



Facultad de Negocios

# Índice de consumo privado (ICP-UP)

ABRIL DE 2026

# Índice de consumo privado. Abril de 2026.

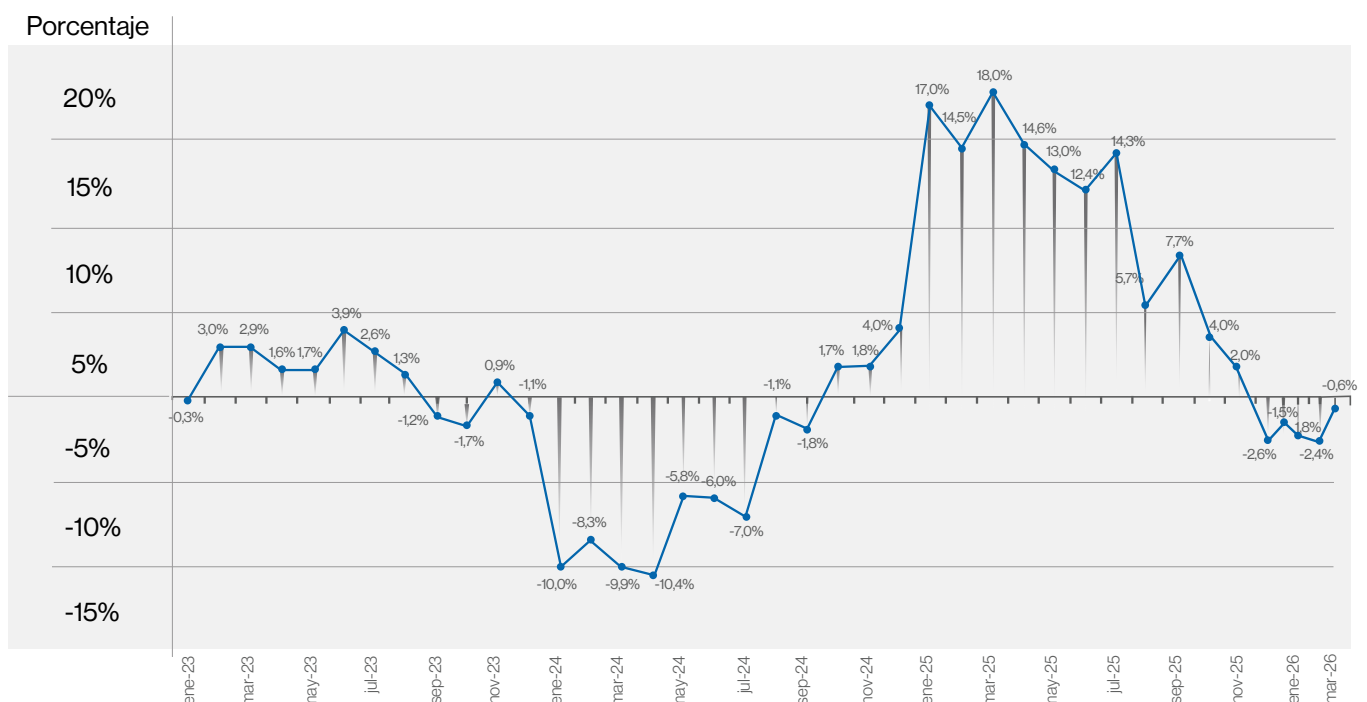
La Facultad de Negocios de la Universidad de Palermo (UP) presenta el Índice de consumo privado (ICP-UP), un indicador de alta frecuencia que tiene como objetivo principal anticipar los datos oficiales del consumo privado de la Argentina. El ICP-UP es una herramienta innovadora y necesaria para medir con cercanía el pulso del consumo privado en la Argentina, basado en una regresión lineal múltiple, donde se utilizaron diversos indicadores económicos de **frecuencia mensual** para estimar el valor del **consumo privado**.

