

# SISTEMAS DE AUTOVENTA Y AUTOSERVICIO

## Supermercados

La asociación que los reúne y algunas empresas comentan sobre esta creciente modalidad de autoatención.

2

## Sector público

El Registro Civil y el Metro de Santiago cuentan con modernos sistemas pensados en los usuarios. La evaluación es positiva.

3

## Novedades en el mercado

Empresas presentan sus novedades en productos y servicios para la autoatención, para este competitivo mercado.

4 a 6



## RETAIL Y OTROS:

# LOS SISTEMAS DE AUTOATENCIÓN SE SEGUIRÁN CONSOLIDANDO EN CHILE

A los viajeros que van por la ruta 68 de regreso a Santiago, aún les sorprende la caja para autopago que instaló hace cerca de un año el restaurante Agua de Piedra en su remodelada cafetería *express*. Ahora se puede pagar con efectivo un criollo "chilenito" en una máquina automática. Julisa Zúñiga, jefa de operaciones, comenta que el público agradece el menor tiempo de espera, aunque los mayores se resisten un poco, y para ellos, como empresa, es también una buena manera de disminuir los eventuales riesgos de asaltos.

Como este comercio, muchos otros están optando también por los llamados "sistemas desatendidos", que proliferan en el *retail*, estacionamientos y en la industria financiera.

"Los sistemas de autoatención se han ido incorporando de manera progresiva en Chile y es esperable que se sigan consolidando. La adopción de autoservicio ha sido tardía con respecto a otros mercados más desarrollados, donde por ejemplo se usan cajas de autopago hace más de una década", señala Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Cerret), Ingeniería Industrial, Universidad de Chile.

A su juicio, "las barreras asociadas a las potenciales mermas o resistencias al cambio

han sido de a poco sobrepasadas por el buen desempeño que han tenido estos sistemas".

En octubre, la entidad, en el marco de su Estudio de la Calidad de Servicio en la Industria Supermercadista", midió qué está pasando con las autocajas. "Aunque todavía representa una proporción menor, la mayoría de las cadenas de supermercado más relevantes ya ha incorporado cajas de autoservicio para complementar a las cajas tradicionales. El año pasado Unimarc no tenía, pero ahora sí tiene", destaca.

Entre los resultados, resalta, más del 75% de los clientes encuentra positiva la existencia de cajas de autoservicio y más del 70% las considera confiables (ver figuras). "Los clientes las prefieren para algunas situaciones de compra asociadas a compras rápidas, pero para otras aún prefieren las tradicionales", señala Marcel Goic. Dentro de un mes se conocerán los resultados de la última medición del mismo estudio.

Sobre las proyecciones de estos sistemas de autoatención en el *retail* chileno estima que en el corto plazo se debieran seguir masificando para tareas repetitivas y de baja complejidad, por ejemplo, pesaje de pan, recepción de botellas o pago. "En algunos mercados como el japonés o el coreano, la automatización ha

Especialistas destacan los alcances de estos sistemas, que, mientras ofrezcan un beneficio claro al consumidor (tiempo, flexibilidad, velocidad), seguirán expandiéndose.

penetrado otras dimensiones de la compra como la asistencia en vestuario o recomendaciones de productos, pero lo veo relativamente lejano. Es posible que algunas actividades complementarias puedan verse beneficiadas además por el desarrollo de aplicaciones móviles", opina Goic.

Así, en todos los rubros donde haya flujo masivo y tareas repetitivas se seguirán expandiendo estos sistemas. "En la mayoría de los casos el uso será complementario al de los sistemas tradicionales, agilizando los procesos para algunas situaciones de compra", agrega.

### MUCHAS VENTAJAS

Consultado sobre las ventajas que representan para el *retail* señala: "En el nivel más básico es

una ampliación de las capacidades de servicio, aumentando la capacidad de atender a más clientes de manera más expedita. Más aun, considerando las estacionalidades típicas del comercio, las plataformas de autoservicio permiten aplanar la disponibilidad de recursos de atención".

