

Puerto Venecia, 20,4 millones de visitantes en 2024

El complejo, cuya ocupación roza el 99%, contó el pasado año con la llegada de trece nuevas marcas, y se consolida como uno de los destinos más visitados de Europa, incrementando su afluencia un 5% respecto a 2023

Con más de 20 millones de visitantes y un nuevo récord de afluencia en sus tiendas. Así ha cerrado el año el centro comercial Puerto Venecia de Zaragoza, que acogió en 2024 la llegada de 13 nuevas marcas: Action, Ecoalf, Basketball Emotion, Bed's, Tramas+, Ale Hop, mira-mira, Leone Pizzería, Mango Teen, Halfprice, MGI, New Yorker y Arenal.

Además, a lo largo de este último año, destacados operadores ubicados en la galería comercial han ampliado sus locales o han llevado a cabo reformas completas, como Stradivarius, Pull&Bear, Le Petit Croissant, Mango o la gran ampliación de Ilusiona, con casi 6.000 metros cuadrados de ocio. Estas aperturas y reaperturas supusieron en 2024 más de 16.000 metros cuadrados de novedades en la oferta comercial del centro.

Según informan desde el complejo en una nota, todos estos cambios han supuesto una inversión en la remodelaciones de los locales de 14.000.000 euros por

parte de las marcas. «Hemos cerrado el año con una ocupación que roza el 99% y con la constatación de que nuevas grandes marcas apuestan por Aragón y por nuestro centro para crecer», apunta Yolanda Gimeno, gerente de Puerto Venecia, en alusión a firmas como HalfPrice, Action y Basketball Emotion.

Según destaca, estos datos comerciales se ven «reforzados con el gran apoyo de los visitantes que hemos logrado estos últimos 12 meses», con una afluencia anual superior a los 20 millones de visitantes, cifra récord desde su apertura. Este crecimiento sitúa a Puerto Venecia como el complejo comercial más grande de España, con 600.000 metros cuadrados de parcela y 206.000 metros cuadrados de superficie bruta alquilable.

La gerente del centro comercial zaragozano hace un balance «muy positivo» del último año, cuando el centro recibió casi 20,5 millones de visitantes, un 5,28% más que en 2023. Con estas cifras, se supera a destacados espacios internaciona-



GUILLERMO MESTRE

les como Disneyland París (16,8 millones) y a los nacionales Port Aventura (5,2 millones) o el Parque Warner (2,6 millones).

Este aumento en la oferta comercial y en las afluencias también se ve reflejado en el crecimiento de Puerto Venecia como polo de atracción turística para Zaragoza y para Aragón, ya que son muchos los visitantes que acuden al complejo desde otras ciudades y comunidades y aprovechan para conocer la ciudad. Concretamente, un 34% de los clientes llegan de fuera de Zaragoza, principalmente desde un radio de 90 minutos, pero también procedentes de La Rioja, Navarra, Cataluña –y en concreto las provincias de Lérida y Tarragona– o Castilla y León. «Este verano hemos observado un notable incremento de visitantes provenientes del sur de Francia, lo que refuerza nuestra posición co-

mo un destino de referencia en Aragón y un gran punto de interés en los planes de turismo», recalca la gerente.

Más allá de estas cifras, el 2024 también ha sido un año importante para el centro, reconocido como la 'mejor gran empresa de Aragón' por el Gobierno de Aragón, en el marco de los Premios al Comercio 2024. Además, la conocida zona de toboganes 'El Mirador' ha sido premiada por la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC). «Estos premios representan un reconocimiento muy especial para todo el equipo y reflejan el trabajo constante que realizamos. Nos motiva a seguir apostando por la innovación, la calidad y el compromiso de las marcas y personas que nos eligen cada día», afirma Gimeno.

Otro aspecto que destacan desde el centro es el crecimiento di-

gital que ha tenido. El pasado junio fue reconocido por el estudio 'Panel Top Retailers y Centros Comerciales España 2024', elaborado por Epsilon Technologies, como el primer centro de la categoría. Además, tiene la valoración de Google más alta de España (4,5) en centros comerciales grandes y más de 44.000 reseñas.

De cara a 2025, Puerto Venecia se compromete a seguir reforzando su apuesta por la mejora de espacios. Entre las nuevas metas citan la transformación de la zona de ocio interior, que alberga parte de la oferta de restauración, el cine y la bolera. «Todo ello pensando siempre en la creación de un espacio renovado, con ambientes verdes y sostenibles, utilizando materiales nobles y creando una experiencia más acogedora para el usuario», concluyen.

HERALDO