

“El ahorro también se disfraza: cómo sobrevivir al ataque navideño de los gastos con gorrito rojo”

- *Muchas decisiones de compra se toman más con las emociones que con la razón. Las ofertas, la presión social y el ambiente festivo activan impulsos que hacen creer que se está ahorrando, cuando en realidad se gasta más.*
- *El 70 % de los impulsos se disipa si se espera 24 horas. Tomarse ese tiempo antes de comprar ayuda a diferenciar entre deseo y necesidad y evita los llamados “gastos disfrazados”.*
- *Seguir la regla 50-30-20
50 % necesidades, 30 % gustos, 20 % ahorro y comprar con lista en mano son estrategias simples para cuidar la salud financiera.*
- *Según Fenalco, el 54 % de los consumidores gastan entre \$200 mil y \$800 mil pesos en regalos y celebraciones, mientras que un 36 % destinará montos superiores, principalmente en ropa, calzado y accesorios.*

Bogotá, D.C., noviembre de 2025. Llega diciembre, esa época del año en la que el corazón se ablanda, las luces brillan... y la billetera tiembla. Es el mes más esperado, y también el más peligroso, para el bolsillo. Las vitrinas parecen guiñar el ojo, las promociones susurran “llévame contigo”, y los aguinaldos se esfuman entre compras “inteligentes” que al final resultan ser el disfraz más elegante del gasto impulsivo.

Pero, seamos sinceros: ¿cuántas de las compras decembrinas son realmente necesarias... y cuántas son puro antojo con moño?

Navidad con cabeza fría (y bolsillo caliente): lo que la psicología del consumidor nos enseña.

Según datos de Fenalco, los colombianos destinan entre \$200 mil y \$800 mil pesos en regalos y celebraciones. Un 36 % va aún más allá, especialmente en ropa, calzado y accesorios. Y aunque cada quien jura que “este año sí ahorrará”, la realidad es que las emociones ganan la partida: la música, el ambiente festivo y la famosa prima activan lo que en ***Psicología del Consumidor se conoce como “compras emocionales”***.

A nivel global el panorama no es distinto: en Estados Unidos, el gasto promedio supera los US\$900 por persona, impulsado por el *Black Friday*, el *Cyber Monday* y ese monstruo



sonriente llamado comercio electrónico, que cada año promete descuentos irresistibles... y logra que muchos compren hasta lo que no sabían que existía.

Comparamos con la cabeza, pero también (y sobre todo) con el corazón

“Los seres humanos no gastamos solo con la cabeza, también gastamos con el corazón”, explica José Ricardo Franco Mojica, Representante del Campo Psicología del Consumidor del Capítulo Bogotá y Cundinamarca del Colegio Colombiano de Psicólogos - Colpsic. “Las emociones, la presión social y las estrategias publicitarias pesan más de lo que creemos. Una promoción es buena solo si ya teníamos pensado comprar ese producto. Si no estaba en nuestra lista, no es ahorro: es un gasto disfrazado de oportunidad”.

Y los expertos en marketing lo saben. Por eso, ponen los productos más tentadores justo al lado de la caja registradora, donde el autocontrol ya fue a tomarse un café, o lanzan promociones “por tiempo limitado” que despiertan ese viejo “miedo a perder algo” valioso, conocido por sus siglas en inglés como *FOMO (Fear of Missing Out)*. El resultado: terminamos comprando el tercer suéter rojo “porque el descuento era demasiado bueno para dejarlo pasar”.

Cómo sobrevivir al ataque del consumo navideño (y no morir en el intento)

1. Aplica la regla de las 24 horas:

El 70 % de los impulsos de compra desaparece si esperas un día antes de decidir. Si al día siguiente sigues pensando en el producto, probablemente lo necesites; si ya ni te acuerdas, felicitaciones: ¡acabas de ahorrarte una trampa con moño!

2. Haz tu lista... y cúmplela como si fuera tu mapa del tesoro (o tu contraseña del banco):

- Entrar a un establecimiento comercial sin lista es como ir a un bufé con hambre o al supermercado con el corazón roto: terminas llevándote cosas que no necesitabas, pero que parecían hechas para ti.
- Tener claro qué vas a comprar, a quién le regalarás y con qué presupuesto, es como llevar un GPS emocional que te mantiene en ruta mientras las luces, la música y las promociones intentan seducir tu bolsillo.
- La lista no es solo un papel; es tu escudo psicológico frente al marketing festivo que promete felicidad inmediata en tres cuotas sin intereses.
- Recuerda ese viejo refrán del consumidor moderno: “Lo bueno de ir de compras es que uno siempre encuentra lo que no andaba buscando.” Y justo ahí está la trampa.



- Hacer compras con lista es, en el fondo, un acto de conciencia y de amor propio. Porque cuando sabes lo que realmente necesitas, el impulso pierde poder, y el gasto deja de ser emoción momentánea para convertirse en decisión con propósito.

3. Diferencia deseo de necesidad:

Antes de pasar la tarjeta, hazte esta pregunta: ¿realmente lo necesito o solo quiero sentirme bien un rato? La respuesta puede ahorrarte más que dinero: te libra de la culpa o el guayabo poscompra.

4. Caza hormigas (financieramente hablando):

Los “gastos hormiga”, ese café diario o el postrecito inocente después del almuerzo, parecen insignificantes, pero al final del año podrían financiar unas vacaciones. No subestimes su poder silencioso.

5. Sigue la regla 50-30-20:

Distribuye tus ingresos 50 % necesidades básicas, 30 % en gustos, y un 20 % en ahorro. Y si la disciplina no es lo tuyo, usa el método de los sobres: separa el dinero por categorías (mercado, transporte, regalos) y cuando se acabe un sobre, se acabó el gasto. Sin excusas.

Gastar con propósito, no con impulso

Hacer un presupuesto emocional y financiero implica algo más que sumar y restar: es reconocer cuáles emociones hay detrás de cada compra. ¿Buscas tranquilidad, reconocimiento, cariño, o simplemente llenar un vacío? Entender eso cambia por completo la relación con el dinero.

Gastar con intención no es ser tacaño: es vivir con conciencia. El dinero rinde más cuando se usa con propósito y no por impulso. Así, diciembre deja de ser un campo minado de tentaciones para convertirse en una oportunidad de disfrutar sin poner en riesgo el equilibrio financiero con el que inicia el nuevo año.

En resumen, en Navidad no todo lo que brilla es descuento. A veces, el verdadero ahorro está en decir “no, gracias” con una sonrisa... y salir del establecimiento comercial con la billetera y la conciencia en paz.

**Colegio Colombiano de Psicólogos
Colpsic
Noviembre de 2025**

Página 3 de 3



Carrera 19 No. 84 - 49.
Antiguo Country
Bogotá, D.C. Colombia



colpsic@colpsic.org.co
www.colpsic.org.co



(601) 745 14 70



SC-2001331