



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

SEPTIEMBRE DE 2025

Índice de consumo privado. Septiembre 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) – Septiembre 2025



El Índice de consumo privado (ICP-UP) presenta en septiembre de 2025 un **alza de 2,4% 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 (**7,6% interanual**), de modo que lleva 12 meses de alza consecutiva con respecto al mismo período del año anterior.

En los primeros nueve meses de 2025, el indicador **acumula un incremento de 13,1%** respecto del mismo período de 2024.

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

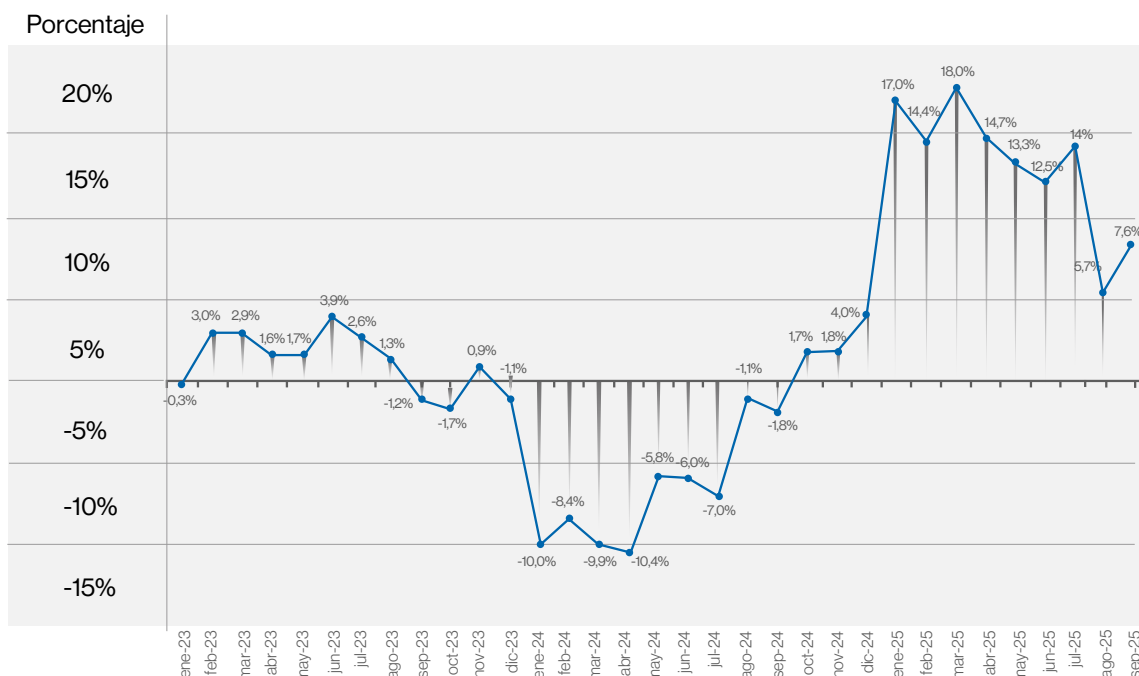
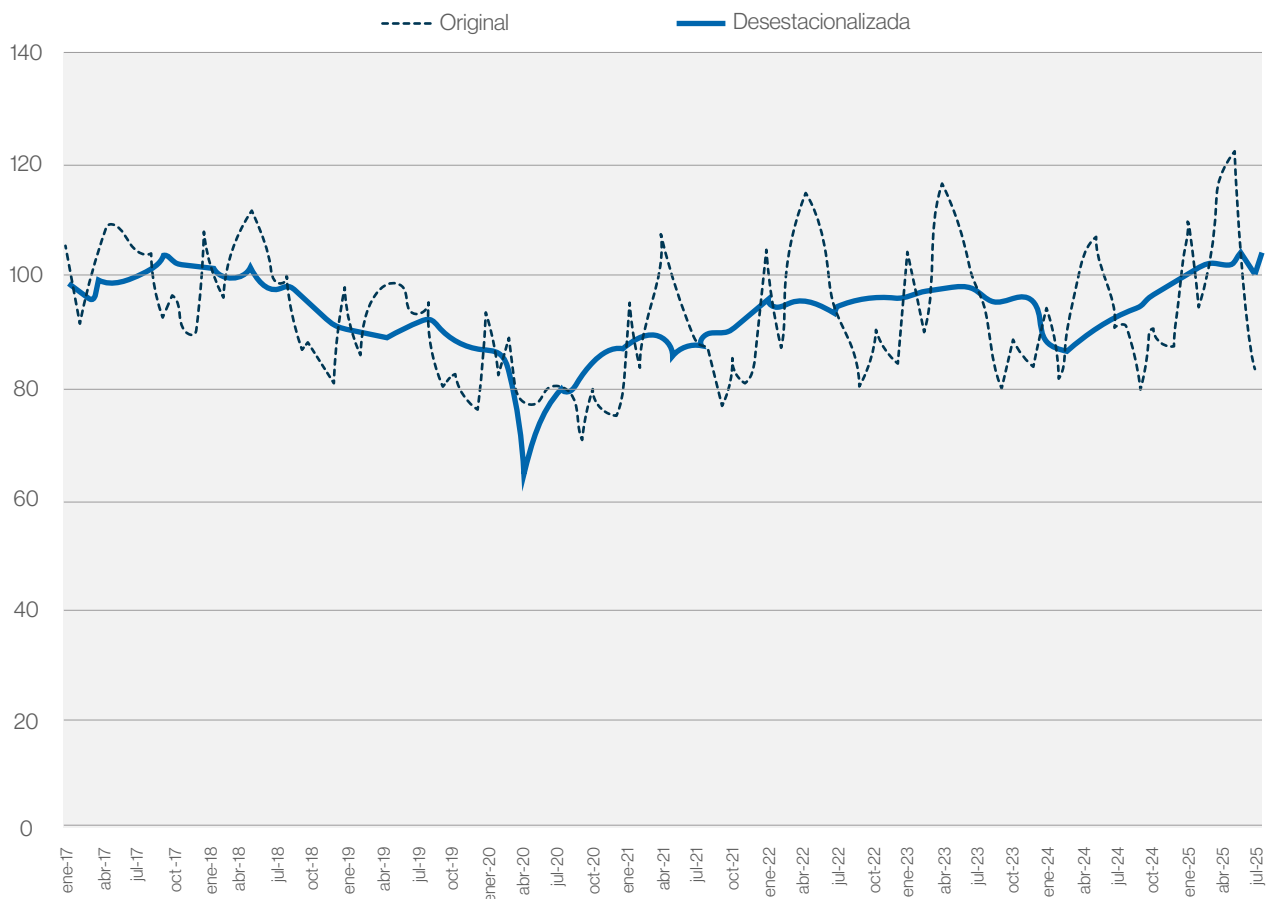
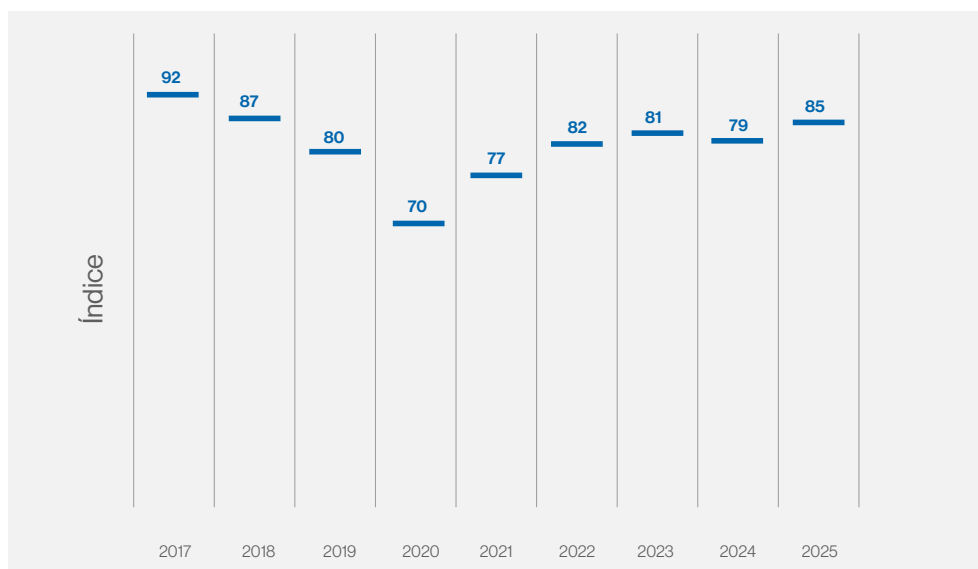


Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – septiembre de 2025.



