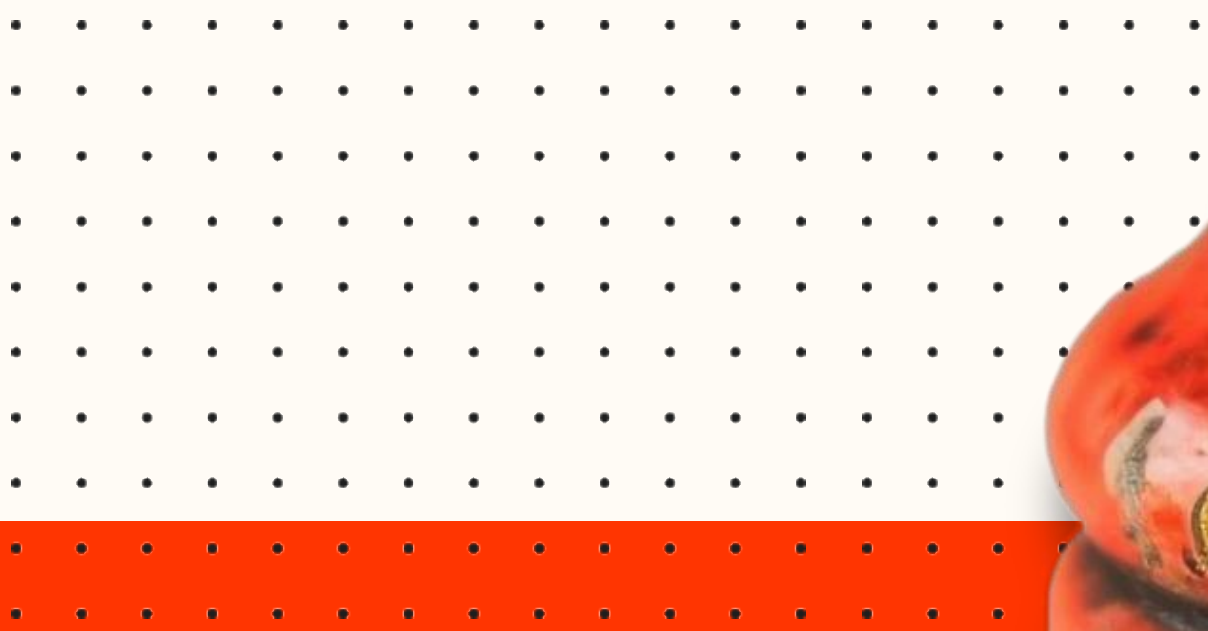


La
ESPERANZA
en **JAUQUE**

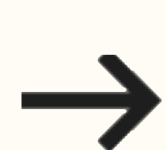


El tercer trimestre está marcado por un cambio de mood:
la realidad quebró las expectativas que sostenían la ilusión, aún a pesar de la dificultad.
Hoy, este presente se impone sobre la promesa de un futuro de cambio.





3 datos *que describen el momento*



1

Las expectativas positivas que se sostenían, aún a pesar del presente de dificultad, empiezan a debilitarse.

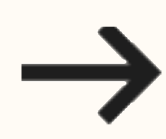
Se invierte la ecuación, y la mirada negativa del presente prevalece sobre la expectativa positiva del futuro.



2

La clase media baja (C3) y el AMBA son los segmentos que dominan e imprimen el pesimismo.

Muestran indicadores más negativos, sesgando hacia abajo la percepción general.



3

El nuevo escenario de expectativas setea el mood del consumidor.

Se abre así un panorama de mayor cautela y los hogares adoptan una actitud de resguardo frente a la incertidumbre.



SÍNTESIS

*Si bien las condiciones
objetivas de dificultad
se mantienen,*

→ **lo que
se quiebra
es la mirada
de futuro.**



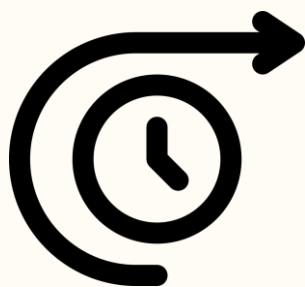
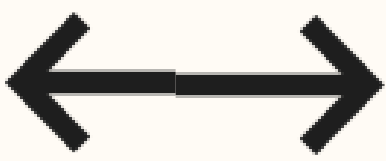
Cambia LA TENDENCIA:

la esperanza del futuro cede frente a la adversidad del presente.



Lo que al inicio del año era esperanza de futuro por encima de un presente adverso, hoy se revierte ante la caída de los indicadores macro, los escándalos y los reveses legislativos.

