Universidad de Palermo

Facultad de Negocios

MONITOR DEL CONSUMO PRIVADO

Índice de consumo privado (ICP-UP)

OCTUBRE 2026

MONITOR DEL CONSUMO PRIVADO

Índice de consumo privado (ICP-UP)

-1,1 %	-0,1%	-1,3%
Mensual	Interanual	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
+0,4% ia

[LS: +3,8%] [LI: -2,9%]



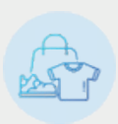
Consumo masivo
-5,8% ia

[LS: -4,3 %] [LI: -7,3%]



Servicios recreativos
+0,9% ia

[LS: +2,7%] [LI: -1,0%]



Bienes semidurables
+8,4% ia

[LS: +11,4%] [LI: +5,4%]

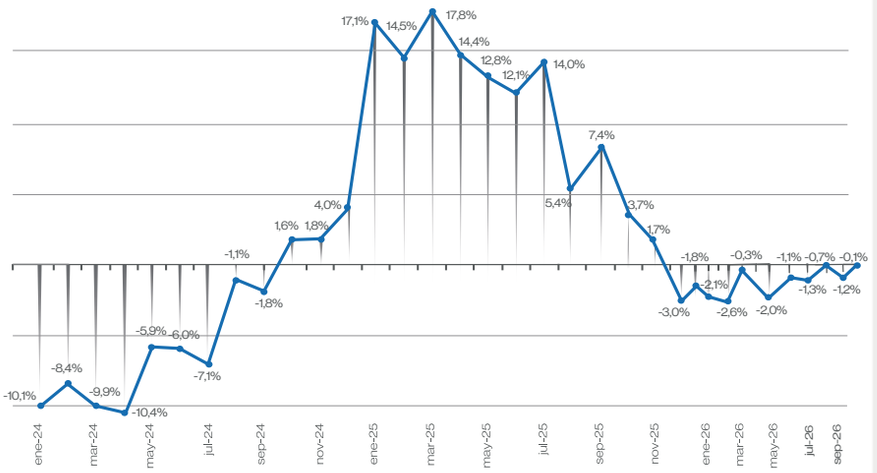
LS: Límite superior de la estimación - LI: Límite inferior de la estimación

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 – octubre de 2026



-0,1% interanual

El Índice de consumo privado (ICP-UP) de octubre 2026 registró una baja de 0,1% respecto de un año atrás moderando la caída respecto de meses anteriores.

-1,3% acumulado

En lo que va del año, el ICP-UP acumula una baja de 1,3% cuando se lo compara con el mismo período de 2025.

2. Índice serie original y desestacionalizada
Enero de 2017 – octubre de 2026

-1,1% mensual

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

La baja mensual de octubre se da en un contexto de varios meses de retroceso: salvo por una leve recuperación en septiembre, desde julio se observan caídas mensuales.

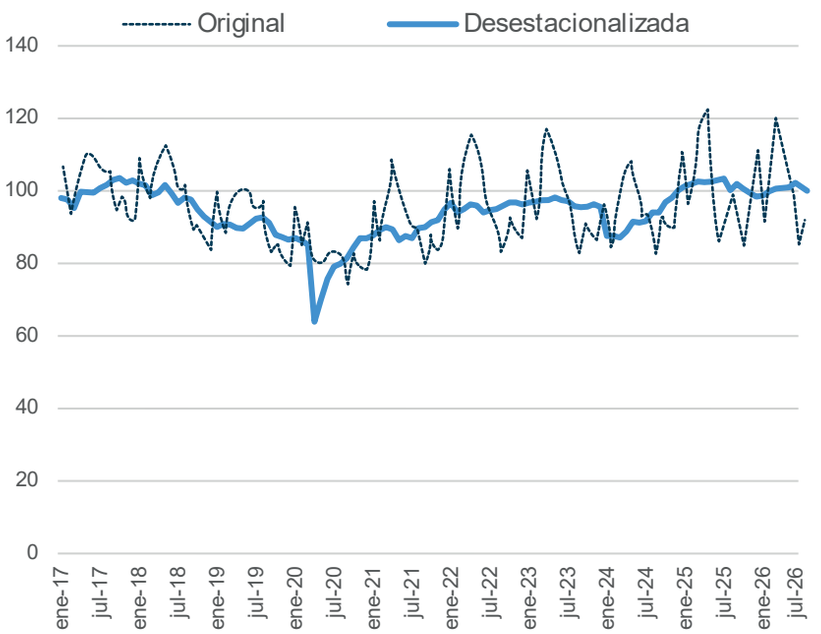


Tabla 1. Variación mensual, variación interanual y variación acumulada anual.

