

# Cuatro años sin crecer: Oliveto explica el cambio de humor de la clase media desde la elección de 2011 a la de hoy

**13-11-2015** El estancamiento de los sectores medios resulta evidente si se compara la evolución de la pirámide social de 2011 hasta estos días. Cuáles son las cuentas pendientes de la "década ganada" y qué desafíos tiene por delante la próxima gestión

Supermercados, muy lejos del boom: prevén que las ventas crecerán menos del 1% este año

Nueve de cada 10 argentinos se considera de clase media y nadie reconoce ser de clase alta



Si hubo un sector de la sociedad que se posicionó como el gran ganador del modelo kirchnerista, este fue sin lugar a dudas aquel conformado por la **clase media**.

Si bien este segmento ocupó las calles con **cacerolas** en momentos de fuertes desacuerdos con el oficialismo y le **quitó** gran parte de su **apoyo** en las estas últimas elecciones al Frente para la Victoria, lo cierto es que el **centro de la pirámide** ha sabido disfrutar de lo que propuso "**el modelo**".

Guillermo Oliveto, director de W Consultora, uno de los principales referentes a nivel nacional en temas vinculados con el consumo, es categórico al afirmar que "**la clase media**, vote o no al Gobierno, **aprovechó todos estos años** la posibilidad de **viajar** al exterior y de **comprar dólares**".

A pesar de que obtuvieron **grandes ventajas** del modelo K, los sectores medios de la pirámide hoy apuestan más por el "**cambio**" que por la "**continuidad**".

Uno de los principales motivos por los cuales aquellos que no son ni "clase alta" ni "clase baja" **restaron apoyo** al oficialismo tiene que ver con el **estancamiento** de los **sectores medios** y el freno al **ascenso social** que había tenido lugar en los últimos tiempos.

En este sentido, Oliveto es claro: "Hace **cuatro años** que la clase media **no crece**".

Si se compara el porcentaje de argentinos que se ubicaban dentro de este segmento



once años atrás con el escenario actual, se advierte que se produjo un incremento del 10%. No obstante, **de 2010 a esta parte** la **clase media** creció apenas un **1,5%** (ver cuadro).

Hay que tener en cuenta que, de acuerdo con el último informe publicado por W Consultora, 5 de cada 10 argentinos forman parte de este segmento, a pesar de que la **sensación de pertenencia** a este estrato es **mucho más alta**.



#### Signos de estancamiento

Si bien es cierto que desde los inicios de la era K a esta parte se sumaron nuevos integrantes al centro de la pirámide social, el director de W Consultora indica que de 2011 a esta parte se produjo un **freno** en el **ascenso social**.

"Entre 2002 y 2015 la clase media creció en **11 millones de habitantes**, pero desde 2011 hasta ahora, hay un claro estancamiento", puntualiza Oliveto.

La explicación a este fenómeno está vinculada con la dura batalla entre los incrementos de precios y los salarios que se desató en los últimos años.

"Los **sueldos** vienen peleando mano a mano con la **inflación**. En 2015 ganaron 5 puntos, pero es una lucha que **se da todos los años**", señala el consultor. Así, mientras que allá por 2011 los argentinos vivían aún el "boom" de **consumo**, este año se despedirá con un **incremento** en las compras de apenas un **1%** en relación con 2014, según se desprende del último informe de supermercados presentado por la consultora Kantar Worldpanel.

### **Aspiraciones**

Además de los cambios que protagonizaron los sectores medios vinculados con la batalla contra la inflación, durante la "década ganada" también se fueron modificando algunos de los **aspiracionales** típicos de este segmento social.

En este punto, Oliveto destaca que "**hace diez años** que los argentinos se dedican a **comprar bienes y servicios** que, en términos de precio, van **desde autos** hacia abajo".

Las dificultades para acceder a los **créditos bancarios** y los consumos de tipo **máscortoplacista** son dos factores que explican por qué fue quedando cada vez más rezagado el **sueño de la "casa propia"**.

Habrá que ver si, con el cambio de Gobierno, se genera un cambio en esta tendencia al consumo de shopping y viajes para volver al ahorro en pos del techo propio, una de las **grandes asignaturas pendientes** que deja la "década ganada" en el país.

"Un factor que resultará decisivo es si en la próxima gestión se da la vuelta de los **grandes créditos hipotecarios**, algo que podría **modificar mucho** el escenario de **consumo**", dice Oliveto.

Si bien en la actualidad, de acuerdo con los datos relevados por W Consultora, la clase media representa un 50% de la pirámide poblacional argentina, una característica propia de este país es que un **80% de las personas consideran que integran este estrato social**.

Este es un punto que tanto **Mauricio Macri como Daniel Scioli comprenden a la perfección** que deberá tener en consideración quien resulte elegido para ocupar el sillón de Rivadavia a partir del 10 de diciembre.

En este sentido, las palabras de Oliveto resultan más que claras: "En este país, históricamente, los **problemas** empiezan **cuando se toca a la clase media**".

Fuente: <http://www.iprofesional.com/notas/222792-Cuatro-aos-sin-crecer-Oliveto-explica-el-cambio-de-humor-de-la-clase-media-desde-la-eleccin-de-2011-a-la-de-hoy>