



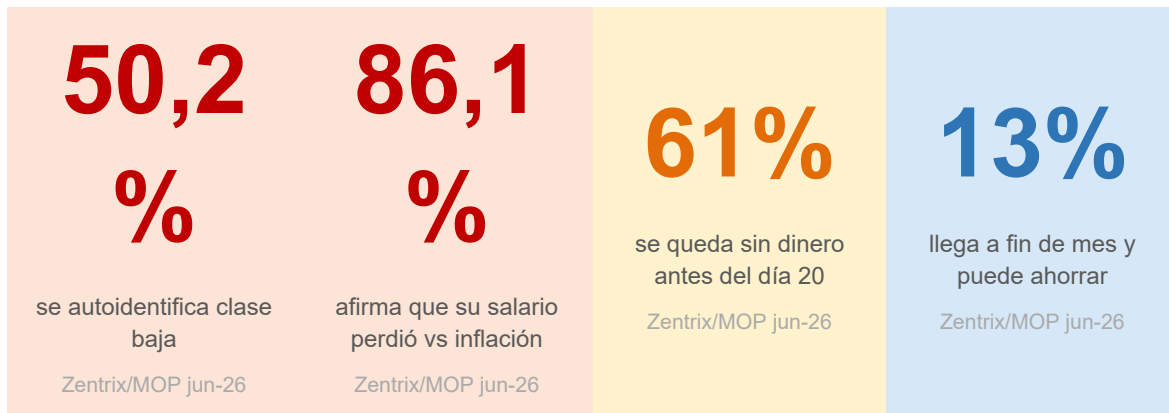
EL PAÍS QUE SE VE POBRE

La mitad de los argentinos ya no se
siente de clase media

Lunes 13 de Julio de 2026 | Audiencia: C-Suite / Board | Fuente: Zentrix Consultora — MOP,
junio 2026

KARTAL Consulting | kartal.com.ar

LA MITAD SE CAYÓ DE CLASE MEDIA



Por primera vez en la era moderna, la mayoría de los argentinos se percibe como clase baja: el Monitor de Opinión Pública de Zentrix Consultora (junio 2026) revela que el 50,2% de la población se autoidentifica en ese estrato, mientras que 8 de cada 10 afirman que su salario perdió contra la inflación.

Insights clave

- **50,2% clase baja:** Por primera vez, la autopercepción de pobreza supera a la de clase media en Argentina.
- **86,1% perdió contra la inflación:** La percepción es transversal: incluso el 70,2% de los votantes del oficialismo lo reconoce.
- **61% sin dinero antes del día 20:** La quincena se convirtió en el techo real del ingreso disponible para la mayoría.
- **68,8% desconfía del INDEC:** La desconexión entre estadística oficial y realidad percibida erosiona la narrativa del estabilización.
- **55,1% cree que lo peor está por venir:** La mayoría no percibe un piso — señal de riesgo para consumo y confianza inversora.

Implicancia inmediata: Las empresas deben revisar sus estrategias de pricing, beneficios y comunicación interna antes de que el deterioro perceptual se traduzca en caída adicional del consumo discrecional en Q3 2026.

LOS NÚMEROS QUE NADIE QUIERE MIRAR

Situación actual

El Monitor de Opinión Pública (MOP) de Zentrix Consultora, relevado en junio de 2026, captura el estado de ánimo económico de la población argentina tras dos años de programa de estabilización. Los resultados revelan una brecha profunda entre los indicadores macro — inflación mensual a la baja, tipo de cambio estable, acuerdo FMI vigente — y la experiencia cotidiana de los hogares.

La combinación de inflación acumulada, licuación de salarios reales y suba de tarifas ha producido un fenómeno inédito: la mayoría de la población se autoidentifica como clase baja, independientemente de su nivel de ingresos nominales. Esta brecha de autopercepción tiene consecuencias directas sobre el consumo, la demanda laboral y el clima político.

