

Fecha 26.03.2021	Sección Negocios	Página 22
---------------------	---------------------	--------------

ESTIRA Y AFLOJA

J. JESÚS
RANGEL M.

jesus.rangel@milenio.com



La innovación de Femsa y Walmart

Coca-Cola Femsa y Walmart de México fortalecieron en 2020 sus acciones de uso de inteligencia artificial, internet de las cosas y plataformas digitales para centrar sus acciones en el consumidor, continuar con la transformación de los corporativos y fortalecer su crecimiento. En ambos casos, las entregas a domicilio serán más importantes durante 2021.

Por parte de Coca-Cola Femsa, las instrucciones son claras “para convertirnos en una plataforma integrada de bebidas”, por parte de su presidente, **José Antonio Fernández**, y su director general, **John Santa María**. Se fusionan todas las “soluciones digitales omnicanal con los recursos comerciales físicos, desde personal de preventa hasta supervisores y centros de atención telefónica, para transformar nuestros modelos de distribución directa”.

En el caso de Walmart, a los innovadores esquemas de tiendas omnicanal para que los clientes realicen compras en línea en los “quioscos y pantallas de catálogo extendido con la opción de pagar en línea, en cajas o en el caso de compras *on demand* contra entrega del producto”, se impulsará la conectividad de telefonía móvil con servicios de datos, voz y SMS por 200 pesos mensuales, con cobertura nacional e internacional.

Enrique Ostalé, presidente del consejo de Walmart, y **Guilherme Loureiro**, presidente ejecutivo y director general, buscarán

que el servicio BAIT, que se puede obtener en Bodega, Mi Bodega y Walmart, ofrezca servicios a la población que vive en zonas remotas y cuente con acceso a internet. Además permite a los clientes que con el programa Tus compras te conectan, obtengan megas gratis al escanear el *ticket* de compra.

Femsa usará la inteligencia artificial de Victoria para mejor precisión en las proyecciones de demanda, generar ahorros en inventario y distribución; “en tan solo cuatro semanas, Victoria entendió y ajustó nuestras proyecciones de demanda derivadas del impacto de covid-19”. Con el internet de las cosas, Walmart implementará la operación de los “centros de distribución del futuro para potenciar nuestro negocio en los próximos años”. Esto es innovar.

Cuarto de junto

Las pruebas rápidas al personal contra covid-19 son la opción empresarial para evitar otro cierre de actividades productivas y la quiebra. En México hay cuatro esquemas de comercialización, pero el de mejor desempeño, según el Instituto de Diagnóstico y Referencia Epidemiológicos (Indre), es Standard Q Ag desarrollada por el laboratorio de Corea del Sur SD Biosensor. El IMSS, de **Zoé Robledo**, adquirió a principios de año 2.6 millones de pruebas Standard Q Ag para aplicarlas en sus clínicas, y también lo hicieron empresas como Carso, Telcel, Sanborns, Sears e Inbursa. Por su confiabilidad, ya se aplica en centros turísticos como Xcaret y en hoteles de las cadenas Hyatt y Hilton.

