



Mango lanza su propia plataforma de IA generativa conversacional denominada Lisa

- La plataforma, que ayudará a empleados y *partners*, mejorará desde el desarrollo de colecciones hasta el servicio de postventa, reforzando así el proceso de digitalización de la compañía.
- La empresa cuenta también con otra plataforma de Inteligencia Artificial generativa de imágenes denominada Inspire para sus equipos de diseño, estudio fotográfico o arquitectos técnicos, entre otras áreas, gracias a la cual ha lanzado ya al mercado más de 20 prendas cocreadas con IA generativa.
- Con relación a la Inteligencia Artificial, Mango cuenta con más de quince plataformas en toda la cadena de valor en áreas como *pricing* o personalización de producto para sus clientes.

BARCELONA,

4 DE OCTUBRE DE 2023

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, avanza en su proceso de digitalización con el lanzamiento de su propia plataforma interna de Inteligencia Artificial generativa conversacional, denominada Lisa.

Lisa utiliza diferentes modelos, tanto privados como *open source*, entrenados para la compañía, a partir de los que el grupo de moda ha construido su propia plataforma de IA generativa conversacional en menos de nueve meses. La nueva plataforma cuenta con una interfaz propia de Mango, similar a chat GPT, adaptada para atender casos de uso de sus empleados y *partners*.

La implementación de la IA generativa de contenidos y conversacional, que mejorará desde el desarrollo de colecciones hasta el servicio de postventa, forma parte del proceso de transformación tecnológica en el que está sumergida actualmente la compañía y que se centra en la digitalización del ciclo de vida de los principales activos informacionales de la industria: cliente, puntos de venta, stock y producto.

“La inteligencia artificial generativa es una inteligencia extendida, es decir, una tecnología que será un copiloto para nuestros empleados y *stakeholders* y que nos ayudará a extender sus capacidades, porque la tecnología nos hará más humanos o no será”, señala Jordi Àlex, director de tecnología, datos, privacidad y seguridad de Mango.

Codiseño con IA generativa

MANGO

Además de Lisa, Mango desarrolló hace un año una plataforma de IA generativa de imágenes, denominada Inspire, con el objetivo de ayudar al equipo de diseño y producto de la compañía a inspirarse viendo diferentes conceptos para poder cocrear estampados, tejidos, prendas, etc.

Los modelos de IA actuales ofrecen resultados de alta calidad para diferentes casos de uso en el diseño de moda, favoreciendo la adopción por parte de los equipos de Mango. La compañía, que ha llevado a cabo múltiples sesiones de divulgación y formación con diferentes equipos, capacitando a más de un centenar de diseñadores y grafistas, cuenta ya con más de veinte prendas en el mercado que han sido cocreadas con Inteligencia Artificial.

Además del diseño de producto, texturas y estampados, Mango utiliza la IA generativa para el proceso creativo de espacios, escenas o de imágenes con diferentes estilos para ayudar a sus equipos de estudio fotográfico, escaparatismo, arquitectura y diseño de interiores...

15 plataformas de Inteligencia Artificial

Mango comenzó a construir plataformas de *machine learning (MLE)* en 2018 y ha desarrollado hasta la fecha más de quince plataformas distintas que aplican la inteligencia artificial en diferentes puntos de su cadena de valor, como *pricing* o personalización. Entre las plataformas MLE desarrolladas por Mango destacan Midas, utilizada para su política de precios en mango.com y en su cadena de tiendas de *retail*; Gaudí, para la recomendación de productos a sus clientes; o Iris, para mejorar el servicio de atención al cliente. Iris está presente en más de sesenta países y se desenvuelve en más de veinte idiomas para dar respuesta a los clientes de la compañía.

La compañía cuenta con un equipo de Virtual Assets, creado el pasado año coincidiendo con la participación de la compañía en la primera edición de la Metaverse Fashion Week, formado por cerca de una decena de ingenieros 3D, de software, de inteligencia artificial y de *blockchain* así como por artistas 3D. Su objetivo es el desarrollo de contenidos digitales y proyectos que permitan a la compañía sumar el entorno virtual a su ecosistema de canales digital y físico.

Para más información, contactar con:

Miki Herráz

+34 610 449 839

miguel.angel@mango.com

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

macero@llorentycuenca.com / epedrol@llorentycuenca.com

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2022 con unos ingresos de 2.688 millones de euros, con un 36% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 115 mercados. Más información en mangofashiongroup.com