# Walmart y el Big Data

Walmart es una de las empresas más grandes y poderosas del mundo. La multinacional americana funciona como una cadena de hipermercados que genera ingresos millonarios cada semana; pues, al vender productos al por menor, Walmart tiene un éxito inigualable a escala mundial. El lema de la empresa está enfocado en “ahorrar dinero y vivir mejor”; y según BBVA (2018) dicha cadena “tiene 20.000 tiendas en 28 países”. La sede principal de Walmart está ubicada en Bentonville, Arkansas, pero la compañía no opera solamente en Estados Unidos sino también en Canadá, México, Chile, Brasil, Argentina y Centroamérica. Además, la multinacional es conocida como “Asda” en el Reino Unido, “BestPrice” en India y como  “GrupoSeiyu” en Japón. Por otro lado, Walmart también se maneja mundialmente por medio de los almacenes conocidos como Sam’s Club, los cuales son una extensión de la cadena.

La mente maestra detrás de Walmart es Sam Walton, quien inauguró la primera tienda en 1962. Sin embargo, para alcanzar el éxito que lo caracteriza, Walton tuvo que sobrepasar varios obstáculos; comenzando por el hecho de que nació en una familia humilde. Cerca de 1942 Walton se enlistó para ir a la guerra, pero regresó a casa en 1945 y fue ese mismo año cuando abrio su primera tienda departamental. Cinco años más tarde, se mudo a Arkansas parar abrir “Walton’s 5&10”. (Diario de Finanzas. s/p. 2020). Esta tienda ofrecia precios realemente bajos y eso aseguró su rapido éxito. En 1962 el socio de Walton, Bob Bogle, le sugirió cambiar el nombre de la empresa, y así es como surgió el -ahora- mundialmente conocido “Walmart”; título que nace gracias a un juego de palabras entre el apellido de Sam Walton (walt) y la palabra mercado en inglés (mart).

Ahora bien, ¿qué sabemos sobre Walmart y su relación con el Big Data[[1]](https://dataworld.blog/2021/02/12/walmart-y-el-big-data/#_ftn1)? Pues, la cadena de hipermercados lo utiliza de diversas maneras aprovechando los beneficios que el análisis de datos otorga a su empresa. Walmart tiene un amplio ecosistema de big data el cual, todos los días, procesa múltiples terabytes de datos nuevos y petabytes de datos históricos. (ProjectPro. s/f).  Los sistemas de análisis que posee Walmart analizan aproximadamente 100 millones de palabras clave diariamente; pues, el objetivo principal del big data en Walmart “is to optimize the shopping experience for customers when they are in a Walmart store, or browsing the Walmart website or browsing through mobile devices when they are in motion.” (ProjectPro. s/f). El Big Data en Walmart permite que la empresa tenga un contacto directo con el cliente por medio de aplicaciones como Savings Catcher; la cual alerta a los clientes cuando el supermercado competidor reduce el costo de un artículo que ese cliente ya compró. La aplicación envía un cupón de regalo al cliente para compensar la diferencia de precio y así no llamar su atención para que continúe comprando siempre en Walmart.

De igual manera, la multinacional utiliza el big data en el área de farmacia realizando simulaciones que descubren cuántas prescripciones médicas se reciben diariamente para identificar el tiempo más ajetreado durante un día o un mes. (Walmart Staff. 2017. s/p). Por otro lado, Walmart está testeando cómo utilizar big data para mejorar la experiencia del ‘checkout’ en las tiendas “by using predictive analytics, stores can anticipate demand at certain hours” (Walmart Staff. 2017. s/p). Al hacer esto, se puede incluso determinar cuantos cajeros necesitan estar presentes en un día y hora específicos. Asimismo, Walmart utiliza simuladores para comprender y rastrear el recorrido de su mercancía, desde el muelle hasta la tienda; optimizando rutas y minimizando la manipulación de productos antes de que estos lleguen al cliente[[2]](https://dataworld.blog/2021/02/12/walmart-y-el-big-data/#_ftn2). (Walmart Staff. 2017. s/p). Por medio del análisis de datos, Walmart reconoce preferencias y patrones de compra de los clientes; y así, la compañía puede “accelerate decision-making on how to stock store shelves and display merchandise”. (Walmart Staff. 2017. s/p). Ergo, el análisis de big data proveé una mirada interna de los productos y de las marcas que más benefician a la compañía. Finalmente, el análisis de datos permite que Walmart identifique las preferencias de los compradores para desarrollar una experiencia de compras personalizada y encantadora. (Walmart Staff. 2017. s/p).

Como vemos, Walmart utiliza la minería de datos para descubrir patrones en las ventas, y un ejemplo conocido de aquello fue cuando la empresa descubrió que las ventas de tartas de fresa aumentaron 7 veces antes de un huracán. (ProjectPro. s/f). Walmart rastrea a cada consumidor individualmente recopilando información sobre lo que compran, dónde viven y cuáles son los productos que más les gusta. Walmart está aprovechando los datos de las redes sociales para conocer los productos que están de moda y así exhibirlos en las tiendas.

En conclusión, se puede demostrar que Walmart, al ser una empresa tan poderosa a nivel mundial hace uso del big data de manera eficiente y beneficiosa para su crecimiento. El objetivo que busca Walmart al utilizar big data es conocer a sus clientes, entenderlos y ofrecerles lo que buscan de manera eficiente y cómoda. Al ser una empresa tan grande, Walmart tiene muchas problemáticas por resolver con el apoyo de big data, y han implementado un departamento eficaz que permite a la compañía abordar cada problemática por medio del análisis de datos. Los desafíos que ha demostrado tener Walmart es principalmente la competencia de otros supermercados que ofrecen precios bajos a sus clientes; sin embargo, se han ideado maneras de enfrentarlos -justamente- gracias al big data. Hoy por hoy Walmart conoce a sus clientes por redes sociales, principalmente, pero también por supuesto por patrones de comportamiento en las compras, horarios, y productos que se adquieren. Ha quedado entonces claro que Walmart es una empresa que usa efectivamente el big data.

Fuente: https://dataworld.blog/2021/02/12/walmart-y-el-big-data/