



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMINO

TEORÍA DEL CONSUMIDOR



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

TEORÍA DEL CONSUMIDOR

Se puede pensar que analizar el comportamiento del consumidor es muy fácil, ya que el papel de comprador y consumidor se ha desarrollado toda la vida en ambientes de economías de mercado. Sin embargo, resulta complejo, porque existen tantas formas de analizar el consumo como habitantes en la tierra, cada uno con un comportamiento distinto, que cambia en el tiempo. Los gustos, las costumbres, la religión, la política, la posición social, el ingreso, y muchas otras variables, afectan la decisión de compra de un producto. Lo que sí es claro es que cada vez que el consumidor adquiere bienes o servicios busca la máxima satisfacción, es decir procura obtener la utilidad total teniendo presente los precios de los bienes y el ingreso limitado.

¿CÓMO DECIDEN LOS CONSUMIDORES QUÉ BIENES Y SERVICIOS COMPRAR?

La teoría del consumidor analiza esta disyuntiva a la que se enfrentan las personas para satisfacer sus necesidades. Hay dos modelos o teorías que permiten dar respuesta a la pregunta y permiten conocer cuando un consumidor maximiza la utilidad, es decir cuando se encuentra en equilibrio.



TEORÍA DE LA UTILIDAD

No es fácil medir la utilidad que obtiene una persona al adquirir un producto. Sin embargo la teoría de la utilidad permite comprender cómo un individuo alcanza el equilibrio, es decir como alcanza el máximo nivel de satisfacción de las necesidades.

Utilidad: Propiedad que tienen los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de un consumidor.

Supongamos que los individuos tienden a elegir los bienes y servicios que reportan más utilidad o satisfacción. Cuando una persona aumenta la cantidad consumida de un bien, aumenta la satisfacción o utilidad total; pero la utilidad que recibe por cada unidad adicional (Utilidad Marginal), va disminuyendo.

LA TEORÍA DE LA UTILIDAD PERMITE
COMPRENDER CÓMO UN INDIVIDUO
ALCANZA EL EQUILIBRIO, ES DECIR
COMO ALCANZA EL MÁXIMO NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES.

Ley de la Utilidad Marginal decreciente: establece que al aumentar la cantidad consumida de un bien, la utilidad marginal tiende a disminuir.

La utilidad marginal, por definición, refleja los cambios en la utilidad total.

Una persona se considera racional cuando observa las características y propiedades de los productos que va a adquirir y adquiere aquellos que proporcionan la máxima utilidad. Una persona se considera eficiente, cuando de los posibles bienes que proporcionan el mismo nivel de satisfacción de consumo, escoge aquel que genera la menor utilización de recursos.

UTILIDAD TOTAL (UT) Y UTILIDAD MARGINAL (UMg)

Utilidad total (UT): es la cantidad total de satisfacción o placer que una persona percibe al consumir una cantidad específica de un bien.

Utilidad marginal (UMg): es la satisfacción extra que un consumidor percibe de una unidad adicional de un producto.

EJEMPLO 1:

Suponiendo que a una persona le gustan los chocolates. El día del cumpleaños recibe como obsequio varias unidades de chocolate entre ellas: una unidad de los padres y otra unidad de la oficina. Esta situación se expresa en la siguiente tabla de valores. En la primera columna las unidades recibidas; en la segunda la utilidad total que proporcionan y en la tercera columna la utilidad marginal de cada chocolate, que obtiene como la relación entre los cambios de la UT frente a los cambios del número de chocolates:

$$UMg = \frac{\Delta UT}{\Delta Q}$$

CUADRO 1. UTILIDAD TOTAL Y MARGINAL

Unidades	Utilidad Total (UT)	Utilidad Marginal (UMg)
0	0	
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2

