

Modaes

Empresa

Mercado Libre y Zalando se apoyan en el 'cloud' de Amazon para acelerar su expansión

El grupo alemán está utilizando las tecnologías de Amazon We Services en analítica, datos y almacenamiento, entre otros, para optimizar su cadena de valor, el *pricing* y la atención al cliente.

Modaes
24 nov 2020 - 00:00



Zalando y Mercado Libre se apoyan en Amazon. Los dos grupos de comercio electrónico han escogido Amazon Web Services (AWS) como proveedor preferente de servicios *cloud*, según ha explicado el gigante estadounidense en un comunicado.

Mercado Libre, uno de los mayores grupos de ecommerce de Latinoamérica, **se ha apoyado en Amazon para acelerar su negocio online y de pago**. Mercado Libre está desarrollado MeliLake, un sistema con el que procesar datos de ventas, pagos, y envíos apoyándose en Amazon EMR, el servicio de *big data* en la nube de AWS.

Además, **el equipo de detección de fraudes de Mercado Pago, la plataforma de pagos de Mercado Libre, utilizará Amazon Rekognition**

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/mercado-libre-y-zalando-se-apoyan-en-el-cloud-de-amazon-para-acelerar-su-expansion>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

, el servicio de análisis de imágenes y videos de AWS, como parte de su proceso de verificación de identidad. La empresa, con oficinas centrales en Argentina y Brasil, opera en 18 países y cuenta con más de 76 millones de usuarios.

Mercado Libre también ha reforzado su oferta con una nueva tienda online de Adidas

En paralelo, **Mercado Libre ha anunciado hoy una alianza con Adidas para lanzar una tienda oficial** de la marca alemana en su plataforma. La nueva tienda contará con más de mil artículos de todas las categorías. Con motivo del lanzamiento, la empresa ofrecerá envíos gratuitos en compras de más de 499 pesos.

“Nos entusiasma esta alianza con Mercado Libre pues, además de ser la oportunidad para ampliar nuestros canales de venta en ecommerce, es una forma de acercarnos más a nuestros consumidores a través del principal *marketplace* de América Latina”, apuntó Javier Landa, director senior de ventas para Adidas México.

Zalando utilizará los servicios de ‘machine learning’ de Amazon para mejorar su personalización

“Los servicios de *machine learning* de AWS permitirán a Zalando mejorar la **experiencia del cliente** al reducir el tiempo que lleva diseñar, lanzar y escalar nuevas funciones para su plataforma de comercio electrónico”, ha explicado Amazon, por su parte.

La empresa alemana, que sirve a más de 35 millones de clientes en 17 países, utilizará los servicios de Amazon para ofrecer una experiencia de compra más personalizada. Además, empleará tecnologías de almacenamiento, analítica y datos, entre otros, para optimizar funciones como la gestión de la cadena de valor, el *pricing* y la atención al cliente.

“Al trabajar con AWS, **Zalando puede desarrollar e implementar nuevas aplicaciones para los clientes más rápidamente**, como la creación de avatares digitales que permiten a los clientes probarse virtualmente la ropa”, continúa Amazon.