

TEORIA DEL CONSUMIDOR

RESUMEN SEMANA 4

Teoria de la Preferencia Revelada

- Su proposito es analizar el comportamiento de un consumidor a partir de sus compras o adquisiciones observadas
- Se asume que el consumidor es racional, consistente y Transitivo (mantiene los axiomas de las preferencias). Asumimos estricta convexidad, lo cual implica:
 - Se elige solo una combinacion de bienes
 - Existe solo una combinacion de precios y renta a la cual se elige una combinacion de bienes.

Consideremos un conjunto P^0 de precios $p_1^0, p_2^0, \dots, p_n^0$ y q^0 . El gasto total del consumidor viene dado por: $\sum p_i^0 q_i^0$. Ahora considera un lote alternativo de bienes q^1 **que pudo comprar pero no lo hizo**. El costo total de q^1 a los precios P^0 no debe ser mayor al costo de q^0

$$p_i^0 q_i^1 \leq p_i^0 q_i^0 \quad q^0 \text{ es al menos tan cara como } q^1$$

RESUMEN SEMANA 4

Teoria de la Preferencia Revelada

- Si la ecuacion anterior se cumple y el consumidor no escogio q^1 , entonces este REVELO que prefiere $q^0 >$ a q^1
- **Axioma debil de las Preferencias Reveladas**
- Si se cumple: $p_i^0 \cdot q_i^1 \leq p_i^0 \cdot q_i^0$ no se puede cumplir $p_i^1 \cdot q_i^0 \leq p_i^1 \cdot q_i^1$

Graficos 1 y 2

En (1) a los precios p^0 , q^1 es asequible, sin embargo, se elige q^0 de alli se deduce que q^0 es preferido a q^1 .

En (2) se viola el axioma debil.

El axioma debil es una **condicion necesaria** para una eleccion optima porque permite excluir conductas no consistentes si el individuo intenta maximizar utilidad. Sin embargo, la exclusion de conductas que no conducen a un Max. No implica que el individuo realmente maximiza. Necesitamos satisfacer una condicion suficiente

RESUMEN SEMANA 4

Axioma fuerte de las Preferencias Reveladas

El axioma refleja la transitividad en las preferencias:

Dado p^0 si $q^0 > q^1$ y con otro vector p^1 $q^1 > q^2$ entonces sabemos indirectamente si se satisface la transitividad que $q^0 > q^2$ Lo cual permite inferir el ORDENAMIENTO DE LAS PREFERENCIAS, permitiendo obtener una representacion de las preferencias

En el Grafico 3 se cumple $p_i^0 \ q_i^1 > p_i^0 \ q_i^0$ Que tipo de preferencias se pueden establecer???

RESUMEN SEMANA 4

Eleccion bajo Incertidumbre

Von Neumann y Morgenstern construyeron un indice de utilidad ordinal (con algunas propiedades cardinales) capaz de predecir la eleccion en situaciones inciertas. Para ello debe cumplir ciertos axiomas:

Axioma de Orden Completo: Se debe cumplir que el consumidor prefiere A a B, B a A o esta indeciso. La valoracion es transitiva

Axioma de Continuidad: supongamos tres conclusiones A, B y C. El axioma dice que existe una probabilidad P , $0 < P < 1$, tal que al consumidor le es indiferente con UN RESULTADO CIERTO.

Axioma de la Independencia: Supongamos un consumidor indiferente entre A y B, siendo C un resultado cualquiera. Suponga un ticket de loteria T1 que ofrece los resultados A y C, y otro ticket T2 que ofrece B y C con las mismas probabilidades (P) y $(1-P)$. El consumidor sera indiferente entre los dos tickets.

RESUMEN SEMANA 4

Eleccion bajo Incertidumbre

Axioma de Probabilidad desigual: Supongamos que el consumidor prefiere A a B. Entonces $T1 = (P1, A, B)$ y $T2 = (P2, A, B)$. Si $P2 > P1$ entonces preferira T2 a T1.

Axioma de Loteria Compuesta: supongamos $T1 = (P1, A, B)$ y $T2 = (P2, T3, T4)$, siendo $T3 = (P3, A, B)$, y $T4 = (P4, A, B)$. Los premios de la loteria son ticket de loteria.

Si se cumplen los axiomas pueden generarse casos como:

$Y = (P1, \dots, Pn; A1, \dots, An)$, pero vamos a analizar el caso de 2 resultados

UTILIDAD ESPERADA

Suponga un Indice de utilidad que satisface los 5 axiomas con dos resultados posibles $L = (P, A, B)$ como:

$$E[U(L)] = PU(A) + (1-P)U(B)$$

RESUMEN SEMANA 4

UTILIDAD ESPERADA

Consideremos 2 tickets de loterías: $T1=(P1,A1,A2)$ y $T2=(P2,A3,A4)$.

El Teorema de la Utilidad esperada nos dice que si $T1$ (aplica a $L1$) es preferido a $T2$ (aplica a $L2$) entonces $E[U(L1)] > E[U(L2)]$.

En situaciones inciertas se maximiza la utilidad esperada

Conducta o actitud del Consumidor frente al Riesgo

- Averso al Riesgo
- Neutral al Riesgo
- Amante al Riesgo