

El valor de la venta física

- En octubre del año pasado, un estu-

dio de la consultora inmobiliaria GPS Property reveló un dato alarmante: desde octubre de 2019, cerca de 900 locales comerciales en Santiago Centro han cerrado sus puertas, afectando principalmente a pequeñas y medianas empresas (pymes). El fenómeno se repite en regiones también. Paralelamente, el comercio electrónico en Chile ha experimentado un crecimiento vertiginoso, posicionando al país entre los líderes mundiales en este ámbito, según la Cámara de Comercio de Santiago (CCS).

Ante este escenario, muchos podrían pensar que la venta física está perdiendo relevancia. Sin embargo, estoy convencido de que este tipo de comercio sigue siendo esencial, porque conecta con la esencia misma del intercambio humano.

Desde los inicios de la humanidad, el acto de comerciar ha estado ligado al contacto visual y a la confianza entre las partes. En la venta física, comprador y vendedor se encuentran cara a cara, generando una relación que trasciende el simple acto de compra. Este elemento humano crea un vínculo que el comercio digital, con toda su comodidad y rapidez, no puede replicar.

Además, las tiendas físicas ofrecen una experiencia de compra única e inmediata. Permiten a los clientes interactuar directamente con los productos, resolver dudas al instante y disfrutar de la certeza de llevarse lo que necesitan sin depender de tiempos de

entrega inciertos. En un mercado digital donde el precio domina, la inmediatez y la conexión humana son ventajas competitivas clave para las tiendas físicas.

La convivencia entre lo físico y lo digital no debe verse como una competencia, sino como una oportunidad de complementariedad. Mientras la venta online ofrece conveniencia, la venta física aporta confianza, credibilidad y un vínculo humano insustituible. Apostemos por revitalizar los espacios comerciales y recuperar la esencia de lo que nos hace verdaderamente humanos: el intercambio cara a cara.

Raúl Alfaro
