

LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR

La demanda representa la cantidad que un consumidor desea comprar de una serie de bienes, ya sea expresada como una función de los precios y el ingreso o como una función de la utilidad y de los precios.

Debemos partir de que el comportamiento del consumidor es racional. Si las decisiones que toma el consumidor contradicen los supuestos, entonces el consumidor es considerado irracional. De hecho, un estudio en sicóticos crónicos realizado en una institución mental en New York (USA) encontró que aquellas personas a quien la sociedad considera como "irracionales" siguen la famosa ley de la demanda: "compran menos cuando aumentan los precios" (Battalio et-al 1973).

Obviamente la discusión sobre "el comportamiento racional" es más profunda de lo que se considera aquí, ya que no necesariamente se necesita estar en una institución mental para caracterizar a un individuo como "irracional", o que comprar menos cuando aumentan los precios, ratifique el comportamiento maximizador de los individuos.

UNICIDAD Y CONTINUIDAD

La demanda que corresponde a un vector de precios e ingreso podría no ser única, como se observa en la gráfica (3.1); allí existen dos soluciones x_A y x_B correspondientes a la restricción de presupuesto. Desde un punto de vista técnico, la condición que garantiza una función de demanda única consistirá en:

"Si un orden de preferencias es continuo, satisface la insaciabilidad local, y es estrictamente convexo, entonces para todo $p \gg 0$, $y > 0$ la demanda $x(p, y)$ es única, define un valor singular, y es una función continua de (p, y) ". (Para ver el capítulo completo en formato PDF pulse aquí)

EL EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR Y DISPONIBILIDAD A PAGAR

La teoría del consumidor nos muestra un individuo eligiendo una canasta de bienes, dados unos precios e ingresos ¿Qué sucede cuando el entorno que rodea al consumidor cambia? Este será el objetivo de esta sección.

Consideremos a un consumidor con preferencias racionales, continuas y localmente no saciadas. Asumiremos también que las funciones de gasto y utilidad indirectas son diferenciables, y concentraremos nuestro interés en los cambios de precios. Suponga que la riqueza del consumidor permanece constante a un nivel $y > 0$ y el vector inicial de precios es p_0 . Nosotros deseamos evaluar el impacto sobre la riqueza del consumidor, de un cambio de p_0 a un nuevo vector de precios p_1 . Dicho cambio no debe parecerse extraño. Por ejemplo, si el gobierno decide aumentar los impuestos esto se traducirá directamente en los precios.

INTEGRABILIDAD DE LA FUNCIÓN DE UTILIDAD

A partir de la función de demanda $x(p, y)$ se puede recobrar la función de utilidad subyacente, en lo que se conoce como integrabilidad.

Suponga que nosotros tenemos un función de demanda continua y diferenciable $x(p, y)$. Si esta

función se encuentra bien definida y se cumple el supuesto de insaciabilidad local (y la ley de Walras) asegurando la igualdad, entonces como previamente se ha demostrado, deberán cumplirse las siguientes condiciones:(Para ver el capítulo completo en formato PDF pulse aquí)

PREFERENCIAS REVELADAS

Los axiomas básicos sobre las preferencias son criticados por ser demasiado fuertes, ya sea en su preordenamiento o en su ordenamiento completo. Sin embargo, a menudo observamos cómo los individuos realizan elecciones, aunque las restricciones sobre el conjunto de preferencias no sean observables. Una forma de hacer compatibles los supuestos sobre las preferencias y las decisiones que observamos en el mercado, consiste en lo que comúnmente se denomina como preferencias reveladas.

La "eficacia" de la teoría de la preferencia revelada radica en que el estado de las preferencias se construye a partir de las decisiones observables, esto es, de las elecciones actuales realizadas por un consumidor determinado.

Dado un vector de precios p , un nivel de ingreso $y > 0$ y una canasta de bienes, se puede definir una restricción presupuestaria de la forma $p(x,y)$. Asumiendo que la existencia de la restricción presupuestaria está relacionada con la elección de una canasta posible x para el consumidor, donde x depende de p e y de la forma $x(p, y)$ cuando se realiza la (Para ver el capítulo completo en formato PDF pulse aquí)

AGREGACIÓN

Un punto de singular importancia consiste en la agregación sobre los individuos, ya que el comportamiento agregado de los consumidores, en muchas situaciones, es más importante que el comportamiento de un consumidor en particular. Y desde un punto de vista econométrico, deberán existir restricciones en la agregación cuando se estimen las funciones de demanda.

En torno a la demanda agregada se deberá discutir en primer lugar si ésta puede ser expresada como una función de los precios y de la riqueza agregada. En segundo lugar, si las restricciones individuales sobre las preferencias se sostienen en el agregado; y en tercer lugar, cómo se medirían dichos cambios agregados. Una agregación perfecta en un período, depende de que todos los precios sean los mismos para todos los individuos. Así, las variaciones provienen por parte de la riqueza que cada individuo posee. Por otro lado, en modelos de elecciones intertemporales no sólo existen diferencias en el ingreso, también existen diferencias en la edad y en las expectativas acerca de los precios futuros.