



Consumo y Calidad de Vida
Cuarto Medio de Administración, Jornada Vespertina
Semana del 4 al 15 de mayo

TEMA: EL CONSUMIDOR Y EL PRODUCTOR.

Profesor: Juan Antonio Escobar Cerda

Objetivo: Analizar la relación entre consumidor y productor.

En el proceso de satisfacción de las necesidades, hay dos actores o agentes económicos: por un lado, el consumidor quien debe satisfacer sus necesidades, para lo cual plantea sus demandas en los mercados y, por otro lado, el productor, quien reacciona ante esas demandas y, movido por el beneficio económico, planifica en el sentido de determinar si le es o no conveniente abocarse a la producción de algunos de los bienes y servicios requeridos. Como ya se dijo, la decisión de participar siempre está avalada por la posibilidad de alcanzar, a través de la producción y posterior venta de ésta, un beneficio que él estime satisfactorio, de acuerdo con los recursos que deberá utilizar y la valoración que él haga de su participación personal. Un empresario siempre se maneja entre opciones, puesto que los recursos que posee son escasos y, por lo tanto, tiene que decidir hacia qué producciones destinarlos. Finalmente, optará por aquella que le signifique el mayor beneficio económico.

El consumidor: conducta frente a la decisión de consumir.

El consumidor buscará siempre gastar su ingreso o presupuesto de tal manera que el bienestar que alcance a través de sus consumos sea el máximo. Sin embargo, en la práctica esto no resulta tan fácil por cuanto todo consumidor está sujeto a ciertas restricciones que les son impuestas desde afuera. Estas son: primero, contar con un ingreso que es limitado, de tal manera que al enfrentarse a un mercado no puede comprar todo lo que quiera, aunque sea de su agrado y, segundo, los precios de los diferentes bienes y servicios que se ofrecen son fijados por el mercado de tal manera que éste no puede influir en ellos. Ambos elementos, le definen la capacidad efectiva de compra.

Pero, el consumidor tratará de maximizar su bienestar dentro de las restricciones señaladas y, para ello, gastará todo su ingreso.

En consecuencia, lo primero que todo consumidor tiene que hacer es seleccionar las posibles combinaciones de bienes que le gustaría adquirir, es decir, debe tener claramente definidas sus preferencias frente a diferentes opciones de consumo, de tal manera que pueda saber si una determinada combinación de bienes le brinda mayor o menor satisfacción que otras o le es indiferente (le brinda igual satisfacción).

En segundo término, deberá gastar su ingreso estrictamente dentro de aquellas opciones de consumo que le brindan el mayor bienestar o utilidad.

Para entender mejor el razonamiento anterior, primero se definirá el concepto de utilidad o bienestar y enseguida se pasará revista a algunos supuestos relacionados con las preferencias de un consumidor.

a) Concepto de utilidad o bienestar: utilidad total y marginal.

El concepto de utilidad o bienestar es diferente al de utilidad contable. Este último está referido a la diferencia entre ingresos y gastos; en tanto, el primero refleja la satisfacción que un consumidor recibe a través del consumo de unidades de un bien o servicio específico.

No es posible medir la cantidad de utilidad que significa para una persona el consumo o tenencia de un determinado bien, por ser éste un concepto subjetivo. Al respecto, no hay una unidad de medida de la utilidad.

El consumidor persigue siempre maximizar su bienestar; vale decir, alcanzar el mayor nivel de utilidad total, lo que va logrando a través de incrementar el consumo de un bien. Sin embargo, es posible observar que, en la medida en que persevera en el consumo de un mismo bien, la utilidad total crece sólo hasta un determinado nivel, a partir del cual empieza gradualmente a decrecer por efecto de la saturación que se le va presentando como consecuencia del consumo. Imaginemos, por ejemplo, que una persona ha decidido consumir helados porque le brindan una mayor satisfacción que otros bienes, como chocolates u otros. Ésta probará un helado y, posiblemente, un segundo porque su utilidad total va creciendo. Pero, a partir del consumo de este último y en los sucesivos, notará que la satisfacción adicional o marginal empezará a ser cada

vez menor, porque se empieza a presentar el efecto de saturación, el que va creciendo a medida que se consume un cuarto helado y, así sucesivamente.