## Variación Índice de consumo privado (ICP-UP) – Abril 2026

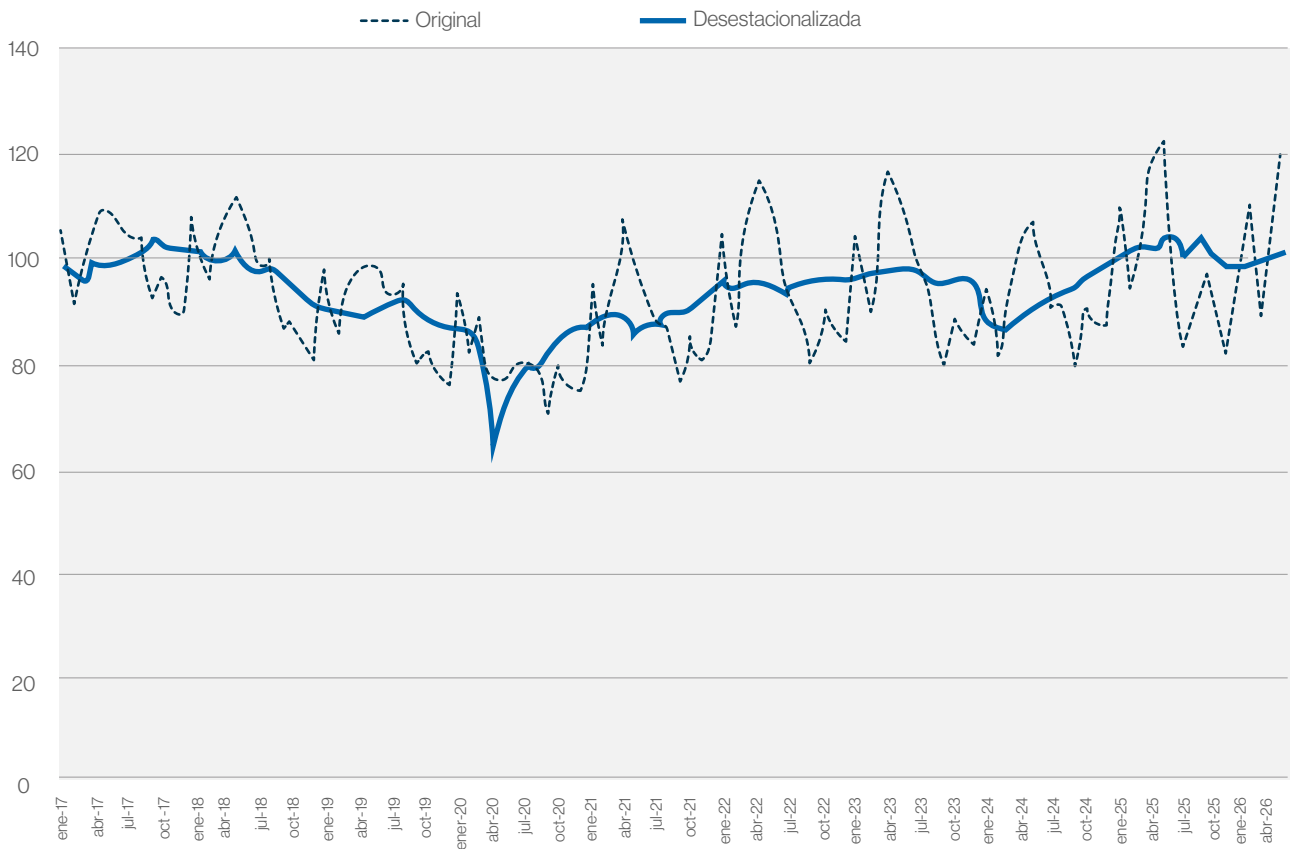


El Índice de consumo privado (ICP-UP) de abril de 2026 se mantuvo **sin cambios respecto del mes anterior**. Por su parte, en la comparación interanual, si bien se observa una desaceleración, continúa mostrando un retroceso: en abril, el índice **cayó 0,6%** respecto del nivel de un año atrás. Así, en los **primeros cuatro meses de 2026**, el ICP-UP acumuló una **baja de 1,5%** cuando se lo compara con el mismo período de 2025.

**Gráfico 1.1** Índice de consumo privado (ICP-UP). Variación interanual de la serie original. Enero de 2023 – abril de 2026.

