



Facultad de Negocios

MONITOR DEL CONSUMO PRIVADO

Índice de consumo privado (ICP-UP)

AGOSTO 2026

MONITOR DEL CONSUMO PRIVADO

Índice de consumo privado (ICP-UP)

-1,2%
Mensual

-0,6%
Interanual

-1,4%
Acumulada

La Facultad de Negocios de la Universidad de Palermo (UP) publica de manera mensual el **Índice de consumo privado (ICP-UP)**, un indicador que tiene como principal objetivo anticipar los datos oficiales del consumo privado de la Argentina. El ICP-UP es una herramienta innovadora para medir con cercanía el pulso del consumo privado.

Variación del consumo por categoría



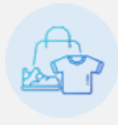
Bienes durables
+1,0% ia
[LS: +4,1%] [LI: -2,1%]



Consumo masivo
-4,9% ia
[LS: -3,4 %] [LI: -6,4%]



Servicios recreativos
-5,7 % ia
[LS: -5,5%] [LI: -6,0%]



Bienes semidurables
+3,3% ia
[LS: +6,0%] [LI: +0,5%]

LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

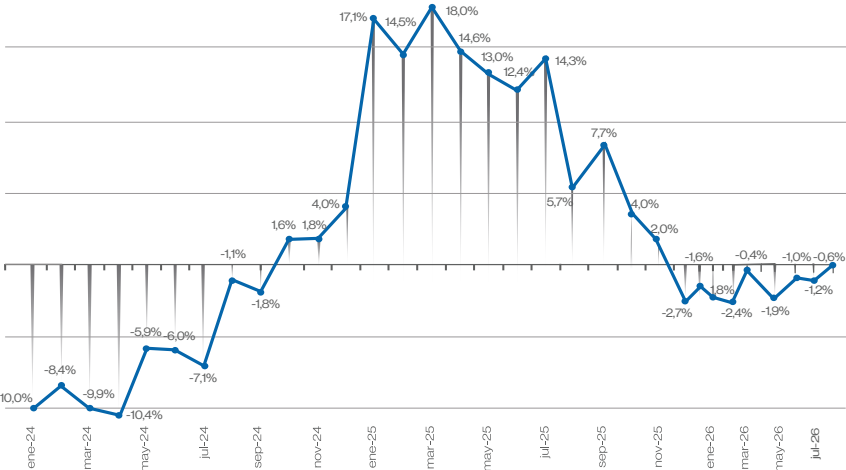
Los índices por categoría desagregan el consumo en cuatro rubros según la naturaleza económica de los bienes y servicios: **Bienes durables, Bienes semidurables, Bienes de consumo masivo y Servicios (recreación y turismo)**. Los índices se construyen a partir de la agregación de un conjunto de indicadores en función del peso que tienen dentro del gasto de los hogares.

Dado que se trata de una selección de indicadores, los índices deben interpretarse como una medida orientativa de la variación del gasto por rubro, no como índices exhaustivos de cada categoría.

Índice de Consumo Privado | ICP-UP

1. Variación interanual del ICP-UP

Serie original. Enero de 2024 – agosto de 2026



-0,6% interanual

El Índice de consumo privado (ICP-UP) de agosto de 2026 registró una baja de 0,6% respecto de un año atrás, encadenando su novena caída consecutiva.

-1,4% acumulado

En lo que va del año, el ICP-UP acumula una baja de 1,4% cuando se lo compara con el mismo período de 2025.

2. Índice serie original y desestacionalizada

Enero de 2017 – agosto de 2026

-1,2% mensual

En la medición sin estacionalidad, el ICP-UP de agosto de 2026 registró una baja de 1,2% respecto del mes anterior.

Se trata del segundo mes consecutivo de caída, que interrumpieron las tasas positivas observadas desde enero de 2026.

