

## Adiós al autocobro... hola trabajadores humanos

Por CLAIRE MOSES

LONDRES — Cuando se trata de comprar comestibles, parece haber dos tipos de personas en este mundo: las que prefieren el autocobro y las que prefieren la interacción con un ser humano.

Booths, una pequeña cadena que vende comestibles en el norte de Inglaterra desde 1847, decidió que sus clientes pertenecen a la segunda categoría y anunció este mes que eliminará las cajas de autocobro en sus 28 tiendas, salvo dos. Están yendo contra una tendencia que ha redefinido las compras minoristas en todo el mundo durante los últimos 20 años.

Cuando todo va bien, el autocobro puede ser la forma más rápida de salir de una tienda: apila tus

abarrotes, pasa una tarjeta de crédito, embólsalas y adelante. Todo debería terminar en cuestión de minutos.

Pero esa no es siempre la realidad. La máquina no reconoce tu espagueti. Hiciste clic en la imagen de una calabacita en la pantalla, pero lo que llevas en la canasta es un pepino. Y comprar algo como alcohol o medicamentos todavía significa que tienes que esperar a que venga un empleado de la tienda.

“Siempre hay un problema”, dijo Sandra Abittan al salir de un supermercado Tesco en el noroeste de Londres, señalando que a menudo tiene que esperar a recibir ayuda cuando utiliza una caja de autocobro.

Pero dijo que por lo general si-



ARIANA DREHSLER PARA THE NEW YORK TIMES

gue eligiéndolos porque halla que sus filas tienden a ser más cortas.

Las cajas de autocobro tienen 20 años de ir en aumento en todo el mundo. Muchas cadenas ampliaron su uso durante el apogeo de la pandemia, cuando minimizar el contacto humano era particularmente importante. Pero Booths no es el único que está reconsiderando la revolución automatizada: en septiembre, Wal-Mart dijo al sitio web Insider que eliminaría las ca-

jas de autocobro de un puñado de tiendas, aunque no dijo por qué.

En el 2016, un estudio de minoristas en Estados Unidos, Gran Bretaña y otros países europeos encontró que los minoristas con cajas y apps de autoservicio tenían una tasa de pérdida de alrededor del 4 por ciento, más del doble del promedio de la industria, y los investigadores dijeron que las filas de autocobro tentaban a los compradores a actuar de maneras

Para minimizar el contacto humano, muchas tiendas añadieron cajas de autocobro durante la pandemia.

que normalmente no lo harían y hacían que el robo fuera menos detectable.

Booths, que tiene alrededor de 3 mil empleados, dijo en un comunicado que el que sus empleados interactuaran con los clientes proporcionaba una mejor experiencia. “Deleitar a los clientes con nuestra cálida bienvenida norteña es parte de nuestro ADN”, dijo la compañía.

A la hora de la comida un viernes reciente en el Tesco del noroeste de Londres, la mayoría de la gente parecía elegir la opción de autocobro, en gran parte porque la fila era más corta que la de las cajas registradoras manejadas por humanos.

Pero eliminar por completo los pagos automáticos, como anunció Booths, sería una “mala idea”, dijo Abittan. Había utilizado el autocobro para evitar tener que hacer cola y todo salió bien.

“No tuve problemas”, dijo. “Mílagro”.