



## **Tema: Teoría del consumidor**

**Mtra. Ariadne Patricia Hernández Silva**

**Escuela Superior de Tizayuca**

**Licenciatura en Gestión Tecnológica**

**Asignatura: Economía de la Empresa**

Enero – Junio 2019

# INTRODUCCIÓN



La teoría del consumidor es el estudio de cómo las personas deciden gastar su dinero, dadas sus preferencias y restricciones presupuestarias. Es una rama de la microeconomía, la cual muestra cómo los individuos toman decisiones, dadas las restricciones, como sus ingresos y los precios de los bienes y servicios. A través de la teoría del consumidor, podemos comprender mejor cómo los gustos e ingresos de los individuos influyen en la curva de demanda.

***Palabras clave:*** Preferencia, utilidad, curva de indiferencia, bienes, servicios.

# ABSTRACT

Consumer theory is the study of how people decide to spend their money, given their preferences and budget constraints. A branch of microeconomics, consumer theory shows how individuals make choices, given restraints, such as their income and the prices of goods and services. Through consumer theory, we are better able to understand how individuals' tastes and incomes influence the demand curve.

***Key words:*** Preference, utility, indifference curve, goods, services.



# PREFERENCIA

- Se define como la tendencia o gusto del consumidor por elegir un satisfactor en razón a los atributos reales o ficticios apreciados por él. (Krugman, 2009).
- La preferencia de los consumidores obedece a tres leyes:

# 1. AXIOMA DE COMPARACIÓN

Cuando el individuo tiene que elegir entre dos satisfactores (A, B), la comparación que haga entre ellos puede llevar a tres resultados:

- A se prefiere a B.
- B se prefiere a A.
- A y B se prefieren por igual (son indiferentes)

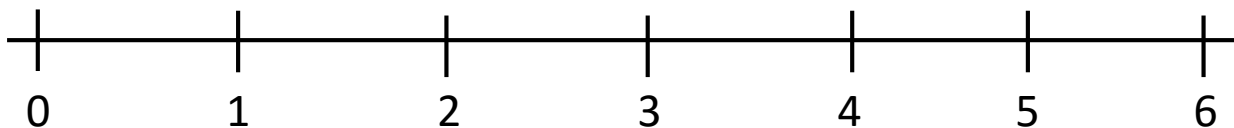
## 2. AXIOMA DE TRANSITIVIDAD

Un individuo al elegir entre un conjunto de satisfactores (A, B, C, ...N) puede establecer un orden de preferencia entre ellos:

- Si A se prefiere a B  
B se prefiere a C.  
C se prefiere a N.  
Entonces A se prefiere a N
- Si A es indiferente a B.  
B es indiferente de C.  
C es indiferente de N.  
Entonces A es indiferente de N.

### 3. Axioma de insaciabilidad

Como las necesidades de los consumidores son ilimitadas, por regla general no habrá un consumidor que logre cubrir todas, por más satisfactores que adquiera.



(Krugman, 2009)

# CLASIFICACIÓN DE LOS SATISFACTORES EN RELACIÓN A SUS POSIBILIDADES DE SUSTITUCIÓN

SIMILARES: Son las que a juicio del consumidor cubren una necesidad de manera semejante al satisfactor elegido, por consiguiente reportan una misma utilidad. Ej. Pasta de dientes, botanas, comida rápida, etc.





## CLASIFICACIÓN DE LOS SATISFACTORES EN RELACIÓN A SUS POSIBILIDADES DE SUSTITUCIÓN

SUSTITUTOS: Son aquellos que a juicio del consumidor cubren una necesidad con cierto grado de dificultad en relación al satisfactor elegido, por consiguiente no reportan la misma utilidad. Se dividen en:

- Sustitutos próximos que cubren la necesidad con menor grado de dificultad. Ej. Los refrescos embotellados sabor tamarindo, los jugos de tamarindo, nieves sabor tamarindo.
- Sustitutos lejanos que cubren la necesidad con mayor grado de dificultad. Ej. Los refrescos tamarindo, refresco de limón, toronja, agua embotellada, etc.