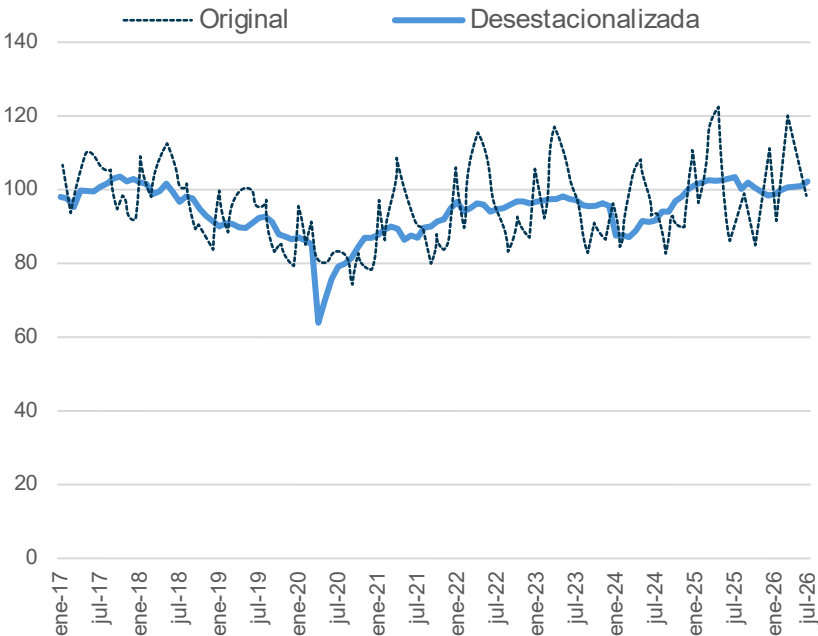


Tabla 1. Variación mensual, variación interanual y variación acumulada anual.

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

Índices de consumo por categoría

Dada la heterogeneidad al interior del consumo, surge la necesidad contar con indicadores de mayor desagregación que permitan dar cuenta de las distintas velocidades más allá de la variación del índice general. A tal fin, a continuación, se presenta la variación de índices sintéticos de consumo por categorías de gasto según la naturaleza económica de los bienes y servicios: **Bienes Durables, Bienes Semidurables, Bienes de Consumo Masivo y Servicios (recreación y turismo).**

Los índices se construyen a partir de la agregación de un conjunto de indicadores en función del peso que tienen dentro del gasto de los hogares. Dado que se trata de una selección de indicadores, los índices deben interpretarse como una medida orientativa de la variación del gasto por rubro, no como índices exhaustivos del consumo privado.



ÍNDICE DE CONSUMO DE BIENES DURABLES

Agosto 2026

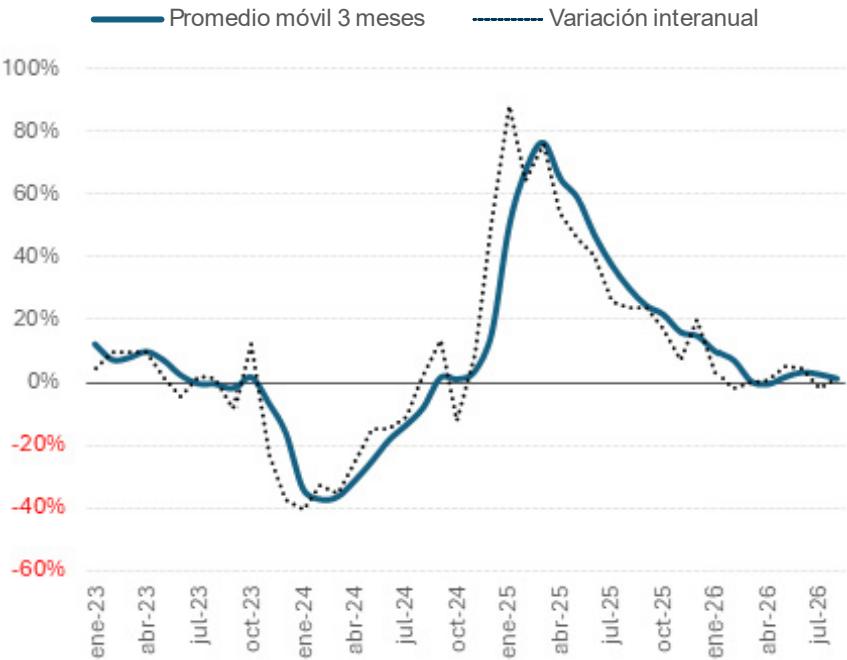
ÚLTIMO DATO

+1,0% ia

LS: 4,1% ia
LI: -2,1% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

+1,2% ia



LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

ACUMULADA ANUAL

+1,3% ia

-1,4%

ICP-UP

Cobertura

Bienes de uso prolongado, cuya vida útil se extiende durante un período considerable y cuyo consumo no se agota en el corto plazo. Su adquisición suele implicar un desembolso relativamente elevado.

