

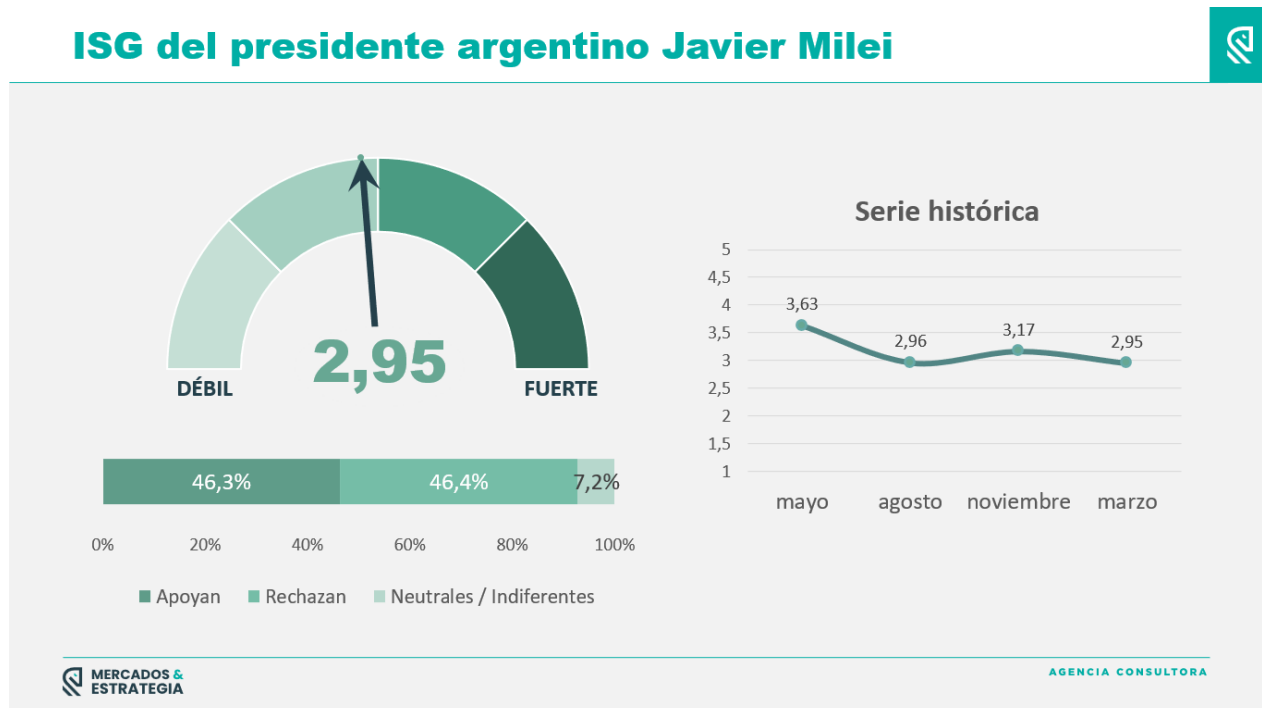
EL ISG MILEI Y LA BATALLA NAVAL

En la secundaria aprovechábamos las horas libres para jugar a la batalla naval. Sobre una hoja cuadriculada dibujábamos nuestra flota de mar colocando fragatas, destructores, cruceros y portaviones, disparando coordenadas hacia la flota del enemigo. Para hundir una fragata bastaba con acertarle un solo tiro, pero para hundir un portaviones necesitábamos acertarle cuatro.

El gobierno de Javier Milei parece estar, como aquellas flotas de mis horas libres del cole, bajo ataque y no solo del enemigo sino también bajo fuego amigo. Y puede que tenga su portaviones “tocado”, pero lejos está aún de ser “hundido”.

A diferencia de las tradicionales mediciones de “imagen” o “gestión” que realizan otras consultoras desde tiempos lejanos, en Mercados & Estrategia diseñamos un índice que llamamos ISG, o Índice de Sustentabilidad General. Un valor que, sobre una escala de 1 a 5, se construye promediando los valores indexados de veintisiete (27) variables de atributos percibidos de “imagen personal”, “valoración de gestión” y “afinidad ideológica”.

