



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

ENERO DE 2026

Índice de consumo privado. Enero 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 en el país, basado en una regresión lineal múltiple, donde se utilizaron diversos indicadores económicos de frecuencia mensual.

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



El Índice de consumo privado (ICP-UP) de enero de 2026 prácticamente mantuvo su nivel respecto del mes anterior, y registró un **alza de 0,1%**. Por su parte, en la comparación igual período de 2025, el indicador mostró una **caída de 1,5% interanual**, la segunda consecutiva, luego de la baja de 2,6% en diciembre del año pasado.

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

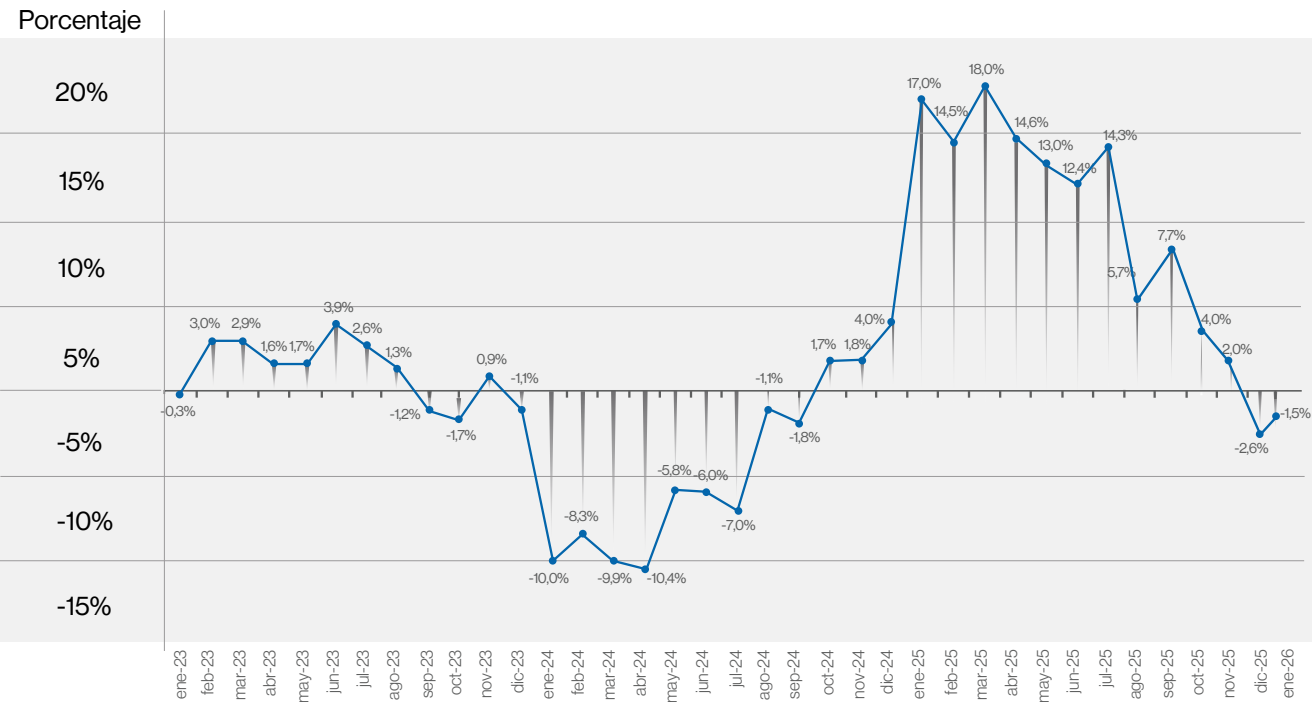
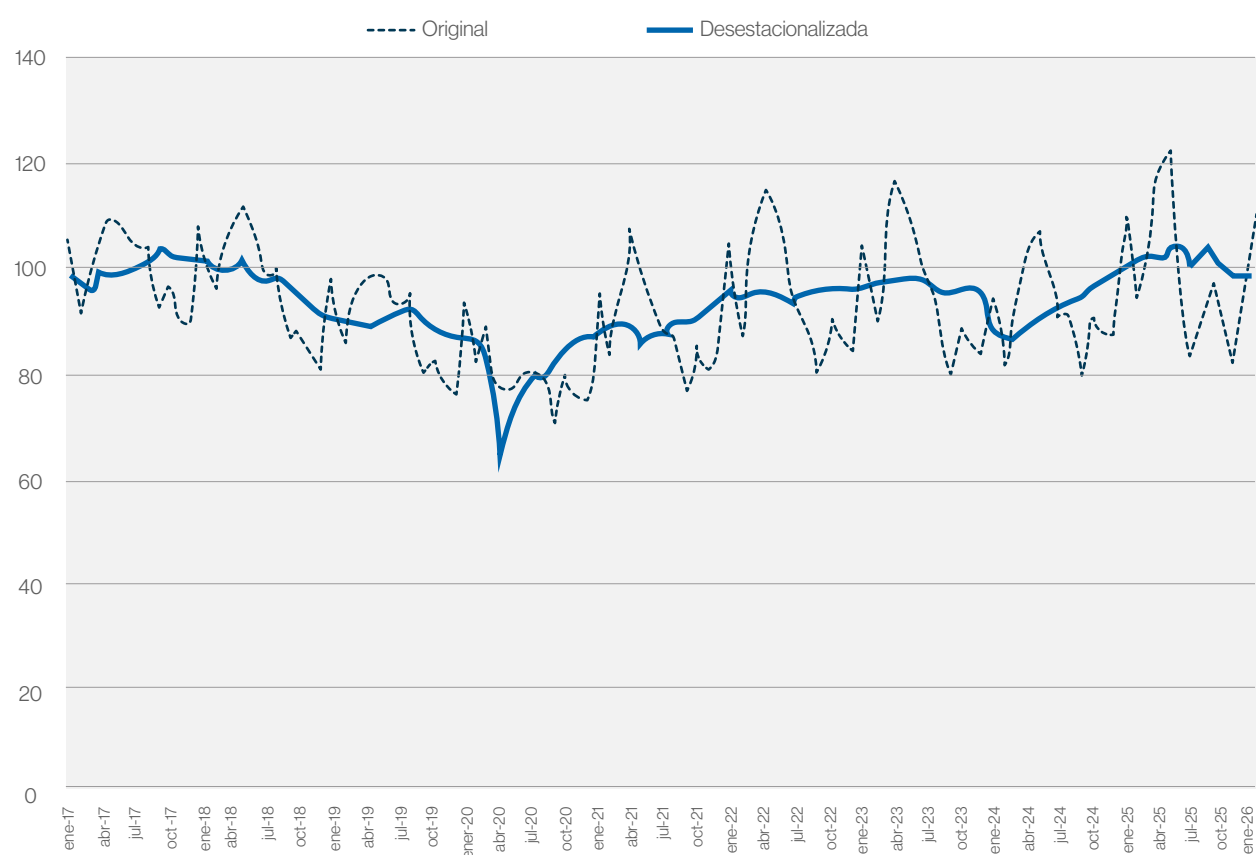
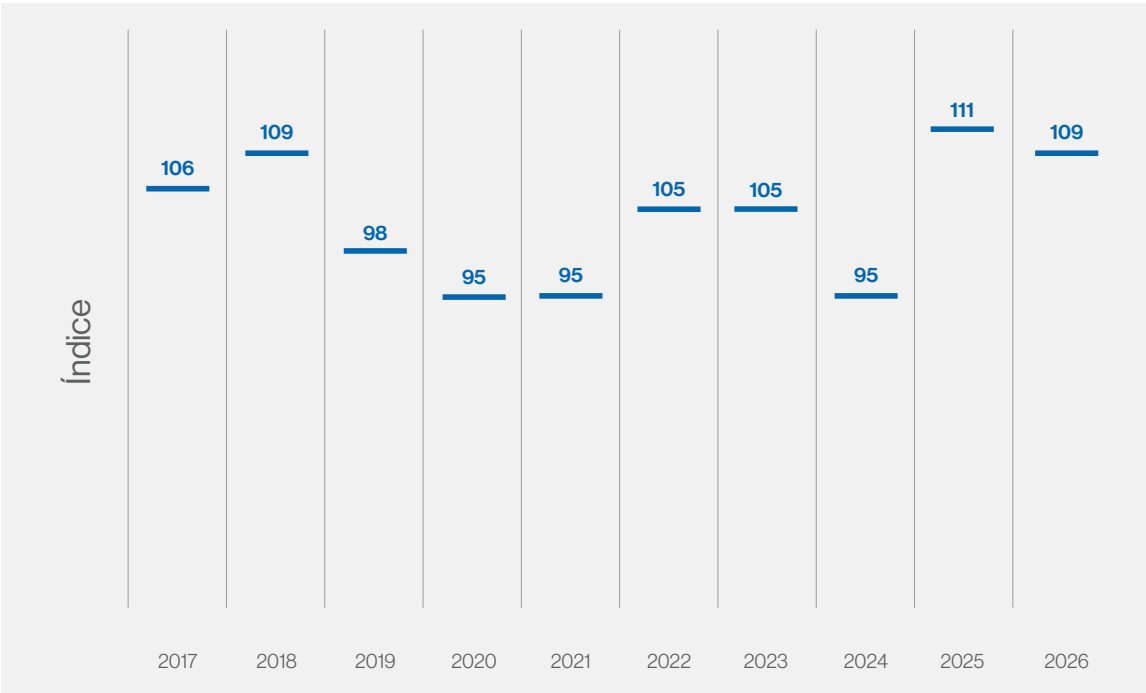


Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – enero de 2026.



