

Mucha vitrina y bolsillos vacíos esta Navidad

El Nacional

Una radiografía del comercio en Caracas, a pocos días de la Noche Buena, revela una profunda desconexión entre la economía y el poder adquisitivo de la población, a pesar de la proyección del crecimiento económico hecha por el gobierno. Un recorrido por mercados y centros comerciales evidencia un patrón: calles desbordadas de gente, tráfico colapsado y una oferta comercial abrumadora que contrasta con un consumo pobre y selectivo.

Es jueves. La ciudad huele a plástico recién desembalado, a fritura y a tubo de escape. Faltaban seis días para la Nochebuena y Caracas se volcaba en una coreografía atávica: **la búsqueda del estreno**.

En Venezuela, vestirse con ropa nueva el 24 y el 31 de diciembre no es simple coquetería. Es un ritual, una superstición. **Si te vistes bien en Navidad y en Noche Vieja, el año que viene te irá mejor.** Eso dicta la tradición. Y, a lo largo de todo el país, se intenta cumplir.

Pero este diciembre no ha sido igual. La venta está lenta, **como si al entusiasmo del venezolano le hubiesen puesto un freno de mano financiero.**

El recorrido comenzó temprano, bajo un sol que ya picaba a las 9:00 de la mañana, y sin asomo de *pachequito*, en el oeste de la ciudad. **El Mercadeo del Cementerio era un hervidero.**

Peregrinación del ahorro en Navidad

Las calles están atestadas de personas. Sin embargo, **el volumen de gente no se traduce en facturación para los comerciantes.**

En los alrededores de la estructura principal del mercado, decenas de autobuses descansan como bestias de carga agotadas. Llegaron de madrugada, entre 3:30 y 4:00 am, trayendo a compradores del interior del país —de los Llanos, del centro, de occidente— en una suerte de turismo de supervivencia comercial. **Buscan la oferta mayorista, la prenda de dos dólares, el par de zapatos que aguante la caminata.**

La economía es de guerra. "Las ventas son casi nulas, más bajas en comparación con otros años", soltó un vendedor de calzado, secándose el sudor de la frente y sonriendo cabizbajo mientras vigilaba que nadie se llevara un par 'sin querer queriendo'. No quiere decir su nombre.

La competencia es feroz. **Hay demasiada oferta para tan poca demanda.**

En los alrededores de El Cementerio y otros mercados populares las personas buscan ofertas | Foto Ezequiel Carías

Una vendedora de ropa femenina, que entiende el juego de la viralidad digital, ofreció la clave de su éxito relativo: **la tasa de cambio.**

"A mí me va bien porque yo recibo al Banco Central, pero al euro, no al dólar. Tengo compañeros que reciben a 400 o 500 bolívares y eso es un robo". **En la selva de concreto, la tasa de cambio es la ley, y el que se desvía, pierde al cliente.** Tampoco quiere decir su nombre.

Intentar hablar con el comprador es chocar contra un muro. **Hay miedo. Mucho temor a expresar alguna opinión.**

"No me grabes", decían, tajantes. Pero *off the record*, el lamento fue unánime: **la matemática no da.** O se compran los zapatos o se compra la ropa. O se viste el niño, o se viste el padre. O se compran los estrenos o se come.

El "estreno completo" es, para la mayoría, una utopía de otros tiempos. Y ni hablar del regalo del Niño Jesús; **esa es otra partida presupuestaria que exige sacrificios.**

Fotos Ezequiel Carías En el oeste de la ciudad había mucha vida, pero poca compra

El mar de toldos y la "Triple A"

La Hoyada es el reino de la imitación. No importa la marca, solo la apariencia. Zapatos deportivos que copiaban siluetas famosas sin ser "Triple A" —las copias de alta fidelidad— dominaban las estanterías improvisadas. Para los niños, la tendencia era más que clara: *Demon Hunters* y los vestidos de tul de princesas. **La fantasía empaquetada en poliéster.**

Al cruzar hacia el este, el paisaje muta pero la tendencia se mantiene. En Plaza Venezuela y el Bulevar de Sabana Grande hay un río de gente. Un mar de toldos azules, verdes y rojos se tragaba el pavimento. La Alcaldía puso orden en el caos: **los vendedores informales, esos "buhoneros" que habían sido desplazados meses atrás, volvieron por la temporada.**

Para Navidad, pagaron una "vacuna" legal: entre 50 y 100 dólares por un cuadrado de asfalto de 2x2 metros.

"Nos están cobrando el alquiler, pero preferimos estar aquí que en el Centro Comercial Manuelita Sáenz", confesó un padre de familia que organizaba ropa de niños junto con hijos.

