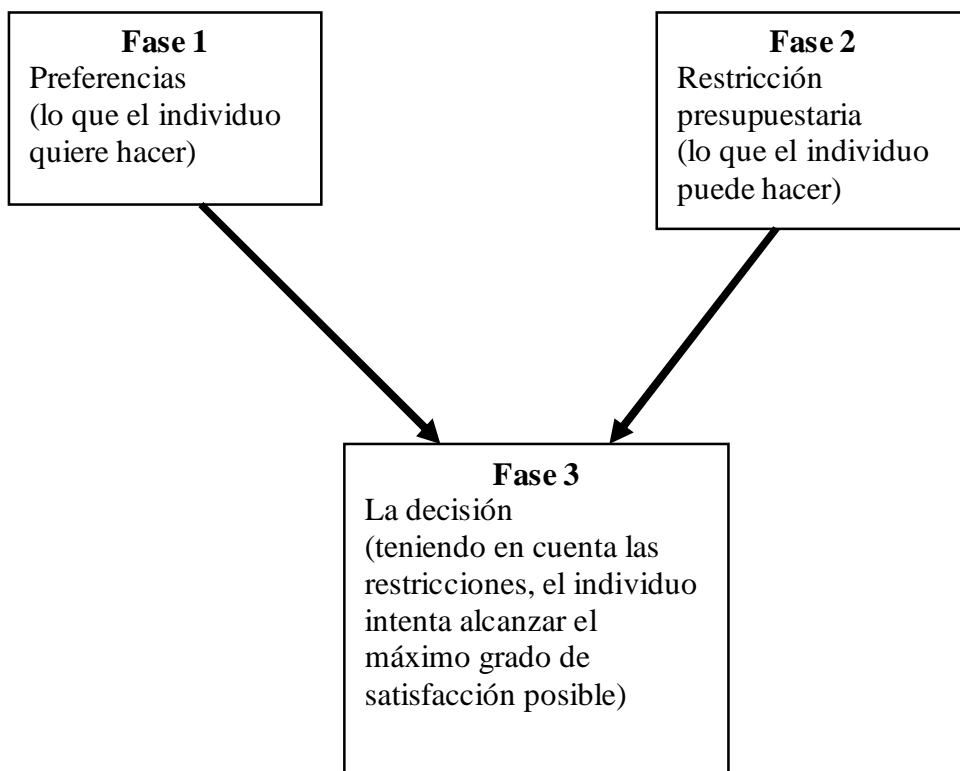


# UNIDAD 3

**El estudio del comportamiento del consumidor consta de tres fases:**

- Tenemos que saber en primer lugar que es lo que el consumidor quiere hacer. Si no conocemos cuáles son sus preferencias entre los distintos bienes, no podremos llegar a saber cuál sería para él una buena solución al problema de la escasez. Por lo tanto necesitamos una representación de las preferencias del consumidor.
- En segundo lugar, también necesitamos saber que puede hacer este consumidor teniendo en cuenta la renta de que dispone y los precios a los que enfrenta . Es decir necesitamos elaborar un modelo de las restricciones que su limitado presupuesto impone al consumidor.
- La tercera fase consiste en simplemente juntar las preferencias del consumidor (que muestra lo que quiere hacer) y sus restricciones (que muestran lo que puede hacer) Esto nos permitirá identificar cual es la elección (de entre las posibles) que maximizan su bienestar.
- Una de las implicancias mas importantes del marco que acabamos de describir es que la teoría de la elección muestra como el individuo adopta sus decisiones de consumo dadas *sus preferencias particulares*.





## **TEORIA DE LA UTILIDAD MARGINAL**

### **Supuestos:**

- ❖ **El consumidor obtiene utilidad de los bienes consumidos**
- ❖ **Cada unidad de consumo adicional produce una utilidad total adicional, la utilidad marginal es positiva**
- ❖ **Conforme aumenta la cantidad consumida de un bien, disminuye la utilidad marginal.**
- ❖ **El objetivo del consumidor es maximizar la utilidad total**

**La utilidad total se maximiza cuando se gasta todo el ingreso disponible, y la utilidad marginal por unidad monetaria gastada es igual para todos los bienes**

## **Las preferencias del consumidor**

La ordenación de las preferencias tienen cuatro propiedades:

1.- Completitud: una ordenación de las preferencias es completa si permite al consumidor ordenar todas las combinaciones posible de bienes y servicios . Ante dos cestas de consumo cualquiera, un consumidor puede decirnos cual de ellas prefiere, o si ambas le resultan indiferentes.

