

La afluencia a tiendas físicas de los españoles aumentó de media casi un 46% en 2023 respecto al año anterior

Estos son datos recogidos en el I Estudio Tendencias Tráfico en Retail realizado por Galanta Analytics, a través de su herramienta GeometriX con la que se ha analizado el comportamiento de 5.7M de usuarios en más de 120 mil establecimientos. Los meses de mayo, junio y septiembre son los periodos en los que se ha registrado una mayor afluencia de usuarios a los establecimientos físicos

El mundo del retail se caracteriza por ser un sector altamente competitivo donde las expectativas del consumidor evolucionan constantemente. En este sentido, con el objetivo de comprender cómo y cuándo los clientes interactúan con los espacios comerciales, Galanta Analytics, área de Mediapost especializada en ciencia de datos y geomarketing, ha elaborado el I Estudio Tendencias de Tráfico en Retail, utilizando GeometriX, una herramienta que fusiona la Inteligencia Artificial y la geolocalización para segmentar de forma milimétrica el target de los retailers con información geocomportamental. Para llevar a cabo este estudio, Galanta a través de GeometriX ha analizado el comportamiento durante todo el año 2023 de más de 5.7M de usuarios, en 120.215 puntos de venta que han recibido más de 180M de visitas al mes. Ariana Ochoa, Client Partner en Mediapost ha indicado que "los datos utilizados para la elaboración de este informe provienen de eventos de geolocalización registrados por más de 10 millones de usuarios activos en todo el territorio nacional. Una vez recopilados y normalizados los datos, aplicamos técnicas de análisis estadístico y de minería de datos para identificar tendencias significativas en el tráfico de clientes".

Así, según los datos recogidos en el estudio, en 2023 se produjo un aumento significativo en el promedio de afluencia a tienda física del 45,8% en comparación con el año anterior. Analizando los periodos más destacados, los meses de mayo (37,5%), junio (42%) y septiembre (38,4%) son los que han registrado más afluencia a tiendas de los usuarios, frente a abril (24,5%), enero (23,8%) y febrero (21,8%) meses en los que menos visitas se han registrado en los establecimientos. Antonio Tena, Head of Galanta Analytics afirma que "la estacionalidad en la afluencia a tiendas durante mayo y junio puede atribuirse a diversos factores. En algunas regiones, estos meses coinciden con períodos de vacaciones escolares o días festivos importantes, lo que puede llevar a un aumento en la actividad de compras y ocio. Por otro lado, el clima más cálido en muchas áreas puede impulsar a las personas a salir más y visitar tiendas y centros comerciales, o también se puede deber a los periodos de rebajas de esta época".

Realizando una ampliación del análisis, los días con más afluencia a tiendas han sido los viernes, con 2,30M de usuarios, seguidos de cerca de los miércoles y los jueves con 2,27M. Por el contrario, los domingos son los días que menos visitas registran los establecimientos, con algo más de medio millón de usuarios, lo que supone un 76% menos. Según Tena, "este descenso de tráfico se debe, sin duda, a que en muchas localidades los establecimientos permanecen cerrados en domingo".

En cuanto a las preferencias horarias, figuran las 11 y las 12 de la mañana y las 7 y 8 de la tarde. Sin

embargo, el mayor pico de visitas geolocalizado se ha observado el sábado a las 12 p.m con casi 250 mil visitantes.

Cataluña, Comunidad de Madrid y Andalucía las comunidades con más tráfico a tienda. Los catalanes visitaron una media de 42 veces al mes alguna tienda física, seguidos de los madrileños con 41 visitas geolocalizadas por usuario y los andaluces con 24 asistencias a establecimientos. En el lado contrario, figuran Castilla la Mancha con 23 y Canarias con 17 visitas.

A nivel provincial, Barcelona y Madrid siguen a la cabeza con 46 y 41 visitas mensuales respectivamente, seguida de Zaragoza con un promedio de 40 visitas al mes y Valencia con 38.

Por distritos, resulta curioso hacer hincapié en las dos ciudades con mayor número de visitas registradas, y observar las diferencias tan significativas que existen entre ambas. Mientras que en Madrid los distritos con mayor número de visitas por usuario son aquellos ubicados en el centro de la capital, en Barcelona los usuarios que generan más visitas a los establecimientos físicos tienden a concentrarse en la periferia.

Por sectores, Alimentación y Restauración son los establecimientos que más visitas reciben. Según datos recogidos en el Estudio Tendencias de Tráfico en Retail, durante 2023 los 12.297 establecimientos del sector alimentación analizados registraron una media de 3.7 visitas por usuario al mes, una media superior a la media registrada en el año anterior que se situaba en un 2,6. A nivel provincial, Barcelona encabeza la lista como la provincia con mayor frecuencia de visitas por usuario, con más de 6 visitas al mes, seguida de Madrid, Zaragoza, Salamanca y Tarragona, todas ellas con más de 4 visitas mensuales geolocalizadas por usuario. En el lado contrario se encuentran Santa Cruz de Tenerife, Ciudad Real y Jaén con menos de dos visitas al mes por usuario. Así haciendo un análisis de este contexto, Ariana Ochoa, indica que "durante 2023 se ha producido un incremento notable en las visitas mensuales por usuario a las tiendas de alimentación, un hecho que nos sugiere que se están produciendo cambios en los hábitos de compra en alimentación de los consumidores. Estos cambios no quieren decir que los usuarios gasten más, posiblemente se deba a que estén yendo a más establecimientos para comparar los precios de los productos y así adquirir los más baratos debido al contexto inflacionista. Una nueva tendencia que podría indicar el interés de los consumidores por explorar más tiendas en busca de ahorro", matiza.

Por otro lado, el sector de la restauración ha registrado una media de 2.3 visitas por usuario al mes en 4.299 establecimientos de hostelería y restauración geolocalizados. Madrid es la provincia que más despunta con 4.35 visitas al mes por usuario, seguida de Zaragoza, Barcelona y Valencia que alcanzan las 3.3 visitas mensuales. A la cola se encuentran Lugo, Ourense, Ceuta, Jaén, Pontevedra, Zamora, Santa Cruz de Tenerife y Soria, provincias donde la cifras no llegan a superar una visita al mes.

Los sectores retail de hogar y bricolaje son los establecimientos que menos visitas reciben por parte de los usuarios. En el caso del hogar, se han analizado 3.744 puntos de venta, los cuales registraron una media de 1.7 visitas geolocalizadas por usuario y mes. Así, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Salamanca, La Rioja y Madrid son las provincias que registraron mayor número de visitas. Al otro lado,

se encuentran Huelva, Jaén, Cáceres, Soria, Ciudad Real Cádiz y Ávila donde se registraron las cifras más bajas.

Por su parte, tras analizar un total de 4.616 establecimientos físicos de bricolaje durante 2023 tan solo recogieron un promedio de 0.7 visitas por usuario al mes. Barcelona, Zaragoza, Valencia, Teruel y León son las provincias donde los ciudadanos suelen visitar más estos establecimientos, frente a Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas, Almería, Álava y Pontevedra, donde se registraron las cifras más bajas.

Es posible descargar el informe completo aquí.

Datos de contacto:

Asunción Aparicio Díaz

Trescom

610085559

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Madrid](#) [Logística](#) [Restauración](#) [Consumo](#) [Otros](#) [Servicios](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>