EXPECTATIVAS VS. REALIDAD



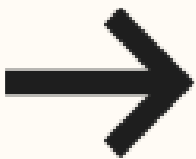
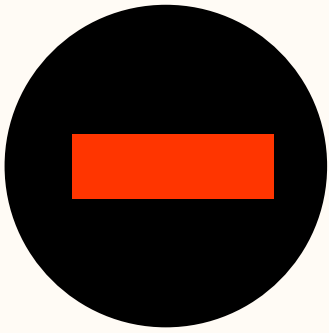
Presente
NEGATIVO

Futuro
POSITIVO

2023	70%	39%
I TRIM 2025	37%	52%
II TRIM 2025	41%	48%
III TRIM 2025	46%	44%

(Evalúa la situación actual del país de 1 a 4)

(Cree que en los próximos 12 meses la situación del país mejorará algo + mucho)



Desde principios del 2025, convivía un presente negativo con una apuesta optimista al futuro. En el III trimestre se empieza a ver el cambio de tendencia, con mayor peso en la negatividad presente que en la esperanza del future (recuperando la tendencia del 2023)

“

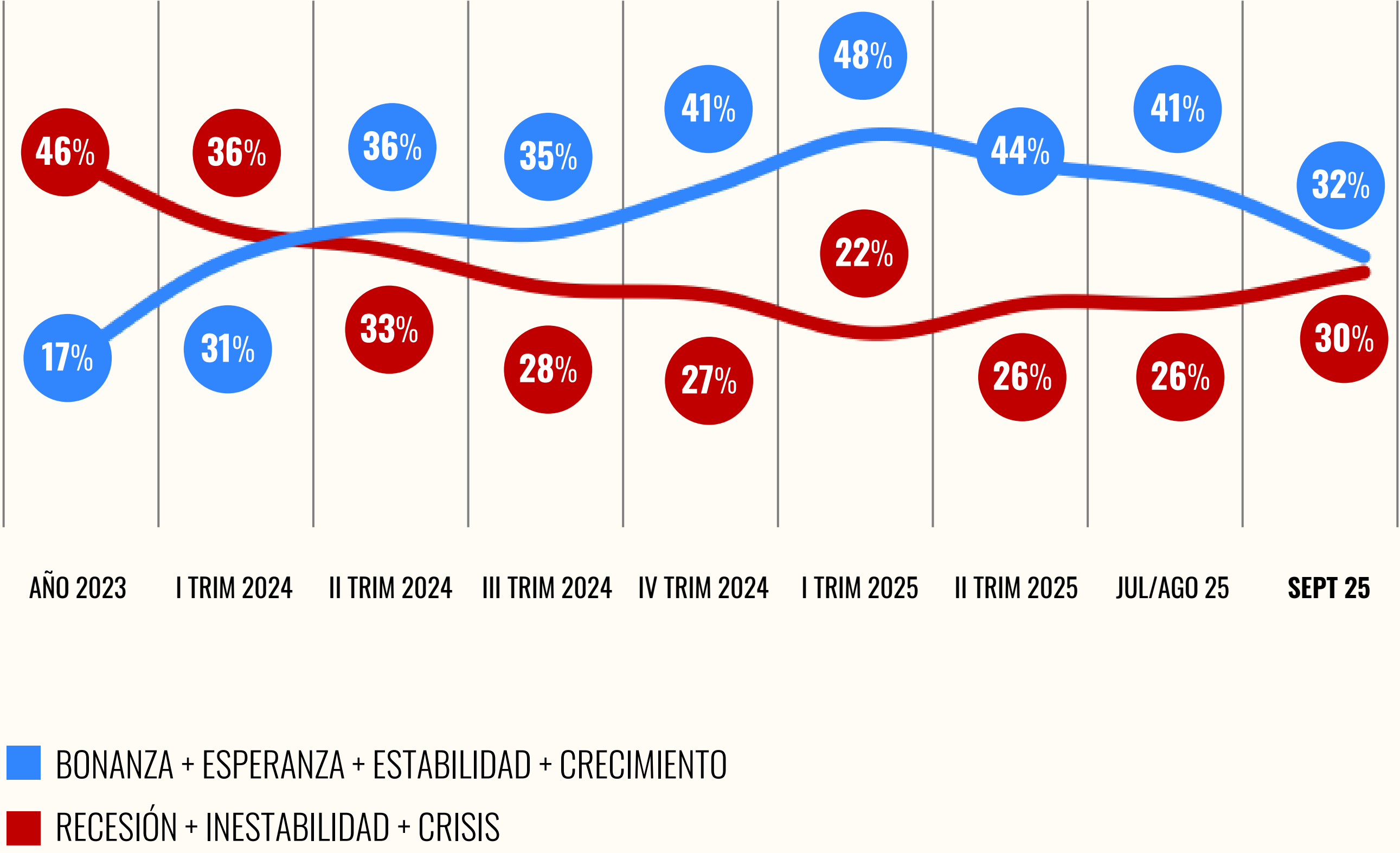
El esfuerzo es muy grande y la retribución no está al nivel