En la medición desestacionalizada, el ICP-UP de enero de 2026 mostró una leve suba del 0,1% con respecto al mes anterior. De esta manera, el índice frenó las bajas observadas en el último semestre, período que, a excepción de septiembre (+1,7%), no exhibió señales de crecimiento.

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



Al comparar con el mismo mes de los últimos 10 años, el ICP-UP de enero de 2026 **está por encima de los niveles de 2022-2024**, pese a la baja respecto de 2025, y se mantuvo en valores comparables a los de 2018.

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

	Mensual	Interanual	Acumulada anual
ene- 25	0,9%	17,0%	17,0%
feb- 25	1,0%	14,5%	15,8%
mar- 25	1,0%	18,0%	16,6%
abr- 25	-0,5%	14,6%	16,0%
may- 25	-0,3%	13,0%	15,4%
jun- 25	1,2%	12,4%	14,9%
jul- 25	0,5%	14,3%	14,8%
ago-25	-3,4%	5,7%	13,7%
sep-25	1,7%	7,7%	13,1%
oct-25	-1,4%	4,0%	12,2%
nov-25	-1,2%	2,0%	11,4%
dic-25	-1,1%	-2,6%	10,3%
ene-26	0,1%	-1,5%	-1,5%

Nota: datos provisorios.

2. Semáforo de indicadores. Análisis de los últimos doce meses.

Con el propósito de analizar los diversos conceptos de gasto de los hogares, se presenta a continuación la **evolución de los últimos doce 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	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA¹	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	3,4%	-5,3%	-4,9%	-3,1%	-3,1%
	Adelantos cuenta corriente¹	32,8%	47,6%	55,3%	49,7%	52,7%	51,8%	41,4%	35,7%	46,1%	45,4%	48,5%	35,3%	35,3%
	Préstamos personales¹	227,7%	249,7%	265,3%	240,0%	203,2%	169,0%	135,5%	107,1%	83,1%	63,9%	48,6%	36,4%	36,4%
	Compras con tarjeta¹	64,8%	73,8%	81,6%	78,2%	73,0%	61,9%	53,9%	42,8%	36,0%	22,0%	17,0%	11,7%	11,7%
Bienes durables	Autos	75,0%	89,5%	72,0%	70,5%	87,0%	59,1%	45,3%	41,5%	25,2%	4,5%	14,2%	-4,2%	-4,2%
	Motos	33,0%	76,6%	36,6%	32,3%	38,2%	23,2%	-10,3%	30,7%	20,4%	1,5%	19,7%	15,3%	15,3%
	Escrituras inmuebles	93,9%	39,7%	50,4%	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%	35,7%	17,2%	-9,2%	-0,3%		26,7%
	Préstamos hipotecarios¹	115,3%	162,5%	222,0%	274,0%	328,9%	359,9%	360,8%	336,3%	291,5%	236,9%	189,4%	161,0%	161,0%
	Cemento en bolsa	7,5%	19,2%	20,2%	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%	-8,2%	-2,0%	-13,4%	-7,8%		-0,4%
	Electrodomésticos¹	94,5%	94,8%	60,4%	41,2%	7,5%	-0,8%	15,9%	10,3%	14,1%	4,4%			31,6%
Consumo masivo	Carne vacuna	13,8%	18,3%	16,0%	-0,6%	16,9%	-2,7%	-4,2%	-0,9%	-5,4%	-6,2%	-6,5%		3,2%
	Carne aviar	8,0%	6,7%	3,5%	-2,7%	4,7%	-0,4%	-2,4%	11,6%	10,7%	-0,4%			3,5%
	Lácteos¹	-4,7%	2,8%	1,4%	2,2%	-4,2%	-3,5%	-2,8%	-0,7%	6,6%	-0,7%			-0,7%
	Ventas super mercados²	1,3%	3,0%	8,9%	6,1%	0,8%	1,0%	0,3%	-13,1%	2,7%	-2,8%			2,2%
	Ventas supermayoristas²	-9,1%	-4,0%	-2,9%	-4,1%	-8,4%	-6,3%	-8,4%	-11,5%	-9,3%	-8,3%			-7,7%
	Perfumería y farmacia¹	6,0%	8,3%	-3,6%	-2,5%	-11,7%	-9,0%	-7,2%	-11,5%	-14,0%	-7,0%			-6,2%
	Combustible	-0,1%	4,7%	7,6%	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%	7,0%	1,7%	-2,3%	3,8%		3,3%
Recreación y turismo (servicios)	Pernoctaciones	-3,3%	-3,2%	13,3%	15,3%	-8,5%	2,2%	4,8%	-1,1%	-5,7%	4,8%			1,1%
	Viajeros	3,3%	2,1%	11,1%	14,9%	0,5%	6,9%	6,1%	1,4%	-1,9%	6,1%			4,5%
	Espectadores cines	-25,0%	1,1%	43,0%	55,7%	-39,9%	-16,7%	15,9%	58,3%	-15,3%	-29,7%			-3,5%
	Restaurantes tradicionales	-7,6%	2,1%	6,1%	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%	0,1%	-4,0%	5,6%	-2,3%		-1,4%
	Patios de comidas y alimentos¹	-3,1%	6,8%	4,5%	3,5%	-9,5%	-7,5%	5,6%	1,8%	1,6%	3,7%			0,6%
	Espectáculos, juegos infantiles¹	-17,6%	-4,2%	22,9%	33,4%	-39,5%	-24,2%	8,1%	53,8%	-14,2%	-24,2%			-8,0%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings¹	5,5%	19,6%	12,0%	-5,5%	1,0%	-12,0%	-7,1%	-9,5%	-7,0%	1,0%			-0,2%
	Ropa y accesorios deportivos¹	11,0%	24,8%	8,2%	-4,2%	-11,9%	-15,3%	-7,5%	-10,9%	-9,5%	-2,5%			-2,1%
	Prendas y calzado super¹	14,5%	42,3%	12,2%	-1,4%	14,4%	-4,9%	21,7%	13,8%	6,8%	2,4%			12,3%
	Jugueterías¹	37,6%	64,9%	41,8%	41,7%	22,6%	20,8%	15,8%	7,3%	11,4%	14,5%			28,1%