Al no ser solo dos preguntas las que hacemos sino veintisiete, podemos identificar claramente cuál o cuáles son las variables en la que se generó la variación del ISG de esa medición respecto al anterior. El ISG Milei del mes de marzo midió 2,95.



Lo primero que notamos al ver la serie histórica es que Milei tuvo dos picos altos donde superó la media de 3 puntos, en mayo y noviembre del año pasado contra

dos picos donde cayó debajo de la media de 3 puntos en agosto del año pasado y marzo de este año.

El pico alto de mayo del año pasado se debió al viento de cola de su “luna de miel”. Hasta ese momento Milei venía con el impulso de la victoria electoral que en el ballottage había alcanzado el 56% de los votos y que entre su discurso de asunción y el discurso del primero de marzo del 2024 había alcanzado el mayor esplendor en su “imagen personal”, elevando el ISG a 3.63. Pero entre mayo y noviembre del año pasado la gente sintió fuertemente los efectos del ajuste económico producido en el primer trimestre del año, recesión y ajuste de tarifas mediante, que afectaron la valoración de la gestión, cayendo el ISG a valor de 2.96. Para repuntar nuevamente a fin de año hasta 3.17 cuando la gente empezó a sentir los efectos positivos de la baja de la inflación y la recomposición salarial en ciernes.

Este mes de marzo el ISG Milei marca su menor valor histórico con 2.95 puntos. Con una economía en crecimiento (+6.5% entre dic/23 y dic/24), con una pobreza en descenso (52.9% en 1°T24 al 35,8% 1°T25), con una inflación controlada y baja (2.4%) y con sueldos creciendo por encima de la inflación en los últimos 10 meses, según datos aportados por el INDEC.

¿Cómo puede ser que, con tantos datos positivos de la gestión económica que repercuten directamente sobre el bolsillo de la gente, el ISG de marzo haya dado 0,22 puntos menos que el de diciembre pasado, te estarás preguntando?

Bueno, el ISG nos ayuda a comprenderlo.

VARIABLES	ISG NOVIEMBRE (3,17)	ISG MARZO (2,95)
Imagen personal	3,15	2,93
Valoración de gestión	2,81	2,84
Afinidad Ideológica	3,53	3,08

No es en la gestión donde encontraremos la caída del mismo ya que de noviembre a marzo su valoración aumentó 0,03 puntos, motivado justamente por las variables económicas.

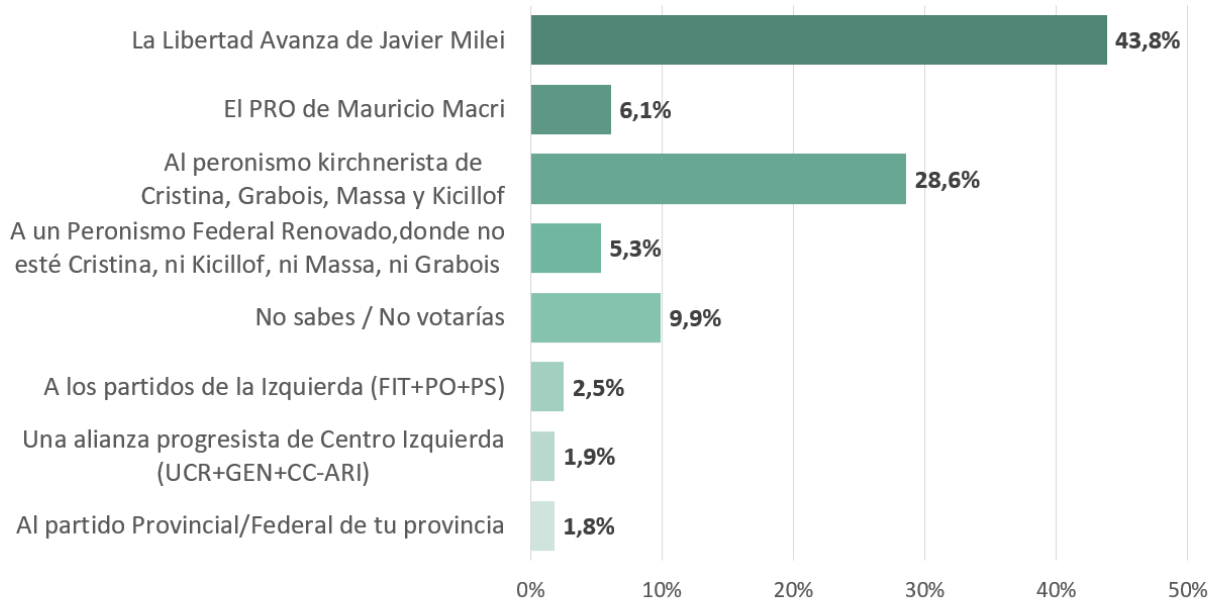
Es en la imagen personal, que cayó 0,22 y en la afinidad ideológica que cayó 0,45 donde encontraremos las causas de esa baja.

