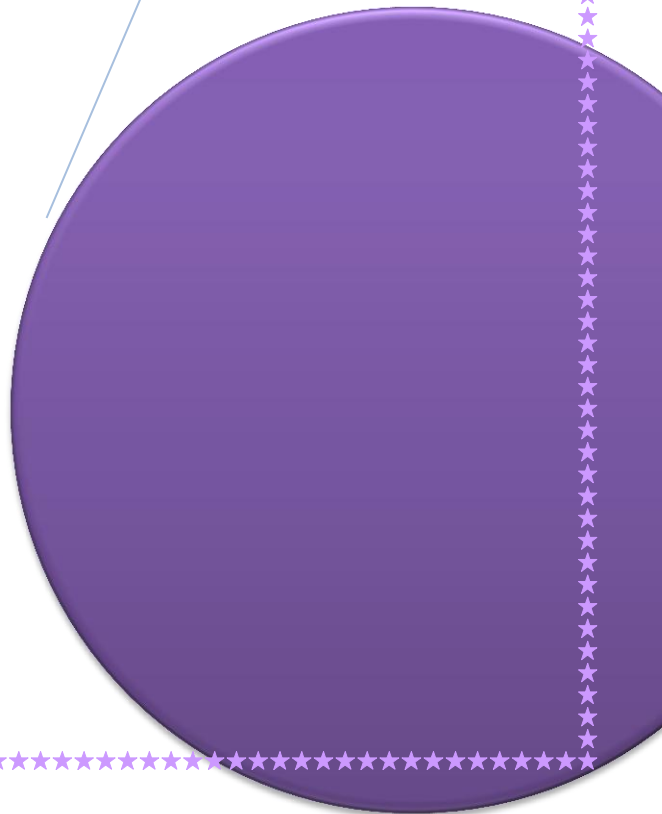
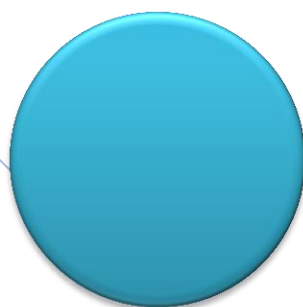
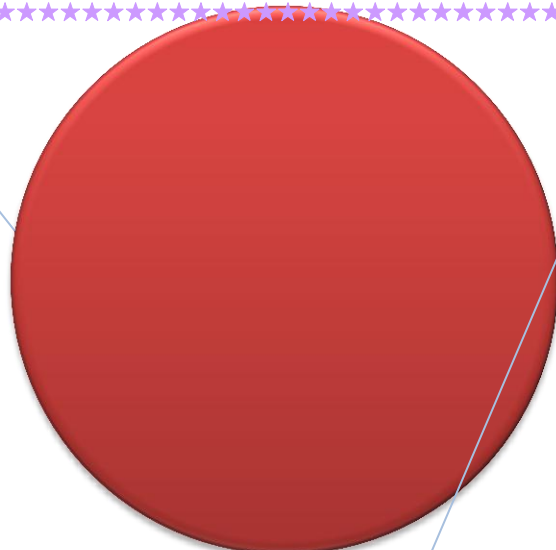


Maria Monserrat Diaz Lopez

Teoria del
consumidor

Economia
Empresarial

26/10/2011



3 Teoría del consumidor

La **teoría del consumidor** es la modelización económica del comportamiento de un *agente económico* en su carácter de consumidor de bienes y de servicios. Esta teoría relaciona las *preferencias*, las *curvas de indiferencia* y las *restricciones presupuestarias* a las *curvas de demanda* del consumidor. Es una rama de la microeconomía.

3.1 utilidad marginal

Utilidad Marginal es el aumento o disminución de la utilidad total que acompaña el aumento o disminución de la cantidad que se posee de un Bien. Un ejemplo que lo ilustra es el caso de una persona sedienta que encuentra un vaso de agua en el desierto. El primer vaso será extremadamente valorado. Pero si se toma un segundo vaso dicha valoración va a ser menor. El vaso número 10 probablemente no le generará ningún placer, pudiendo ocasionar incluso un malestar.

De la Utilidad Marginal se deriva la ley de la Utilidad Marginal Decreciente.

Dicha ley postula que a medida que un individuo consume unidades adicionales de un Bien, la satisfacción o Utilidad total que obtiene aumentará, pero en una proporción cada vez menor, hasta llegar un momento en que consumir más unidades de dicho Bien le ocasionará una des utilidad, es decir, molestias.

Utilidad Total

Satisfacción total que proporciona el consumo de una determinada cantidad de un bien o un conjunto de bienes. La función de la utilidad total tiene un comportamiento ascendente hasta que se llega a un punto de saturación de las necesidades que este bien cubre, de forma que, en ese momento, la utilidad marginal es igual a cero, con lo que la utilidad total decrece a medida que se consumen unidades adicionales.

