



Facultad de Negocios

Índice de consumo privado (ICP-UP)

MARZO DE 2026

Índice de consumo privado. Marzo 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 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) – Marzo 2026



El Índice de consumo privado (ICP-UP) de marzo de 2026 registró un alza de **0,7% respecto del mes anterior**. Al comparar el índice con los datos de diciembre, también se observa una recuperación; en este caso, de 2,2%. Sin embargo, en la **comparación interanual** continúa cayendo: en marzo, el índice **disminuyó 2,6%** respecto del nivel de un año atrás. De esta manera, en el **primer trimestre de 2026**, el ICP-UP acumuló una **contracción del 2,0%** en relación con el mismo período de 2025.

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

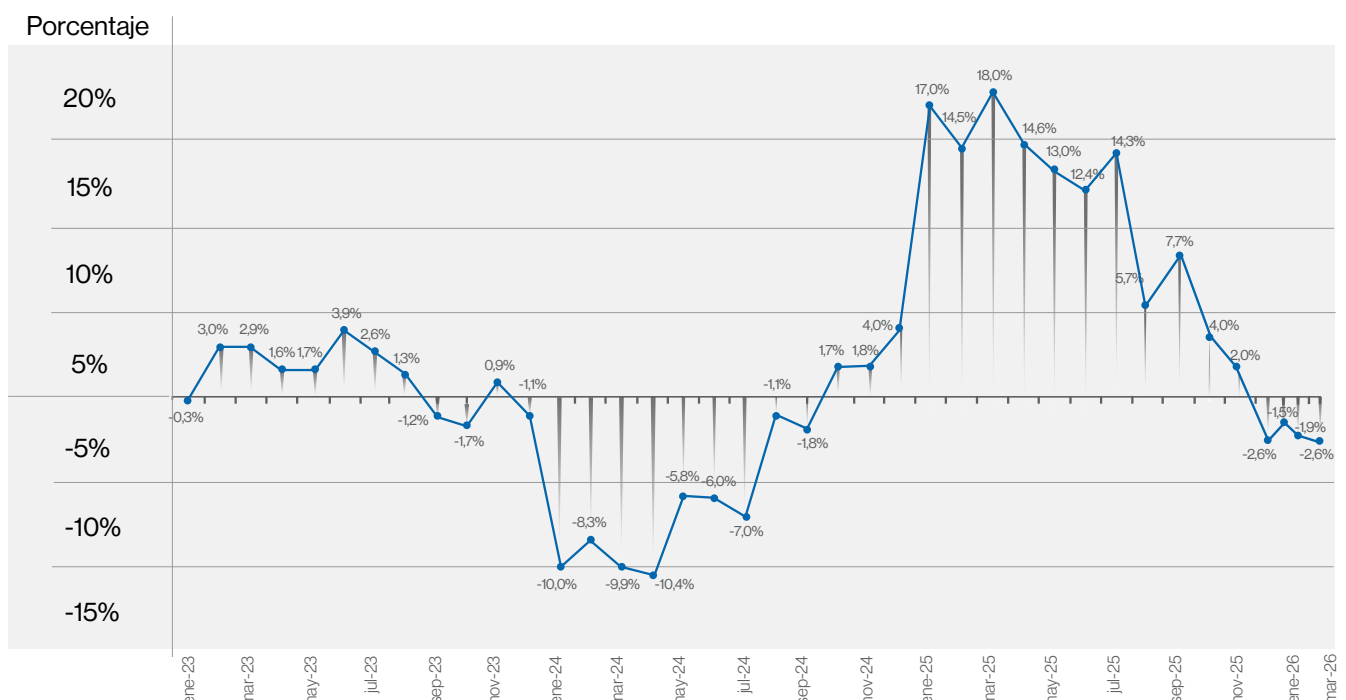
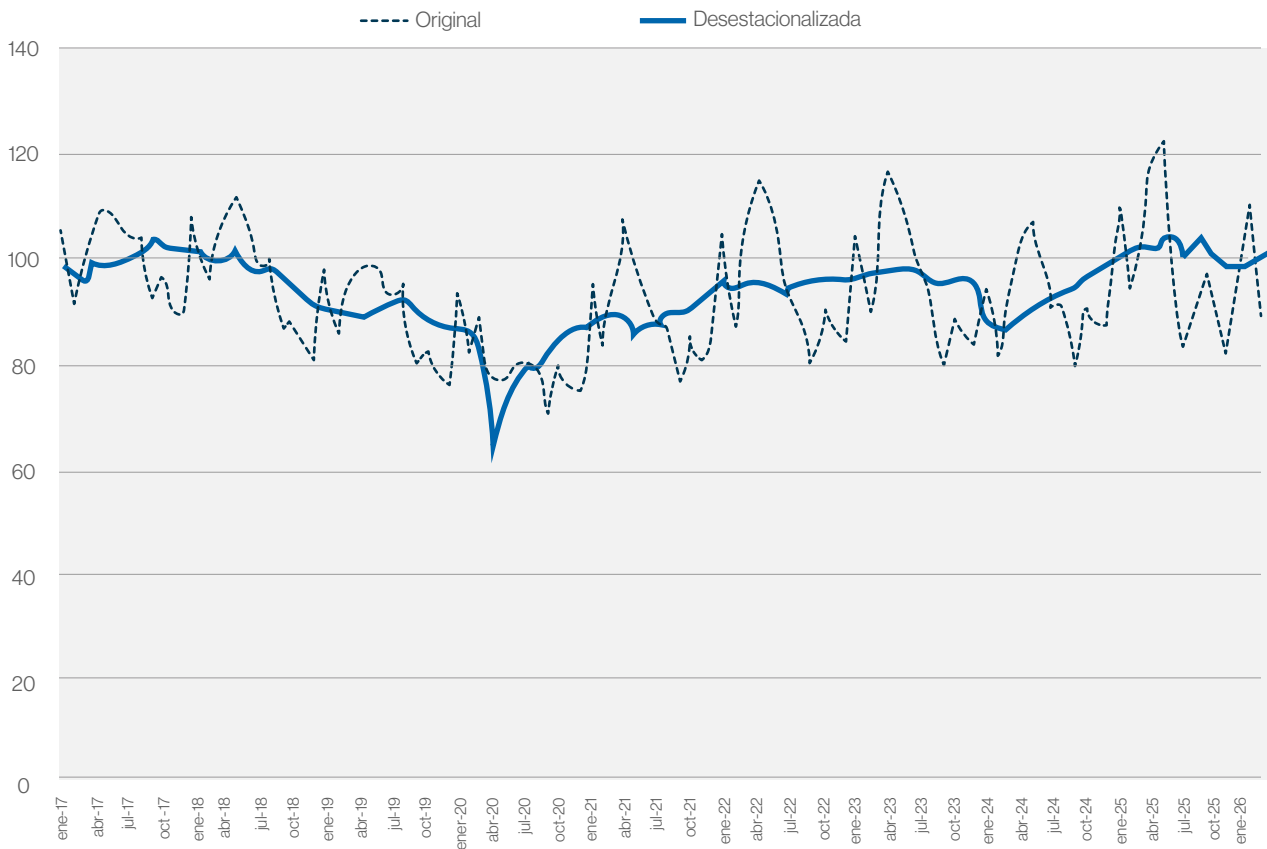
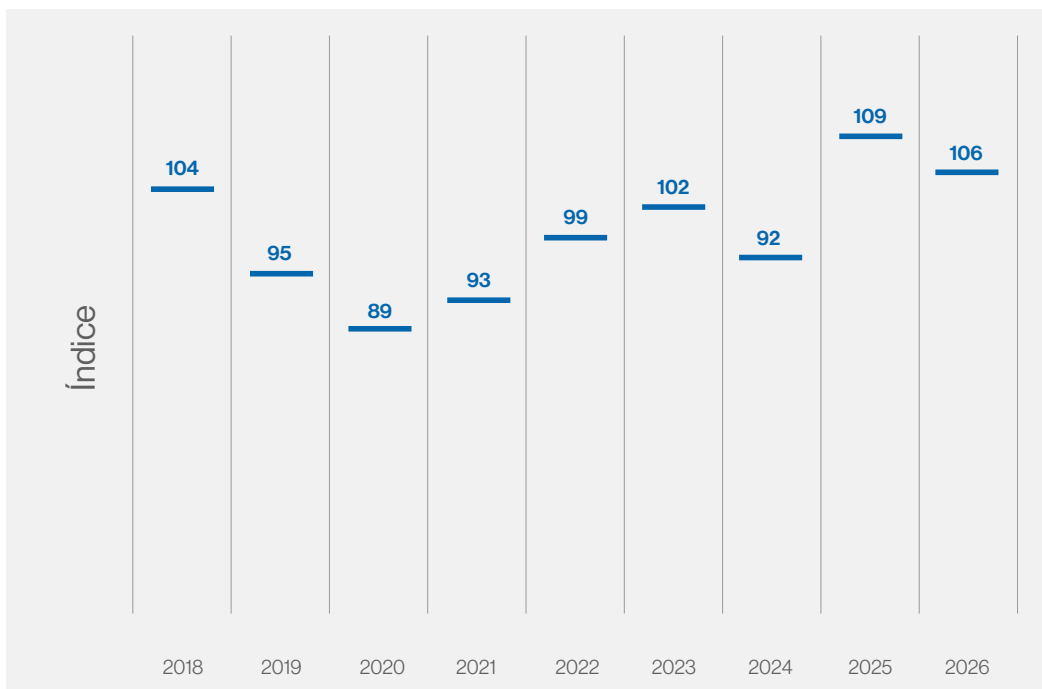


Gráfico 1.2. Índice de consumo privado (ICP-UP). Índice serie original y desestacionalizada. Enero de 2017 – marzo de 2026.