Ciudadano de CABA + 1er cordón PBA
C1/C2 | 30 a 45 años

”

DE LA ESPERANZA A LA INESTABILIDAD

¿Cómo describirías la situación país hoy?



EL PESIMISMO *tiene dueños:*

C3 y AMBA imprimen el humor social.



La clase media baja (C3) y el AMBA se consolidan como los segmentos que concentran y difunden la visión más crítica del futuro.

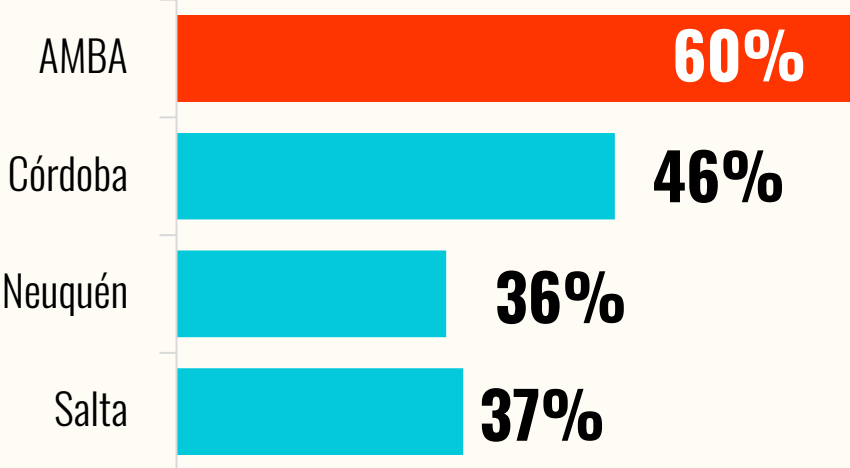
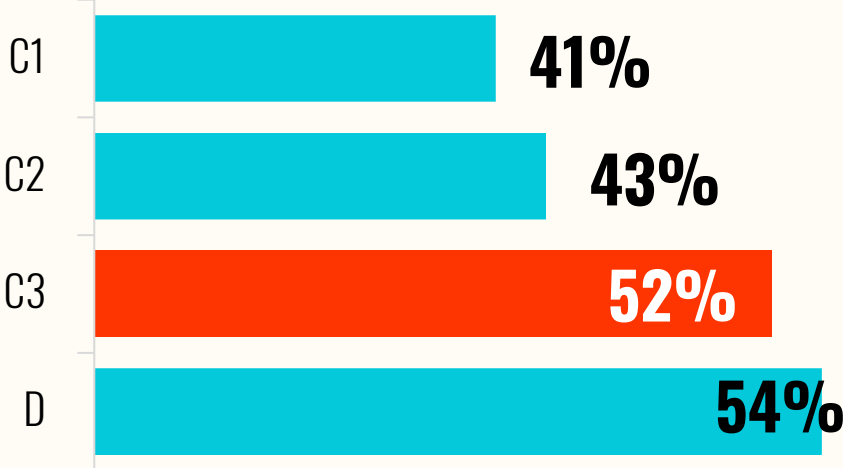
CLASE MEDIA BAJA Y AMBA LIDERAN EL MOOD



