



EL TEMOR A CAER: CÓMO SE REPARTE LA ARGENTINA POR INGRESOS EN 2026

Solo 22% de los hogares supera la clase media baja; la calidad del empleo se deteriora y el ingreso disponible cayó 15% desde 2023. Consultora W; INDEC; Ecolatina, agosto 2026

Lunes 31 de Agosto de 2026 | Audiencia: C-Suite / Board | Fuente: Guillermo Olivetto — consultora W; INDEC; Ecolatina

KARTAL Consulting | kartal.com.ar

EL MAPA DE INGRESOS QUE EXPLICA EL TEMOR A CAER



El temor de la clase media argentina a descender en la escala social tiene un correlato concreto en los números: apenas 22% de los hogares supera el umbral de clase media baja, mientras que la calidad del empleo se deteriora y el ingreso disponible retrocedió 15% en solo dos años. La ansiedad social no es solo percepción — hay datos económicos que la sostienen.

Insights clave

- **La pirámide de ingresos confirma que la base es amplia y la cúspide muy angosta:** Solo 5% de los hogares es clase alta (ingreso promedio \$14.000.000) y 17% es clase media alta (\$6.500.000); el 78% restante está en clase media baja o por debajo.
- **Un 22% de los hogares vive por debajo de la línea de pobreza estimada:** Con un ingreso promedio de apenas \$1.000.000 mensuales, ese 22% de hogares equivale al 30% de la población — los hogares en pobreza tienden a ser más numerosos en integrantes.
- **La pérdida de empleo formal no fue compensada por trabajo de igual calidad:** Entre noviembre de 2023 y mayo de 2026 se perdieron 337.000 empleos registrados, mientras se crearon apenas 161.001 monotributos — menos de un puesto de menor calidad por cada dos empleos formales perdidos.
- **La informalidad laboral ya alcanza a casi la mitad de los trabajadores:** 43% de los empleos eran informales al cierre de 2025, según el INDEC — un piso alto de precariedad que alimenta directamente el temor a la caída social.
- **El ingreso disponible cayó de forma pronunciada, tanto en el corto como en el largo plazo:** -15% promedio entre 2023 y 2025, y una contracción acumulada de 37,5% respecto de 2017, según Ecolatina — dos velocidades de deterioro que se refuerzan entre sí.

Implicancia inmediata: el consumidor que hoy protagoniza cualquier estrategia de pricing o segmentación no es el que estaba en el centro de la pirámide hace algunos años. La combinación de ingresos más bajos, empleo más precario y

percepción de riesgo de caída social redefine qué atributos de producto priorizan los hogares — precio y estabilidad ganan peso frente a status y aspiración.