Representan alrededor del 8,8% del gasto total de los hogares*.

Indicadores incluidos

- Patentamiento de automóviles
- Patentamiento de motocicletas
- Ventas de electrodomésticos y artículos para el hogar
- Ventas de muebles y textiles para el hogar

*Se excluye del total los gastos considerados fijos (alquiler de la vivienda, servicios de electricidad, agua y gas, salud, transporte, etc). Los valores de los meses faltantes se estimaron bajo el método RegARIMA de JDeme-tra+.



ÍNDICE DE CONSUMO MASIVO

Agosto 2026

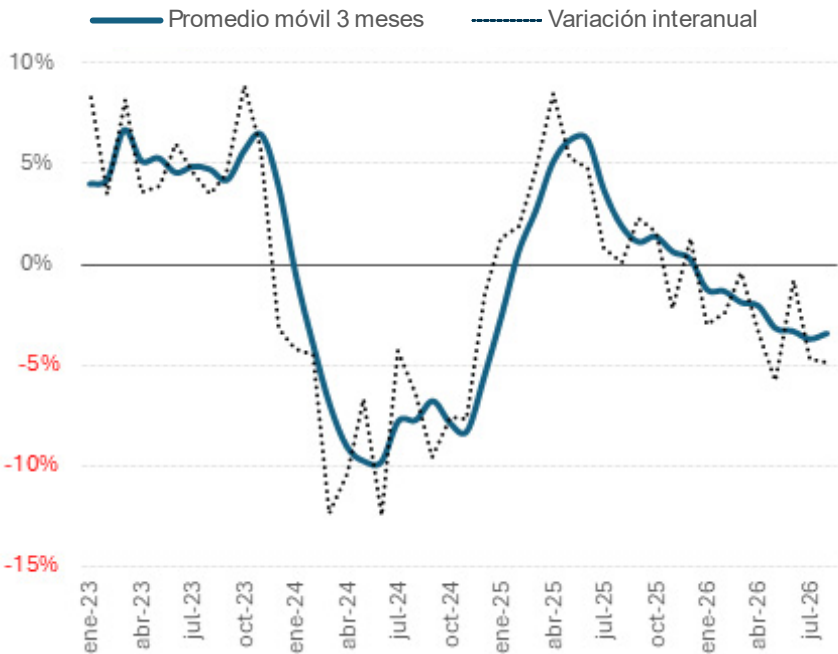
ÚLTIMO DATO

-4,9% ia

LS: -3,4% ia
LI: -6,4% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

-3,5% ia



LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

ACUMULADA ANUAL

-3,2% ia

-1,4%

ICP-UP

Cobertura

Bienes de compra frecuente y bajo costo, cuya utilización se agota en un período breve o instantáneo. Incluye principalmente productos de demanda relativamente recurrente, asociados al abastecimiento cotidiano de los hogares.

Representan aproximadamente el **50,0%** del gasto total de los hogares*.

Indicadores incluidos

- Consumo de carne vacuna, aviar. porcina
- Ventas de bebidas, lácteos, frutas, verduras, panadería
- Ventas de artículos de limpieza
- Ventas de combustibles

*Se excluye del total los gastos considerados fijos (alquiler de la vivienda, servicios de electricidad, agua y gas, salud, transporte, etc). Los valores de los meses faltantes se estimaron bajo el método RegARIMA de JDeme-tra+.