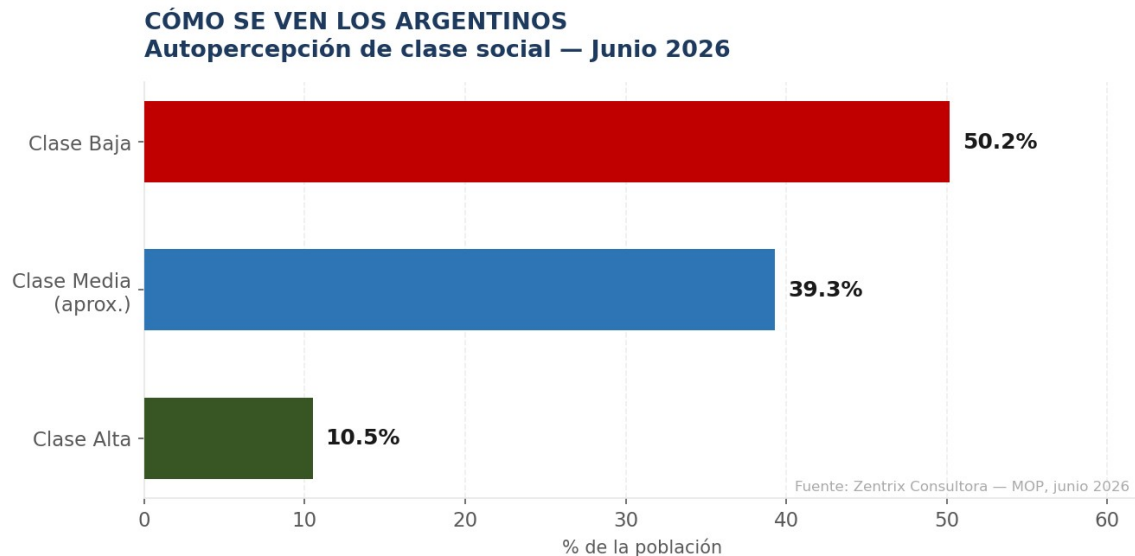
Datos y cifras clave

Indicador	Valor	Período / Fuente
Autopercepción clase baja	50,2%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Autopercepción clase media (aprox.)	39,3%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Autopercepción clase alta	10,5%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Salario perdió vs inflación	86,1%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— entre votantes oficialistas	70,2%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— entre votantes opositores	96,6%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Sin dinero antes del día 20 (total)	61,0%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— estrato clase baja	86,1%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— estrato clase media	43,0%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— estrato clase alta	11,8%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Llega a fin de mes y ahorra	13,0%	Junio 2026 / Zentrix MOP
INDEC no refleja inflación real	68,8%	Junio 2026 / Zentrix MOP
— entre quienes son clase baja	84,0%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Cree que lo peor está por venir	55,1%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Considera que lo difícil ya pasó	24,0%	Junio 2026 / Zentrix MOP
Desaprobación del gobierno	56,6%	Jun-26 vs 61,2% may-26 / Zentrix MOP
Aprobación del gobierno	33,2%	Jun-26 vs 32,2% may-26 / Zentrix MOP

LA CAÍDA QUE LOS NÚMEROS MACRO NO MUESTRAN

El fenómeno de la autopercepción

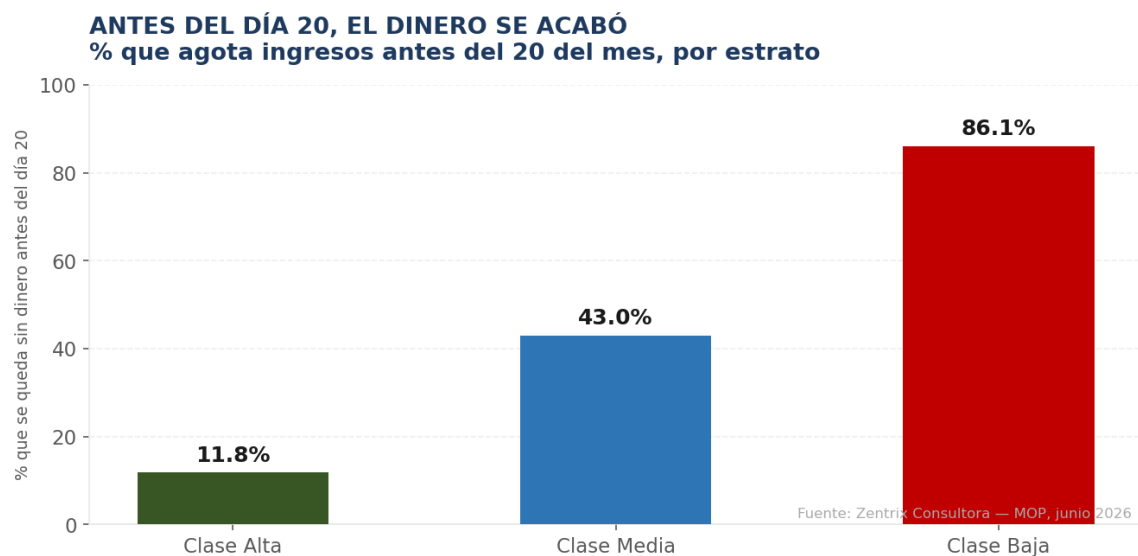
La autopercepción de clase social no es solo un dato sociológico: es un predictor de comportamiento económico. Cuando la mayoría de la población se define como clase baja, actúa en consecuencia: prioriza subsistencia sobre consumo discrecional, descarta inversiones de largo plazo y adopta estrategias de supervivencia financiera. El resultado es una contracción del mercado interno que los índices de actividad tardan en reflejar pero las ventas minoristas ya están mostrando.



