



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

JUNIO DE 2025

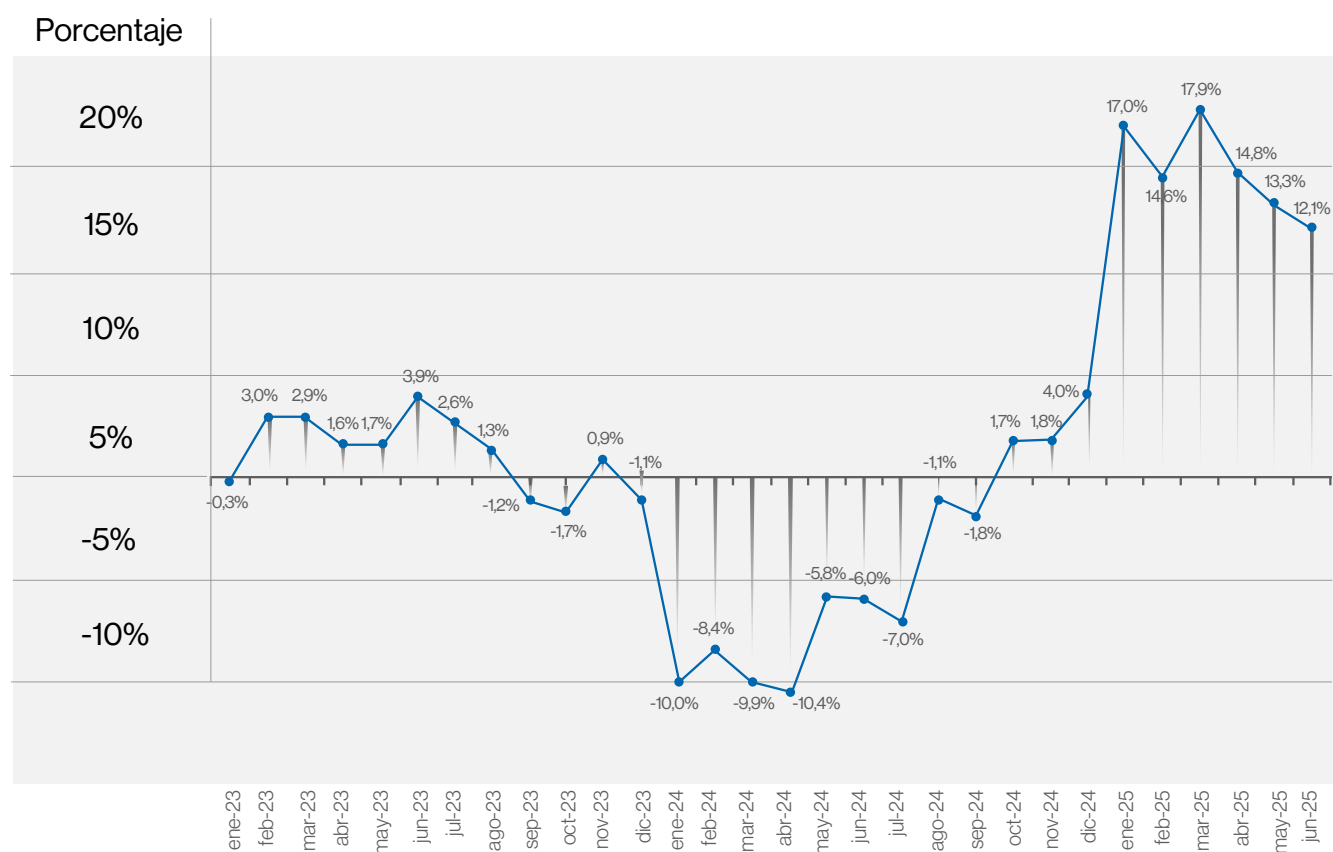
Índice de consumo privado. Junio de 2025.

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**.

El Índice de consumo privado (ICP-UP) presenta en junio de 2025 un **incremento de 12,1% interanual**. Se trata de la novena alza consecutiva de este indicador con respecto al mismo período del año anterior.