ÍNDICE DE CONSUMO DE SERVICIOS (RECREACIÓN Y TURISMO)

Agosto 2026

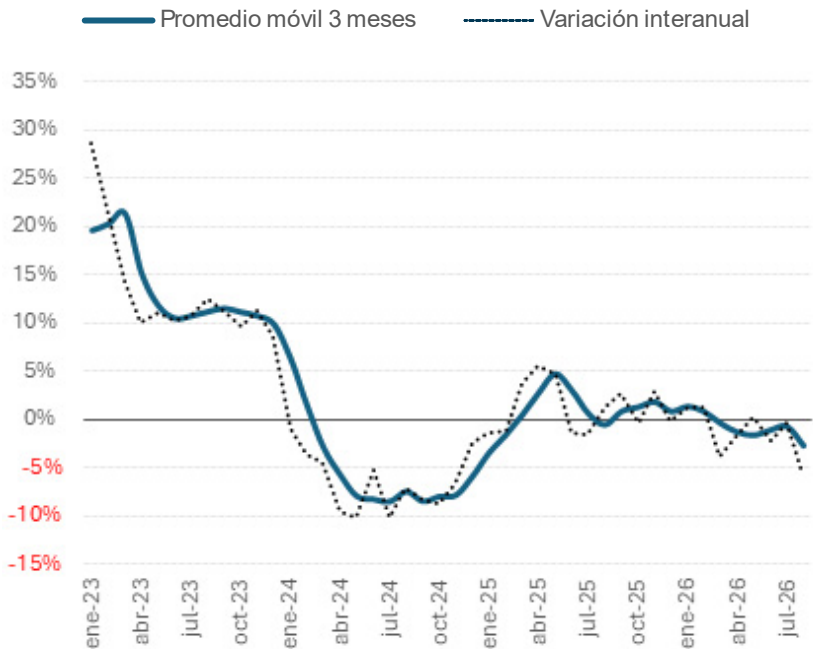
ÚLTIMO DATO

-5,7% ia

LS: -5,5% ia
LI: -6,0% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

-2,8% ia



LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

ACUMULADA ANUAL

-1,4% ia

-1,4%

ICP-UP

Cobertura

En los servicios su consumo coincide temporalmente con su prestación. Refiere a los servicios de turismo y recreación, como alojamiento, transporte turístico, espectáculos y actividades culturales.

Representan aproximadamente el **29,5%** del gasto total de los hogares*.

Indicadores incluidos

- Transporte de pasajeros
- Espectadores de cine
- Actividad de restaurantes
- Gasto en diversión y esparcimiento de centros comerciales

*Se excluye del total los gastos considerados fijos (alquiler de la vivienda, servicios de electricidad, agua y gas, salud, transporte, etc). Los valores de los meses faltantes se estimaron bajo el método RegARIMA de JDeme-tra+.



ÍNDICE DE CONSUMO DE BIENES SEMIDURABLES

Agosto 2026

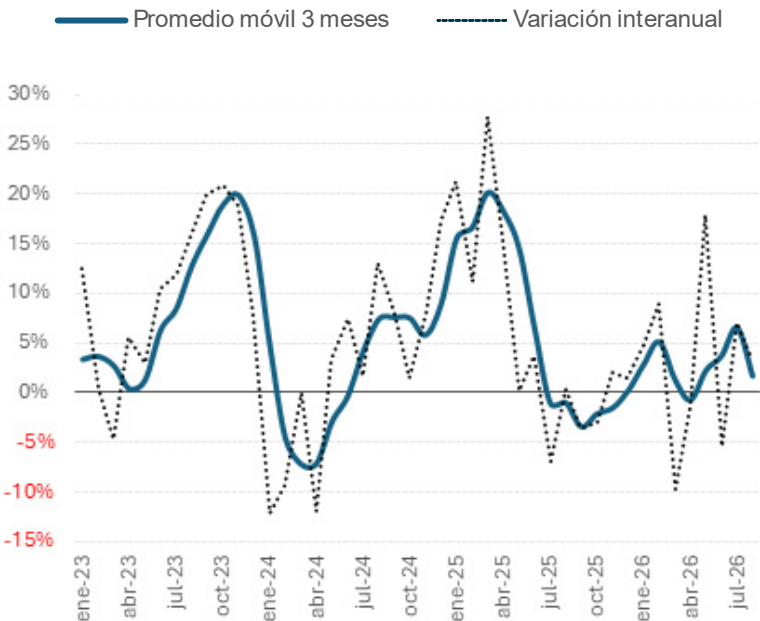
ÚLTIMO DATO

+3,3% ia

LS: 6,0% ia
LI: 0,5% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

1,7% ia



LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

ACUMULADA ANUAL

2,7% ia

-1,4%

ICP-UP

Cobertura

Bienes de vida útil intermedia, cuyo uso se extiende más allá del período inmediato de consumo, pero sin alcanzar la duración de los bienes durables. Comprenden productos cuya reposición es relativamente frecuente, aunque no cotidiana.

