cuadrados

Al predio logístico podrán ingresar hasta 74 vehículos por hora para despachar y recibir mercadería del centro de distribución, que funcionará para toda Argentina (a excepción de Tierra del Fuego).

Modaes

Con la apertura de este nuevo almacén, Mercado Libre sumará su tercer centro *fulfillment* en Latinoamérica, modelo con el que ya opera en Brasil y México. En este último, el grupo argentino pondrá en marcha dos almacenes más, en el Estado de México.

Recientemente, la compañía de ecommerce lanzó en Argentina Mercado Puntos, un sistema de fidelización para que sus clientes puedan conseguir envíos gratis en el país. Para ello, Mercado Libre invirtió mil millones de pesos argentinos (49,3 millones de dólares).

El gigante argentino, que cotiza en la bolsa de Nueva York, finalizó el ejercicio 2017 con un crecimiento del 64,5%, superando por primera vez la barrera de los 1.000 millones de dólares de facturación. Sin embargo, la compañía desplomó su beneficio un 90%, hasta 13,7 millones de dólares.