



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

DICIEMBRE DE 2025

Índice de consumo privado. Diciembre de 2025.

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) – Diciembre 2025



El Índice de consumo privado (ICP-UP) presenta en diciembre de 2025 una **baja de 1,0% respecto del mes anterior**. Por su parte, en la comparación con el valor del mismo mes del año anterior, el indicador mostró una caída por primera vez en el año, de **2,5% interanual**. De esta manera, cerró el 2025 con un incremento de 10,3% respecto del promedio de 2024.

Gráfico 1.1 Índice de consumo privado (ICP-UP). Variación interanual de la serie original. Enero de 2023 – diciembre de 2025.

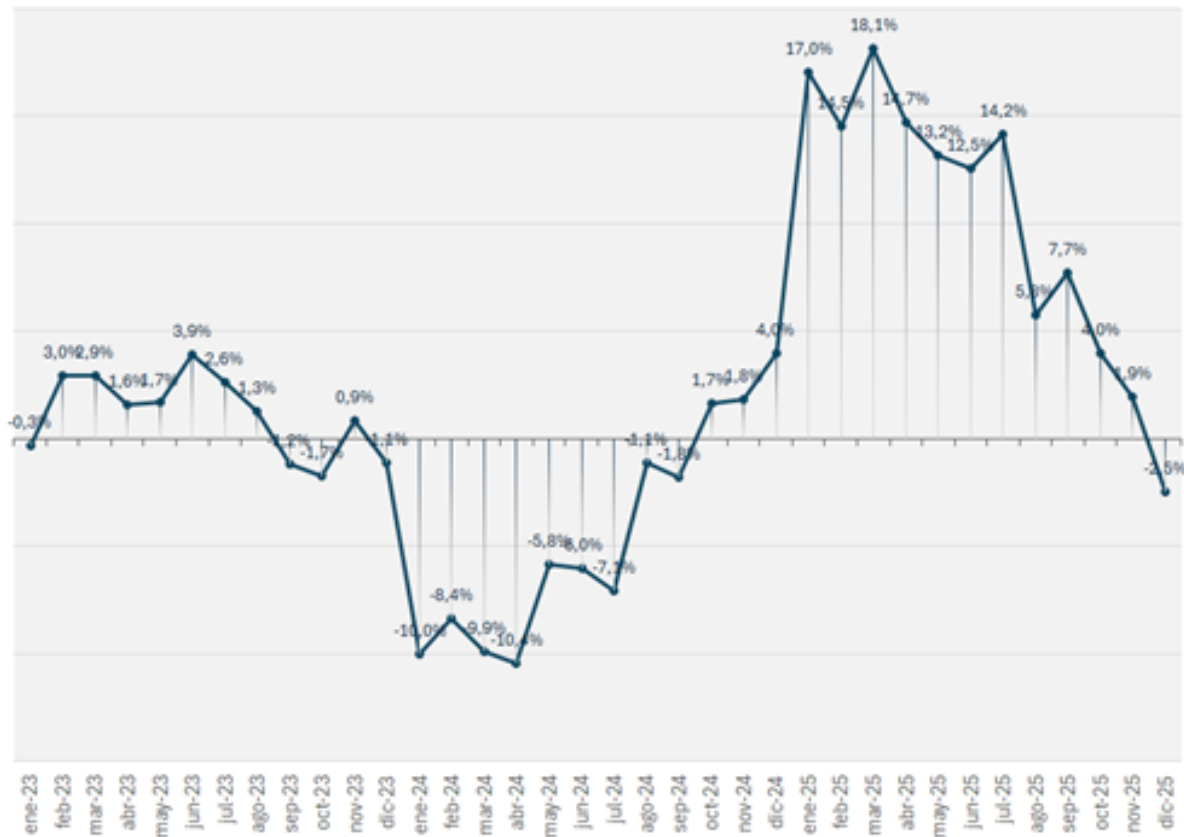
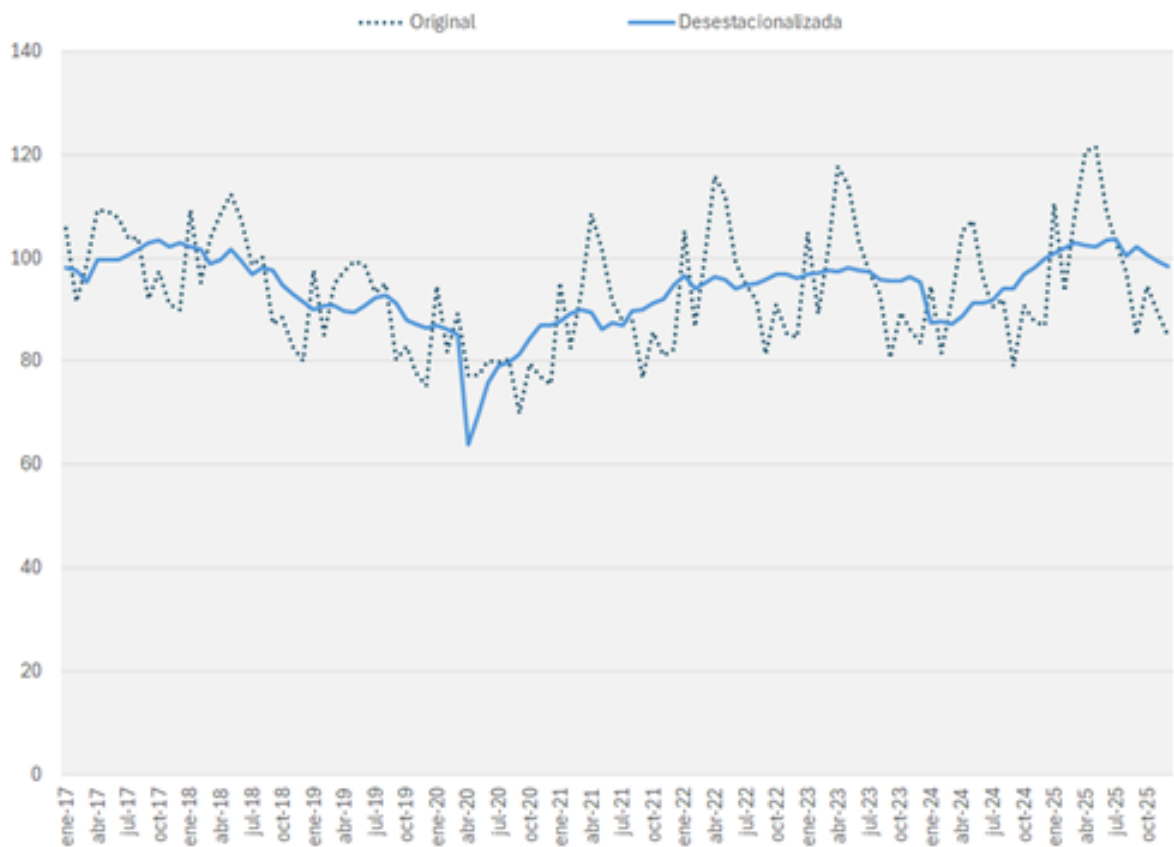
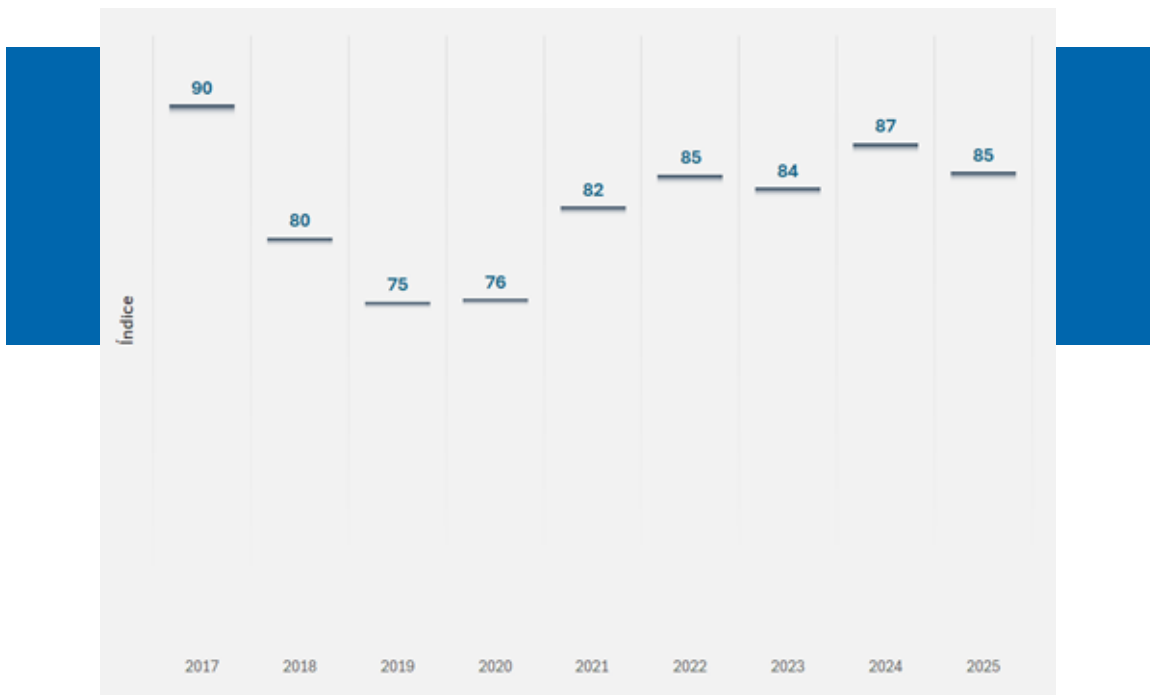


Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – diciembre de 2025.