De acuerdo con lo anterior, el consumidor, frente al consumo reiterado de un determinado bien, va experimentando una satisfacción adicional o marginal que siempre es decreciente hasta que ésta llega a cero, momento a partir del cual deja de consumir puesto que para él ya no tiene sentido hacerlo.

En consecuencia, las decisiones que debe tomar un consumidor siempre se refieren, precisamente, a cambios marginales y no totales en los consumos; es decir, se plantea: ¿me sirvo un helado más?, ¿voy nuevamente a un concierto? Por lo tanto, el consumidor no toma decisiones en el sentido de renunciar al consumo de un bien, salvo por razones de precio. Al ser la utilidad marginal decreciente, el consumidor va gastando su ingreso hasta que el último peso gastado en cada uno de los bienes que son de su preferencia, le proporcionan igual satisfacción o bienestar.

b) Supuestos relacionados con las preferencias de un consumidor.

Estos supuestos tienen que ver con la forma que el consumidor tiene de elegir los bienes y servicios en un mercado. La ciencia económica ha acogido estos supuestos porque, a través de ellos, es posible estudiar un modelo de análisis a partir del cual se puedan derivar teorías y predicciones.

Si bien se estableció que la utilidad no es medible, un consumidor enfrentado a un mercado, dentro de diferentes opciones de bienes, es capaz de decidir cuál de ellas le brindan mayor satisfacción, cuál o cuáles le brindan menor y cuáles le son indiferentes (o le brindan similar satisfacción) y puede elegir en consecuencia. Este supuesto se denomina de “integridad de las preferencias”.

También, un consumidor debe ser “consistente en sus preferencias”, de tal manera que si prefiere “A” en lugar de “B” y “B” en lugar de “C”, también debe preferir “A” antes que “C”. Un tercer supuesto se basa en el “principio de insaciabilidad” el que se refiere a que un consumidor, en la opción de poseer más o menos de un bien, siempre opta por la mayor cantidad de éste.

De acuerdo con lo expuesto, entonces, la conducta racional de un consumidor lo llevará, dentro de todas las combinaciones posibles de bienes por él elegidas, a decidir por aquella que le significa la mayor utilidad y que, al mismo tiempo, le es posible financiarla con la totalidad de su ingreso. Este punto, se denomina punto de equilibrio del consumidor u óptimo del consumidor y representa el encuentro de sus aspiraciones, por mayor consumo, con la realidad definida por los recursos con que efectivamente cuenta para consumir.

Debe recordarse que, de acuerdo con el principio de integridad de las preferencias, el consumidor ya tiene claro la combinación de bienes que le significa mayor satisfacción que otras. Así, también, según el principio de insaciabilidad, el consumidor elegirá aquella combinación que le signifique la mayor cantidad de bienes.

Finalmente, aunque el esquema de análisis expuesto, en relación con las decisiones del consumidor, parece difícil de comprender, hay que aclarar que este análisis es el que efectúa siempre, en forma involuntaria, cualquier consumidor, como es una dueña de casa que se apresta, todos los días, a celebrar actos de consumo. Ésta los realiza en forma relativamente lógica, ya que, de otra forma, gastaría su dinero, que es un recurso escaso, irracionalmente. Como conclusión frente a este tema, la decisión de “cómo consumir” forma parte de la conducta que, a diario, muestran todos los consumidores, no obstante, que muchos jamás han estudiado economía. Debe tenerse presente que el consumidor ya ha retirado de su ingreso total la parte que él destinará a ahorrar y el impuesto a sus ingresos; por ello, cuando se habla del total de su ingreso, se está haciendo referencia a la parte que le queda, exclusivamente, para consumir.

Desarrolle de acuerdo con las interrogantes:

(Conteste en una hoja aparte. Indique nombre curso y fecha)

1. ¿Qué busca el consumidor? Explique.
2. Defina el concepto de utilidad o bienestar.
3. Explique la relación de consumidor y conducta racional en el mercado.
4. ¿A qué se llama productor, cuáles son sus acciones en el mercado? Explique.
5. ¿Cómo satisface las necesidades el consumidor? Explique.
6. ¿Qué se entiende por maximizar el bienestar de los consumidores?

Desarrollo