La calle, dice, da visibilidad. **El encierro del centro comercial popular, aunque más seguro, tiene menos flujo de personas.**

La gente camina por el bulevar sorteando ofertas de aros de luz, forros de celulares, perros calientes y arepas, pero la pregunta se repite: **¿cuántos compran?**

En el Sambil Chacao y La Candelaria había muchas personasCentros comerciales como el Millennium, en Los Cortijos, estaban despoblados

Templos de aire acondicionado y frustración

El este de la ciudad ofrece otro paisaje. El de los centros comerciales. Refugios climatizados que sirven como oasis contra la realidad.

El contraste era brutal. En Petare, con el **Sambilito** al lado del metro, la gente camina y pregunta, pero nadie lleva una bolsa.

En el **Sambil La Candelaria**, el tráfico colapsa las avenidas aledañas. Dentro hay mucho movimiento, personas con paquetes. Y grandes. Sin embargo, **en el Sambil Chacao**, una de las catedrales del consumo caraqueño, el fenómeno es interesante: **el centro comercial como parque temático.**

A la 1:00 de la tarde está lleno, pero gran parte de los visitantes está allí por la decoración, por las luces, por los villancicos. **La gente busca ambiente navideño, no compra.** Pasea, mira, se toman la foto. Luego, se van.

Expertos señalan que el panorama económico para el cierre de 2025 es de retroceso

La fotografía del **CCCT** es desoladora. En el nivel estacionamiento, la feria del Urban Cuplé es un desierto con aire acondicionado.

Los emprendedores, que pagaron 880 dólares por un stand de tres semanas, se sienten decepcionados. "Las ventas han sido terribles", confiesan con la amargura de la inversión perdida.

Los fiscales del gobierno patrullan los pasillos del centro comercial, verificando tasas de cambio y descuentos, añadiendo una capa de presión a los comerciantes formales que deben, además, lidiar con la apatía del consumo.

En el camino, tiendas por departamento como **Traki** o **Mundo Total**, con sus precios de liquidación permanente, están llenas. **La opción de la clase media golpeada que se niega a dejar morir la tradición.**

En el Unicentro El Marqués la oferta es variada. Pocas personas en el Centro Comercial Líder

Caracas, Navidad, la burbuja y la estadística

El **Tolón Fashion Mall** está vacío. Un silencio de mármol y perfume caro. Algunas personas entran a joyerías y tiendas de cosméticos internacionales; **una burbuja dentro de la burbuja, donde la crisis se mira de lejos.**

Hay **sorpresa, como la del Unicentro El Marqués, activo y vibrante, que contrasta con la soledad en los pasillos del C.C. Líder o el Millenium**, donde la gente se reúne en la feria de comida pero ignora las vitrinas de ropa. **Comer es una necesidad; estrenar, un lujo negociable.**

Para intentar descifrar este comportamiento dispar entre la afluencia y la facturación, se buscó la versión **Cámara Venezolana de Centros Comerciales (Cavececo)**. Se contactó a su directora ejecutiva, Claudia Itriago, con el fin de precisar cifras al cierre de 2025. No fue posible, la única vocera autorizada por que se encuentra de viaje.

Según datos del gobierno, la economía venezolana proyecta un crecimiento superior al 9% para el cierre de 2025, impulsada por sus "13 Motores".

La **Comisión Económica para Latinoamérica y El Caribe (CEPAL)**, por su parte, es más cauta. **Pero habla de un 6%**. Estas cifras macroeconómicas bailan en los titulares, pero no bajan al asfalto.

Para el **Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas**, la economía de Venezuela para finales de 2025 se pronostica con un crecimiento del PIB del 3,5%, con una inflación del 53,3% y un consumo del sector privado que se elevará 3,3%. Sin embargo, la inflación podría alcanzar un 100%.

Ecoanalítica, asimismo, proyectó que habrá una **caída del PIB real del 4,1%**, pulverizando las expectativas de crecimiento sostenido. El mercado enfrentó una **inflación del 289,2%**, impulsada por una devaluación acelerada y una brecha cambiaria que asfixia el poder adquisitivo.

Entonces, **¿cómo se explica un país con crecimiento estadístico, con una oferta comercial desbordada, con nuevos bodegones y tiendas inmensas, donde la gente camina con los bolsillos vacíos?** La respuesta está en la calle: hay inversión, hay producto, hay gente, pero no hay capacidad de compra consecuencia de una severa crisis económica que promete agravarse en 2026.

El venezolano sigue saliendo por inercia y fe, buscando el milagro de un precio que se ajuste a su realidad, **intentando que la Navidad y el Año Nuevo no se le escapen entre los dedos, aunque este año, para muchos, el estreno se quede colgado en la percha de la tienda.**

<https://www.elnacional.com/2025/12/mucha-vitrina-y-poco-bolsillo-en-la-navidad-de-2025/>

[Descargar PDF](#)

[Copied to clipboard](#)