En la medición desestacionalizada, el ICP-UP de marzo de 2026 mostró una suba de 0,7% con respecto al mes anterior. De esta manera, y luego de las bajas registradas desde mediados del año pasado, el índice regresó a los niveles de octubre de 2025.

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



Al comparar con el mismo mes de años anteriores, el ICP-UP de marzo 2026 está por debajo de los niveles del año anterior, aunque **se mantuvo por encima de los números índice** registrados entre 2018 y 2024

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

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

Nota: datos provisorios.

2. Semáforo de indicadores.

Con el propósito de analizar los diversos conceptos de gasto de los hogares, se presenta a continuación la evolución de los últimos 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	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25	ene-26	feb-26	mar-26	Var.acum.
Generales	Recaudación IVA ¹	3,7%	4,3%	10,7%	3,8%	1,3%	0,6%	3,4%	-5,3%	-4,9%	-3,3%	-3,5%	0,3%	-2,3%
	Adelantos cuenta corriente ¹	55,3%	49,7%	52,7%	51,8%	41,4%	35,7%	46,1%	45,4%	48,5%	34,9%	30,3%	17,7%	26,3%
	Préstamos personales ¹	265,3%	240,0%	203,2%	169,0%	135,5%	107,1%	83,1%	63,9%	48,6%	36,2%	24,2%	16,9%	25,4%
	Compras con tarjeta ¹	81,6%	78,2%	73,0%	61,9%	53,9%	42,8%	36,0%	22,0%	17,1%	11,6%	5,7%	3,2%	6,8%
Bienes durables	Autos	72,0%	70,5%	87,0%	59,1%	45,3%	41,5%	25,2%	4,5%	14,2%	-4,2%	-3,4%	0,3%	2,6%
	Motos	36,6%	32,3%	38,2%	23,2%	-10,3%	30,7%	20,4%	1,5%	19,7%	15,3%	72,3%	55,4%	44,3%
	Escrituras inmuebles	50,4%	22,0%	36,0%	34,5%	20,2%	35,7%	17,2%	-9,2%	-0,3%	-6,1%	-16,9%		-12,0%
	Préstamos hipotecarios ¹	222,0%	274,0%	328,9%	359,9%	360,8%	336,3%	291,5%	236,9%	189,4%	160,6%	141,2%	122,4%	140,3%
	Cemento en bolsa	20,2%	0,9%	3,8%	-10,7%	-9,4%	-8,2%	-2,0%	-13,4%	-7,8%	-9,7%	-12,4%		-10,9%
	Electrodomésticos ¹	60,4%	41,2%	7,5%	-0,8%	15,9%	10,3%	14,1%	4,4%	6,2%	2,6%			2,6%
Consumo masivo	Carne vacuna	16,0%	-0,6%	16,9%	-2,7%	-4,2%	-0,9%	-5,4%	-6,2%	-6,8%	-15,1%	-9,8%		-12,7%
	Carne aviar	3,5%	-2,7%	4,7%	-0,4%	-2,4%	11,6%	10,7%	-0,8%	0,8%	-11,9%	-4,6%		-8,5%
	Lácteos ¹	1,4%	2,2%	-4,2%	-3,5%	-2,8%	-0,7%	6,6%	-0,7%	-2,5%	0,7%			-0,7%
	Ventas super mercados ²	8,9%	6,1%	0,8%	1,0%	0,3%	-0,8%	2,7%	-2,8%	0,5%	-1,2%			-1,2%
	Ventas supermayoristas ²	-2,9%	-4,1%	-8,4%	-6,3%	-8,4%	-13,1%	-9,3%	-8,3%	2,1%	1,3%			1,3%
	Perfumería y farmacia ¹	-3,6%	-2,5%	-11,7%	-9,0%	-7,2%	-11,5%	-14,0%	-7,0%	-10,4%	3,0%			3,0%
	Combustible	7,6%	5,3%	6,0%	3,1%	3,0%	7,0%	1,7%	-2,3%	3,8%	1,0%	-0,1%		0,4%
Recreación y turismo (servicios)	Pernocitaciones	13,3%	15,3%	-8,5%	2,2%	4,8%	-1,1%	-5,7%	4,8%					1,1%
	Viajeros	11,1%	14,9%	0,5%	6,9%	6,1%	1,4%	-1,9%	6,1%					4,5%
	Espectadores cines	43,8%	55,7%	-40,0%	-16,8%	15,7%			-15,3%	-29,7%	-4,1%	-15,0%		-15,0%
	Restaurantes tradicionales	6,1%	3,5%	-0,1%	-4,5%	-3,8%	0,1%	-4,0%	5,6%	2,3%	1,0%	1,4%		1,2%
	Patios de comidas y alimentos ¹	4,5%	3,5%	-9,5%	-7,5%	5,6%	1,8%	1,6%	3,7%	-1,1%	0,0%			0,0%
	Espectáculos, juegos infantiles ¹	22,9%	33,4%	-39,5%	-24,2%	8,1%	53,8%	-14,2%	-24,2%	-10,4%	-10,6%			-10,6%
Bienes semidurables	Prendas y calzado shoppings ¹	12,0%	-5,5%	1,0%	-12,0%	-7,1%	-9,5%	-7,0%	1,0%	-2,6%	4,0%			4,0%
	Ropa y accesorios deportivos ¹	8,2%	-4,2%	-11,9%	-15,3%	-7,5%	-10,9%	-9,5%	-2,5%	-3,9%	-0,5%			-0,5%
	Prendas y calzado super ¹	12,2%	-1,4%	14,4%	-4,9%	21,7%	13,8%	6,8%	2,4%	7,5%	-0,1%			0,1%
	Jugueterías ¹	41,8%	41,7%	22,6%	20,8%	15,8%	7,3%	11,4%	14,5%	2,8%	5,4%			5,4%