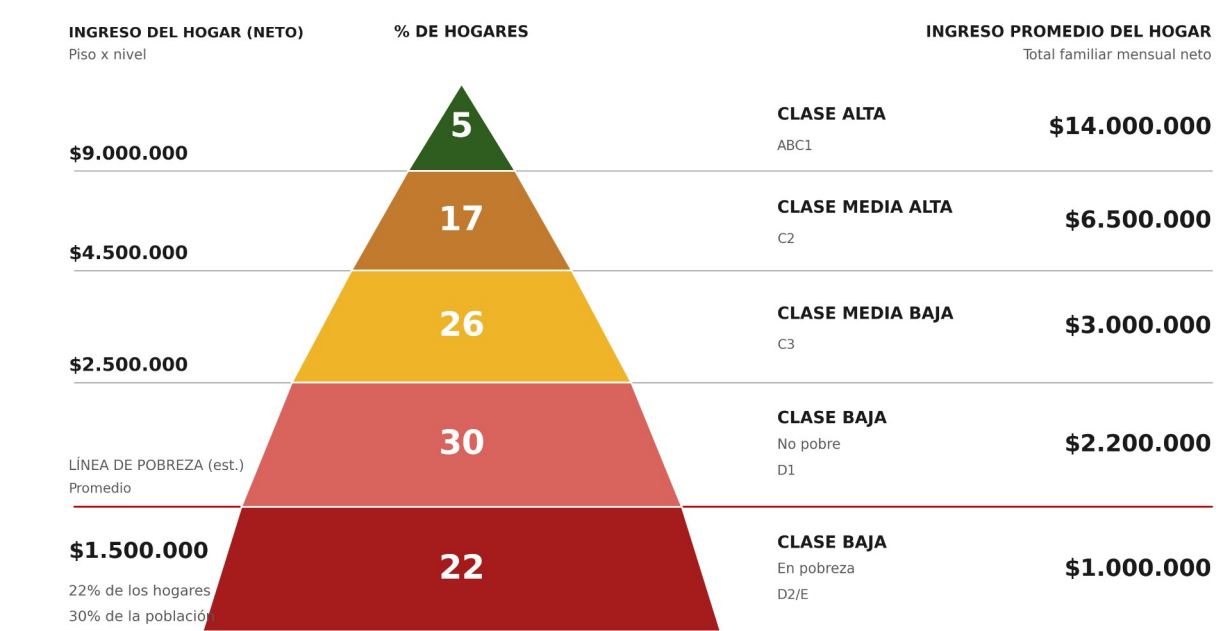
CÓMO SE MIDE LA ESTRUCTURA DE INGRESOS

Metodología y alcance

La segmentación de clases sociales utilizada en este informe fue elaborada por Guillermo Olivetto, director de la consultora de investigación de mercado W, en base a ingreso del hogar mensual neto. Clasifica a los hogares en cinco niveles —clase alta (ABC1), media alta (C2), media baja (C3), baja no pobre (D1) y baja en situación de pobreza (D2/E)— según el ingreso total familiar neto mensual, con datos correspondientes a agosto de 2026.

Se trata de una fuente privada de investigación de mercado, no de un organismo estadístico oficial. Los datos de empleo (INDEC, SIPA) y de ingreso disponible (Ecolatina) citados en este informe complementan la lectura con series de fuentes distintas, cada una con su propia metodología.

La pirámide de ingresos, agosto 2026



Fuente: Guillermo Olivetto — consultora W, agosto 2026

Fuente: Guillermo Olivetto — consultora W, agosto 2026

Datos y cifras clave — estructura de ingresos, agosto 2026

Segmento	% de hogares	Ingreso promedio del hogar
Clase alta (ABC1)	5%	\$14.000.000
Clase media alta (C2)	17%	\$6.500.000
Clase media baja (C3)	26%	\$3.000.000

Clase baja — no pobre (D1)	30%	\$2.200.000
Clase baja — en pobreza (D2/E)	22%	\$1.000.000

Fuente: Guillermo Olivetto — consultora W, agosto 2026.

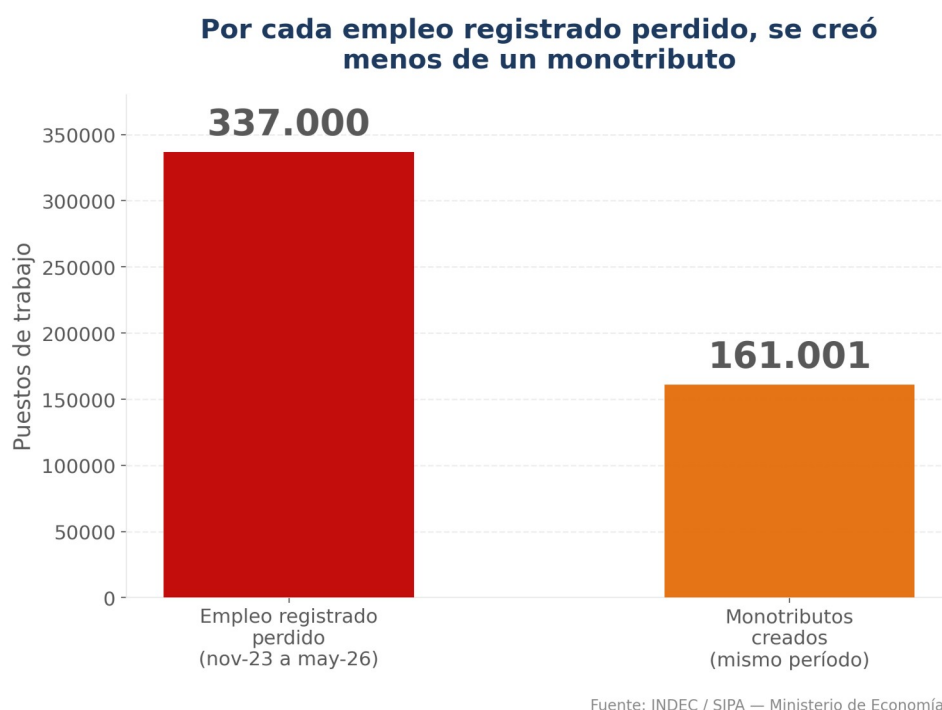
Antecedentes relevantes

Según el propio análisis, 70% de la población no quiere volver al modelo económico anterior, pero busca ajustes al actual. La sociedad argentina se describe en un punto intermedio entre un pasado rechazado y un futuro incierto — un contexto donde el temor a la caída social convive con el apoyo, todavía mayoritario, al rumbo económico vigente.

