

9  
2 ej'



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios  
Profesionales Aragón

"LA TEORIA NEOCLASICA DE LA DEMANDA"  
( UNA REVISION ACTUAL )

T E S I S  
Que para obtener el Título de  
LICENCIADO EN ECONOMIA  
p r e s e n t a

RAYMUNDO MUÑOZ MUÑOZ

Asesor: Lic. Mayra Ordoñez Saleme

México, D. F.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1991



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

PÁG.

<b>CAPITULO I.</b>	<b>LA ESCISION DE LA TEORIA DE LA DEMANDA</b>	<b>1</b>
I.1	GÉNESIS DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA	1
I.1.1	LA SEGUNDA ETAPA	10
I.1.2	CARÁCTER DE LA ECONOMÍA MODERNA	17
<b>CAPITULO II.</b>	<b>LOS ENFOQUES DE LA TEORIA DE LA DEMANDA</b>	<b>32</b>
II.1	ENFOQUES MODERNOS DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA	33
II.1.1	ENFOQUE CARDINALISTA	33
II.1.2	EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR	35
II.1.3	DERIVACIÓN DE LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR	35
II.2	ENFOQUE ORDINALISTA	37
II.2.1	LA TEORÍA DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA	37
II.2.2	EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR	38
II.2.3	LA RESTRICCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL CONSUMIDOR	40
II.2.4	DERIVACIÓN DEL EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR	41
II.2.5	DERIVACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA USANDO EL - ENFOQUE DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA	42
II.3	ENFOQUE DE LA PREFERENCIA REVELADA	45
II.3.1	DERIVACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA	45
II.4	CRÍTICA A LOS ENFOQUES DE LA TEORÍA DE LA - DEMANDA	47
II.4.1	ENFOQUE ORDINALISTA	48
<b>CAPITULO III.</b>	<b>UNA NUEVA PROPUESTA SOBRE EL ENFOQUE DE LA - TEORÍA DE LA DEMANDA</b>	<b>50</b>
III.1	UNA ALTERNATIVA DISTINTA EN EL ESTUDIO DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA	51
III.1.1	SUPUESTOS	51

	PÁG.
III.1.2	TIPOS DE ORDEHACIÓN EN LA TEORÍA DE LA DEMANDA 54
III.1.3	LA DEMANDA DE UN SOLO BIEN ..... 59
III.1.4	LA DEMANDA DE DOS BIENES ..... 63
III.1.5	LA CURVA DE DEMANDA ..... 68
<b>CAPITULO IV. FUNDAMENTOS</b> .....	<b>79</b>
IV.1	LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR ..... 79
IV.1.2	CONSUMO AHORA CONTRA CONSUMO A FUTURO ..... 81
IV.1.3	CASO ALTERNATIVO ..... 85
IV.1.4	RELACIÓN DE LA DEMANDA DE UN BIEN CON SU - PRECIO ..... 86
IV.1.5	RELACIÓN DE LA DEMANDA DE UN BIEN CON LOS - PRECIOS DE LOS DEMÁS BIENES ..... 88
IV.1.6	CURVAS DE DEMANDA Y FUNDIONES DE DEMANDA ..... 89
IV.1.6.1	MODIFICACIONES EN EL INGRESO ..... 90
IV.1.6.2	CAMBIOS EN LAS PREFERENCIAS ..... 90

## INTRODUCCION

AL AUMENTAR EN NÚMERO Y COMPLEJIDAD LAS HERRAMIENTAS CONCEPTUALES DE LA ECONOMÍA, LOS ESTUDIOSOS DE LA MISMA SE PREOCUPAN POR LA EVOLUCIÓN DE CONCEPTOS INDIVIDUALES Y POR LOS MÉTODOS DE APLICACIÓN DE SU INSTRUMENTAL TÉCNICO, POR LO QUE SON HOY EN DÍA CADA VEZ MÁS FRECUENTES LOS ESTUDIOS ESPECIALES DE LOS ASPECTOS OLVIDADOS DEL PENSAMIENTO ANTERIOR.

LA MAYOR PARTE DE LOS ECONOMISTAS PROFESIONALES DE HOY, COINCIDE EN QUE EL PROPÓSITO PRIMORDIAL DE LA ECONOMÍA ES ANALÍTICO-DESCRIPTIVO, ESTO ES, DESCRIBIR LO QUE ES.

EN OTRAS PALABRAS, LO QUE INTERESA A LA MAYORÍA DE LOS ECONOMISTAS ES ESTABLECER CON LA MAYOR CLARIDAD POSIBLE LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA ECONÓMICO ACTUAL, AUNQUE ALGUNOS DE ELLOS PUEDAN PERSEGUIR OTROS INTERESES O IMAGINAR EJEMPLOS HIPOTÉTICOS CON FINES EXPLICATIVOS.

SE DICE ALGUNAS VECES QUE LA ECONOMÍA PUEDE HACER LLEGAR A SER TAN EXACTA Y TAN UNIVERSALMENTE VÁLIDA COMO LAS CIENCIAS FÍSICAS, LO QUE IMPLICARÍA LA NEGACIÓN DE SU NATURALEZA, ESENCIALMENTE SOCIAL E HISTÓRICA. SIN EMBARGO, ESTAS OPINIONES SE FORMULAN ÚNICAMENTE CON OCASIÓN DEL ESTUDIO DE LA METODOLOGÍA Y NO PARECEN AFECTAR EL ALCANCE DE LA MAYOR PARTE DE OBRA DE AQUELLOS INDIVIDUOS CON ESTA FORMA DE PENSAR, YA QUE SU INTERÉS PRINCIPAL CONTINUARÁ SIENDO EL FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA CONTEMPORÁNEA.

DEBE DECIRSE, DESDE LUEGO, QUE LA GENERALIDAD DE LAS PERSONAS RARA VEZ CONOCE ESTE PROPÓSITO POSITIVO Y ANALÍTICO QUE EL PROFESIONISTA ECONÓMICO CONSIDERA COMO EL MÁS IMPORTANTE O AÚN COMO EL ÚNICO Y LEGÍTIMO.

LA GENTE SABE QUE PUEDE PEDIR JUSTIFICADAMENTE AL ECONOMISTA QUE EXPLIQUE EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA, QUE SI BIEN NO SIEMPRE ES GRANDE SU FE EN LA EXPLICACIÓN QUE SE LE DA, GENERALMENTE TAMBIÉN QUIERE SABER QUÉ HAY QUE HACER. NO SIEMPRE LOS ECONOMISTAS PUE-

DEN ELUDIR ESTA PREGUNTA, Y CUANDO LE DAN RESPUESTA, PONEN DE MANIFIESTO MÁS DIFERENCIAS DE OPINIÓN TRASCENDENTALES QUE LAS QUE PUEDEN SURGIR DEL ANÁLISIS EN EL CUAL TODOS ALEGAN FUNDAR SU PARECER. ESTA DISCREPANCIA SOBRE EL DIAGNÓSTICO DE UN PROBLEMA ECONÓMICO REAL Y SOBRE LA PRESCRIPCIÓN DE UN REMEDIO, LLEVA DE VEZ ENCUANDO A LOS ECONOMISTAS, MÁS QUE AL DESEO DE PRECISIÓN CIENTÍFICA, A EXAMINAR LOS LÍMITES DE SU DISCIPLINA. Y ASÍ VOLVEMOS A LAS DIFERENCIAS DE DEFINICIONES.

AUNQUE ESTE CAMINO HA SIDO RECORRIDO CON FRECUENCIA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LOS PRINCIPALES AVANCES DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO SE HAN REALIZADO SIN UN EXAMEN METODOLÓGICO CONSTANTE.

TAL ES EL CASO DEL TEMA QUE SE INTENTARÁ ABARCAR EN EL PRESENTE TRABAJO DE TESIS, EN EL QUE SI BIEN ES CIERTO, LA TEORÍA DE LA DEMANDA QUE SE INTENTARÁ ESTUDIAR A CONTINUACIÓN, NO ES OTRA COSA QUE LA TEORÍA CONVENCIONAL DE LA UTILIDAD<sup>11</sup>, LO CIERTO ES TAMBIÉN QUE NO EXISTE EL MAYOR INTERÉS EN AFIRMAR QUE ESTE ANÁLISIS SEA EL MEJOR O EL MÁS INDICADO PARA ESTUDIAR LA TEORÍA DE LA DEMANDA; LO MÁS SEGURO ES QUE EN SU OPORTUNIDAD, SURJAN OTROS TRABAJOS QUE PUEDAN OFRECER MUCHO MÁS, YA QUE AÚN Y CUANDO ESTE TRABAJO PUEDA APORTAR ALGUNOS ELEMENTOS DE VALOR, ES SEGURO QUE TODAVÍA EXISTA ALGO MÁS QUE DECIR AL RESPECTO.

ALGO QUE DEBE PONERSE DE MANIFIESTO ES QUE DICHO TRABAJO NO INTENTA DE NINGUNA FORMA PLANTEAR LAS BASES DEL NUEVO DESCUBRIMIENTO DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, NI DAR A CONOCER EL ENFOQUE MÁS INDICADO PARA SU ESTUDIO; SINO TAN SOLO, REPLANTEAR EL PROBLEMA PARADESMENTIR SU APARENTE ESTANCAMIENTO A TRAVÉS DE LA RECAPITULACIÓN DEL MISMO, CON MIRAS A SEMBRAR EN LOS POSIBLES LECTORES LA INQUIETUD POR EL TEMA AMÉN DE QUE EN UN FUTURO ESPEREMOS QUE PRÓXIMO, SURJAN PLANTEAMIENTOS DISTINTOS QUE ENRIQUEZCAN MÁS EL TEMA.

EN EL PRIMER CAPÍTULO DE ESTE TRABAJO DE TESIS, SE REPLANTEAN MUCHAS IDEAS DE DISTINTOS AUTORES, SIN GUARDAR PARA NADA ORDEN ALGUNO, PUESTO QUE LO QUE SE INTENTA REMARCAR EN TODO ELLO ES LO RELE

<sup>11</sup> Entendida como aquella que generalmente se imparte a los estudiantes del área económica de la U.N.A.M.

VANTE DE LOS DISTINTOS PLANTEAMIENTOS, LOS CUALES FUERON POCO A POCO DANDO FORMA A LA TEORÍA DE LA DEMANDA. EL SEGUNDO CAPÍTULO VIENE A SER LA CONCRETIZACIÓN DE TODO EL ANTERIOR ROMPECABEZAS DEL PRIMER CAPÍTULO, MOSTRANDO ASÍ LO QUE PARA TODOS LOS ESTUDIOSOS DEL ÁREA ECONÓMICO-SOCIAL, ES DE ALGUNA MANERA LA TEORÍA DE LA DEMANDA, CON LA CUAL NOS ENCONTRAMOS MÁS FAMILIARIZADOS, AUNQUE NO LA MÁS DEPURADA.

POR SU PARTE, EL TERCER CAPÍTULO CONTIENE DE ALGUNA FORMA LO MÁS NOVEDOSO DEL TRABAJO, CONSIDERANDO QUE EL TRABAJO DE HICKS, NO ES TAN ACCESIBLE PARA NOSOTROS COMO LOS ENFOQUES TRADICIONALES DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, CON LO QUE PODREMOS OBSERVAR EL PROGRESO DE SU ELABORACIÓN, TOMANDO EN CUENTA LO NOVEDOSO Y ORIGINAL QUE PUEDAN RESULTAR PARA TODOS NOSOTROS SUS ELEMENTOS DE ANÁLISIS, TENDIENTES AL SEÑALAMIENTO DE NUEVOS CAMINOS HACIA LA DETERMINACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA.

POR ÚLTIMO, EL CUARTO CAPÍTULO NO ES MÁS QUE UN CÚMULO DE SUGERENCIAS SOBRE LOS FUNDAMENTOS BÁSICOS EN LO CONCERNIENTE AL TEMA EN CUESTIÓN, SIEMPRE Y CUANDO SE TENGA SIEMPRE PRESENTE Y NO SE DESCONOZCA TODO EL DESARROLLO ANTERIOR A ÉL, YA QUE A PESAR DE QUE POR AHORA CASI TODAS LAS POSICIONES QUE PARECEN PERTENECER A LA TEORÍA, SON BIEN CONOCIDAS DE LOS ECONOMISTAS MATEMÁTICOS, NO TANTO DE LOS ECONOMISTAS NO MATEMÁTICOS. CREO QUE AHORA SE DEBERÍA LLEGAR AL PUNTO EN QUE TODA LA TEORÍA PUEDA EXPONERSE EN TÉRMINOS RELATIVAMENTE SIMPLES; TÉRMINOS EN LOS CUALES LA SIGNIFICACIÓN ECONÓMICA DE LO QUE SE ESTÁ HACIENDO, PUEDE HACERSE MÁS MANIFIESTA CON TODA PRONTITUD. LOS FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA, COMO ESTÁN LAS COSAS, SON HASTA CIERTO PUNTO MATERIA DE CONTROVERSIA; UNA EXPLICACIÓN MÁS COMPLETA QUE AHORA ES POSIBLE HACER, INTENTARÁ ACLARAR ALGUNAS DE ESAS CONTROVERSIAS. LA APRECIACIÓN MÁS AMPLIA DE LO QUE PUEDE ALCANZARSE EN ALGUNAS DIRECCIONES, NOS AYUDARÁ A COMPRENDER LAS LIMITACIONES DEL ANÁLISIS GENERAL, ASÍ COMO TAMBIÉN SU VALIDEZ.

## CAPITULO I LA ESCISION DE LA TEORIA DE LA DEMANDA

EN ESTE PRIMER CAPÍTULO, EL PROPÓSITO SERÁ ESTUDIAR AQUELLOS ESCRITORES E IDEAS DEL PERÍODO DE TRANSICIÓN, COMPRENDIDO ENTRE LOS PRIMEROS CLÁSICOS Y EL NACIMIENTO DE LA MICROECONOMÍA CONTEMPORÁNEA EN EL ÚLTIMO CUARTO DEL SIGLO XIX.

SE CONSIDERARÁ DE IMPORTANCIA A LAS TENDENCIAS COMO A LAS APORTACIONES INDIVIDUALES DE AUTORES QUE A NUESTRO JUICIO FORMAN LAS BASES DE LO QUE MÁS ADELANTE SE CONSOLIDA COMO ENFOQUES O TEORÍAS DE LA DEMANDA, DE SUERTE QUE SE TRATARÁ CON BREVEDAD A ALGUNOS AUTORES Y A OTROS SE LES OMITIRÁ DEL TODO.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE EN EL DESARROLLO DEL SIGUIENTE CAPÍTULO SE ADOPTARON LAS IDEAS Y APORTACIONES DEL AUTOR ERIC ROLL, EN SU LIBRO HISTORIA DE LAS DOCTRINAS ECONÓMICAS, DEBIDO A QUE PUDIMOS ENCONTRAR EN SU DESARROLLO, PRECISAMENTE LO QUE PARA NUESTROS FINES ERA IMPORTANTE, ES DECIR, DAR A CONOCER A MUCHOS DE LOS AUTORES IGNORADOS PARA LA MAYORÍA DE NOSOTROS, QUE APORTARON A LA TEORÍA ECONÓMICA O MICROECONOMÍA, ELEMENTOS TAN VALIOSOS EN LA ELABORACIÓN DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, QUE SI BIEN ES CIERTO, NO SE CIRCUNSCRIBEN ESPECÍFICAMENTE EN ESE TEMA, LA TAREA HA SIDO AQUÍ, ORIENTARLOS HACIA ESE FIN, DE ACUERDO A NUESTRO MUY PARTICULAR PUNTO DE VISTA.

### 1.1 GÉNESIS DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA

LOS COMIENZOS DE ESTE PROCESO QUE DE NINGÚN MODO DEBE CONSIDERARSE COMO CONTINUO, SE MANIFIESTAN CON ENORME CLARIDAD EN EL QUE A NUESTRO JUICIO MEJOR INTÉRPRETE DE SMITH. JEAN BAPTISTE SAY (1767-1832), SU TRAITÉ D'ECONOMIE POLITIQUE, PRETENDE SER MÁS QUE UNA SIMPLE EXPOSICIÓN SISTEMÁTICA DE LAS PRINCIPALES IDEAS DE SMITH. LA APORTACIÓN PERSONAL DE SAY -APARTE DE SU TEORÍA DE MERCADO-, CONSISTE EN LA IMPORTANCIA QUE CONCEDE A LA UTILIDAD COMO DETERMINANTE DEL VALOR.

LA TEORÍA UTILITARISTA DE SAY, TUVO UNA TRADICIÓN EN LA CUAL SE -  
BASÓ. DURANTE EL SIGLO XVIII, ALGUNOS ECONOMISTAS ITALIANOS HA-  
BÍAN CONCEDIDO GRAN IMPORTANCIA A LA UTILIDAD, Y EN 1776 EL ABATE  
CONDILLAC, PUBLICA UN LIBRO TITULADO LE COMMERCE ET LE EXOUVERNEMENT  
CONSIDERÉS RELATIVEMENT L'UN A' L'AUTRE, QUE CONTIENE UNA DE  
LAS PRIMERAS EXPOSICIONES DE LA TEORÍA DE LA UTILIDAD. PARA CON-  
DILLAC, LA FUENTE DEL VALOR -DICE-, ES LA UTILIDAD, PERO NO EN EL  
SENTIDO CORRIENTE DE LA PALABRA.

EN CONDILLAC, LA UTILIDAD COMO CONCEPTO ECONÓMICO NO ES YA UNA -  
CUALIDAD FÍSICA DE LOS BIENES, SINO LA IMPORTANCIA QUE EL INDIVI-  
DUO DA A UN BIEN COMO CAPAZ DE SATISFACER UNA NECESIDAD. LA UTI-  
LIDAD POR CONSIGUIENTE, ES UNA RELACIÓN Y SUBE Y BAJA AL AUMENTAR  
O DISMINUIR LA NECESIDAD. CONDILLAC PERCIBIÓ LA IMPORTANCIA DE -  
EXPLICAR EL EFECTO DE LA CANTIDAD VARIABLE SOBRE EL VALOR DE LOS-  
BIENES, Y TRATÓ DE RELACIONAR LA UTILIDAD Y LA CANTIDAD SIN CONSE-  
GUIRLO. AFIRMABA QUE EL VALOR SUBE Y BAJA A CONSECUENCIA DE LA -  
ESCAZES Y DE LA ABUNDANCIA, ESTO SÓLO OCURRE SI LA UTILIDAD ESTÁ-  
TAMBIÉN PRESENTE.

AÑADÍA, QUE UNA NECESIDAD SENTIDA CON MÁS FUERZA, DARÍA A LOS BIE-  
NES MAYOR VALOR QUE UNA NECESIDAD SENTIDA CON MENOR INTENSIDAD, Y  
QUE POR LO TANTO, EL VALOR AUMENTABA CON LA ESCASEZ Y DISMINUÍA -  
CON LA ABUNDANCIA.

NO OBSTANTE SUS OSCURIDADES, CONDILLAC PUEDE SER CONSIDERADO COMO  
UNO DE LOS PRECURSORES MÁS DEFINIDOS DE LA ESCUELA SUBJETIVA CON-  
TEMPORÁNEA.

SU INFLUENCIA SE DEJÓ SENTIR INDIRECTAMENTE A TRAVÉS DE SAY, CON-  
SU APLICACIÓN RADICAL DEL PRINCIPIO DE LA UTILIDAD.

LOS DETALLES DEL ANÁLISIS DE SAY ACERCA DEL VALOR Y EL PRECIO SON  
DE GRAN IMPORTANCIA. PARTIÓ DEL PRINCIPIO DE CONDILLAC, DE QUE -  
EL VALOR DEPENDE DE LA ESCASEZ Y LA UTILIDAD. EL VALOR DE CAMBIO  
ERA UNA EXPRESIÓN CUANTITATIVA DE ESTIMACIONES SUBJETIVAS DE LA -  
UTILIDAD. EL COSTO DE PRODUCCIÓN INFLUYE EN EL PRECIO, SÓLO A -

TRAVÉS DE CAMBIOS EN LA OFERTA. CONSTITUYE UN LÍMITE POR ENCIMA DEL CUAL EL DETERMINANTE ES LA UTILIDAD. ASÍ SENTÓ SAY LAS BASES DE LA RELACIÓN FUNCIONAL ENTRE COSTO, PRECIO Y PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR, QUE ENCONTRAMOS COMO RASGO CARACTERÍSTICO DE TODAS LAS VARIANTES DE LA TEORÍA CONTEMPORÁNEA.

SAY RECHAZA LA DISTINCIÓN ESTABLECIDA POR SMITH ENTRE TRABAJO PRODUCTIVO Y TRABAJO IMPRODUCTIVO; PERO LA HIZO TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS MATERIALES E IGNORANDO LA DISTINCIÓN POR LOS FISIÓCRATAS, ENTRE TRABAJO PRODUCTOR DE UN EXCEDENTE Y TRABAJO QUE NO LO PRODUCE. ESTO LE FACILITÓ DEMOSTRAR QUE, PUESTO QUE EL VALOR DEPENDE DE LA UTILIDAD, LA PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO DEBE SER JUZGADA CON EL CRITERIO DE LA UTILIDAD.

DE ESTA SUERTE FUE POSIBLE CONSIDERAR COMO PRODUCTIVAS TODAS LAS ACTIVIDADES QUE CREAN UTILIDADES EVIDENCIADAS, POR SU CAPACIDAD PARA TENER UN PRECIO EN EL MERCADO.

LOS CONCEPTOS, SERVICIOS PRODUCTIVOS Y EMPRESARIO, SON LAS CARACTERÍSTICAS CENTRALES DE SU TEORÍA. EL TRABAJO, LOS RECURSOS NATURALES Y EL CAPITAL, TIENEN VALOR PORQUE PROPORCIONAN SERVICIOS PRODUCTIVOS, ESTO ES, MEDIOS PARA CREAR UTILIDADES. SAY FUE DE LOS PRIMEROS ECONOMISTAS EN FORMULAR EL PRINCIPIO DEL VALOR DE SUS PRODUCTOS. TODOS LOS FACTORES POSEEN LAS DOS CUALIDADES NECESARIAS PARA LA CREACION DEL VALOR; ESCASEZ Y UTILIDAD INDIRECTA, LOS EMPRESARIOS SUMINISTRAN EL VÍNCULO ENTRE LOS PRODUCTORES Y LOS MERCADOS DE FACTORES. SON LOS INTERMEDIARIOS QUE DEMANDAN LOS SERVICIOS PRODUCTIVOS REQUERIDOS POR TODO PRODUCTO EN RELACIÓN CON LA DEMANDA DEL PRODUCTO. LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN, IMPULSADOS POR MÓVILES DIVERSOS, OFRECEN SUS SERVICIOS PRODUCTIVOS; SE ESTABLECE UN MERCADO Y APARECE UN PRECIO QUE FLUCTÚA CON LA OFERTA Y LA DEMANDA. AUNQUE NO LO DIJO CON CLARIDAD, SAY PARECE HABER TENIDO PRESENTE LA ESPECIE DE RELACIÓN FUNCIONAL ENTRE COSTO, PRECIO, SALARIOS, RENTA, INTERÉS Y GANANCIA, QUE DESARROLLARÍA MÁS TARDE LA ESCUELA DEL EQUILIBRIO. POR TODO ELLO, SAY PUEDE SER CONSIDERADO TAMBIÉN COMO UNO DE LOS PRINCIPALES FUNDADO

RES DEL EQUILIBRIO, QUE ES LA ESENCIA DE LA TEORÍA ECONÓMICA ACTUAL.

ENTRE LOS PENSADORES FRANCESES QUE SIGUIERON LA TRADICIÓN DE SAY, CON SEGURIDAD AGUSTÍN COURNOT (1801-1877) ES EL MÁS IMPORTANTE. - NO FUE DESCENDIENTE DIRECTO DE SAY NI SOBRESALIÓ COMO FUNDADOR IMPORTANTE PARA LA ECONOMÍA MODERNA. COURNOT NO HIZO INVESTIGACIÓN ALGUNA SOBRE LAS CAUSAS DEL VALOR. EN SU RECHERCHES SUR LES PRINCIPES MATEMATIQUES DE LA THÉORIE DES RICHESSES (1838) CONCENTRA SU ATENCIÓN SOBRE EL VALOR DE CAMBIO, AL QUE CONSIDERÓ COMO FUNDAMENTO ÚNICO DE LA RIQUEZA EN EL SENTIDO ECONÓMICO DE LA PALABRA. - REHUYÓ LA DISCUSIÓN ENTRE EL VALOR DE CAMBIO Y LA UTILIDAD -PORQUE PENSABA QUE NO HABÍA PARA ÉSTA UNA UNIDAD FIJA DE MEDIDA. - SIENDO COURNOT MATEMÁTICO, VIO QUE LAS RELACIONES EN EL MERCADO PODÍAN CONSIDERARSE COMO RELACIONES PURAMENTE FORMALES, QUE CIERTAS CATEGORÍAS COMO LA DEMANDA, EL PRECIO, LA OFERTA, PODÍAN CONSIDERARSE FUNCIONES, LAS UNAS DE LAS OTRAS; QUE, POR LO TANTO, ERA POSIBLE EXPRESAR LAS RELACIONES DEL MERCADO EN UNA SERIE DE ECUACIONES FUNCIONALES Y QUE LAS LEYES ECONÓMICAS PODÍAN FORMULARSE EN LENGUAJE MATEMÁTICO.

LOS ECONOMISTAS ANTERIORES EVITARON EL USO DE LAS MATEMÁTICAS. - IMAGINABAN QUE EL USO DE SÍMBOLOS Y FÓRMULAS, LLEVABAN ÚNICAMENTE A CÁLCULOS NUMÉRICOS, LO CUAL NO ERA ADECUADO, LLEGANDO A LA CONCLUSIÓN DE CONSIDERAR EL APARATO MATEMÁTICO COMO OCIOSO. AUNQUE LOS SÍMBOLOS MATEMÁTICOS PUEDAN USARSE PARA EXPRESAR LAS RELACIONES ENTRE MAGNITUDES SIN ASIGNARLES VALORES NUMÉRICOS.

HASTA AQUÍ LA DIFERENCIA DE MÉTODOS PARECE GRANDE, VISTA SUPERFICIALMENTE. COURNOT SE INTERESABA POR UNA TEORÍA FUNCIONAL DEL PRECIO; SAY, POR UNA TEORÍA GENÉTICA-CAUSAL DEL VALOR.

COURNOT NO INVESTIGÓ LOS FACTORES SUBYACENTES EN LA CONDUCTA DE LOS INDIVIDUOS EN EL MERCADO, TAL COMO SE MANIFIESTA EN OFERTAS Y DEMANDAS. SUS PUNTOS DE PARTIDA NO SON LO QUE ÉL LLAMABA CAUSAS-MORALES (UTILIDAD, COSTUMBRES, ETC.), SINO SÓLO LA CONDUCTA A QUE

ÉSTAS DABAN ORIGEN. TUVO UNA IDEA BASTANTE CLARA DE LOS PRECIOS-LIMITADOS, EN LAS MENTES MISMAS DE LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL CAMBIO Y QUE ERAN LAS EXPRESIONES CUANTITATIVAS DE LAS CAUSAS-MORALES Y LOS DETERMINANTES PRÓXIMOS DE LA CONDUCTA EN EL MERCADO. EN OTRAS PALABRAS, COURNOT SENTÓ LAS BASES DE LAS ESCUELAS ECONÓMICAS CONDUCTIVISTAS, QUE HAN OPERADO CON LOS CONCEPTOS DE PRECIOS-DE RESERVA DE WALRAS, DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA DE PARETO Y - EN LA ACTUALIDAD, CON EL DE LA TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN.

