

MICROECONOMÍA

Teoría del Consumidor

¿Qué es?

Teoría del comportamiento del consumidor que explica el concepto de “utilidad” a partir de las necesidades del hombre.

Maximización de la función de utilidad con una restricción presupuestaria.

1870 – Revolución Marginalista (toma importancia el valor marginal o ultima unidad producida).

CLASICOS: Visión desde **la oferta**

Neoclásico marginalista: visión desde **la demanda**

La Demanda necesita del consumidor



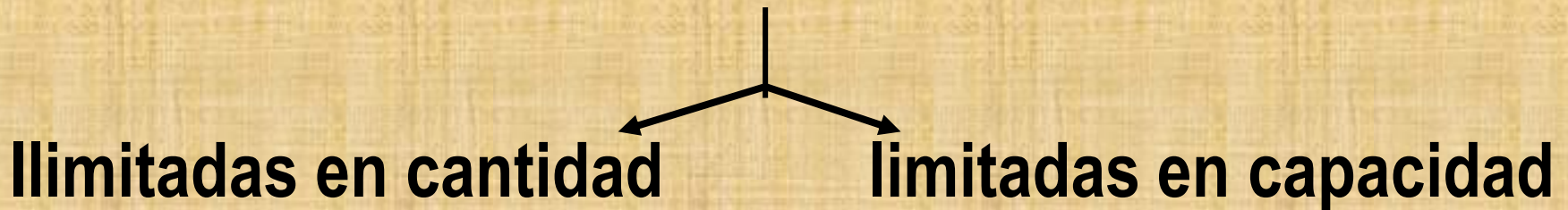
Por ende: es importante



Estudiar comportamientos del consumidor

Comportamiento consumidor:

Necesidades = sensación de carencia



Consumo bienes extingue necesidad

Se estudia los bienes económicos

Necesarios y escasos

**UTIL: TODO BIEN O SERVICIO QUE A JUICIO DEL
CONSUMIDOR SATISFACE UNA NECESIDAD**

Dos enfoques

```
graph TD; A[Dos enfoques] --> B[Cardinal]; A --> C[Ordinal]; B --> D[Satisfacción del consumidor cuando se consume un solo bien]; D --> E["- Utilidad Total (UT)  
- Utilidad Marginal (UMg)"]; C --> F[Satisfacción del consumidor cuando se consumen dos bienes]; F --> G["- Recta de Presupuesto  
- Curvas de Indiferencias  
- Tasa Marginal de Sustitución"];
```

Cardinal

Satisfacción del consumidor cuando se consume un solo bien

- Utilidad Total (UT)
- Utilidad Marginal (UMg)

Ordinal

Satisfacción del consumidor cuando se consumen dos bienes

- Recta de Presupuesto
- Curvas de Indiferencias
- Tasa Marginal de Sustitución

**Comportamiento
del consumidor**

**Enfoque
cardinalista**

**Enfoque
ordinalista**

enfoque cardinalista:

utilidad: nivel de satisfacción que se alcanza al consumir un bien .

utilidad marginal, utilidad obtenida al incorporar una unidad adicional del bien.

Enfoque Cardinal

```
graph TD; A[Enfoque Cardinal] --> B[Utilidad Total (UT)]; A --> C[Utilidad Marginal (UMg)]; B --> D[Satisfacción que obtiene un individuo al consumir cierta cantidad de bienes y servicios]; C --> E[Utilidad que se obtiene al incorporar una unidad adicional del bien]; E --> F["Δ UT / Δ Q"];
```

Utilidad Total (UT)

Satisfacción que
obtiene un individuo al
consumir cierta
cantidad de bienes y
servicios