Representan aproximadamente el **11,8%** del gasto total de los hogares*.

Indicadores incluidos

- Ventas de indumentaria y calzado
- Ventas de ropa y accesorios deportivos
- Ventas de librería

*Se excluye del total los gastos considerados fijos (alquiler de la vivienda, servicios de electricidad, agua y gas, salud, transporte, etc). Los valores de los meses faltantes se estimaron bajo el método RegARIMA de JDeme-tra+.

Semáforo de indicadores

A continuación, se presenta la evolución de los últimos meses de una selección de indicadores de consumo en un formato estilo “semáforo”, con la idea de obtener una mirada más precisa sobre las distintas velocidades de cada uno de estos rubros asociados al gasto de los hogares.

Categoría	Indicador	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26	jul-26	ago-26	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA¹	0,6%	3,4%	-5,3%	-4,9%	-3,3%	-3,5%	-0,1%	-1,3%	-2,9%	-4,1%	5,6%	-3,1%	-1,6%
	Adelantos cuenta corriente¹	35,9%	46,4%	45,7%	48,8%	35,2%	30,6%	14,5%	7,3%	2,0%	-8,5%	-8,5%	4,3%	7,7%
	Préstamos personales¹	107,8%	83,7%	64,4%	49,1%	36,8%	24,9%	17,1%	9,3%	2,4%	-2,0%	-5,0%	-7,5%	7,9%
	Compras con tarjeta¹	42,9%	36,1%	22,1%	17,3%	11,9%	6,1%	3,2%	1,6%	-3,4%	-4,9%	-4,5%	-11,3%	-0,5%
Bienes durables	Autos	41,5%	25,2%	4,5%	14,3%	-3,5%	-3,3%	3,3%	-11,7%	-24,0%	-15,1%	-31,2%	-19,3%	-13,7%
	Motos	30,7%	20,4%	1,6%	19,8%	15,0%	71,0%	58,6%	53,5%	32,5%	50,0%	31,2%	34,7%	42,1%
	Escrituras inmuebles	35,7%	17,2%	-9,2%	-0,3%	-6,1%	-16,9%	17,8%	0,0%	-3,1%	4,0%	9,0%		-1,8%
	Préstamos hipotecarios¹	336,3%	291,6%	237,0%	189,5%	160,7%	141,4%	122,0%	99,8%	78,9%	61,5%	48,3%	39,6%	84,5%
	Cemento en bolsa	-8,2%	-2,0%	-13,4%	-7,8%	-9,7%	-12,4%	4,6%	-17,5%	-8,3%	-5,0%	-12,8%		-8,9%
	Electrodomésticos¹	10,3%	14,1%	4,4%	6,2%	2,6%	-20,3%	-10,1%	-11,6%	5,0%	-4,6%			-5,1%
Consumo masivo	Carne vacuna	-0,9%	-5,4%	-6,2%	-6,8%	-14,6%	-9,6%	-8,1%	-13,7%	-13,7%	-2,9	-10,5%		-10,6%
	Carne porcina	15,2%	8,0%	4,7%	7,3%	4,8%	8,8%	23,6%	6,2%	3,8%	22,0%	12,5%		11,6%
	Carne aviar	11,6%	10,7%	-0,8%	0,8%	-13,8%	-8,5%	11,0%	-3,3%	-8,6%	15,1%	-3,6%		-2,2%
	Lácteos¹	-0,7%	6,6%	-0,7%	-2,5%	0,7%	1,2%	-0,9%	3,3%	1,5%	2,3%			1,3%
	Ventas super mercados²	-0,8%	2,7%	-2,8%	0,5%	-1,2%	-3,1%	-5,1%	-3,7%	-0,7%	-3,1%			-2,8%
	Ventas supermayoristas²	-13,1%	-9,3%	-8,3%	2,1%	1,3%	-1,2%	-7,2%	-5,0%	-2,3%	-3,1%			-3,0%
	Perfumería y farmacia¹	-11,5%	-14,0%	-7,0%	-10,4%	3,0%	-1,2%	-9,7%	-1,4%	11,7%	-12,7%			-2,6%
	Combustible	7,0%	1,7%	-2,3%	3,8%	1,0%	-0,1%	-1,5%	-1,0%	-2,4%	-1,9%	-7,4%		-1,9%
Recreación y turismo (servicios)	Espectadores cines	58,2%	-15,3%	-29,7%	-4,1%	-15,0%	19,0%	-28,9%	-6,5%	-4,8%	7,1%			-5,0%
	Restaurantes tradicionales	0,1%	-4,0%	5,6%	-2,3%	1,0%	1,4%	-6,0%	-2,9%	-1,3%	-3,7%	-7,2%	-7,1%	-3,3%
	Patios de comidas y alimentos¹	1,8%	1,6%	3,7%	-1,1%	0,0%	-4,9%	-19,1%	-7,4%	7,1%	-8,5%			-5,9%
	Espectáculos, juegos infantiles¹	53,8%	-14,2%	-24,2%	-10,4%	-10,6%	5,5%	-29,4%	-7,0%	-8,8%	-0,5%			8,5%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings¹	-9,5%	-7,0%	1,0%	-0,2%	4,0%	3,2%	-16,3%	-7,2%	17,0%	-13,5%			-3,2%
	Ropa y accesorios deportivos¹	-10,9%	-9,5%	-2,5%	-3,9%	-0,5%	8,7%	4,0%	13,0%	31,2%	20,8%			13,3%
	Prendas y calzado super¹	13,8%	6,8%	2,4%	7,5%	-0,1%	3,7%	-14,5%	-13,8%	12,4%	-22,4%			-7,3%
	Jugueterías¹	7,3%	11,4%	14,5%	2,8%	5,4%	14,0%	-15,4%	-0,5%	12,7%	-12,0%			0,1%

