

# Cavececo: Centros comerciales registran reducción de visitas

La directora ejecutiva de la Cámara Venezolana de Centros Comerciales (Cavececo), Claudia Itriago, destacó que la reactivación de los centros comerciales ha sido más lenta que el año pasado después de carnaval, temporada muy cercana a diciembre, y aún no se alcanza el nivel de visitas del año 2023 en el mismo periodo.

“No hemos alcanzado la meta. Si comparamos los datos con los mismos meses del año pasado, estamos, por lo menos, con un 10% o 15% por debajo del número de visitantes a escala nacional. En algunos centros comerciales las visitas se mantuvieron igual, en otros bajó un 10% y en otros ha subido 5%, pero en líneas generales hemos tenido una reactivación lenta este año”, explicó la dirigente gremial.

## El servicio eléctrico sigue afectando

La directora ejecutiva de Cavececo destacó también que continúan las interrupciones del servicio eléctrico en algunas zonas como Mérida, Valencia y Maracaibo, lo que afecta la operatividad de los centros comerciales.

“Si bien algunos cortes eléctricos son programados, otros no. Esta situación hace que no se tenga una continuidad completa en el horario de trabajo de un comerciante, e incluso el visitante está pendiente de volver a su casa y estar cuando legue la luz”, manifestó.

Sobre el nivel de desocupación en centros comerciales, la directora de Cavececo informó que se encuentra en 15% en algunas regiones, debido al costo de los servicios públicos y las fallas con el suministro de combustible para acceder a algunas zonas.

“Siempre en enero, febrero y marzo el nivel de desocupación aumenta porque es la fecha de vencimiento de contratos, se rota incluso la propuesta que hay en centros comerciales para mejorar la oferta hacia el cliente y darle nuevos conceptos”, explicó la dirigente.

## Nuevos conceptos

Sobre las nuevas tiendas que abrirán próximamente en los centros comerciales, la directora ejecutiva de Cavececo, Claudia Itriago, destacó que la cámara mantendrá la idea de impulsar

conceptos internacionales para ofrecer una mejor oferta al visitante, entre ellas, marcas colombianas.

Con información de Banca y Negocio