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



A su vez, en el primer semestre de 2025, el índice de consumo acumula un incremento de 14,9% respecto del mismo período del año pasado.

Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de junio 2025 es el valor más alto de la serie, dado que superó por casi un punto el valor de 2017, hasta entonces el más elevado en la medición de la serie iniciada ese mismo año.

Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Números índice, junio 2017 – 2025.

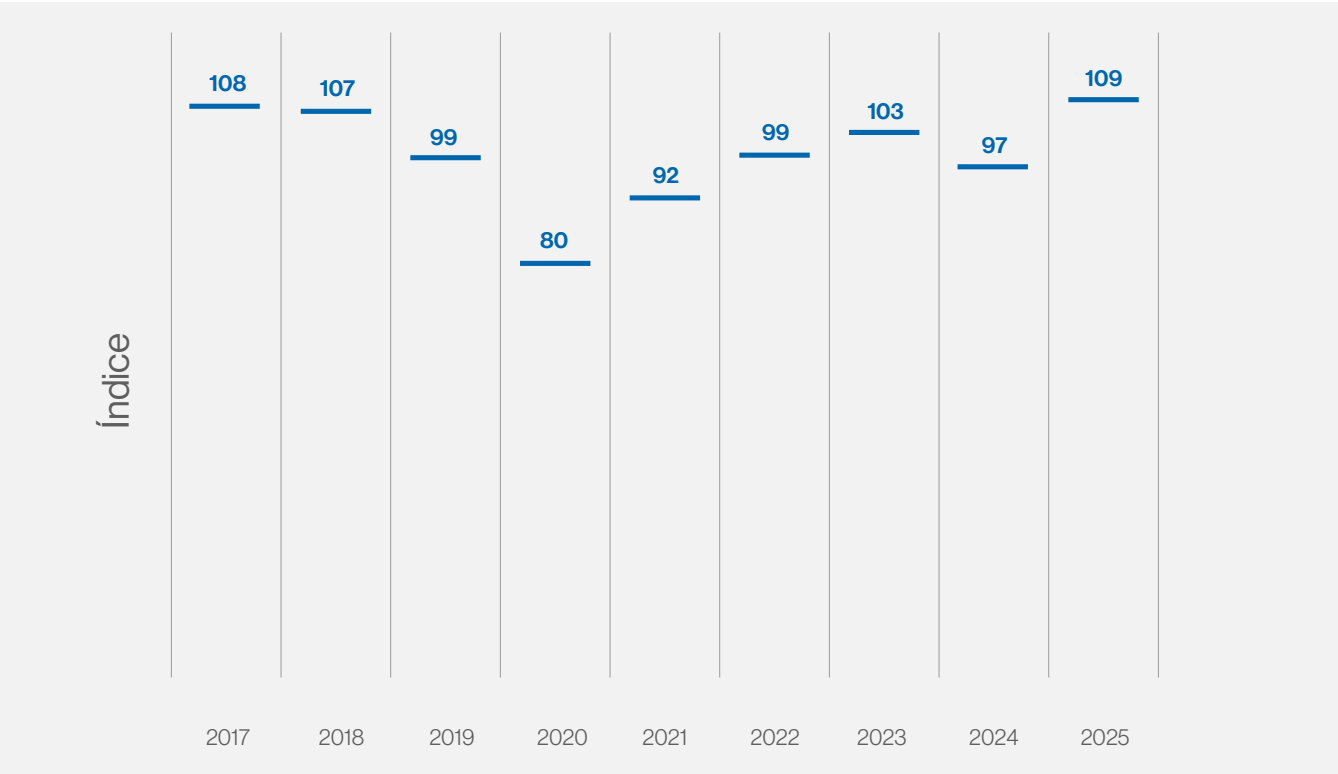


Tabla 1. Índice de consumo privado (ICP-UP). Serie original, variación interanual y variación acumulada anual.