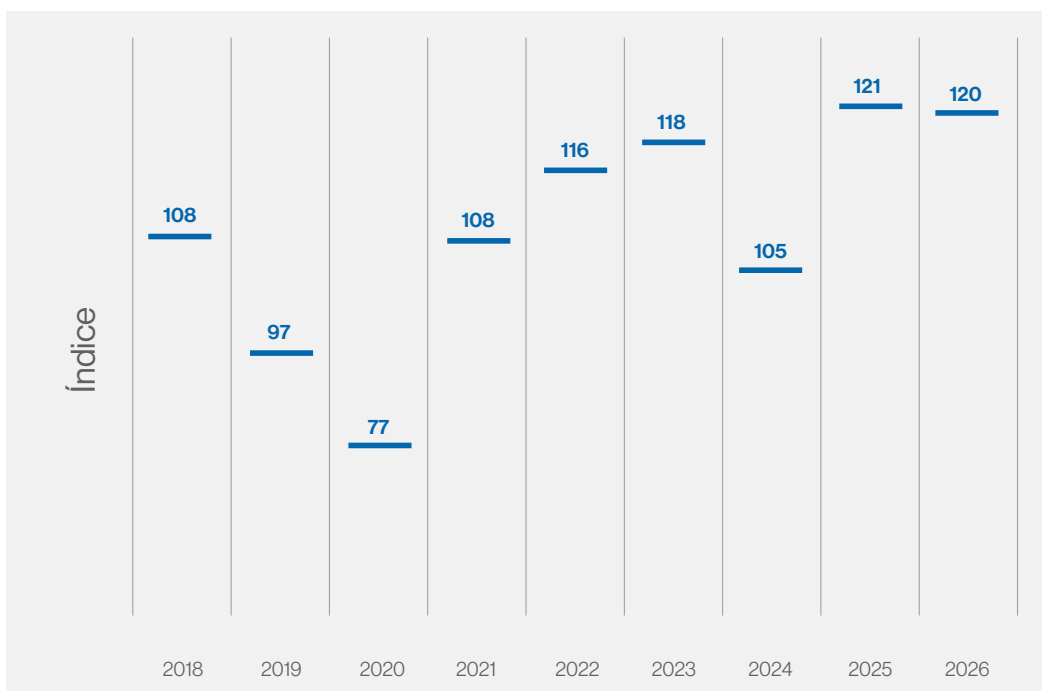


**Gráfico 1.2.** Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – abril de 2026.



En la medición desestacionalizada, el ICP-UP de abril de 2026 se mantuvo sin cambios respecto del mes anterior. De esta manera, y luego de las bajas registradas desde mediados del año pasado, el índice regresó a los niveles de octubre 2025.

**Gráfico 1.3.** Índice de consumo privado (ICP-UP). Números índice, abril 2018 – 2026.



Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de abril 2026 está **por encima de los niveles históricos de la serie** (2018-2024).

**Tabla 1.** Índice de consumo privado (ICP-UP). Variación mensual, variación interanual y variación acumulada anual.

	Mensual	Interanual	Acumulada anual
abr-25	-0,2%	14,6%	16,1%
may-25	-0,2%	13,0%	15,4%
jun-25	1,2%	12,4%	14,9%
jul-25	0,5%	14,3%	14,8%
ago-25	-3,3%	5,7%	13,7%
sep-25	1,7%	7,7%	13,1%
oct-25	-1,3%	4,0%	12,2%
nov-25	-1,2%	2,0%	11,4%
dic-25	-1,0%	-2,6%	10,3%
ene-26	0,3%	-1,5%	-1,5%
feb-26	1,2%	-1,8%	-1,6%
mar-26	0,7%	-2,4%	-1,9%
abr-26	0,0%	-0,6%	-1,5%

Nota: datos provisorios.

## 2. Semáforo de indicadores.

Con el propósito de analizar los diversos conceptos de gasto de los hogares, se presenta a continuación la evolución de los últimos meses de una selección de indicadores de consumo que permita obtener una mirada más precisa sobre las *distintas velocidades* de cada uno de estos rubros.