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

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

Octubre 2026

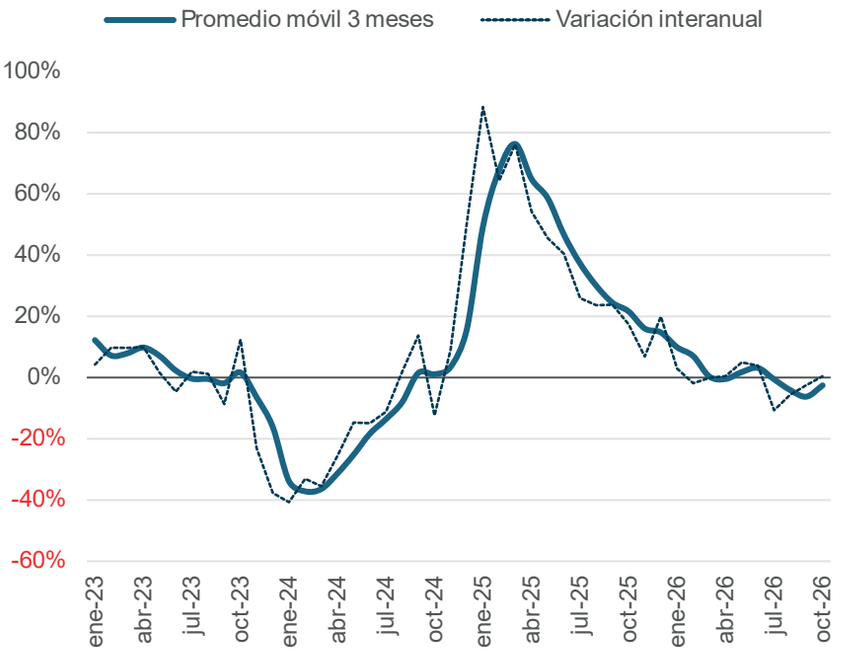
ÚLTIMO DATO

+0,4% ia

LS: 3,8% ia
LI: -2,9% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

-2,6% ia



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

ACUMULADA ANUAL | **-0,8% ia**

-1,3% | **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 JDemetra+.*

ÍNDICE DE CONSUMO MASIVO

Octubre 2026

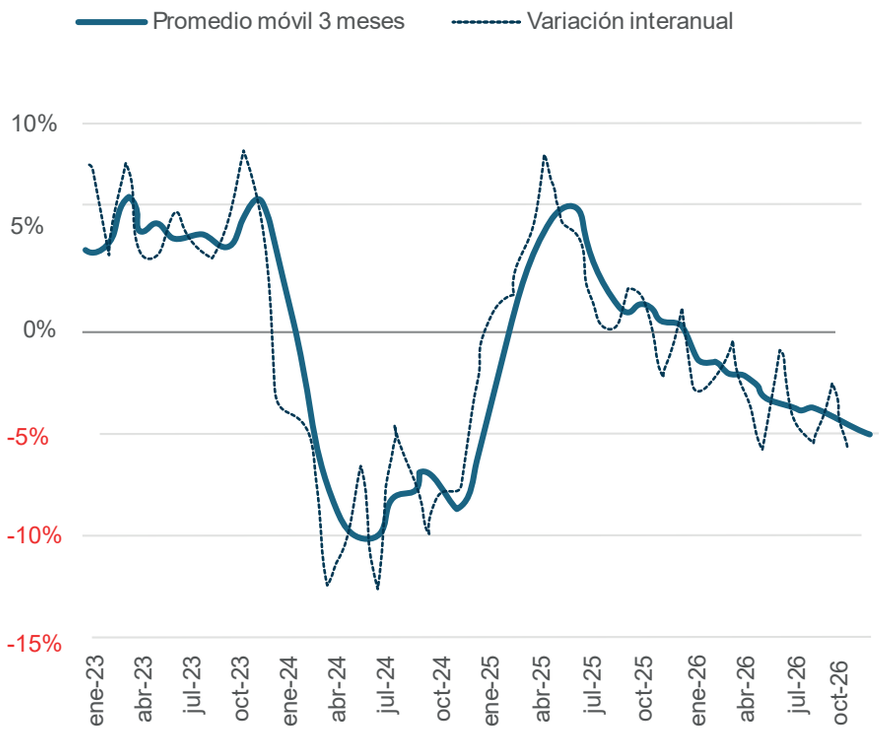
ÚLTIMO DATO

-5,8% ia

LS: -4,3% ia
LI: -7,3% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

-4,6% ia



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

ACUMULADA ANUAL | **-3,4% ia**

-1,3% | **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 JDemetra+.*

ÍNDICE DE CONSUMO DE SERVICIOS (RECREACIÓN Y TURISMO)