48%

+3pp vs. I TRIM 2025

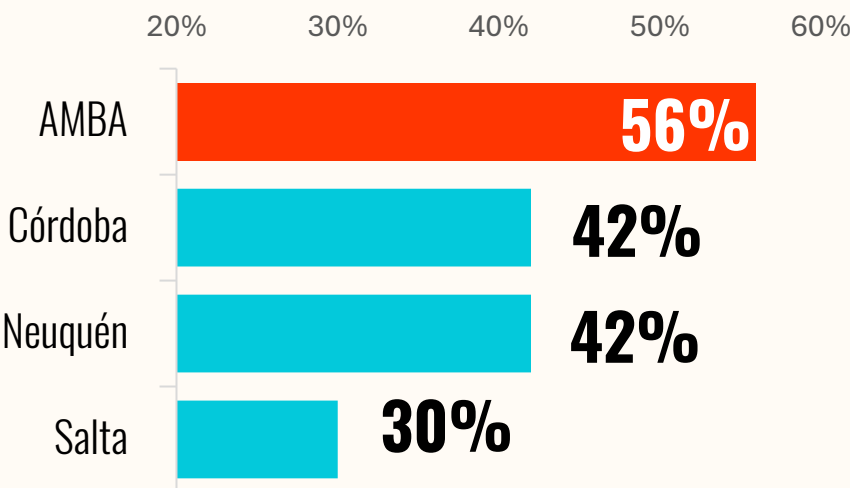
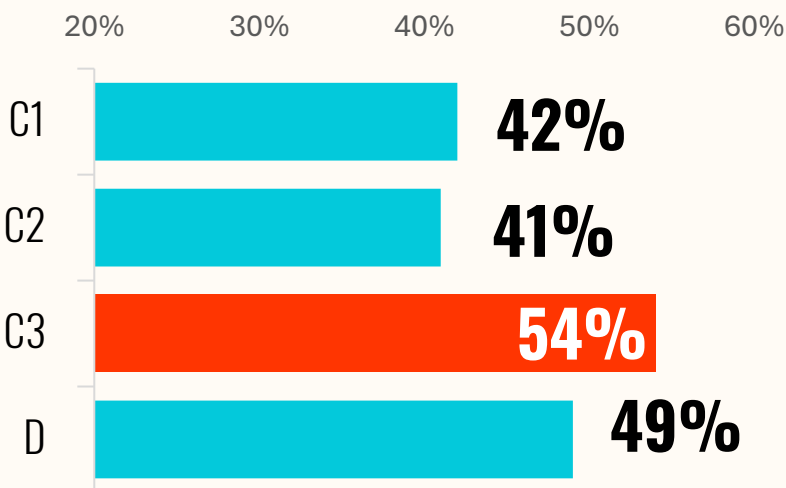
HUMOR
PESISMISTA



46%

+9pp vs. I TRIM 2025

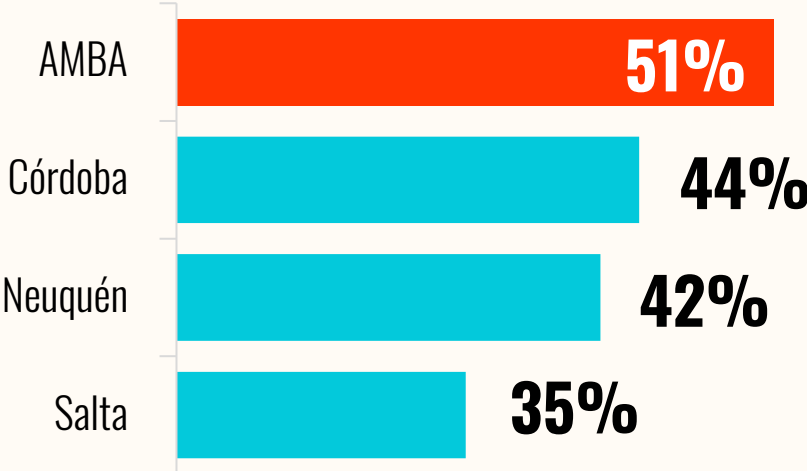
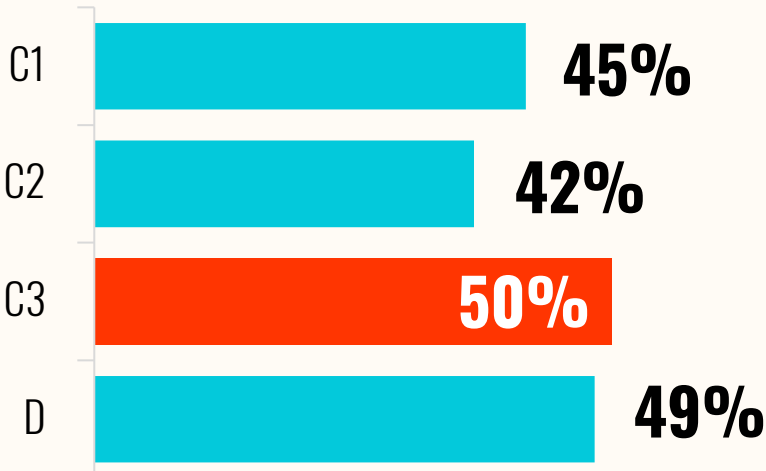
LA INFLACIÓN
VA A EMPEORAR



