



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

OCTUBRE DE 2025

Índice de consumo privado. Octubre 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) – Octubre 2025



El Índice de consumo privado (ICP-UP) presenta en octubre de 2025 una **baja de 1,5%** respecto del mes anterior. Por su parte, en la comparación con el valor del mismo mes del año anterior, el indicador se mantiene en terreno positivo (**3,9% interanual**). En los primeros diez meses de 2025, el indicador acumula **un incremento de 12,2%** respecto del mismo período de 2024.

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

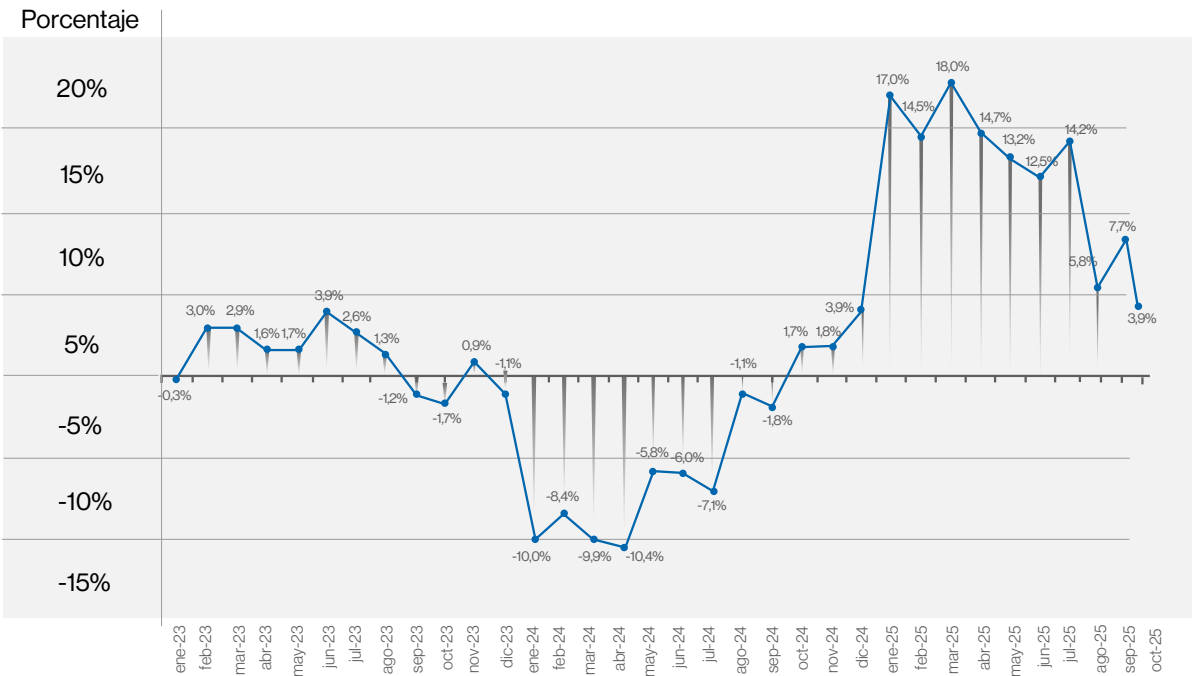
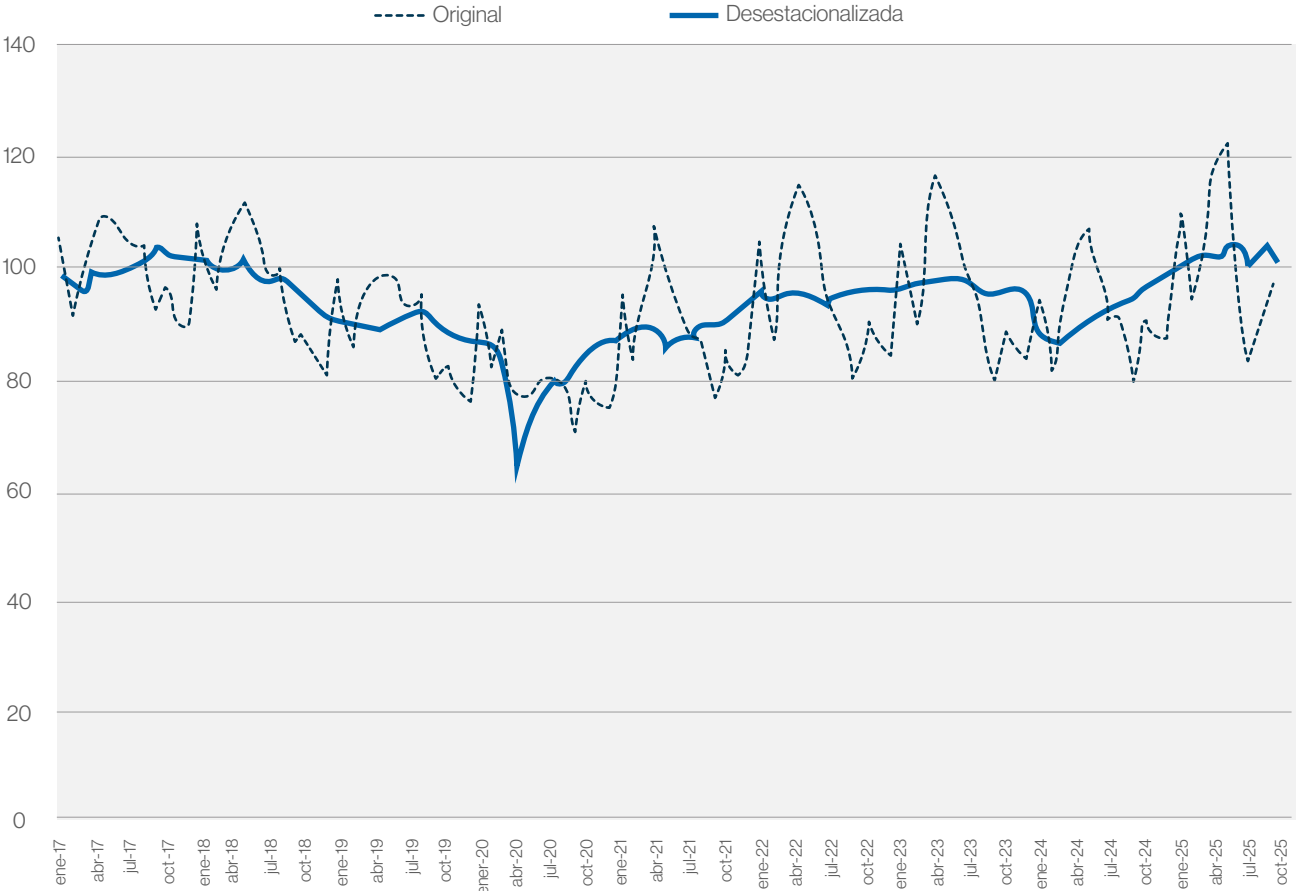
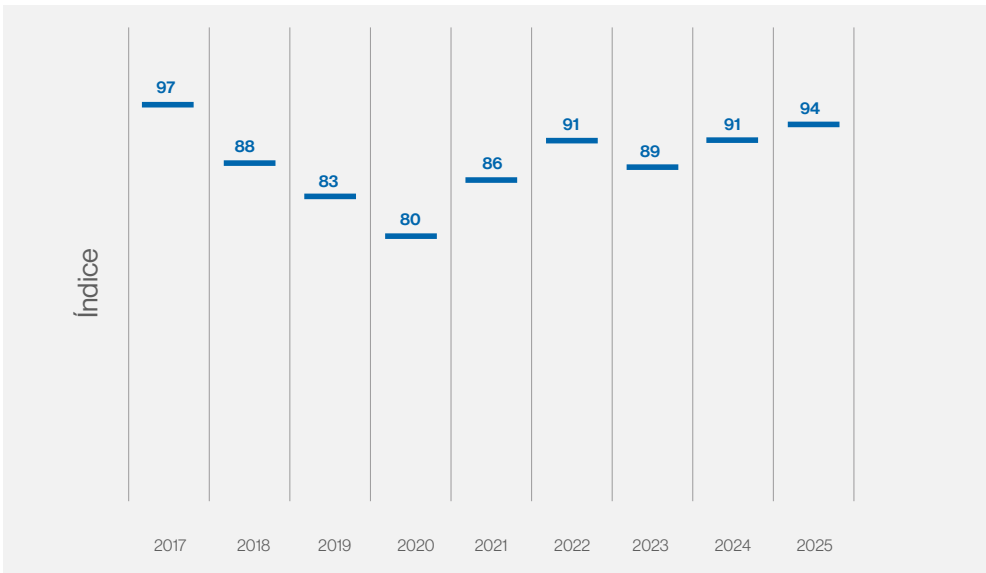


Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – octubre de 2025.