	Índice 2017=100	Variación interanual	Variación acumulada anual
jun-24	97	-6,0%	-8,4%
jul-24	90	-7,0%	-8,2%
ago-24	92	-1,1%	-7,4%
sep- 24	79	-1,8%	-6,9%
oct- 24	91	-1,7%	-6,2%
nov- 24	88	1,8%	-5,5%
dic- 24	87	4,0%	-4,8%
ene- 25	111	17,0%	17,0%
feb- 25	94	14,6%	15,9%
mar- 25	108	17,9%	16,6%
abr- 25	121	14,8%	16,1&
may- 25	122	13,3%	15,4%
jun- 25	109	12,1%	14,9%

2. Semáforo de indicadores.

Al analizar un conjunto seleccionado de indicadores complementarios al ICP-UP, se observa un crecimiento generalizado en las distintas categorías de consumo privado.

Tabla 2. Indicadores complementarios de consumo privado. Variación interanual y variación acumulada anual. Julio 2024 – junio 2025.

Categoría	Indicador	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA ¹	-12,9%	-4,1%	-14,1%	0,5%	-2,2%	3,9%	19,6%	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,3%	8,4%
	Adelantos cuenta corriente ¹	0,0%	3,4%	13,3%	9,0%	21,7%	36,2%	62,9%	32,8%	47,6%	55,3%	49,7%	52,1%	49,7%
	Préstamos personales ¹	-12,8%	9,9%	33,3%	48,4%	75,7%	130,6%	187,5%	227,7%	249,7%	265,4%	240,0%	202,1%	227,4%
	Compras con tarjeta ¹	-21,6%	-10,6%	-3,1%	1,5%	11,7%	33,5%	57,8%	64,8%	73,8%	81,6%	78,1%	72,1%	71,1%
Bienes durables	Autos	-3,8%	7,5%	42,2%	9,7%	4,8%	42,3%	114,8%	75,0%	89,5%	71,8%	70,3%	85,2%	84,7%
	Motos	6,9%	27,9%	16,1%	7,5%	24,5%	51,3%	76,8%	33,0%	76,4%	38,4%	36,0%	43,7%	49,7%
	Escrituras inmuebles	47,2%	28,1%	30,4%	31,4%	42,1%	68,1%	93,7%	93,9%	39,7%	50,4%	22,0%		51,1%
	Préstamos hipotecarios ¹	-12,9%	-4,1%	-14,1%	0,5%	-2,2%	3,9%	19,6%	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,3%	8,4%
	Cemento en bolsa	-3,6%	-17,9%	-11,2%	-17,4%	-10,6%	-7,0%	9,3%	7,5%	19,2%	20,2%	0,9%		10,9%
	Electrodomésticos ¹	-23,2%	0,9%	-2,1%	-23,2%	15,4%	83,7%	97,6%	94,5%	94,8%	60,4%			85,9%
Consumo masivo	Carne vacuna	5,6%	-0,6%	-7,6%	-4,8%	-13,6%	26,2%	10,4%	12,8%	17,7%	15,3%	-1,3%		10,4%
	Carne aviar	13,9%	-4,1%	-0,2%	-0,9%	-3,2%	8,8%	1,7%	7,6%	7,3%	3,8%	-2,6%		3,3%
	Lácteos ¹	-7,2%	-5,7%	-12,1%	-15,2%	-11,1%	-10,5%	4,3%	-4,7%	2,8%	1,4%			-1,1%
	Ventas super mercados ²	-12,3%	-10,1%	-12,8%	-17,8%	-7,6%	-3,3%	4,2%	1,4%	3,0%	8,9%			4,3%
	Ventas supermayoristas ²	-17,1%	-15,1%	-21,7%	-22,8%	-10,9%	-14,5%	-10,5%	-9,1%	-4,0%	-2,9%			-6,6%
	Perfumería y farmacia ¹	-25,9%	-22,7%	-26,0%	-31,1%	-30,5%	-17,8%	-2,9%	6,0%	8,3%	-3,9%			1,8%
Recreación y turismo (servicios)	Combustible	-5,9%	-7,7%	-8,4%	-5,9%	-6,0%	-3,4%	1,6%	-0,1%	4,7%	7,6%	4,3%		3,5%
	Pernotaciones	-13,2%	-14,8%	-20,8%	-9,8%	-3,5%	-7,1%	1,8%	-3,3%	-2,7%	13,3%			1,1%
	Viajeros	-11,9%	-12,0%	-15,0%	-6,5%	-0,5%	-4,3%	3,3%	3,3%	3,6%	10,7%			4,8%
	Espectadores cines	-17,0%	-5,4%	-37,3%	-25,5%	-21,6%	-20,9%	11,7%	-25,0%	1,1%	43,0%			5,2%
	Restaurantes tradicionales	-19,1%	-16,5%	-15,9%	-17,2%	-16,6%	-8,5%	-10,5%	-7,6%	2,1%	6,1%	3,5%		-1,6%
	Patios de comidas y alimentos ¹	18,5%	30,0%	19,2%	8,1%	23,3%	32,1%	18,8%	11,0%	24,8%	8,2%			15,7%
Bienes smidurables	Espectáculos, juegos infantiles ¹	-23,2%	0,9%	-2,1%	-23,2%	15,4%	83,7%	97,6%	94,5%	94,8%	60,4%			85,9%
	Prendas y calzado shoppings ¹	-2,1%	9,1%	6,9%	1,5%	1,3%	11,5%	12,6%	5,5%	19,6%	11,5%			12,6%
	Ropa y accesorios deportivos ¹	18,5%	30,0%	19,2%	8,1%	23,3%	32,1%	18,8%	11,0%	24,8%	8,2%			15,7%
	Prendas y calzado super ¹	10,7%	6,5%	0,0%	-12,7%	11,7%	17,8%	37,3%	14,5%	42,3%	12,2%			25,4%
	Jugueterías ¹	17,7%	8,5%	1,5%	3,9%	21,3%	42,9%	72,1%	37,6%	64,9%	41,5%			54,3%