La utilidad total aumenta a medida que se incrementa el número de unidades del bien

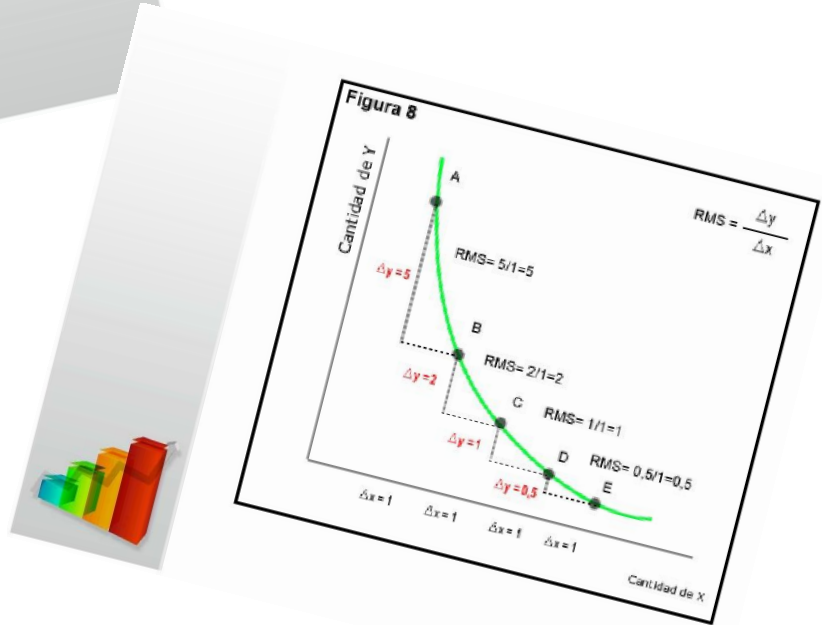
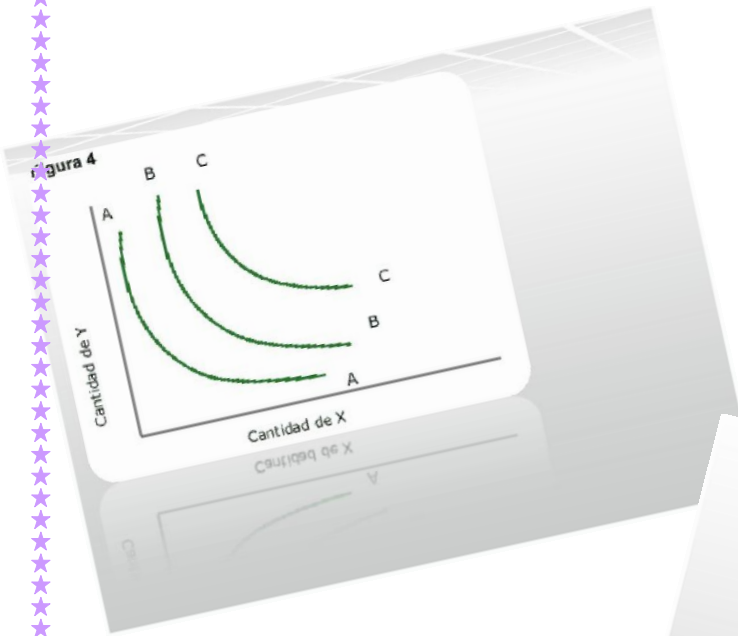
La utilidad total aumenta hasta un límite, después del cual incluso puede empezar a disminuir si se agregan más unidades del bien * en este caso habría desutilidad *.

3.2 métodos de la curva de indiferencia

Las curvas de indiferencia son un conjunto de combinaciones de bienes que proporcionan la misma utilidad al consumidor. Sobre una curva de indiferencia el consumidor es indiferente entre cualquiera de las canastas de bienes que se representan. Si representamos las curvas de indiferencias en dos dimensiones obtenemos

Las curvas de indiferencia regulares poseen las siguientes características:

- *Tienen pendiente negativa
- *Las curvas de indiferencia no se cortan entre sí.
- *Son convexas al origen



Técnicamente, la relación marginal de sustitución (RMS) es la pendiente en un punto de la curva de indiferencia. La RMS mide la relación a la que el consumidor está dispuesto a intercambiar, o sustituir, el consumo de un bien por el otro.

3.3 la curva de Engel

En economía, la **curva de Engel** muestra la relación existente entre la cantidad demandada de un bien o servicio y la renta del consumidor; es decir, cómo varía la cantidad demandada al cambiar su renta.