En la medición desestacionalizada, el ICP-UP de diciembre mostró una caída del 1,0% con respecto al mes anterior. Se trata de la tercera baja mensual consecutiva y, si se deja de lado la recuperación de septiembre, **desde agosto que el indicador no muestra señales de crecimiento.**

Gráfico 1.3. Índice de consumo privado (ICP-UP). Números índice, diciembre 2017 – 2025.



Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de diciembre de 2025 **está en valores similares a los del período 2022-2023**, aunque por debajo del nivel de 2017.

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

	Mensual	Interanual	Acumulada anual
dic- 24	2,0%	4,0%	-4,8%
ene- 25	1,0%	17,0%	17,0%
feb- 25	1,0%	14,5%	15,9%
mar- 25	1,0%	14,5%	15,9%
abr- 25	-0,5%	14,7%	16,1%
may- 25	-0,2%	13,2%	15,4%
jun- 25	1,1%	12,5%	15,0%
jul- 25	0,2%	14,2%	14,8%
ago-25	-3,2%	5,8%	13,7%
sep-25	1,7%	7,7%	13,2%
oct-25	-1,5%	4,0%	12,3%
nov-25	-1,3%	1,9%	11,4%
dic-25	-1,0%	-2,5%	10,3%

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	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	Var. acum.
Generales	Recaudación IVA ¹	19,6%	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	3,4%	-5,3%	-4,8%	4,0%
	Adelantos cuenta corriente ²	62,9%	32,8%	47,6%	55,3%	49,7%	52,7%	51,8%	41,4%	35,7%	46,1%	45,4%	48,7%	47,2%
	Préstamos personales ¹	187,5%	227,7%	249,7%	265,3%	240,0%	209,2%	169,0%	135,5%	107,1%	89,1%	63,9%	48,8%	137,9%
	Compras con tarjeta ¹	57,8%	64,8%	73,8%	81,6%	78,2%	73,0%	61,9%	53,9%	42,8%	36,0%	21,9%	17,2%	51,6%
Bienes durables	Autos	114,8%	75,0%	89,5%	72,0%	70,5%	87,0%	59,1%	45,3%	41,5%	24,5%	2,6%	13,6%	56,8%
	Motos	76,8%	33,0%	76,6%	36,6%	32,3%	38,2%	23,2%	-10,3%	30,6%	31,5%	-10,7%	20,3%	27,3%
	Escrituras inmuebles	93,7%	93,9%	99,7%	50,4%	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%	35,7%	17,2%	-9,2%		31,1%
	Préstamos hipotecarios ¹	74,9%	115,3%	162,5%	222,0%	274,0%	328,9%	359,9%	360,8%	336,3%	295,5%	236,9%	189,8%	237,1%
	Cemento en bolsa	9,3%	7,5%	19,2%	20,2%	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%	-8,2%	-2,0%	-13,4%		0,2%
	Electrodomésticos ¹	97,6%	94,5%	94,8%	60,4%	41,2%	7,5%	-0,8%	15,9%	10,3%	14,1%			35,0%
Consumo masivo	Carnes vacuna	10,6%	13,8%	18,3%	16,0%	-0,6%	16,9%	-2,7%	-4,4%	-0,9%	-5,6%	-6,8%		4,1%
	Carnes ovin	1,6%	8,1%	7,1%	3,8%	-2,5%	4,2%	-1,0%	-2,9%	11,9%	11,7%			4,0%
	Lácteos ¹	-4,3%	-4,7%	2,8%	1,4%	2,2%	-4,2%	-3,5%	-2,8%	-0,7%	6,6%			-0,7%
	Ventas supermercados ²	4,2%	1,3%	3,0%	8,9%	6,1%	0,8%	1,0%	0,3%	-0,8%	2,7%			2,7%
	Ventas super mayoristas ²	-10,5%	-9,1%	-4,0%	-2,9%	-4,1%	-8,4%	-6,3%	-8,4%	-13,1%	-9,3%			-7,6%
	Perfumería y farmacia ¹	-2,9%	6,0%	8,3%	-3,6%	-2,5%	-11,7%	-9,0%	-7,2%	-11,5%	-14,0%			-6,2%
	Combustible	1,6%	-0,1%	4,7%	7,6%	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%	7,0%	1,7%	-2,3%		3,3%
Recreación y turismo (servicios)	Pernoctaciones	1,8%	-3,3%	-3,2%	13,3%	15,3%	-8,5%	2,2%	4,8%	-0,6%	-5,2%			0,9%
	Vajeros	3,3%	3,3%	2,1%	11,1%	14,9%	-0,5%	6,9%	6,1%	1,6%	-1,6%			4,3%
	Espectáculos cine	11,7%	-25,0%	1,1%	43,0%	55,7%	-39,9%	-16,7%	15,9%	58,3%	-15,3%			-1,3%
	Restaurantes tradicionales	-10,5%	-7,6%	2,1%	6,1%	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%	0,1%	-4,0%	5,6%		-1,3%
	Peto de comidas y alimentos ¹	3,9%	-3,1%	6,8%	4,5%	3,5%	-9,5%	-7,5%	5,6%	1,8%	1,6%			0,3%
	Espectáculos, juegos infantiles ¹	0,3%	-17,6%	-4,2%	22,9%	33,4%	-39,5%	-24,2%	8,1%	53,8%	-14,2%			-6,8%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shopping ¹	12,6%	5,5%	19,6%	12,0%	-5,5%	1,0%	-12,0%	-7,1%	-9,5%	-7,0%			-0,4%
	Ropa y accesorios deportivos ¹	18,8%	11,0%	24,8%	8,2%	-4,2%	-11,9%	-15,3%	-7,5%	-10,9%	-9,5%			-2,1%
	Prendas y calzado super ¹	37,3%	14,5%	42,3%	12,2%	-1,4%	14,4%	-4,9%	21,7%	13,8%	6,8%			13,3%
	Juguetería ¹	72,1%	37,6%	64,9%	41,8%	41,7%	22,6%	20,8%	15,8%	7,3%	11,4%			29,5%