Dentro de los datos del mes, se destaca entre los **indicadores generales** la caída de la recaudación del IVA medida en términos reales: tras la tasa positiva registrada en julio, volvió a mostrar una contracción en agosto (-3,1%), acumulando en los primeros 8 meses del año una baja de 1,6% interanual. En la misma línea, los préstamos vinculados al consumo también registraron caídas en términos reales, e incluso profundizaron las bajas. Por ejemplo, las compras con tarjeta de crédito se contrajeron 11,3% en agosto y los préstamos personales, 7,5% interanual.

En cuanto a los **bienes durables**, una vez más sobresalió el incremento en los patentamientos de motos, que desde diciembre crecen a tasas interanuales de dos dígitos. En el caso de agosto la suba fue de 34,7% interanual, y ya acumula en el año un alza de 42,1%. Pero así como las ventas de moto continúan subiendo, el patentamiento de autos mostró una nueva baja: 19,3% interanual cayó en agosto, de modo que en los primeros 8 meses del año lleva anotados una baja de 13,7%.

Entre los indicadores de **consumo masivo**, el consumo de carne porcina registró un alza en el mes de julio (+12,5% interanual), mientras que el consumo de carne vacuna y el de carne aviar mostraron bajas en el séptimo mes del año (-10,5% y -3,6% interanual, respectivamente). Si bien el consumo de carne aviar ha tenido un comportamiento más volátil en los últimos meses, en el caso de la carne vacuna ya acumula 13 meses consecutivos de baja. En lo que respecta a las ventas de combustible al público, también en julio mostraron una contracción, del 7,4% interanual.

Sobre el rubro de **recreación y turismo**, los datos de los últimos meses continúan revelando cierto retroceso. En particular, el consumo en restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires registró en agosto su sexta caída consecutiva, con una baja de 7,1% interanual, y ya acumula en el año una contracción del 3,3%.

Por último, entre los **bienes semidurables**, luego de las subas observadas en mayo, en junio se observaron mayoría de bajas. Por caso, las ventas de ropa y calzado a precios constantes en shoppings y supermercados registraron caídas de 13,5% y 22,4% interanual, respectivamente. A su vez, la facturación en términos reales en jugueterías en centros de compras cayeron 12,0% interanual en el mes de junio.