# CLASIFICACIÓN DE LOS SATISFACTORES EN RELACIÓN A SUS POSIBILIDADES DE SUSTITUCIÓN

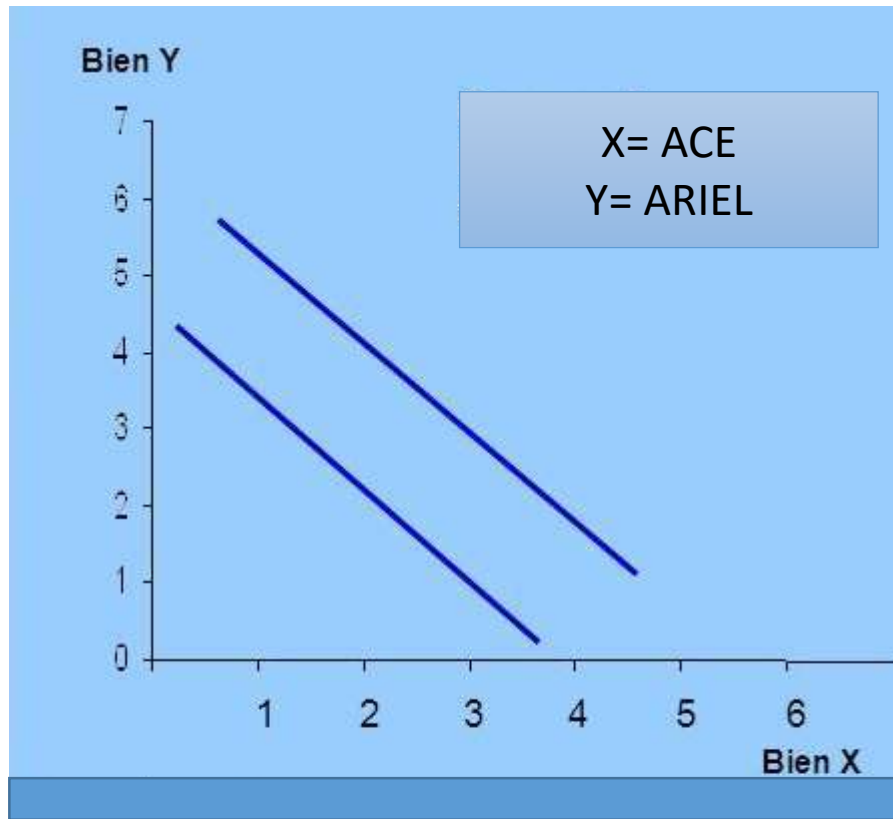
COMPLEMENTARIOS: Aquellos que a juicio del consumidor requieren unir sus cualidades con el satisfactor elegido, para que cubran una necesidad. Ej. Atuendos para vestir, pares de zapatos, cubiertos, muebles (comedor).



(García C., 2008)

# CURVAS DE INDIFERENCIA

PRODUCTOS SIMILARES:



