

## Back Stage

# Doug McMillon (Walmart): “Decir que las tiendas han muerto es subestimar la creatividad de los retailers”

El presidente del primer retailer de Estados Unidos se defiende ante el llamado apocalipsis retail y señala que el cliente quiere la unión del online y el offline.

C. De Angelis. Nueva York. Enviado especial  
15 ene 2018 - 09:50

Doug McMillon (Walmart): “Decir que las tiendas han muerto es subestimar la creativi

¿Apocalipsis retail? “Decir que las tiendas han muerto es subestimar la creatividad de todos los que estamos en esta habitación”. Así respondió ayer, ante un auditorio repleto de retailers y compañías tecnológicas, el presidente y consejero delegado de Walmart, Doug McMillon, durante una charla en **la feria anual de la National Retail Federation (NRF), uno de los encuentros de retail y tecnología más grandes del mundo.**

Con el cierre de cientos de centros comerciales en Estados Unidos como telón de fondo, McMillon protagonizó una de las charlas magistrales del congreso, tras haber sido reconocido como el visionario del año por la NRF. Durante la tertulia con el presidente y consejero delegado de la NRF, Matthew R. Shaw, este le preguntó por “los titulares” que hablan sobre el fin del retail.

Tras parafrasear a Mark Twain, **el presidente de Walmart ha defendido que el cliente “es muy racional” y señaló que “en todo el mundo, quiere ahorrar dinero y ahorrar tiempo”.** “Lo que creemos que está pasando hoy es que el consumidor quiere unir al brick & mortar y al ecommerce”, agregó. Según McMillon, “el cambio en retail es constante; si ahora mismo estás aburrido, es que no estás prestando atención”.

**Walmart apuntó que lo que determina que un cliente**

---

# Modaes

---

## regrese a un retailer es su experiencia, indistintamente que sea a través de una tienda o una 'app'

Con la amenaza de Amazon para los retailers tradicionales, como Walmart (que se ha aliado con Google para hacer frente al gigante de Seattle), McMillon señaló que “lo que sienten los clientes cuando se van de nuestra tienda, nuestra web, nuestra *app*, es lo que determina si van a volver”.

“Debemos mejorar constantemente la experiencia y, si lo hacemos mejor, estaremos aquí, y si no, pues no”, dijo. “La persona que decidirá si estaremos aquí o no es el cliente”, agregó.

Asimismo, **el consejero delegado del primer retailer de Estados Unidos defendió la importancia de los valores de las compañías** (Walmart acaba de equiparar el salario mínimo de todos sus empleados, cerca de 2,3 millones de trabajadores). “Los clientes quieren saber más acerca de los productos y las compañías a las que están comprando... el mundo se está convirtiendo en un lugar cada vez más transparente”, apuntó.