La honestidad, la credibilidad, el liderazgo y el carisma fueron los atributos de imagen personal del presidente, junto al retiro abrupto del estado dejando todo al libre albedrío de los privados y el nuevo acuerdo con el FMI, los valores de afinidad ideológica que se más afectaron el ISG.

Sin embargo, esta caída en el ISG presidencial no impacta en forma directa sobre las chances electorales del oficialismo a nivel nacional a la que encontramos en un valor sostenido arriba de los 43 puntos porcentuales, superando en 15 puntos porcentuales a un peronismo desunido.

En la medición de intención de voto que hicimos en agosto del año pasado también La Libertad Avanza superaba al peronismo, pero por solo 7 puntos porcentuales.

Intención de voto legislativo 2025 (por marca/espacio político)



Este crecimiento sostenido de La Libertad Avanza se debe a dos aspectos fundamentales. Por un lado, el debilitamiento del PRO que no solo no está pudiendo contener entre sus filas a muchas de sus principales figuras que migran hacia La Libertad Avanza, a la par que también lo hacen sus votantes. Y a la fragmentación opositora, por el otro.

El voto a Milei aumenta casi 14%, pasando del 30% que obtuvo en la elección general de octubre 2023 al 43,8% de intención manifiesta actual. Y el voto del PRO se reduce casi 18%, pasando del 23,8% en la elección general de aquel octubre a 6,1% de intención manifiesta hoy.

Mientras que el voto peronista se fragmenta, pasando del 36,6% obtenido por Sergio Massa en la elección general de octubre 2023 al 28,6% de intención manifiesta hoy hacia el clásico peronismo kirchnerista de Cristina, Massa, Kicillof y

Grabois; y el 5,3% de intención manifiesta hacia un peronismo renovado con nuevas figuras.

Las diferencias de 4 puntos en aquel voto del PRO y de 3 puntos en aquel voto peronista van hoy a parar al cajón de los indecisos. Electores desregulados sin ningún tipo de afecto ideológico ni personal con los políticos, que suelen decidir su voto a último momento, generalmente motivados por el contexto de su primer metro cuadrado al momento de la elección.

POLARIZACIÓN AFECTIVA

La polarización social argentina se muestra claramente en el gráfico de apoyos y rechazos a la figura de Javier Milei que mostramos en página 1, debajo del ISG, donde vemos un 46,3% de personas que apoyan al gobierno contra un 46,4% que lo rechazan; con un 7,2% de indiferentes.

Valores de “amor” y “odio” que se mantienen incólumes desde agosto del año pasado en que desde Mercados & Estrategias estudiamos justamente ese fenómeno que medimos en 47% para ambos lados, con un 6% de indiferencia.

La próxima elección nacional de octubre se definirá justamente bajo esa premisa dicotómica.

Los candidatos distritales que más claramente representen el amor a Milei recibirán la mayor parte de ese apoyo, mientras que los candidatos distritales que más claramente representen el odio a Milei recibirán la mayor parte de ese rechazo.

No hay espacio para posiciones ambiguas e indefinidas en una sociedad radicalizada.

Pablo Gustavo Díaz

Estratega político y corporativo