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 volvió a registrar una baja en la comparación interanual, y anotó de esa manera su tercera caída consecutiva; descontado el efecto de los precios al consumidor, registró en enero una baja de 3,1% respecto de un año atrás. Por su parte, los préstamos ligados al consumo mantuvieron las tasas de expansión interanual, aunque continúa la desaceleración de su ritmo de crecimiento en relación con los meses anteriores. En el caso de las compras con tarjetas, por ejemplo, en enero aumentaron 11,7% interanual, cuando en el último bimestre de 2025 lo habían hecho a tasas cercanas al 20%.

En el caso de los **bienes durables**, se destacó la caída en el patentamiento de automóviles, la primera baja luego de 17 meses consecutivos de tasas positivas. En el primer mes del año, el patentamiento cayó 4,2% en la comparación interanual, aunque se mantuvo por encima de los valores del período 2020-2024. Por su parte, en el caso de los patentamientos de motos, mantuvieron la tasa positiva por quinto mes consecutivo (+15,3% interanual). En cuanto al crédito hipotecario, en enero se sostuvo la tasa de expansión, aun cuando el dato de escrituras de inmuebles de la Ciudad de Buenos Aires mostraba en el último bimestre una importante pérdida de dinamismo: en diciembre cayó 0,3% interanual, cuando el resto del año había crecido a tasas de dos dígitos.

En cuanto al **consumo masivo**, si bien la totalidad de los indicadores habían registrado retrocesos en noviembre respecto de un año atrás, los primeros números de diciembre exhibieron señales mixtas, lo que indica que hacia adelante podría haber alguna mejora. Por ejemplo, las ventas de combustibles al público se recuperaron en el último mes del año pasado (+3,8% interanual), mientras que el consumo de carne vacuna volvió a caer (-6,5% interanual) y cerró el semestre en valores negativos.

Respecto al rubro de **recreación y turismo**, el índice de restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires registró una baja de 2,3% interanual en diciembre, y esto podría anticipar nuevas bajas en el resto de los indicadores que componen el rubro, luego de la recuperación parcial observada en noviembre. Por ejemplo, previo al cierre del año pasado, tanto los indicadores asociados al turismo como los de comida fuera del hogar registraron subas en la comparación interanual (+4,8% las pernoctaciones en hoteles del país, y +3,7% la facturación en términos reales en patios de comida).

Por último, en cuanto a los **bienes semidurables**, las ventas en jugueterías mantuvieron las tasas positivas registradas a lo largo del año, con un alza de 14,5% interanual en noviembre, así como las ventas a precios constantes de prendas de vestir y calzado, tanto en los centros de compra (+1,0%) como en los supermercados (+2,4%).

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.