[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 17/11/2022

# [El retail y las ventas rumbo al fin de año en México](http://www.notasdeprensa.es)

## De acuerdo con el informe anual de Sensormatic Solutions "Encuesta anual de comportamiento del consumidor 2022", el último bimestre del año resulta uno de los más atractivos para la mayoría de los negocios en Latinoamérica y el mundo. Derivado de las festividades, este periodo detona un gran número de ventas, sobre todo, en el sector retail; por tal motivo, es de suma importancia contar con una radiografía del comportamiento de los consumidores para que las empresas estén preparadas en su demanda

En los últimos años, la industria del retail ha evolucionado de una manera vertiginosa. El cambio en los consumidores tras la pandemia originada por la Covid-19 ha sido evidente; sin embargo, en el 2022 prevalece un panorama más favorable, por lo que un número cada vez mayor de personas saldrán de sus hogares para estar en contacto con los productos. Noviembre: mes clave en las ventasLas personas retoman su vida con normalidad, el temor ha disminuido y aunque los miedos ante una crisis económica se mantienen latentes en la mayoría de países del mundo, los consumidores recuperaran sus hábitos de compra. De acuerdo con el informe anual de Sensormatic Solutions "Encuesta anual de comportamiento del consumidor 2022", en México, los consumidores tienden a llevar a cabo sus compras con una mayor antelación al fin de año, algunos de ellos iniciando los preparativos en el mes de noviembre (41%); seguido de otros rezagados en diciembre (27%); siendo la vestimenta (89%) y los juguetes (29%) los principales actores de compra. El repunte de las compras físicasDe acuerdo al informe de Sensormatic Solutions, existen diversos factores que los consumidores evalúan para comenzar sus compras de fin de año. Para un 34% de los mexicanos, los descuentos son cruciales para dar inicio a sus compras, pues durante estas fechas es posible obtenerlos, o bien con algún tipo de beneficio en el precio o con facilidades que se adecuen a sus posibilidades de pago. No obstante, las promociones y las temporadas de descuentos no es el factor más importante. Según el informe, para el 72% es primordial contar con un presupuesto destinado a las compras de fin de año, así como tener los recursos financieros que les permitan realizar dicho gasto. Otros de los factores que influyen para llevar a cabo compras son los horarios de trabajo (27%), los viajes de vacaciones y las reuniones familiares (12%), así como la preocupación por los retrasos en los envíos (5%). Respecto a los canales de compra, es innegable que la evolución del comercio electrónico reestructuró los hábitos de consumo de la mayoría de las personas. Si bien durante 2022, las intenciones de compra de los consumidores sitúan a la compra en línea con envío a domicilio como una de las modalidades preferidas (37%), este año se prevé que las compras directamente en las tiendas tengan un incremento considerable. El 73% de los consumidores en México se inclinará por este tipo de adquisición. Cómo prepararse para las ventas de fin de añoLa realidad para la industria retail está llena de retos, en medio de un entorno que luce con una mayor estabilidad que en años pasados, existe aún la incertidumbre de un futuro desconocido. Sin embargo, para hacer frente a los desafíos, es necesario contar con las herramientas que permitan tener un mejor control en las ventas y ubicarse en una posición de ventaja frente a la competencia. En este contexto, las soluciones tecnológicas se vuelven parte crucial de las estrategias. Sensormatic Solutions, la cartera de soluciones para retail de Johnson Controls, se sitúa como líder dentro de la industria al ofrecer soluciones innovadoras que ayudarán a los retailers a tener una toma de decisiones precisa, tales como: • Shopper insights: Datos en tiempo real que permiten a los retailers tener un conocimiento del recorrido y comportamiento del cliente en tienda. Desde recuento de visitantes hasta datos demográficos que ofrecen información detallada que pueda ayudarlo a dar forma a la experiencia del cliente al hacer que las compras sean más fáciles, cómodas e interesantes. • Sistemas de prevención de pérdidas: Un completo conjunto de soluciones diseñadas para proteger la mercadería y reducir la pérdida. Soluciones de etiquetado versátiles para una amplia gama de productos que, además de brindar protección, permitirán mejorar los procesos. • Inteligencia de inventario: Aprovechando el poder de la identificación por radiofrecuencia (RFID), es posible ofrecer una vista única del inventario a nivel de artículo en toda la compañía; permitiendo el comercio unificado, al garantizar que los productos estén disponibles donde y cuando sus clientes elijan comprar. El 2022 es, sin duda, un año importante para la industria retail y con la ayuda de las plataformas tecnológicas, los retailers podrán encontrar un último bimestre con una alta actividad de ventas que les permitirá seguir haciendo frente a los retos que plantea la realidad actual. Sobre Johnson ControlsEn Johnson Controls (NYSE:JCI), transformamos los entornos de las personas que viven, trabajan, aprenden y juegan. Como líder mundial en edificios inteligentes, saludables y sostenibles, la misión es reinventar el rendimiento de los edificios a fin de satisfacer las necesidades de las personas, los espacios y el planeta. Gracias a la orgullosa trayectoria de más de 135 años de innovación, se traza el camino futuro para industrias como las de cuidado de la salud, educación, centros de datos, aeropuertos, estadios, manufactura, entre otras, a través de Open Blue, la oferta digital integral. En la actualidad, con un equipo global de 100,000 expertos en más de 150 países, Johnson Controls ofrece la cartera más amplia del mundo de tecnología y software para edificios, así como soluciones de servicio de algunos de los proveedores más confiables de la industria. Para obtener más información y seguir a @Johnson Controls en redes sociales, visitar www.johnsoncontrols.com Sobre Sensormatic SolutionsSensormatic Solutions es la cartera mundial líder de soluciones para retail de Johnson Controls que impulsa la excelencia operativa a escala y permite una interacción inteligente y conectada con el comprador. La plataforma operativa digital inteligente, Sensormatic IQ, combina la cartera completa de Sensormatic Solutions, incluyendo los datos de terceros para entregar análisis inigualables sobre la experiencia del comprador, inteligencia de inventario, prevención de pérdidas y eficiencia operativa con el uso de tecnologías avanzadas como I.A. y el aprendizaje automático. Esto permite a los retailers actuar sobre resultados prescriptivos y predictivos basados en datos para avanzar con confianza hacia el futuro. Por favor visitar Sensormatic Solutions o seguir en LinkedIn, Twitter, y el canal de YouTube.

**Datos de contacto:**

Lizbeth González

Marketing Manager LATAM

+52 554820 6201

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/el-retail-y-las-ventas-rumbo-al-fin-de-ano-en](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas Sociedad Consumo

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

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