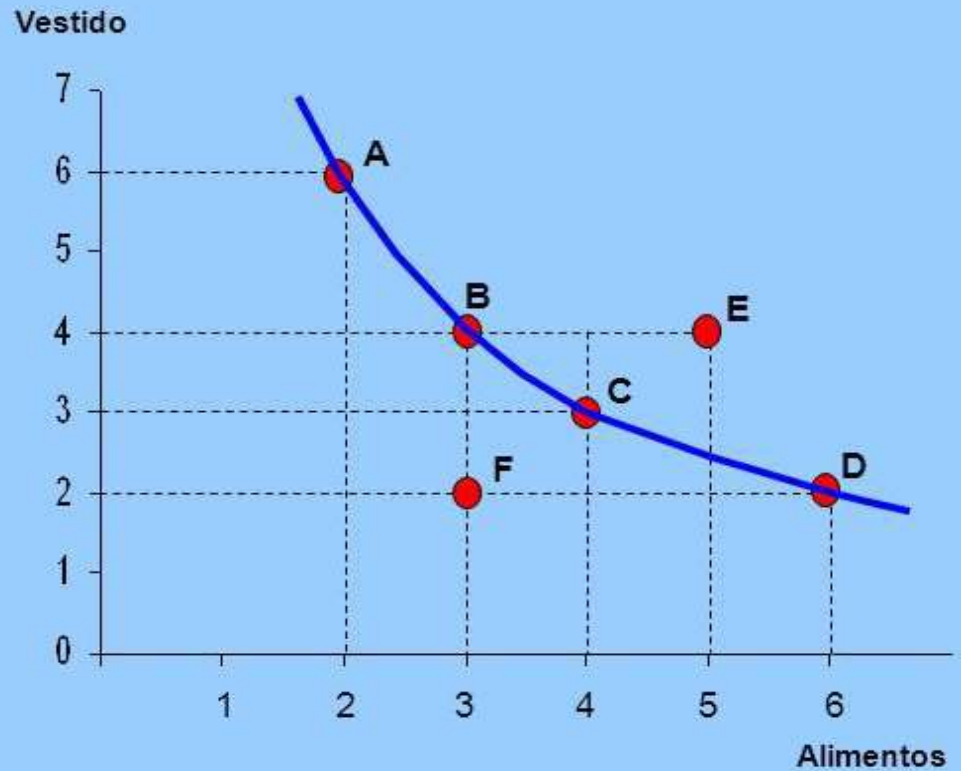
La utilidad que brinda un bien por dejar de consumir uno distinto es exactamente misma. Mayores unidades de un bien implican disminuciones de cantidades iguales en el consumo del otro bien.

# CURVAS DE INDIFERENCIA

PRODUCTOS SUSTITUTOS:

El ejemplo contiguo describe las preferencias individuales:

CESTA	ALIMENTOS	VESTIDO
A	2	6
B	3	4
C	4	3
D	6	2
E	5	4
F	3	2

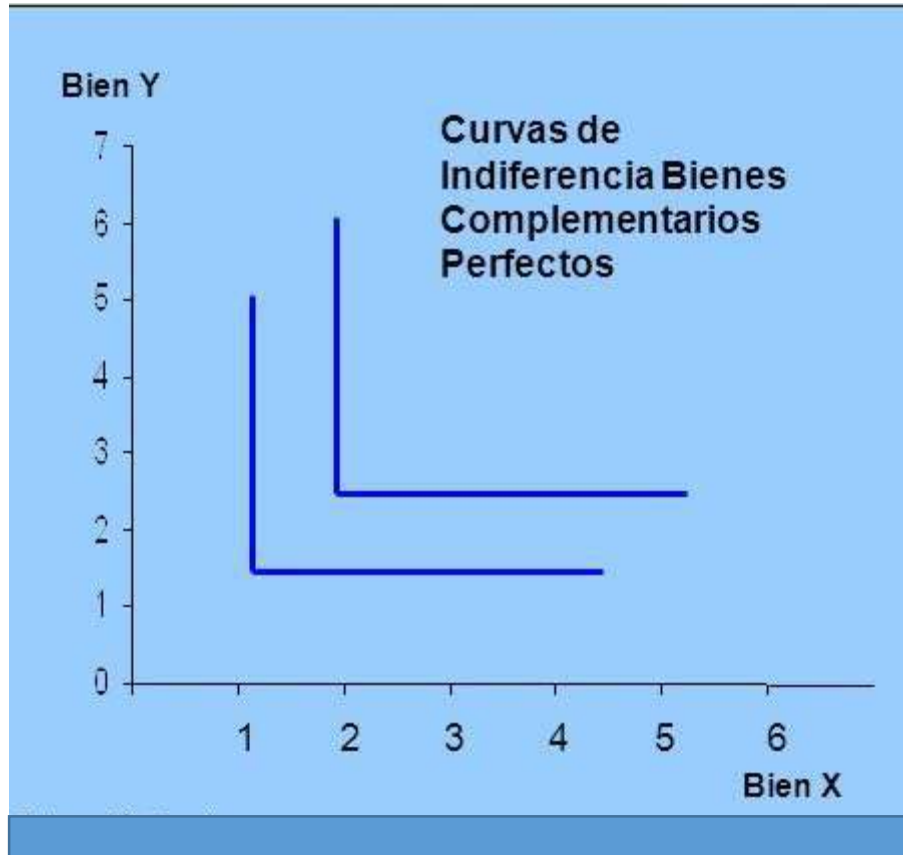


En el ejemplo:  $A = B = C = D \Rightarrow$  Las Cestas son Indiferentes

Por otro lado:  $E > C > F$

# CURVAS DE INDIFERENCIA

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS:



Aquellos cuyo consumo requiere de otro bien en una proporción fija (como los zapatos). Se denomina "Deseo de consumo en proporciones fijas".

