

Navidad y economía, un reflejo de nuestras prioridades

Las fiestas navideñas se adaptan a las circunstancias que enfrenta cada generación, y este año no es una excepción. Según los datos del estudio de la Cámara Nacional de Comercio, los hogares chilenos están ajustando sus prioridades, mostrando cambios que no solo responden a limitaciones económicas, sino también a cómo interpretan el contexto que las rodea. Esto nos lleva a mirar las cifras y analizar las decisiones detrás de ellas.

Uno de los hallazgos más notable del estudio, es que un 39% de las personas planea comprar menos regalos esta Navidad. Pero, se espera que el gasto promedio estimado asciende a \$125.000, por encima de los \$116.000 del año pasado. Esta paradoja, según la cual menos regalos significa más consumo, puede explicarse por el efecto ingreso: cuando se perciben que los recursos son limitados, las personas tienden a consumir menos bienes no esenciales y concentrar el consumo en bienes claves. Así, regalos como vestuario y juguetes lideran las preferencias, mientras que artículos de lujo o viajes quedan relegados.

El 62% de los encuestados realizarán sus compras de forma planificada, y un 58% indica que aprovechará promociones y ofertas. Este comportamiento puede explicarse desde la economía del comportamiento, ya que las personas buscan reducir la incertidumbre financiera y sentirse



MANUEL CHONG FUENTES
Economista y académico Ingeniería Comercial
Universidad Andrés Bello

Planificar con anticipación disminuye el estrés asociado a las compras de última hora, mientras que las promociones funcionan como señales que simplifican las decisiones, haciendo que los consumidores sientan que están optimizando su gasto.

más en control de sus decisiones. Planificar con anticipación disminuye el estrés asociado a las compras de última hora, mientras que las promociones funcionan como señales que simplifican las decisiones, haciendo que los consumidores sientan que es-

tán optimizando su gasto. Además, la aversión a la pérdida impulsa a muchos a aprovechar los descuentos antes de que desaparezcan.

Desde una perspectiva macroeconómica, estas decisiones reflejan un consumo más racional, que podría remodelar la dinámica de la demanda agregada. Más allá de ser solo una festivi-

dad, esta Navidad se convierte en un espejo del estado emocional y financiero de los hogares chilenos, brindando una oportunidad para comprender cómo los cambios en el entorno impactan nuestras decisiones diarias. La economía nos recuerda que incluso las elecciones individuales, cuando motivadas por restricciones, pueden transformar colectivamente nuestras tradiciones.