

# Getin pone la tecnología en la tienda tradicional

En México, el **comercio electrónico ha crecido 48%** en los últimos dos años, pero la **tienda tradicional de retail** se ha mantenido conservador en materia de tecnología, por lo que ha ido cediendo parte de su mercado a las compras online.



Para evitar que eso se mantenga, Anabell Trejo, Francisco Álvarez y Matías Hapanowicz crearon **Getin, una herramienta que permite conocer el comportamiento de los clientes** en las tiendas y optimizar con esa información un negocio.

“Nuestro objetivo principal era llevar gente a las tiendas y **mejorar sus flujos de ventas con tecnología**, y para eso teníamos que identificar a las personas de una forma que fuera natural”, explicó Anabell Trejo, directora general y co-fundadora de Getin.

“Esta información puede ayudarles a las tiendas a **tomar decisiones** porque saben cuánta gente pasó por ahí, cuánta entró y cuánto tiempo estuvieron ahí”, agregó.

De acuerdo con Trejo, la tecnología de **Getin fue diseñada para tiendas especializadas** de todos los tamaños como librerías, tiendas de ropa, tiendas de conveniencia, entre otras. Y funciona de manera parecida a como lo hace un sonar.

Mediante una señal, sus **terminales detectan la señal** que emite un celular, lo que permite conocer el rastro que deja ese aparato dentro de la tienda.

## **Mejoras**

Una vez recopilada la información, **los negocios pueden utilizar esos datos** para tomar decisiones estratégicas relacionadas con su área de operaciones, servicio al cliente o estrategias de marketing.

“Con esto puedes saber si pasaron 100 personas enfrente de tu tienda pero que no entró nadie. Entonces te das cuenta que es momento de cambiar tu escaparate para hacerlo más atractivo”, apuntó Trejo.

Actualmente, explicó la emprendedora, **los negocios conocen cuánto venden**, pero sin tecnología es imposible saber **cuánto dejaron de vender y por qué motivos**.

“**La industria del retail** sigue siendo muy tradicional y muchas tiendas no están acostumbradas a este tipo de información, entonces nos gusta acompañarlos y transmitirles cómo deben interpretar la información para tomar decisiones”, apuntó Trejo.

“Por ejemplo, en una tienda notamos que sólo se cerraban ventas cuando estaba presente cierta gerente, y con esa información identificamos que el resto del personal estaba mal capacitado en

ventas”, añadió.

Actualmente, **Getin trabaja de la mano de marcas como Volaris, Devlyn y Best Buy** en México, aunque también con pequeñas librerías, farmacias y centros comerciales.

A dos años de comenzar a operar, **la startup ha registrado un crecimiento de 650% anual**. Próximamente, adelantaron, lanzarán un complemento dirigido a los compradores llamado **Amazing, una cuponera virtual** que ofrece descuentos automáticamente a los usuarios cuando detecta que está cerca de una tienda.