

# Jose de la Cajiga: Robots abastecedores de estantes son una herramienta de marketing

*Jose de la Cajiga: Robots abastecedores de estantes son una herramienta de marketing no de personal.*

AUSTIN, TEXAS , UNITED STATES,  
December 14, 2021 /

EINPresswire.com/ -- Dos importantes franquicias de tiendas minoristas en Japón están probando robots capaces de abastecer estantes usando una mano con tres dedos robóticos especialmente diseñada para eso.

Tokinomo es un robot publicitario en estanterías que pone los productos en el centro de atención y permite un tipo totalmente diferente de comunicación de marca en el punto de venta.



Jose de la Cajiga con sus empleados

“Este tipo de tecnologías más allá de su avance tecnológico, es utilizado para campañas de marketing experiencial en la tienda utilizando una combinación única de tecnologías, sensores, movimiento, luz y sonido” explica el [empresario Jose de la Cajiga](#).

“

“Para el caso de México este tipo de robots y tecnologías son más un evento de marketing que una tecnología que sustituya a un trabajador real” ”

*Jose de la Cajiga*

Tokinomo da vida a los productos en el estante al permitirles interactuar con los compradores de una manera memorable. Varias marcas en Japón y alrededor del mundo utilizan robots Tokinomo para crear activaciones de marca inmersivas en supermercados y tiendas físicas.

“Estos robots además proporciona análisis de campañas en tiempo real y se administra fácilmente de forma remota. Además proporcionan una experiencia innovadora e interactiva para los compradores” recalca [Pepe de la Cajiga](#)

El robot de siete pies de altura se llama Model-T, llamado así por el automóvil Ford que desencadenó una revolución automotriz a principios de 1900, y fue desarrollado por la startup japonesa Telexistence. Durante un programa piloto, fue controlado por un "piloto" en una oficina a millas de distancia.

El objetivo es permitir que un solo ser humano trabaje en múltiples tiendas con robots a control remoto, una solución para la posible escasez de mano de obra. Japón también tiene una población que envejece rápidamente con menos personas sanas listas para asumir tales trabajos.

El Modelo T está controlado por un humano que lleva un casco de realidad virtual y guantes especiales. Un micrófono y auriculares incluso permiten la comunicación con los compradores cercanos.

La actual pandemia de coronavirus terminó acelerando el desarrollo del Modelo T, ya que tal tecnología podría terminar reduciendo el contacto entre humanos.

“Para el caso de México este tipo de robots y tecnologías son más un evento de marketing que una tecnología que sustituya a un trabajador real” concluyo el directivo de Pitico [Jose de la Cajiga](#).

Manuel Sorensen  
Mexican Unicorns  
[email us here](#)



Jose de la Cajiga inaugurando una sucursal de Tiendas Piticó.



Jose de la Cajiga con el chef Alejandro Ruiz

try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.