Categoría	Indicador	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA <sup>1</sup>	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	3,4%	-5,3%	-4,9%	-3,3%	-3,5%	-0,1%	-1,3%	-2,1%
	Adelantos cuenta corriente <sup>1</sup>	49,7%	52,7%	51,9%	41,5%	35,7%	46,1%	45,5%	48,5%	35,0%	30,3%	14,3%	7,4%	20,9%
	Préstamos personales <sup>1</sup>	240,3%	203,4%	169,2%	135,7%	107,2%	83,2%	64,0%	48,7%	36,3%	24,2%	16,5%	9,4%	20,9%
	Compras con tarjeta <sup>1</sup>	78,3%	73,0%	62,0%	54,0%	42,9%	36,0%	22,0%	17,1%	11,6%	5,9%	3,0%	1,3%	5,4%
Bienes durables	Autos	70,5%	87,0%	59,1%	45,3%	41,5%	25,2%	4,5%	14,3%	-3,5%	-3,3%	3,3%	-14,6%	-4,7%
	Motos	32,3%	38,2%	23,2%	-10,9%	30,7%	20,4%	1,6%	19,8%	15,0%	70,9%	58,2%	52,1%	46,6%
	Escrituras inmuebles	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%	35,7%	17,2%	-9,2%	-0,3%	-6,1%	-16,9%	17,8%		-0,9%
	Préstamos hipotecarios <sup>1</sup>	273,0%	328,6%	359,6%	360,6%	336,0%	291,3%	236,8%	189,3%	160,6%	141,1%	121,7%	99,6%	128,4%
	Cemento en bolsa	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%	-8,2%	-2,0%	-13,4%	-7,8%	-9,7%	-12,4%	4,6%		-6,0%
	Electrodomésticos <sup>1</sup>	41,2%	7,5%	-0,8%	15,9%	10,3%	14,1%	4,4%	6,2%	2,6%	-20,3%			-9,6%
Consumo masivo	Carne vacuna	-0,6%	16,9%	-2,7%	-4,2%	-0,9%	-5,4%	-6,2%	-6,8%	-15,0%	-9,8%	-7,6%		-11,0%
	Carne porcina	5,4%	11,7%	2,7%	7,4%	15,2%	8,0%	4,7%	7,3%	5,6%	8,9%	23,7%		-12,8%
	Carne aviar	-2,7%	-4,7%	-0,4%	-2,4%	11,6%	10,7%	-0,8%	0,8%	-13,8%	-8,4%	11,0%		-4,3%
	Lácteos <sup>1</sup>	2,2%	-4,2%	-3,5%	-2,8%	-0,7%	6,6%	-0,7%	-2,5%	0,7%	1,2%			0,9%
	Ventas super mercados <sup>2</sup>	6,1%	0,8%	1,0%	0,3%	-0,8%	2,7%	2,8%	0,5%	-1,2%	-3,1%			-2,1%
	Ventas supermayoristas <sup>2</sup>	-4,1%	-8,4%	-6,3%	-8,4%	-13,1%	-9,3%	-8,3%	2,1%	1,3%	-1,2%			0,1%
	Perfumería y farmacia <sup>1</sup>	-2,5%	-11,7%	-9,0%	-7,2%	-11,5%	-14,0%	-7,0%	-10,4%	3,0%	-1,2%			0,8%
	Combustible	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%	7,0%	1,7%	-2,3%	3,8%	1,0%	-0,1%	-2,4%		-0,5%
Recreación y turismo (servicios)	Espectadores cines	55,5%	-40,0%	-16,8%	15,7%	58,2%	-15,3%	-29,7%	-4,1%	-15,0%	19,0%			-1,3%
	Restaurantes tradicionales	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%	0,1%	-4,0%	5,6%	-2,3%	1,0%	1,4%	-6,0%		-1,3%
	Patios de comidas y alimentos <sup>1</sup>	3,5%	-9,5%	-7,5%	5,6%	1,8%	1,6%	3,7%	-1,1%	0,0%	-4,9%			-2,4%
	Espectáculos, juegos infantiles <sup>1</sup>	33,4%	-39,5%	-24,2%	8,1%	53,8%	-14,2%	-24,2%	-10,4%	-10,6%	5,5%			-3,7%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings <sup>1</sup>	-5,5%	1,0%	-12,0%	-7,1%	-9,5%	-7,0%	1,0%	-0,2%	4,0%	3,0%			3,5%
	Ropa y accesorios deportivos <sup>1</sup>	-4,2%	-11,9%	-15,3%	-7,5%	-10,9%	-9,5%	-2,5%	-3,9%	-0,5%	8,7%			4,5%
	Prendas y calzado super <sup>1</sup>	-1,4%	14,4%	-4,9%	21,7%	13,8%	6,8%	2,4%	7,5%	-0,1%	3,7%			1,6%
	Jugueterías <sup>1</sup>	41,7%	22,6%	20,8%	15,8%	7,3%	11,4%	14,5%	2,8%	5,4%	14,0%			9,2%

En lo que respecta a los **indicadores generales**, la recaudación del IVA medida en términos reales anotó su sexta baja consecutiva: en abril, cayó 1,3% interanual, y acumula en los primeros cuatro meses del año una contracción de 2,1%. Por su parte, los préstamos vinculados al consumo se mantuvieron en terreno positivo, aunque a tasas de crecimiento más bajas de los meses anteriores: las compras con tarjeta registraron un aumento de 1,3% interanual en abril, cuando en enero había crecido alrededor de 12%.