Fuente: Elaboración propia

Así, la Utilidad Marginal cuando cambia de 1 a 2 unidades sería:

$$UMg = \frac{\Delta UT}{\Delta Q} = \frac{UT2 - UT1}{Q2 - Q1} = \frac{18 - 10}{2 - 1} = 8$$

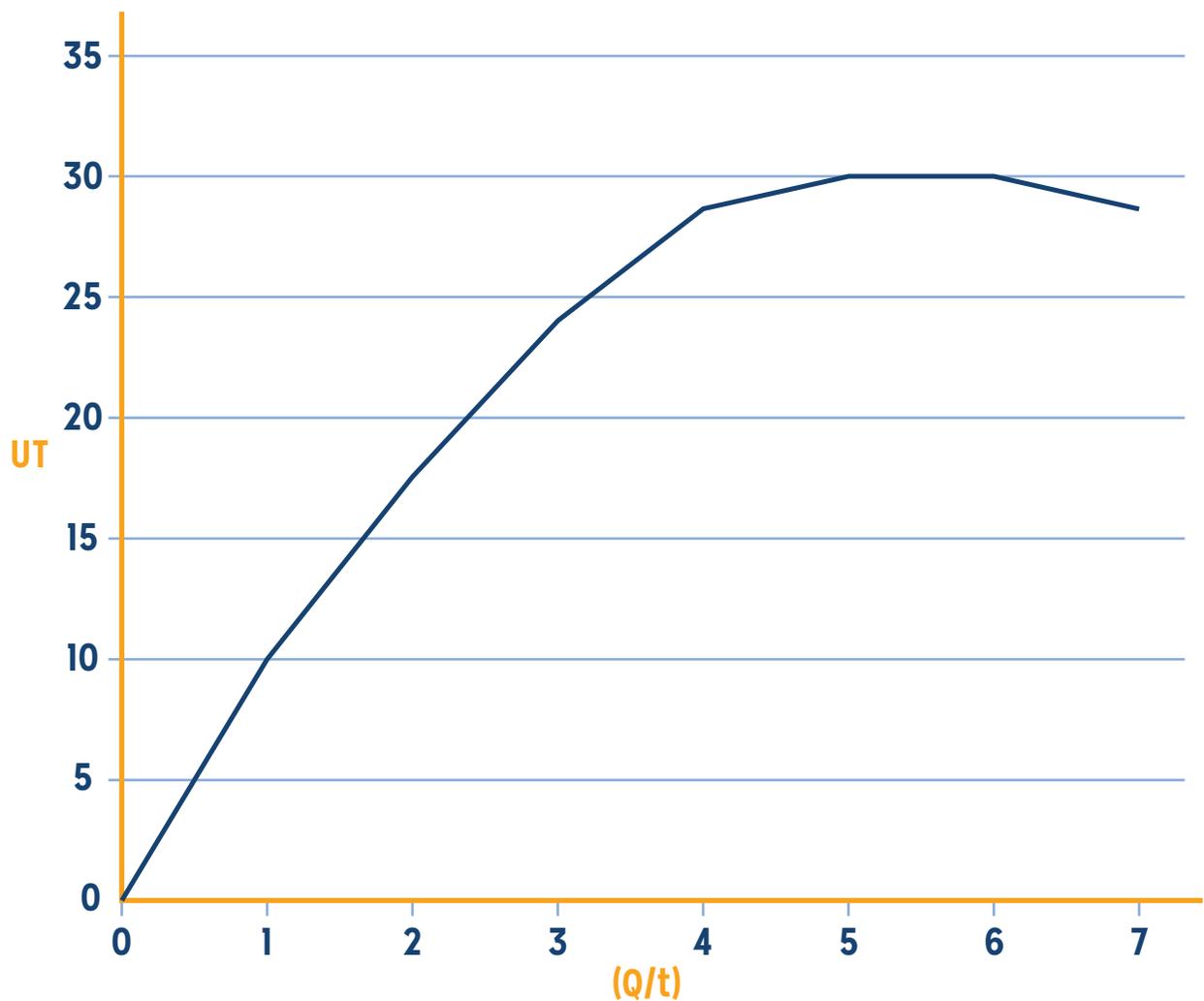
Como es lógico, si no consume ningún chocolate no va a obtener nivel de utilidad y la utilidad total será cero (0). Al consumir las unidades de 1 a 5 la utilidad total es creciente y positiva; en la unidad 6 alcanza el máximo nivel de satisfacción y de ahí en adelante la utilidad total comienza a disminuir. Por el contrario la utilidad marginal de la primera unidad adquirida es alta y comienza a disminuir.