SAY, POR OTRA PARTE, DA UN PASO ATRÁS EN SU ANÁLISIS. EN REALIDAD, CONCENTRA SU ATENCIÓN EN LA FUERZA QUE, EN ÚLTIMA INSTANCIA-DETERMINA LA CONDUCTA DE LOS COMPRADORES Y VENDEDORES. ESTA FUERZA EN SU OPINIÓN, ES LA UTILIDAD. NO EXAMINA EN DETALLE EL PROBLEMA DE LA FORMACIÓN DEL PRECIO A QUE DA LUGAR DICHA CONDUCTA. - ÉSTA DIFERENCIA ENTRE SAY Y COURNOT, SE REPITE EN LA ACTUALIDAD - ENTRE LA ESCUELA DE LA UTILIDAD Y LAS ESCUELAS MATEMÁTICAS QUE - DESCONOCEN EL CONCEPTO DE VALOR.

MÁS QUE FUNDAMENTAL LA DIFERENCIA, ES LA SEMEJANZA ENTRE ESTAS - DOS CORRIENTES POSCLÁSICAS. YA QUE EL DESARROLLO DE LA ESCUELA MATEMÁTICA EN FRANCIA SE DEBIÓ, EN GRAN PARTE, A LA EXISTENTE TRADICIÓN DE LA TEORÍA DEL VALOR-UTILIDAD. ESTO ES, DESDE LUEGO, CIERTO EN EL SIGUIENTE SENTIDO: LA RUPTURA DE LA INVESTIGACIÓN CLÁSICA DE LAS CAUSAS QUE CREAN EL VALOR, LLEVÓ A ACENTUAR - LA IMPORTANCIA DE LA CONDUCTA DE LOS INDIVIDUOS EN RÉGIMEN DE COMPETENCIA, O SEA, EN RÉGIMEN DE EXCLUSIVO NEXO DE DINERO. AMBAS - ESCUELAS, LLÁMENSE ESCUELA DE LA UTILIDAD O ESCUELA MATEMÁTICA, - ACENTÚAN DICHA IMPORTANCIA. LAS DOS TIENDEN A SER POSITIVAS Y - FORMALISTAS, LAS DOS EVITAN TODA REFERENCIA EXPLÍCITA A UN ORDEN-SOCIAL DETERMINADO; AMBAS SOSTIENEN, PRIMERO IMPLÍCITAMENTE, DESPUÉS EXPLÍCITAMENTE, QUE LA VALIDEZ DE SUS CONCLUSIONES NO ES LIMITADA POR LA EXISTENCIA O LA INEXISTENCIA DE LO QUE RICHARD - - JONES LLAMABA UNA ESTRUCTURA ECONÓMICA DETERMINADA. ESTAS CARACTERÍSTICAS DE LA TEORÍA POSCLÁSICA HAN SEGUIDO EXISTIENDO EN LA - ACTUALIDAD.

ALEMANIA EXPERIMENTÓ UNA EVOLUCIÓN SEMEJANTE. SIN EMBARGO, NINGUNO DE LOS PENSADORES QUE LA PRODUCIERON, TUVO LA TALLA DE SAY, NI DE COURNOT. MUCHOS DE ELLOS INTENTARON DESARROLLAR LAS DOCTRINAS DE SMITH EN LA DIRECCIÓN DE UNA TEORÍA SUBJETIVA DE LA UTILIDAD. EL PRIMERO SODEN, LLEGÓ A DESCONOCER POR COMPLETO EL VALOR DE CAMBIO Y TRATAR EXCLUSIVAMENTE DE LA UTILIDAD. EN SU DIE NATIONALÖKONOMIE (1804), DISTINGUIÓ EL VALOR DE CAMBIO -NO ES VALOR NINGUNO, SEGÚN SODEN. EL VALOR ES VALOR POSITIVO, ES DECIR, LA PROPIEDAD QUE TIENEN LAS MERCANCÍAS DE SATISFACER NECESIDADES HUMANAS. SIRVE DE BASE AL VALOR COMPARATIVO; PERO ÉSTE TAMBIÉN SE FUNDA EN OTRAS CONSIDERACIONES, TALES COMO LA ESCASEZ, POR LO QUE NO DEBE SER CONSIDERADO COMO VALOR.

DESPUÉS VIÑO LOTZ POR UN CAMINO PARECIDO. EN SU REVISION DER - GRUNDBEGRIFFE DER NATIONALWIRTSCHAFTSLEHRE (1811) Y EN SU HANDBUCH DER STAATSWIRTSCHAFTSLEHRE (1820), ACEPTA LA DEFINICIÓN DEL VALOR POSITIVO DADA POR SODEN, PERO HACE QUE EL VALOR COMPARATIVO NAZCA DE LA COMPARACIÓN DE DOS VALORES POSITIVOS. EL VALOR DE CAMBIO, O EL VALOR COMPARATIVO, DEPENDEN DE DOS FACTORES: UNO INTERNO, LA PROPIEDAD DE LA MERCANCÍA PARA SATISFACER UNA NECESIDAD DE OTRA PERSONA QUE SU PROPIETARIO; Y OTRO EXTERNO, SU ESCASEZ. SI LA MERCANCÍA POSEE UTILIDAD PARA MÁS DE UNA PERSONA Y SI SU ADQUISICIÓN IMPLICA ALGÚN SACRIFICIO, ENTONCES, Y SÓLO ENTONCES, TENDRÁ LA MERCANCÍA VALOR DE CAMBIO. LOTZ FUE AÚN MÁS LEJOS AL DISTINGUIR EL VALOR POSITIVO Y EL PRECIO. ADVIRTIÓ QUE SE RELACIONAN ENTRE SÍ EN EL SENTIDO DE QUE UNA MERCANCÍA QUE NO TUVIESE VALOR, NO TENDRÍA PRECIO, Y QUE LA MERCANCÍA TIENE MUCHO VALOR, POR LO GENERAL, TIENE PRECIO ELEVADO. PERO AHÍ TERMINA LA RELACIÓN. EL VALOR ES LA EXPRESIÓN DE NECESIDADES HUMANAS INTANGIBLES; EL PRECIO, EL DE LOS OBSTÁCULOS CONCRETOS QUE HAY QUE VENCER PARA CREAR LAS MERCANCÍAS.

OTRO PENSADOR ALEMÁN DE ESE PERÍODO QUE MERECE SER MENCIONADO - AQUÍ ES JOHANN HEINRICH VON THÜNEN, NO DIJO NADA ACERCA DEL VALOR NI DE LAS CAUSAS DEL PRECIO. SU PUESTO, EMPERO, ESTÁ ENTRE LOS PRIMEROS TEÓRICOS DE LA UTILIDAD, POR DOS RAZONES. EN PRIMER LU-

GAR, EN GENERAL DA POR SENTADA LA EXISTENCIA DE CIERTO PRECIO DE MERCADO, Y DESPUÉS SE ESFUERZA EN DESPRENDER UNA SERIE DE CONCLUSIONES RELACIONADAS PARTICULARMENTE CON LA DISTRIBUCIÓN SOBRE LA BASE DEL PRECIO SUPUESTO. ESTE PROCEDIMIENTO NO INDICA POR SI MISMO QUE THÜNEN SUSTENTASE UNA TEORÍA SUBJETIVA DEL VALOR Y DEL PRECIO; PERO ES PERFECTAMENTE COMPATIBLE CON LAS TEORÍAS DE LA UTILIDAD QUE ESTABAN MUY GENERALIZADAS EN ALEMANIA POR AQUEL TIEMPO. THÜNEN DICE REPETIDAMENTE QUE CONSIDERABA A ADAM SMITH MAESTRO SUYO EN MATERIA DE ECONOMÍA, Y DEBE RECORDARSE QUE LAS DOCTRINAS DE SMITH ERAN EXPUESTAS ENTONCES EN ALEMANIA POR PARTIDARIOS DE LA ESCUELA DE LA UTILIDAD. EN AUSENCIA DE TODA DECLARACIÓN EXPLÍCITA HECHA POR THÜNEN EN PERSONA, NO ES LÓGICO SUPONER QUE NADA TENÍA QUE Oponer A LA TENDENCIA DOMINANTE EN LA TEORÍA DEL VALOR.

PERO LO QUE ES AÚN MÁS IMPORTANTE ES QUE LAS APORTACIONES DE THÜNEN A LAS TEORÍAS DE LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN, SIGUEN ORIENTACIÓN MUY PARECIDA A LA DE LOS TEÓRICOS DE LA UTILIDAD DE OTROS PAÍSES, EN ESPECIAL CON LOS INGLESES. EL USO DEL ANÁLISIS-MARGINALISTA Y LA ACEPTACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL CAPITAL HACEN DE SU OBRA UN IMPORTANTE ELEMENTO CONTRIBUTIVO A LA FORMACIÓN DE LA ECONOMÍA CONTEMPORÁNEA. LAS IDEAS DE THÜNEN PUEDEN RESUMIRSE COMO SIGUE:

ANTES QUE NADA THÜNEN SE PROPONE DESCUBRIR LOS EFECTOS SOBRE LA AGRICULTURA Y LA RENTA DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS, DE LA SITUACIÓN DE LA TIERRA EN RELACIÓN CON EL MERCADO Y DEL LADO DE LOS IMPUESTOS. CON TAL PROPÓSITO, SUPONE PRIMERO UN ESTADO AISLADO QUE TIENE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS: UNA POBLACIÓN-IMPORTANTE ESTÁ SITUADA EN MEDIO DE UNA FÉRTIL LLANURA EN LA QUE NO HAY CANALES NI RÍOS DE NAVEGACIÓN; A UNA DISTANCIA CONSIDERABLE, LA LLANURA TERMINA EN UNA ZONA BALDÍA; LA POBLACIÓN CONSUME LOS PRODUCTOS DE LA LLANURA, A LA QUE PROVEE DE ARTÍCULOS MANUFACTURADOS. EN TALES CIRCUNSTANCIAS ¿CÓMO DEBE ORGANIZARSE LA AGRICULTURA DE LA LLANURA?

LA RESPUESTA AUNQUE OBVIA, FUE EXPUESTA MINUCIOSAMENTE POR THÜNEN, QUE SE LE CONSIDERA CON RAZÓN, COMO UN PRECURSOR DE LA TEORÍA CONTEMPORÁNEA DE LA LOCALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA. SEÑALÓ QUE CIERTOS PRODUCTOS (COMO LA LECHE, LAS FRESAS, LAS VERDURAS, ETC.), DIFÍCILES DE TRANSPORTAR O QUE SÓLO PUEDEN VENDERSE FRESCAS Y EN PEQUEÑAS CANTIDADES, DEBÍAN PRODUCIRSE EN LAS PROXIMIDADES DE LA POBLACIÓN. DESPUÉS VENDRÍAN OTRAS FORMAS DE CULTIVO DISPUESTAS EN CÍRCULOS CONCÉNTRICOS EN TORNO DE LA POBLACIÓN, DE ACUERDO CON EL PRECIO DE SUS PRODUCTOS Y EL COSTO DE TRANSPORTE. ANTICIPÁNDOSE AL MODERNO PRINCIPIO DE COSTO DE SUSTITUCIÓN, ADVERTÍA QUE EL PRECIO DE LA LECHE HABÍA DE SER TAL, QUE LA TIERRA EN LA QUE SE PRODUCÍA NO PUDIERA SER DEDICADA CON MAYOR GANANCIA A NINGÚN OTRO PRODUCTO. APLICÓ TAMBIÉN ESTE PRINCIPIO A LOS DEMÁS PRODUCTOS. ASÍ, POR EJEMPLO, EL PRECIO DE LOS GRANOS DEBÍA SER SUFICIENTEMENTE ELEVADO PARA REEMBOLSAR POR LO MENOS EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y DE TRANSPORTE DEL PRODUCTOR MÁS DISTANTE, CUYA PRODUCCIÓN AÚN NECESITA LA CIUDAD. DICHO PRECIO TENDRÁ QUE SER, POR SUPUESTO, UN PRECIO UNIFORME VIGENTE EN EL MERCADO DE LA POBLACIÓN; PERO DE ESE PRECIO CADA CÍRCULO DE CULTIVO TENDRÁ QUE DEDUCIR UNA SUMA EQUIVALENTE AL COSTO DE TRANSPORTAR EL GRANO AL MERCADO. ESTE COSTO AUMENTA CON LA DISTANCIA AL MERCADO Y ES FÁCIL COMPRENDER QUE, DADO UN PRECIO, EL COSTO DE TRANSPORTE LO ABSORBERÁ POR COMPLETO DESPUÉS DE CIERTO LÍMITE. MÁS ALLÁ DE ESTE LÍMITE CESARÁ EL CULTIVO, AUNQUE EL TRIGO PUDIERA PRODUCIRSE SIN COSTO.

DE HECHO, CESARÁ UN POCO ANTES DE LLEGAR A DICHO LÍMITE. AQUÍ TENEMOS PUES, EXPUESTA LA RELACIÓN ENTRE EL COSTO Y EL PRECIO QUE FORMA PARTE DE LAS TEORÍAS MÁS MODERNAS DEL COSTO. DADA CIERTA DEMANDA DE UN PRODUCTO, LA PRODUCCIÓN AUMENTARÁ HASTA EL PUNTO EN QUE EL PRECIO CUBRA PERFECTAMENTE EL COSTO DE PRODUCCIÓN.

DE UN MODO NATURAL SE DEDUCE DE AQUÍ UNA TEORÍA DE LA RENTA. THÜNEN DISTINGUE ENTRE RENTA DE LA TIERRA Y LOS PAGOS QUE GENERALMENTE SE LE AÑADEN Y QUE TIENEN EL CARÁCTER DE UN INTERÉS SOBRE CAPITAL INVERTIDO. LA PRIMERA ES LA RENTA EN EL SENTIDO PROPIO DE LA PALABRA, Y NACE DE LA MANERA SIGUIENTE: EL PRECIO DEBE SER LO

BASTANTE ELEVADO PARA COMPENSAR AL PRODUCTOR SITUADO MENOS FAVORABLEMENTE. COMO THÜNEN DICE, EL PRECIO DEL TRIGO DEBE SER LO SUFICIENTEMENTE ALTO COMO PARA EVITAR QUE LA RENTA DESCienda POR DEBAJO DE CERO, EN LA GRANJA QUE TIENE EL COSTO MÁS ALTO DE PRODUCCIÓN Y TRANSPORTE HASTA EL MERCADO, PERO CUYA PRODUCCIÓN ES AÚN NECESARIA PARA SATISFACER LA DEMANDA DE TRIGO. COMO OTROS PRODUCTORES TIENEN COSTOS MÁS BAJOS, OBTIENEN UN EXCEDENTE QUE MIDE LA RENTA PRODUCIDA POR SUS DIFERENCIAS EN LAS TIERRAS.

ANTICIPÁNDOSE CASI DE UN MODO ABSOLUTO A LA TEORÍA DE LA PRODUCTIVIDAD MARGINAL, SOSTUVO QUE EL EMPLEO DE DOSIS ADICIONALES DE CAPITAL Y TRABAJO, AUMENTARÍAN TAMBIÉN EL COSTO. ACERCA DE LA DISTANCIA DEL MERCADO A LA QUE PODRÍA CULTIVARSE, PUEDE DECIRSE QUE EL TRABAJO O EL CAPITAL EMPLEADOS, AUMENTARÍAN HASTA EL PUNTO EN QUE EL AUMENTO DEL COSTO FUESE IGUAL AL AUMENTO DE RENDIMIENTO QUE PRODUCIESES. EN OTRAS PALABRAS, EL AUMENTO DE TRABAJADORES DEBE SER LLEVADO HASTA EL PUNTO EN QUE EL RENDIMIENTO EXTRA OBTENIDO DEL ÚLTIMO TRABAJADOR EMPLEADO, ES TAMBIÉN SU VALOR. Y EL SALARIO QUE EL ÚLTIMO TRABAJADOR EMPLEADO RECIBE, DEBE CONSTITUIR LA NORMA PARA TODOS LOS TRABAJADORES DE LA MISMA DESTREZA Y CAPACIDAD, PUESTO QUE ES IMPOSIBLE PAGAR SALARIOS DIFERENTES POR LOS MISMOS SERVICIOS. LO MISMO PUEDE DECIRSE DEL CAPITAL, QUE THÜNEN DEFINE COMO PRODUCTO ACUMULADO DE TRABAJO. SU RENDIMIENTO ESTÁ DETERMINADO POR EL RENDIMIENTO DE LA ÚLTIMA PARTÍCULA DE CAPITAL EMPLEADA, Y TODO CAPITAL TOMADO EN PRÉSTAMO, SE PAGARA A ESA TASA UNIFORME.

BASTAN ESTAS POCAS CITAS PARA HACER VER QUE THÜNEN TENÍA UNA IDEA CLARA, IDEA DE LOS PUNTOS FUNDAMENTALES DE LA TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN MARGINAL.

THÜNEN CONSIDERABA SU APORTACIÓN MÁS IMPORTANTE: LA DOCTRINA DEL SALARIO NATURAL. VALIÉNDOSE DE UN CÁLCULO MUY COMPLICADO, THÜNEN PRETENDE DEMOSTRAR QUE EL SALARIO NATURAL DEPENDE DE LAS NECESIDADES DEL TRABAJADOR Y DEL PRODUCTO DE SU TRABAJO (EXPRESADAS AMBAS

COSAS EN ESPECIE O EN DINERO), Y QUE SI ESTOS DOS FACTORES SE REPRESENTAN POR A Y B, RESPECTIVAMENTE, LA FÓRMULA  $\sqrt{AP}$  REPRESENTA EL SALARIO NATURAL. TAN ALTA IDEA TENÍA THÜNEN DE ESTA FÓRMULA, QUE LA HIZO GRABAR SOBRE SU TUMBA; MÁS PARA AQUÉLLOS QUE CAYERON BAJO SU INFLUENCIA, SIGUIÓ SIENDO MERECEADOR DE LA FAMA QUE GOZABA POR SU EXPOSICIÓN DE LA TEORÍA DE LA PRODUCTIVIDAD MARGINAL.

### 1.1.1. LA SEGUNDA ETAPA

GRAN BRETAÑA, COMO ES NATURAL EN LA PATRIA DEL RICARDISMO, FUE MUCHO MÁS LENTA EN ABANDONAR LA TEORÍA DEL VALOR TRABAJO. SIN EMBARGO, LOS DISCÍPULOS DE RICARDO SE SINTIERON PERTURBADOS, COMO ES NATURAL, POR LA DEBILIDAD DE LA TEORÍA DEL VALOR TRABAJO QUE LES HABÍA SIDO LEGADA, Y POR LO QUE ENSEGUIDA SE INICIÓ ANIMADAMENTE LA DISCUSIÓN DE ESTE PROBLEMA.

TAL VEZ EL MÁS FUERTE DE ESOS ATAQUES FUE EL DE SAMUEL BAILEY SU "A CRITICAL DISSERTATION ON THE NATURE MEASURES AND CAUSES OF VALUE", PUBLICADA EN 1825, FUE ESCRITA COMO NOS DICE SU SUBTÍTULO, PRINCIPALMENTE COMO REFERENCIA A LOS ESCRITOS DE MR. RICARDO Y SUS DISCÍPULOS<sup>2</sup>.

DOS IDEAS SE DESARROLLARON PARALELAMENTE EN EL LIBRO DE BAILEY. LA MÁS IMPORTANTE ES LA QUE HACE CONSISTIR EL VALOR EN UNA RELACIÓN Y NADA MÁS. ASÍ COMO NO PODEMOS HABLAR DE LA DISTANCIA A QUE SE ENCUENTRA UN OBJETO SIN SUPONER OTRO ENTRE EL CUAL Y EL PRIMERO SE ESTABLECE LA RELACIÓN, ASÍ NO PODEMOS HABLAR TAMPOCO DEL VALOR DE UNA MERCANCÍA, SINO POR REFERENCIA A OTRA MERCANCÍA CON LA CUAL SE LE COMPARA. UNA COSA NO PUEDE SER VALORADA EN SÍ MISMA SIN REFERENCIA A OTRA COSA. LA TEORÍA DEL VALOR TRABAJO ERA INCOMPATIBLE CON ESE PUNTO DE VISTA EVIDENTEMENTE.

POR OTRA PARTE, PARECE QUE BAILEY MISMO CONSIDERÓ INSUFICIENTE LA CONCEPCIÓN RELATIVA DEL VALOR. LA MENCIÓN DE LA ESTIMACIÓN Y LA

2) Koutzoyenis. A.. Modern Microeconomics. The MacMillan Press Ltd., Londres, 1975.

UTILIDAD AL PRINCIPIO DE SU ESTUDIO, REVELA QUE INTENTABA ENLAZAR LAS RELACIONES FUNCIONALES QUE APARECEN EN EL MERCADO COMO UNA - INFLUENCIA DE CAUSA FUNDAMENTAL, O SEA QUE TRATABA DE HALLAR UNA - CONSTANTE. NO LA CONSIGUIÓ Y LOS TEÓRICOS SUBJETIVOS DE LA UTILI - DAD SUBSIGUIENTES LO CRITICARON, POR NO HABER ACERTADO A DESCU - BRIR LA CONEXIÓN ENTRE UTILIDAD Y VALOR DE CAMBIO. SIN EMBARGO, - BAILEY SE PROPONÍA MOSTRAR QUE, UNA VEZ DESAPARECIDO EL PROBLEMA - DE ENCONTRAR UNA MEDIDA INVARIABLE DEL VALOR, TAMBIÉN DESAPARECÍA EL PROBLEMA DE DESCUBRIR LOS DETERMINANTES DEL VALOR COMO ALGO IN DEPENDIENTE DEL PRECIO. CREÍA QUE ESTO HABÍA ABIERTO UN CLAVO EN EL ATAÚD DE LA TEORÍA DEL VALOR TRABAJO.

ADEMÁS DE ESTOS ATAQUES FRONTALES, LA POSIBILIDAD DE ENFOCAR DE - MODOS DIVERSOS EL PROBLEMA DEL VALOR, CONTRIBUYÓ A DESTRUIR ESTA - PARTE DE LA ESTRUCTURA RICARDIANA. YA EN 1804 EL CONDE LAUDER - DALE, EN "AN INQUIRY INTO THE NATURE AND ORIGIN OF PUBLIC WEALTH, AND INTO THE MEANS AND CAUSES OF ITS INCREASE", HABÍA EXPUESTO - OPINIONES MUY PARECIDAS A LAS DE SAY. LAUDERDALE SE BASA TAMBIÉN EN CONDILLAC, E INTRODUJO EL FACTOR UTILIDAD EN SU INTERPRETACIÓN DE LA TEORÍA DEL VALOR DE ADAM SMITH. RIQUEZA DICE, ES TODO LO - QUE POSEE UTILIDAD Y ESCASEZ. ESTOS DOS ELEMENTOS DETERMINAN EL - VALOR. ENCUENTRAN EXPRESIÓN EN LA DEMANDA Y LA OFERTA Y LA ALTE - RACIÓN DE CUALQUIERA DE ELLAS AFECTA AL VALOR. LAUDERDALE EXAMI - NA LOS EFECTOS DE LOS AUMENTOS Y DESCENSOS DE LA DEMANDA Y LA - - OFERTA, SOBRE EL VALOR DE MANERA UN TANTO PARECIDA A LA QUE ADOP - TAN LOS ECONOMISTAS CONTEMPORÁNEOS, CUANDO ANALIZAN LA ELASTICI - DAD DE LA DEMANDA. RECHAZÓ LA DISTINCIÓN ENTRE TRABAJO PRODUCTI - VO E IMPRODUCTIVO, Y ADOPTÓ LA OPINIÓN DE SAY SOBRE LOS FACTORES - DE LA PRODUCCIÓN. APLICÓ SU TEORÍA DE MANERA EXCÉNTRICA A LOS - PROBLEMAS DE LAS FINANZAS PÚBLICAS; PERO SU PRINCIPAL TÍTULO PARA RECORDARLE EN LA HISTORIA DE LA DOCTRINA ECONÓMICA INGLESA, LO - CONSTITUYE DEFINITIVAMENTE SU AFINIDAD CON SAY.

EL DESARROLLO SUBSIGUIENTE DEL ANÁLISIS DE LA UTILIDAD PARECE HA - BERSE DEBIDO A CIERTOS ECONOMISTAS QUE PERMANECIERON OLVIDADOS DU RANTE MUCHO TIEMPO. RICHARD WHATERLY, QUE FUE ARZOBISPO DE DU -

BLÍN, TUVO OCASIÓN DE OCUPARSE EN MATERIAS ECONÓMICAS DURANTE EL BREVE TIEMPO EN QUE DESEMPEÑÓ COMO SEGUNDO OCUPANTE EN OXFORD, DE 1830 A 1831.

WHATERLY REVELA SU MANERA DE ENFOCAR LOS PROBLEMAS CUANDO SUGIERE QUE EL MEJOR NOMBRE DE LA CIENCIA ECONÓMICA SERÍA EL DE CATALÁCTICA, O CIENCIA DE LOS CAMBIOS, PORQUE "EL HOMBRE PUEDE SER DEFINIDO COMO UN ANIMAL QUE HACE CAMBIOS": NINGÚN OTRO, NI AÚN AQUELLOS ANIMALES QUE EN OTROS ASPECTOS SE ACERCAN MÁS A LA RACIONALIDAD, TIENE, SEGÚN TODAS LAS APARIENCIAS, LA MENOR NOCIÓN DEL TRUQUE O DE CAMBIAR DE CUALQUIER FORMA UNA COSA POR OTRA. PARA WHATERLY, LA UTILIDAD Y LA RIQUEZA ERAN RELATIVAS Y SUBJETIVAS Y LOS SUBJETIVISTAS HAN USADO MUCHAS VECES LA PALABRA CATALÁCTICA, PROPUESTA POR WHATERLY, PARA CONSIDERAR EL HECHO DE QUE SUPONEN LA ELECCIÓN COMO LA ESENCIA DEL PROBLEMA ECONÓMICO.

EN REALIDAD WHATERLY NO DESARROLLÓ EN ABSOLUTO UNA TEORÍA SUBJETIVA DEL VALOR. RECHAZÓ LA IDEA, SIN EMBARGO, DE QUE EL TRABAJO ERA ESENCIAL PARA CREAR VALOR; Y EN UN PASAJE QUE HA SIDO MUY ATACADO, EXPUSO LO QUE ÉL CREÍA QUE ERA LA RELACIÓN VERDADERA ENTRE EL COSTO Y EL PRECIO.

NO ES -DICE- QUE LAS PERLAS ALMACENEN UN PRECIO ELEVADO PORQUE LOS HOMBRES SE HAYAN ZAMBULLIDO PARA BUSCARLAS, SINO AL CONTRARIO, LOS HOMBRES SE ZAMBULLEN PARA BUSCARLAS PORQUE TIENEN UN PRECIO ELEVADO.

SU SUCESOR EN OXFORD, W.F. LLOYD, FUE TAMBIÉN REPRESENTANTE DE LA ESCUELA DE LA UTILIDAD. LLOYD REPETÍA OPINIONES APRENDIDAS DE SENIOR. LO CIERTO ES QUE ESTABA DENTRO DE LA MISMA TRADICIÓN. COMO BAILEY, DESCRIBE EL VALOR COMO ALGO QUE, EN DEFINITIVA, ES UN SENTIMIENTO DE LA MENTE; PERO AÑADE EL IMPORTANTE PUNTO DE QUE ESE SENTIMIENTO SE PRESENTARÁ EN EL MARGEN DE SEPARACIÓN DE LAS NECESIDADES SATISFECHAS Y LAS INSATISFECHAS. A ESTA CLARA ANTICIPACIÓN DE UNA FORMULACIÓN QUE HIZO FAMOSA LA ESCUELA MARGINALISTA, LLOYD AÑADIÓ LA AFIRMACIÓN DE LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LA CAN-

TIDAD Y LA UTILIDAD QUE FORMA UN TODO CON AQUELLA. PORQUE UN AUMENTO DE LA CANTIDAD "DICE", A LA LARGA AGOTARÁ O SATISFACERÁ HASTA LO SUMO LA DEMANDA DE CUALQUIER OBJETO ESPECÍFICO DE DESEO.

