

A los venezolanos no les alcanzó presupuesto de \$100 para el Black Friday

Largas colas frente a locales comerciales definieron este 25 de noviembre, el último viernes del mes, fecha que durante los últimos tres años ha significado solo una cosa: el *Black Friday*.

En este período de reactivación comercial en Venezuela, los comercios y la ciudadanía adoptaron esta tradición de Estados Unidos y algunas de las principales urbes económicas del mundo. Es una fecha dedicada a ofertas sustanciales para promover el consumo de cara a la época navideña.

Mientras que para Estados Unidos es prácticamente una fecha nacional, en Venezuela empieza a dar sus primeros pasos. Las ofertas son reducidas y los comerciantes experimentan estrategias de venta. A pesar de eso, el consumo se multiplicó con respecto a otras fechas.

Antes del inicio de la jornada, la presidenta del Consejo Nacional del Comercio y los Servicios (Consecomercio), Tiziana Polesel, asomaba que las expectativas eran altas para el comercio, debido a que la actividad sufrió una desaceleración a mitad de año tras un arranque positivo y esperan recuperar en esta recta final, que históricamente ha sido de alto consumo.

«Hay expectativa porque el año había comenzado bien en los primeros tres meses, pero luego hubo una ralentización. Cualquier comercio cuya actividad sea importante cercana a fin de año tendrá mucha expectativa», afirmó durante una entrevista para [Unión Radio](#).

Este panorama fue evidenciado por **TalCual** en un recorrido realizado por los primeros puntos de interés para esta fecha, en el cual se evidenció el alto flujo de compradores y también el incumplimiento de las expectativas de la mayoría, pues muchos esperaban encontrar mejores ofertas teniendo como referencia el *Black Friday* del año pasado.

La inflación en dólares repercutió en los bolsillos de los venezolanos, que perdieron poder adquisitivo ante un encarecimiento del 45% de los precios de bienes y servicios en dólares, según estimaciones de la consultora Ecoanalítica.

Como resultado, los \$100 que muchos esperaban utilizar para

cazar algunas ofertas en esta fecha, fueron insuficientes. Por este motivo, la mayoría de los compradores optó por acudir a cadenas de ropa y calzado económicas, que mantenían ofertas en torno a los \$15 o \$20 por artículo.

Esta fue la experiencia de Andrea Valero, quien se formó durante más de 3 horas con la esperanza de acceder a Ciudad Alternativa, una tienda de calzado en el Centro Comercial Sambil. Fue el dinero justo para adquirir unos tacones por \$20 aprovechando la oferta del *Black Friday*.

«Vine con el presupuesto justo para comprarme un par de tacones, pero estoy viendo de donde saco para el segundo porque vi unas botas que quería», contó a **TalCual**.



El relato de Andrea resuena con el de millones de venezolanos que no pueden sacar provecho de las ofertas y gastar más allá de sus posibilidades salariales, ante un crédito al consumo inexistente que mantiene a las tarjetas de crédito como un adorno en las billeteras.

Así lo advertía Polesel en su entrevista matutina. Tanto el crédito para los comerciantes como para el consumidor es necesario para que este tipo de iniciativas funcionen, tal y como ocurre en el resto del mundo.

«También es importante reconocer que esa figura del viernes negro está anclada en la mayor parte de los países del mundo al crédito, que aún no tenemos. Eso en ambos sentidos, también el crédito al consumo. Anticipaba compras navideñas utilizando crédito, cosa que no podemos hacer», explicó.

Compras de bajo perfil

Una pareja recorre el pasillo principal del Nivel Libertador del Sambil. Conversa, con un tono de indignación, sobre las posibles tiendas que pueden tener descuentos significativos, pues su primera visita de la jornada fue decepcionante.

«Acabo de entrar al Sambil, di una vuelta, fui a la que me interesaba, la Adidas, y no tiene casi oferta. Tienen ofertas de 25% en zapatos descontinuados. Los zapatos de \$110 te quedan en \$84. Por lo menos Adidas no está haciendo el trabajo como es. Si es una vez al año, debería haber una buena oferta», relató Daniel Molina.



La pareja pretendía comprar al menos un par de zapatos con \$80. Pensaban que sería suficiente porque años anteriores encontraron ofertas atractivas.

«Años atrás, cuando los zapatos costaban unos \$60, podías encontrar precios de entre \$15 y \$30 con oferta. Ahora te salen en \$90 incluso con oferta», razonó.

Esta decepción, aunque fue generalizada, no se hizo presente en todas las anécdotas. En algunos casos, las personas se mostraron más que contentas con las ofertas del día.

«He observado que hay buenos precios, aunque no ha sido como los anteriores años, pero todo ha subido, así que estas ofertas son rentables. Vine con \$100. Compré ropa y ahora voy con los zapatos. Al salir de aquí espero ver más tiendas, porque quiero comprarle regalos a mis familiares», compartió Giuliana Bravo.



Al momento de declarar, Giuliana se encontraba a la espera de ingresar en la tienda de calzado Apolo, una de las más demandadas de la jornada. El equipo **TalCual** intentó entrar al local para conversar con un gerente, pero el personal de Apolo recibió órdenes explícitas de no permitir a la prensa tomar fotos o declaraciones.

Otra anécdota positiva fue ofrecida por parte de Jhonny López, quien salía de la tienda USA Jeans Wear con un par de bolsas en mano. Afirmó que había sacado mucho provecho de las ofertas, al apenas haber gastado \$150 en el transcurso de una jornada en la que se preparaba para desprenderse de entre \$700 y \$1.000.