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 los **indicadores generales** asociados al consumo privado, se observa que la recaudación del IVA, descontado el efecto de los precios al consumidor, registró un aumento de 10,3% en junio, resultado que se encuentra en línea con las tasas de crecimiento de los últimos 7 meses. Por su parte, las compras con tarjetas de crédito, que acumulan en el año una suba de 71,1%, mantuvieron en junio variaciones interanuales de consumo elevadas, tendencia que se mantiene desde comienzos de 2025. Asimismo, los préstamos personales subieron 202,1% a nivel interanual, y de esta manera sostuvieron valores similares a los presentados en el último semestre.

Los **bienes durables** continúan con variaciones interanuales positivas en todos sus indicadores en lo que va del año, y son los de mayor dinamismo entre los rubros de consumo. Las ventas de motos y autos, especialmente de estos últimos, se recuperan en el primer semestre con tasas de crecimiento muy elevadas. En tanto, las ventas de cemento en bolsa (asociadas a la construcción minorista) aumentó 0,9% en mayo y acumuló un crecimiento de 10,9% en relación con igual período de 2024.

En lo referido al **consumo masivo**, los últimos indicadores de mayo de carne vacuna y carne aviar presentaron disminuciones a nivel interanual, si bien mantienen valores positivos en la variación acumulada. La venta de combustible, por otro lado, también aumentó 4,3% y exhibió un incremento de 3,5% en el acumulado anual.

En lo referido a **recreación y turismo**, el consumo en restaurantes creció 3,5% en mayo y mostró valores positivos por tercer mes consecutivo, luego de las caídas interanuales registradas en el primer bimestre del año. En cuanto al turismo, se registraron alzas en los hospedajes, tanto de la cantidad de viajeros del país como en las pernoctaciones.

En cuanto a los **bienes semidurables**, todos los indicadores continúan con alzas interanuales, especialmente “Juguetería”, que acumula un alza de 54,3% en lo que va del año. El consumo de indumentaria, por otro lado, exhibió un crecimiento sostenido en cada uno de sus rubros desde noviembre de 2024.

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 medir 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 (desde el 1° trimestre 2011 al 1° trimestre 2025), e incluye 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.