Imágenes tomadas de la red

# ¿POR QUÉ LAS CURVAS DE INDIFERENCIA NO PUEDEN INTERSECTARSE?

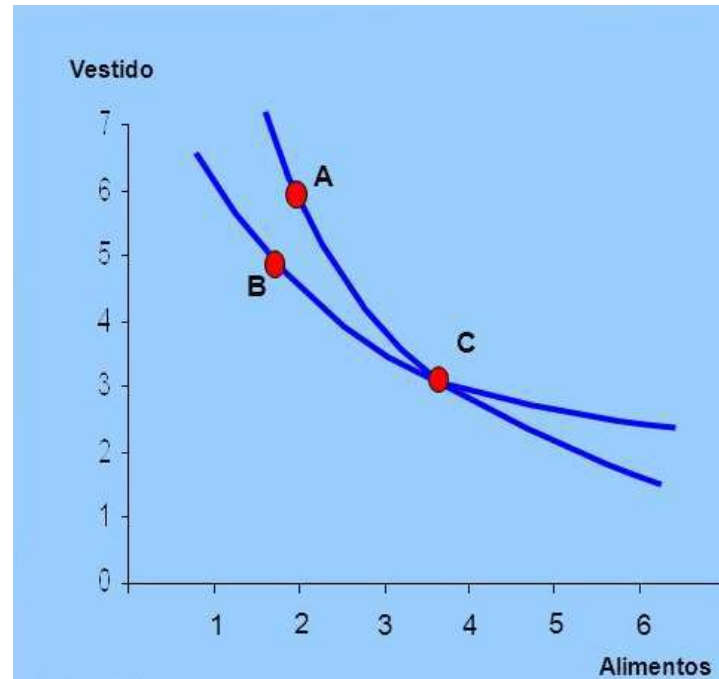
En la gráfica, la canasta A es preferida a la B, pues posee más de ambos productos.

La canasta A es indiferente a la canasta C; asimismo B es indiferente de la canasta C.

Entonces:  $A=C$ ;  $B=C$

Por tanto  $A=B$

Esto es falso, pues A y B se encuentran en curvas de indiferencia distintas



Imágenes tomadas de la red

# ANÁLISIS DE PREFERENCIA

Un consumidor puede elegir diariamente entre dos satisfactores:

X = Filete, cuyo precio es de \$20 el Kg

Y = Dinero en efectivo, cuyo límite es de \$40

Alternativas de elección	Dinero (y) \$	Filete (x) Kg	\$	Utilidad	y por x (\$10 por kg)	x por y (0.5kg por \$10)
a	40	0	0	40	0.5	10
b	30	0.5	10	40	0.5	10
c	20	1.0	20	40	0.5	10
d	10	1.5	30	40	0.5	10
e	0	2.0	40	40	0.5	10

## CONCLUSIONES

Dada la explicación previa se debe comprender parte de la teoría del consumidor, ya que conocemos su comportamiento dadas su preferencias e indiferencias, sabemos la clasificación de los satisfactores de necesidad según su grado de sustitución y además entendemos el comportamiento de la curva de indiferencia según el bien. Con lo anterior se puede pasar al siguiente tema para poder analizar las restricciones y maximización de la utilidad.



## REFERENCIAS

Krugman, P. (2009). Introducción a la microeconomía, Ed. Reverté.

García C. (2008). Microeconomía para su aplicación en la empresa, Ed. Trillas.

Gil, S. (20 de 02 de 2019). Economipedia. Obtenido de Curvas de indiferencia: <https://economipedia.com/definiciones/curvas-de-indiferencia.html>