2.- Cuanto mas, mejor: Esta propiedad significa que, manteniéndose lo demás constante, se prefiere una mayor cantidad de un bien a una menor. Sean cual sean las cantidades a su alcance, el consumir nunca se sacia . Esta propiedad recibe el nombre de insaciabilidad

3.- Transitividad: Es una mera propiedad de coherencia, en el sentido de que si el individuo prefiere la cesta x a la cesta y ,y prefiere la cesta y a la cesta z, entonces prefiere tambien x a z.

4.- Convexidad: Las combinaciones de bienes es preferible a los extremos. Esta propiedad trasmite la sensación de que nos gusta que nuestra combinación de bienes esta equilibrada.

## **PROPIEDADES DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA**

1.- Las curvas de indiferencia son ubicuas. Cualquier cesta tiene una curva de indiferencia que pasa por ella. Esta propiedad se deduce de la propiedad de la completitud de las preferencias.

2.- Las curvas de indiferencia tienen pendiente negativa

3.- Las curvas de indiferencia no pueden cortarse

4.- Las curvas de indiferencia se vuelven menos inclinadas a medida que nos desplazamos en sentido descendente y hacia la derecha a lo largo de ellas

## **LAS PREFERENCIAS**

La ordenación de las preferencias tiene 4 sencillas propiedades. Estas permitirán construir la representación analítica concisa de las preferencias que necesitamos para resolver el problema de la asignación del presupuesto.

1.-**Compleitud**: Una ordenación de las preferencias es completa si permite al consumidor ordenar todas las combinaciones posibles de bienes y servicios.

2. **Cuanto mas, mejor** Significa que manteniéndose todo lo demás constante, se prefiere una mayor cantidad de un bien a una menor.

3. **Transitividad**. Cuando afirmamos que la ordenación de las preferencias de un consumidor es transitiva, quiere decir que, dadas tres cestas cualesquiera, la A, B y la C, si prefiere la A a la B y la B a la C, siempre preferirá la A a la C.

4. **Convexidad**. Las combinaciones de bienes son preferibles a los extremos. Esta propiedad trasmite la sensación de que nos gusta que nuestra combinación de bienes este equilibrada.

## ELECCION DEL CONSUMIDOR

I= \$30 películas = \$6 y hamburguesas = \$ 3

Posibilidad	Películas		hamburguesas	
	Q	Gasto en \$	Q	Gasto en \$
A	0	0	10	30
B	1	6	8	24
C	2	12	6	18
D	3	18	4	12
E	4	24	2	6
F	5	30	0	0

U total

Películas			Hamburguesas		
Q /mes	U total	U Ma	Q/mes	U.total	UMa
0	0		0	0	
1	50	50	1	75	75
2	88	38	2	117	42
3	121	33	3	153	36
4	150	29	4	181	28
5	175	25	5	206	25
6	196	21	6	225	19
7	214	18	7	243	18
8	229	15	8	26	17
9	241	12	9	276	16
10	250	9	10	291	15
11	256	6	11	305	14
12	259	3	12	318	13
13	261	2	13	330	12
14	262	1	14	341	11

Cantidad	UT hamburguesas	U.marginal
0	0	
1	75	75
2	117	42
3	153	36
4	181	28
5	206	25

Combinaciones alcanzables con el ingreso disponible

Películas			Ut obtenida de las pelic y hamburguesas	Hamburguesas	
	Q/mes	U.T		Ut/mes	Q /mes
A	0	0	291	291	10
B	1	50	310	260	8
C	2	88	313	225	6
D	3	121	302	181	4
E	4	150	267	117	2
F	5	175	175	0	0

$$\frac{UM_p}{P_p} = \frac{UM_H}{P_H}$$

Igualación del utilidad Mg por unidad monetaria gastada

Películas				Hamburguesas		
	Q	UMg	UMg por unid monetaria Um/Ppeli	Q	UMg	UMg por unid monetaria Um/PHam
A	0	0		10	15	5.00
B	1	50	8.33	8	17	5.67
C	2	38	6.33	6	19	6.33
D	3	33	5.50	4	28	9.33
E	4	29	4.83	2	42	14.00
F	5	25	4.17	0	0	

Grafico Parkin Pag 162

Un cambio en el precio de las películas afecta las elecciones del consumidor

Películas(\$3 c/u)			Hamburguesas (\$3 c/u)		
Q	UMg	UMg por unid. Monetaria UM/Px	Q	UMg	UMg por unidad . monetaria Uma/Py
0			10		5
1		16.67	9		5.33
2		12.67	8		5.67
3		11	7		6
4		9.67	6		6.33
5		8.33	5		8.33
6		7	4		9.33
7		6	3		12
8		5	2		14
9		4	1		25
10		3	0		

grafico de la demanda de películas parkin Pag 163



Como un cambio en el precio de las hamburguesas afecta las elecciones del consumidor

