

Se recuperan los centros comerciales

Tras el interludio del COVID-19, Monterrey dejó en claro su resistencia y hoy las visitas a los centros ya están en niveles superiores a la prepandemia



La recuperación se da incluso tras los cambios económicos y sociales que la crisis sanitaria pudo causar, asegura Ricardo Navarro, director del Pagar, empresa que a partir de sus registros genera el índice sobre las visitas a los centros comerciales.

"En el caso de Monterrey se puede hacer visto un momento de recuperación incluso ya por encima de lo que veníamos en el 2019", asegura.

"En esta primera travesía del 2020 tuvimos una mejor oferta en estos espacios comerciales que lo que vimos en el mismo periodo del 2019", agrega.

La situación, dice, es similar en otras ciudades como Guadalajara, que "está prácticamente al 100% de la recuperación" y ligeramente por arriba de la Ciudad de México, que aún no logra bregar la asistencia de sus visitantes, en parte por la apertura de nuevos negocios.

Para el primer trimestre de 2020 la recuperación, explica Navarro, se superó 12 puntos porcentuales a lo que se registraba en igual periodo de hace un año, y 50 puntos porcentuales más que la correspondiente al 2021, según la información obtenida a través de censos instalados en los centros comerciales.

Pero si bien la gente regresó a los centros comerciales, la realidad es que los hábitos de compra fueron impactados por la pandemia y el crecimiento del e-commerce ha obligado a los administradores y comerciantes agregar en prácticas nuevas modalidades de atención.

"El consumo complementado con el tema del comercio electrónico hace que las personas usen los espacios comerciales de forma tradicional, que complementen su comportamiento de compra tanto de manera física como de manera digital y eso también tiene cierto impacto en las visitas a espacios comerciales", explica Navarro.

Más noticias

