



# Los chilenos entregarán un promedio de 7 regalos esta Navidad

Las mujeres tienden a obsequiar más productos y planifican un presupuesto algo superior a los hombres.

INFORMACIÓN | Eduardo Olivares • INFOGRAFÍA | Natalia Herrera G.



**Nota metodológica:** Muestra de 888 personas encuestadas vía online entre el 7 y el 19 de noviembre de 2024. CNC reporta que se trata de un muestreo probabilístico, con un error muestral de 3,4% para un nivel de confianza de 95%, con personas entre 18 y 65 años desde NSE ABC1 a D, de las regiones de Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Biobío y La Araucanía.

## Preferencias de los chilenos en 2024

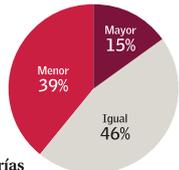
Sondeo del Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio sobre la Navidad 2024.

	Número de regalos que planea comprar	Cuánto prevé gastar en Navidad		Qué canal de compras usará		
		Hasta \$100.000	Sobre \$100.000	Solo tiendas físicas	Solo online	Ambos tipos
<b>Según género</b>						
Hombre	6	58%	42%	31%	19%	54%
Mujer	8	52%	48%	43%	7%	50%
<b>Según nivel socioeconómico</b>						
ABC1 y C2	8	54%	46%	30%	17%	53%
C3 y D	6	57%	43%	44%	5%	51%
<b>Según edad</b>						
18-30	6	59%	41%	44%	15%	41%
31-45	8	54%	46%	35%	12%	53%
46 o más	7	55%	45%	32%	5%	63%

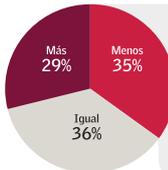
### Efecto Santa Claus

Corresponde a la tendencia alcista en los mercados bursátiles en la última semana de diciembre y primeros días de enero.

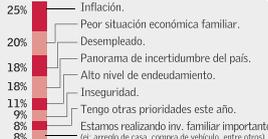
Su número de compras respecto de la Navidad 2023 será...



Su nivel de gastos en relación con la Navidad 2023 será...



### ¿Por qué gastará menos?



### Qué categorías están en sus decisiones de compra

Categoría	Total	Según género		Según nivel socioeconómico		Según edad		
		Hombre	Mujer	ABC1 y C2	C3 y D	18-30	31-45	46 o más
Vestuario	92%	88%	96%	95%	89%	88%	96%	91%
Calzado	68%	59%	75%	75%	61%	62%	74%	69%
Artículos deportivos	66%	64%	69%	71%	62%	74%	68%	55%
Tecnología	42%	45%	38%	45%	39%	45%	43%	35%
Electrohogar	30%	23%	35%	35%	26%	52%	28%	29%
Muebles y decoración	49%	39%	60%	54%	42%	52%	51%	42%
Accesorios personales	80%	71%	89%	83%	75%	89%	80%	72%
Belleza y cuidado personal	87%	85%	90%	89%	85%	88%	89%	81%
Juguetes	82%	75%	86%	89%	74%	85%	88%	72%
Viajes	20%	24%	18%	28%	11%	11%	32%	19%
Alimentación	45%	38%	49%	38%	49%	40%	48%	51%
Entretención	65%	72%	61%	71%	60%	73%	59%	61%
Mascotas	49%	40%	58%	52%	46%	57%	45%	42%
Cocina	38%	23%	51%	38%	39%	40%	43%	32%
Limpieza	23%	14%	32%	10%	34%	24%	22%	26%
Salud	28%	29%	25%	28%	27%	23%	33%	29%
Libros	61%	67%	53%	71%	52%	63%	65%	54%
Paperería	47%	29%	67%	49%	43%	52%	45%	41%
Automotriz	22%	29%	12%	9%	32%	26%	33%	9%
Mejoramiento del hogar	40%	44%	36%	32%	45%	31%	44%	48%

### Sensación de seguridad

¿Cómo se siente cuando visita los siguientes lugares de compras?

Lugar	Inseguro o muy inseguro	Indiferente	Seguro o muy seguro
Malls	16%	28%	56%
Outlets	26%	33%	41%
Ferias navideñas	34%	31%	35%
Ferias tradicionales	40%	29%	31%
Comercio ambulante	54%	21%	25%
Barrios comerciales (Patronato, Meiggs, etc.)	39%	31%	30%

“La improvisación es baja en Navidad. El 62% dice planificar sus compras y sobre un 70% aprovecha ofertas y promociones. Las épocas fuertes de compra son la segunda quincena de noviembre (39% de menciones) y la primera de diciembre (48% de menciones).”

Bernardita Silva, gerente de Estudios de la CNC.



### La película navideña más recaudadora en el mundo es El Grinch (también en Chile)

Ranking	Título	Ingresos totales (US\$ millones)	Año
1	El Grinch	540,0	2018
2	Mi pobre angelito	476,7	1990
3	Mi pobre angelito 2: perdido en Nueva York	359,0	1992
4	Cómo el Grinch robó la Navidad	346,7	2000
5	Cuento de Navidad	325,3	2009
6	El expreso polar	318,6	2004
7	Elf	229,8	2003
8	Santa Clausula	190,5	1994
9	Santa Clausula 2	172,9	2002
10	Navidad sin los suegros	164,1	2008

Fuente: Box Office Mojo

### Compras

En Navidad se vende 40% más que en un mes normal, según la CNC.

### Interés

En las búsquedas de Google, la palabra "Navidad" alcanzó puntaje 100 (el máximo) en las últimas dos semanas de diciembre de 2023.

### Ineficiencia

El Chartered Professional Accountants de Canadá estima que el 11% de las compras navideñas son ineficientes. Se basa en la idea del economista Joel Waldfogel, quien propuso en 1993 que hay una pérdida irreparable dado que el valor del regalo para quien recibe es menor que para quien obsequia.