



El gustito accesible



CUANDO EL SUPERMERCADO ASUSTA, EL
CLÓSET ABRAZA

"Lo que nos cuesta vivir"

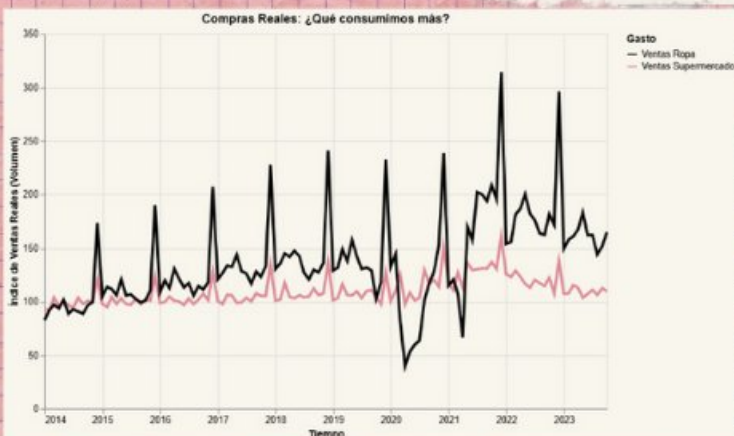
La **inflación** de la última década nos enseñó una dura lección: **sobrevivir es caro**. Los datos del INE son claros al mostrar cómo el costo de los alimentos básicos se ha **duplicado**, convirtiendo la visita al supermercado en una fuente de estrés.

Sin embargo, sucede un fenómeno sorpresivo. Al analizar el **IPC**, descubrimos que **el vestuario** es el único sector que **se desacopló de la inflación general**, manteniendo precios accesibles mientras todo lo demás subía.



Mientras el costo de los alimentos (Línea Negra) se ha disparado por la inflación, el precio del vestuario (Línea Rosa) se ha mantenido estable o a la baja. Esta "oferta histórica" es lo que habilita el consumo.

VESTIRSE BIEN ES LA TERAPIA MÁS BARATA
PARA SOBRELLEVAR LA CRISIS



A pesar de la crisis económica, el volumen de compra de ropa no cae. Al contrario: los datos muestran picos de consumo explosivos post-pandemia, confirmando que el chileno prioriza el "gustito" accesible.

"Cómo reaccionamos"

El "**Lipstick Effect**" se presenta como respuesta: cuando los grandes sueños (la casa propia, el auto) se vuelven **inalcanzables** por la crisis, no dejamos de gastar; simplemente redirigimos el dinero hacia "**lujitos**" posibles. Comprarse unas zapatillas o una polera no es sólo una compra funcional, si no que también es un acto de **compensación emocional** frente a un contexto económico global y nacional que está **fuera de nuestro control**.