Referencias: 1. Valores corrientes deflactados por el índice de precios al consumidor (nivel general o específico del rubro, según corresponda);
2. Valores constantes elaborados por la fuente de difusión.

En cuanto a **indicadores generales**, la recaudación del IVA registró la segunda caída consecutiva en la comparación interanual: en diciembre, registró una baja de 4,8% al descontar el efecto de los precios al consumidor respecto de un año atrás. Por su parte, los préstamos ligados al consumo mantuvieron las tasas de crecimiento, pero se registró un menor ritmo de expansión en relación con los meses anteriores. En el caso de las compras con tarjetas, por ejemplo, el incremento fue de 17,2% interanual en diciembre, cuando a mitad de año crecía en torno a valores del 70%.

En el caso de los **bienes durables**, los primeros indicadores de diciembre volvieron a mostrar tasas de crecimiento, luego de un noviembre con señales negativas. El patentamiento de automóviles, por caso, aumentó 13,6% interanual y el de motos, 20,3%. En cuanto al crédito hipotecario, en el mes de diciembre sostuvo la tasa de expansión, aun cuando el dato de escrituras de inmuebles de la Ciudad de Buenos Aires ha mostrado en los últimos meses una importante pérdida de dinamismo: en noviembre, cayó 9,2% interanual, marcando el primer retroceso del año.

En cuanto al **consumo masivo**, los indicadores de noviembre ya mostraron indicios de un retroceso respecto de un año atrás. En el caso de las ventas de combustibles, se contrajeron por primera vez en el año, con una baja de 2,3% interanual. Por su parte, el consumo de carne vacuna volvió a caer, un 6,8% interanual, y anotó su quinta merma consecutiva.

Respecto al rubro de **recreación y turismo**, el índice de restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires registró una suba de 5,6% interanual en noviembre. Esto podría anticipar una recuperación sobre este tipo de gasto, dado que, en octubre, la gran mayoría de los indicadores habían registrado importantes caídas en el consumo (tanto en los asociados al turismo como los de espectáculos y actividades de entretenimiento).

Por último, en cuanto a los **bienes semidurables**, las ventas a precios constantes de prendas de vestir, calzado y accesorios en los centros de compra, anotaron nuevas caídas en el mes de octubre, con bajas de entre 7% y 9,5% interanual. En cuanto a las ventas en jugueterías, mantuvieron las tasas positivas registradas a lo largo del año, con un alza de 11,4% interanual en octubre.

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.