

# Mexicanos recobrarán confianza: aumenta afluencia a centros comerciales

En comparación con los niveles de afluencia prepandemia, el número de visitas de paseantes a centros comerciales se recuperó 72% en julio, 69% en agosto y 74% en septiembre.



Montserrat Galván  
19 de octubre de 2021, 13:48

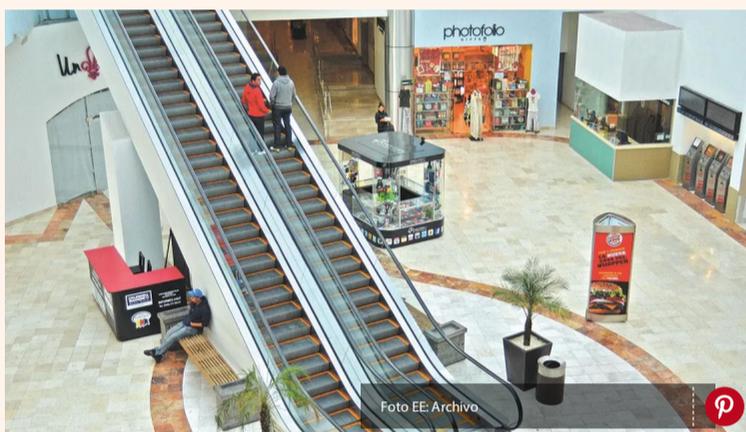


Foto EE: Archivo

Los mexicanos recobran cada vez más confianza y gracias al **relajamiento en las restricciones sanitarias ha aumentado** la afluencia en los principales centros comerciales del país; además de que en diciembre recuperarían sus niveles de flujo de visitantes y compradores previos a la **pandemia de Covid-19**.

De acuerdo con la empresa especializada en conteo de personas Pogen, en los últimos tres meses la **afluencia a centros comerciales** se recuperó en un 74% mientras que en las tiendas de retail en un 70 por ciento.

La empresa detalló que en julio se registró una afluencia de 65%, en agosto de 59%, mientras que en septiembre de 70%, este aumento corresponde a la celebración de las fiestas patrias. Tanto a nivel nacional como por ciudades principales, septiembre mostró niveles de recuperación alentadores para el sector del retail mexicano.

En comparación con los niveles de afluencia prepandemia, el número de visitas de paseantes a centros comerciales se recuperó 72% en julio, 69% en agosto y 74% en septiembre.

De las principales ciudades del país, **Monterrey** fue la que alcanzó los mejores niveles de recuperación de afluencia a centros comerciales, con 79% en julio, 71% en agosto y 78% en septiembre, según datos de la empresa.

En cuanto a la afluencia a tiendas de retail, **Monterrey** nuevamente tuvo el mejor comportamiento en julio, con una recuperación del 75%, sin embargo, **Guadalajara** recuperó mejor su afluencia en agosto y septiembre, con 63% y 76%, respectivamente.

## Recuperación a la vista

De acuerdo con el informe de Pogen, en diciembre se alcanzarían finalmente los niveles de afluencia prepandemia, es decir, los consumidores saldrían a los espacios físicos de la misma manera que lo hacían antes de que iniciara la pandemia, siempre y cuando las restricciones a los espacios físicos no incrementen.

Lo anterior debido a que festividades como la Navidad y el Año Nuevo impulsarían las visitas de los consumidores a los espacios físicos para hacer las compras de fin de año o de eventos como el Buen Fin.

Archivado en:

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

CENTROS COMERCIALES

## MÁS POPULARES

1 Riesgos alcistas de inflación alimentan expectativa de un Banxico más agresivo

2 SAT y RFC para mayores de 18 años: vigilancia para satisfacer a Big Brother

Por José Soto Galindo Hace 5 horas

3 Latinos recuperan sus empleos en EU e impulsan las remesas

Por Hace 4 horas

4 Huracán Rick se aproxima lentamente a las costas mexicanas del Pacífico

Por Reuters Hace 4 horas

5 Ofrecen capacitación y mentoría para que las empresarias de Nuevo León se adapten a la nueva normalidad

Por Lourdes Flores Hace 4 horas

## CONÉCTATE CON NOSOTROS

Recibe nuestro newsletter diario con los contenidos más destacados de las ediciones print y digital de El Economista

RECIBE NUESTRO BOLETÍN

En las redes sociales publicamos noticias de última hora, contenidos exclusivos y promociones. Son una vía para que estés en contacto directo con nuestra redacción.

f 1M

780K

in 216K

124K

Aviso de Privacidad de El Economista

## ÚLTIMAS NOTICIAS

Hace 49 minutos

Duna lidera la taquilla en Norteamérica en su primer fin de semana en cines

Por AFP

Hace 1 hora

Empleo asociado a mujeres recuperó nivel registrado previo a pandemia por Covid-19: IMSS

Por Instituto Mexicano del Seguro Social

Hace 1 hora

Arabia Saudita ve difícil cumplir con sus objetivos de carbono, ante los planes de Aramco de aumentar su producción de crudo

Por AFP

Hace 1 hora

Sotheby's vendió en 1.5 millones de dólares un par de tenis Nike que usó Michael Jordan

Por Reuters

Hace 1 hora

Reino Unido destinará 8,151 millones de dólares a Sanidad para afrontar retrasos por Covid-19

Por AFP