Publicado en Ciudad de México el 13/10/2023

# [Centros comerciales menos atractivos durante el primer semestre de 2023, revela Getin](http://www.notasdeprensa.es)

## Getin presenta el resumen semestral de afluencia y footfall en comercios físicos

 Getin, plataforma tecnológica de Retail Analytics y mediciones footfall, presentó los resultados de su reciente informe titulado and #39;2023: El regreso de los compradores a las tiendas físicas and #39;. Este estudio exhaustivo del primer semestre del año desglosa los datos duros sobre las tendencias emergentes y los patrones cambiantes en el comportamiento de los consumidores en México en tiendas físicas. De acuerdo con Francisco Alvarez, cofundador y director comercial de Getin, los datos obtenidos son resultado del análisis de más de 4 mil tiendas físicas en toda la República Mexicana, en las cuales fueron consideradas métricas como afluencia, atracción, permanencia y conversión de compra entre otros. "Es la primera vez que una herramienta hace un análisis y puede entregar datos confiables del footfall del comercio físico, con nuestro dispositivo no solo contamos personas, entendemos su comportamiento para mejorar la efectividad de la toma de decisiones del retail; es como si hubiéramos llevado la analítica que es común ver en el mundo de las compras en línea a las tiendas reales", puntualizó Alvarez. Algunos de los hallazgos más destacados presentados en el informe son: Tendencias de afluencia Enfrentando variaciones notables en la afluencia, el primer semestre de 2023 testificó una caída general en los paseantes en comparación con 2022, con un promedio del -10.2% en visitas. Si bien junio supuso una recuperación importante, mayo fue un mes crítico: presentó una caída del -14.9% al confrontarlo con 2022. Los centros comerciales fueron los más afectados, con una disminución del -21% en afluencia de visitantes. Visitas a tiendas y atracción A pesar de la disminución en la afluencia, las visitas a las tiendas experimentaron un aumento en la mayoría de los meses, lo que muestra un cambio significativo en el comportamiento del consumidor. Este cambio está pautado por las estrategias de descuentos o promociones de las marcas. La atracción, que mide la proporción de personas que caminaron fuera de una tienda y entraron, exhibió un crecimiento constante que culminó en junio con un increíble +18.5% en contraposición al año pasado. Esto refleja un mayor interés en las experiencias de compra física. Tipo de tienda y comportamiento de compra Este primer semestre del año, las tiendas a pie de calle demostraron una tendencia al alza en visitas, con un pico del +13% respecto a 2022, y en permanencia (6.76 min); mientras que los centros comerciales experimentaron la mayor disminución. La conversión de compra, que rastrea el porcentaje de visitas que culminaron en una transacción, experimentó altibajos, pero en general mostró una tendencia positiva, especialmente durante festividades clave. Días festivos y comportamiento del consumidor Los días festivos tuvieron un impacto significativo en el comportamiento de compra, con el Día del Niño que, al compararlo con el año previo, sobresalió con un aumento del +9.4% en visitas a tiendas. La conversión de compra durante Semana Santa también aumentó, lo que demuestra que las festividades siguen vigentes y ejercen una influencia palpable en las decisiones de compra. Estos hallazgos representan parte de una radiografía del panorama del retail actual y arrojan luz sobre las tendencias emergentes, así como las áreas de oportunidad, para las marcas y minoristas que buscan destacar. Anabell Trejo, CEO y co-fundadora de Getin, comentó: "siempre me complace presentar nuestro informe semestral. En especial este año, con todos los cambios en las dinámicas de consumo presencial que observamos. Esperamos que el cierre de año traiga un gran crecimiento empezando por el regreso a clases". El informe completo está disponible en el sitio web www.getin.mx.

**Datos de contacto:**

Moisés Hernández

Touchpoint Marketing / Relaciones Públicas

+52 1 55 4488 4729

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/centros-comerciales-menos-atractivos-durante](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas Software Consumo Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)