En lo que respecta a los **indicadores generales**, la recaudación del IVA medida en términos reales mostró en marzo una leve mejora interanual (0,3%), luego de cuatro meses consecutivos de caídas; de hecho, en el primer trimestre la recaudación acumuló una baja de 2,3% (en línea con el dato del ICP-UP). En paralelo, los préstamos vinculados al consumo siguieron expandiéndose en términos interanuales, pero mantuvieron la tendencia a la desaceleración. En particular, las compras con tarjeta registraron un aumento de apenas 3,2% interanual en marzo, luego de crecer a tasas de dos dígitos durante todo el período 2025.

En el caso de los **bienes durables**, los indicadores se caracterizan por mostrar cierta heterogeneidad. Por un lado, el patentamiento de automóviles exhibió una estabilización en marzo al presentar una variación prácticamente nula (0,3% interanual), luego de las caídas registradas en los dos meses previos. En contraste, las ventas de motos mantienen su dinamismo, con un crecimiento interanual de 55,4% en marzo. En cuanto al mercado inmobiliario, las escrituras en la Ciudad de Buenos Aires profundizaron su retroceso en los primeros meses del año (cayeron 17% interanual en febrero), mientras que el crédito hipotecario, si bien continuó creciendo a tasas elevadas, evidenció una moderación respecto de los picos alcanzados en 2025.

En cuanto al **consumo masivo**, los datos más recientes continúan dando señales de debilidad. El consumo de carnes volvió a caer en febrero en la comparación interanual, tanto al analizar la carne vacuna (-9,8%) como la aviar (-4,6%). A su vez, en el segundo mes del año la venta de combustible al público se mantuvo prácticamente sin cambios respecto del nivel de 2025, cuando venía de dos meses de tasas positivas de variación.

Respecto al rubro de **recreación y turismo**, los indicadores presentan una evolución dispar en el arranque de 2026. Algunos segmentos vinculados a la gastronomía comenzaron a mostrar leves mejoras, como el caso de los restaurantes tradicionales, con una suba de 1,4% interanual en febrero, de manera que acumula en el primer bimestre un incremento del 1,2%. Sin embargo, otros rubros asociados al esparcimiento continúan rezagados; por ejemplo, las ventas asociadas a espectáculos y entretenimiento en centros de compra cayeron en enero 10,6% interanual.

Por último, en los **bienes semidurables**, se destacan las ventas a precios constantes de jugueterías, que en enero registraron un alza de 5,4% interanual. Por su parte, en lo que respecta al rubro de indumentaria, las ventas de ropa y calzado en shoppings subieron 4,0% interanual en el primer mes del año, mientras que la de indumentaria y accesorios deportivos mostró una leve caída (-0,5%).

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.