



Profundiza más

Recurso de Profundización

Cambios en precios e ingresos debido a factores económicos, tecnológicos y de demanda

Introducción

El mercado de celulares es altamente competitivo y está sujeto a constantes cambios en precios e ingresos debido a factores económicos, tecnológicos y de demanda. Los consumidores, al enfrentar variaciones en los precios de los dispositivos móviles, ajustan su comportamiento de compra según el efecto ingreso y el efecto sustitución. Estos conceptos económicos permiten analizar cómo los cambios en los precios y el poder adquisitivo influyen en la demanda de celulares. A continuación, se presenta un análisis de estos efectos en el contexto del mercado de dispositivos móviles.

Desarrollo

Supongamos que una empresa líder en el mercado de celulares lanza un nuevo modelo a un precio significativamente más bajo que el modelo anterior. Este cambio genera dos efectos principales en el comportamiento del consumidor: el efecto ingreso y el efecto sustitución.

El efecto ingreso se manifiesta cuando el consumidor percibe un aumento en su poder adquisitivo al poder comprar el nuevo modelo más económico sin afectar significativamente su presupuesto. Esto puede llevar a un aumento en la demanda, ya que más personas pueden permitirse adquirir el dispositivo, o bien destinar el ahorro a la compra de otros bienes o servicios relacionados, como accesorios o aplicaciones móviles.

El efecto sustitución ocurre cuando los consumidores prefieren el nuevo modelo más barato frente a otros modelos similares de la competencia o incluso frente a modelos anteriores de la misma marca. Esto provoca un desplazamiento de la demanda desde los dispositivos más costosos hacia el modelo de menor precio, especialmente si las características técnicas son similares o superiores.

Por otro lado, si el precio de un modelo popular aumenta debido a factores como escasez de componentes o mejoras significativas, los consumidores pueden optar por modelos sustitutos de otras marcas o gamas más económicas. En este caso, el efecto sustitución provoca una disminución de la demanda del modelo cuyo precio ha



Profundiza más

aumentado, mientras que el efecto ingreso negativo reduce el poder adquisitivo y limita la compra de dispositivos más caros.

Conclusión

El análisis de los efectos ingreso y sustitución en el mercado de celulares permite comprender cómo reaccionan los consumidores ante variaciones en los precios y el poder adquisitivo. Las empresas deben considerar estos efectos al fijar precios y lanzar nuevos productos para anticipar las reacciones del mercado y mantener su competitividad. Un manejo adecuado de estrategias de precios puede maximizar las ventas y garantizar un mejor posicionamiento en el mercado móvil.