Octubre 2026

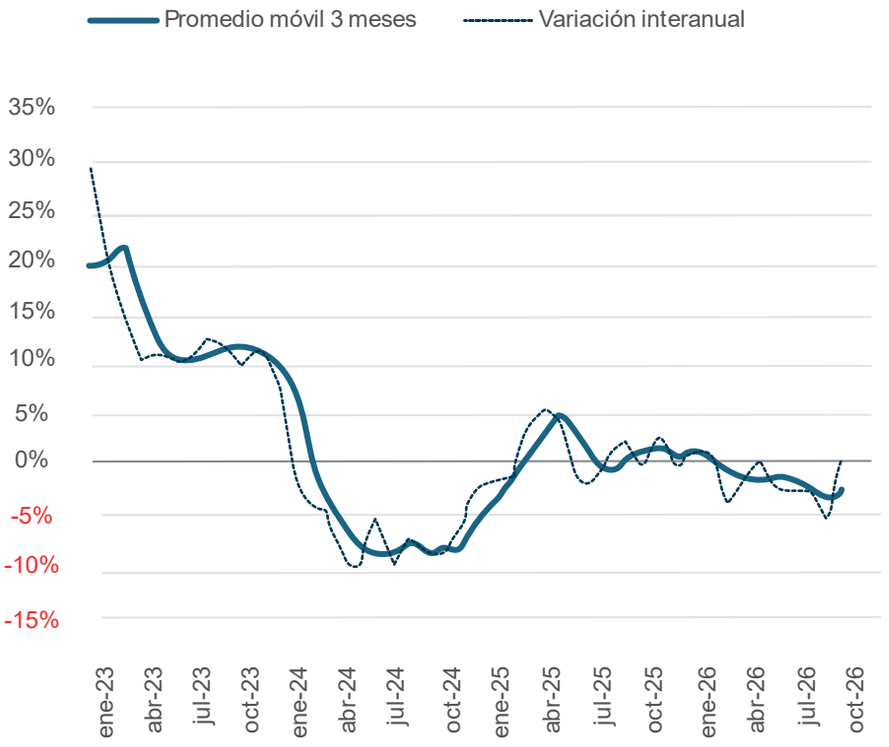
ÚLTIMO DATO

+0,9% ia

LS: 2,7% ia
LI: -1,0% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

-2,3% ia



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

ACUMULADA ANUAL | **-1,5% ia**

-1,3% | **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 JDemetra+.*

ÍNDICE DE CONSUMO DE BIENES SEMIDURABLES

Octubre 2026

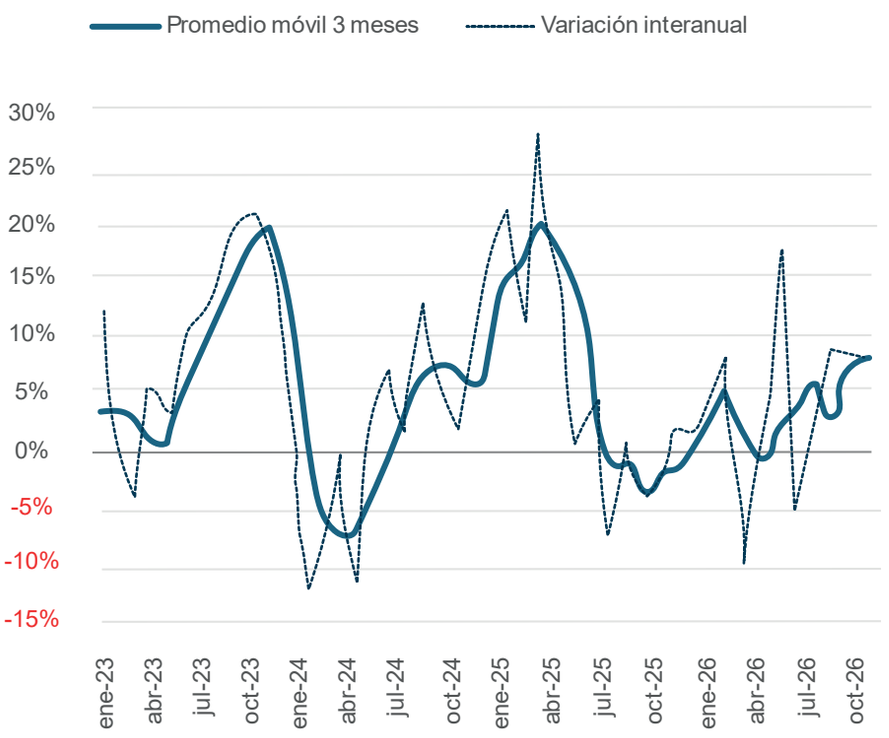
ÚLTIMO DATO

+8,4% ia

LS: 11,4% ia
LI: 5,4% ia

PROMEDIO ÚLTIMOS 3 MESES

8,6% ia



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

ACUMULADA ANUAL | **4,2% ia**

-1,3% | **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 JDemetra+.*

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	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26	jul-26	ago-26	sept-26	oct-26	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA[1]	-5,3%	-4,9%	-3,3%	-3,5%	-0,1%	-1,3%	-2,9%	-4,1%	5,6%	-3,1%	1,6%	-1,5%	-1,3%
	Adelantos cuenta corriente[1]	45,7%	48,8%	35,2%	30,6%	14,5%	7,3%	2,0%	-8,5%	-8,5%	4,2%	5,0%	-2,0%	6,4%
	Préstamos personales[1]	64,4%	49,1%	36,8%	24,9%	17,1%	9,3%	2,4%	-2,0%	-5,0%	-7,5%	-8,8%	-8,3%	4,3%
	Compras con tarjeta[1]	22,1%	17,3%	11,9%	6,1%	3,2%	1,6%	-3,4%	-4,9%	-4,5%	-11,2%	-10,4%	-12,3%	-2,7%
Bienes durables	Autos	4,5%	14,3%	-3,5%	-3,3%	3,3%	-11,7%	-24,0%	-15,1%	-31,2%	-19,3%	-12,6%	-13,2%	-13,5%
	Motos	1,6%	19,8%	15,0%	71,0%	58,6%	53,5%	32,5%	50,0%	31,2%	34,7%	7,1%	-26,8%	36,7%
	Escrituras inmuebles	-9,2%	-0,3%	-6,1%	-16,9%	17,8%	0,0%	-3,1%	4,0%	-9,0%	-4,9%	-5,5%		-2,7%
	Préstamos hipotecarios[1]	237,0%	189,5%	160,8%	141,3%	122,0%	99,7%	78,9%	61,5%	48,3%	39,6%	32,3%	-26,9%	69,0%