42%

+11pp vs. I TRIM 2025

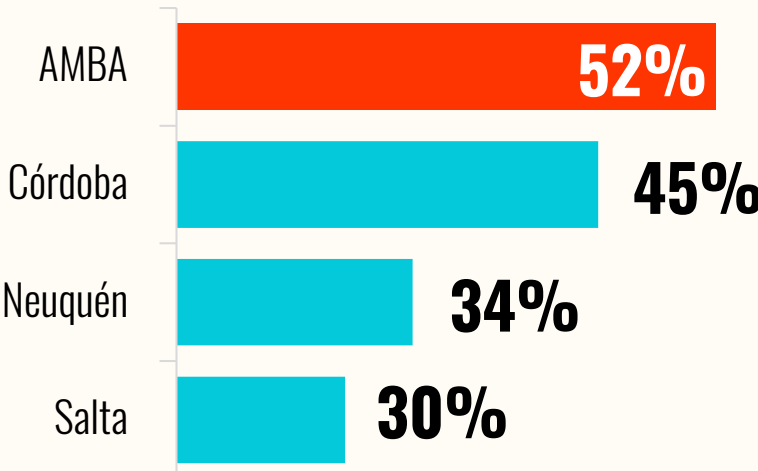
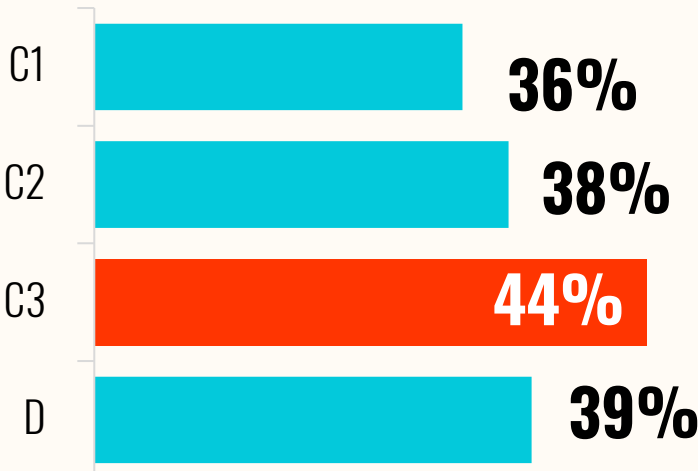
PROBABILIDAD ALTA
DE CRISIS ECONOMICA



40%

+6pp vs. I TRIM 2025

LA ESTABILIDAD LABORAL
VA A EMPEORAR



El pesimismo TIENE DUEÑOS

En el C1 y el interior del país, el malestar se arma en función “del otro”:

EL C3 Y EL AMBA MARCAN LA PAUTA DE LA DIFICULTAD.

“

Cada vez veo más gente cercana que no llega.

Ciudadano de CABA + 1er cordón PBA
C1/C2 | 30 a 45 años

”



“

Para nosotros la crisis no es tan cruda. En la Capital están peor.

Ciudadano de Salta
C3 | 30 a 45 años

”

Menos expectativas, MENOS CONSUMO:

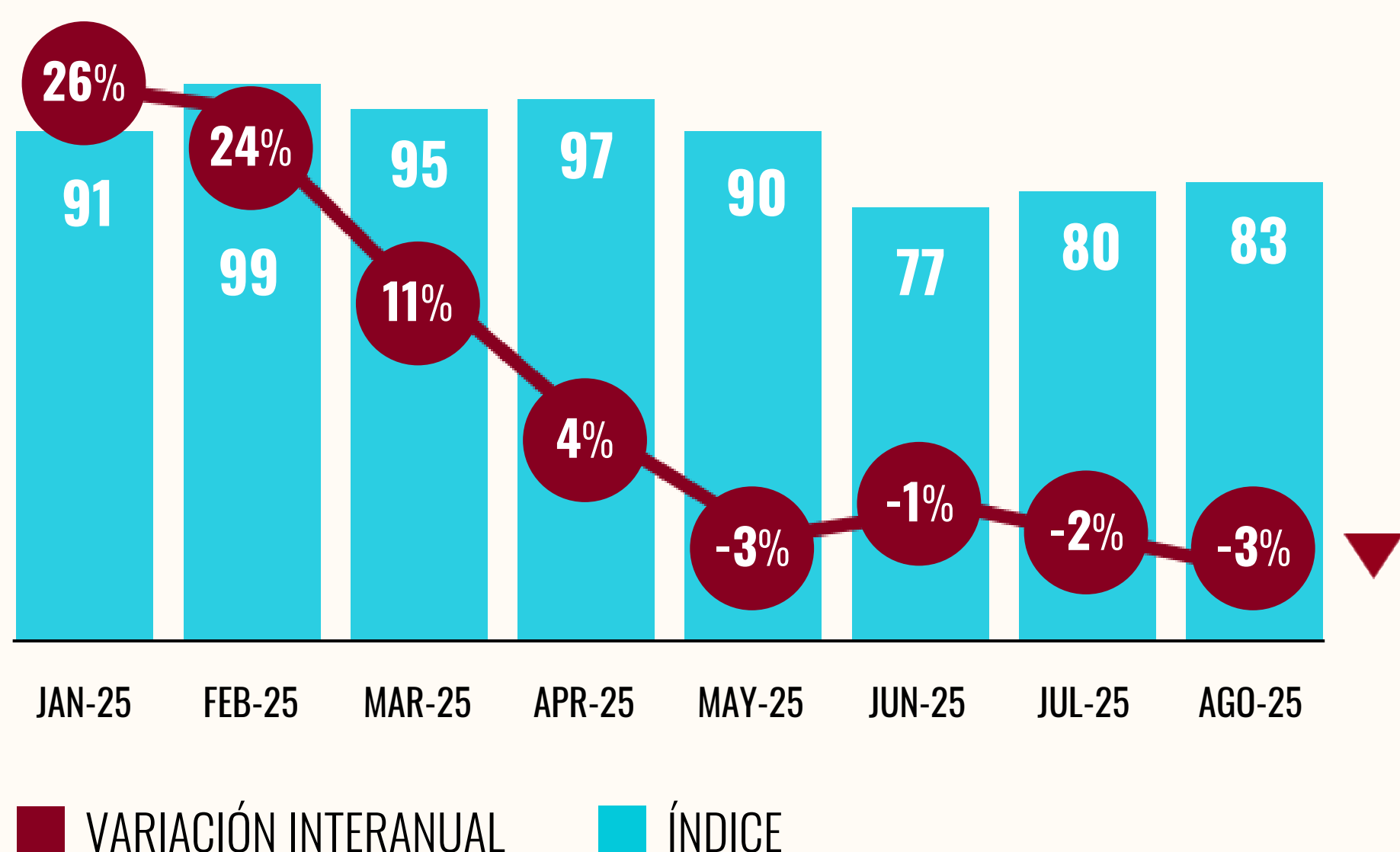
3

Se abre un panorama de **mayor cautela** en el consumo.

El consumo argentino tracciona mas por expectativa que por realidad. Hoy, la combinación de incertidumbre, dólar en alza y precios que no bajan comienza a enfriarlo.

EL CONSUMO MASIVO SE DESACELERA

Índice de Ventas Minoristas (CAME)



Variación de volumen
Consumo FMCG (SCENTIA)