Tal como se mencionó, en octubre el ICP-UP mostró **una disminución del 1,5% con respecto al mes anterior**, luego de dos períodos con marcadas variaciones en los resultados intermensuales (-2,8% y +1,8% en agosto y septiembre, respectivamente), lo que refleja la volatilidad del consumo en el último período.

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



Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de octubre de 2025 **es el valor más alto de los últimos ocho períodos**, si bien se ubicó por debajo de los niveles de octubre de 2017.

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

	Mensual	Interanual	Acumulada anual
oct- 24	3,1%	1,7%	-6,2%
nov- 24	0,7%	1,8%	-5,5%
dic- 24	1,6%	3,9%	-4,8%
ene- 25	1,0%	17,0%	17,0%
feb- 25	1,1%	14,5%	15,8%
mar- 25	1,3%	18,0%	16,6%
abr- 25	-0,7%	14,7%	16,0%
may- 25	-0,2%	13,2%	15,4%
jun- 25	1,3%	12,5%	14,9%
jul- 25	0,3%	14,2%	14,8%
ago-25	-2,8%	5,8%	13,7%
sep-25	1,8%	7,7%	13,2%
oct-25	-1,5%	3,9%	12,2%

Nota: datos provisorios.

2. Semáforo de indicadores.

Dada la heterogeneidad de los diversos conceptos de gasto de los hogares, a continuación, se presenta 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	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA ¹	-2,2%	3,9%	19,6%	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	3,5%	5,9%
	Adelantos cuenta corriente ¹	22,1%	36,2%	62,9%	32,8%	47,6%	55,3%	49,7%	52,7%	51,8%	41,4%	35,7%	46,3%	47,2%
	Préstamos personales ¹	75,7%	130,6%	187,5%	227,7%	249,7%	265,4%	240,0%	203,2%	169,1%	135,5%	107,1%	83,3%	168,9%
	Compras con tarjeta ¹	11,7%	33,5%	57,8%	64,8%	73,8%	81,6%	78,2%	73,0%	61,9%	53,9%	42,8%	36,1%	60,7%
Bienes durables	Autos	4,8%	42,3%	114,8%	75,0%	89,5%	72,0%	70,5%	87,0%	59,1%	45,3%	41,5%	24,5%	64,8%
	Motos	24,5%	51,3%	76,8%	33,0%	76,6%	36,6%	32,3%	38,2%	23,2%	-10,3%	30,6%	31,5%	33,2%
	Escrituras inmuebles	42,1%	68,1%	93,7%	93,9%	39,7%	50,4%	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%	35,7%		40,1%
	Préstamos hipotecarios ¹	-10,5%	28,3%	74,9%	115,3%	162,5%	222,0%	274,0%	328,8%	359,9%	360,8%	336,2%	292,1%	246,1%
	Cemento en bolsa	-10,6%	-7,0%	9,3%	7,5%	19,2%	20,2%	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%	-8,2%		2,1%
	Electrodomésticos ¹	15,4%	83,7%	97,6%	94,5%	94,8%	60,4%	41,2%	7,5%	-0,8%	15,9%			41,7%
Consumo masivo	Carne vacuna	-13,6%	26,2%	10,3%	13,4%	18,0%	15,7%	-0,6%	16,7%	-2,9%	-4,3%	-2,0%		6,3%
	Carne aviar	-3,2%	8,7%	1,6%	8,0%	7,2%	3,8%	-2,5%	4,2%	-1,0%	-2,7%	12,3%		3,2%
	Lácteos ¹	-11,1%	-10,5%	-4,3%	-4,7%	2,8%	1,4%	2,2%	-4,2%	-3,5%	-2,8%			-1,6%
	Ventas super mercados ²	-7,6%	-3,3%	4,2%	1,3%	3,0%	8,9%	6,1%	0,8%	1,0%	0,3%			3,1%
	Ventas supermayoristas ²	-10,9%	-14,5%	-10,5%	-9,1%	-4,0%	-2,9%	-4,1%	-8,4%	-6,3%	-8,4%			-6,7%
	Perfumería y farmacia ¹	-30,5%	-17,8%	-2,9%	6,0%	8,3%	-3,6%	-1,9%	-11,5%	-9,0%	-7,0%			-3,8%
	Combustible	-6,0%	-3,4%	1,6%	-0,1%	4,7%	7,6%	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%	7,0%		4,2%
Recreación y turismo (servicios)	Pernoctaciones	-3,5%	-7,1%	1,8%	-3,3%	-3,2%	13,3%	15,3%	-8,5%	1,3%	4,2%			1,6%
	Viajeros	-0,5%	-4,3%	3,3%	3,3%	2,1%	11,1%	14,9%	-0,5%	5,5%	6,6%			5,3%
	Espectadores cines	21,6%	-20,9%	11,7%	-25,0%	1,1%	43,0%	55,7%	-39,9%	-16,7%	15,3%			-4,6%
	Restaurantes tradicionales	-16,6%	-8,5%	-10,5%	-7,6%	2,1%	6,1%	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%	0,1%		-1,9%
	Patios de comidas y alimentos ¹	-10,3%	-5,6%	3,9%	-3,1%	6,8%	0,6%	-0,3%	-12,4%	-7,5%	5,3%			-1,4%
	Espectáculos, juegos infantiles ¹	5,2%	-8,0%	0,3%	-17,6%	-4,2%	22,9%	33,4%	-39,5%	-24,2%	7,6%			-10,2%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings ¹	1,3%	11,5%	12,6%	5,5%	19,6%	11,9%	-5,6%	-0,9%	-12,0%	-7,8%			1,7%
	Ropa y accesorios deportivos ¹	23,3%	32,1%	18,8%	11,0%	24,8%	8,2%	-4,2%	-11,9%	-15,3%	-7,5%			0,3%
	Prendas y calzado super ¹	11,7%	17,8%	37,3%	14,5%	42,3%	12,2%	-1,4%	14,4%	-4,9%	-21,7%			13,9%
	Jugueterías ¹	21,3%	42,9%	72,1%	37,6%	64,9%	41,8%	41,8%	22,7%	20,8%	16,6%			34,2%