Al representar gráficamente la tabla de valores podemos observar:

1. La UT es creciente decreciente, alcanza su nivel máximo en seis unidades y comienza a disminuir. La pendiente es positiva - negativa. (ver gráfico adjunto).

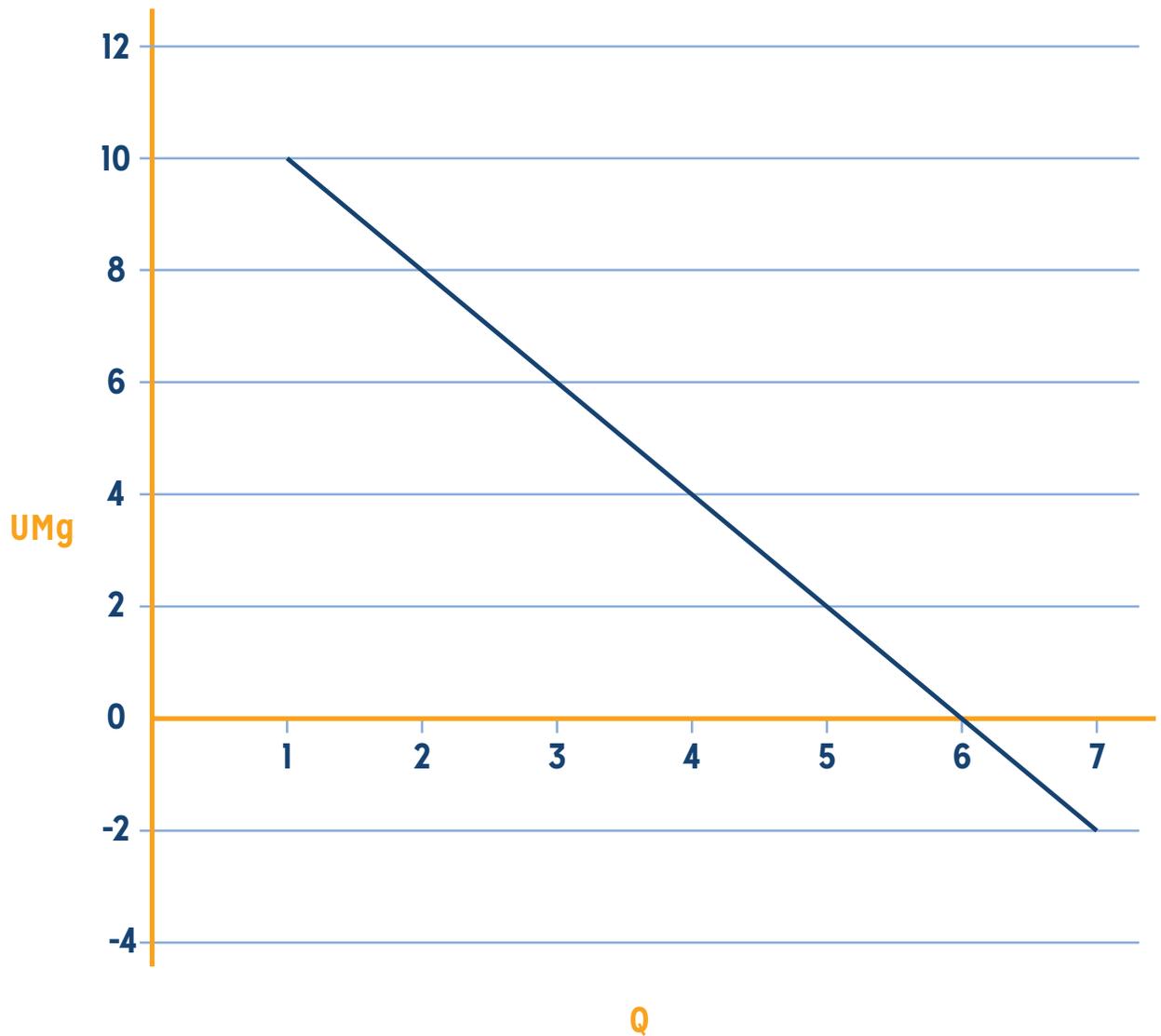
GRÁFICO 1. UTILIDAD TOTAL



Fuente: Elaboración propia



2. La UMg es decreciente, de pendiente negativa. Se hace cero cuando se adquieren seis unidades, es decir cuando la UT alcanza el máximo valor y cuando la UT comienza a disminuir, la UMg se vuelve negativa, tal y como se observa en el gráfico adjunto.



Fuente: Elaboración propia

3. Una persona obtiene la máxima satisfacción cuando la utilidad marginal es cero.

EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR

Los consumidores deben distribuir los ingresos monetarios de la mejor manera, en la compra de diversos bienes y servicios, pues son limitados, es decir tiene una restricción en el presupuesto.

Restricción presupuestal: El ingreso monetario del consumidor se encuentra limitado, todos los consumidores enfrentan una restricción presupuestal, incluso aquellos que ganan millones de dólares al año.

Precios: También limitan la cantidad de bienes y servicios que desea adquirir un consumidor. Un individuo no puede comprar todo lo que desea pues cada compra disminuye una parte del ingreso.

Entonces el consumidor se ve limitado por los precios y por el ingreso para adquirir los bienes que desea.

Suponga que Juan tiene \$10 para gastar en dos productos: hamburguesas y papas fritas. Las hamburguesas cuestan \$2 y las papas a la francesa cuestan \$1.