-1,9%

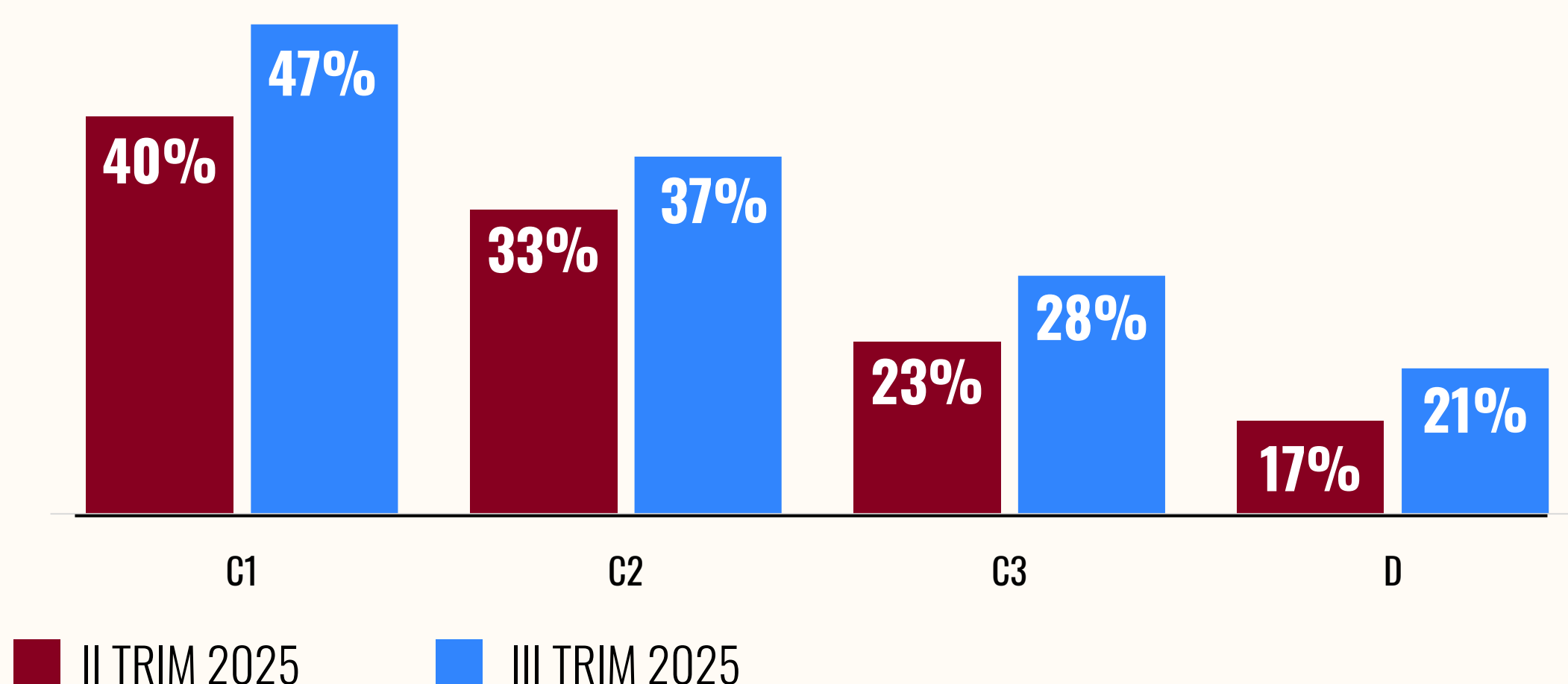
AGO-25 VS. JUL-25

+1,2%

ENE/AGO-25

CRECE EL AHORRO EN TODOS LOS NIVELES

% de hogares que declara haber ahorrado en el último mes.



Menos expectativas, MENOS CONSUMO

DOMINA LA RESTRICCIÓN EN EL CONSUMO

Indicador que combina los gastos cotidianos con los gastos suntuarios (salidas/indumentaria/electronica) del hogar en los últimos 30 días.



		C1	C2	C3	D	AMBA	PBA	SALTA	CBA	NQN
EXPANSIVO	29%	45%	43%	24%	14%	22%	30%	30%	27%	30%
COMPENSADOR	29%	36%	29%	28%	26%	32%	23%	40%	34%	28%
RETRAÍDO	7%	2%	6%	10%	9%	6%	11%	5%	3%	7%
RESTRICTIVO	35%	17%	22%	37%	52%	40%	36%	25%	36%	34%

EXPANSIVO: NO REDUJO sus gastos cotidianos. SI REALIZÓ algún consumo suntuario.
COMPENSADOR: SI REDUJO sus gastos cotidianos. SI REALIZÓ algún consumo suntuario.
RETRAÍDO: NO REDUJO sus gastos cotidianos. NO REALIZÓ algún consumo suntuario.
RESTRATIVO: SI REDUJO sus gastos cotidianos. NO REALIZÓ algún consumo suntuario.