UNA ANTICIPACIÓN TODAVÍA MÁS COMPLETA DE LA DOCTRINA DE LA UTILIDAD MARGINAL, SE ENCUENTRA EN LECTURES ON POLITICAL ECONOMY DE MOUNTIFORT LONGFIELD (1834), PRIMER PROFESOR DE LA CÁTEDRA DE ECONOMÍA POLÍTICA DEL TRINITY COLLEGE, DE DUBLÍN, FUNDADA POR WHATLEY DESPUÉS DE HABER SIDO NOMBRADO ARZOBISPO. EVIDENTEMENTE LA TRADICIÓN SE IBA EXTENDIENDO. LA UTILIDAD, SEGÚN LONGFIELD, ES EL PODER QUE TIENE UN ARTÍCULO DE SATISFACER UNA NECESIDAD O MÁS DE LAS VARIAS NECESIDADES DE LA HUMANIDAD, DEFINICIÓN QUE COMO SU AUTOR ADVIERTE CON RAZÓN, DA A LA PALABRA UN SENTIDO MÁS AMPLIO QUE EL QUE TIENE EN EL LENGUAJE ORDINARIO. EL VALOR DICE, IMPLICA UTILIDAD Y PARA CADA ARTÍCULO SON PROPORCIONALES EL UNO A LA OTRA, POR LO QUE RESPECTA A UNA SOLA PERSONA. EL CAMBIO PERMITE QUE UNA PERSONA TENGA LA COMBINACIÓN DE ARTÍCULOS QUE EN PROPORCIÓN A SU VALOR POSEAN MAYOR UTILIDAD PARA ELLA. EN EL CAMBIO, CADA PARTE QUE INTERVIENE GANA ALGO, AL RECIBIR POR EL ARTÍCULO QUE TENÍA ALGO QUE, DESDE SU PUNTO DE VISTA, ES DE MAYOR UTILIDAD. LONGFIELD REPITE LA AFIRMACIÓN DE QUE EL PRECIO ESTÁ DETERMINADO POR LA OFERTA Y LA DEMANDA (TRAS LA UNA ESTÁ EL COSTO DE PRODUCCIÓN, Y TRAS LA OTRA, LA UTILIDAD), Y QUE SERÁ UNA CANTIDAD QUE EQUILIBRE LA OFERTA CON LA DEMANDA EFECTIVA, O SEA, LA DEMANDA RESPALDADA POR EL PODER ADQUISITIVO.

EXAMINA LUEGO CON MAYOR EXTENSIÓN LA INFLUENCIA DE LA DEMANDA SOBRE EL PRECIO. LA MEDIDA DE INTENSIDAD DE LA DEMANDA DE UNA PERSONA POR UNA MERCANCÍA, ES LA CANTIDAD QUE ESTE DISPUESTA A DAR, Y PUEDA DAR POR ELLA, ANTES DE PRIVARSE DE LA MISMA. AHORA BIEN, AUNQUE PUEDA HABER DEMANDAS QUE NO TERMINEN EN COMPRAS, EJERCEN, SIN EMBARGO, INFLUENCIA SOBRE EL PRECIO. EJEMPLO, ES LA DEMANDA DE AQUELLOS QUE NO COMPRARÁN A LOS PRECIOS VIGENTES, PERO QUE IRÍAN AL MERCADO Y COMPRARÍAN SI OCURRIERA UNA LIGERA REDUCCIÓN DE LOS MISMOS. ESTA DEMANDA EXISTE SIEMPRE, Y TIENE EL EFECTO DE MANTENER ALTOS LOS PRECIOS, EXACTAMENTE IGUAL QUE EN UN REMATE O-

SUBASTA QUE HACE LA PERSONA QUE OFRECE UNA CANTIDAD INFERIOR A LA QUE PAGA EL COMPRADOR. ESTO NOS LLEVA AL PUNTO SIGUIENTE, SEGÚN EL CUAL, AUNQUE LAS INTENSIDADES DE LA DEMANDA DIFIERAN ENTRE LOS MISMOS COMPRADORES, TODOS ELLOS COMPRAN A UN PRECIO UNIFORME DE MERCADO, QUE EQUILIBRA LA OFERTA Y LA DEMANDA. DE AQUÍ Y SÓLO HASTA ESTE MOMENTO, SE DESPRENDE LA AFIRMACIÓN MÁS IMPORTANTE DE LONGFIELD: SI EL PRECIO SUBE SÓLO LIGERAMENTE POR ENCIMA DEL PRECIO DE MERCADO, LOS DEMANDANTES QUE POR DICHO CAMBIO DEJARAN DE SER COMPRADORES, DEBEN SER AQUELLOS CUYA INTENSIDAD DE DEMANDA SE MEDIA EXACTAMENTE POR EL PRIMER PRECIO. ANTES DE OPERARSE EL CAMBIO, LA DEMANDA QUE ERA MENOS INTENSA, NO TERMINÓ EN COMPRA, Y DESPUÉS DEL CAMBIO, LA DEMANDA QUE ES MÁS INTENSA AÚN TERMINARÁ EN COMPRA. ASÍ EL PRECIO DE MERCADO SE MIDE POR LA DEMANDA, QUE SIENDO DE PEQUEÑA INTENSIDAD, TERMINA EN COMPRAS EFECTIVAS.

TAL VEZ NINGÚN PARTIDARIO CONTEMPORÁNEO DE LA TEORÍA DE LA UTILIDAD MARGINAL TENDRÍA NADA QUE OBJETAR A ESTA FORMULACIÓN.

DE TODOS LOS PRECURSORES DEL ANÁLISIS DE LA UTILIDAD, NASSAU WILLIAM SENIOR HA SIDO DE LOS MENOS OLVIDADOS, Y AÚN ASÍ HA TENIDO QUE ESPERAR PARA SER OBJETO DE ESTUDIO.

NASSAU WILLIAM SENIOR (1790-1864), HACE POCO MÁS QUE AFIRMAR QUE LA UTILIDAD RELATIVA Y LA ESCASEZ RELATIVA DETERMINARÁN LA PROPORCIÓN EN QUE UNA MERCANCÍA SE CAMBIARÁ POR OTRA. NO ES SINO BAJO EL RUBRO "DISTRIBUCIÓN", DONDE ANALIZA LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO. ADVIERTE QUE LA LIMITACIÓN RELATIVA DE LA OFERTA..., AUNQUE NO SUFICIENTE PARA CONSTRUIR EL VALOR, ES CON MUCHO, SU ELEMENTO MÁS IMPORTANTE; LA UTILIDAD, O EN OTRAS PALABRAS, LA DEMANDA, DEPENDE PRINCIPALMENTE DE ELLA. LA OFERTA ES AFECTADA POR TRES INSTRUMENTOS DE LA PRODUCCIÓN: EL TRABAJO Y LA ABSTINENCIA HUMANOS Y LA ACCIÓN ESPONTÁNEA DE LA NATURALEZA. SENIOR TOMA ESTA CLASIFICACIÓN COMO DATO BÁSICO ANTES DE PROCEDER A EXAMINAR LOS OBSTÁCULOS, QUE LIMITAN LA OFERTA DE TODO LO QUE SE PRODUCE Y EL MODO COMO ESOS OBSTÁCULOS AFECTAN A LOS VALORES RECÍPROCOS DE LOS DIFERENTES OBJETOS DE CAMBIO.

SENIOR COMIENZA POR AFIRMAR QUE LOS OBSTÁCULOS PARA LA OFERTA DE LAS MERCANCÍAS PRODUCIDAS POR EL TRABAJO Y LA ABSTINENCIA, CON LA SOLA AYUDA DE LA NATURALEZA QUE CADA UNO PUEDE DISPONER, CONSISTEN ÚNICAMENTE EN LA DIFICULTAD DE ENCONTRAR PERSONAS DISPUESTAS A SOMETERSE AL TRABAJO Y ABSTINENCIA NECESARIOS A SU PRODUCCIÓN. EN OTRAS PALABRAS, SU COSTO DE PRODUCCIÓN LÍMITA SU OFERTA. DEFINE EL COSTO DE PRODUCCIÓN COMO LA SUMA DE TRABAJO Y ABSTINENCIA NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN. LA INCLUSIÓN DE LA ABSTINENCIA TENÍA POR FINALIDAD, VENCER LA DIFICULTAD QUE OTROS HALLARON EN HACER DE LAS GANANCIAS UNA PARTE DEL VALOR DE LAS MERCANCÍAS.

EVITÓ EL ABSURDO DE MILL EN EL CASO DEL VINO GUARDADO EN LA BODEGA, QUE HACÍA AL TIEMPO EQUIVALENTE DEL TRABAJO; Y SI BIEN ELUDIÓ LA INCLUSIÓN DE LAS GANANCIAS COMO TALES, AÑADIÓ AQUELLA CONDUCTA QUE ES RECOMPENSADA POR LAS GANANCIAS, ESTO ES, ALGO QUE SENIOR EVIDENTEMENTE PRETENDÍA QUE FUERA DE LA MISMA NATURALEZA, QUE LA ACTIVIDAD DENOMINADA TRABAJO.

PERO ESTE COSTO DE PRODUCCIÓN DETERMINABA EL PRECIO SÓLO EN EL CASO DE AQUELLAS MERCANCÍAS EN CUYA PRODUCCIÓN, COMO YA SE DIJO ANTES, LA AYUDA DE LA NATURALEZA ES AQUELLA DE QUE CADA UNO PUEDE DISPONER; EN OTRAS PALABRAS, EN QUE LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN SON LIBREMENTE ACCESIBLES A TODOS, Y EN QUE, POR TANTO, HAY LIBRE COMPETENCIA. PERO AÚN EN ESTAS CONDICIONES, EL COSTO DE PRODUCCIÓN ES SOLAMENTE EL REGULADOR DEL PRECIO, YA QUE EN LA REALIDAD DE LOS HECHOS, EL AJUSTE DE LA OFERTA QUE PRODUCE IGUALDAD DE COSTO Y PRECIO, TARDA ALGÚN TIEMPO EN ALCANZARSE.

HASTA AQUÍ, SENIOR NOS PRESENTA MÁS QUE UN DESARROLLO COHERENTE DE UNA TENDENCIA QUE YA EXISTÍA. ES UNA TEORÍA, PRODUCTO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, EN LA QUE SE ASIGNA AL COSTO DE PRODUCCIÓN UN LUGAR COMO DETERMINANTE DE LA OFERTA. NO ES MUY SEÑALADA LA INFLUENCIA DE LA UTILIDAD SOBRE ELLA. SE DA POR COSA SABIDA LA DEMANDA, Y NO SE HACE EL MENOR INTENTO POR INVESTIGAR LAS CAUSAS QUE LA DETERMINAN.

JOHN STUART MILL (1806-1873), LAS PROPOSICIONES CENTRALES DE LA TEORÍA DE MILL, REVELAN SU ESFUERZO POR DEMOSTRAR QUE SON LEYES INMUTABLES DE LA NATURALEZA Y POR FORMULARLAS EN TÉRMINOS TALES QUE NO TENGAN CONEXIONES CON LAS LEYES DE LA DISTRIBUCIÓN. EN LA ESFERA DEL VALOR, ESTO SIGNIFICA UN NUEVO DEBILITAMIENTO DEL ANÁLISIS DEL COSTO REAL, YA QUE LA TEORÍA CLÁSICA DEL COSTO REAL IMPLICABA CIERTAS PROPOSICIONES RELATIVAS A MATERIAS QUE, POR LO GENERAL, SE TRATAN BAJO EL RUBRO "DISTRIBUCIÓN".

MILL ADOPTA SIN MODIFICACIONES IMPORTANTES, LA TEORÍA EXPUESTA POR SENIOR. ACEPTA LA UTILIDAD COMO LÍMITE SUPERIOR DEL VALOR, REPITE LA TEORÍA DEL COSTO DE PRODUCCIÓN QUE INCLUYE LA ABSTINENCIA, Y AÑADE EL RIESGO DEL CAPITALISTA COMO UN FACTOR MÁS. DISTINGUE ENTRE ARTÍCULOS PRODUCIDOS EN CONDICIONES DE RENDIMIENTO CONSTANTE Y COMPETENCIA PERFECTA (EN QUE TIENDEN A IGUALARSE COSTO Y PRECIO), Y LOS DIFERENTES CASOS DE MONOPOLIO (EN QUE LA OFERTA Y LA DEMANDA DETERMINAN EL PRECIO DE MERCADO). AUNQUE MILL ADMITE TODAVÍA UN ELEMENTO DE COSTO EN SU TEORÍA, CONCEDÍA MUCHO MAYOR IMPORTANCIA A LOS FENÓMENOS DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA. SU ATENCIÓN SE DIRIGIÓ PRINCIPALMENTE A LA ACCIÓN DE LA COMPETENCIA QUE PRODUCE Y ATENÚA LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS VALORES DE MERCADO Y EL VALOR NATURAL, QUE ERA YA UN VALOR DE MONOPOLIO, YA UN VALOR DETERMINADO POR EL COSTO DE PRODUCCIÓN.

LA TEORÍA DE MILL ES NOTABLE POR LA IMPORTANCIA QUE CONCEDE A LA TEORÍA MALTUSIANA DE LA POBLACIÓN Y POR LAS BASES EN QUE HACE DESCANSAR A ESTA MISMA TEORÍA. EN MILL SE COMPLETA LA RELACIÓN ENTRE LA TEORÍA DE LA POBLACIÓN Y LA LEY DE LOS RENDIMIENTOS DECRECIENTES. EN LA LEY DE LA PRODUCCIÓN DE LA TIERRA DICE QUE, EN CUALQUIER ESTADO DE CONOCIMIENTOS Y DE PERICIA AGRÍCOLA, AUMENTANDO EL TRABAJO NO SE AUMENTA LA PRODUCCIÓN EN EL MISMO GRADO, Y CONSIDERABA ESTO COMO SU MÁS IMPORTANTE PROPOSICIÓN.

### 1.1.2 CARÁCTER DE LA ECONOMÍA MODERNA

A PESAR DE QUE EL SIGUIENTE AUTOR NO CONFORMA PROPIAMENTE LA FAMOSA TRILOGÍA DE TEÓRICOS MODERNOS (JEVONS, MENGER Y WALRAS), CREO QUE MÁS QUE POR SU CARÁCTER ANTICIPADOR, MÁS BIEN QUE PRECURSOR, SERÍA EQUÍVOCO EL NO DEDICARLE POR LO MENOS UN ESPACIO DIGNO DENTRO DE ESTE ANÁLISIS. SE TRATA DE HERMAN HEINRICH GOSSEN (1854), PERMANECIÓ TOTALMENTE IGNORADO DURANTE MUCHOS AÑOS. ÚNICAMENTE - DESPUÉS DE SU REDESCUBRIMIENTO EN EL DECENIO DE LOS SETENTAS Y DE HABER SIDO ALABADO POR JEVONS Y WALRAS, FUE RECONOCIDO, NO SÓLO - COMO INICIADOR, SINO QUE SUS TEOREMAS HAN INFLUIDO EN EL PENSAMIENTO ECONÓMICO.

EL ANÁLISIS QUE HACE GOSSEN DE LAS LEYES DE LA CONDUCTA HUMANA, - SE CARACTERIZA POR LOS SIGUIENTES RASGOS: UTILITARISMO DECIDIDO, PUNTO DE VISTA DEL CONSUMO Y MÉTODO MATEMÁTICO. CON REFERENCIA A ESTE ÚLTIMO, GOSSEN DECLARA QUE SE OCUPA DE LOS RESULTADOS PRODUCIDOS POR UNA COMBINACIÓN DE FUERZAS Y QUE ES POSIBLE DETERMINAR DICHS RESULTADOS SIN LA AYUDA DE LAS MATEMÁTICAS. GOSSEN EMPIEZA POR ASENTAR QUE EL OBJETO DE TODA CONDUCTA HUMANA, ES LOGRAR - EL MÁXIMO DE GOCE. GOSSEN FORMULA CIERTAS LEYES DE GOCE HUMANO, - DOS DE LAS CUALES, CONOCIDAS HASTA AHORA COMO PRIMERA Y SEGUNDA - LEYES DE GOSSEN, SON LAS MÁS IMPORTANTES.

LA PRIMERA DE DICHAS LEYES FORMULA DE MANERA EXPLÍCITA, EL PRINCIPIO DE LA UTILIDAD DECRECIENTE: "LA CANTIDAD DE UNO Y EL MISMO - GOCE DISMINUYE CONSTANTEMENTE A MEDIDA QUE EXPERIMENTAMOS DICHO - GOCE SIN INTERRUPCIÓN, HASTA QUE SE LLEGA A LA SACIEDAD". GOSSEN ILUSTR A ESTA IDEA DE LA SACIEDAD DE LAS NECESIDADES, CON EJEMPLOS MUY CONOCIDOS, TALES COMO EL GOCE DECRECIENTE QUE PRODUCEN LOS BOCADOS SUCESIVOS DE ALIMENTO. PERO QUEDÓ RESERVADO A LOS MARGINALISTAS POSTERIORES EXPOHER ESTE PRINCIPIO EN TÉRMINOS MÁS RELATIVOS.

LA SEGUNDA LEY DE GOSSEN, SE REFIERE A LA MANERA COMO PUEDE CONSEGUIR EL MÁXIMO DE TODOS LOS GOCES. "PARA OBTENER LA CANTIDAD - -

MÁXIMA DE GOCE, UN INDIVIDUO QUE PUEDE ELEGIR ENTRE MUCHOS, PERO NO DISPONER DE TIEMPO SUFICIENTE PARA PROCURÁRSELOS TODOS PLENAMENTE, ESTÁ OBLIGADO POR MUCHO QUE DIFIERA LA CANTIDAD ABSOLUTA DE LOS GOCES INDIVIDUALES, A PROCURÁRSELOS TODOS PARCIALMENTE, AÚN ANTES DE QUE HAYA TERMINADO EL MÁS GRANDE DE ELLOS. LA RELACIÓN ENTRE ELLOS TIENE QUE SER TAL QUE, EN EL MOMENTO EN QUE SON DISCONTINUADOS, LAS CANTIDADES DE TODOS LOS GOCES SON IGUALES". DE ESTA MANERA TAN PESADA FORMULÓ GOSSEN EL PRINCIPIO DE QUE, EL PLACER MÁXIMO RESULTA DE UN NIVEL UNIFORME DE NECESIDAD-SATISFACCIÓN. LA SEGUNDA LEY SE DEDUCE DE LA PRIMERA Y DEL POSTULADO ADICIONAL, DE QUE ES IMPOSIBLE OBTENER LA PLENA SATISFACCIÓN DE TODAS LAS NECESIDADES.

EL RESTO ES UNA ELABORACIÓN DE ESTAS LEYES. EL VALOR DE UNA COSA SE MEDIRÁ POR COMPLETO EN RELACIÓN CON EL GOCE QUE PUEDE PROCURAR. DEBIDO A LA ACCIÓN DE LA PRIMERA LEY, LAS UNIDADES INDIVIDUALES DE UN MISMO BIEN, TENDRÁN VALORES DIFERENTES SEGÚN LA CANTIDAD QUE DE ELLOS SE POSEA; MÁS ALLÁ DE CIERTA CANTIDAD, UNA UNIDAD DE JARÁ DE TENER VALOR EN ABSOLUTO.

EL VALOR DEBE CONCEBIRSE SÓLO COMO EN TÉRMINOS RELATIVOS. NADA DEL MUNDO EXTERIOR POSEE VALOR ABSOLUTO. EL VALOR DEPENDE POR COMPLETO DE LA RELACIÓN ENTRE EL OBJETO Y EL SUJETO. LOS OBJETOS QUE PUEDE POSEER VALOR, CABE CLASIFICARLOS COMO BIENES DE CONSUMO, LOS QUE SON INMEDIATAMENTE CAPACES DE PROPORCIONAR GOCE; BIENES DE SEGUNDA CLASE QUE SE NECESITAN CONJUNTAMENTE PARA OBTENER EL GOCE (LOS QUE HOY SE LLAMAN BIENES COMPLEMENTARIOS), Y BIENES DE TERCERA CLASE, LOS USADOS EN LA PRODUCCIÓN DE LOS OTROS BIENES. EL TRABAJO QUE CREA BIENES DE GOCE, TAMBIÉN VA ACOMPAÑADO DE DOLOR (O DE SUTILIDAD). DE AHÍ SE SIGUE QUE PODEMOS AUMENTAR NUESTRO GOCE POR EL TRABAJO, MIENTRAS SE ESTIME QUE EL GOCE RESULTANTE SUPERE EL DOLOR QUE IMPLICA EL TRABAJO. DE LAS DOS LEYES SE SIGUE EL CAMBIO. EL CAMBIO ES VENTAJOSO PARA UN INDIVIDUO, HASTA QUE LOS VALORES DE LAS ÚLTIMAS UNIDADES DE LOS DOS ARTÍCULOS QUE TIENEN EN SU POSESIÓN, LLEGUEN A SER IGUALES. ASÍ, GOSSEN CONTIENE ELEMENTOS DE LA TEORÍA JEVONIANA Y AUSTRIACA.

WILLIAM STANLEY JEVONS (1835-1882). EL PRINCIPIO FUNDAMENTAL DE SU TEORÍA ES LA AFIRMACIÓN DE QUE EL VALOR DEPENDE POR ENTERO DE LA UTILIDAD. LA ACEPTACIÓN DE ESTE PRINCIPIO CENTRAL LE PARECÍA A JEVONS QUE MARCABA UNA INNOVACIÓN DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO. SÓLO MÁS TARDE SE DIO CUENTA DE LA MEDIDA EN QUE SE LE HABÍAN ANTICIPADO PENSADORES ANTERIORES; PERO CUANDO EXPUSO POR VEZ PRIMERA SUS OPINIONES, LA TRADICIÓN RICARDIANA ERA AÚN SUFICIENTEMENTE FUERTE COMO PARA CONSIDERARLO A SÍ MISMO UN REVOLUCIONARIO.

SU INNOVACIÓN FUE BASTANTE IMPORTANTE. LOS CLÁSICOS Y SUS CONTINUADORES NO HABÍAN DESCONOCIDO LA UTILIDAD; ADAM SMITH, EN PARTICULAR, HABÍA SUBRAYADO SU IMPORTANCIA. PERO NUNCA SE LE HABÍA CONSIDERADO BASE ADECUADA PARA UNA EXPLICACIÓN DEL VALOR DE CAMBIO, A CAUSA DE LAS NOTORIAS DISCREPANCIAS QUE HAY ENTRE ELLOS. LA TEORÍA CLÁSICA DEL VALOR ERA OBJETIVA, ES DECIR, SE REFERÍA AL CONJUNTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA SOCIEDAD. CON TAL ACTITUD ERA NATURAL QUE LOS CLÁSICOS IGNORASEN LOS FACTORES INDIVIDUALES SUBJETIVOS. EN ESTE RESPECTO DONDE JEVONS EFECTUÓ UN CAMBIO IMPORTANTE QUE HIZO POSIBLE POR VEZ PRIMERA UNA TEORÍA DEL VALOR BASADA EN LA UTILIDAD, COMO ALTERNATIVA A LA TEORÍA CLÁSICA. SU PUNTO DE PARTIDA FUE EL INDIVIDUO Y SUS NECESIDADES; Y PARA EL ESTUDIO DE LA CONDUCTA INDIVIDUAL, ENCONTRÓ AL ALCANCE DE LA MANO UNA FILOSOFÍA COMPLETA CUYO OBJETO ERA PRECISAMENTE FORMULAR LOS PRINCIPIOS DE LA ACCIÓN HUMANA. ADEMÁS, LA FILOSOFÍA HEDONISTA SE PRESENTABA EN UNA FORMA QUE PARECÍA HACERLA ESPECIALMENTE ADECUADA PARA LOS MÉTODOS MATEMÁTICOS.

EN CONSECUENCIA, JEVONS EMPIEZA CON UNA TEORÍA DEL PLACER Y DEL DOLOR. AQUÍ SE CONSIDERA AL HOMBRE COMO UNA MÁQUINA DE PLACER; SU FINALIDAD ES LLEVAR ÉSTE AL MÁXIMO. LUEGO SE DEFINE LA UTILIDAD COMO LA CUALIDAD QUE POSEE UN OBJETO PARA PRODUCIR PLACER O EVITAR EL DOLOR, A CONDICIÓN DE QUE SE TOMA COMO ÚNICO CRITERIO EN LA OCASIÓN DE LO QUE ES O NO ES ÚTIL, LA VOLUNTAD O INCLINACIÓN DE LA PERSONA INMEDIATAMENTE INTERESADA. EN OTRAS PALABRAS, LA UTILIDAD NO ES UNA CUALIDAD INTRÍNSECA, SINO QUE EXPRESA UNA

RELACIÓN ENTRE UN OBJETO Y UN SUJETO. SIN EMBARGO, SÓLO PUEDE -  
LLEGAR A SER CONCEPTO IMPORTANTE EN UNA TEORÍA DEL VALOR, SI LA -  
UTILIDAD TOTAL DE UNA MERCANCÍA ES CUIDADOSAMENTE DIFERENCIADA DE  
LA UTILIDAD QUE UN INDIVIDUO, EN UN MOMENTO DADO, ATRIBUYE A UNA-  
PARTE DE ESA MERCANCÍA. JEVONS EXAMINA, DE UNA MANERA QUE RECUER  
DA A GOSSEN, EL EFECTO DE LOS CAMBIOS DE LA CANTIDAD TOTAL DE UNA  
MERCANCÍA SOBRE LA UTILIDAD QUE TIENEN PARA UNA PERSONA PARTES DE  
LA MISMA, Y CONCLUYE QUE LOS INCREMENTOS SUCESIVOS REDUCEN LA UTI-  
LIDAD DE CADA UNIDAD. ASÍ SE DISTINGUE, EN CUALQUIER PUNTO, LA -  
UTILIDAD DEL GRADO DE UTILIDAD, DE DONDE RESULTA EL CONCEPTO DE -  
GRADO FINAL DE UTILIDAD. ÉSTA EXPRESIÓN DENOTA EL GRADO DE UTILI-  
DAD DE LA ÚLTIMA ADICIÓN, O DE LA POSIBLE ADICIÓN SIGUIENTE, DE -  
UNA CANTIDAD MUY PEQUEÑA, O INFINITAMENTE PEQUEÑA, DEL ACERVO - -  
EXISTENTE, Y SE CONVIERTE EN EL CONCEPTO FUNDAMENTAL DE LA TEORÍA  
DE JEVONS SOBRE EL CAMBIO Y LA DISTRIBUCIÓN.

LA ESENCIA DE LA EXPLICACIÓN QUE DA JEVONS DE LA FORMACIÓN DEL VA-  
LOR DE CAMBIO Y DEL PRECIO, SE ENCUENTRA EN SU ADAPTACIÓN DE LA -  
SEGUNDA LEY DE GOSSEN. DE ACUERDO CON DICHA LEY, JEVONS AFIRMA -  
QUE, CUANDO UNA MERCANCÍA ES CAPAZ DE SATISFACER NECESIDADES EN -  
VARIOS USOS DIFERENTES, SE DISTRIBUIRÁ EN ELLOS DE MODO TAL QUE -  
SU GRADO FINAL DE UTILIDAD SEA EL MISMO EN CADA USO. DE AQUÍ PA-  
SA, POR MEDIOS UN TANTO TOSCOS QUE HUBIERON DE SER AFINADOS MÁS -  
TARDE, A LA CONCLUSIÓN DE QUE, CUANDO DOS INDIVIDUOS CAMBIAN DOS-  
MERCANCÍAS, LA RAZÓN DEL CAMBIO SERÁ LA RECÍPROCA DE LA RAZÓN DE-  
LOS DOS GRADOS FINALES DE UTILIDAD DE LAS CANTIDADES DE MERCANCÍA  
DISPONIBLES PARA EL CONSUMO DESPUÉS DE VERIFICADO EL CAMBIO. DI-  
CHO DE OTRO MODO, EN EQUILIBRIO, O SEA, EN UNA SITUACIÓN EN QUE -  
NINGUNA DE LAS PARTES PUEDA OBTENER NINGUNA VENTAJA MÁS, CONTI-  
NUANDO EL CAMBIO, LA UTILIDAD MARGINAL PARA CADA PARTICIPANTE - -  
SERÁ PROPORCIONADA AL PRECIO. DE AQUÍ SE SIGUE QUE UNA PERSONA -  
DISTRIBUYE SU INGRESO, DE MANERA QUE RESULTE IGUAL LA UTILIDAD DE  
LOS INCREMENTOS FINALES DE TODAS LAS MERCANCÍAS CONSUMIDAS.

