[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 25/04/2024

# [Resultados de tiendas físicas en primer trimestre 2024](http://www.notasdeprensa.es)

## De acuerdo con data de Getin, se puede descubrir cómo el sector retail en México se adaptó en el primer trimestre de 2024, superando desafíos

Como resultado del análisis avanzado realizado por Getin, empresa especializada en Retail Analytics, se dan a conocer los resultados del primer trimestre del 2024 en tiendas físicas. En este período el panorama retail en México presenta un escenario lleno de desafíos y también de oportunidades significativas para el crecimiento y la innovación. Panorama generalEl primer trimestre de 2024 ha presentado un panorama mixto para el sector retail en México. Se ha observado una disminución del -1.15% en el flujo de paseantes comparado con el año anterior, junto con una caída de -4.50% en la tasa de conversión, esto, plantea preocupaciones iniciales sobre el interés y la capacidad de las tiendas físicas para convertir visitas en ventas efectivas. No obstante, un análisis más profundo revela tendencias positivas que señalan oportunidades para el crecimiento y la optimización en el entorno retail. Desempeño destacado por industriaVisitas aumentaron un 10.73%El incremento en el número de visitas indica un creciente interés de los consumidores por las experiencias de compra en tiendas físicas. Este aumento podría atribuirse a varias estrategias exitosas de marketing y promoción. Para capitalizar este interés creciente, las tiendas deben enfocarse en mejorar la calidad de la experiencia en el punto de venta, utilizando tecnología para personalizar la experiencia de compra y asegurando que el personal esté bien capacitado para interactuar efectivamente con los clientes. Atracción mejoró un 12.02%El aumento en la atracción sugiere que las tiendas están logrando un mayor éxito en persuadir a los paseantes para que entren en sus establecimientos. Esto podría ser el resultado de escaparates más atractivos, promociones exclusivas en tienda, o eventos especiales que capturan el interés de los transeúntes. Las tiendas pueden construir sobre este éxito, asegurándose de que sus esfuerzos de marketing exterior estén bien alineados con las expectativas y preferencias del consumidor local, y que cualquier promoción o evento especial ofrezca un valor real y percibido que fomente la entrada a la tienda. Tickets crecieron un 5.75%El crecimiento en el valor promedio de los tickets indica que, una vez en la tienda, los consumidores están gastando más por compra. Este aumento puede reflejar una mayor eficacia en las estrategias de venta cruzada y venta adicional, así como una selección de productos bien curada que resuena con los intereses y necesidades de los consumidores.  Ventas subieron un 4.45%El aumento en las ventas totales, a pesar de la disminución en la tasa de conversión y el flujo de paseantes, es una señal alentadora. Indica que, aunque menos personas pueden estar entrando en las tiendas, aquellas que lo hacen están más inclinadas a realizar compras. Este comportamiento de compra podría estar influenciado por una mejora en la selección de productos, una experiencia de compra más atractiva y personalizada, y un enfoque más eficaz en el marketing dirigido.  Desempeño por IndustriaSector calzadoEste sector ha visto aumentos notables en paseantes (4.04%), visitas (6.72%), atracción (2.58%) y ventas (4.86%), a pesar de la caída de -4.11% en la tasa de conversión. Aunque hay un interés creciente en los productos de calzado, es crucial mejorar la eficacia en la conversión de intereses en compras. Tiendas de deportesLas tiendas de deportes experimentaron un panorama generalmente positivo con mejoras en atracción (5.39%), conversión de compra (4.59%) y ventas (8.03%). Estos resultados son destacables, considerando una caída en paseantes (-6.12%) y visitas (-1.06%), lo que resalta la eficiencia en convertir un menor número de visitas en ventas. ElectrónicaA pesar de una significativa disminución en paseantes (-21.16%) y visitas (-7.40%), el sector de electrónica ha logrado importantes avances en atracción (17.46%), conversión (4.08%) y ventas (6.07%). Análisis por regiónEl performance del retail también muestra variaciones interesantes por región: El suroeste (Chiapas, Guerrero y Oaxaca) ha liderado con un crecimiento en ventas del 15.26%. En contraste, la región noroeste (Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora) ha enfrentado desafíos, con una caída de -6.28% en ventas, sugiriendo la necesidad de una revisión en las estrategias de mercado. Si se quiere conocer más información, estadísticas y análisis sobre el comportamiento del retail en México, se puede visitar getin.mx.

**Datos de contacto:**

Moisés Hernández

Touchpoint Marketing/Relaciones Públicas

55 4488 4729

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/resultados-de-tiendas-fisicas-en-primer\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Franquicias Finanzas Emprendedores Consumo Otros Servicios Otras Industrias

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

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