

Boletín Bancaribe Actividad Comercial

II Trimestre 2025



7 años

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA DE BANCARIBE

AGOSTO 2025

Durante el **segundo trimestre del año**, la actividad económica mostró signos de recuperación trimestral tras la caída estacional registrada en el primer trimestre. Este repunte se dio a pesar de las expectativas desafiantes generadas por la finalización de la licencia de Chevron. Sin embargo, el trimestre también estuvo marcado por una creciente presión en el mercado cambiario, que impactó directamente en la formación de precios por parte de los comerciantes, generando una mayor volatilidad en la economía nominal.

En consecuencia, las expectativas de aceleración de los precios incentivaron el consumo inmediato en bolívares, lo cual incrementó su velocidad de circulación, siendo esta una estrategia para evitar la pérdida de valor adquisitivo, mientras que el uso de divisas en las transacciones ha perdido terreno ¹.

Este boletín presenta un análisis sobre la evolución y estructura del consumo en moneda local en establecimientos comerciales, a través de transacciones realizadas con puntos de venta (POS) y operaciones efectuadas por los tarjetahabientes mediante la plataforma de Bancaribe. El estudio se basa en los datos correspondientes al cierre del segundo trimestre de 2025.



21,2 mil
Puntos de venta (POS)



+ 864 mil
Tarjetahabientes

Fuente: Unidad de Inteligencia de Negocios de Bancaribe.

¹ El Nacional (mayo, 2025): [Uso de divisas cayó a su punto más bajo en seis años en Venezuela, según Ecoanalítica](#)

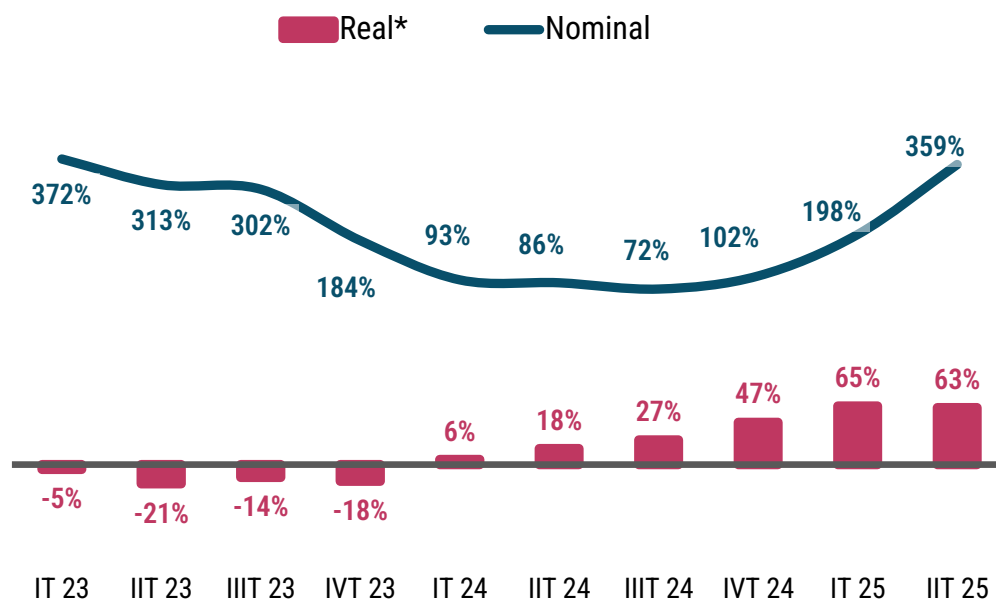


En este trimestre, el consumo mostró un crecimiento real moderado en comparación con el trimestre anterior. No obstante, en términos interanuales se evidenció una desaceleración. Dado que la depreciación del tipo de cambio mantiene una correlación con la formación de los precios, su monitoreo y control se vuelve fundamental para evitar que el crecimiento nominal del consumo sea meramente estadístico y no represente una mejora real.

Adicionalmente, se observó una desaceleración en el crecimiento anual de varios sectores clave del consumo, entre ellos educación, equipamiento del hogar, servicios de salud, tiendas departamentales, repuestos automotrices, vestido y calzado. En contraste, sectores como farmacias, panaderías y pastelerías, comida rápida y bienes y servicios suntuarios continuaron mostrando crecimiento interanual, lo que evidencia una reconfiguración en las prioridades de consumo de los hogares hacia la satisfacción de necesidades básicas.