(AUNQUE EN LA ACTUALIDAD DIFÍCILMENTE SERÍA ACEPTADA ESTA FORMULA-  
CIÓN POR LOS PARTIDARIOS DE LA ESCUELA MARGINALISTA).

JEVONS NO TUVO MUCHO ÉXITO EN EL DESARROLLO DETALLADO DE SU TEORÍA DEL CAMBIO. SE HA DICHO QUE JEVONS MISMO, NO OBSTANTE LA GRAN IMPORTANCIA QUE CONCEDE A LA UTILIDAD, ABANDONÓ A MEDIO CAMINO SU INTENTO DE DAR UNA EXPLICACIÓN DEL ORIGEN DEL VALOR EN FUNCIÓN DE LA UTILIDAD, EN FAVOR DE UNA TEORÍA PURAMENTE FUNCIONAL. CONSIDERABA AL PRECIO DE MERCADO COMO DADO, Y DESCRIBIÓ SU RELACIÓN CON LAS CANTIDADES Y LOS GRADOS FINALES DE UTILIDAD, SÓLO CUANDO EL EQUILIBRIO YA SE HABÍA ALCANZADO.

PARA ESTRUCTURAR EN UNA TEORÍA VÁLIDA PARA EL CAMBIO SOCIAL, LA NOCIÓN DE LAS VALUACIONES SUBJETIVAS DE LOS INDIVIDUOS Y SUS ESFUERZOS POR ALCANZAR EL MÁXIMO DE SATISFACCIÓN INCLUYENDO EL CAMBIO, JEVONS EMPLEÓ DOS CONCEPTOS MUY TOSCOS: EL DE LA LEY DE LA INDIFERENCIA Y EL DEL CUERPO COMERCIAL. LA DIFERENCIA DE PRECIOS DICE JEVONS, TIENE QUE DEBERSE A LA DIFERENCIA DE PREFERENCIAS. COMO ES EVIDENTE QUE A UNA PERSONA LE HA DE DAR LO MISMO OBTENER ÉSTA O AQUELLA PARTE DE UNA MERCANCÍA PERFECTAMENTE HOMOGÉNEA, NO PUEDE HABER DOS PRECIOS EN UN MERCADO PARA EL MISMO ARTÍCULO AL MISMO TIEMPO.

COMO HAN DEMOSTRADO ECONOMISTAS POSTERIORES, ESTA LEY DE INDIFERENCIA, SÓLO EXPRESA EL SUPUESTO DE LA COMPETENCIA PERFECTA.

EL CONCEPTO DE CUERPO COMERCIAL ESTÁ AÚN MÁS EXPUESTO A OBJECIONES. JEVONS ENTIENDE POR TAL, TODO GRUPO DE COMPRADORES O VENDEDORES, DESDE UN SOLO INDIVIDUO HASTA EL TOTAL DE LOS HABITANTES DE UN PAÍS. JEVONS APLICA SIN MODIFICACIONES, SU TEORÍA DEL CAMBIO ENTRE DOS INDIVIDUOS, AL CASO DEL CAMBIO ENTRE UNA MULTITUD DE COMPRADORES Y VENDEDORES. PERO ESTE PROCEDIMIENTO NO ESTABA JUSTIFICADO, PUES CONFUNDÍA EL PROBLEMA DE LA COMPETENCIA.

POR MUY LEJOS QUE HAYA ESTADO JEVONS DE DAR UNA TEORÍA SUBJETIVA-COMPLETA, SU ABANDONO DE LA TEORÍA DEL VALOR-TRABAJO ES TOTAL. NEGÓ QUE EL TRABAJO PUDIERA SER CONSIDERADO COMO LA FUENTE DEL VALOR. EL TRABAJO EMPLEADO EN LA PRODUCCIÓN DE UNA MERCANCÍA ERA COSA PERDIDA PARA SIEMPRE, Y NO PODÍA INFLUIR EN EL PRECIO QUE AL

CANZARÍA UN ARTÍCULO EN EL MERCADO. SIN EMBARGO, JEVONS ADMITÍA QUE, COMO EL GRADO FINAL DE LA UTILIDAD PODÍA SER ALTERADO POR CAMBIOS EN LA OFERTA, EL TRABAJO PODÍA AFECTAR INDIRECTAMENTE EL VALOR. LA RELACIÓN ERA: EL COSTO DE PRODUCCIÓN DETERMINA LA OFERTA; LA OFERTA EL GRADO FINAL DE UTILIDAD; Y EL GRADO FINAL DE UTILIDAD EL VALOR.

CARL MENGER (1840-1921). AFIRMA QUE LOS FENÓMENOS ECONÓMICOS DE LA SOCIEDAD NO SON LA EXPRESIÓN DIRECTA DE ALGUNA FUERZA SOCIAL, SINO LAS RESULTANTES DE LA CONDUCTA DE LOS INDIVIDUOS, DE LOS HOMBRÉS DEDICADOS A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA, COMO ÉL LOS LLAMA. COMO GOSSEN Y JEVONS, MENGER SITUÁ AL INDIVIDUO EN EL CENTRO DEL CUADRO; PERO LO HACE DE UN MODO DISTINTO AL DE LOS OTROS PENSADORES QUE HABÍAN SIDO INFLUIDOS POR LA FILOSOFÍA HEDONISTA. MENGER SOLO TIENE QUE EL PUNTO DE VISTA ATOMÍSTICO, ES UNA NECESIDAD METODOLÓGICA Y QUE NO TIENE IMPLICACIONES ÉTICAS NI FOLOSÓFICOSOCIALES. ÉL FUE, EL PRIMERO EN INTENTAR ELABORAR UNA TEORÍA SUBJETIVA DEL VALOR LIBRE DE TODO SUPUESTO HEDONISTA.

MENGER EMPIEZA CON LO QUE EVIDENTEMENTE CONSIDERA LOS DOS POLOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: LAS NECESIDADES HUMANAS Y LOS MEDIOS PARA SATISFACERLAS. DEFINE LA UTILIDAD EN UN SENTIDO RELATIVO, ES DECIR, COMO LA CAPACIDAD DE UNA COSA PARA SER PUESTA EN RELACIÓN CAUSAL CON UNA NECESIDAD. LAS COSAS QUE POSEEN ESA CAPACIDAD SE CONVIERTEN EN MERCANCÍAS CUANDO LA NECESIDAD ESTÁ PRESENTE, CUANDO LA RELACIÓN CAUSAL ES RECONOCIDA POR EL INDIVIDUO QUE EXPERIMENTA LA NECESIDAD, Y CUANDO ESE INDIVIDUO PUEDE APLICAR LA COSA A LA SATISFACCIÓN DE DICHA NECESIDAD. ÉSTAS MERCANCÍAS PUEDEN CLASIFICARSE POR DOS RAZONES TÉCNICAS, EN MERCANCÍAS DE PRIMERO, SEGUNDO, TERCER ORDEN Y DE ORDEN SUPERIOR. LAS PRIMERAS (POR EJEMPLO, EL PAN), SON LAS QUE SIRVEN DIRECTAMENTE PARA SATISFACER NECESIDADES; LAS ÚLTIMAS (POR EJEMPLO, LA HARINA, EL MOLINO, EL TRIGO, ETC.), SÓLO SATISFACEN LAS NECESIDADES INDIRECTAMENTE: SON NECESARIAS CONJUNTAMENTE PARA PRODUCIR LAS MERCANCÍAS DE PRIMERO ORDEN. SU PROPIEDAD DE SER MERCANCÍAS, DEPENDE TOTALMENTE DE

NUESTRA CAPACIDAD PARA DISPONER A UN MISMO TIEMPO DE TODAS LAS -  
MERCANCÍAS (COMPLEMENTARIAS) NECESARIAS PARA UN FIN DETERMINADO.

EL OBJETO DE ESTA CLASIFICACIÓN, NO ES MÁS QUE ESTABLECER UNA RE-  
LACIÓN ENTRE EL VALOR DE LAS MERCANCÍAS DE PRIMER ORDEN Y EL VA-  
LOR DE LAS MERCANCÍAS DE PRODUCCIÓN DE TODAS LAS CLASES.

LA SIGUIENTE CLASIFICACIÓN QUE MENGER HACE, SE BASA EN SU RELA-  
CIÓN CUANTITATIVA CON LAS NECESIDADES. DE TODAS LAS RELACIONES -  
POSIBLES, LA MÁS IMPORTANTE ES AQUÉLLA EN QUE LA CANTIDAD DE MER-  
CANCÍAS ES MENOR QUE LA NECESIDAD QUE HAY DE ELLAS. ESTAS MERCAN-  
CÍAS SON MERCANCÍAS ECONÓMICAS, EL INDIVIDUO TIENE QUE ECONOMIZAR  
LAS, PUES SABE QUE NO PUEDE PERDERSE NI ABANDONARSE NINGUNA CANTI-  
DAD DE ELLAS, SIN SACRIFICAR LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES.-  
ESTA LÍNEA DIVISORIA ENTRE MERCANCÍAS ECONÓMICAS Y NO ECONÓMICAS,  
NO ES PERMANENTE; LAS MERCANCÍAS PUEDEN PASAR DE LA CATEGORÍA DE-  
ECONÓMICAS A LAS NO ECONÓMICAS Y VICEVERSA, AL CAMBIAR LAS NECESI-  
DADES EN LA CLASE DE LAS ECONÓMICAS, PUEDE DECIRSE QUE POSEEN ES-  
CASEZ, TÉRMINO QUE LOS PENSADORES INGLESES NO HABÍAN ASIMILADO -  
NUNCA PLENAMENTE AL SISTEMA. DE AHÍ QUE LA TEORÍA DE MENGER SO--  
BRE EL VALOR, SE DERIVA DE SU ESTUDIO DE LAS MERCANCÍAS ECONÓMI--  
CAS. EL HECHO DE QUE UN INDIVIDUO SE DE CUENTA DE LA NATURALEZA-  
ECONÓMICA DE UNA MERCANCÍA, ORIGINA EN SU MENTE UN JUICIO QUE LLA-  
MAMOS VALOR. SEGÚN SUS PROPIAS PALABRAS, MENGER DICE, EL VALOR -  
ES LA IMPORTANCIA QUE LAS MERCANCÍAS CONCRETAS O DETERMINADAS CAN-  
TIDADES DE ELLAS ADQUIEREN PARA NOSOTROS POR EL HECHO DE QUE SABE-  
MOS DE LA SATISFACCIÓN DE NUESTRAS NECESIDADES, Y ESTO ES LO QUE  
DA A ESAS MERCANCÍAS SU CARÁCTER ECONÓMICO. LOS BIENES ILIMITA--  
DOS NO PUEDEN POSEER VALOR, PORQUE NO HAY NINGUNA NECESIDAD CUYA-  
SATISFACCIÓN DEPENDA DE QUE DISPONGAMOS DE ALGUNA CANTIDAD DE - -  
ELLOS.

¿CÓMO SE DETERMINA ESTE VALOR SUBJETIVO? EXPERIMENTAMOS DISTINTAS  
NECESIDADES CON DIFERENTE INTENSIDAD: UNAS, AQUÉLLAS DE QUE DE--  
PENDE NUESTRA EXISTENCIA, SON MUY INTENSAS; OTRAS, DE NATURALEZA-  
MÁS REFINADA, SON MENOS APREMIANTES. PERO AÚN LA MISMA CLASE DE-

NECESIDADES APARECE EN UNIDADES DE DIFERENTE APREMIO. CADA ACTO CONCRETO DE SATISFACCIÓN, TIENE DIFERENTE IMPORTANCIA PARA NOSOTROS, SEGÚN EL GRADO DE SATISFACCIÓN QUE HAYAMOS ALCANZADO. Menger ilustra este razonamiento con ejemplos numéricos, pero insiste en el carácter puramente "ORDINAL" de su comparación de la intensidad de las sucesivas manifestaciones de las necesidades.

PARA AVERIGUAR EL VALOR DE UNA PORCIÓN, BASTARÁ PREGUNTARSE DE QUÉ SATISFACCIÓN HABRÍA QUE PRESCINDIR SI AQUELLA PORCIÓN FUERA DEDUCIDA DE LA CANTIDAD TOTAL. LA RESPUESTA SERÁ: DE LA SATISFACCIÓN DE LA NECESIDAD MENOS INTENSA. Menger concluye, que el valor para el individuo de una porción de la cantidad disponible de mercancías, ES IGUAL A LA IMPORTANCIA DADA A LA MENOR SATISFACCIÓN POSIBLE, CON UNA SOLA PORCIÓN DE LA CANTIDAD TOTAL DISPONIBLE. ESTO ES LO MISMO QUE EL GRADO DE UTILIDAD FINAL DE JEVONS. Menger no usó nunca una frase de este tipo (UTILIDAD MARGINAL), PERO PODEMOS DECIR QUE LA APLICÓ A UN CONCEPTO LIGERAMENTE DISTINTO.

AHORA ES PRECISO USAR ESTE VALOR SUBJETIVO COMO BASE PARA LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO. CADA INDIVIDUO CUANDO SE PRESENTE LA OCA SIÓN DE CAMBIAR, FORMULARÁ ALGUNA RAZÓN CUANTITATIVAMENTE DETERMINADA, A LA CUAL ESTARÁ DISPUESTO A CAMBIAR. ESTA RAZÓN REFLEJARÁ LA DE SUS VALORES SUBJETIVOS; PERO LOS VALORES SUBJETIVOS MISMOS NO PUEDEN SER CONCEBIDOS COMO CANTIDADES DETERMINADAS. SEGÚN Menger ÉSTA ES LA RELACIÓN ENTRE LA TEORÍA DEL PRECIO DE MERCADO BASADA EN LA OFERTA Y LA DEMANDA, Y LA TEORÍA DEFINITIVA DE LOS VALORES SUBJETIVOS. EN LA ELABORACIÓN DE SU TEORÍA DEL PRECIO, Menger VA DE SITUACIONES DE CAMBIO AISLADO, DONDE SÓLO INTERVIENEN DOS PARTES HASTA LA COMPETENCIA PERFECTA. EL MISMO HIZO VER QUE EN EL CAMBIO AISLADO, EL PRECIO ESTARÁ ENTRE LOS LÍMITES MARCADOS POR LAS RAZONES DE CAMBIO MÁXIMA Y MÍNIMA DEL COMPRADOR Y DEL VENDEDOR, Y TENDERÁ DADA LA IGUALDAD DEL DESEO DE CONSEGUIR LA VENTA MÁXIMA Y LA MISMA HABILIDAD PARA NEGOCIAR A LA RAZÓN MEDIA ENTRE AQUÉLLAS DOS. LOS ECONOMISTAS POSTERIORES HAN SABIDO CONSIDERAR EL PRECIO COMO INDETERMINADO DENTRO DE ESOS LÍMITES, Y AUNQUE

MENGER NO LO DIJO, SÍ AFIRMÓ QUE LAS VARIACIONES EN TORNO A LA RAZÓN MEDIA, DEBIDAS A LA DIFERENCIA EN LA CAPACIDAD PARA NEGOCIAR, ERAN DE NATURALEZA NO ECONÓMICA. POR LO QUE SE REFIERE AL MONOPOLIO, MENGER CONCLUYÓ QUE, SI SÓLO SE OFRECÍA UNA UNIDAD, LOS LÍMITES DEL PRECIO ESTARÍAN MARCADOS POR EL EMPUJE DEL COMPRADOR MÁS FUERTE Y LA DEL QUE LE SIGUIERA EN FUERZA (EL EXTRAMARGINAL); Y QUE SE FIJARÍA DENTRO DE ESOS LÍMITES, DE ACUERDO CON LAS LEYES DEL CAMBIO AISLADO. SI SE OFRECE MÁS DE UNA UNIDAD, EL PRECIO LO FIJAN TAMBIÉN EL EMPUJE DEL COMPRADOR MARGINAL Y EL DE EL PRIMER COMPRADOR EXTRAMARGINAL; Y TODOS ELLOS CUYAS LICITACIONES ESTÁN POR ENCIMA DE LA MARGINAL, ADQUIEREN SUS UNIDADES A ESE PRECIO. O BIEN EL MONOPOLISTA PUEDE DISCRIMINAR, ES DECIR, NEGOCIAR POR SEPARADO CON CADA COMPRADOR. EL PRECIO SE FIJA TAMBIÉN EN ESTE CASO, POR LAS DEMANDAS Y LICITACIONES MARGINALES; PERO EN ESTE CASO, HAY PAREJAS MARGINALES DE COMPRADORES Y VENEDORES. POR LO QUE EN LA RELACIÓN ENTRE LOS VALORES SUBJETIVOS DE LAS MERCANCÍAS PARA CADA INDIVIDUO, SE MODIFICARÁN HASTA QUE SEA IGUAL PARA AMBOS. EN ESTE CASO CESARÁ EL CAMBIO, PUESTO QUE NO HABRÁ INCENTIVO PARA CONTINUARLO. EN OTRAS PALABRAS EN EQUILIBRIO, LA RAZÓN DE LAS UTILIDADES MARGINALES DE LAS DOS MERCANCÍAS, SERÁ LA MISMA PARA AMBAS PARTES.

LEÓN WALRAS (1834-1910). WALRAS OPERA ESENCIALMENTE CON LOS MISMOS CONCEPTOS QUE JEVONS, PERO BUSCA GENERALMENTE SOLUCIONES DE CARÁCTER MÁS AMPLIO. AL IGUAL QUE JEVONS Y MENGER, BASA EL VALOR DE CAMBIO EN LA UTILIDAD Y EN LA LIMITACIÓN DE LA CANTIDAD. UTILIZA EL TÉRMINO RAREZA (RARETÉ) QUE USÓ SU PADRE, QUE DEFINE COMO LA DERIVADA DE LA UTILIDAD EFECTIVA, CON RELACIÓN A LA CANTIDAD POSEÍDA. EN OTRAS PALABRAS, RAREZA ES LO MISMO QUE UTILIDAD MARGINAL. EL DESEO DE IGUALAR UTILIDADES MARGINALES CONDUCE AL CAMBIO. Y ESTE DESEO JUNTO CON LAS EXISTENCIAS DE MERCANCÍAS QUE POSEE CADA INDIVIDUO, DARÁ UNA DEMANDA O UNA OFERTA DETERMINADAS PARA CADA INDIVIDUO. WALRAS PUSO DE MANIFIESTO QUE, DADOS CIERTOS PRECIOS, CADA INDIVIDUO PROCEDERÁ A CAMBIAR HASTA QUE LA RAZÓN DE UTILIDADES MARGINALES DE LAS DOS MERCANCÍAS, SEA PARA ÉL IGUAL A SU RAZÓN DE CAMBIO. ESTO DARÁ UNAS FUNCIONES DETERMINA-

DAS DE OFERTA Y DEMANDA, UN NÚMERO IGUAL AL DE INCÓGNITAS, Y CON ELLO UN EQUILIBRIO DETERMINADO. SE ARGUMENTÓ CONTRA ESTE RAZONAMIENTO QUE EN REALIDAD SEPARA EL PROBLEMA CAUSAL GENÉTICO, ES DECIR, EL ORIGEN DEL PROBLEMA DEL PRECIO DE SUS RAÍCES DE VALOR SUBJETIVO. ESTE JUICIO PARECE JUSTIFICADO, POR LO QUE HACE DE WALRAS UN INICIADOR IMPORTANTE DE LA TENDENCIA MODERNA, CONSISTENTE EN ABANDONAR LA INVESTIGACIÓN DEL ORIGEN DEL VALOR EN FAVOR DE UNA TEORÍA DE INTERDEPENDENCIA FUNCIONAL, PURAMENTE FORMAL, PERO ABSOLUTAMENTE GENERAL.

LA TEORÍA DE WALRAS ES UN INTENTO POR APLICAR SU ANÁLISIS DEL EQUILIBRIO GENERAL AL PROBLEMA DE LOS PRECIOS. POR CONSIGUIENTE, NO ES MÁS QUE UN CASO ESPECIAL DE SU TEORÍA. LLEGÓ A UNA POSICIÓN PARECIDA A LA DE LOS ECONOMISTAS MODERNOS, POR UN CAMINO DIFERENTE. SU SOLUCIÓN FUE UNA DE LAS PRIMERAS EXPOSICIONES DEL PRINCIPIO DEL COSTO DE SUSTITUCIÓN Y DE LA TEORÍA MODERNA DE LA PRODUCTIVIDAD MARGINAL.

ALFRED MARSHALL (1842-1924). LA FORMULACIÓN QUE MARSHALL DIO A LAS TEORÍAS DEL VALOR Y DE LA DISTRIBUCIÓN, JUNTO CON UNA MULTITUD DE TEORÍAS SUBSIDIARIAS, QUE PODÍAN IMPRESIONAR POR SU ECLECTICISMO, SUPONE TODA UNA TÉCNICA DERIVADA DE TRES FINALIDADES ESTRECHAMENTE RELACIONADAS: COMPRENSIVIDAD, REALISMO E IMPORTANCIA PARA LA POLÍTICA ECONÓMICA.

LAS DOCTRINAS CENTRALES DEL VALOR Y DE LA DISTRIBUCIÓN FORMULADAS POR MARSHALL, REFLEJAN ESAS FINALIDADES. COMBINAN LA UTILIDAD MARGINAL CON EL COSTO REAL SUBJETIVO. SEGÚN ÉL, LAS FUERZAS QUE ACENTÚAN TRAS LA OFERTA Y LA DEMANDA DETERMINAN EL VALOR. HAY QUE CONCEBIRLAS COMO ALS DOS HOJAS DE UNAS TIJERAS: ES INÚTIL PREGUNTAR CUÁL DE LAS DOS ES LA CORTA. DETRÁS DE LA DEMANDA ESTÁ LA UTILIDAD MARGINAL, REFLEJADA EN LOS PRECIOS DE DEMANDA DE LOS COMPRADORES (EL PRECIO AL QUE SE DEMANDARÁN DETERMINADAS CANTIDADES); DETRÁS DE LA OFERTA ESTÁN ESFUERZO Y EL SACRIFICIO MARGINALES, REFLEJADOS EN LOS PRECIOS DE OFERTA (LOS PRECIOS A QUE SE PRODUCIRÁN DETERMINADAS CANTIDADES).

LA NOVEDAD DE ESTA OPINIÓN, COMPARADA CON LA VERSIÓN AUSTRIACA, ESTRIBA EN QUE EL COSTO DE PRODUCCIÓN VUELVE A APARECER UNA VEZ MÁS COMO UN DETERMINANTE DEL VALOR. MARSHALL DISTINGUE ENTRE COSTO REAL DE PRODUCCIÓN Y GASTOS DE PRODUCCIÓN, AUNQUE NO SIEMPRE SE ADHIERE ESTRICTAMENTE A ESTE ÚLTIMO TÉRMINO. EL PRIMERO CONSISTE EN LA DESUTILIDAD DEL TRABAJO, JUNTO CON EL SACRIFICIO QUE IMPLICA PROPORCIONAR EL CAPITAL NECESARIO. MARSHALL ABANDONA LA PALABRA ABSTINENCIA, INTRODUCIDA POR SENIOR, QUE SUGERÍA UNA INTENCIÓN APOLOGÉTICA, EN FAVOR DEL TÉRMINO "ESPERA", QUE ES LA MERA ABSTENCIÓN DE CONSUMIR EN EL PRESENTE; PERO COMO TAMBIÉN HABLA DE ELLA EN EL SENTIDO DE APLAZAMIENTO DE SATISFACCIONES QUE IMPLICA SACRIFICIO Y CUYA RECOMPENSA ES EL INTERÉS. ES EVIDENTE QUE PENSABA EN ALGO PARECIDO AL ESFUERZO Y LAS MOLESTIAS DEL TRABAJO. ASÍ, PUES, LOS DOS ELEMENTOS QUE FORMAN EL COSTO REAL ERAN SUBJETIVOS.

MARSHALL SE GUARDÓ MUY BIEN DE SUGERIR QUE SI LOS COSTOS NOMINALES DE PRODUCCIÓN DE DOS MERCANCÍAS ERAN LOS MISMOS, SUS COSTOS REALES SERÍAN TAMBIÉN LOS MISMOS. "SI SUPONEMOS DICE, QUE 20 MINUTOS DE TRABAJO DE UN MÉDICO, O DOS DÍAS DE UN RELOJERO, O QUINCE DE UN LABRADOR, PUEDEN COMPRARSE EN DETERMINADO MERCADO POR UN PESO, Y QUE CON UN PESO PUEDE COMPRARSE EL SACRIFICIO QUE IMPLICA EL PRÉSTAMO DE 20 PESOS POR UN AÑO, RESULTA QUE AQUELLOS ESFUERZOS Y ESTA ABSTINENCIA SON EQUIVALENTES ENTRE SÍ EN LO QUE RESPECTA AL MECANISMO DE CAMBIO..." PERO CUANDO HABLAMOS DE LA RAZÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN DE DOS MERCANCÍAS, DEBEMOS RECORDAR QUE UNA SUMA DE DIVERSOS ESFUERZOS Y ABSTINENCIAS, NO ESTÁ EN NINGUNA RELACIÓN CON OTRA. POR LO TANTO, ESTAMOS OBLIGADOS A SUPONER LA EXISTENCIA DE UNA FORMA ARTIFICIAL DE MEDIRLOS EN TÉRMINOS DE ALGUNA UNIDAD EN COMÚN, Y REFERIRNOS A LA RAZÓN ENTRE SUS MEDIDAS. ESTOS DIVERSOS ESFUERZOS Y ABSTINENCIAS... NO SON IGUALES ENTRE SÍ. PERO TODOS EJERCERÁN UNA PRESIÓN IGUAL SOBRE EL VALOR, PORQUE SUS MEDIDAS ECONÓMICAS, LOS GASTOS QUE TENDRÍA QUE HACER QUIEN LOS COMPRASE, SON TODOS IGUALES.

LA MISMA PRECAUCIÓN SE ADVIERTE EN LA OPINIÓN DE MARSHALL, ACERCA DE LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LAS DEMANDAS DE DINERO Y LA UTILIDAD MARGINAL. POR ANALOGÍA CON LA RELACIÓN ENTRE EL COSTO REAL Y EL COSTO NOMINAL, DIJO QUE NUNCA SE INSISTIRÁ DEMASIADO EN QUE ES IMPOSIBLE, SINO INCONCEBIBLE, MEDIR DIRECTAMENTE LOS DESEOS Y LA SATISFACCIÓN QUE RESULTA DE SATISFACERLOS.

DE ESTA OPINIÓN SE DESPRENDE UNO DE LOS CONCEPTOS MARSHALLIANOS - MÁS CARACTERÍSTICOS: EL DEL EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR. ESTA EXPRESIÓN DESIGNA EL EXCEDENTE DE SATISFACCIÓN OBTENIDO POR UN CONSUMIDOR, SIEMPRE QUE PUEDE COMPRAR UNA MERCANCÍA A UN PRECIO INFERIOR AL QUE ESTABA DISPUESTO A PAGAR ANTES QUE PRESCINDIR DE ELLA. ESTE CONCEPTO SE DERIVA DIRECTAMENTE DE LA DIFERENCIA ENTRE UTILIDAD TOTAL Y UTILIDAD MARGINAL.