Elaboración propia en base a Zentrix Consultora — Monitor de Opinión Pública, junio 2026

Impacto por estrato y consecuencias para empresas

El dato más revelador no es el promedio sino la distribución: el 86,1% de quienes se perciben clase baja agota sus ingresos antes del día 20. Pero el dato alarmante para el mercado es que el 43% de la autopercepción clase media también lo hace. Esto significa que el segmento que sostiene el consumo masivo en Argentina está operando con liquidez cero en la segunda quincena del mes.



Elaboración propia en base a Zentrix Consultora — Monitor de Opinión Pública, junio 2026

Drivers clave

- **1. Inflación acumulada no compensada por salarios:** El salario real cayó sistemáticamente durante 2024-2025 y la recuperación parcial de 2026 no alcanzó para recomponer la pérdida. La inflación de servicios (prepagas, alquileres, transporte) golpea proporcionalmente más a la clase media.
- **2. Efecto escalera truncado:** La clase media argentina históricamente se definió por la movilidad ascendente. La combinación de inflación persistente + estancamiento salarial cortó ese ascensor — y lo que no sube, baja en la percepción.
- **3. Desconfianza estadística estructural:** El 68,8% que rechaza las cifras del INDEC no es solo un dato político: es una señal de que la narrativa oficial de estabilización no tiene credibilidad en el segmento que más importa al consumo.
- **4. Brecha política en la percepción:** Que el 55,4% de los votantes de Milei crea que lo peor pasó, contra solo el 3,4% de opositores, indica que la recuperación del consumo será desigual por segmento político-geográfico.
- **5. Anticipación de deterioro futuro:** El 55,1% que espera más dificultades actúa anticipadamente: frena compras, pospone créditos, retiene efectivo. Este efecto precautorio deprime la demanda incluso cuando el ingreso nominal se mantiene.

QUÉ HACE UNA EMPRESA CON ESTA INFORMACIÓN

Para el sector empresarial

El mercado interno argentino está segmentado en dos mitades que consumen de manera radicalmente diferente. Las empresas que asuman que tienen un cliente de clase media homogéneo están operando con un mapa desactualizado. El cliente real tiene liquidez cero en la segunda quincena y alta desconfianza en el precio futuro.

- Adaptar cadencias de pago y cuotas al ciclo real de liquidez (primera quincena vs segunda quincena).
- Revisar el mix de productos hacia opciones de menor desembolso unitario — el consumidor eligió por precio, no por marca.
- Anticipar renegociación salarial Q3: el 86,1% que percibió pérdida real es el mismo que presentará demandas en paritarias.
- Priorizar canales de venta de cercanía: el gasto en transporte es una variable que el consumidor de clase baja elimina primero.

Para la toma de decisiones de inversión

Un entorno donde la mayoría no cree en las estadísticas oficiales y espera que lo peor esté por venir es, por definición, un entorno de prima de riesgo elevada para cualquier inversión en demanda interna. El timing de recuperación se corre al menos 2-3 trimestres respecto de las proyecciones basadas en variables macro solamente.

