

WSJ

CONTENIDO LICENCIADO POR
 THE WALL STREET JOURNAL

VIRGINIA POSTREL
 The Wall Street Journal

El 26 de junio de 1974, Sharon Buchanan, cajera de un supermercado en Troy, Ohio, hizo historia en el comercio minorista cuando se convirtió en la primera persona que registraba una venta mediante el escaneo del Código Universal de Producto, en vez de presionar las teclas en una caja registradora. Cincuenta años después, damos por sentado el escaneo del código de barras. Es una forma normal de pagar la cuenta en una mayoría de tiendas.

La duda hoy en día es si la persona que lo hace es un empleado de la tienda o el cliente. Más de la mitad de los minoristas de alimentos y abarrotes en EE.UU. tiene sistemas de caja autoservicio, como lo tiene también un tercio de las tiendas de conveniencia y de combustibles, según una encuesta de 2023 que llevó a cabo la firma de estudio de mercado Incisiv para NCR Voyix. Otro 37% de las tiendas de conveniencia está probando o ampliando la caja de autoservicio.

El puesto de cajero es uno de los más importantes —y más complicados— en el comercio minorista. Los cajeros tienen que equilibrar velocidad, precisión y seguridad mientras dejan a los clientes con una impresión positiva. Las innovaciones en la caja hacen más que aumentar la productividad o las ganancias. Reflejan y definen la cultura.

Antes del siglo XIX, los cajeros del comercio minorista eran poco comunes si no, desconocidos. Las tiendas eran pequeñas y atendidas principalmente por sus dueños y otros miembros de su familia, entre los que estaban los aprendices. Los empleados mostraban a los clientes las mercancías que se guardaban detrás de un mostrador y les cobraban por la compra. El dinero iba a una caja, cajón o bolsillo. Muchas compras se hacían a crédito, en especial cuando la moneda era escasa.

Los grandes emporios del siglo XIX, con sus cientos de empleados, necesitaban sistemas más escrupulosos. Cada empleado tenía un libro de registro individual para anotar los comprobantes de venta. Los clientes más prósperos y confiables podían cargar los artículos a la cuenta, pero una mayoría de personas tenía que pagar en efectivo, o en el lugar o contra entrega. Los empleados gritando, el sonido de las campanillas y los vistosos “cajeros” contri-

El puesto de cajero es uno de los más importantes en el comercio minorista:

La revolución de la caja autoservicio

Desde las máquinas registradoras hasta los puestos automatizados actuales, pasando por el escaneo del código de barras, la tecnología sigue cambiando la relación entre minoristas y clientes.



Un comprador utiliza una caja de autoservicio en la tienda Harmons Grocery en Salt Lake City, Utah.

BLOOMBERG

buían a una escena caótica, especialmente durante las temporadas altas. El dinero se podía caer y perder fácilmente, mientras se esperaba que los mal pagados empleados pensaran las discrepancias.

James Ritty, dueño de un floreciente bar y cafetería en Dayton, Ohio, encontró que perdía dinero, porque una plantilla siempre cambiante de *bartender* seguía robando de la caja de efectivo abierta. Para resolver el problema inventó la primera caja registradora. “El Cajero Incorruptible de Ritty” tabulaba cada venta y mostraba números de metal al cajero y al cliente cuando se presionaban las teclas. Eso hizo inmediatamente que el robo fuera más difícil. Como también una cinta de papel que registraba cada venta perforando agujeros. Al final del día, el dueño podía calcular los totales y asegurarse de que se contabilizara todo el efectivo.

Ritty pronto vendió el negocio, el que en 1884 se convirtió en National Cash Register Co., el antepasado del actual NCR Voyix. A principios de la década de 1890, la invención había logrado un crucial mejoramiento: la caja se abría solo cuando se presionaba la tecla total. Al mismo tiempo, sonaba una campanilla, de

ahí el término “marcar” una venta. Finalmente, se agregaron comprobantes impresos, lo que daba a los clientes como también a las tiendas un registro de cada transacción. Al permitir una verificación, las cajas registradoras ampliaron la confianza.

El sistema de cajas registradoras fue tan exitoso durante tanto tiempo que cuando se introdujeron los códigos de barras en la década de 1970 hubo resistencia por parte de los compradores. ¿Cómo sabrían el precio de un tarro de arvejas o una caja de mezcla para queque sin una etiqueta con el precio? Los políticos abordaron la causa antescañer. “Reemplazar el precio numérico por símbolos computacionales borra la verdad de la ‘verdad en el envase’”, advirtió un legislador de California que patrocinó un proyecto de ley para exigir que los precios estuvieran en cada artículo. Otros colegas declararon: “Esto, en efecto, está eliminando la comparación de precios al poner al comprador a merced de un rayo láser”.