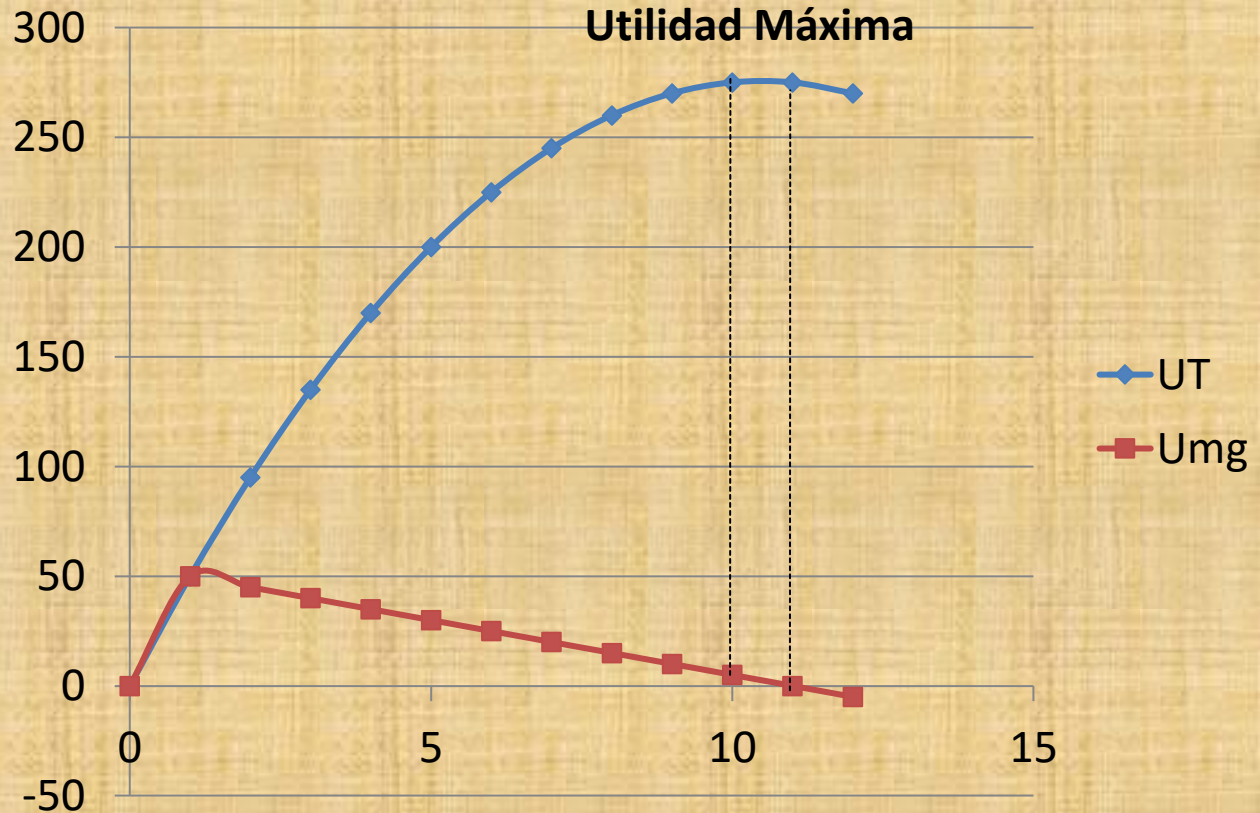
Utilidad Marginal (UMg)