APARTE DE ESTA FORMULACIÓN DE LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LA UTILIDAD, LA DEMANDA, LA DESUTILIDAD Y EL COSTO, LA APORTACIÓN ESPECIAL DE MARSHALL AL PROBLEMA DEL VALOR Y DEL PRECIO, SE ENCUENTRA EN SU ANÁLISIS DEL EQUILIBRIO ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA. SE BASA ESTE ANÁLISIS EN LA DISTINCIÓN ENTRE LOS DIFERENTES PERÍODOS DE TIEMPO EN QUE SE CONSIDERA ACTÚAN LAS FUERZAS, QUE TIENDEN A ESTABLECER EL EQUILIBRIO. MARSHALL DISTINGUE CUATRO CASOS. PRIMERO, CUANDO LOS VALORES DE MERCADO IGUALAN LA OFERTA Y LA DEMANDA, QUE SE SUPONE ES FIJA. EN SEGUNDO Y EN TERCER LUGAR ESTÁN LOS VALORES NORMALES, QUE PUEDEN REFERIRSE A PERÍODOS CORTOS O LARGOS. EN LA PRIMERA CATEGORÍA, CONCEBIMOS LA OFERTA COMO LA CANTIDAD QUE PUEDE SER PRODUCIDA AL PRECIO DADO Y CON LA MANO DE OBRA Y EL EQUIPO EXISTENTES; EN LA SEGUNDA OFERTA, SIGNIFICA LO QUE PUEDE PRODUCIR UNA FÁBRICA QUE A SU VEZ PUEDE SER REMUNERATIVAMENTE PRODUCIDA Y EXPLOTADA DENTRO DEL TIEMPO DADO. FINALMENTE, PODEMOS AMPLIAR NUESTRO CAMPO VISUAL HASTA INCLUIR EN ÉL LOS CAMBIOS EN LOS DATOS ECONÓMICOS: POBLACIÓN, GUSTOS, TÉCNICA, CAPITAL Y ORGANIZACIÓN; EN ESTE CASO, TENDREMOS EN CUENTA LOS CAMBIOS LENTOS, SECULARES DE LOS VALORES NORMALES.

ESTA FORMA ESPECIAL DEL ANÁLISIS DEL EQUILIBRIO, PRODUJO MUCHOS - CONCEPTOS QUE AHORA SON DE USO GENERAL. LOS CONCEPTOS "ELASTICIDAD DE LA DEMANDA" Y "PRINCIPIO DE SUSTITUCIÓN", POR EJEMPLO, HAN LLEGADO A PARTES INTEGRANTES DE LA TEORÍA DEL CAMBIO. LA DISTINCIÓN ENTRE COSTOS PRIMOS Y COMPLEMENTARIOS, HA SIDO UNA AYUDA IMPORTANTE PARA LA TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN. PERO OTROS CONCEPTOS - COMO, EMPRESA REPRESENTATIVA Y ECONOMÍAS INTERNAS Y EXTERNAS, HAN RESULTADO MENOS CLAROS Y ÚTILES COMO MARSHALL LOS SUPONÍA. SIN - EMBARGO, CONTRIBUYERON A ACLARAR LAS CONDICIONES DEL EQUILIBRIO; - Y LAS EXPRESIONES DE LA TEORÍA IMPERFECTA, SE HAN INSPIRADO EN - GRAN MEDIDA EN LOS PROBLEMAS QUE PLANTEAN ESTOS CONCEPTOS MARSHALLIANOS.

WILFREDO PARETO (1848-1923). EN CUANTO AL PROBLEMA GENERAL DEL - FUNDAMENTO DEL VALOR EN LA UTILIDAD, SU COURS REVELA CLARAMENTE, - POR SU CONFUSIÓN, EL COMIENZO DE CIERTA INSEGURIDAD EN EL PENSAMIENTO DE PARETO. LA ACTITUD BÁSICA ANTE EL PROBLEMA ES TODAYÍA - FUERTEMENTE SUBJETIVA, Y LOS GUSTOS (GOÛTS) Y OBSTÁCULOS (OBSTACLES) INDIVIDUALES, CONSTITUYEN LOS POLOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA. PERO AUNQUE PARETO NO SE EXPRESA CLARAMENTE ACERCA DEL CARÁCTER "ORDINAL" DE LA UTILIDAD, YA SE HACE MANIFIESTA CIERTA TENDENCIA A DESCONOCER LAS PREMISAS PSICOLÓGICAS Y A CONCENTRARSE EN EL HECHO EMPÍRICO DE LA ELECCIÓN. UN INDICIO DE QUE ALGUNA CUENTA SE DABA DE LA CONFUSIÓN A QUE PODÍA CONducIR EL CONCEPTO DE - UTILIDAD, LO TENEMOS EN LA DISTINCIÓN QUE ESTABLECE ENTRE DIFERENTES TIPOS DE CONDUCTA HUMANA, SOBRE TODO AQUÉLLAS QUE ENCUENTRAN SU RAZÓN DE SER ÚNICAMENTE EN LA PREFERENCIA OBSERVADA DEL INDIVIDUO, Y LAS QUE PUEDEN REFERIRSE A ALGUNA NORMA OBJETIVA.

EN RELACIÓN CON LAS PRIMERAS QUE, SEGÚN LA ESCUELA MARGINALISTA, - SON LAS ÚNICAS QUE IMPORTAN EN TEORÍA ECONÓMICA, SUGIRIÓ PARETO, - REEMPLAZAR LA UTILIDAD COMO CARACTERÍSTICA MOTIVADORA DEL OBJETO DEL DESEO POR EL TÉRMINO MÁS INOCUO DE "OFELINIDAD". PERO ESTE - TRATAMIENTO NO ERA BASTANTE DIFERENTE DE LOS DEMÁS TEÓRICOS DE LA UTILIDAD, AÚN HEDONISTAS, Y POR TANTO, EL TÉRMINO NO LOGRÓ DESPLAZAR AL ANTIGUO.

LA OBRA POSTERIOR DE PARETO, PRESENTÓ CAMBIOS MARCADOS RESPECTO - DE SU PRIMERA POSICIÓN, TANTO QUE EN DEFINITIVA, AFECTÓ A LA TEORÍA ECONÓMICA. LA INNOVACIÓN FUNDAMENTAL CONSISTE EN AFIRMAR QUE LA UTILIDAD NO ES MENSURABLE, BASTANDO ÚNICAMENTE LA CONCEPCIÓN - ORDINAL DE LA UTILIDAD PARA FORMULAR UNA TEORÍA DE LA SELECCIÓN. - PUEDE DECIRSE QUE EN TÉRMINOS TÉCNICOS, LA UTILIDAD SE DEDUCE PARA CADA INDIVIDUO, BASÁNDOSE EN UNA ESCALA DE PREFERENCIAS SIN NECESIDAD DE SUPONER FUNCIONES DE UTILIDAD. EL ÚNICO FENÓMENO DETERMINADO ES SU ESCALA DE PREFERENCIA, TAL Y COMO SE MANIFIESTE - EN SU CONDUCTA; TODAS LAS FUNCIONES DE LA UTILIDAD HABRÁN DE ADAPTARSE A ELLA. AUNQUE ESTE CAMBIO PUDO ADVERTIRSE EN LA OBRA DE - COURNOT, LA EXPOSICIÓN DE PARETO FUE LA QUE MÁS LLAMÓ LA ATENCIÓN.

PARETO NO ELABORÓ UN APARATO TEÓRICO COMPLETO BASADO EN SU NUEVO CONCEPTO DE LA ELECCIÓN, PERO LE DIO UN IMPORTANTE IMPULSO. ADOPTÓ EL CONCEPTO DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA QUE POR VEZ PRIMERA USÓ EL ECONOMISTA INGLÉS F. V. EDGEWORTH, PARA MOSTRAR LA POSIBILIDAD DE FORMULAR UNA TEORÍA TENIENDO ÚNICAMENTE COMO BASE LAS - PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR. TODAS LAS COMBINACIONES PUEDEN DISPONERSE EN UNA SOLA CURVA DE INDIFERENCIA. TAMBIÉN SE PUEDE REPRESENTAR UN SISTEMA INDIVIDUAL DE PREFERENCIAS, RESPECTO DE DOS MERCANCÍAS EN UN MAPA DE INDIFERENCIA, QUE MUESTRA LOS DIFERENTES NIVELES DE SATISFACCIÓN. ES POSIBLE, PUES, ESCRIBIR EN FORMA DE ECUACIONES DIFERENCIALES EL EQUILIBRIO DEL SISTEMA, EN VEZ DE FUNCIONES DE UTILIDAD.

ES ASÍ QUE INTENTAMOS MOSTRAR UN BREVE PANORAMA SOBRE LOS DISTINTOS Matices QUE TUVO EN SU FORMACIÓN LA TEORÍA DE LA DEMANDA, SENTANDO EL ANTECEDENTE PARA PASAR A PLASMAR EN EL SIGUIENTE CAPÍTULO, LA APLICACIÓN PRÁCTICA QUE LOS AUTORES DE LA MICROECONOMÍA - TRADICIONAL, ENTENDIDA ÉSTA COMO LA ACOSTUMBRADA A CONSULTAR, TANTO POR PROFESORES COMO POR ALUMNOS DE CARRERAS ECONÓMICO-SOCIALES O AFINES.

POR OTRO LADO, CONSIDEREMOS QUE PARA FINES DE EXPOSICIÓN, RESULTA INTERESANTE CONFIRMAR QUE EN LOS ENFOQUES SOBRE LA TEORÍA DE LA DEMANDA QUE SE PRESENTARÁN A CONTINUACIÓN, SE VERÁN CLARAMENTE MUCHOS DE LOS CONCEPTOS E IDEAS AISLADAS QUE NOS APORTARON AUTORES TRATADOS EN ESTE CAPÍTULO, CONJUNTADOS EN UNA TEORÍA SOBRE LA DEMANDA, CUMPLIENDO ASÍ CON LA COMETIDA QUE NOS INTERESA.

## CAPITULO II

### LOS ENFOQUES DE LA TEORIA DE LA DEMANDA

TAL VEZ A PRIMERA VISTA PUDIERA PARECER QUE EL DESARROLLO DE ESTE CAPÍTULO SEA ÚNICAMENTE LA REPETICIÓN A LA COPIA DE ALGO, QUE SIN NECESITARLO PUEDE SER FÁCILMENTE LOCALIZABLE EN CUALQUIER TEXTO DE MICROECONOMÍA MODERNA, COMO LO SON LOS ENFOQUES DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA. SIN EMBARGO, LO QUE INTERESA MOSTRAR EN ESTE CAPÍTULO COMO LO FUE EN EL ANTERIOR, ES QUE LA HISTORIA DE LAS IDEAS ES TODO UN PROCESO DE SELECCIÓN INTERPRETATIVA SIEMPRE SUJETA A ANÁLISIS CIENTÍFICO, YA QUE LA APARICIÓN DE LAS GRANDES CORRIENTES DE PENSAMIENTO, NO ES DE NINGUNA MANERA FORTUITA, SINO QUE DEPENDE DE VARIADAS CAUSAS.

EN ESTE CASO, EL APOYO TEÓRICO FUNDAMENTAL VIENE DE AUTORES QUE COMO KONTZOYIANNIS Y FERGUSON, SE CARACTERIZAN POR SU CLARIDAD Y SENCILLEZ EN LA EXPOSICIÓN DE DICHS ENFOQUES.

DE ESTE MODO, EL PROCESO POR EL CUAL SE FORMAN LAS IDEAS ECONÓMICAS. ES SUSCEPTIBLE DE ANÁLISIS SISTEMÁTICOS, Y LA ESTRUCTURA Y LOS CAMBIOS CARACTERÍSTICOS DE UNA ÉPOCA DETERMINADA, SON FACTORES QUE EJERCEN INFLUENCIA PODEROSA SOBRE LAS CONCEPCIONES TEÓRICAS DE LA ECONOMÍA.

CON ESTAS PREMISAS Y TOMANDO EN CUENTA EL CAPÍTULO ANTERIOR, PODREMOS OBSERVAR CÓMO LOS TEÓRICOS MODERNOS SE ALIMENTARON DE IDEAS DE LOS ANTIGUOS TEÓRICOS, QUIENES APORTARON VALIOSOS ELEMENTOS PARA ELLOS, ANIQUILANDO POR OTRA PARTE TODO AQUELLO NO ACORDE AL MOMENTO ESPECÍFICO DE LA HISTORIA ECONÓMICA. POR LO QUE CONTINUANDO CON LA MISMA LÓGICA ESTABLECIDA POR AQUELLOS AUTORES QUE RETOMARON LO POSITIVO SOBRE EL TEMA A NUESTRO JUICIO, PROCEDEREMOS A SENTAR LAS BASES PARA LA ELABORACIÓN DE UNA TEORÍA DE LA DEMANDA MÁS ELABORADA, QUEDANDO ASÍ COMO LA TAREA A DESARROLLAR EN EL SIGUIENTE CAPÍTULO, TENIENDO COMO ANTECEDENTES EL CAPÍTULO ANTERIOR ASÍ COMO ESTE PRESENTE.

## 11.1. ENFOQUES MODERNOS DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA

EL PROPÓSITO DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA ES TAL Y COMO SE HA MANIFESTADO YA EN VARIOS TEXTOS DE MICROECONOMÍA, EL DETERMINAR LOS DIFERENTES FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA. CON FRECUENCIA SE CREE QUE LA RAZÓN DE SER DE DICHA TEORÍA ES EL ESTABLECIMIENTO DE LA LEY DE LA DEMANDA, ES DECIR, QUE LA DEMANDA ESTÁ EN RAZÓN INVERSA AL PRECIO, CON LA SALVEDAD DE QUE SE INCURRE EN EL ERROR DE CONSIDERAR AL PRECIO COMO SU ÚNICO DETERMINANTE.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE LA DEMANDA DEBERÁ SER CONSIDERADA COMO UNA RELACIÓN MULTIVARIADA, ESTO ES, QUE ESTÁ DETERMINADA POR MUCHOS FACTORES. LA TEORÍA CONVENCIONAL DE LA DEMANDA CENTRA SU ATENCIÓN EN CUATRO FACTORES COMO SUS PRINCIPALES DETERMINANTES, ELLOS SON:

1) EL PRECIO DE LA MERCANCÍA; 2) OTROS PRECIOS DE MERCANCÍAS; - -  
3) EL INGRESO Y 4) LOS GUSTOS. AUNQUE ALGUNOS AUTORES HAN INTRODUCIDO OTROS FACTORES, SUELEN SER SÓLO ESTOS CUATRO LOS MÁS SIGNIFICATIVOS.

LA TEORÍA TRADICIONAL DE LA DEMANDA, INICIA SU EXAMEN CON LA TEORÍA DEL CONSUMIDOR INDIVIDUAL, YA QUE LA DEMANDA DE MERCADO ES LA SUMA DE LAS DEMANDAS DE LOS CONSUMIDORES INDIVIDUALES.

ESTE CONSUMIDOR POSEE UN COMPORTAMIENTO RACIONAL, ES DECIR, QUE EN BASE A SU INGRESO Y EL PRECIO DE LAS MERCANCÍAS DADO, SIEMPRE BUSCA UN MÁXIMO DE SATISFACCIÓN O DE UTILIDAD PLANIFICANDO SU GUSTO.

HAY DOS ENFOQUES BÁSICOS AL PROBLEMA DE LA UTILIDAD, EL ENFOQUE CARDINALISTA Y EL ENFOQUE ORDINALISTA, DENTRO DEL CUAL SE ENCUENTRA EL ENFOQUE DE LA PREFERENCIA REVELADA.

### II.1.1. ENFOQUE CARDINALISTA<sup>3</sup>

SU PRINCIPAL POSTULADO ES QUE LA UTILIDAD ES MEDIBLE MEDIANTE UNIDADES MONETARIAS, DE ACUERDO A LA CANTIDAD DE DINERO QUE EL CONSUMIDOR ESTÉ DISPUESTO A SACRIFICAR POR OTRA UNIDAD DE MERCANCÍA.

\*SUPUESTOS:

- 1) RACIONALIDAD. EL CONSUMIDOR BUSCA EL MÁXIMO DE UTILIDAD, DADOS SU INGRESO Y EL PRECIO DE LAS MERCANCÍAS.
- 2) UTILIDAD CARDINAL. LA UTILIDAD ES MEDIBLE MEDIANTE LA UNIDAD DE MEDIDA QUE ES EL DINERO.
- 3) LA UTILIDAD MARGINAL DEL DINERO ES CONSTANTE. LA UTILIDAD MARGINAL DEL DINERO NO CAMBIA, AUN CUANDO EL INGRESO SE INCREMENTA O DECRECIENTE.
- 4) LA UTILIDAD MARGINAL ES DECRECIENTE<sup>4</sup>. LA UTILIDAD MARGINAL DE UNA MERCANCÍA, TIENDE A DISMINUIR DEBIDO A QUE AL SER CONSUMIDA, NO PROPORCIONA EL MISMO GRADO DE SATISFACCIÓN O DE UTILIDAD.
- 5) LA UTILIDAD TOTAL DE UNA CANASTA DE BIENES, DEPENDE DE LAS CANTIDADES DE LAS MERCANCÍAS INDIVIDUALES. LA UTILIDAD TOTAL ESTÁ COMPUESTA POR LA SUMA INDIVIDUAL DE LAS MERCANCÍAS QUE COMPREN ESA CANASTA DE BIENES<sup>5</sup>.

3) "Aunque el concepto subjetivo, utilidad medible, se atribuye a Gossen (1854), Jevons (1871), Walras (1874), Marshall (1890), autores como J. Baptiste Say (1767-1832), Condillac (1755) y J.H. von Thünen, tuvieron la visión inicial de considerar a la utilidad como determinante del valor, sentando así las bases que nos llevarían posteriormente a considerarla como algo medible".

4) J. Stuart Mill (1805-1873), aporta importantes proposiciones en la determinación de la ley de los rendimientos decrecientes, apoyándose en la teoría malthusiana de la población.

5) Koutzoyanis, A., Modern Microeconomics. The MacMillan Press Ltd., Londres 1975.

### II.1.2 EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR

EN UN MODELO SIMPLE DE UN SOLO BIEN X. EL CONSUMIDOR TIENE DOS OPCIONES: 1) PUEDE COMPRAR X ó, 2) RETENER SU INGRESO Y. BAJO ESTAS CONDICIONES, EL CONSUMIDOR ESTARÁ EN EQUILIBRIO CUANDO LA UTILIDAD MARGINAL DE X SEA IGUAL A SU PRECIO DE MERCADO  $P_X$ .

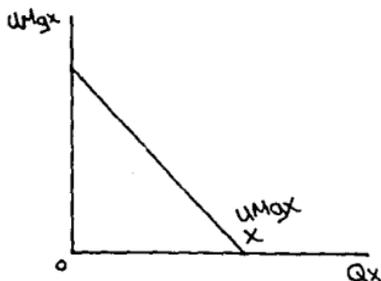
DE TAL FORMA TENEMOS:

CUANDO LA UTILIDAD MARGINAL DEL BIEN X ES MAYOR A SU PRECIO DE MERCADO, EL CONSUMIDOR PUEDE INCREMENTAR SU BIENESTAR COMPRANDO MÁS UNIDADES DE X. SIMBÓLICAMENTE  $UM_{GX} > P_X$ .

CUANDO LA UTILIDAD MARGINAL DEL BIEN X ES MENOR A SU PRECIO DE MERCADO, EL CONSUMIDOR PUEDE INCREMENTAR SU BIENESTAR RESTRINGIENDO EL CONSUMO DE UNIDADES DE X Y MANTENIENDO MÁS DE SU INGRESO. SIMBÓLICAMENTE  $UM_{GX} < P_X$ . POR LO TANTO, LOGRARÁ SU MÁXIMO DE UTILIDAD CUANDO  $UM_{GX} = P_X$ .

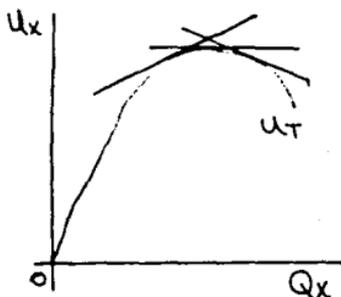
### II.1.3 DERIVACIÓN DE LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR

LA DERIVACIÓN DE LA CURVA DE LA DEMANDA EN ESTE ENFOQUE, SE BASA EN EL SUPUESTO DE LA UTILIDAD MARGINAL<sup>8)</sup> DECRECIENTE. DE TAL FORMA QUE LA REPRESENTACIÓN DE LA UTILIDAD MARGINAL DE X MERCANCÍA, CORRESPONDE AL DE UNA LÍNEA CON PENDIENTE NEGATIVA (GRÁFICA 1).

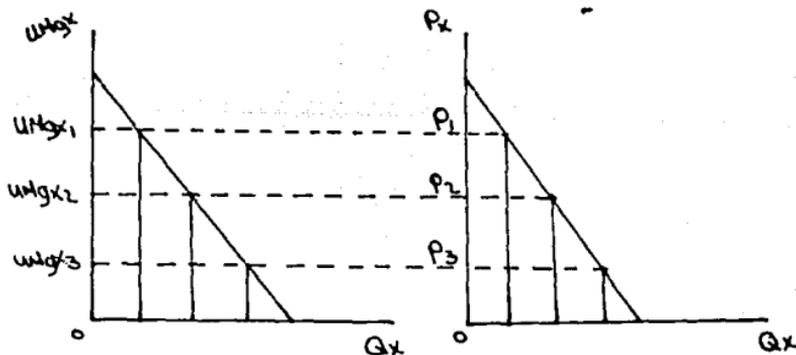


8) Anticipándose casi por completo a la teoría de la productividad marginal, Thünen sostuvo que el empleo de dosis adicionales de K y L aumentarían el rendimiento de la agricultura, pero aumentarían también el costo.

LA UTILIDAD MARGINAL DE X ES LA PENDIENTE DE LA FUNCIÓN DE UTILIDAD TOTAL. LA UTILIDAD TOTAL SE INCREMENTA A UNA TASA DECRECIENTE HASTA LLEGAR A SU MÁXIMO EN X, PARA LUEGO VOLVERSE NEGATIVA. - (GRÁFICA 2).



SI LA UTILIDAD MARGINAL ES MEDIBLE EN UNIDADES MONETARIAS, LA CURVA DE DEMANDA PARA X DEBE SER LA MISMA AL SEGMENTO POSITIVO DE LA CURVA DE UTILIDAD MARGINAL. POR EJEMPLO, TENEMOS QUE PARA  $X_1$  LA UTILIDAD MARGINAL (UMG) ES  $UMG_1$ , ÉSTA ES IGUAL A  $P_1$  Y A UN PRECIO  $P_1$  LA CANTIDAD ES  $X_1$ . ESTO MISMO OCURRE PARA  $X_2$  -  $UMG_2 = P_2 - X_2$  Y - ASÍ SUCESIVAMENTE. LA SECCIÓN NEGATIVA DE LA CURVA UMG NO FORMA PARTE DE LA CURVA DE DEMANDA, YA QUE EN ECONOMÍA, ÉSTA NO INTERESA. (GRÁFICA 3).



## 11.2 ENFOQUE ORDINALISTA<sup>7</sup>

LA ESCUELA ORDINALISTA POR SU PARTE, POSTULA QUE LA UTILIDAD NO PUEDE SER MEDIBLE, SINO QUE ES UNA MAGNITUD ORDINAL.

EL CONSUMIDOR NO NECESITA CONOCER EN UNIDADES ESPECÍFICAS LA UTILIDAD DE LAS DIFERENTES MERCANCÍAS PARA HACER SU ELECCIÓN.

LO MÁS IMPORTANTE EN ESTE ENFOQUE, ES QUE EL CONSUMIDOR PUEDE ORDENAR LAS DIFERENTES CANASTAS DE BIENES, DE ACUERDO CON LA SATISFACCIÓN QUE CADA PAQUETE LE PUEDA PROPORCIONAR. LAS PRINCIPALES TEORÍAS ORDINALES SON EL ENFOQUE DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA Y LA HIPÓTESIS DE LA PREFERENCIA REVELADA.

### 11.2.1 LA TEORÍA DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA

SUPUESTOS:

- 1) RACIONALIDAD. EL CONSUMIDOR ASPIRA A OBTENER EL MÁXIMO GRADO DE UTILIDAD, DADO SU INGRESO Y LOS PRECIOS DEL MERCADO DE LAS MERCANCÍAS.
- 2) LA UTILIDAD ES ORDINAL. EL CONSUMIDOR PUEDE ORDENAR SUS PREFERENCIAS, DE ACUERDO CON EL GRADO DE UTILIDAD QUE CADA CANASTA LE PROPORCIONE.
- 3) TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN DECRECIENTE. LAS PREFERENCIAS SE COLOCAN EN TÉRMINOS DE CURVAS DE INDIFERENCIA CONVEXAS AL ORIGEN. POR LO QUE SU PENDIENTE ES CRECIENTE, YA QUE VA DE - A 0 (EN TÉRMINOS ABSOLUTOS ES DECRECIENTE). LA PENDIENTE DE LA CURVA SE LLAMA TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN DE LAS MERCANCÍAS. LA TEORÍA DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA SE BASA EN EL AXIOMA DE LA TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN DECRECIENTE (TMGS)<sup>8</sup>.

7) La innovación fundamental de Pareto fue afirmar que la utilidad no es mensurable, bastando únicamente la concepción ordinal de la utilidad para formular una teoría de la selección.

8) Koutzoyiannis, A., Modern Microeconomics. The MacMillan Press Ltd., Londres, 1975.

- 4) LA UTILIDAD TOTAL DEL CONSUMIDOR DEPENDE DE LAS CANTIDADES DE MERCANCÍAS CONSUMIDAS.
- 5) CONSISTENCIA Y TRANSITIVIDAD DE LA ELECCIÓN. EL SUPUESTO DE CONSISTENCIA DESCANSA EN EL HECHO DE QUE EL CONSUMIDOR SE MUESTRE CONSISTENTE EN SUS ELECCIONES, YA QUE SI ELIGE UNA CANASTA DE BIENES A, A UNA CANASTA DE BIENES B, SERÍA INCONSISTENTE ELEGIR EN CUALQUIER OTRO PERÍODO LA CANASTA B DE LA A, DADO QUE AMBAS ESTÁN A SU ALCANCE.

SIMBÓLICAMENTE

SI  $A \succ B$  ENTONCES  $B \prec A$

DE IGUAL MANERA, SE SUPONE QUE LOS GUSTOS O ELECCIONES DE LOS CONSUMIDORES SE CARACTERIZAN POR LA TRANSITIVIDAD SI A SE PREFIERE A B Y B A C, ENTONCES A SE PREFIERE A C.

### 11.2.2 EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR

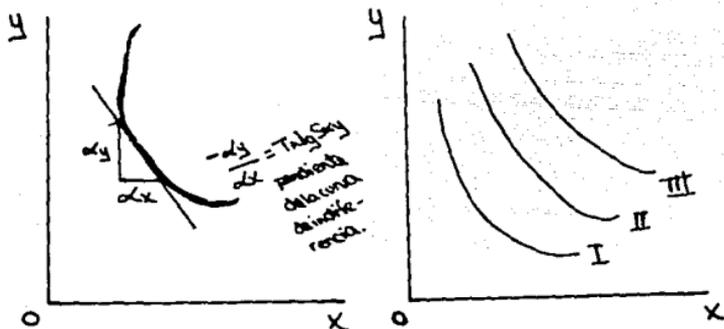
PARA PODER DEFINIR EL EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR, SERÁ INDISPENSABLE INTRODUCIR LOS CONCEPTOS BÁSICOS QUE CONFORMAN EL HERRAMENTAL EN ESTE ENFOQUE.

