

Menos pañales y más mascotas: cómo la demografía está cambiando aceleradamente el consumo en Chile

El economista Jorge Quiroz explicó que hay un cambio de preferencias y que “lo que antes se conocía como consumo masivo pasará a ser consumo de nicho”.

POR BLANCA DULANTO

Las transformaciones culturales se aceleraron en Chile y eso está impactando directamente en las compras de las personas.

Así lo afirmó el economista y socio fundador de Quiroz y Asociados, Jorge Quiroz, quién –en el marco del encuentro Asociación Gremial de Industrias Proveedoras (AGIP)– evidenció que, tanto a nivel global como local, “estamos en presencia de cambios demográficos significativos”, que modifican los hábitos de consumo.

“Me he encontrado con algunas empresas que están un poco tensionadas porque el consumo ha crecido muy poco o incluso ha caído post pandemia. Y yo me he dado cuenta que ha habido cierta confusión porque hubo un boom de consumo, el 2021 por la liquidez que hubo producto de los retiros e IFE (...) entonces la gente después siguió con las metas y no cumplió”.

A su vez, señaló que el consumo de los hogares sigue estando levemente por debajo de su tendencia pre-pandemia y que –en ese sentido– “las novedades no están en la macroeconomía, si no que en este caso están en la microeconomía”.

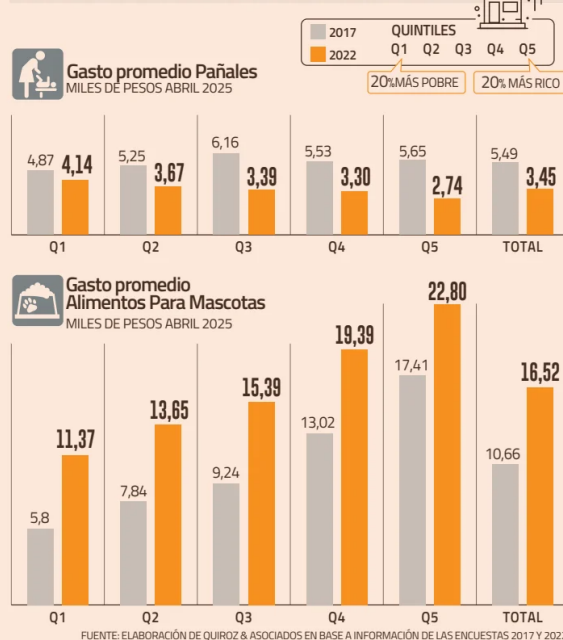
En esa línea, el experto sostuvo que “estamos viviendo en Chile un cambio demográfico muy acelerado, que es parte de un cambio global –en el mundo no musulmán al menos– por lo tanto, están cambiando muchísimas cosas”.

En su presentación, el economista señaló que, en base a información del INE, desde 2019 se ha acrecentado la caída en el número de nacimientos en Chile. En esa línea, consignó que las mujeres entre 15 y 49 años que no tenían hijos en Chile pasaron de ser un 28,3% en 2002 a un 43,4% el año pasado.

Si bien sostuvo que la caída en la tasa de fecundidad es global, en Chile es más intensa. En 2024, según cifras del Banco Mundial, la tasa de fecundidad fue de 1,03 en el país. A juicio del economista la baja



LA ENCUESTA DE PRESUPUESTOS FAMILIARES RATIFICA CAMBIOS DEMOGRÁFICOS EN EL PERÍODO 2017-2022



en la tasa de natalidad y fecundidad “es un tema cultural (...) aquí hay un cambio de prioridades de vida en la población”.

De acuerdo a la Encuesta Mundial de Valores, el porcentaje de mujeres que afirmaron que el trabajo es muy importante para ellas aumentó del 32% entre 2005-2009, al 47% en 2017-2020.

Además, anotó que se ha constatado que la preocupación por el cambio climático se asociaba normalmente con la intención de tener menos hijos o no tener ninguno.

Decisión económica

No obstante, Quiroz sostuvo que no es un tema meramente cultural, sino también económico.

En ese sentido, señaló que los costos directos o indirectos asociados a los niños han aumentado relativamente en el tiempo. “En Chile existen cambios similares en preferencias, pero amplificados por factores económicos como por ejemplo el aumento del precio de viviendas por sobre crecimiento de los salarios y el aumento de aranceles de la educación por sobre el IPC”, detalló.

Según datos del Banco Central, desde 2008 el precio real de las viviendas nuevas y usadas aumentó 114% y 131%, respectivamente y en el mismo período los salarios reales aumentaron sólo un 40%.

A su vez, de acuerdo a información del Sistema de Información de la Educación Superior, existió un aumento real de 50% de los aranceles de las universidades del Cruch entre 2010-2024.

En ese sentido, sostuvo que todos estos factores producen “ese cambio

demográfico y los primeros efectos que uno ve (en el consumo) es la caída de demanda”.

De masivo a nicho

De acuerdo a Quiroz, este cambio de preferencias en la sociedad tiene consecuencias microeconómicas

“inmediatas”.

“Lo que antes se conocía como consumo masivo pasará a ser consumo de nicho”, aventuró. “Va a haber un grupo de población que se va a achicar, que son los niños, las guaguas y los más jóvenes, y otro que se va a agrandar, que son los más viejos. Entonces, productos que antes eran masivos –porque la realidad demográfica era alta– como lo eran los productos de niños, van a ser de nicho, porque van a haber muchos abuelos por niños; mientras que los productos de nicho que eran para los adultos mayores –como pañales u otro tipo de necesidades– van a ser masivos”.

En esa línea, agregó que de acuerdo a datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares sobre el consumo de los hogares de Chile, se ha experimentado una caída en consumo de productos vinculados a la niñez como los pañales y aumento de consumo de productos para mascotas; además de un aumento del gasto en salud y una caída en educación, alcohol, tabaco, restaurantes, hoteles, ropa y calzado.

“No hay que sorprenderse, es un fenómeno global”, concluyó el economista y sostuvo que hoy en día, en Corea, la venta de pañales para adultos supera a la venta de pañales para niños y la venta de coches para mascotas supera a la de coches para niños.