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

En cuanto a **indicadores generales** asociados al consumo privado, la recaudación del IVA registró un incremento de 3,5% interanual al descontar el efecto de los precios al consumidor. Por su parte, las compras con tarjeta aumentaron 36,1% en términos reales respecto de un año atrás y los préstamos personales, 83,3%, lo que significó en ambos casos una leve desaceleración respecto de las tasas de crecimiento del mes anterior.

En el caso de los **bienes durables**, que son los que han mostrado el mayor dinamismo de consumo a lo largo del año, mantuvieron esta tendencia en los primeros datos de octubre. Por ejemplo, el patentamiento de automóviles aumentó 24,5% interanual y el de motos lo hizo un 31,5%. En cambio, se observa un deterioro en los despachos de cemento en bolsa, asociados usualmente a las pequeñas obras, que a septiembre de 2025 lleva 3 meses consecutivos de caídas en la comparación interanual.

Respecto al **consumo masivo**, los datos de septiembre mostraron señales mixtas, luego de un mal desempeño para el mes de agosto. Las ventas de combustibles, por caso, registraron un incremento de 7,0% interanual en septiembre, el valor más alto desde abril de 2025. En cuanto al consumo de carne, la vacuna cayó un 2,0% en septiembre, y de esta manera anotó su tercera caída consecutiva, mientras que la carne aviar volvió a crecer luego de dos meses seguidos en rojo: en noveno mes del año, el consumo aumentó un 12,3% respecto al mismo período del año pasado.

En cuanto al rubro de **recreación y turismo**, el índice de restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires se mantuvo prácticamente sin cambios respecto de un año atrás, de manera que alcanza cuatro meses sin mostrar señales de recuperación. Esto contrasta con el resto de los indicadores de consumo del rubro, que en agosto evidenciaron tasas de crecimiento en la comparación interanual (como es el caso del turismo interno, los espectadores de cine en shoppings y ventas en patios de comida, por citar algunos de ellos), luego de las caídas observadas durante la mitad del año.

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, mostraron caídas durante agosto (por encima del 7,5% interanual), en tanto que las ventas en jugueterías sostuvieron las tasas positivas, con un alza de 16,6% en el octavo mes del año.

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.