TALES CONCEPTOS SON: LAS CURVAS DE INDIFERENCIA, LA TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN Y LA LÍNEA DE PRESUPUESTO.

CURVAS DE INDIFERENCIA<sup>91</sup>. ES LA SUCESIÓN DE PUNTOS QUE REPRESENTA COMBINACIONES PARTICULARES DE BIENES, LAS CUALES PROPORCIONAN AL CONSUMIDOR UN MISMO NIVEL DE UTILIDAD, POR LO QUE CUALQUIER SITUACIÓN DENTRO DE LA CURVA LE ES INDIFERENTE, AUN CUANDO NO SEAN SUSTITUTOS PERFECTOS,

<sup>91</sup> Perato adoptó por vez primera el concepto de curvas de indiferencia, que posteriormente utilizó el economista inglés Edgeworth, intentando formular una teoría a partir de las preferencias del consumidor.

UN MAPA DE INDIFERENCIA MUESTRA TODAS LAS CURVAS DE INDIFERENCIA QUE ORDENAN LAS PREFERENCIAS DEL COSUMIDOR. LA CURVA DE INDIFERENCIA MÁS ALTA, PROPORCIONA UN NIVEL MÁS ALTO DE SATISFACCIÓN, Y SON PREFERIDAS. LA PENDIENTE DE UNA CURVA DE INDIFERENCIA EN CUALQUIER PUNTO SE LLAMA TASA MARGINAL DE SUSTITUCIÓN DE DOS BIENES X Y Y, Y ESTÁ DADA POR LA PENDIENTE DE LA TANGENTE DE ESE PUNTO.



LA  $TMGS_{XY}$  SE DEFINE COMO EL NÚMERO DE UNIDADES DEL BIEN Y QUE DEBE SER DADO A CAMBIO DE UNA UNIDAD EXTRA DEL BIEN X.

PROPIEDADES DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA. UNA CURVA DE INDIFERENCIA TIENE PENDIENTE NEGATIVA, LO QUE DEMUESTRA QUE CUANDO EL BIEN Y DISMINUYE, EL BIEN X AUMENTA, SI EL CONSUMO PERMANECE AL MISMO NIVEL DE SATISFACCIÓN.

ENTRE MÁS ESTÉ ALEJADA DEL ORIGEN, MOSTRARÁ NIVELES DE UTILIDAD MAYORES. LAS CURVAS DE INDIFERENCIA NO SE INTERSECTAN, PUESTO QUE DE SER ASÍ, MOSTRARÍAN DOS NIVELES DIFERENTES DE SATISFACCIÓN, LO CUAL NO ES POSIBLE.

LAS CURVAS DE INDIFERENCIA SON CONVEXAS CON RESPECTO AL ORIGEN<sup>10</sup>. - ESTO IMPLICA QUE LA PENDIENTE DE UNA CURVA DE INDIFERENCIA DISMINUYE (EN TÉRMINOS ABSOLUTOS), A MEDIDA QUE NOS DESPLAZAMOS A LO LARGO DE LA CURVA, DESCENDIENDO DE IZQUIERDA A DERECHA: LA TMGS Y DE LAS MERCANCÍAS ES DECRECIENTE. ESTE AXIOMA ES DERIVADO POR PROPIA OBSERVACIÓN, COMO LA LEY DE LA UTILIDAD MARGINAL DECRECIENTE DE LA ESCUELA CARDINALISTA. EL AXIOMA DE LA TMGS, EXPRESA LA REGLA QUE DICE QUE EL NÚMERO DE UNIDADES DE Y QUE EL CONSUMIDOR ESTÁ DISPUESTO A SACRIFICAR PARA OBTENER UNA UNIDAD ADICIONAL DE X, DISMINUYE A MEDIDA QUE LA CANTIDAD DE X AUMENTA.

### II.2.3.1 LA RESTRICCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL CONSUMIDOR

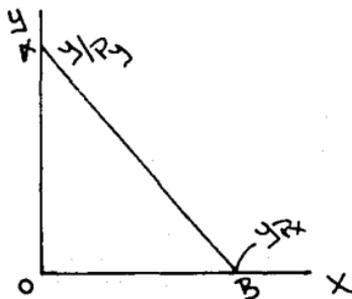
EL CONSUMIDOR TIENE UN INGRESO DADO QUE FIJA LOS LÍMITES DE SU COMPORTAMIENTO DE MAXIMIZACIÓN. EL INGRESO ACTÚA COMO UN OBSTÁCULO QUE LIMITA EL LOGRO DE LA MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD. LOS CONSUMIDORES SENCILLAMENTE NO PUEDEN TENER TODO LO QUE QUIEREN. NO PUEDEN TENER TODO LO QUE QUIEREN PORQUE TIENEN UN INGRESO LIMITADO. ESTO OBLIGA AL CONSUMIDOR A ELEGIR ENTRE LOS BIENES Y SERVICIOS EXISTENTES Y LIMITA LAS CANTIDADES QUE PUEDE CONSUMIR. EL SUPUESTO FUNDAMENTAL DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR ES QUE CADA CONSUMIDOR SELECCIONA ENTRE LAS DIFERENTES MERCANCÍAS, CON EL FIN DE OBTENER LA UTILIDAD MÁXIMA QUE LE PERMITA SU INGRESO LIMITADO. LA RESTRICCIÓN DEL PRESUPUESTO EN EL CASO DE DOS MERCANCÍAS SE EXPRESA ASÍ:

$$\begin{array}{rcc}
 & & \text{CANTIDAD} \\
 & & \text{DE X} \\
 \text{INGRESO} & & \\
 Y = P_x Q_x + P_y Q_y & \longrightarrow & \text{CANTIDAD DE Y} \\
 \text{PRECIO} & \text{PRECIO} & \\
 \text{DE X} & \text{DE Y} & 
 \end{array}$$

- 10) El supuesto implica que las mercancías se pueden sustituir unas a otras, pero no son perfectamente sustituibles. Si las mercancías fueran perfectamente sustituibles, la curva de indiferencia llegaría a ser una línea recta con pendiente negativa. Si las mercancías son complementarias, la curva de indiferencia toma la forma de un ángulo recto.

En el primer caso de equilibrio del consumidor puede ser una solución extrema, ya que es una situación en la que el consumidor gasta todo su ingreso en una mercancía. Este es llamado algunas veces Monomanía. Las situaciones de monomanía no se observan en el mundo real, por lo que son eliminadas. En el caso de bienes complementarios, el análisis de las curvas de indiferencia falla, ya que no hay sustitutos.

Así, si  $Q_x = 0$ , EL CONSUMIDOR GASTA TODO SU INGRESO EN Y, DE MANERA SIMILAR, SI  $Q_y = 0$ , EL CONSUMIDOR GASTA TODO SU INGRESO EN X.



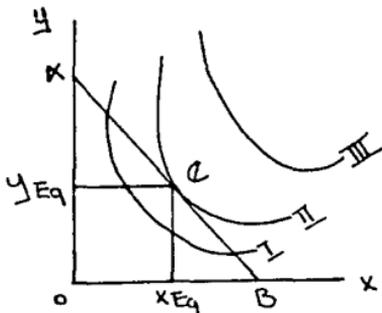
#### 11.2.4 DERIVACIÓN DEL EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR

EL CONSUMIDOR ESTÁ EN EQUILIBRIO CUANDO MAXIMIZA SU UTILIDAD, DADO SU INGRESO Y LOS PRECIOS DEL MERCADO. DOS CONDICIONES DEBEN SER CUMPLIDAS POR EL CONSUMIDOR PARA ESTAR EN EQUILIBRIO.

LA PRIMERA ES QUE LA TMGS SEA IGUAL A LA RAZÓN DE PRECIOS DE LOS DOS BIENES:

$$TMGS_{XY} = \frac{UMGX}{UMGY} = \frac{P_X}{P_Y}$$

LA SEGUNDA CONDICIÓN ES QUE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA SEAN CONVEXAS CON RESPECTO AL ORIGEN.



DADO EL MAPA DE INDIFERENCIA DEL CONSUMIDOR Y SU LÍNEA DE PRESUPUESTO, EL EQUILIBRIO SE DEFINE POR EL PUNTO DE TANGENCIA DE LA LÍNEA DEL PRESUPUESTO CON LA CURVA DE INDIFERENCIA MÁS ALTA POSIBLE. EN EL PUNTO DE TANGENCIA LAS PENDIENTES DE LA LÍNEA DEL PRESUPUESTO Y DE LA CURVA DE INDIFERENCIA SON IGUALES A:

$$TM_{GSXY} = UM_{GX} / UM_{GY} = P_X / P_Y$$

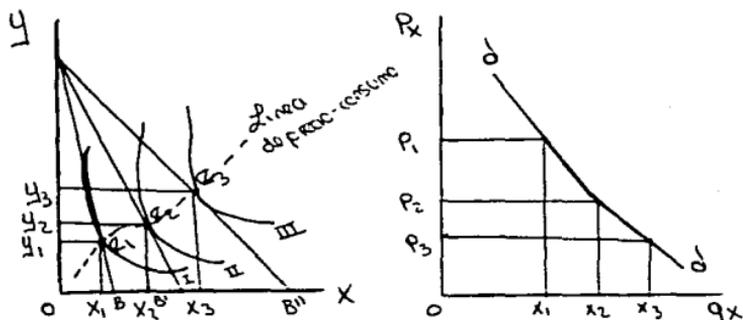
ASÍ LA PRIMERA CONDICIÓN SE DENOTA POR EL PUNTO DE TANGENCIA DE LAS DOS CURVAS REFERIDAS. LA SEGUNDA CONDICIÓN ESTÁ IMPLÍCITA POR LA FORMA DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA. EL CONSUMIDOR MAXIMIZA SU UTILIDAD COMPRANDO  $X^{EQ}$  Y  $Y^{EQ}$  DE LAS DOS MERCANCÍAS.

### 11.2.5 DERIVACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA USANDO EL ENFOQUE DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA

EN LA MEDIDA EN QUE EL PRECIO DE UNA MERCANCÍA, POR EJEMPLO X, DISMINUYE, LA LÍNEA DEL PRESUPUESTO DEL CONSUMIDOR SE DESPLAZA HACIA LA DERECHA, DE SU POSICIÓN INICIAL (AB) A UNA NUEVA POSICIÓN (A'B'), DEBIDO AL AUMENTO EN EL PODER DE COMPRA DEL INGRESO MONETARIO DADO DEL CONSUMIDOR. CON MÁS PODER DE COMPRA EN SU POSICIÓN, EL CONSUMIDOR PUEDE COMPRAR MÁS DEL BIEN X Y MÁS DEL BIEN Y. LA NUEVA LÍNEA DE PRESUPUESTO ES TANGENTE A LA CURVA DE INDIFERENCIA MÁS ALTA. (CURVA I').

EL NUEVO PUNTO DE EQUILIBRIO SE DA A LA DERECHA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO ORIGINAL (PARA BIENES NORMALES), MOSTRANDO QUE EN LA MEDIDA QUE EL PRECIO DISMINUYE, MÁS CANTIDAD DE LA MERCANCÍA SERÁ COMPRADA. SI PERMITIMOS QUE EL PRECIO DE X DISMINUYA CONSTANTEMENTE Y JUNTAMOS LOS PUNTOS DE TANGENCIA DE LÍNEAS DEL PRESUPUESTO SUCESIVAS Y LAS CURVAS DE INDIFERENCIA MÁS ALTAS, FORMAREMOS LA LLAMADA LÍNEA DE PRECIO-CONSUMO, DE LA CUAL DERIVAMOS LA CURVA DE DEMANDA PARA LA MERCANCÍA X. EN EL PUNTO P<sup>1</sup> EL CONSUMIDOR COMPRÓ LA CANTIDAD X<sup>1</sup> AL PRECIO Y<sup>1</sup>. EN EL PUNTO P<sup>2</sup> EL PRECIO Y<sup>2</sup>, ES MÁS BAJO QUE Y<sup>1</sup> Y LA CANTIDAD DEMANDADA HA AUMENTADO A X<sup>2</sup>, Y ASÍ SUCE

SIVAMENTE. PODEMOS TRAZAR LOS PARES DE PRECIO Y CANTIDAD, DADOS POR LOS PUNTOS DE EQUILIBRIO PARA ASÍ OBTENER LA CURVA DE DEMANDA.



LA CURVA DE DEMANDA PARA MERCANCÍAS NORMALES (UNA MERCANCÍA SE DEFINE COMO NORMAL CUANDO SU DEMANDA CAMBIA EN LA MISMA DIRECCIÓN - DEL INGRESO. SI LA DEMANDA DE UN BIEN DISMINUYE CUANDO AUMENTA - EL INGRESO, LA MERCANCÍA ES LLAMADA INFERIOR) SIEMPRE TENDRÁ PENDIENTE NEGATIVA, TAL Y COMO LO INDICA LA LEY DE LA DEMANDA, (LA - CANTIDAD DE UN BIEN AUMENTA EN LA MEDIDA QUE EL PRECIO BAJE).

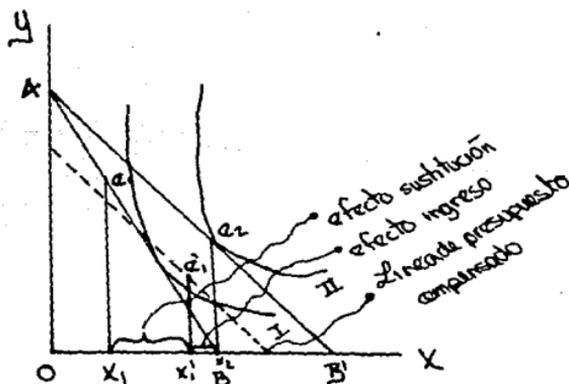
UNA DISMINUCIÓN EN EL PRECIO DE X DE  $P_1$  A  $P_2$  DA COMO RESULTADO UN AUMENTO EN LA CANTIDAD DEMANDADA DE  $X_1$  A  $X_2$ . ESTO SE CONOCE COMO EFECTO TOTAL DEL PRECIO, QUE DEBE SER SEPARADO EN DOS EFECTOS SEPARADOS, UN EFECTO SUSTITUCIÓN Y UN EFECTO INGRESO. EL EFECTO - SUSTITUCIÓN ES AQUÉL QUE RESULTA DEL AUMENTO DE LA CANTIDAD COMPRADA SEGÚN EL PRECIO DE LA MERCANCÍA BAJA, DESPUÉS DE UN AJUSTE EN EL INGRESO, CON EL OBJETO DE MANTENER EL PODER DE COMPRA REAL DEL CONSUMIDOR EN EL MISMO NIVEL. ESTE AJUSTE SE CONOCE COMO VARIACIÓN COMPENSADORA Y SE MUESTRA POR UN CAMBIO DE LA NUEVA LÍNEA DEL PRESUPUESTO A UNA PARALELA, HASTA QUE SE TRANSFORMA EN TANGENTE DE LA CURVA DE INDIFERENCIA INICIAL. EL PROPÓSITO DE ESTA VARIACIÓN COMPENSADORA NO ES OTRA COSA QUE PERMITIR AL CONSUMIDOR - PERMANECER EN EL MISMO NIVEL DE SATISFACCIÓN ANTES DEL CAMBIO EN EL PRECIO. LA LÍNEA DEL PRESUPUESTO COMPENSADO SERÁ TANGENTE DE LA CURVA DE INDIFERENCIA ORIGINAL (I) EN EL PUNTO  $E_1$ ) A LA DERE-

CHA DE LA TANGENCIA ORIGINAL ( $E_1$ ). EL MOVIMIENTO DEL PUNTO  $E_1$  A  $E_1'$ , MUESTRA EL EFECTO SUSTITUCIÓN DEL CAMBIO EN EL PRECIO: EL CONSUMIDOR COMPRO MÁS DE  $X$  AHORA QUE ES MÁS BARATO, SUSTITUYENDO  $Y$  POR  $X$ . LA VARIACIÓN COMPENSADORA AISLA EL EFECTO SUSTITUCIÓN, PERO NO MUESTRA EL NUEVO EQUILIBRIO.

ESTA SITUACIÓN SE DEFINE EN EL PUNTO  $E_2$  DE LA CURVA DE INDIFERENCIA MÁS ALTA (II). EL CONSUMIDOR TIENE MAYOR PODER DE COMPRA, Y CON UNA MERCANCÍA NORMAL, GASTARÁ PARTE DE SU INGRESO INCREMENTANDO  $X$  Y PASANDO DE  $X_1$  A  $X_2$ . ESTE ES EL EFECTO INGRESO DE UNA VARIACIÓN DEL PRECIO, ES POSITIVO PARA BIENES NORMALES Y REFUERZA EL EFECTO SUSTITUCIÓN NEGATIVO.

SI A PESAR DE TODO, LA MERCANCÍA ES INFERIOR, EL EFECTO INGRESO SERÁ POSITIVO: EN LA MEDIDA EN QUE EL PODER DE COMPRA AUMENTA, MENOR SERÁ LA CANTIDAD COMPRADA DE  $X$ .

"AÚN PARA LA MAYORÍA DE LOS BIENES INFERIORES, EL EFECTO SUSTITUCIÓN NEGATIVO, HARÁ MÁS BALANCEAR EL EFECTO INGRESO POSITIVO, POR LO QUE EL EFECTO TOTAL DEL PRECIO SERÁ NEGATIVO".



### 11.3 ENFOQUE DE LA PREFERENCIA REVELADA

LA HIPÓTESIS DE LA PREFERENCIA REVELADA ES CONSIDERADA COMO UNA - MEJOR ALTERNATIVA EN LA TEORÍA DE LA DEMANDA, YA QUE PERMITE ESTABLECER LA LEY DE DEMANDA CON BASE EN EL AXIOMA DE PREFERENCIA Y - SIN EL USO DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA,

“SUPUESTOS:

- 1.- RACIONALIDAD. EL CONSUMIDOR PREFIERE LA CANASTA DE BIENES - QUE CONTenga LA MAYOR CANTIDAD DE MERCANCIAS.
- 2.- CONSISTENTE. SI EL CONSUMIDOR ELIGE UNA CANASTA A A OTRA B, NO ELIGIRÁ EN CUALQUIER OTRA SITUACIÓN B DE A SI A ESTÁ TAMBIÉN DISPONIBLE.
- 3.- TRANSITIVIDAD. SI EL CONSUMIDOR ELIGE A DE B Y B DE C, ENTONCES ELIGIRÁ A DE C.
- 4.- EL AXIOMA DE PREFERENCIA REVELADA. EL CONSUMIDOR ELIGE UNA COLECCIÓN DE BIENES EN UNA SITUACIÓN PRESUPUESTAL, REVELA SU PREFERENCIA POR ESA COLECCIÓN EN PARTICULAR.

EL PAQUETE ELEGIDO ENTRE TODOS LOS DEMÁS DISPONIBLES ES REVELADO - BAJO LA CONDICIÓN DE PRESUPUESTO CONSTANTE. LA PREFERENCIA REVELADA POR UNA COLECCIÓN PARTICULAR DE BIENES, IMPLICA LA MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD DEL CONSUMIDOR<sup>111</sup>,

#### 11.3.1 DERIVACIÓN DE LA CURVA DE DEMANDA

SE SUPONE PARA EL CONSUMIDOR UNA LÍNEA DE PRESUPUESTO AB Y ELIGE - UNA SITUACIÓN DE BIENES Z, CON LO QUE REVELA SU PREFERENCIA POR - ESTA CANTIDAD. SUPONGAMOS AHORA QUE EL PRECIO DE X CAE, DE MODO - QUE AHORA TENEMOS UNA LÍNEA DE PRESUPUESTO AC QUE PERMITE LA AD - QUIISICIÓN DE UNA MAYOR CANTIDAD DE X.

<sup>111</sup> Koutzoyiannis, A., Modern Microeconomics. The MacMillan Press Ltd., Londres, 1975.



## 11.4 CRÍTICA A LOS ENFOQUES DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA

### ENFOQUE CARDINALISTA

EL SUPONER QUE LA UTILIDAD ES MEDIBLE PARECE A PRIMERA VISTA PROCEDER DE AQUELLAS TEORÍAS QUE DESCIENDEN EN OPOSICIÓN A LAS QUE DERIVAN EN OPOSICIÓN A LAS CONCEPCIONES MARSHALLIANAS. APARECEN COMO SI FUERA MERAMENTE UNA CUESTIÓN DE GUSTO O DE PRECONCEPCIÓN FILOSÓFICA. AUNQUE EN LA ACTUALIDAD PARECE MÁS IMPORTANTE CONSIDERAR EL ENFOQUE ORDINAL COMO UNA MARCA DISTINTIVA DE LA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA, NATURALMENTE NO SE TRATA DE QUE EL ECONOMISTA CREA QUE LA UTILIDAD SEA PURAMENTE ORDINAL. SI VE ALGUNA VENTAJA EN ALGÚN OTRO CAMPO DE INVESTIGACIÓN Y ADOPTA EL SUPUESTO CARDINAL, NO EXISTE NINGUNA RAZÓN DE PESO POR LA CUAL NO PUEDA TOMARLA. LO ÚNICO QUE DEBERÁ TENER EN CUENTA, QUE DICHO SUPUESTO NO TIENE MUCHO QUE VER CON EL ENFOQUE ORDINALISTA DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR. LOS CONCEPTOS DERIVADOS DE ESTAS PROPIEDADES CONTIENEN UN ELEMENTO QUE NO PUEDE USARSE EN EL ANÁLISIS DE LOS DATOS DE MERCADO, DE LOS QUE LÓGICAMENTE SE OCUPA UN ECONOMISTA. UNA TEORÍA DEBE TENER POR OBJETO SUMINISTRAR AL ECONOMISTA INSTRUMENTOS QUE PUEDA USAR, QUE FORMULE CUESTIONES QUE ÉSTE ESPERE RESOLVER, DEBE EXCLUIR, SI ESTÁ BASADA EN LA UTILIDAD CARDINAL, ESTAS PROPIEDADES CARDINALES ANTES DE SACAR CONCLUSIONES. ES POSIBLE QUE PUEDA SER MÁS CONVENIENTE USAR LAS PROPIEDADES CARDINALES COMO SI FUERAN UNA ESPECIE DE ANDAMIAGE, ÚTIL PARA CONSTRUIR UN EDIFICIO, PERO QUE DEBE DERRIBARSE CUANDO ÉSTE HA SIDO CONSTRUIDO. PARA ILUSTRAR TODO LO QUE HASTA AHORA HEMOS DICHO, EMPEZAREMOS POR DISTINGUIR DOS DE LOS SUPUESTOS DEL ENFOQUE CARDINAL. EL PRIMERO, UTILIDADES INDEPENDIENTES, LA UTILIDAD QUE EL CONSUMIDOR DERIVA DE CADA BIEN ADQUIRIDO, ES UNA FUNCIÓN DE LA CANTIDAD DE AQUEL BIEN Y SOLAMENTE DE ESE BIEN. EL SEGUNDO, LA UTILIDAD TOTAL DEL CONJUNTO DE BIENES, ES LA SUMA DE LAS UTILIDADES DE CADA UNO DE LOS BIENES QUE COMPONEN EL CONJUNTO.

DANDO INTERPRETACIÓN A ESTE ENFOQUE, RESULTA CLARO ENTONCES QUE EL EQUILIBRIO DEL CONSUMIDOR QUEDA DETERMINADO COMO EN LOS DEMÁS-

ENFOQUES POR LA REGLA DE RACIONALIDAD. EL CONSUMIDOR POSEE DETERMINADO INGRESO QUE PLANEA GASTAR CON EL CONOCIMIENTO DE LOS PRECIOS DE LAS MERCANCIAS, BUSCANDO UN MÁXIMO DE UTILIDAD A SABIENTAS DE QUE SU CONSUMO ES LIMITADO POR SU INGRESO. ESTO EQUIVALE A DECIR QUE LA UTILIDAD MARGINAL DE CADA BIEN ES IGUAL A SU PRECIO DE MERCADO.

SUPONIENDO QUE EL PRECIO DE UN BIEN DESCIEDE O SE INCREMENTA, LA UTILIDAD MARGINAL DE ESE BIEN SERÁ MAYOR O MENOR, DEPENDIENDO DEL CASO CON EL QUE PODRÁ INCREMENTAR O DISMINUIR SU CONSUMO PARA OBTENER EL EQUILIBRIO EN CUESTIÓN. PERO CUANDO LA DEMANDA DEL BIEN SE INCREMENTA O DECREENTA A TAL PUNTO, QUE LA NUEVA UTILIDAD MARGINAL SEA IGUAL AL NUEVO PRECIO, TENEMOS QUE EL MONTO MONETARIO GASTADO PERMANECE DIFÍCILMENTE INVARIABLE, DE LA MISMA FORMA QUE LA UTILIDAD MARGINAL DEL DINERO. DE TAL FORMA RESULTA OBVIO QUE TODO AQUELLO NO LEGARÁ A SER, PORQUE ENTONCES IMPLICARÍA QUE EN TODOS LOS CASOS, UNA REDUCCIÓN EN EL PRECIO DE UN BIEN SOLAMENTE TENDRÁ RESULTADO SI SE PRODUCE UNA EXPANSIÓN EN LAS DEMANDAS DE TODOS LOS BIENES, O EN SU DEFECTO UNA CONTRACCIÓN DE LOS MISMOS. EL CASO QUE LA EXPERIENCIA DE MERCADO SUGIERE, ES QUE MIENTRAS LAS DEMANDAS DE UNOS BIENES SE EXPANDEN, LAS DE OTROS SE CONTRAEN. POR LO QUE AQUÍ, LOS DOS SUPUESTOS ANTERIORES QUEDARÁN EXCLUIDOS, ADEMÁS DE UN TERCERO IMPLÍCITO, LA UTILIDAD MARGINAL DEL DINERO - CONSTANTE.

FINALMENTE, EL SUPUESTO DE LA UTILIDAD MARGINAL DECRECIENTE HA SIDO ESTABLECIDO POR OBSERVACIONES PARTICULARES, ES UNA LEY PSICOLÓGICA QUE NO PUEDE TOMARSE COMO GARANTÍA.

#### 11.4.1 ENFOQUE ORDINALISTA

A PESAR DE QUE EL ANÁLISIS DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA HA SIDO UN ADELANTO CONSIDERABLE EN EL CAMPO DE LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR. LOS SUPUESTOS DE ESTE ENFOQUE SON MENOS RESTRICTIVOS QUE LOS DEL ENFOQUE DE LA UTILIDAD CARDINAL. SÓLO SE REQUIERE ORDINALIDAD EN

LAS PREFERENCIAS Y EL SUPUESTO DE LA UTILIDAD CONSTANTE DEL DINERO ES DESECHADO.

AUNQUE LOS AVANCES DEL ENFOQUE DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA NO DEJAN DE SER IMPORTANTES, LA TEORÍA TIENE VARIAS LIMITACIONES. LA MAYOR DE ELLAS, EL SUPUESTO AXIOMÁTICO DE LA EXISTENCIA Y LA CONVEXIDAD DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA. LA TEORÍA NO ESTABLECE NI LA EXISTENCIA O LA FORMA DE LAS CURVAS DE INDIFERENCIA. SUPONE QUE EXISTEN Y QUE TIENEN LA FORMA CONVEXA REQUERIDA.

