

# LAS 3 ARGENTINAS

Una mirada sobre  
la Argentina de hoy

Marzo 2023

3AR

3AR

3AR

# La Argentina es un país que se construyó bajo el

---

## IMAGINARIO DE CLASE MEDIA

BAJO LA PROMESA DE:

**Ilusión de homogeneidad**

**Movilidad social ascendente**

# Desde mensajes masivos TODOS se sentían interpelados



# Esa ilusión de homogeneidad SE RESQUEBRAJÓ

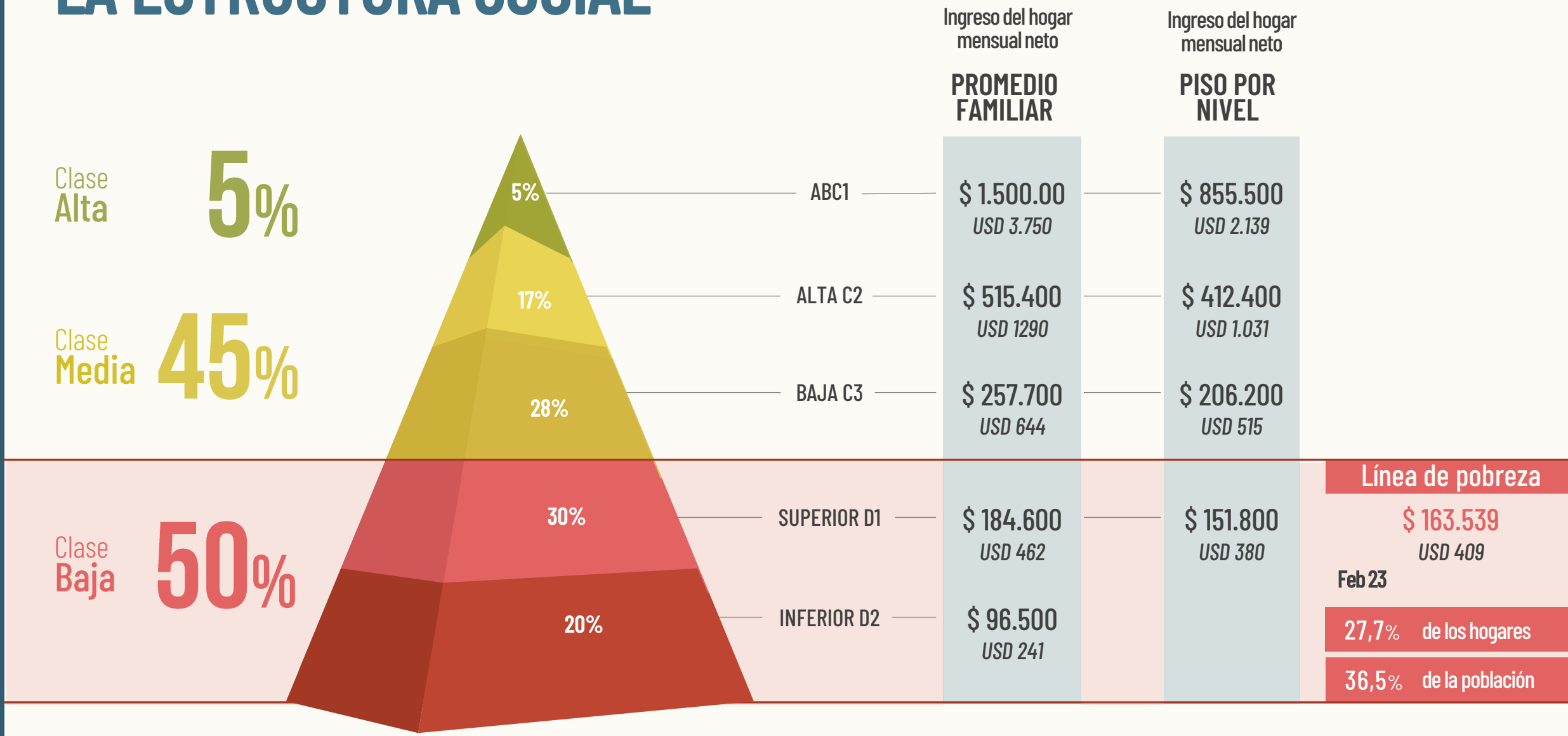
## ¿POR QUÉ?

Porque los extremos de la  
pirámide socioeconómica

---

**ESTÁN SEDIMENTADOS**

# LA ESTRUCTURA SOCIAL



Fuente: consultora Moiguer - elaboración propia en base a análisis de proyecciones pbi, cepal, bancos centrales, ecolatina y otras fuentes - variaciones respecto al año anterior | marzo 2023  
 Dólar expresado a tipo de cambio blue cotización marzo 2023

# DONDE LOS EXTREMOS SON CRÓNICOS

ABC1  
**93%**  
ES INAMOVIBLE

Clase **Media**

SUFRE LOS VAIVENES  
ECONÓMICOS

D2  
**91%**  
ES CRÓNICO

# Y LA EDUCACIÓN YA NO ES MOTOR DE MOVILIDAD SOCIAL ASCENDENTE

Clase  
Baja

70%

Tiene más educación  
que sus padres pero  
no ascendió de clase

**“Mi hijo el doctor” ya no aplica**

# MOVILIDAD ECONÓMICA

**NO IMPLICA**

---

# MOVILIDAD SOCIOCULTURAL

DESDE ACÁ

**LAS 3 ARGENTINAS**  
**que siempre fueron**  
**ESTRUCTURALMENTE DISTINTAS,**

**también empiezan a serlo**

**CULTURALMENTE**

---

# LAS PROYECCIONES POR CLASE **7 DIFERENCIAS**

---

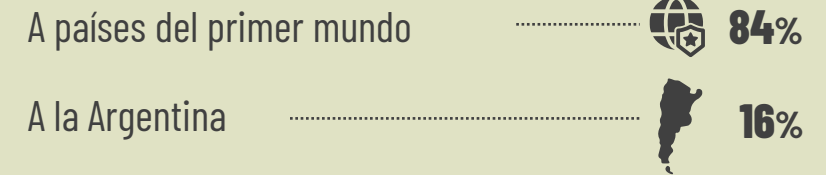
# LAS PROYECCIONES POR CLASE | 7 diferencias

## La vida

¿A QUE PAÍS TE GUSTARÍA QUE SE PAREZCA ARGENTINA?