Tal como se mencionó previamente, en septiembre el ICP-UP mostró un incremento con respecto al mismo mes del año anterior. Pese al crecimiento, **el índice no logró recuperar el terreno perdido en agosto de este año** (quedó 0,8% por debajo del nivel de julio en la medición desestacionalizada).

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



Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de septiembre de 2025 **es el valor más alto de los últimos ocho períodos**, si bien se ubicó por debajo de los niveles de septiembre de 2018 y 2017.

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

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

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	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA ¹	0,5%	-2,2%	3,9%	19,6%	5,8%	5,8%	3,7%	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	6,2%
	Adelantos cuenta corriente ¹	9,0%	22,1%	36,2%	62,9%	32,8%	47,6%	55,3%	49,7%	52,7%	51,7%	41,4%	35,6%	47,3%
	Préstamos personales ¹	48,4%	75,7%	130,6%	187,5%	227,7%	249,7%	265,4%	240,0%	203,2%	169,1%	135,5%	107,1%	185,5%
	Compras con tarjeta ¹	1,5%	11,7%	33,5%	57,8%	64,8%	73,8%	81,6%	78,2%	73,0%	61,9%	53,9%	42,8%	64,2%
Bienes durables	Autos	9,7%	4,8%	42,3%	114,8%	75,0%	89,5%	72,0%	70,5%	87,0%	57,4%	44,8%	40,6%	70,1%
	Motos	7,5%	24,5%	51,3%	76,8%	33,0%	76,6%	36,6%	32,3%	37,8%	35,2%	-0,5%	45,5%	38,2%
	Escrituras inmuebles	31,4%	42,1%	68,1%	93,7%	93,9%	39,7%	50,4%	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%		40,8%
	Préstamos hipotecarios ¹	-29,3%	-10,5%	28,3%	74,9%	115,3%	162,5%	222,0%	274,0%	328,8%	358,9%	360,8%	336,2%	239,2%
	Cemento en bolsa	-17,4%	-10,6%	-7,0%	9,3%	7,5%	19,2%	20,2%	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%		3,7%
	Electrodomésticos ¹	-23,2%	15,4%	83,7%	97,6%	94,5%	94,8%	60,4%	41,2%	7,5%	-0,8%			46,6%
Consumo masivo	Carne vacuna	4,8%	-13,6%	26,2%	10,2%	13,4%	18,0%	15,7%	-0,6%	16,6%	-2,9%	-3,5%		7,4%
	Carne aviar	0,9%	-3,2%	8,8%	1,5%	8,1%	7,0%	3,9%	-2,5%	4,1%	-0,8%	-1,9%		2,1%
	Lácteos ¹	-15,2%	-11,1%	-10,5%	-4,3%	-4,7%	2,8%	1,4%	2,2%	-4,2%	-3,5%			-1,5%
	Ventas super mercados ²	-17,8%	-7,6%	-3,3%	4,2%	1,3%	3,0%	8,9%	6,1%	0,8%	1,0%			3,5%
	Ventas supermayoristas ²	-22,8%	-10,9%	-14,5%	-10,5%	-9,1%	-4,0%	-2,9%	-4,1%	-8,4%	-6,3%			-6,5%
	Perfumería y farmacia ¹	-31,1%	-30,5%	-17,8%	-2,9%	6,0%	8,3%	-3,6%	-1,9%	-11,5%	-9,0%			-3,2%
	Combustible	-5,9%	-6,0%	-3,4%	1,6%	-0,1%	4,7%	7,6%	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%		3,8%
	Pernoctaciones	-9,8%	-3,5%	-7,1%	1,8%	-3,3%	-3,2%	13,3%	15,3%	-8,3%	1,2%			1,3%
Recreación y turismo (servicios)	Viajeros	-6,5%	-0,5%	-4,3%	3,3%	3,3%	2,1%	11,1%	14,9%	0,4%	5,4%			5,2%
	Espectadores cines	-25,5%	21,6%	-20,9%	11,7%	-25,0%	1,1%	43,0%	55,7%	-39,9%	-16,7%			-7,4%
	Restaurantes tradicionales	-17,2%	-16,6%	-8,5%	-10,5%	-7,6%	2,1%	6,1%	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%		-2,1%
	Patios de comidas y alimentos ¹	-17,1%	-10,3%	-5,6%	3,9%	-3,1%	6,8%	0,6%	-0,3%	-12,4%	-7,5%			-2,4%
	Espectáculos, juegos infantiles ¹	-27,7%	5,2%	-8,0%	0,3%	-17,6%	-4,2%	22,9%	33,4%	-39,5%	-24,2%			-12,7%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings ¹	1,5%	1,3%	11,5%	12,6%	5,5%	19,6%	11,9%	-5,6%	-0,9%	-12,0%			3,3%
	Ropa y accesorios deportivos ¹	8,1%	23,3%	32,1%	18,8%	11,0%	24,8%	8,2%	-4,2%	-11,9%	-15,3%			1,6%
	Prendas y calzado super ¹	-12,7%	11,7%	17,8%	37,3%	14,5%	42,3%	12,2%	-1,4%	14,4%	-4,9%			12,8%
	Jugueterías ¹	3,9%	21,3%	42,9%	72,1%	37,6%	64,9%	41,8%	41,8%	22,7%	20,8%			40,7%