Estructura de gasto de los hogares

En la presente sección se muestra la estructura de gastos de hogares representativos de la población nacional, así como los montos de dichos consumos estimados a agosto de 2025. Los datos son elaborados en base a la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo) de 2017-2018 del INDEC, actualizados de acuerdo con la evolución de precios resultante del IPC Nacional.

A continuación, se presenta la distribución de gasto de los quintiles 1 y 5 (el 20% de los hogares con menores ingresos y el 20% con mayores ingresos), con el propósito de analizar las diferencias existentes en los hábitos de consumo de ambos segmentos poblacionales.

Tabla 2. Estructura de gasto de los hogares y monto estimado en pesos, por quintil de ingreso per cápita familiar. Agosto de 2026.

Categoría de gasto	Quintil 1		Quintil 5	
	En \$	%	En \$	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	473.050	38,1%	584.006	17,3%
Bebidas alcohólicas y tabaco	20.274	1,6%	46.825	1,4%
Prendas de vestir y calzado	74.481	6,0%	153.739	4,6%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	163.244	13,2%	471.160	14,0%
Equipamiento y mantenimiento del hogar	42.971	3,5%	201.662	6,0%
Salud	60.054	4,8%	291.628	8,6%
Transporte	132.655	10,7%	552.059	16,3%
Comunicación	51.916	4,2%	130.311	3,9%
Recreación y cultura	88.030	7,1%	307.837	9,1%
Educación	18.088	1,5%	114.152	3,4%
Restaurantes y hoteles	70.317	5,7%	350.813	10,4%
Bienes y servicios varios	45.819	3,7%	172.829	5,1%
TOTAL	1.240.900	100%	3.377.023	100%

Nota: los montos en pesos estimados surgen de la actualización de los datos de la ENGHo con el IPC, con lo cual no contempla cambios en las cantidades consumidas, solo el ajuste vía precios. Los montos corresponden al monto total por hogar.

Principales características de los hogares

	Quintil 1	Quintil 5
Participación en el total de hogares	20,0%	20,0%
Cantidad promedio de miembros por hogar	4,5	2,1
Cantidad promedio de menores de 14 años por hogar	1,5	0,2
Porcentaje de hogares inquilinos	12,5%	26,9%
Porcentaje de jefes/as con cobertura de salud prepaga	2,9%	29,4%

Entre los análisis que surgen de los datos presentados, se destaca la diferencia en la categoría “Alimentos y bebidas no alcohólicas”: más allá de que los hogares de mayores ingresos tienen un gasto estimado superior al de los de menores ingresos en valores absolutos, en términos relativos representa más de la mitad de lo que lo hace en el quintil 1 (17,3% contra 38,1%, respectivamente). En cambio, se observa un mayor peso del gasto a favor del quintil 5 en “Restaurantes y hoteles” (10,4% vs. 5,7% del quintil 1), “Salud” (8,6% vs. 4,8%) y “Transporte” (16,3% vs. 10,7%).

Cuando se analizan los gastos en pesos, todos los valores estimados para el quintil 5 superan a los del quintil 1. Asimismo, al analizar el total del gasto mensual estimado, los hogares con mayores ingresos casi triplican a los de menor ingreso, diferencia que incluso se amplía aún más si se tiene en cuenta la cantidad promedio de miembros de cada uno de estos.

Un análisis similar cabe realizar entre un hogar unipersonal y uno nuclear -aquel que incluye uno o ambos progenitores y a sus hijos- (tabla 3). En el caso de los hogares unipersonales, por ejemplo, se destaca una mayor proporción del gasto en la vivienda y los servicios (poco más del 21,5% del total), mientras que en un hogar nuclear, un cuarto de los gastos corresponde a Alimentos y bebidas no alcohólicas (25,3%).

Tabla 3. Estructura de gasto de los hogares y monto estimado en Pesos, por tipo de hogar. Agosto de 2025.