CONSUMO ESTIMADO EN POS

TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL



*: Valorado a precios constantes de diciembre 2007.

Fuentes: Unidad de Inteligencia de Negocios y Unidad de Investigación Económica de Bancaribe.

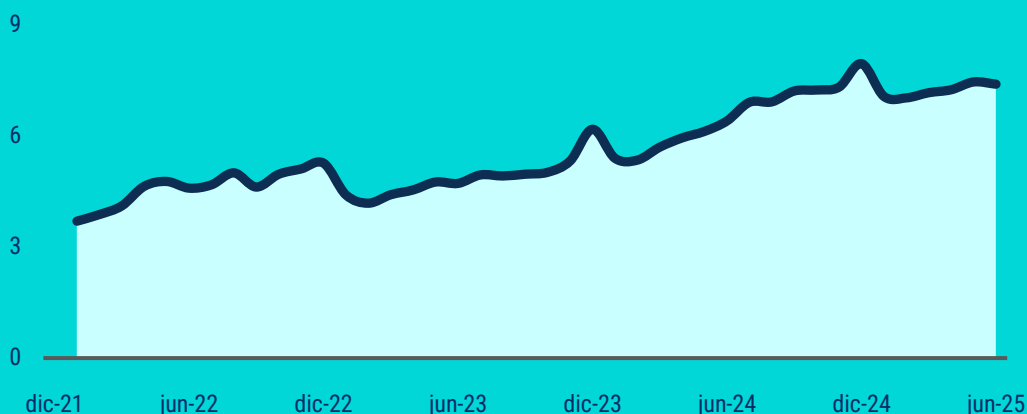


El crecimiento en farmacias y alimentos preparados refleja la necesidad de cubrir necesidades básicas, mientras que el dinamismo en bienes suntuarios sugiere que ciertos segmentos de la población mantienen capacidad de gasto, posiblemente apalancados en ingresos en divisas.

Para el periodo de estudio, el ticket promedio de consumo mostró una leve desaceleración en el último mes, aunque en términos generales se incrementó frente al trimestre anterior. Este crecimiento se reflejó en la mayoría de los sectores, salvo en tiendas departamentales, educación y servicios públicos, donde el ticket promedio bajó. Aunque el ritmo de crecimiento anual en dólares fue moderado, sectores como tiendas departamentales, equipamiento del hogar, ropa, calzado y servicios automotrices destacaron por su aceleración.

CONSUMO PROMEDIO POR TRANSACCIÓN

EXPRESADO EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES



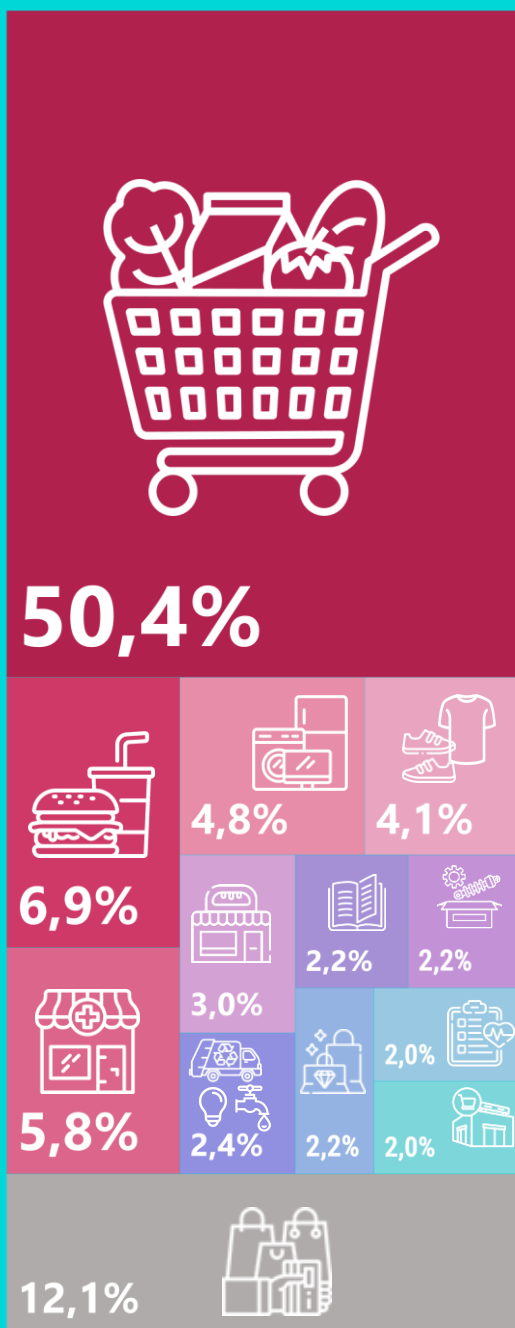
Fuentes: Unidad de Inteligencia de Negocios y Unidad de Investigación Económica de Bancaribe.