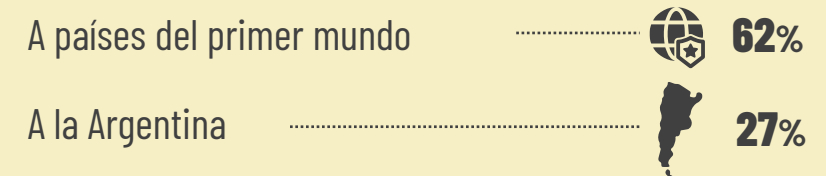
### Clase Alta

1. Mirada: **Cosmopolita y hacia el futuro**
2. Progreso: **Lineal**



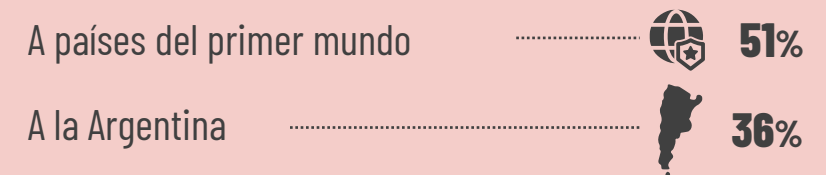
### Clase Media

1. Mirada: **Local y con temor al futuro**
2. Progreso: **Marchas y contramarchas**



### Clase Baja

1. Mirada: **Barrial, diaria y de supervivencia**
2. Progreso: **Micro pasos**



# LAS PROYECCIONES POR CLASE | 7 diferencias

## La realización

¿QUÉ HARÍA MÁS FELÍZ TU DÍA A DÍA?

Clase  
**Alta**

3. Unidad: **Individualista** (personal-familiar)  
4. Deseo: **Motor**

+ Tiempo Libre



41%

Clase  
**Media**

3. Unidad: **Individualista** (familiar)  
4. Deseo: **Restringido**

Consumir sin  
restricciones



42%

Clase  
**Baja**

3. Unidad: **Gregaria** (multifamiliar)  
4. Deseo: **Ausente**

No fijarse en el  
precio de la comida



44%


# LAS PROYECCIONES POR CLASE | 7 diferencias

## El consumo

TIPO DE INGRESOS


Clase  
**Alta**

5. Planificación:  
**Mediano y largo plazo**

Mensual .....  80%  
Si un día no puede trabajar no cobra 30%


Clase  
**Media**

5. Planificación:  
**Mensual**

Mensual .....  70%  
Si un día no puede trabajar no cobra 46%

Clase  
**Baja**

5. Planificación:  
**Diario**

Diario/Semanal .....  50%  
Si un día no puede trabajar no cobra 75%

# LAS PROYECCIONES POR CLASE | 7 diferencias

## El consumo

SI TE SOBRASE PLATA ¿EN QUE LA GASTARÍAS?

### Clase Alta

6. Consumos que defiende: Los que le dan **status**  
7. Concepto de ahorro: **Oportunidad**

Viajes



53%

### Clase Media

6. Consumos que defiende: Los que compensan el **esfuerzo diario**  
7. Concepto de ahorro: **Conveniencia**

Ropa + Zapatillas



39%

### Clase Baja

6. Consumos que defiende: 1ras marcas en **alimentos**  
7. Concepto de ahorro: **Rendimiento**

Alimentos



36%

# EN SÍNTESIS: PROYECCIONES POR CLASE

## 7 DIFERENCIAS

		Clase <b>Alta</b>	Clase <b>Media</b>	Clase <b>Baja</b>
LA VIDA	1. La mirada	Cosmopolita, hacia el futuro	Local con temor al futuro	Barrial, diaria y de supervivencia
	2. La idea de progreso	Lineal	Marchas y contramarchas	En micropasos
LA REALIZACIÓN	3. La unidad de decisión	Individualista	Individualista	Gregaria
	4. El lugar de deseo	Motor	Restringido	Ausente
EL CONSUMO	5. El horizonte de planificación	Mediano y largo plazo	Mensual	Diario
	6. El Consumo que se defiende	Mediano y largo plazo	Mediano y largo plazo	Mediano y largo plazo
	7. El concepto de ahorro	Oportunidad	Conveniencia	Rendimiento

# ASÍ ES COMO PASAMOS...

de **1 Argentina**

Con la  
**ilusión** de  
homogeneidad

UN IMAGINARIO DE PAÍS  
DE CLASE MEDIA CON  
**CÓDIGOS Y ESTÉTICAS COMUNES**

a **3 Argentinas**

A la **verificación**  
**taxativa** de la  
heterogeneidad

UN IMAGINARIO DE PAÍS FRAGMENTADO CON  
**CÓDIGOS Y ESTÉTICAS DIVERSAS** QUE CONVIVEN  
Y SE VISIBILIZAN

# CONSTRUIR UN NEGOCIO MASIVO

IMPLICA INTERPELAR A LAS

# 3 ARGENTINAS

# LAS 3 ARGENTINAS

3AR

3AR

3AR