



## PUNTO DE VENTA: OPORTUNIDAD PARA SALIRLE AL PASO AL FUTURO

El punto de venta es para cualquier comercio ese lugar en donde todos los esfuerzos comerciales se ven reflejados al momento de lograr la tan anhelada venta. Hoy en día ese punto de venta toma enorme relevancia, gracias al concepto de conveniencia, pues el “punto de venta” adquiere todo tipo de caras y formas, tanto en el mundo digital como en el físico para que las personas puedan comprar dónde y cómo lo necesitan. Basta mirar hacia uno de los países de mayor dinámica de consumo en el mundo para obtener una ventana al futuro y entender la evolución del “punto de venta”: China. Allí casi todo se paga con código QR y de manera inmediata: el taxi, las ventas en la calle... hasta la limosna. Es como si nunca hubieran adoptado los hábitos que son tan normales para nosotros en Occidente; las tarjetas de crédito casi que no se reciben en ningún lugar, y mucho menos el efectivo.

Muchos de estos procesos se deben a las Fin-tech, las cuales se autodenominan expertas en utilizar inteligencia artificial para administrar riesgos, predecir comportamientos, perfilar clientes con marketing inteligente y realizar mejoramientos continuos a sus procesos, asegurando conveniencia y soluciones a la medida de cada cliente. China requirió condiciones especiales para que esto sucediera. Por un lado, el

Gobierno del Partido Comunista Chino (que lleva en el poder desde 1949) enrutó al país para ser líder en el uso de inteligencia artificial, permitió que la regulación relacionada con los datos de las personas fuera relativamente “light” por un tiempo mientras se desarrollaban los modelos de negocios escalables, y ofreció recursos e incentivos para que empresas y emprendedores innovaran en ese sector. Además, motivó a la población para que se convirtiera en usuaria de servicios financieros digitales a través de sus celulares, siempre y cuando fuera a través de apps chinas.

La situación del coloso asiático no es comparable con nuestra realidad. En los países latinoamericanos tenemos menos disciplina, menos escala, menos programadores entrenados y disponibles para las empresas y nuestros gobiernos no son explícitos en apoyar estas iniciativas. Pero es evidente una tendencia global hacia la conveniencia y digitalización. Todo comercio tiene en sus manos la oportunidad de salirle al paso al futuro e integrar en sus puntos de venta tanto físicos como virtuales, opciones novedosas, convenientes y digitales. Un ejemplo es la posibilidad de pago a plazos con consulta inmediata, la cual Fenalco impulsa en alianza con Referencia como parte de su apoyo en la digitalización de los comercios.