Publicado en Ciudad de México el 25/01/2024

# [Getin destaca cambios en el comportamiento de consumidores y su impacto en el retail mexicano durante 2023](http://www.notasdeprensa.es)

## Getin presenta su reporte anual: "2023 La evolución del consumidor en el retail". Un año marcado por una notable disminución en la afluencia de paseantes

 Getin, empresa 100% mexicana líder en Retail Analytics para facilitar el análisis y la toma de decisiones en tiendas físicas, ha presentado su reporte anual: "2023 La evolución del consumidor en el retail". Este año ha marcado una notable disminución en la afluencia de paseantes en espacios comerciales. Sin embargo, ha revelado un creciente interés de los mexicanos por las tiendas físicas, revirtiendo tendencias previas y generando un incremento en las visitas. A pesar del incremento de precios a lo largo del año, la tasa de conversión de compra ha mostrado cifras comparables a las prepandemia, reflejando la importancia de maximizar las visitas en tiendas con experiencias de compra significativas y ofertas de productos innovadores. "Para obtener resultados exitosos, es importante que las marcas monitoreen de manera constante sus indicadores, buscando mejorarlos continuamente con el objetivo de incrementar las ventas", puntualiza Anabell Trejo, CEO y cofundadora de Getin. Afluencia y visitas: una mirada cauta pero optimistaEl análisis de Getin reportó una disminución mensual en la afluencia durante 2023 comparados con 2022, con mayo registrando la caída más pronunciada de un 12%. Los centros comerciales fueron los más afectados, aunque mostraron signos de recuperación hacia el segundo semestre. Por otro lado, las visitas a las tiendas físicas experimentaron un ligero aumento, particularmente desde el segundo semestre. Las promociones de enero impulsaron el mayor incremento en visitas, lo cual, junto con una atracción a tiendas en alza (+14.8 % 2023 vs. 2022), sugiere que el flujo de personas ya no solo busca pasear sino también comprar. Conversión de compra y permanencia promedio: desafíos y oportunidadesLa conversión de compra en la segunda mitad del año disminuyó en relación con 2022, destacando una intención de compra más cautelosa. Las tiendas a pie de calle sufrieron más en este aspecto, contrario a los centros comerciales que mostraron mejoras mes a mes. La permanencia promedio en tiendas varió, con centros comerciales logrando incrementos que reflejan una mejor experiencia de compra y servicio al cliente. Economía de la compra: precio sobre cantidadEl ticket promedio en 2023 aumentó mes a mes, indicando que los consumidores están adquiriendo productos más caros en lugar de mayor cantidad. Las tiendas en centros comerciales lideraron este incremento, mientras que el número de artículos por ticket disminuyó, salvo por un repunte en noviembre. Hacia una experiencia de compra renovadaLa disminución en la afluencia de 2023 se contrapone con un incremento en visitas y transacciones en tiendas. Las marcas deben centrarse en ofrecer la mejor experiencia para elevar la conversión. El consumo moderado del 2023, producto del alza de precios, lleva a un cliente que busca calidad sobre cantidad. Las estrategias de promoción se destacan como un pilar clave para el éxito retail. Getin subraya la importancia de comprender al consumidor omnicanal del 2024 y superar los desafíos presentados, incentivando la mejora continua y la innovación en el punto de venta. Para poder obtener el reporte completo de Getin "2023 La evolución del consumidor en el retail", se puede visitar 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/getin-destaca-cambios-en-el-comportamiento-de](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Franquicias Finanzas Marketing Consumo Otras Industrias Consultoría



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