	Cemento en bolsa	-13,4%	-7,8%	-9,7%	-12,4%	4,6%	-17,5%	-8,3%	-5,0%	-12,8%	-12,9%	0,4%		-8,3%
	Electrodomésticos[1]	4,4%	6,2%	2,6%	-20,3%	-10,1%	-11,6%	5,0%	4,6%	-0,9%	-11,8%			-5,5%
Consumo masivo	Carne vacuna	-6,2%	-6,8%	-14,6%	-9,6%	-8,1%	-13,7%	-13,7%	-2,9%	-10,5%	-13,2%	-9,2%		-10,7%
	Carne porcina	4,7%	7,3%	5,4%	8,8%	23,5%	6,2%	3,8%	22,0%	12,6%	14,3%	14,6%		12,3%
	Carne aviar	-0,8%	0,8%	-13,5%	-8,4%	10,7%	-3,3%	-8,6%	15,1%	-4,8%	1,5%	3,3%		-1,2%
	Lácteos[1]	-0,7%	-2,5%	0,7%	1,2%	-0,9%	3,3%	1,5%	2,3%	4,9%	1,7%			1,8%
	Ventas super mercados[2]	-2,8%	0,5%	-1,2%	-3,1%	-5,1%	-3,7%	-0,7%	-3,1%	-2,1%	-3,7%			-2,8%
	Ventas supermayoristas[2]	-8,3%	2,1%	1,3%	-1,2%	-7,2%	-5,0%	-2,3%	-3,1%	-1,1%	-3,6%			-2,9%
	Perfumería y farmacia[1]	-7,0%	-10,4%	3,0%	-1,2%	-9,7%	-1,4%	11,7%	-12,7%	-12,7%	-7,8%			-4,8%
	Combustible	-2,3%	3,8%	1,0%	-0,1%	-1,5%	-1,0%	-2,4%	-1,9%	-6,6%	-3,3%	-1,3%		-1,9%
Recreación y turismo (servicios)	Espectadores cines	-29,7%	-4,1%	-15,0%	19,0%	-28,9%	-6,5%	-4,8%	7,1%	6,7%	26,1%			1,9%
	Restaurantes tradicionales	5,6%	-2,3%	1,0%	1,4%	-6,0%	-2,9%	-1,3%	-3,8%	-7,1%	-7,1%	-8,1%		-3,9%
	Patios de comidas y alimentos	3,7%	-1,1%	0,0%	-4,9%	-19,1%	-7,4%	7,1%	-8,5%	-1,3%	-2,8%			-4,8%
	Espectáculos, juegos infantile	-24,2%	-10,4%	-10,6%	5,5%	-29,4%	-7,0%	-8,8%	-0,5%	14,8%	19,8%			0,0%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings	1,0%	-0,2%	4,0%	3,2%	-16,3%	-7,2%	17,0%	-13,5%	-1,6%	6,1%			-1,8%
	Ropa y accesorios deportivos	-2,5%	-3,9%	-0,5%	8,7%	4,0%	13,0%	31,2%	20,8%	31,9%	25,6%			17,5%
	Prendas y calzado super[1]	2,4%	7,5%	-0,1%	3,7%	-14,5%	-13,8%	12,4%	-22,4%	-1,6%	15,8%			-3,6%
	Jugueterías[1]	14,5%	2,8%	5,4%	14,0%	-15,4%	-0,5%	12,7%	-12,0%	-4,1%	-6,8%			-2,1%