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.

Los **indicadores generales** asociados al consumo privado se mantuvieron en valores positivos, si bien presentaron dinámicas distintas. La recaudación del IVA desaceleró su tasa de incremento por tercer mes consecutivo: descontado el efecto de los precios al consumidor, en septiembre aumentó apenas 0,6% interanual. Aunque con tasas de crecimiento más elevadas, los créditos asociados al consumo también redujeron su crecimiento con relación a las variaciones de los meses previos. Las compras con tarjeta, por ejemplo, aumentaron 42,8% interanual en términos reales, cuando en junio habían registrado un alza de 73,0%.

En el caso de los **bienes durables**, los indicadores de consumo sostuvieron su dinamismo. El patentamiento de automóviles aumentó en septiembre 40,6% en la comparación interanual. Asimismo, las ventas de motos, que en agosto habían registrado una leve contracción por primera vez en el año, se recuperaron y volvieron a incrementarse en el noveno mes del año, con un alza de 45,5% interanual.

Respecto al **consumo masivo**, los datos de carne vacuna y carne aviar volvieron a mostrar contracciones en agosto de 2025: en el primer caso la caída fue de 3,5% interanual y en cuanto al consumo de carne aviar, de 1,9%. Los datos en cuestión anotan su segunda caída consecutiva, lo cual podría adelantar la dinámica esperada del resto de los indicadores asociados al consumo masivo (ventas de autoservicios mayoristas, lácteos, perfumería y farmacia), que en julio también registraron mermas en la comparación interanual. La venta de combustible, en cambio, se incrementó en agosto por sexto mes consecutivo.

En cuanto al rubro de **recreación y turismo**, el índice de restaurantes tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires volvió a contraerse en agosto respecto de igual período de 2024, y acumuló de esta manera tres caídas consecutivas. En cuanto al resto de los indicadores, en julio ya habían evidenciado caídas en las mediciones. Por ejemplo, el número de espectadores de cines (-16,7%), las ventas de patios de comida (-7,5%), y los espectáculos y juegos (-24,2%) en centros de compras tuvieron variaciones negativas.

Finalmente, los **bienes semidurables** sostuvieron en julio las tasas negativas de variación. Las ventas medidas a precios constantes de prendas de vestir y calzado en centros de compras y supermercados cayeron 12,0% y 4,9%, respectivamente. Por su parte, las compras en jugueterías volvieron a crecer en julio (20,8% interanual), de modo que anota 12 meses consecutivos de incremento.

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.