Ahora bien, la región zuliana registró el ticket promedio más alto, seguida por Nororiente y la región capitalina. Esta última, además, concentró más del 45% del consumo total reportado. En contraste, las regiones de Guayana, Central y Los Llanos presentaron los valores más bajos de ticket promedio. Sin embargo, este último mostró el mayor crecimiento interanual, lo que evidencia una dinámica positiva en su comportamiento de consumo.



DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO CON TARJETAS

II TRIMESTRE 2025 – PARTICIPACIÓN DEL VOLUMEN MEDIDO EN USD



VARIACIÓN ANUAL	
	Supermercados 84,3%
	Comida rápida 81,6%
	Farmacias 63,4%
	Equipamiento del hogar 97,9%
	Vestido y calzado 90,3%
	Panaderías y pastelerías 68,9%
	Servicios públicos básicos 28,7%
	Educación 67,2%
	Repuestos y mecánica automotriz 93,9%
	Bienes y servicios suntuarios 68,4%
	Servicios de salud 98,9%
	Hipertiendas 111,6%
	Resto 80,7%

Fuentes: Unidad de Inteligencia de Negocios y Unidad de Investigación Económica de Bancaribe.



Dado el crecimiento real en términos interanuales que experimentó el consumo en bolívares, se detallan a continuación las categorías que impulsaron el mercado y aquellas que se rezagaron:

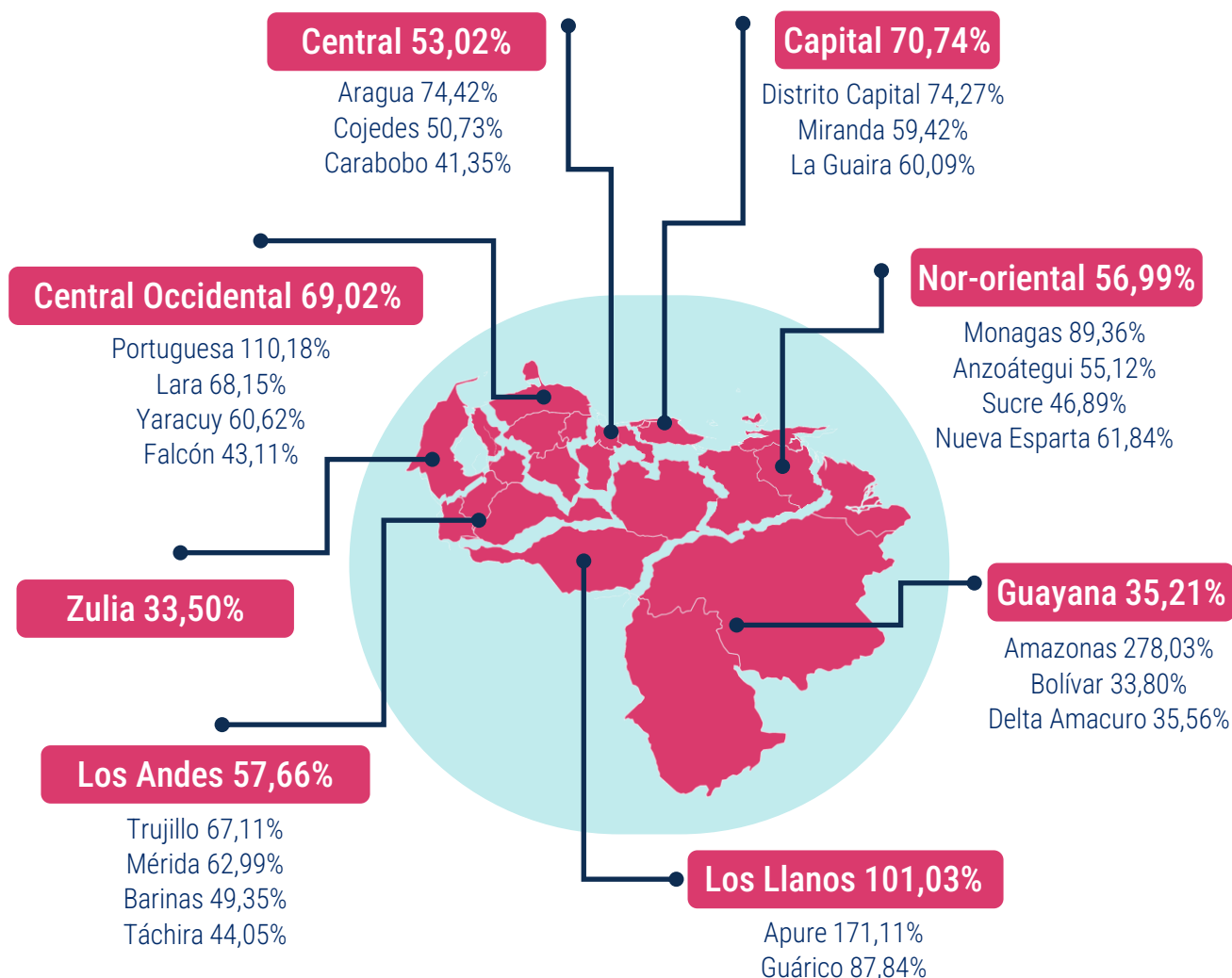
-  **Hipertiendas**, conformado por **tiendas departamentales** y **ferreterías**, tuvo el crecimiento más acelerado, lo que permitió incrementar su participación dentro de la canasta.
-  Los **pagos de servicios públicos** tuvieron el **crecimiento más débil** de la canasta, explicado por la caída estacional de los pagos de impuestos.
-  Los **servicios de salud**, impulsados por la **adquisición de equipos** y los servicios prestados por **hospitales, clínicas y médicos en general**; mostraron gran evolución en el trimestre.
-  El consumo de los **fármacos** creció, pero a un ritmo menor que el promedio de los demás sectores, lo que resultó en una disminución de su participación.
-  Por su parte, el consumo en **equipamiento del hogar** se mantuvo en la senda de crecimiento, impulsado por mercancías de segunda mano.
-  El sector de **educación** tuvo un **aumento moderado**, que se tradujo en una reducción de su peso en la canasta de consumo.

Los sectores de alimentos y farmacias representan el núcleo del consumo en Venezuela, con una participación conjunta del 66% en la canasta total. La alta concentración refleja la prioridad que los hogares otorgan a bienes esenciales, especialmente en contextos de presión del tipo de cambio. Ante una aceleración de los precios, estos sectores tienden a ser menos afectados, ya que los consumidores reducen o postergan el gasto en bienes no esenciales para proteger su capacidad de compra en rubros básicos.



ACTIVIDAD COMERCIAL POR REGIONES

II TRIMESTRE 2025 – TASAS DE CRECIMIENTO REAL ANUAL



En el último trimestre, Los Llanos lideraron el crecimiento interanual, impulsado por mayores consumos en servicios públicos, comida rápida y equipamiento del hogar. A nivel estatal, Amazonas, Apure y Portuguesa destacaron por sus fuertes incrementos, lo que refleja una expansión importante en zonas que tradicionalmente tienen una menor participación a nivel nacional. Por su parte, la región capitalina también mostró un desempeño positivo, con aumentos en tiendas departamentales, vestido y calzado, y supermercados.



CONCLUSIONES GENERALES

Durante el segundo trimestre de 2025, el consumo en bolívares a través de tarjetas de débito, crédito y POS mostró un crecimiento interanual, aunque se desaceleró contra el trimestre inmediatamente anterior. Este comportamiento se da en un contexto de crecientes presiones cambiarias y su influencia en la formación de los precios, lo que ha llevado a los consumidores a adoptar una actitud anticipada: prefieren gastar los bolívares rápidamente antes de que los precios denominados en esa moneda aumenten.

Como resultado, los comercios han registrado un incremento nominal en su facturación en bolívares, impulsado más por la urgencia de consumo que por un incremento real en el poder adquisitivo. Esta dinámica ha generado una mayor frecuencia de compras, especialmente en productos esenciales, lo que exige a las empresas una gestión más ágil de inventarios y reposición. En este entorno, las promociones temporales y los descuentos por volumen se convierten en herramientas para estimular el consumo inmediato.