Películas (\$3 c/u)			Hamburguesas \$6 c/u)		
Q		UMg por unidad monetaria gastada	Q		UMg por unidad monetaria gastada
0			5		4.17
2		12.67	4		4.67
4		9.67	3		6
6		7.00	2		7
8		5.00	1		12.50
10		3.00	0		

Grafico Prkin pag 165

UN AUMENTO EN EL INGRESO

I= \$42 Y Ppelic = \$3 y P ham= \$3

Películas			Hamburguesas		
Q	UMg	UMg por unid monetaria	Q	UMg	UMg por unid monetaria
0			14		3.67
1		16.67	13		4
2		12.67	12		4.33
3		11	11		4.67
4		9.67	10		5
5		8.33	9		5.33

6		7	8		5.67
7		6	7		6
8		5	6		6.33
9		4	5		8.33
10		3	4		9.33
11		2	3		12
12		1	2		14
13		0.67	1		25
14		0.33	0		

TEORIA DE LA UTILIDAD MARGINAL

## Supuestos

- El consumidor obtiene utilidad de los bienes consumidos
- Cada unidad de consumo adicional produce una utilidad total adicional, la utilidad marginal es positiva
- Conforme aumenta la cantidad consumida de un bien disminuye la utilidad marginal

## IMPLICACIÓN:

La utilidad total se maximiza cuando se gasta todo el ingreso disponible y la utilidad marginal por unidad monetaria gastada es igual para todos los bienes

## Predicciones

- Si los demás factores permanecen constantes, mientras mayor sea el precio de un bien, menor será la cantidad demandada del mismo (ley de la demanda)
- Mientras mayor sea el precio de un bien, mayor será la cantidad demandada de sustitutos de ese bien
- Mientras mas alto sea el ingreso del consumidor, mayor será la cantidad demandada de bienes normales.

## **LAS PREFERENCIAS Y LAS CURVAS DE INDIFERENCIA**

La curva de indiferencia es una línea que muestra combinaciones de bienes que le resulten indiferentes a un consumidor.

Un mapa de indiferencia es una serie de curvas de indiferencia que recuerdan las líneas de contorno en un mapa.

### **SUPUESTOS DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA**

- ❖ El consumidor tiene la capacidad de comparar entre diferentes bienes y decidir si prefiere uno, otro o si le son indiferentes.
- ❖ Las preferencias del consumidor son definidas y generalmente no cambian en un periodo dado.
- ❖ El consumidor jerarquiza entre los bienes que se le presentan y toma sus decisiones en consecuencia.
- ❖ Una persona jamás se satisface con los bienes que tiene, siempre quiere más

## PROPIEDADES DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIAS:

- 1.-Las curvas de indiferencia son ubicuas, Cualquier combinación de bienes tiene una curva de indiferencia que pasa por ella. Esta propiedad se deduce de la propiedad de la completitud de las preferencias
2. Las curvas de indiferencias tienen pendiente negativa. Una curva de indiferencia de pendiente positiva infringiría la propiedad de "cuanto más, mejor"
3. Las curvas de indiferencia no pueden cortarse
4. Las curvas de indiferencia se vuelven menos inclinadas a medida que nos desplazamos en sentido descendente y hacia la derecha a lo largo de ellas.

## TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN

Es la tasa a la que una persona renunciara al bien (y) para obtener mas del bien x y al mismo tiempo permanecer indiferente