"En segundo nivel, que recién empieza a desarrollarse, los sistemas de atención automática serán equipados con más sensores y lógica de procesos para que puedan actuar proactiva y coordinadamente en sistemas de industria inteligente".

Y para los usuarios: "En principio más disponibilidad, lo que se traduce en menores tiempos de espera. A medida que se vayan desarrollando tecnologías complementarias, los dispositivos de autoatención podrán entregar

servicios complementarios porque estarán mejor integrados".

Precisamente, destaca Denisse Faúndez, profesora de la Universidad Católica y experta en temas de *retail* y consumidores, los usuarios estarán satisfechos con estos sistemas en la medida en que obtengan un beneficio, ya sea flexibilidad horaria, mejoras en la velocidad del proceso o autonomía.

"Las empresas que cuentan con estos sistemas deben entender que estos no son para todo el público, siempre hay quienes prefieren tener una persona al frente", agrega la especialista.

Consultada sobre las dificultades que pueden representar para los no nativos digitales comenta que todo nuevo usuario tiene un período de aprendizaje y es vital que las empresas pongan personal para resolver los problemas que aparecen en esta etapa de transición, por ejemplo con los sistemas de autopago, especialmente en los supermercados, o con las instrucciones que no son tan claras o que pueden generar confusión. "Los no nativos digitales terminarán aprendiendo, así como la gran mayoría aprendió a sacar dinero de los cajeros automáticos, a cuidar las claves y a transferir por internet. Mientras los sistemas ofrezcan un beneficio claro al

consumidor (tiempo, flexibilidad, velocidad), las personas nos vamos a terminar acostumbrando y aprendiendo".

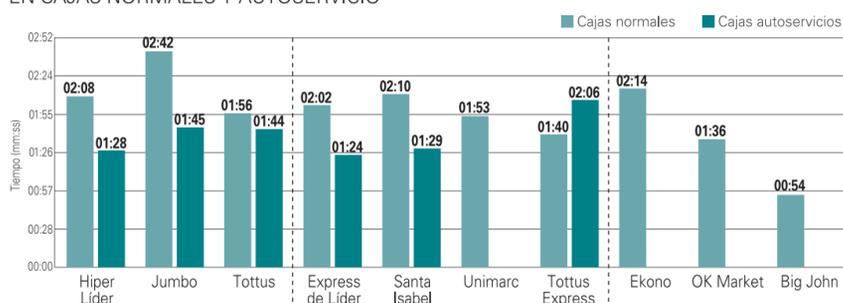
Comenta que un maestro en soluciones centradas en los consumidores es Amazon. Su tienda Amazon Go sin cajas registradoras (aún piloteándose) resuelve todos los problemas. "No tienes que usar una máquina de autopago que se trababa si no dejaste el producto en la balanza, basta con que tengas la aplicación en el celular. Y por ahí irán los mayores desafíos para los consumidores, convertimos en seres digitales, capaces de instalar y manipular aplicaciones, entender riesgos, manejar nuestra información y sacar provecho de la tecnología".

Con todo, los especialistas coinciden en que la automatización seguirá avanzando. Claro que según la Cámara de Comercio de Santiago y su estudio Tendencias del Retail en Chile, citado por Denisse Faúndez, la masificación de estas prácticas dependerá de la cultura de los consumidores.

"Así como hay estudios que muestran que muchos clientes valoran la interacción con un cajero, un ser humano, también hay encuestas que muestran que al menos el 20% de los *millennials* no quieren interactuar con personas en sus viajes de compra", señala.

## Cajas de supermercados

TIEMPO DE PAGO PROMEDIO EN CAJAS NORMALES Y AUTOSERVICIO



FUENTE: Cerret.

CONSIDERO QUE ESTE TIPO DE CAJAS SON CONFIABLES



ENCUENTRO BUENO QUE EXISTAN CAJAS AUTOSERVICIO EN LOS SUPERMERCADOS