La tabla que se presenta a continuación expresa la Utilidad Marginal de cada producto según el número de unidades adquiridas, que como puede apreciarse es decreciente para cada bien.

CUADRO 2. UTILIDAD MARGINAL DE HAMBURGUESAS Y PAPAS

Cantidad de producto	UMg Hamburguesas	UMg Papas a la Francesa
1	50	35
2	45	30
3	40	25
4	35	20
5	30	15
6	25	10

Fuente: Elaboración propia



San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Juan debe gastar todo el presupuesto en estos productos. ¿Cómo logra maximizar la utilidad o satisfacción con el ingreso y los precios de los bienes? Debe ir distribuyendo el ingreso de tal manera que cada decisión que toma sobre adquirir hamburguesas o papas permita obtener la UMg más alta, es decir:

Suponga que de los \$10 gasta dos dólares cada vez, así podrá adquirir una hamburguesa (\$2) o dos papas (\$1). Si gasta un dólar cada vez no tiene la oportunidad de comprar hamburguesas.

Con los dos primeros dólares que gasta compra una primera hamburguesa que representa una utilidad marginal de 50, o dos papas fritas que representan una UMg de 65, (35 +30). Lo más seguro es que Juan preferirá las dos porciones de papas fritas, ya que reportan una UMg más alta que la hamburguesa.

Juan tiene ahora del presupuesto \$8. Nuevamente, desea gasta \$2 y procede a establecer, ¿Cuál de los dos bienes genera una mayor UMg? Si compra la primera hamburguesa, tiene una UMg de 50; si adquiere de dos porciones de papas (la tercera y la cuarta), la UMg sería 45 (25+20). Juan opta por la hamburguesa que reporta una UMg mayor.