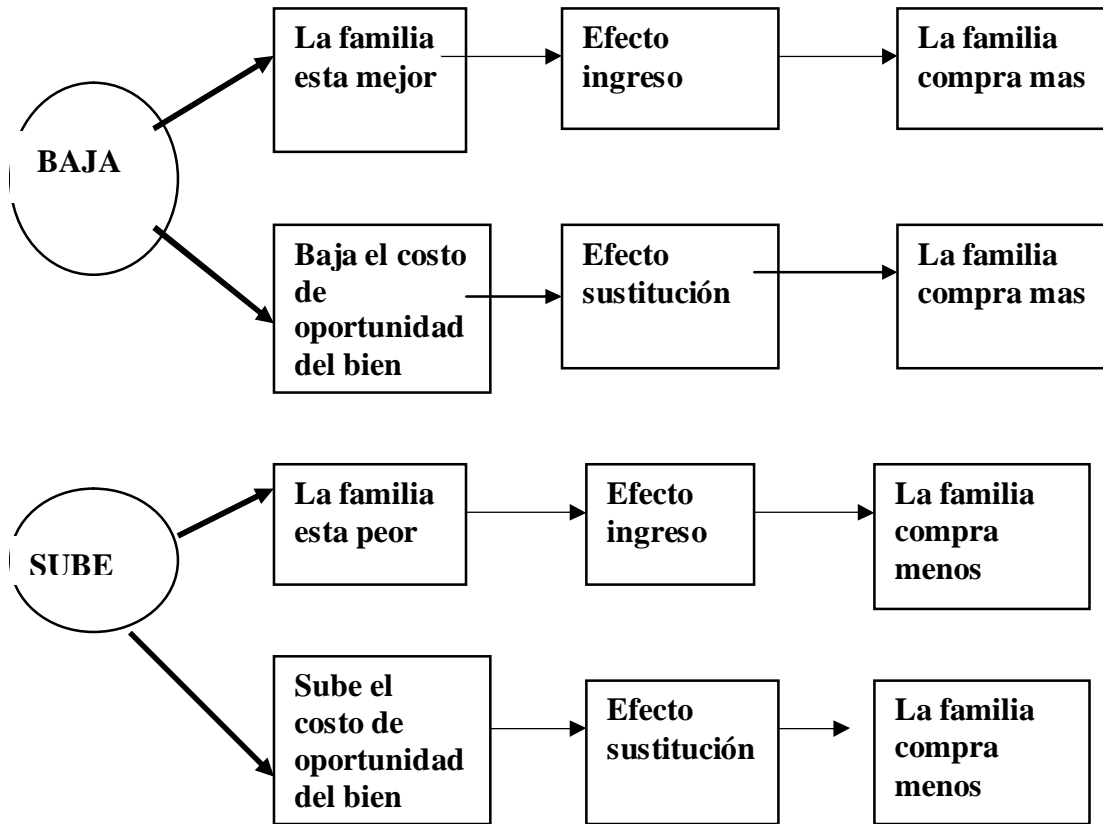
La tasa marginal se mide a través de la magnitud de la pendiente de una curva de indiferencia.

- Si la curva de indiferencia tiene pendiente pronunciada, la tasa marginal de sustitución es alta. La persona esta dispuesta a renunciar a una gran cantidad del bien y para obtener una cantidad adicional del bien x, que lo haga permanecer indiferente.
- Si la curva de indiferencia es plana, la tasa marginal de sustitución es baja. La persona sólo esta dispuesta a renunciar a una pequeña cantidad del bien y para obtener una cantidad adicional del bien x, que lo mantenga indiferente.

Grafico Parkin pag 181

# Efecto de ingreso y efecto de sustitución

Precio de un bien o servicio



Los efectos ingreso y sustitución explican por que la curva de demandas tienen pendiente negativa. Para bienes normales, los efectos ingreso y sustitución operan en la misma dirección.

## EFECTO SUSTITUCION Y EFECTO INGRESO

Para un bien normal, una disminución del precio siempre resulta en un aumento en la cantidad comprada. SE puede probar esta afirmación al dividir el efecto precio en dos partes:

✚ Efecto sustitución

✚ Efecto ingreso

Efecto sustitución: es el efecto de un cambio en el precio sobre la cantidad comprada cuando el consumidor permanece indiferente entre la situación original y la nueva. (Permanece en la misma curva de indiferencia).

La dirección del efecto sustitución nunca varia: cuando el precio relativo de un bien disminuye, el consumidor sustituye más de ese bien por otro, es decir, consume más del bien cuyo precio relativo ha disminuido.

Efecto ingreso: Conforme la restricción presupuestaria se desplaza hacia fuera, sus posibilidades de consumo se amplían y se convierte así en su mejor punto alcanzable en la curva de indiferencia.

Grafico parkin pag 185



**Ingreso real**: el ingreso real de un individuo es su ingreso expresado no como dinero sino como cantidad de bienes que puede comprar. Es igual a su ingreso dividido el precio de los bienes.

**Precio relativo**: un precio relativo es el precio de un bien dividido entre el precio de otro bien. En la ecuación presupuestaria de Isabel la variable  $P_p/P_h$  es el precio relativo de una película en términos de hamburguesas. Para ella,  $P_p$  es \$6 por película y  $P_h$  es \$3 por hamburguesa, por lo que el precio relativo es igual a dos hamburguesas por películas. Es decir, que para ver una película más tiene que renunciar a dos hamburguesas. Así lo que acabamos de hacer es calcular el costo de oportunidad de una película para Isabel.