Sin embargo, el modo antiguo difícilmente era perfecto. En septiembre de 1974, mientras los

políticos y los activistas por los consumidores se manifestaban en contra de la nueva tecnología, Ann Landers publicó una carta que se quejaba de los cajeros que “marcan los artículos tan rápido que la caja registradora suena como una máquina sumadora. Es divertido para el cliente descubrir, después de que llega a casa, que pagó US\$ 1,69 por una caja de cereales de 69 centavos”.

La carta estaba firmada por “El cliente no ha tenido la razón desde la Segunda Guerra Mundial”.

Un artículo de Los Angeles Times sobre la nueva tecnología de código de barras se resistía al pánico de moda, y predecía que “las nuevas máquinas significarán una caja más rápida y precisa, y un mejor registro de sus compras”. Cincuenta años más tarde, los compradores han aprendido a manejarse bien con los precios que se exhiben en los rótulos en los estantes en lugar de los autoadhesivos en cada artículo. Los clientes ahora esperan comprobantes detallados, con descripciones de los artículos inimaginables en los tiempos anteriores a los códigos de barras. Las tarje-

tas de cliente frecuente incluso permiten que las tiendas rectifiquen los sobrecargos.

Sin embargo, los escáneres tuvieron sus efectos más significativos tras bambalinas. Al dar a los minoristas datos de venta en tiempo real, los sistemas revolucionaron la administración del inventario, puesto que aumentaron la productividad y permitieron que las tiendas tuvieran más variedad en *stock*. Los códigos de barras hicieron posible el crecimiento de los almacenes mayoristas como Costco y Home Depot. No todas estas ventajas se previeron.

Sin duda, lo mismo sucederá con la caja autoservicio si la ley permite su evolución. Los minoristas todavía están tratando de equilibrar la eficiencia de este sistema con la necesidad de frustrar el robo. Algunos han eliminado las estaciones de caja autoservicio, mientras que otros limitan la cantidad de artículos en una compra. Muchos han instalado máquinas que no reciben efectivo. Los nuevos sistemas agregan cámaras y algoritmos para detectar probables robos. Una gran demanda de minúsculas velas votivas, por ejemplo, es sospechosa: los paquetes pequeños se pueden colocar debajo de artículos grandes y caros para

registrar el precio más bajo. Los sistemas de caja autoservicio todavía tienen fallas molestas que requieren la asistencia de un empleado. Pero están mejorando, y la opción es popular, especialmente entre los clientes más jóvenes. Un estudio que se realizó en noviembre de 2023 para NCR Voyix encontró que más de la mitad de los compradores de comestibles menores de 45 años prefieren el sistema de autoservicio, en comparación con solo un 26% de aquellos mayores de 60.

Un proyecto de ley que ahora está considerando la legislatura de California suprimiría el autoservicio de pago. Patrocinado por la senadora del estado Lola Smallwood-Cuevas, demócrata, el SB-1446 exigiría que los supermercados y farmacias coloquen un empleado cada dos puestos de caja autoservicio, sin ninguna otra tarea más que asistir a los clientes con el pago. Esta imposición eliminaría gran parte de las eficiencias de la tecnología. Un trabajador por cada cuatro a seis estaciones es la norma. Incluso he visto operaciones muy fluidas con ocho puestos de pago a cargo de un solo trabajador.

Incluso más importante, la ley congelaría el modo en que se despliega a los trabajadores. Anclarlos al puesto de caja autoservicio no es probable que sea el mejor uso de su tiempo. Bajo la intensa presión de la conveniencia de comprar con un solo clic, los minoristas de tiendas físicas encuentran que “pedir en línea y retirar en tienda” es una opción cada vez más exitosa, al combinar la comodidad de ambos formatos. Pero alguien tiene que recorrer la tienda para llenar cada pedido; un trabajo más productivo que supervisar un par de estaciones de caja autoservicio.

La mayoría de nuevas tecnologías no alcanzan todo su potencial hasta que las organizaciones y usuarios adaptan sus rutinas. Eso requiere la libertad de experimentar y cambiar. ¿Quién sabe? El hecho de liberar a los cajeros para que ofrezcan información y proporcionen consejos a los clientes podría restituir un toque personal a las tiendas de autoservicio, ofreciendo un espacio social para alejar a los compradores de sus pantallas.

Virginia Postrel es la autora de “The Fabric of Civilization: How Textiles Made the World” y editora colaboradora de la revista *Works in Progress*. Artículo traducido del inglés por “El Mercurio”.