MÁS AÚN, ES CUESTIONABLE EN CUANTO EL CONSUMIDOR SEA CAPAZ DE ORDENAR SUS PREFERENCIAS TAN PRECISAS Y RACIONALMENTE COMO LA TEORÍA IMPLICA. TAMBIÉN LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES CAMBIAN CONSTANTEMENTE BAJO LA INFLUENCIA DE VARIOS FACTORES, DE MANERA QUE CUALQUIER ORDEN DE ESTAS PREFERENCIAS, AÚN SI FUERA POSIBLE, DEBE SER CONSIDERADO COMO VÁLIDO PARA UN PERÍODO DE TIEMPO MUY CORTO. FINALMENTE, ESTA TEORÍA HA CONSERVADO LA MAYORÍA DE LAS DEBILIDADES DE LA ESCUELA CARDINALISTA, MANTENIENDO EL FUERTE SUPUESTO DE RACIONALIDAD Y EL CONCEPTO DE LA UTILIDAD MARGINAL IMPLÍCITO EN LA DEFINICIÓN DE LA TMGS.

OTRO DEFECTO ES QUE EL ENFOQUE NO ANALIZA LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD, DEL COMPORTAMIENTO PASADO, DE STOCK, DE LA INTERDEPENDENCIA DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES QUE NOS LLEVAN A UN COMPORTAMIENTO QUE SERIA CONSIDERADO IRRACIONAL, Y DE AQUÍ QUE NO SEA ADMITIDO POR LA TEORÍA. MÁS AÚN LA DEMANDA ESPECULATIVA Y EL COMPORTAMIENTO IMPREVISTO NO SE ANALIZAN. AUN CUANDO ESTOS FACTORES RESULTEN DECISIVOS PARA LAS DECISIONES DE PRECIOS Y PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA.

CAPITULO III  
UNA NUEVA PROPUESTA SOBRE EL ENFOQUE DE LA  
TEORIA DE LA DEMANDA

**INTRODUCCION**

SI ANTES DE LLEVAR EL ANÁLISIS DE ESTE TEMA NOS HUBIÉRAMOS PREGUNTADO CUÁL ES EL ENFOQUE DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA MÁS CONVENIENTE, CREO QUE NO HABRÍA MUCHO QUE PENSAR, TENIENDO TAN SOLO COMO ANTECEDENTE LOS ENFOQUES TRADICIONALES EN DONDE LA RESPUESTA SE DARÍA DE ACUERDO A LAS INCLINACIONES QUE CADA UNO DE NOSOTROS TIENE ACERCA DE LAS ESCUELAS QUE LA REPRESENTAN. AUN CUANDO NO SE TRATASE DE ECONOMISTAS ESTUDIOSOS DEL TEMA, SE TIENE A DISPOSICIÓN PARA LOS PROPÓSITOS DEL INVESTIGADOR, CIERTAS RELACIONES DE IDENTIDAD ENTRE MAGNITUDES QUE FACILITARÍAN NUESTRAS INQUIETUDES. SI USTED USA MÁS DE UN BIEN, POR EJEMPLO, ALUMINIO PARA DETERMINAR UN FIN, TENDRÁ MENOS PARA OTROS FINES, A MENOS QUE USTED MISMO NO PRODUZCA O LO IMPORTE. TAMBIÉN ENTRARÍAN AQUÍ LAS RELACIONES TECNOLÓGICAS QUE PUEDEN SER LLAMADAS EN SENTIDO AMPLIO DE INGENIERÍA, QUE SE REFIEREN AL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN QUE PUEDE OBTENERSE DE LA PLANTA, DEL TRABAJO Y DE LAS MATERIAS PRIMAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN. PERO ESTAS RELACIONES ADEMÁS DE PROLONGADAS, NO NOS LLEVAN POR SÍ SOLAS AL PUNTO AL QUE QUEREMOS LLEGAR. SE NECESITAN REGLAS QUE DIGAN ALGO ACERCA DE LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES, NO DEL EQUIPO MATERIAL. EN CUANTO SE TRATA AL HOMBRE COMO PRODUCTOR, SE PIENSA CON FRECUENCIA QUE DEBERÍA OBTENER REGLAS ADECUADAS DEL PRINCIPIO DE LA MAXIMIZACIÓN DE LA GANANCIA MONETARIA, REFERENTE AL HOMBRE ECONÓMICO. (PRINCIPIO ACERCA DEL CUAL SE TIENEN CRECIENTES DUDAS). EN EL CASO DEL CONSUMIDOR, ESTE SUPUESTO RESULTA OBVIO E INSUFICIENTE; PERO ES NECESARIO ENFOCAR DE ESTE MODO LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR Y BUSCAR AQUELLA QUE ÉL DEBERÍA MAXIMIZAR. DE ESTA MANERA SE OBTUVO LA TEORÍA DE LA UTILIDAD, CUYAS CONSECUENCIAS SE EXPONEN POR VARIOS AUTORES.

### III.1 UNA ALTERNATIVA DISTINTA EN EL ESTUDIO DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA

EL MEJOR MODO DE ENFOCAR LA TEORÍA DE LA DEMANDA ES DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PROBLEMA EMPÍRICO QUE PLANTEA TAL TEORÍA.

ANTES QUE NADA, CONSIDERO PRUDENTE MANIFESTAR QUE EN GENERAL, CONSIDERO ACERTADAS Y DE MI TOTAL AGRADO LAS IDEAS QUE APORTAN, TANTO PAUL SAMUELSON COMO J.R. HICKS EN LA OBRA REVISIÓN DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, CON RESPECTO A LA FORMA DE ENFOCAR EL TEMA EN CUESTIÓN, CON LO QUE SE QUIERE DAR A ENTENDER QUE PARA LOS EFECTOS DE EXPOSICIÓN DEL PRESENTE CAPÍTULO, SE ADOPTARÁN LA MAYORÍA DE LOS PLANTEAMIENTOS APORTADOS POR ESTOS AUTORES, ASÍ COMO MUCHAS DE SUS CATEGORÍAS, CON LA SALVEDAD DE QUE LA ESTRUCTURA EXPOSITIVA SE VERÁ MODIFICADA, SIENDO QUE EL PLANTEAMIENTO QUE SE PRESENTARÁ RESULTA DISTINTO AL ORIGINAL, RESERVÁNDONOS ASÍ, TANTO EL ORDEN DE EXPOSICIÓN COMO EL MÉTODO A SEGUIR, YA QUE A NUESTRO JUICIO PROCURAREMOS EXPONER LO ESENCIAL, ELIMINANDO COSAS QUE RESULTEN INNECESARIAS, POR LO QUE SE OMITIRÁN DEL TODO.

DEJANDO DE LADO LA ACLARACIÓN PERTINENTE, COMENZAREMOS PUES CON ESTE ENFOQUE.

#### III.1.1 SUPUESTOS

COMO ECONOMISTAS QUE BUSCAMOS LOS MEDIOS PARA LLEVAR A CABO UN ESTUDIO SOBRE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, TENEMOS ANTE NOSOTROS UN PANORAMA MÁS O MENOS SIMILAR AL SIGUIENTE:

CONTEMPLAR CIERTOS DATOS REALES, QUE MUESTREN EL MONTO DE ALGÚN BIEN QUE HAYA SIDO COMPRADO POR UN GRUPO DE PERSONAS DURANTE PERÍODOS ESPECÍFICOS DE TIEMPO. EN TAL CASO, EL OBJETIVO SERÁ HALLAR LA EXPLICACIÓN A TODOS ESTOS DATOS O ESTADÍSTICAS; ASÍ COMO LA HIPÓTESIS CAPAZ DE EXPLICARLAS.

EL SENTIDO COMÚN DE ECONOMISTA SUGIERE DE INMEDIATO, UNA SERIE DE POSIBLES EXPLICACIONES TANDIENTES A LOCALIZAR POSIBLES EXPLICACIONES QUE PODEMOS CLASIFICAR EN:

- 1) EXPLICACIONES ENTERAMENTE NO-ECONÓMICAS (O NO REFERENTES A PRECIOS); TALES COMO LOS CAMBIOS EN LA POBLACIÓN, HÁBITOS SOCIALES, DESARROLLO EDUCACIONAL, MODA, PUBLICIDAD, ETC. COMO POSIBLES CAUSAS DE CAMBIO, ÉSTAS SON RARAMENTE DE IMPORTANCIA, PERO NO MENOS SUSCEPTIBLES DE ANÁLISIS ECONÓMICO, QUE AQUÉLLAS QUE PROVIENEN DE OTROS FENÓMENOS.
- 2) EXPLICACIONES EN TÉRMINOS DE PRECIOS. SE PUEDEN AGRUPAR DENTRO DE ESTE GRUPO LOS PRECIOS DE LOS BIENES EN CUESTIÓN Y LOS PRECIOS DE OTROS BIENES, ASÍ COMO LOS INGRESOS DE LOS CONSUMIDORES. AUNQUE SE PODRÍAN LIMITAR LOS PRECIOS QUE RIGEN DURANTE EL MISMO PERÍODO, EN EL CUAL SON ADQUIRIDOS LOS BIENES.
- 3) EXPLICACIONES REFERENTES A LOS EFECTOS RETARDADOS EN LOS CAMBIOS DE PRECIO.

EN REALIDAD LAS EXPLICACIONES SOBRE LAS CUALES SE CONCENTRA LA ATENCIÓN AQUÍ, SON AQUÉLLAS QUE SE AGRUPAN DENTRO DEL SEGUNDO GRUPO, AUNQUE ESTA ELECCIÓN NO CONTIENE REFLEXIONES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS PUNTOS QUE SURGEN DEL ESTUDIO PROFUNDO DEL PRIMER Y TERCER GRUPO.

TAL Y COMO LO SEÑALA J.R. HICKS, CIERTO ES, QUE LO PRIMERO QUE SE PIDE A LOS ECONOMISTAS, ES QUE ESTIMEN LOS EFECTOS QUE PUEDEN SER ATRIBUIDOS A LOS DIVERSOS ESTÍMULOS DEL TIPO DE PRECIO. PERO A FIN DE QUE EL ECONOMISTA PUEDA HACER TALES ESTIMACIONES, NECESITA POSEER UNA TÉCNICA PARA SEPARAR LOS EFECTOS DEL PRECIO. Y NO SE PUEDE OBTENER TAL TÉCNICA SIN UNA TEORÍA. EL PROPÓSITO DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA CONSISTE ENTONCES EN REALIZAR TAL SEPARACIÓN.

COINCIDO TOTALMENTE CON ÉL, EN CONSIDERAR QUE LA CLASE DE TEORÍA NECESARIA PARA ESTE PROPÓSITO, DEBE SER AQUÉLLA QUE NOS DIGA ALGO ACERCA DE LAS DIVERSAS FORMAS EN QUE PROBABLEMENTE REACCIONARÍAN LOS CONSUMIDORES, SI LAS VARIACIONES EN LOS PRECIOS E INGRESOS, FUERAN ÚNICAMENTE LAS MISMAS CAUSAS DE LOS CAMBIOS EN EL CONSUMO.

EN TAL CASO SE DEBE COMENZAR POR POSTULAR UN CONSUMIDOR IDEAL, - QUIEN POR DEFINICIÓN ESTARÁ SOLAMENTE AFECTADO POR LAS CONDICIONES DEL MERCADO, Y PREGUNTARNOS CÓMO ESPERARÍAMOS QUE TAL CONSUMIDOR SE COMPORTARA.

TRATANDO DE ENCONTRAR RESPUESTA A TAL PROBLEMA, TENDREMOS QUE FORMULAR UNA SERIE DE SUPUESTOS SOBRE LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.

SUPUESTOS:

- 1) RACIONALIDAD. LOGRAR UN GRADO MÁXIMO DE SATISFACCIÓN, DADOS PRECIOS E INGRESO.
- 2) LA UTILIDAD ES ORDINAL. EL SUPUESTO DE CONDUCTA DE ACUERDO CON UNA ESCALA DE PREFERENCIAS, ENTRA AQUÍ COMO EL MÁS SIMPLE DE LOS SUPUESTOS, NO NECESARIAMENTE EL ÚNICO POSIBLE, PERO SÍ COMO AQUÉL QUE, INICIALMENTE AL MENOS, PARECE SER EL MÁS RAZONABLE DE PROBAR.

LO QUE SE INTENTA DECIR POR ACCIÓN SEGÚN UNA ESCALA DE PREFERENCIAS, ES QUE SI EL CONSUMIDOR IDEAL ELIGE DETERMINADA ALTERNATIVA, ENTRE LAS DIVERSAS QUE SE LE OFRECEN, QUE ES LA QUE PREFIERE O LA QUE ESTIMA COMO PRIMORDIAL. EN UN GRUPO DE CONDICIONES DE MERCADO, ÉL HACE UNA ELECCIÓN; EN OTROS GRUPOS, LÓGICAMENTE HARÁ OTROS; PERO SIEMPRE TENDRÁN EL MISMO ORDEN, DE AHÍ QUE DEBAN SER COMPATIBLES ENTRE SÍ. ESTA SERÁ PUES LA HIPÓTESIS SOBRE EL CONSUMIDOR IDEAL. LOS CONSUMIDORES REALES ESTÁN AFECTADOS POR OTRAS COSAS, ADÉMÁS DE -

LOS PRECIOS, DE AHÍ QUE SU CONDUCTA NO SIEMPRE NECESITARÁ SATISFACER PRUEBAS DE CONGRUENCIA O COMPATIBILIDAD. PERO SI LA HIPÓTESIS SE JUSTIFICA, LA CONDUCTA APARENTEMENTE IRRACIONAL DEL CONSUMIDOR, DEBE EXPLICARSE EN TÉRMINOS QUE ANALICEN LAS FORMAS EN QUE EL CONSUMIDOR REAL DIFIERE DEL CONSUMIDOR IDEAL; ES DECIR, QUE DEBERÁ EXPLICARSE EN FUNCIÓN A LOS CAMBIOS EN OTRAS VARIABLES QUE NO SEAN LOS PRECIOS. LA ÚNICA FORMA DE PROBAR LA HIPÓTESIS, ES VIENDO HASTA QUE PUNTO NOS SATISFACEN.

EL PRIMERO DE ESTOS DISCERNIMIENTOS ES LA DISTINCIÓN ENTRE DOS CLASES DE ORDENACIÓN.

- 3) ORDENACIÓN FUERTE O RIGUROSA. SE CONSIDERA COMO TAL, A CADA UNO DE LOS BIENES QUE TIENE UN LUGAR PROPIO EN EL ORDEN; SE LE PODRÍA DAR UN NÚMERO Y PARA CADA NÚMERO HABRÍA UN BIEN, Y SÓLO UNO, AL CUAL CORRESPONDERÍA. LAS LETRAS DEL ALFABETO ESTÁN ORDENADAS RIGUROSAMENTE COMO LOS NÚMEROS Y LAS MEDIDAS.
- 4) ORDENACIÓN DÉBIL O FLEXIBLE. LA ORDENACIÓN FLEXIBLE CONSISTE EN UNA DIVISIÓN POR GRUPOS, CUYA SECUENCIA ESTÁ ORDENADA RIGUROSAMENTE, PERO QUE NO MUESTRA ORDENACIÓN ALGUNA DENTRO DE LOS GRUPOS. LA ORDENACIÓN DÉBIL O FLEXIBLE DA LUGAR A LA POSIBILIDAD DE QUE ALGUNOS BIENES NO PUEDEN SER DISPUESTOS UNO FRENTE AL OTRO.

### III.1.2 TIPOS DE ORDENACIÓN EN LA TEORÍA DE LA DEMANDA

PARA EFECTOS DEL PROBLEMA QUE PLANTEA LA TEORÍA DE LA DEMANDA, RESULTA ACERTADO TRATAR UN GRUPO DE BIENES DE CONSUMO, CONFORMADOS DE TAL MANERA, QUE SU RELACIÓN DE PRECIOS PERMANECE CONSTANTE DURANTE LAS SITUACIONES EN ESTUDIO, REPRESENTANDO UN SOLO BIEN. DEBIDO A QUE ESTE TIPO DE EXPLICACIONES NO REQUIEREN PRUEBAS TAN ELABORADAS, PUES PODEMOS AFIRMAR QUE SE BASAN EN EL SIMPLE SENTIDO COMÚN, CON LO QUE SE PUEDEN ESTABLECER DE LA SIGUIENTE FORMA.

SI CONSIDERAMOS LAS NECESIDADES DE UN CONSUMIDOR QUE COMPRA UNA AMPLIA VARIEDAD DE BIENES DE CONSUMO, Y LO TRATAMOS COMO UN CONSUMIDOR IDEAL CON UNA ESCALA FIJA DE PREFERENCIAS, ES LÓGICO PODER INCORPORAR EN UN SISTEMA DE PREFERENCIAS, EL HECHO DE QUE ALGUNO DE LOS ARTÍCULOS QUE COMPRA TIENE VARIEDAD DE USOS. SI COMPRAMOS MÁS DE UN BIEN DETERMINADO, POR EJEMPLO, GASOLINA, BIEN PUEDE DIVIDIR LA GASOLINA QUE HA COMPRADO EN DISTINTAS PROPORCIONES, EN AQUELLOS USOS QUE CORRESPONDEN A DOS SITUACIONES ESPECÍFICAS. CONSIDERAMOS QUE PARA EFECTOS DE LO QUE AQUÍ NOS INTERESA, BASTA CON MOSTRAR SUS COMPRAS EN  $X$  O  $Y$ , CANTIDADES DE GASOLINA A TALES O CUALES PRECIOS, DEJANDO DE LADO LA DISTRIBUCIÓN QUE SE LE DE ENTRE LOS DISTINTOS USOS, YA QUE NO CORRESPONDE EXPLÍCITAMENTE EN NUESTRO ESTUDIO DE CONDUCTA.

SI SE ESTUDIAN LOS EFECTOS DE LOS CAMBIOS EN EL PRECIO DE UN SOLO BIEN DE CONSUMO, DE MODO QUE LOS PRECIOS DE LOS DEMÁS BIENES PERMANECEN INALTERADOS, PODEMOS TRATAR TODOS ESOS BIENES COMO SI FUERAN UNO SOLO.

DE ESTE MODO, EL ESTUDIO DEL EFECTO EN EL CAMBIO DEL PRECIO PARA UN SOLO BIEN, PUEDE APLICARSE AL ESTUDIO DE LA ELECCIÓN ENTRE DOS ARTÍCULOS; UNO QUE PODEMOS DENOMINAR  $X$ , CUYO PRECIO CAMBIA EN EL CURSO DEL ESTUDIO, Y EL BIEN GENERALIZADO DENOMINADO COMO  $Y$ , QUE REPRESENTA A TODOS LOS OTROS BIENES.

ASÍ, EL ESTUDIO DEL CAMBIO DE PRECIOS SE REDUCE AL ESTUDIO DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR QUE GASTA TODO SU INGRESO EN DOS ARTÍCULOS.

OBVIAMENTE, ESTO NO ES NUEVO, SIENDO ÉSTA LA FORMA EN QUE TODOS LOS DEMÁS ENFOQUES O TEORÍAS DE LA DEMANDA HAN INICIADO.

EL CONSUMIDOR SE ENFRENTA A PRECIOS E INGRESO DETERMINADOS. POR TANTO, PUEDE COMPRAR TANTO COMO DESEE DE CADA BIEN A UN PRECIO DADO Y CON DETERMINADO INGRESO, POR LO QUE NO EXISTE RACIONAMIENTO, YA QUE DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CONSUMIDOR SE ENCUENTRA -

EN UN MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA. PUESTO QUE CUALQUIER USO PARA EL INGRESO SE SUPONE INCLUIDO EN EL BIEN Y, SALVO LO GASTADO EN X, ES OBVIO PENSAR QUE EL CONSUMIDOR GASTA TODO SU INGRESO -SI NO LO GASTA, NO TENDRÍA CASO EL EVITAR DESPERDICIARLO-, (EL AHORRO PARA EL FUTURO SE INCLUYE EN EL BIEN COMPUESTO). SIN EMBARGO, ES CONVENIENTE DESDE EL PUNTO DE VISTA ANALÍTICO, DEJAR AL CONSUMIDOR EN LIBERTAD DE MARGASTAR SU DINERO COMO ÉL QUIERA.

¿CÓMO DEBERÁ SER LA INTERPRETACIÓN A DETERMINADA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR?

EL PRIMER PASO A SEGUIR PARA PODER DAR RESPUESTA A ESTA INTERROGANTE, SERÁ DISTINGUIR ENTRE LAS DOS FORMAS DE ORDENACIÓN,

EL PRIMER PASO A SEGUIR PARA PODER DAR RESPUESTA A ESTA INTERROGANTE, SERÁ DISTINGUIR ENTRE LAS DOS FORMAS DE ORDENACIÓN.

Y Y X SE MIDEN A LO LARGO DE LOS DOS EJES, CUALQUIER PUNTO SOBRE LA GRÁFICA, REPRESENTA UNA COMBINACIÓN DE DOS BIENES. LA LÍNEA RECTA QUE CORTA LOS DOS EJES LIMITA LAS CANTIDADES A DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR, CON SU INGRESO Y LOS PRECIOS DADOS. ENTONCES, LAS ALTERNATIVAS A DISPOSICIÓN SON REPRESENTADAS POR PUNTOS DENTRO DEL TRIÁNGULO O EN LOS LÍMITES DEL TRIÁNGULO. CUALQUIER PUNTO SOBRE LA LÍNEA DE RESTRICCIÓN INDICA QUE TODO EL INGRESO HA SIDO GASTADO EN DOS BIENES.

#### - ALTERNATIVAS DISPONIBLES ORDENADAS FUERTE O RIGUROSAMENTE

EL CONSUMIDOR DEMUESTRA SU PREFERENCIA POR LA ALTERNATIVA SELECCIONADA Y RECHAZA CUALQUIERA OTRA ANTE ÉL. ESTO SIGNIFICA QUE PREFIERE LA SITUACIÓN W POR EJEMPLO, A CUALQUIER OTRA POSICIÓN DENTRO O SOBRE UN TRIÁNGULO COMO zOz. ES DECIR, REVELA SU PREFERENCIA POR W. ASÍ OBTENEMOS INFORMACIÓN SOBRE LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR, OBSERVANDO EL COMPORTAMIENTO DE SU CONDUCTA; COMPARANDO LAS PREFERENCIAS REVELADAS EN DISTINTAS SITUACIONES DE PRECIOS E INGRESOS.

LA ORDENACIÓN RIGUROSA NO SUPONE QUE TODOS LOS PUNTOS DENTRO O FUERA DEL TRIÁNGULO  $ZOZ$ , SEAN ALTERNATIVAS REALES.

UN CONTINUO BIDIMENSIONAL DE PUNTOS NO PUEDE SER ORDENADO RIGUROSAMENTE. POR CONSIGUIENTE, LAS ÚNICAS ALTERNATIVAS REALES SON LOS PUNTOS EN LAS ESQUINAS DE LOS RECTÁNGULOS COMO  $W$ .

#### - ALTERNATIVAS DISPONIBLES ORDENADAS FLEXIBLE O DÉBILMENTE

LA ELECCIÓN DE UNA POSICIÓN PARTICULAR  $W$ , NO REVELA QUE  $W$  SEA PREFERIDA A CUALQUIER OTRA POSICIÓN RECHAZADA DENTRO O SOBRE EL TRIÁNGULO; TODO LO QUE MUESTRA, ES QUE NINGUNA POSICIÓN RECHAZADA SEA INDIFERENTE A  $W$ ; LA ELECCIÓN  $W$  EN LUGAR DE LA POSICIÓN RECHAZADA ES TAN SÓLO MATERIA DE POSIBILIDAD. DE ESTA FORMA SE APRENDE MENOS DE LA OBSERVACIÓN DE DATOS REALES, SI ADOPTAMOS EL SUPUESTO DE LA ORDENACIÓN FLEXIBLE, QUE SI LA TOMAMOS EN LA FORMA RIGUROSA.

LAS PROPOSICIONES BÁSICAS DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA NO SE DEDUCIRÍAN SI FUÉRAMOS INCAPACES PARA INTERPRETAR LA ELECCIÓN REAL - COMO ALGO QUE PROVEE MÁS QUE INFORMACIÓN NEGATIVA.

CONSIDERANDO LAS ANTERIORES CONDICIONES, PROCEDAMOS A INTRODUCIR UN SUPUESTO ADICIONAL, EL CUAL SERÁ DE BENEFICIO AL ANÁLISIS CON EL CUAL EL CONSUMIDOR PREFERIRÁ SIEMPRE UNA CANTIDAD MAYOR DE  $Y$ , A UNA CANTIDAD MENOR DEL MISMO, A CONDICIÓN DE QUE LA CANTIDAD - DE  $X$  A SU DISPOSICIÓN, QUEDE INALTERADA. EN CASO DE ACEPTAR LA ORDENACIÓN RIGUROSA, EL SUPUESTO ADICIONAL NO NECESITARÁ HACERSE.

EN ESTE CASO BAJO LA ORDENACIÓN FLEXIBLE, EL HECHO DE QUE LA POSICIÓN DE  $W$  SEA SELECCIONADA, EN VEZ DE LA POSICIÓN  $V$ , LA CUAL - ESTÁ DENTRO DEL TRIÁNGULO, NO NOS DICE POR SÍ MISMA QUE  $W$  ES PREFERIDA A  $V$ ; TODO LO QUE REFLEJA ES QUE  $V$  NO ES PREFERIDA DE  $W$ .

ESTO ES, O  $W$  ES PREFERIDA A  $V$ , O  $W$  Y  $V$  SON INDIFERENTES.

CONSIDERANDO UNA POSICIÓN  $U$ . BAJO EL SUPUESTO QUE SE ESTÁ HACIENDO,  $U$  ES UNA ALTERNATIVA POSIBLE.  $U$  ES PREFERIDA A  $V$  POR EL SUPUESTO ADICIONAL. DE ESTE MODO, SI  $W$  Y  $V$  SON INDIFERENTES, SE DEDUCIRÁ DE LA TRANSITIVIDAD DE LA ORDENACIÓN DÉBIL QUE  $U$  ES PREFERIDA A  $W$ . PERO  $U$  ES EN SÍ MISMA UNA DE LAS POSICIONES RECHAZADAS EN FAVOR DE  $W$ ; AUNQUE PUEDA SER INDIFERENTE A  $W$ , NO PUEDE SER PREFERIDA A  $W$ . DE ESTA MANERA, LA ALTERNATIVA DE QUE  $W$  Y  $V$  SON INDIFERENTES, DEBERÁ SER RECHAZADA.

ASÍ, ES POSIBLE PROBAR AÚN BAJO LA ORDENACIÓN FLEXIBLE, CUANDO AGREGAMOS EL SUPUESTO ADICIONAL, QUE LA POSICIÓN SELECCIONADA ES PREFERIDA SOBRE CUALQUIER OTRA POSICIÓN QUE SE ENCUENTRE DENTRO DEL TRIÁNGULO. LO QUE NO PUEDE MOSTRARSE POR MEDIO DE ESTE RAZONAMIENTO, ES QUE  $W$  SEA PREFERIDA A  $U$ ; ESTO ES, QUE LA POSICIÓN ELEGIDA ES PREFERIDA A OTRA POSICIÓN QUE TAMBIÉN SE ENCUENTRE SOBRE LA LÍNEA ( $ZZ$ ). LA DIFERENCIA ENTRE LA CONSECUENCIA DE LAS ORDENACIONES FUERTE Y DÉBIL, ES SÓLO ESTO.

- BAJO LA ORDENACIÓN FUERTE LA POSICIÓN ELEGIDA SE MUESTRA COMO PREFERIDA A TODAS LAS OTRAS POSICIONES DENTRO O FUERA DEL TRIÁNGULO.
- BAJO LA ORDENACIÓN DÉBIL SE PREFIERE A TODAS LAS POSICIONES DENTRO DEL TRIÁNGULO, AUNQUE PUEDE SER INDIFERENTE A OTRAS POSICIONES QUE SE ENCUENTREN EN LOS MISMOS LÍMITES EN QUE ELLAS ESTÁN COLOCADAS.
- LA DIFERENCIA ENTRE AMBAS AFECTA SÓLO A LA CATEGORÍA DE LOS CASOS LÍMITE.
- LA ORDENACIÓN FLEXIBLE O DÉBIL ES MÁS TOLERANTE Y POR CONSIGUIENTE SE ADAPTA MEJOR A ESTOS CASOS.

