



Profundiza más

Recurso de Profundización

Estudio de Caso: Cambios en el equilibrio de mercado de celulares

Descripción: ejemplo contextual y descriptivo, a manera de resumen, de la restricción presupuestaria.

Introducción

En el mercado actual de teléfonos celulares, los consumidores deben elegir entre diferentes modelos que varían en precio, características y beneficios. Sin embargo, su elección está limitada por su presupuesto. En este contexto, utilizamos las nociones de recta presupuestaria y curva de indiferencia para entender cómo un consumidor toma la decisión óptima entre dos opciones: un Smartphone de Alta Gama (A) y un Smartphone de Gama Media (B).

Descripción

Supongamos que un consumidor tiene un presupuesto de **\$1,000** para comprar teléfonos celulares. Existen dos opciones disponibles:

- **Smartphone de Alta Gama (A):** Cuesta **\$800** por unidad.
- **Smartphone de Gama Media (B):** Cuesta **\$500** por unidad.

La **recta presupuestaria** muestra todas las combinaciones de estos dos tipos de celulares que el consumidor puede adquirir con su dinero. Se expresa mediante la ecuación:

$$800Q_A + 500Q_B = 1000$$

Donde Q_A es la cantidad de celulares de alta gama y Q_B es la cantidad de celulares de gama media.

- Si el consumidor gasta todo su dinero en el **celular de alta gama**, puede comprar **1 unidad** ($Q_A=1, Q_B=0$).
- Si opta solo por **celulares de gama media**, puede comprar **2 unidades** ($Q_A=0, Q_B=2$).



Profundiza más

Ahora, el consumidor tiene preferencias representadas por curvas de indiferencia, que muestran combinaciones de Q_A y Q_B que le generan el mismo nivel de satisfacción. Supongamos que el consumidor prefiere tener 1 celular de alta gama y 1 celular de gama media en lugar de solo uno de alta gama o dos de gama media.

El punto óptimo ocurre cuando la curva de indiferencia más alta posible es tangente a la recta presupuestaria, es decir, cuando la tasa marginal de sustitución (TMS) entre los celulares de alta y media gama es igual a la relación de precios. En este caso, la mejor opción para el consumidor es comprar 1 celular de alta gama y 1 celular de gama media.

Análisis

La teoría de la optimización del consumidor nos permite entender cómo una persona toma decisiones racionales en función de su presupuesto y preferencias. En este ejemplo, el consumidor maximiza su utilidad combinando un celular de alta gama y uno de gama media, ya que esta elección equilibra calidad y cantidad dentro de su restricción presupuestaria. Este análisis no solo es útil en la compra de celulares, sino en cualquier decisión de consumo donde haya limitaciones económicas y preferencias personales.