POR QUÉ EL TEMOR A CAER TIENE BASE ECONÓMICA REAL

Impacto económico: la calidad del empleo se deteriora más rápido que la cantidad

El desempleo abierto (7,8% nacional, 9,7% en el Gran Buenos Aires en el primer trimestre de 2026, según el INDEC) no captura la dimensión completa del problema. La pérdida de 337.000 empleos registrados entre noviembre de 2023 y mayo de 2026, compensada solo parcialmente por 161.001 nuevos monotributos, describe una migración hacia formas de trabajo con menor protección social y mayor volatilidad de ingresos — el tipo de cambio que alimenta directamente la ansiedad por el descenso social, incluso sin que la persona pierda su ocupación.



Fuente: INDEC / SIPA — Ministerio de Economía

Elaboración propia en base a INDEC / SIPA — Ministerio de Economía

Impacto social: una base amplia, una cúspide angosta

La pirámide de ingresos muestra una estructura donde apenas 22% de los hogares (clase alta y media alta) supera el umbral de clase media baja. El 78% restante está distribuido entre clase media baja (26%), clase baja no pobre (30%) y clase baja en pobreza (22%) — una base social amplia y relativamente próxima entre sí en términos de ingreso, donde el descenso de un escalón puede sentirse más cercano y más probable que en estructuras de ingreso menos comprimidas en la base.

Impacto en el consumo: precio y estabilidad ganan terreno sobre aspiración

Con el ingreso disponible cayendo 15% entre 2023 y 2025 (37,5% acumulado desde 2017, según Ecolatina), el consumidor promedio prioriza cada vez más certeza de gasto y precio accesible por sobre atributos de marca aspiracional. El temor a caer un escalón en la pirámide de ingresos refuerza ese comportamiento defensivo, incluso entre hogares que todavía no cruzaron ningún umbral hacia abajo.

Drivers clave

- **1. Sustitución de empleo de calidad por empleo precario:** La brecha entre empleos registrados perdidos (337.000) y monotributos creados (161.001) es el indicador más concreto del deterioro de la calidad laboral.
- **2. Compresión de la base de la pirámide de ingresos:** El 78% de los hogares está en clase media baja o por debajo, lo que reduce la distancia percibida entre "estar bien" y "caer" para la mayoría de la población.
- **3. Caída sostenida del ingreso disponible en dos horizontes de tiempo:** La combinación de una caída reciente (-15% en dos años) y una caída estructural (-37,5% desde 2017) erosiona tanto la capacidad de consumo inmediata como la percepción de progreso de largo plazo.
- **4. Persistencia del apoyo al modelo pese al malestar:** El dato de que 70% de la población no quiere volver atrás, combinado con el temor a caer, define una sociedad que tolera el ajuste actual pero con paciencia limitada frente a nuevos deterioros.

LO QUE ESTO SIGNIFICA PARA QUIEN DISEÑA PRODUCTO, PRECIO Y COMUNICACIÓN

Para empresas de consumo masivo, retail y servicios financieros

Un consumidor que teme caer de escalón se comporta distinto de uno que aspira a subir. Prioriza previsibilidad de gasto, desconfía de compromisos de mediano plazo (cuotas largas, suscripciones) y valora explícitamente las señales de "seguir en el mismo lugar" por sobre las de ascenso social. Diseñar estrategias comerciales sin incorporar ese estado de ánimo es un riesgo de desalineación con el 78% de los hogares que hoy está en clase media baja o por debajo.

- Revisar la arquitectura de precios y financiación para reforzar la percepción de previsibilidad (cuotas fijas, sin sorpresas) antes que la de aspiración o status.
- Segmentar la comunicación distinguiendo entre el 22% que ya está en pobreza (foco en accesibilidad básica) y el 56% en clase media baja / baja no pobre (foco en no perder terreno).
- Evaluar el impacto de la precarización laboral (43% de informalidad) en la capacidad de acceso a crédito y financiación de la base de clientes.
- Monitorear el ritmo de caída del ingreso disponible como variable de ajuste de elasticidad-precio en las categorías más sensibles del portafolio.