Utilidad que se obtiene
al incorporar una unidad
adicional del bien

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

Enfoque Cardinal

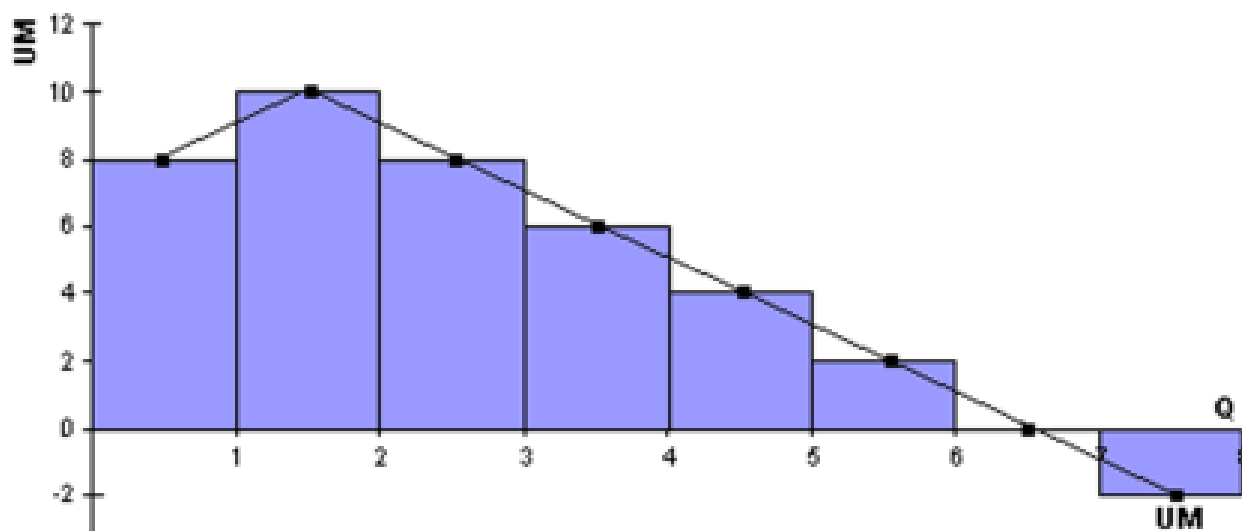
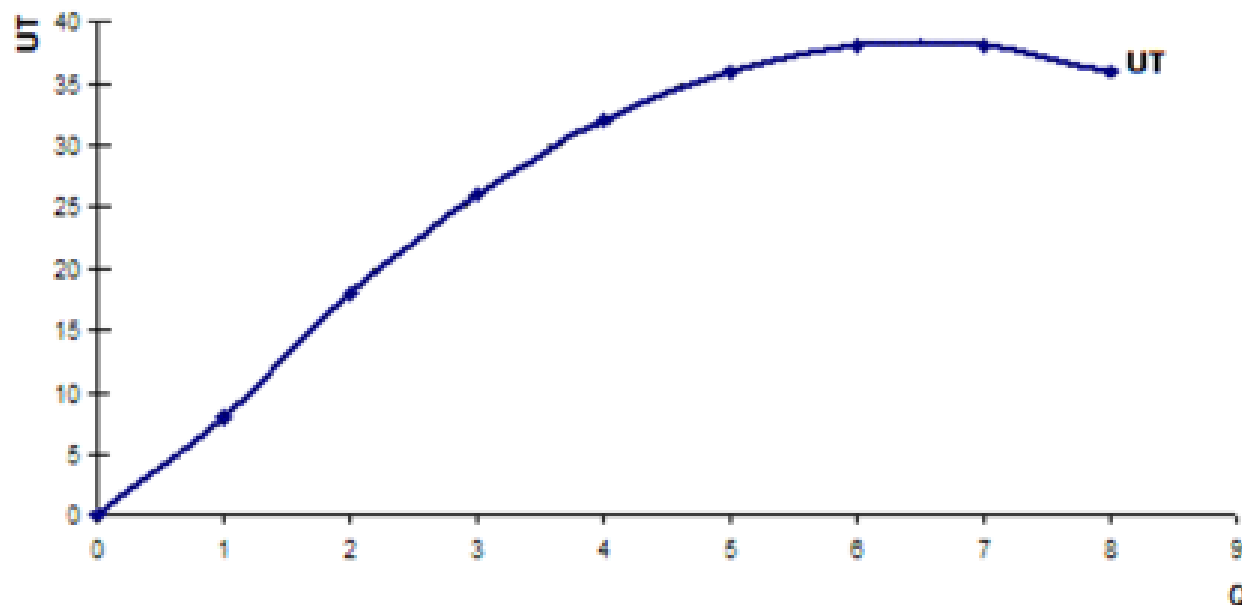
Q	UT	UMg
0	0	0
1	50	50
2	95	45
3	135	40
4	170	35
5	200	30
6	225	25
7	245	20
8	260	15
9	270	10
10	275	5
11	275	0
12	270	-5



