

# EFECTO INGRESO Y EFECTO SUSTITUCIÓN



## Efecto sustitución

El efecto sustitución ocurre cuando el precio de un bien cambia y los consumidores optan por sustituirlo por otro bien que cumpla una función similar, pero que sea más accesible en términos de precio. Por ejemplo, si el precio de la carne aumenta, los consumidores pueden decidir comprar pollo o pescado en su lugar. Este efecto describe cómo los consumidores buscan maximizar su satisfacción o utilidad con los recursos que tienen, eligiendo productos que cumplan una función similar a menor costo.

En el mundo actual, caracterizado por una amplia disponibilidad de productos y marcas, el efecto sustitución es una fuerza constante en la economía. Las empresas deben

considerar que cada ajuste de precio no solo influye en sus ventas, sino también en cómo los consumidores perciben sus productos frente a los de la competencia.

## **Efecto ingreso**

El efecto de ingreso, en cambio, analiza cómo los cambios de precio afectan el poder adquisitivo de los consumidores.

Si el precio de un producto esencial, como los alimentos o el combustible, aumenta, los consumidores verán disminuido su ingreso real, lo que limitará su capacidad de compra en general. Por otro lado, si los precios de productos básicos disminuyen, los consumidores pueden disponer de ingresos adicionales para adquirir otros bienes o servicios. Este efecto impacta el presupuesto general del consumidor y la manera en que distribuyen su gasto.

El efecto de ingreso es especialmente relevante en productos de primera necesidad o aquellos que forman parte importante del presupuesto familiar, ya que cambios en sus precios impactan directamente el bienestar de los consumidores y sus patrones de consumo en otros productos o servicios.

## **Diferencia entre el efecto sustitución y el efecto ingreso**

Es común confundir estos dos efectos, ya que ambos están relacionados con variaciones en los precios y el consumo. Sin embargo, su distinción es fundamental para comprender el comportamiento del consumidor:

- **Efecto sustitución:** se enfoca en la reacción del consumidor al reemplazar un producto por otro debido a una diferencia en precio, manteniendo constante el ingreso real.

- Efecto ingreso: analiza cómo un cambio en precio impacta el poder adquisitivo y, por ende, la demanda de todos los bienes que el consumidor adquiere.

### **Aplicaciones prácticas del efecto sustitución y efecto ingreso en estrategias de mercado**

Comprender el efecto sustitución y el efecto ingreso permite a las empresas desarrollar estrategias de precios que se adapten a las necesidades y expectativas de los consumidores. Veamos algunas aplicaciones prácticas de estos efectos.

- Estrategias de precios basadas en el efecto sustitución. Las empresas pueden aprovechar el efecto sustitución y el efecto ingreso para crear estrategias de precios que fomenten la lealtad del consumidor y minimicen el impacto de los aumentos de precio.

Por ejemplo, si una empresa prevé un aumento en el precio de un producto clave, puede ofrecer alternativas a menor costo dentro de su propia línea de productos, incentivando a los consumidores a elegir una opción de menor costo sin cambiar de marca.

Además, al evaluar la elasticidad de la demanda de un producto, las empresas pueden ajustar sus precios para competir con productos sustitutos de manera eficaz. Si un producto es altamente elástico, es decir, que su demanda responde fuertemente a cambios de precio, entonces una reducción estratégica en su precio puede aumentar su demanda sin afectar negativamente la rentabilidad.

- Optimización de la oferta y demanda. Con la tecnología, las empresas pueden monitorizar en tiempo real el efecto sustitución y el efecto ingreso, lo que les permite anticipar la demanda y ajustar su oferta de manera dinámica.

Esto es especialmente útil en industrias donde la demanda es estacional o altamente sensible a variaciones de precios, como el retail o el sector de bienes de consumo.

Un ejemplo práctico es el uso de algoritmos de predicción de demanda, que calculan la cantidad óptima de producto que una empresa debe tener en inventario en función de la sensibilidad al precio de sus consumidores. Esta optimización de la oferta permite maximizar la eficiencia y reducir el riesgo de sobreproducción o escasez.

### **Principales diferencias entre el efecto ingreso y el efecto sustitución**

- El efecto ingreso se refiere a un cambio en la demanda de un producto debido a un cambio en el ingreso.
- El efecto sustitución muestra la demanda de un producto debido a un cambio relativo en el precio y la disponibilidad de productos sustituibles.
- Cuando los precios suben en un mercado con pocas opciones o sustitutos, el efecto ingreso puede tener un mayor impacto. Los consumidores pueden decidir dejar de comprar un producto por completo.
- En mercados con muchos productos sustitutos, el efecto sustitución predomina cuando suben los precios, lo que lleva a los consumidores a optar por alternativas más baratas.

Referencia:

Equipo Investopedia (2026). Efectos de renta y sustitución: impacto en las decisiones de consumo. Investopedia. Recuperado de: <https://www.investopedia.com/ask/answers/041415/whats-difference-between-income-effect-and-substitution-effect.asp>

López, A. (s.f.). Efecto de Sustitución y Efecto de Ingreso: Descifrando estos conceptos clave. Price Lab. Recuperado de: <https://pricelabsolutions.com/efecto-de-sustitucion-y-efecto-de-ingreso-descifrando-estos-conceptos-clave/#:~:text=El%20efecto%20de%20sustituci%C3%B3n%20y%20el%20efecto,los%20consumidores%20fr ente%20a%20cambios%20de%20precios>