Representación gráfica

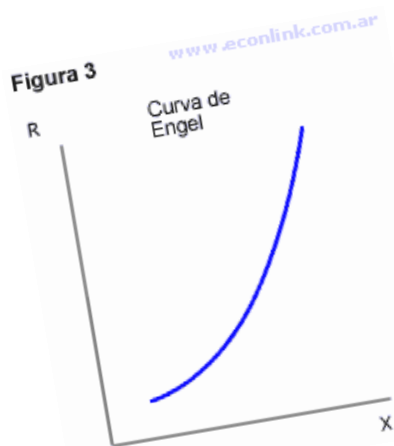
Gráficamente, la curva de Engel se representa en el primer cuadrante del sistema cartesiano de coordenadas (porque ni cantidad demandada ni renta pueden ser negativas). La renta se muestra en el eje-x y la cantidad demandada del bien o servicio seleccionado se representa en el eje-y.

Bienes normales

- Para bienes normales y bienes superiores, la curva de Engel tiene pendiente positiva. Es decir, a medida que la renta aumenta, la cantidad demandada también aumenta.

Bienes inferiores

- Para bienes inferiores, la curva de Engel tiene pendiente negativa. Esto quiere decir que cuando los consumidores disponen de más renta, reducirán su consumo de los bienes inferiores (incluso dejando de comprarlos totalmente), porque se pueden permitir adquirir bienes mejores.



3.4 Efecto sustitución y efecto ingreso

El **efecto sustitución** sucede cuando una misma necesidad se puede satisfacer consumiendo más de un bien, cuando sube su precio o cuando no se consigue. Un ejemplo bien claro de ello son las entradas al **cine**. Si no consigo entradas para ver determinada **película** en determinado cine en determinado horario, existen alternativas como esperar la próxima función, ir a otro cine o ir a ver la película mañana. Si bien no es lo mismo, puedo sustituir la película hoy por esas alternativas o simplemente por una rica cena.

El efecto sustitución (E.S.) me sirve para medir o ver cómo me voy a comportar cuando un bien se vuelve relativamente más caro (barato) que otro. Sólo existen

Efectos sustitución cuando estoy ante un cambio en los precios relativos. Los precios que manejamos hasta hora son: W , P para el problema de elección entre ocio y consumo, y r para el problema de elección entre consumo hoy y mañana. El E.S. implica un cambio en la pendiente de la restricción presupuestaria. Cuando un bien se encarece (su precio sube), consumimos menos de ese bien y más del otro (que se abarató comparativamente).

El **Efecto Ingreso**, por su parte, es mucho más rígido. Deriva del hecho que por el aumento de un bien, o porque gano menos dinero, dicho bien es inalcanzable y eso afecta la demanda de ese bien, no pudiéndolo comprar. Un ejemplo claro son los automóviles.

El efecto ingreso (E.I.) sirve para medir o ver cómo me voy a comportar cuando cambia el tamaño de mi conjunto presupuestario (el área por debajo de la restricción presupuestaria) ante distintos shocks. Si tenemos cambios paralelos (generalmente representados por cambios en el ingreso (y_1 , y_2)), cuando éstos corran la restricción hacia afuera podemos decir que somos “más ricos” y tenemos un E.I. positivo. Si en cambio el shock provoca que la restricción se corra hacia adentro, el E.I. es negativo ya que mi conjunto presupuestario se achicó. Cuando se dan estos cambio paralelos, solamente tenemos efecto ingreso (el efecto sustitución es cero!).

3.6 Aspectos de la superación personal

Aspectos de la superación:

Físico.- tener disciplina y lograr cumplir con un programa mínimo de ejercicios para mejorar la calidad de vida.

Estético.- cuidado del cuerpo (x ejemplo en lo que se refiere a la elección de alimento)

Económico.- tratar de ser ordenados en nuestras cuentas o gastos

Intelectual.- constantemente el ser humano debe crecer intelectualmente para ello debe enriquecerse de múltiples conocimientos, se debe estimular siempre el deseo de buscar, descubrir y comunicar la verdad mediante el uso de métodos más penetrantes y esclarecedores de nuestra realidad.

Afectivo.- consolidar los lazos familiares para mayor contención humana Moral ser respetuoso con los demás, no invadir con nuestras ideas, olvidando que se tiene al frente otra persona que piensa diferente de nosotros

Social.- al ser el ser humano un ente sociable, necesita convivir en armonía con sus semejantes, asimismo se debe despertar el deseo de servir a los demás, alentando el amor por el trabajo, por el progreso social y por el bien común.

Moral.- deben promoverse de manera cada vez más profunda el sentido de los valores universales, y la necesidad de poner la ciencia y la tecnología al servicio del hombre.

Espiritual- la necesidad de tener una ideología, filosofía o creencia