De los \$6 restantes, Juan decide gasta dos dólares, con la posibilidad de adquirir la segunda hamburguesa con una UMg de 45; si adquiere la tercera y cuarta porción de papa tendrá una UMg de 45. Ambos productos reportan la misma utilidad, por tanto para Juan será indiferente cualquiera de las dos opciones. Juan termina escoge las papas fritas.



De los cuatro dólares, gasta otros \$2. Juan se enfrenta a la misma disyuntiva: una hamburguesa (la segunda) que proporciona una UMg de 45 o las papas fritas (quinta y sexta porción), que proporcionan una UMg de 25. En este caso selecciona la hamburguesa que genera mayor nivel de utilidad es decir un mayor grado de satisfacción medido en utilidad marginal.

Los dos últimos dólares se gastan en la tercera hamburguesa que proporciona una utilidad de 40 en lugar de las papas fritas que solo dan una utilidad de 25.

En resumen, Juan agota todo el presupuesto al comprar: 3 hamburguesas y 4 papas fritas. Para saber si maximizó la utilidad se verificas el cumplimiento de las siguientes condiciones de equilibrio:

$$1 \quad \frac{UMgX}{Px} = \frac{UMgY}{Py} \quad \begin{array}{l} X = \text{Hamburguesas} \\ Y = \text{Papas fritas} \end{array}$$

$$2 \quad Ing = PxQx + PyQy \quad P = \text{Precio} \quad Yng = \text{ingreso}$$

Para la igualdad uno: La última hamburguesa consumida (bien X) reportó una UMg de 40 y la última unidad consumida de papas frita (bien Y), una utilidad marginal de 20, que relacionamos con el precio de cada bien, así:

$$\frac{40}{2} = \frac{20}{1}$$

donde 20 = 20 cumpliéndose la primera condición de equilibrio.

Para la igualdad dos tenemos:

$$10 = (2)(3) + (1)(4) \quad 10 = 10$$

cumpliendo la segunda condición de equilibrio.

La igualdad de las dos ecuaciones indica que Juan con esa combinación de hamburguesas y papa frita maximiza la utilidad, es decir alcanza el máximo nivel de satisfacción.





San Marcos

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

BIBLIOGRAFÍA

- Parkin, Michael (2009). Economía. México, DF: Editorial Pearson Educación.
- Rosales Obando, José (2009). Elementos de Microeconomía. San José, CR: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Call y Holahan (1983). Microeconomía. México, DF: Grupo Editorial Iberoamérica.
- Pindick, Robert S. y Rubinfeld, Daniel L (1995). Microeconomía. Madrid: Editorial Prentice Hall.
- Frank, Robert (2005). Microeconomía y Conducta. México, DF: Editorial McGraw Hill.
- Campbell, R. McConnell y Brue, Stanley I. (1997). Economía 13ª ed. McGraw Hill.
- Cepeda González, I; La Calle Calderón, M. Cruz; Simón de Potro, Jesús; Romero Fúnez, Domi. Economía para ingenieros. Thomson.
- Tucke, Irvin B. (2004). Fundamentos de Economía 3ªed.
- Mankiw, N. Gregory (2007). Principios de economía 4ªed. Thomson
- Samuelson, Paul y Nordhaus, William D. (1999) Economía. 6ªed en español. Mc Graw Hill. Thomson Learning
- Maddala, G.S y Miller, Ellen (1991) Microeconomía. 1ª ed en español. McGraw Hill.
- Mankiw, N. Gregory (2007) Principios de economía. 4ª ed Thomsom.
- Jovanovich, Harcourt Brace. Principios de Economía: Microeconomía. ed. Norma.
- Nicholson, Walter (2001) Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones. 8ª ed. Mc Graw Hill.
- Vargas Sánchez, Gustavo (2006) Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano. 2ª ed. Pearson Prentice Hall.