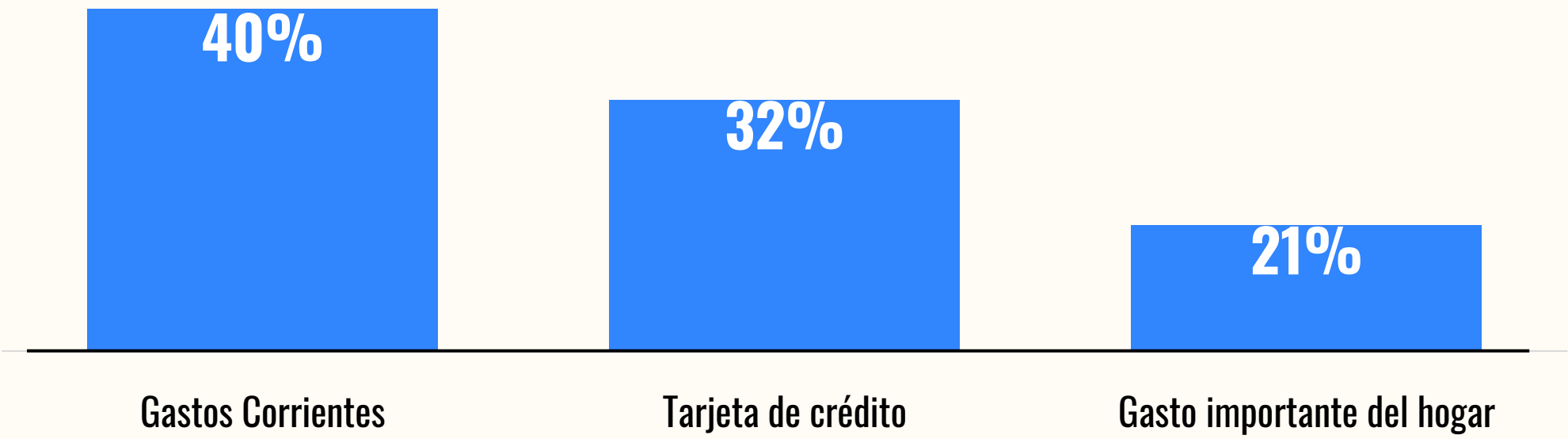
Y CRECE EL ENDEUDAMIENTO

57%
TIENE CONTRAÍDA
ALGUNA DEUDA
+7pp vs. I TRIM 2025

C1	49%
C2	51%
C3	57%
D	63%



Principales razones de endeudamiento



Menos expectativas, **MENOS CONSUMO**

En este contexto,
EL CONSUMO DOLARIZADO se
supedita a la conveniencia
racional del gasto

“

*Comprar afuera ya no
es tan barato, aproveche
mientras conviene.*

Ciudadano de CABA + 2do y 3er cordón PBA
C3/D | 30 a 45 años

”

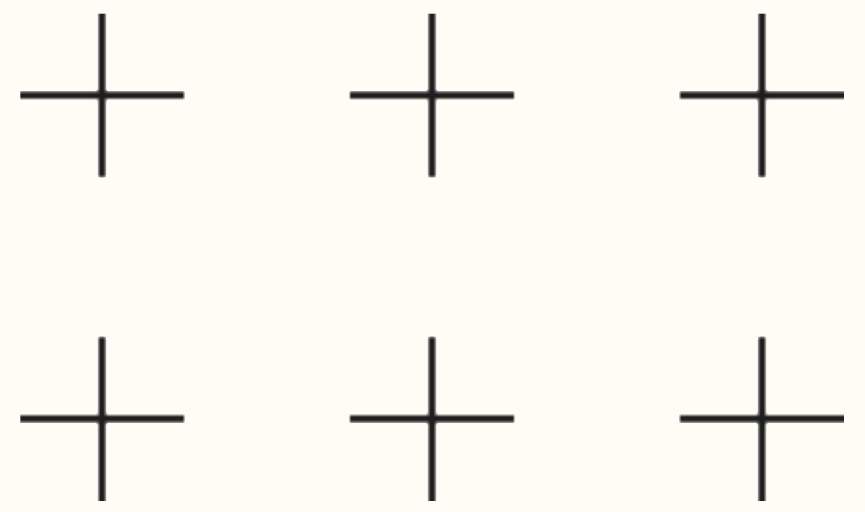
“

*Un amigo fue a Brasil y me
trajo un celular que acá yo no
me lo hubiese podido
comprar nunca.*

Ciudadano de CABA + 1er cordón PBA
C1/C2 | 30 a 45 años

”

CONCLUSIÓN FINAL



*Hasta acá, la esperanza de futuro
sostuvo el mal presente.*

La ecuación era:

**Mal presente + esperanza en el futuro =
avanzo y consumo.**

*Hoy, con la esperanza puesta en
jaque, la ecuación cambia:*

**Mal presente + desesperanza a futuro =
restrinjo consumo y ahorro por las dudas.**

→ **En un país tan dinámico y
cambiante como la Argentina,
la clave estará en lo que
ocurra en las próximas
semanas: si la esperanza logra
recuperarse o entraremos en
un pesimismo general.**



FICHA TÉCNICA

→ **Estudio Cuantitativo**

Encuesta online continua a población general de 15 a 65 años.
3.900 casos trimestrales.
Total País. AMBA, PBA, Córdoba, Salta, Mendoza, Neuquén.

→ **Estudio Cualitativo**

8 focus groups virtuales. NSE C1/C2/C3/D. AMBA, PBA, Salta y Neuquén

→ **Desk Research**

Recopilación, análisis y articulación de datos secundarios.
MECON, INDEC, UTDT, CAME, SCENTIA, NIELSEN, BYMA, JP Morgan, etc.

→ **Social Listening**

Relevamiento de participación y referencias sobre la situación actual
en redes sociales, analisis semiológico.



www.moiguer.com