La canasta de consumo muestra una creciente polarización. En términos agregados, se priorizan los bienes esenciales, aunque ciertos segmentos de la población aún mantienen capacidad de gasto en productos no esenciales. Sectores como educación, salud, equipamiento del hogar y vestimenta han mostrado una desaceleración, al tiempo que farmacias, panaderías, comida rápida y bienes suntuarios han experimentado crecimiento a mayor ritmo.

Geográficamente, la región capitalina continúa concentrando casi la mitad del consumo nacional. Sin embargo, se observa una expansión en estados menos dinámicos como Amazonas, Apure y Portuguesa. Esto abre oportunidades para empresas que puedan adaptar su logística y operaciones comerciales a una mayor facturación y flujo de caja en bolívares, en un contexto de alta volatilidad.

Los sectores de tiendas por departamento, ropa y servicios automotrices siguen siendo motores relevantes del consumo, posiblemente por compras diferidas o reposición de bienes duraderos. No obstante, si la aceleración del tipo de cambio se intensifica y el poder adquisitivo continúa deteriorándose, es probable que el consumo se concentre aún más en alimentos y productos farmacéuticos, que ya representan más de la mitad de la canasta promedio del venezolano, en detrimento de rubros no esenciales.



INDICADORES MACROECONÓMICOS

cifras promedio del periodo	2024				2025	
	IT	IIT	IIT	IVT	IT	IIT
Sector externo						
Tipo de cambio oficial (Bs./USD)	36,2	36,4	36,7	44,9	61,1	91,8
Depreciación anual	59,7%	41,2%	17,0%	27,1%	67,8%	150,5%
Ticket Promedio (variación anual)						
General	26,5%	32,0%	41,9%	36,3%	29,2%	19,5%
Supermercados	19,6%	25,6%	37,3%	35,1%	30,6%	20,5%
Comida rápida	27,7%	28,8%	22,1%	15,3%	2,0%	0,7%
Farmacias	21,4%	17,1%	25,4%	19,0%	14,7%	16,0%
Equipamiento del hogar	50,2%	55,3%	57,4%	49,0%	51,0%	36,5%
Vestido y calzado	40,4%	36,2%	54,0%	36,9%	39,7%	36,3%
Panaderías y pastelerías	22,4%	22,2%	29,6%	26,1%	16,9%	15,2%
Servicios públicos básicos	29,6%	45,4%	50,2%	22,4%	-17,7%	-35,5%
Educación	12,6%	29,6%	55,6%	37,6%	52,5%	26,6%
Repuestos y mecánica automotriz	46,3%	60,1%	64,8%	61,5%	52,6%	33,9%
Bienes y servicios suntuarios	34,8%	15,3%	27,1%	31,2%	18,2%	31,6%
Servicios de Salud	38,5%	48,3%	49,0%	56,6%	44,1%	32,8%
Hipertiendas	82,3%	81,3%	78,2%	56,1%	64,8%	42,1%
Resto	33,7%	38,1%	42,6%	38,4%	31,5%	22,2%

Nota: Se utilizó el Tipo de Cambio promedio del periodo.
Fuentes: BCV, Unidad de Investigación Económica de Bancaribe.





UNIDAD DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA DE BANCARIBE



MARIO VALDIVIA

Líder

mvaldivia@bancaribe.com.ve



ZARAYS CORTEZ

Especialista Senior

zcortez@bancaribe.com.ve



MANUEL YANEZ

Especialista Senior

myanez@bancaribe.com.ve

Disclaimer: este informe ha sido preparado por la Unidad de Investigación Económica de Bancaribe con fines informativos y de carácter divulgativo. Las cifras y estimaciones presentadas se corresponden a datos disponibles a la fecha de su realización y publicación, que son de elaboración propia o procedentes de fuentes que el equipo de analistas considera fiable, sin que haya sido verificado de forma independiente por Bancaribe, C.A. Banco Universal ("Bancaribe"). Por tanto, Bancaribe no ofrece garantía de la exactitud, integridad o veracidad de lo expuesto. Las opiniones expresadas en este informe son responsabilidad exclusiva de los autores, y no representan necesariamente la opinión de Bancaribe. Las imágenes utilizadas en este documento son de libre uso y no están sujetas a derechos de autor.