Ventana de tiempo

- **Urgente (2-4 semanas):** Auditar políticas de beneficios, alimentación y transporte para empleados de ingresos medios-bajos antes de que la presión salarial escale.
- **Mediano plazo (30-90 días):** Rediseñar estrategia de pricing y propuesta de valor para un consumidor con liquidez quincenal, no mensual.
- **Estructural (6-18 meses):** Monitorear si la recuperación salarial real logra revertir la autopercepción — umbral clave: recuperar +10% de salario real sostenido genera rebote de confianza histórico.

LO QUE HAY QUE HACER ESTA SEMANA

PRIORIDAD ALTA — Esta semana

1. Mapear el perfil de liquidez real de los empleados propios

Segmentar por rango salarial y analizar si los esquemas de pago (fecha de acreditación, anticipos) están alineados con el ciclo de liquidez quincenal.

-> **Trigger:** El 61% del mercado laboral agota ingresos antes del día 20 — el empleado propio probablemente también.

-> **Criterio de éxito:** Implementar mecanismo de anticipo o ajuste de fecha de acreditación en menos de 30 días.

2. Revisar las proyecciones de demanda Q3 2026

Incorporar el factor de autopercepción negativa como variable de ajuste a la baja en modelos de consumo. El 55,1% que anticipa deterioro ya está frenando compras programadas.

-> **Trigger:** Datos de ventas de mayo-junio que muestren caída en ticket promedio o frecuencia.

-> **Criterio de éxito:** Proyecciones Q3 ajustadas presentadas al board antes del 31 de julio.

PRIORIDAD MEDIA — Próximos 30-90 días

- 3. Segmentar estrategia comercial por ciclo de liquidez: ofrecer opciones de pago adaptadas a la quincena (no al mes) para productos de consumo regular.
- 4. Revisar política de comunicación de precios: en un contexto de alta desconfianza, la transparencia en los criterios de ajuste de precio genera mayor retención que el precio bajo.
- 5. Activar beneficios de conveniencia (descuentos en supermercados, ayuda alimentaria, transporte subsidiado) antes de la renegociación salarial de agosto-septiembre.

MONITOREAR — Activar si se confirma escenario adverso

- Si el MOP de septiembre mantiene clase baja > 50%: revisar plan de negocios Q4 con escenario de contracción de consumo adicional del 5-8%.
- Si la desaprobación del gobierno supera el 60% nuevamente: preparar protocolo de incertidumbre política para decisiones de inversión.

LO QUE PUEDE SALIR MAL

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
Deterioro acelerado del consumo masivo	ALTO	MUY ALTO	Diversificar canales, reducir exposición a segmento premium
Escalada de conflicto laboral (paritarias)	ALTO	ALTO	Activar mesa de negociación preventiva antes de agosto
Pérdida de credibilidad de datos oficiales	ALTO	MEDIO	Usar encuestas propias y datos de transacciones como proxy
Rebote de consumo más lento de lo proyectado	MEDIO	ALTO	Ajustar capital de trabajo para soportar 2 trimestres adicionales
Profundización del shock tarifario (luz/gas)	MEDIO	ALTO	Modelar escenarios con aumento adicional del 15-25% en Q3

Variables a monitorear

- Próxima edición del MOP de Zentrix Consultora (septiembre 2026): ¿se revierte o profundiza la autopercepción clase baja?
- Paritarias Q3 2026: cierre por encima o debajo de la inflación acumulada determinará si el salario real se recupera.
- Tarifas luz y gas agosto 2026: pendiente de definición oficial — un shock adicional afecta directamente la liquidez quincenal.
- Índice de Confianza del Consumidor (UTDT): seguimiento mensual como proxy de intención de compra.

Límites del análisis

Este análisis se basa exclusivamente en datos del Monitor de Opinión Pública de Zentrix Consultora (junio 2026). La autopercepción de clase social puede diferir del estrato objetivo determinado por ingresos. Las proyecciones de impacto empresarial son estimaciones elaboradas por KARTAL Consulting en base al patrón histórico de correlación entre confianza del consumidor y ventas minoristas en Argentina.

Este informe fue elaborado por KARTAL Consulting con fines informativos y estratégicos. No constituye asesoramiento de inversión. La fuente primaria de los datos es Zentrix Consultora — Monitor de Opinión Pública, junio 2026. KARTAL Consulting no se responsabiliza por decisiones tomadas exclusivamente en base a este documento.