«Los precios están accesibles. Lo que he comprado, hasta ahora, para mi familia, está muy bien. Si no hubieran ofertas, creo que habría gastado entre \$700 y \$1.000, pero hasta ahora llevo \$150. Seguiré buscando ofertas», indicó.

Comercios preparados para el Black Friday

La otra cara de la moneda era representada por los comerciantes. Según la Cámara Venezolana de Centros Comerciales (Cavececo), un 80% de las 131 edificaciones afiliadas participaría en los descuentos de esta fecha.



Los comerciantes se prepararon con metas de venta de al menos cinco dígitos en divisas. La mayoría reportó tener un flujo

importante de ventas, al menos hasta las 2:00 pm.

«*Black Friday – Hasta 70%*» resaltaba un anuncio publicitario en la entrada de la tienda de ropa Xcess, cerca de la entrada del Sambil. A pesar de que el local lucía vacío, con un par de clientes ingresando cada tanto, su encargada, Estefanía Cervantes, aseguró que hasta el momento habían vendido bastantes productos.

«Hemos vendido bastante. Tenemos ofertas a partir de 20% y llegan hasta 70% según el modelo buscado. Las ofertas van a durar hasta el fin de semana o incluso durante todo diciembre», detalló.

Otros comercios con una mayor afluencia de clientes se expresaron incluso con ánimos por las ventas registradas en el transcurso del día, como fue el caso de The Children's Place, un local dedicado a ropa para niños, con ofertas ideales para que los compradores adquieran los estrenos decembrinos o incluso el regalo de diciembre.

«La jornada ha sido súper buena. Hay un movimiento muy bueno, era lo que estábamos esperando a raíz de este *Black Friday*. Tenemos ofertas desde 30% hasta un 70%. De aquí pueden sacar los estrenos y más de un regalito para los niños. Estamos coordinados, nos ha funcionado nuestra estrategia de ventas hasta ahora», expuso Wendy Gordillo, gerente de la tienda.

El rasgo en común de todos estos locales es que se trata de ropa. Pueden adquirirse productos en torno a los \$20 y con el presupuesto de muchos compradores, en torno a \$100, cazar alguna oferta interesante. Para las tiendas tecnológicas, la realidad es distinta.

SoyTechno es uno de los locales más populares del Sambil. Su cuenta en Instagram supera los 750.000 seguidores y las expectativas para el *Black Friday* eran altas, pues tienen días publicitando grandes ofertas para todo el fin de semana. Al menos hasta las 2:00 pm, los vendedores de la tienda afirmaban que no se cumplió con lo esperado en la jornada.

«Durante la mañana nos ha ido regular. Las ventas están más concentradas en las tiendas de ropa y accesorios. En la parte tecnológica no se han cumplido las expectativas, aunque a medida que han pasado las horas se han concretado algunas ventas puntuales», destacó Julio Morán, uno de los vendedores del establecimiento comercial.



De acuerdo con Morán, las ventas registradas en SoyTechno tenían un perfil más corporativo. Algunas empresas también aprovecharon los descuentos para adquirir equipos de oficina, especialmente laptops que se vendieron a precios especiales por tratarse de órdenes grandes.

El poco éxito de SoyTechno y otros comercios tecnológicos parece guardar relación con los precios. Los equipos de gama baja apenas tienen ofertas. Los de gama alta presentan descuentos relevantes, pero con precios entre \$700 y \$1.500, pocos son los compradores.

La pérdida de capacidad adquisitiva y la ausencia de crédito son las razones principales por las cuales solo unos pocos venezolanos pueden gastar estas cantidades de dinero. La encuestadora Datanalysis advertía que solo el 3% de la población tiene la capacidad para participar en esta jornada. Esto representa aproximadamente a unos 800.000 venezolanos, según aseguró el presidente de la empresa, Luis Vicente León, en una entrevista para *Onda La Superestación*.

La línea blanca decepcionó

Desde la noche del jueves 24 de noviembre, se hicieron virales videos de enormes colas frente a locales de la cadena de comercios Multimax, especializados en artículos de línea blanca.

Como si se tratase de un retrato del caos típico en estas fechas en Estados Unidos, compradores forzaron las puertas y corrieron para entrar al local en busca de ofertas de electrodomésticos durante la noche del jueves.

Para la mañana del viernes, el caos había amainado. En el Multimax de la Avenida Francisco de Miranda, se evidenciaba una cola moderada, con muchos clientes dentro de la edificación y aún más esperando ser despachados tras haber comprado.

Personal del local indicó que la jornada fue movida, con una clientela masiva en las primeras horas del viernes, con ofertas de *Black Friday* en productos muy específicos, con rebajas de entre 20% y 30%.

Los televisores grandes fueron el artículo más solicitado en el transcurso del día, pues los clientes afirmaron que las ofertas de electrodomésticos no correspondieron con lo que esperaban antes de que llegara la fecha.

«La expectativa era conseguir productos que ellos publican en Instagram con ofertas. Venía por una cocina y otras cosas, pero no las tenían. Los que había, no estaban acorde a los precios que pretendía encontrar», sostuvo Reinaldo Briceño, quien acudió a Multimax con \$300 de presupuesto y solo pudo comprar una campana de cocina por \$120.

La experiencia fue similar para todos los compradores consultados por **TalCual**. En la fila para pagar eran pocos los clientes con neveras, cocinas o lavadoras. La mayoría de los compradores llevaba a sus casas televisores.

Con información de TalCual