Dentro de los datos del mes, entre los **indicadores generales** lse observó una nueva caída de la recaudación del IVA medida en términos reales: el indicador, que viene registrando cierta inestabilidad en los últimos meses, cayó 1,5% interanual en octubre, y acumula en el año una baja de 1,3%. Al analizar el comportamiento de los préstamos, también se observan caídas en términos reales, como reflejo de la suba de la morosidad y de la debilidad del gasto de las familias de los últimos meses. En particular, se destaca la contracción del stock de las compras con tarjera de crédito (-12,3% interanual en octubre) y de los préstamos personales (-8,3% interanual).

En cuanto a los **bienes durables**, los últimos datos difundidos no mostraron cambios respecto a la tendencia de los meses previos. Por un lado, los patentamientos de automóviles cayeron 13,2% interanual en octubre, y en el año la baja llega a 13,5%. Por su parte, los patentamientos de motos subieron 26,8% interanual, de manera que en los primeros 10 meses del año ya se vendieron más de 700 mil motocicletas (un 36,7% adicional que en 2025). Dentro de esta categoría también sobresale la retracción de las escrituras de inmuebles de la Ciudad de Buenos Aires (-5,5% interanual en septiembre), que ya anotó 6 meses de caída en el año.

Entre los indicadores de **consumo masivo**, tanto el consumo de carne porcina como el de carne aviar registraron alzas en el mes de septiembre. Por un lado, la carne de chancho subió un 14,6% interanual (+12,3% acumulado en 2026) y, por el otro, el consumo de carne aviar, un 3,3%. En contraposición, el consumo de carne vacuna volvió a caer en septiembre, un 9,2% interanual, anotando 15 bajas consecutivas. En lo que respecta a las ventas de nafta al público, también registraron una baja en el noveno mes del año (-1,3% interanual), y en lo que va del año ya acumula una caída de 1,9%.

Sobre el sector de **recreación y turismo,** los datos de los últimos meses continúan mostrando señales negativas en algunos rubros. Por ejemplo, el consumo en restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires registró en septiembre una baja de 8,1% interanual y las ventas en patios de comida de los centros de compras medidas en términos reales bajaron 2,8% interanual en agosto. Sin embargo, el número de espectadores en sala de cine de los shoppings mostraran tasas positivas desde la segunda parte del año, y en agosto la suba alcanzó los dos dígitos (+26,1% interanual).

Por último, entre los **bienes semidurables**, gran parte de los indicadores de agosto se situaron en terreno positivo, luego de las bajas de julio. Por caso, las ventas de ropa y calzado a precios constantes en shoppings y supermercados aumentaron 6,1% y 15,8% interanual, respectivamente, y en el caso de la ropa y accesorios deportivos, 25,6%. En cuanto a la facturación en términos reales en jugueterías en centros de compras, mantuvieron la caída, de 6,8% interanual para el mes de agosto.

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.