LEY DE LA UTILIDAD MARGINAL DECRECIENTE,

satisfacción adicional del consumidor disminuye a medida que se consume una mayor cantidad del bien.

hay un punto de inflexión, a partir del cual la (UM) se vuelve decreciente



Enfoque Ordinalista

Consumidor: va a preferir una combinación de bienes respecto de otra siempre y cuando esta última le brinde un mayor nivel de utilidad (satisfacción).

dos nuevos conceptos que explican las preferencias del consumidor.

curva de indiferencia

resulta de las distintas **combinaciones posible de dos bienes** que el **consumidor está dispuesto a consumir** y le brindan el **mismo nivel de satisfacción (utilidad)**

recta de presupuesto

representa el ingreso disponible que el consumidor destina al consumo de bienes.

característica fundamental:
pendiente es negativa ya que a medida que el consumidor compra más unidades de un bien menos podrá comprar del otro.

Enfoque Ordinal

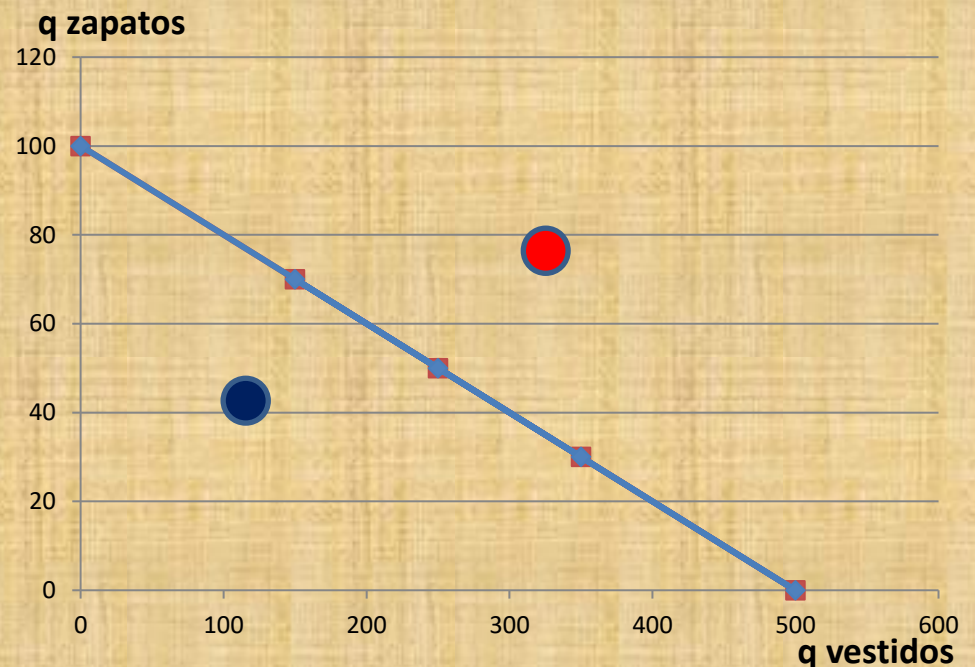
Recta de Presupuesto

Ingreso disponible que el consumidor destina al consumo de bienes.
Muestra las diferentes canastas de bienes que puede consumir con un ingreso dado.

Vestidos = \$2
Zapatos = \$10

V	Z	\$V	\$Z	Total
0	100	0	1000	1000
250	50	500	500	1000
500	0	1000	0	1000
150	70	300	700	1000
350	30	700	300	1000

$$I = p_v \cdot q_v + p_z \cdot q_z$$



EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR

El consumidor se encontrará en equilibrio cuando su recta de presupuesto alcance la máxima curva de indiferencia posible, en este punto encontrará la última combinación posible entre dos bienes que le brindará el máximo nivel de utilidad que podrá alcanzar con su presupuesto, es decir el máximo de satisfacción posible.

Equilibrio del Consumidor