Ventana de tiempo

- **Urgente (2-4 semanas):** Revisar el mensaje de marca y comunicación comercial vigente para detectar apelaciones a "ascenso" o "status" que puedan sonar desalineadas con el estado de ánimo mayoritario.
- **Mediano plazo (30-90 días):** Monitorear próximas actualizaciones de la segmentación de consultora W y de los indicadores de empleo del INDEC para confirmar si la tendencia de deterioro se sostiene o se revierte.
- **Estructural (6-18 meses):** Si la informalidad laboral y la caída del ingreso disponible persisten, rediseñar el portafolio de precios y financiación con foco explícito en previsibilidad y accesibilidad para el 78% de los hogares en clase media baja o por debajo.

LO QUE HAY QUE HACER ESTA SEMANA

PRIORIDAD ALTA — Esta semana

1. Auditar la comunicación comercial vigente en busca de mensajes de "ascenso" desalineados con el clima social

Revisar campañas activas y piezas de comunicación para identificar apelaciones a status, ascenso social o aspiración que puedan generar rechazo en un contexto de temor a la caída social, y ajustar el tono hacia previsibilidad y certeza.

-> **Trigger:** El 78% de los hogares está en clase media baja o por debajo, y el temor a descender es el estado de ánimo social dominante según el análisis de referencia.

-> **Criterio de éxito:** Auditoría de comunicación completada y ajustes de tono implementados antes de fin de semana.

2. Cuantificar la exposición de la base de clientes a empleo informal o precario

Relevar, dentro de lo posible, qué porcentaje de la base de clientes de la compañía podría estar afectado por informalidad laboral (43% a nivel país) para calibrar políticas de crédito, financiación y riesgo de cobranza.

-> **Trigger:** La informalidad laboral alcanza a 43% de los empleos, con impacto directo en estabilidad de ingresos y capacidad de pago.

-> **Criterio de éxito:** Estimación de exposición a informalidad laboral completada en los próximos 15 días hábiles.

PRIORIDAD MEDIA — Próximos 30-90 días

- 3. Incorporar la segmentación de cinco niveles socioeconómicos de consultora W al tablero de inteligencia comercial, con seguimiento trimestral de su evolución.
- 4. Evaluar el desarrollo de líneas de producto o condiciones de pago específicamente diseñadas para reforzar la percepción de estabilidad, no de ascenso, en el segmento de clase media baja.
- 5. Monitorear la brecha entre empleo registrado perdido y monotributos creados como indicador adelantado de precarización laboral en la base de consumidores.

MONITOREAR — Activar si se confirma escenario adverso

- Si la próxima actualización de consultora W muestra un aumento del porcentaje de hogares en pobreza (hoy 22%), revisar de forma urgente la estrategia de pricing de entrada.
- Si el ritmo de pérdida de empleo registrado se acelera respecto del período nov-2023 a may-2026, tratarlo como señal de deterioro estructural del mercado de consumo.

LO QUE PUEDE SALIR MAL

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
El deterioro del empleo formal se profundiza y amplía la base de clase baja no pobre y en pobreza	MEDIO	ALTO	Monitorear indicadores de empleo del INDEC y de la segmentación de consultora W trimestralmente
La comunicación comercial de la compañía queda desalineada con el clima social predominante	MEDIO	MEDIO	Auditar mensajes de marca contra el estado de ánimo social descripto en este informe
El ingreso disponible continúa cayendo más allá del -15% ya registrado (2023-2025)	MEDIO	ALTO	Incorporar escenarios de mayor caída del ingreso disponible en la planificación comercial
La segmentación de clase social utilizada (fuente privada) difiere de mediciones oficiales de pobreza del INDEC	BAJO	BAJO	Contrastar periódicamente con la medición oficial de pobreza e indigencia del INDEC

Variables a monitorear

- Próximas actualizaciones de la segmentación socioeconómica de consultora W (Guillermo Olivetto).
- Datos oficiales de empleo registrado, informalidad y desempleo del INDEC y del SIPA (Ministerio de Economía).
- Evolución del ingreso disponible según Ecolatina, en particular si la caída de 2023-2025 se acelera o se estabiliza.

Límites del análisis

Este análisis combina una segmentación socioeconómica privada (Guillermo Olivetto, consultora W), datos oficiales de empleo del INDEC y del SIPA, y estimaciones de ingreso disponible de la consultora Ecolatina. Cada fuente tiene su propia metodología y no deben tratarse como una serie estadística única e integrada. Las implicancias estratégicas y las recomendaciones son elaboración propia de KARTAL Consulting.

Este informe fue elaborado por KARTAL Consulting con fines informativos y estratégicos. No constituye asesoramiento de inversión. Fuentes primarias: Guillermo Olivetto — consultora W; INDEC; SIPA — Ministerio de Economía; Ecolatina.