Categoría de gasto	Hogar unipersonal		Hogar nuclear	
	En \$	%	En \$	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	271.900	17,4%	597.312	25,3%
Bebidas alcohólicas y tabaco	29.905	1,9%	31.906	1,3%
Prendas de vestir y calzado	89.123	5,7%	126.968	5,4%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	336.099	21,5%	293.968	12,4%
Equipamiento y mantenimiento del hogar	69.827	4,5%	108.799	4,6%
Salud	95.589	6,1%	143.879	6,1%
Transporte	206.736	13,2%	371.652	15,7%
Comunicación	67.707	4,3%	100.153	4,2%
Recreación y cultura	133.712	8,5%	196.557	8,3%
Educación	25.129	1,6%	90.249	3,8%
Restaurantes y hoteles	166.217	10,6%	195.934	8,3%
Bienes y servicios varios	73.822	4,7%	107.414	4,5%
TOTAL	1.565.765	100%	2.054.030	100%

Nota: los montos en pesos estimados surgen de la actualización de los datos de la ENGHo con el IPC, con lo cual no contempla cambios en las cantidades consumidas, solo el ajuste vía precios. Los montos corresponden al monto total por hogar.

Principales características de los hogares

	Hogar unipersonal	Hogar nuclear
Participación en el total de hogares	9,8%	49,9%
Cantidad promedio de miembros por hogar	1,0	3,7
Cantidad promedio de menores de 14 años por hogar	-	1,0
Porcentaje de hogares inquilinos	42,6%	18,1%
Porcentaje de jefes/as con cobertura de salud prepaga	17,5%	12,3%

Para ambos tipos de hogares se destaca la importancia de “Transporte” dentro de la estructura de gasto, que representa el 15,7% en el hogar conformado por la familia y el 13,2% en el caso del unipersonal.

En la comparación en términos absolutos, el gasto medio estimado de los hogares nucleares también es superior al de los unipersonales en todos los rubros de consumo, salvo en los vinculados a la vivienda y sus servicios, en donde el monto de quienes viven solos es mayor, indicador fuertemente afectado por el porcentaje de personas que alquila, superior al 40%.

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.

Dado que el consumo de los hogares presenta una elevada heterogeneidad en términos de composición, frecuencia de adquisición y sensibilidad al ciclo económico, se desarrollaron **índices de consumo agregados por categoría**, con el objetivo de complementar la lectura del índice general y facilitar la identificación de dinámicas diferenciadas al interior del consumo.

Para la construcción de cada índice agregado se recopilaron más de 30 indicadores de consumo provenientes de diversas fuentes, con frecuencia mensual y rezagos de publicación de hasta 60 días respecto del cierre de cada mes. La selección de las series respondió a criterios de representatividad dentro del gasto de los hogares, disponibilidad, frecuencia de actualización y oportunidad de publicación, priorizando aquellas fuentes que permitieran realizar un seguimiento mensual más oportuno de la evolución del consumo.

La agregación de los indicadores se realizó ponderando cada serie según su peso relativo en el gasto total de los hogares, de acuerdo con la información provista por la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017/2018 (ENGHo) del INDEC, para lo cual se realizó un trabajo de análisis de la base de microdatos de gastos de la encuesta y su posterior clasificación de acuerdo con la naturaleza económica de los bienes y servicios consumidos -bienes durables, bienes semidurables, bienes no durables (bienes de consumo masivo) y servicios asociados al turismo y recreación-.

Asimismo, para garantizar la disponibilidad homogénea de información al momento de publicación del informe mensual, se aplicó un procedimiento de estimación de datos faltantes en aquellas series que presentan rezagos de publicación. Las observaciones no disponibles fueron proyectadas mediante modelos RegARIMA, que permiten capturar la estructura temporal de cada serie, sus patrones estacionales y otros efectos determinísticos relevantes. Estas estimaciones, sujetas al margen de error propio de todo ejercicio predictivo, permiten completar transitoriamente las series necesarias para la construcción de los índices agregados.

Cabe mencionar que, dado que la selección de indicadores estuvo condicionada por la disponibilidad y oportunidad de las fuentes, los índices construidos no cubren de manera exhaustiva la totalidad de los gastos de cada categoría. En conjunto, las series seleccionadas representan más del 50% del gasto total de los hogares y, si se excluyen los gastos fijos de vivienda y otros servicios, alrededor del 68%. En este sentido, los índices agregados por categoría deben interpretarse como medidas sintéticas, indicativas y orientativas de la evolución del gasto de los hogares en cada rubro, y no como indicadores exhaustivos del consumo total de dichas categorías. Si bien su agregación presenta una dinámica general consistente con la evolución del ICP-UP, no necesariamente replica con exactitud el comportamiento del consumo privado total.