En el caso de los **bienes durables**, luego de los datos negativos del primer bimestre, en los meses subsiguientes mostraron señales de mejora. Por ejemplo, el patentamiento de motos aumentó 52,1% interanual en abril, las escrituras en la Ciudad de Buenos Aires subieron 17,8% en marzo y los despachos de cemento en bolsa (asociados a refacciones de los hogares), 4,6% en el mismo mes. En donde se observó una baja importante fue en el patentamiento de autos, que volvieron a caer luego de una mejora en marzo (-14,6% interanual en abril).

En cuanto al **consumo masivo**, en marzo se destacó el aumento del consumo de carne porcina y carne aviar, con alzas de 23,7% y 11,0% interanual, respectivamente. En contraposición, el consumo de carne vacuna volvió a caer, de manera que acumuló nueve meses consecutivos de caída: 7,6% interanual bajó en marzo, y en el primer trimestre del año acumuló una merma de 11,0%. En sintonía con la baja del consumo, la venta de combustible al público cayó 2,4% interanual en marzo.

Respecto al rubro de **recreación y turismo**, el consumo en restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires registró una baja por primera vez en el año: en marzo, cayó 6,0% interanual, luego de dos meses de leve crecimiento. De esta manera, en el primer trimestre del año acumula una baja de 1,3% contra igual período de 2025.

Por último, en los **bienes semidurables**, los últimos datos mostraron señales de recuperación. Por ejemplo, en lo que respecta al rubro de indumentaria, las ventas de ropa y calzado en shoppings subieron 3,0% interanual en febrero; las de ropa y accesorios deportivos, 8,7% interanual; y las de prendas y calzados en supermercados, 3,7%. A su vez, las ventas a precios constantes de jugueterías aumentaron 14,0% interanual en febrero, y de esta manera subieron en el primer bimestre del año 9,2%.

## Nota metodológica

---

El Índice de consumo privado de la Universidad de Palermo (ICP – UP) es un indicador de alta frecuencia de medición mensual que tiene como objetivo anticipar la evolución de los gastos de consumo final en bienes y servicios de los hogares de la Argentina.

Ante la oportunidad que genera la falta de un indicador mensual (el único dato agregado de consumo oficial del INDEC es trimestral, con un rezago en su difusión también de tres meses), la Universidad desarrolló un modelo de *nowcasting* basado en una regresión lineal múltiple, donde se utilizaron diversos indicadores económicos de **frecuencia mensual** para estimar el valor del **consumo privado**.

En vistas a este objetivo, el uso de la **regresión** para estimar el consumo privado trimestral es un procedimiento estadístico que se vale de la relación observada (relación histórica) entre la variable objetivo (el consumo, en este caso) y otras variables económicas, para anticipar tempranamente su valor.

Para el armado del modelo se seleccionaron un conjunto de indicadores económicos mensuales teniendo en cuenta: **1)** su correlación con la serie trimestral del consumo privado oficial del INDEC; **2)** su representatividad de los distintos rubros que hacen al consumo (bienes de consumo masivo, durables, servicios, etc.); **3)** la frecuencia y fecha de publicación (de manera de asegurar su temprana difusión en el mes y reducir el tiempo de rezago de difusión del índice).

La regresión se realizó sobre las variaciones, con un total de 57 observaciones, a partir de la inclusión de diversas series mensuales vinculadas de manera directa al consumo, así como a la producción o variables económicas generales que están asociadas al gasto de los hogares.

A su vez, para la desestacionalización de la serie mensual de consumo privado se utilizó el método X-11, aplicado sobre un preajuste RegARIMA. Este procedimiento combina el ajuste por calendario y outliers con un enfoque basado en filtros móviles, a partir del cual la serie se descompone en sus componentes no observables: tendencia-ciclo, estacionalidad e irregularidad. Este enfoque resulta particularmente adecuado para series económicas donde se busca una extracción estacional robusta y estable en el tiempo, con control explícito sobre los filtros aplicados a cada componente. Los criterios estadísticos de diagnóstico (estabilidad de la estacionalidad, la normalidad e independencia de los residuos y la significancia del ajuste por calendario) ratificaron la solidez del ajuste y la eficacia en la eliminación de la estacionalidad. De esta manera, la serie desestacionalizada ofrece un análisis más claro y coherente del comportamiento subyacente del consumo, aislando los movimientos de corto plazo vinculados a patrones estacionales regulares.