12) Las condiciones necesarias para la ordenación fuerte podrían haber sido agrupadas en formas diferentes a las que hemos escogido. Si por ejemplo, hubiéramos tomado la condición de transitividad sin el supuesto de que las alternativas disponibles eran unidades diferentes, hubiéramos deducido la primera condición de congruencia.

Porque entonces, podría argüirse, partiendo de la condición de transitividad que,

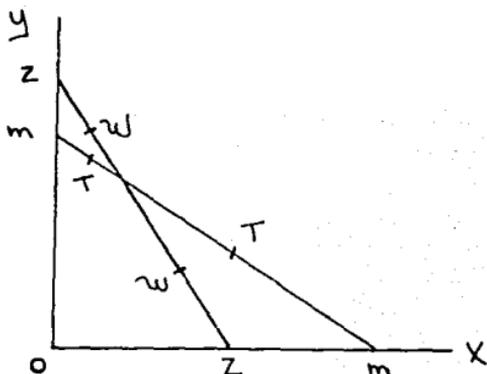
si  $X$  está a la izquierda de  $Y$ , y  $Y$  está a la izquierda de  $Z$ ,  $Y$  está a la izquierda de  $Y$ ; y esto es posible, dado que las unidades a la izquierda de  $Y$  han sido definidas como distintas a  $Y$ .

J.R. Hicks, A Revision of Demand Theory 1955 Oxford University Press: 1958 FCE pág. 40.

### III.1.3 LA DEMANDA DE UN SOLO BIEN

AHORA CORRESPONDE EXAMINAR LA CONDUCTA DE UN CONSUMIDOR QUE SE ENFRENTA A UN MERCADO EN DONDE EL PRECIO DE NO MÁS DE UN BIEN ESTÁ SUJETO A CAMBIOS, DE TAL FORMA QUE PUEDA CONSIDERARSE QUE DIVIDE SU INGRESO ENTRE DOS BIENES.

SUPONGAMOS CONTAR CON EL REGISTRO DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR EN VARIAS SITUACIONES, DONDE EL PRECIO VARIABLE DIFIERE DE UNA SITUACIÓN A OTRA, MIENTRAS QUE EL INGRESO DISPONIBLE TAMBIÉN PUEDE DIFERIR. EN REALIDAD ESTE CASO NO ES MUY IMPORTANTE PARA EL ESTUDIO; PERO, ES EL PASO CORRECTO PARA COMENZAR, TODA VEZ QUE EXISTA UN CASO MÁS SIMPLE EN LA TEORÍA CAPAZ DE CONTRIBUIR EN ALGO.



MIDIENDO EL BIEN DE CONSUMO X EN EL EJE HORIZONTAL Y EL BIEN DE CONSUMO Y EN EL EJE VERTICAL (QUE REPRESENTA A TODOS LOS OTROS BIENES).

CON PRECIO E INGRESO DADO, LAS OPORTUNIDADES A DISPOSICIÓN PARA EL CONSUMIDOR, SE UBICAN POR LOS PUNTOS SOBRE O DENTRO DEL TRIÁNGULO  $zOz$ . LA POSICIÓN REAL SE REPRESENTA CON LA POSICIÓN W SOBRE ZZ. EL SUPUESTO DE LA ORDENACIÓN BAJO LA FORMA RIGUROSA,

IMPLICA QUE W SE MUESTRE PREFERIDA A TODAS LAS DEMÁS POSICIONES DISPONIBLES DENTRO O SOBRE EL TRIÁNGULO Z0Z; MIENTRAS QUE SI SE TOMA BAJO EL SUPUESTO DE ORDENACIÓN FLEXIBLE (CON EL SUPUESTO ADICIONAL), SÓLO SE TRATA QUE W SE PREFIERA A LAS SITUACIONES DENTRO DEL TRIÁNGULO Y QUE SEA PREFERIDA O INDIFERENTE A OTRAS POSICIONES SOBRE LA LÍNEA ZZ.

SUPONIENDO QUE EL PRECIO DE X ES DIFERENTE, MIENTRAS EL INGRESO PUEDE O NO SERLO. LAS ALTERNATIVAS DISPONIBLES EN TAL CASO ESTÁN AHORA REPRESENTADAS POR PUNTOS DENTRO O SOBRE EL OTRO TRIÁNGULO, TAL COMO M0M, Y LA QUE REALMENTE SE PREFIERE SE REPRESENTA POR UN PUNTO COMO T SOBRE MM.

EN ESTE CASO, COMO EN EL CASO W, SE REVELAN PREFERENCIAS SIMILARES.

BAJO LA ORDENACIÓN FUERTE:

$W > T$  EN LA SITUACIÓN W Y  $T > W$  EN LA SITUACIÓN T

- CASOS BAJO LA ORDENACIÓN RIGUROSA:

A) ES POSIBLE QUE UNA DE LAS DOS LÍNEAS DE OPORTUNIDAD SE ENCUENTRE TOTALMENTE FUERA DE LA OTRA (DIGAMOS QUE LA LÍNEA ZZ SE ENCUENTRA FUERA DE MM).

B) T DEBE ENCONTRARSE DENTRO DEL TRIÁNGULO Z0Z Y LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR EN LA PRIMERA SITUACIÓN MUESTRA QUE ÉL PREFIERE W A T. EN LA SEGUNDA SITUACIÓN, W NO ESTÁ DISPONIBLE; DE ALLÍ QUE LA ELECCIÓN DE T SEA COMPATIBLE CON UNA PREFERENCIA POR W.

C) SI LA LÍNEA DE LA ÚNICA OPORTUNIDAD NO SE ENCUENTRA TOTALMENTE FUERA DE LA OTRA, LAS DOS DEBEN INTERSECTARSE.

SUPONIENDO QUE ZZ ES LA ÚNICA LÍNEA QUE SE ENCUENTRA FUERA DE LA OTRA SOBRE LA IZQUIERDA, DE MODO QUE ELLA CORRESPONDA A UN INGRESO MÁS ALTO. HAY ENTONCES LAS SIGUIENTES POSIBILIDADES:

- C1) W Y T ESTÁN A LA IZQUIERDA DE LA INTERSECCIÓN. T SE RECHAZA EN FAVOR DE W; PERO W NO ESTÁ DISPONIBLE EN LA SITUACIÓN T, DE MODO QUE LA ELECCIÓN DE T EN LA SITUACIÓN T NO ES COMPATIBLE CON UNA PREFERENCIA POR W.
- C2) W Y T ESTÁN A LA DERECHA DE LA INTERSECCIÓN W, SE RECHAZA EN FAVOR DE T EN LA SITUACIÓN T, MIENTRAS QUE T NO ESTÁ DISPONIBLE EN LA SITUACIÓN W; LA CONDUCTA ES, POR TANTO, COMPATIBLE CON UNA PREFERENCIA DE T SOBRE W.
- C3) W Y T ESTÁN FUERA DE LA INTERSECCIÓN. W A LA IZQUIERDA Y T A LA DERECHA. W ESTÁ FUERA DEL ALCANCE EN EL CASO T Y T LO ESTÁ EN EL CASO W; LA CONDUCTA ES POR TANTO CONFUSA, YA QUE NO PUEDE DECIRSE NADA ACERCA DE LA PREFERENCIA DE LA UNA SOBRE LA OTRA.
- C4) LOS DOS PUNTOS SE ENCUENTRAN DENTRO DE LA INTERSECCIÓN. SI ESTO OCURRE HAY IRRACIONALIDAD. PORQUE T ES AHORA RECHAZADA EN FAVOR DE W EN EL CASO W, PERO W SE RECHAZA EN FAVOR DE T EN EL CASO T. ESTA CLASE DE CONDUCTA ES INCOMPATIBLE CON EL COMPORTAMIENTO QUE SE AJUSTA A UNA ESCALA INALTERADA DE PREFERENCIAS.

FINALMENTE, EXISTE LA POSIBILIDAD DE ENFRENTARNOS A CASOS ESPECIALES, EN LOS CUALES UN PUNTO SE ENCUENTRA EN LA INTERSECCIÓN. SI EL OTRO SE ENCUENTRA FUERA DE ELLA, ES INASEQUIBLE EN UNA DE LAS DOS SITUACIONES Y NINGUNA INCONGRUENCIA PUEDE SURGIR.

PERO HABRÁ INCONGRUENCIA SI EL OTRO SE ENCUENTRA DENTRO DE LA INTERSECCIÓN. ESTE ES EL CASO DE LA ORDENACIÓN RIGUROSA DE LA CUAL SE DESPRENDE QUE NO PUEDE HABER DIFERENCIAS EN LAS POSIBILIDADES-

PRINCIPALES, SI TRABAJAMOS EL SUPUESTO DE LA ORDENACIÓN FLEXIBLE; PORQUE SI  $T$  SE ENCUENTRA DENTRO DEL TRIÁNGULO  $W$ , SE MUESTRA LO MISMO BAJO EL SUPUESTO DE LA ORDENACIÓN DÉBIL QUE BAJO LA ORDENACIÓN FUERTE, QUE  $W$  ES PREFERIDA A  $T$ . ASÍ HAY INCONGRUENCIA CUANDO AMBOS SE ENCUENTRAN DENTRO DE LA INTERSECCIÓN, PERO NO DE OTRA MANERA.

SUPONGAMOS QUE  $W$  SE ENCUENTRA EN LA INTERSECCIÓN. ENTONCES, SI  $T$  SE ENCUENTRA FUERA DE LA INTERSECCIÓN,  $T$  NO ESTARÁ DISPONIBLE EN EL CASO  $W$ ; POR LO TANTO, NO HAY INCONGRUENCIA. PERO SUPONGAMOS QUE  $T$  SE ENCUENTRA DENTRO DEL TRIÁNGULO  $W$ , DE MODO QUE  $W$  SE PREFERE A  $T$  EN EL CASO  $W$ .

EN EL CASO  $T$  NO SE MUESTRA QUE  $T$  ES PREFERIDA A  $W$ . PERO SE MUESTRA AÚN CON LA ORDENACIÓN DÉBIL, CUANDO  $W$  ES OTRO PUNTO SOBRE LA LÍNEA  $MM$ , QUE  $T$  ES PREFERIDA A  $W$ , O  $T$  ES INDIFERENTE A  $W$ ; CUALQUIERA DE ESTAS ALTERNATIVAS ES INCONGRUENTE CON LO QUE HA SIDO MOSTRADO EN LA SITUACIÓN  $W$ . DE ESTE MODO, LA PRUEBA DE CONGRUENCIA SE MANIFIESTA DESPUÉS DE TODO EXACTAMENTE LO MISMO, YA SEA SUPONIENDO LA ORDENACIÓN RIGUROSA O LA FLEXIBLE.

EN CUALQUIERA DE LOS DOS PUNTOS HAY INCOMPATIBILIDAD:

- 1) CUANDO  $W$  Y  $T$  SE ENCUENTRAN DENTRO DE LA INTERSECCIÓN.
- 11) CUANDO UNO SE ENCUENTRA DENTRO Y EL OTRO EN LA INTERSECCIÓN, PERO NO DE OTRA MANERA.

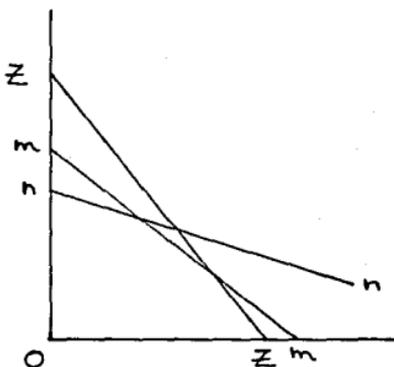
ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE AUN CUANDO LAS DOS VERSIONES DE ORDENACIÓN DEN EL MISMO RESULTADO, DEBE ENFATIZARSE QUE LOS ARGUMENTOS POR MEDIO DE LOS CUALES SE LLEGÓ A ESTOS RESULTADOS, SON COMPLETAMENTE DIFERENTES.

ASÍ, NO PODEMOS CONFIARNOS DE SEGUIR ENCONTRANDO LA MISMA IDENTIDAD Y PROCEDER A GENERALIZAR.

### III.1.4 LA DEMANDA DE DOS BIENES

EN EL CASO DE MOSTRARSE TRES POSICIONES W, T Y R, ORDENADAS CIRCULARMENTE, SERÍA NECESARIO QUE W SE MOSTRARA PREFERIDA A T, T A R Y R A W.

SI SATISFACEN LAS PRUEBAS DE CONGRUENCIA ENTRE DOS BIENES, ESTO QUIERE DECIR QUE TENEMOS SEIS SITUACIONES QUE PUEDEN EXPRESARSE DE LA SIGUIENTE MANERA,



LA PREFERENCIA CONSISTENTE DE W SOBRE T SE MUESTRA CUANDO W ESTÁ FUERA DE MM Y CUANDO T SE ENCUENTRA DENTRO DE ZZ. LA PREFERENCIA COMPATIBLE DE T SOBRE R SE MUESTRA CUANDO T SE ENCUENTRA FUERA DE NN Y CUANDO R SE ENCUENTRA DENTRO DE MM. LA PREFERENCIA COMPATIBLE DE R SOBRE W SE MUESTRA CUANDO R SE ENCUENTRA FUERA DE ZZ Y W SE ENCUENTRA DENTRO DE NN.

PERO NO PUEDEN OCURRIR TODAS ESTAS SITUACIONES. PORQUE LAS DOS PRIMERAS CONDICIONES MUESTRAN QUE W Y T SE ENCUENTRAN A LA IZQUIERDA DE LA INTERSECCIÓN DE ZZ Y MM. LA TERCERA Y SEXTA CONDICIONES NOS DICEN QUE NN DEBE PASAR FUERA DE W Y DENTRO DE T.

(DADO QUE NN DEBE DESLIZARSE HACIA ABAJO, ESTAS CONDICIONES YA ESTABLECEN UNA RESTRICCIÓN SOBRE LAS POSIBLES POSICIONES DE W Y T).

HASTA AHORA LAS CONDICIONES SON CONGRUENTES; UNA LÍNEA NN QUE LAS LLENA SE MUESTRA.

COMO QUIERA QUE SE COLOQUE A W Y T, NN DEBE INTERSECTAR A ZZ Y MM A LA IZQUIERDA DE LA INTERSECCIÓN DE ÉSTAS. DE AHÍ QUE EXISTAN TRES PARTES DE LA LÍNEA NN DONDE R PUEDE SITUARSE.

PUEDE SITUARSE A LA IZQUIERDA DE MM. SI ASÍ OCURRE, LA CONDICIÓN 4 ESTARÍA CUMPLIDA PERO LA 5 NO. PUEDE SITUARSE A LA DERECHA DE ZZ; SI ASÍ FUERA, LA CONDICIÓN 5 ESTARÍA SATISFECHA PERO LA 4 NO.

FINALMENTE, PUEDE SITUARSE ENTRE ZZ Y MM; PERO SI ESTO SUCEDE, DADO QUE SE ENCUENTRA A LA IZQUIERDA DE LA INTERSECCIÓN DE ZZ Y MM, NINGUNA DE LAS CONDICIONES SERÁ SATISFECHA. LA SITUACIÓN PLANTEADA QUE ES NECESARIA PARA MOSTRAR LA ORDENACIÓN CIRCULAR ES GEOMÉTRICAMENTE IMPOSIBLE.

POR CONSIGUIENTE, PODEMOS TOMAR POR SENTADO QUE NO ES NECESARIA NINGUNA OTRA PRUEBA, EN EL CASO DE DOS BIENES, PARA ASEGURAR LA TRANSITIVIDAD, AUNQUE SE TENGA QUE VOLVER A ESTE ASUNTO OTRA VEZ.

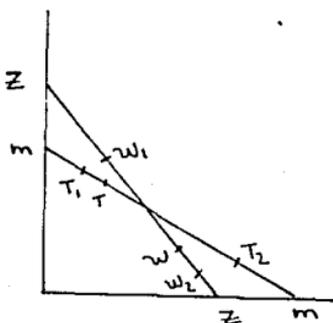
LA PRUEBA SIMPLE DE CONGRUENCIA, COMO SE HA FORMULADO, ES VÁLIDA TANTO PARA LA ORDENACIÓN FLEXIBLE COMO PARA LA RIGUROSA Y ES LA ÚNICA PRUEBA QUE SURGE AQUÍ.

DESDE EL PUNTO DE VISTA FORMAL, SU CONDUCTA ES REAL Y REPRESENTA LO QUE ES. PERO ¿ES REALMENTE POSIBLE USARLA, EN LA FORMA EN QUE FIGURA LA TEORÍA, COMO UN ESTUDIO DIRECTO SOBRE EL MATERIAL REAL, TAL COMO ES PRESENTADA POR LOS ESTADISTAS?

LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA A DISPOSICIÓN SOBRE LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES; SIEMPRE SE REFIERE A LA CONDUCTA DE GRUPOS DE INDIVIDUOS, COMO POR EJEMPLO, EL DE LOS CONSUMIDORES DE AUTOS COMPACTOS.

SIEMPRE TENEMOS QUE PROBAR EL MATERIAL DE ESTE GÉNERO, Y EN VERDAD, ES EL MATERIAL DE ESTA CLASE EL QUE SE QUIERE PROBAR, PORQUE LOS SUPUESTOS DE PREFERENCIA SÓLO ADQUIEREN UNA PRIMERA FASE DE APROBACIÓN CUANDO SE APLICAN A UN PROMEDIO ESTADÍSTICO. SUPONER QUE EL CONSUMIDOR REPRESENTATIVO ACTÚA COMO CONSUMIDOR IDEAL, ES ALGO DIGNO DE COMPROBARSE; SUPONER QUE LA SEÑORITA NORA BARRAGÁN, QUE VIVE EN LA CALLE 641, ACTÚA DE TAL O CUAL MANERA, NO MERECE ATENCIÓN.

AHORA BIEN, CUANDO LA PRUEBA DE CONGRUENCIA SE APLICA A UN GRUPO DE CONSUMIDORES, ES NECESARIO QUE EL GRUPO POSEA UNA HOMOGENEIDAD MÁS NOTABLE SI VAN A OFRECERNOS UNA PRUEBA RIGUROSA DE LA HIPÓTESIS DE PREFERENCIA. SI TODOS LOS MIEMBROS SON ECONÓMICAMENTE IDÉNTICOS, LA PRUEBA ES VÁLIDA; PERO SI NO ES ASÍ, SE VENDRÁ ABAJO.



TOMEMOS EL GRUPO MÁS PEQUEÑO POSIBLE, EL CONFORMADO SÓLO POR DOS INDIVIDUOS. LOS INGRESOS DE AMBOS INDIVIDUOS SON IGUALES, ES DECIR, QUE SON LOS MISMOS TANTO EN LA PRIMERA COMO EN LA SEGUNDA SITUACIÓN. EN LA PRIMERA SITUACIÓN O SITUACIÓN W, CADA INDIVIDUO TIENE LA MISMA LÍNEA DE OPORTUNIDAD ZZ. SUPONEMOS QUE ELIGE LAS POSICIONES W1 Y W2. AHORA PODEMOS ENCONTRAR UN MEDIO POR EL CUAL

PODAMOS REPRESENTAR UNA UNIDAD DE CONSUMO PARA EL GRUPO (DE X O DE Y), POR UNA DISTANCIA IGUAL A LA MITAD DE LA QUE FUE USADA PARA REPRESENTAR UNA UNIDAD DE CONSUMO INDIVIDUAL.

SOBRE ESTA CONVENCION, LA MISMA LINEA ZZ REPRESENTARÁ LAS OPORTUNIDADES QUE SE LE OFRECEN A AMBOS CONSUMIDORES QUE HEMOS TOMADO EN CONJUNTO.

LAS CANTIDADES TOTALES CONSUMIDAS POR ELLOS SE MOSTRARÁN COMO EL PROMEDIO ENTRE  $W_1$  Y  $W_2$ ; DE ESTE MODO, EL CONSUMO TOTAL ESTARÁ REPRESENTADO POR  $W$ , QUE AÚN SE ENCUENTRA SOBRE ZZ, PERO A LA MITAD DEL CAMINO ENTRE  $W_1$  Y  $W_2$ . AHORA SUPONGAMOS QUE LA LINEA DE OPORTUNIDAD SE DESPLAZA A LA POSICION MM. EL PRIMER INDIVIDUO ENCONTRARÁ A  $W$  FUERA DE SU ALCANCE, PERO PUEDE DESPLAZARSE CONGRUENTEMENTE A UNA POSICION COMO  $T_1$ . EL SEGUNDO PUEDE DESPLAZARSE A UNA POSICION  $T_2$ , DONDE EL PROMEDIO DE  $T$ , QUE SE ENCUENTRA DENTRO DE LA INTERSECCION DE LINEAS DE OPORTUNIDAD Y ESTO PUEDE SUCEDER AUN QUE  $W$  SE ENCUENTRE TAMBIEN DENTRO DE LA INTERSECCION.

SI LA PRUEBA DE CONGRUENCIA SE APLICA AL CONSUMO EN GRUPO, APARECERÁ DESCARTANDO POSICIONES COMO  $W$  Y  $T$ ; PERO AHORA RESULTA QUE LOS CONSUMOS EN GRUPO DE ESTA CLASE SURGEN SIN APLICAR NINGUNA CONDUCTA INCONGRUENTE POR PARTE DE CUALQUIERA DE LOS INDIVIDUOS.

AHORA BIEN, QUIZÁS PUEDA OBJETARSE CONTRA ESTA DEMOSTRACION QUE LA INCONGRUENCIA APARENTE HA OCURRIDO A CAUSA DE LAS DIFERENCIAS ENTRE LAS PREFERENCIAS DE LOS DOS INDIVIDUOS; Y TAMBIEN PUEDE ARGUMENTARSE QUE TALES DIFERENCIAS DEBEN SER EXCLUIDAS DE LA APLICACION DE LA HIPOTESIS DE PREFERENCIAS A LA CONDUCTA DEL GRUPO.

LO QUE ESTAMOS PROBANDO ES LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR REPRESENTATIVO O MEDIO Y EN EL COSTO MOSTRADO NO ACTÚA COMO LO HARÍA UN CONSUMIDOR IDEAL. EN ESTE CASO, LA HIPOTESIS DE LA PREFERENCIA JUSTAMENTE INTERPRETADA, SI SE DESPLOMA; NO IMPORTA EL HECHO DE QUE SU FRACASO SE DEBA A LA HETEROGENEIDAD DE LAS NECESIDADES Y NO AL CAMBIO DE ÉSTAS ENTRE UNA SITUACION Y OTRA.

AHORA CONSIDEREMOS QUE LOS INDIVIDUOS TIENEN LAS MISMAS NECESIDADES, DE MODO QUE CONSUMIRÁN EXACTAMENTE LAS MISMAS CANTIDADES - - (DE X Y DE Y) DE SER IGUALES SUS INGRESOS; PERO EL HECHO ES QUE - SUS INGRESOS SON DIFERENTES.

ES POSIBLE AÚN QUE SURJAN LA INCONGRUENCIA APARENTE. EN LA PRIMERA SITUACIÓN, SUPONGAMOS QUE EL PRIMER INDIVIDUO TOMA UNA POSICIÓN  $W^1$ ; LUEGO, SUPONGAMOS QUE LAS CANTIDADES QUE CONSUME EL SEGUNDO INDIVIDUO SE MIDEN EN UNIDADES QUE GUARDAN LA MISMA PROPORCIÓN, RESPECTO A AQUELLAS EN LAS QUE SE MIDE EL CONSUMO DEL PRIMER INDIVIDUO, QUE LA QUE GUARDA EL INGRESO DE UNO CON RESPECTO AL INGRESO DEL OTRO. LA POSICIÓN TOMADA POR EL SEGUNDO INDIVIDUO SÓLO COINCIDIRÁ CON LA ADOPTADA POR EL PRIMERO (DE MODO QUE  $W^2$  COINCIDA CON  $W^1$ ), SI CADA INDIVIDUO DIVIDE SUS GASTOS EN LA MISMA PROPORCIÓN ENTRE LOS DOS BIENES. PERO AÚN SUS NECESIDADES SEAN LAS MISMAS, NO HAY RAZÓN PARA QUE ESTAS PROPORCIONES SEAN LAS MISMAS, SI LOS INGRESOS SON DIFERENTES. POR TANTO, Y DE MANERA GENERAL,  $W^2$  DIFIERE DE  $W^1$ .

PODEMOS PROCEDER DE LA MISMA MANERA QUE ANTES Y MOSTRAR EL CONSUMO EN GRUPO, PREVIO AJUSTE DE LAS UNIDADES, DE MODO QUE  $W$  APAREZCA COMO PROMEDIO DE  $W^1$  Y  $W^2$ , MÁS PRÓXIMO A AQUEL DE LOS DOS INDIVIDUOS QUE DISPONGA DE MAYORES INGRESOS.

CON ESTA INTERPRETACIÓN, LA TOTALIDAD DEL ARGUMENTO PUEDE REPETIRSE. SI LA RAZÓN ENTRE LOS INGRESOS DE LOS INDIVIDUOS ES LA MISMA EN LA SITUACIÓN T, QUE EN LA SITUACIÓN W, ENTONCES T DIVIDIRÁ A  $T^1$  Y  $T^2$  EN LA MISMA RAZÓN QUE W DIVIDE A  $W^1$  Y  $W^2$ .

PUDIERA ACONTECER QUE W Y T SE ENCUENTREN DENTRO DE LA INTERSECCIÓN, AUNQUE NINGUNA DE LAS CONDUCTAS DE LOS INDIVIDUOS MUESTRE POR SÍ MISMA INCONGRUENCIA ALGUNA.

POR CONSIGUIENTE, SE DEDUCE QUE SI LA INCONGRUENCIA APARENTE DEBE DESECHARSE, EL GRUPO AL CUAL SE HA APLICADO LA PRUEBA TIENE QUE SER HOMOGÉNEO, NO SÓLO EN CUANTO A NECESIDADES, SINO TAMBIÉN EN CUANTO A INGRESOS.

### III.1.5 LA CURVA DE DEMANDA

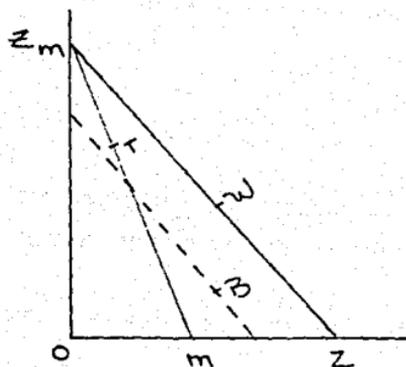
SI TOMAMOS EN CUENTA QUE LA GRAN MAYORÍA DE LOS TRATADISTAS SOBRE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, PASAN INMEDIATAMENTE DESPUÉS DE ESTABLECER SUS FUNDAMENTOS A LA DERIVACIÓN DEL FAMOSO PRINCIPIO DE LA CURVA DE DEMANDA PARA UN BIEN, SIGUE UNA PENDIENTE NEGATIVA O DESCENDENTE, POSIBLEMENTE SE PUDIERA PENSAR QUE HASTA AHORA ESTO NO HA SIDO MÁS QUE PÉRDIDA DE TIEMPO. PERO EN ESTE CASO, POR LO MENOS DEBEMOS PENSAR QUE ESTA PROPUESTA CENTRAL REPRESENTA LA PARTE CENTRAL DE ESTE CAMPO.

AQUÍ POR LO MENOS QUEREMOS CONVENCER QUE NO HAY DUDA SOBRE SU APLICACIÓN PRÁCTICA, DEBIDO A QUE CONSIDERAMOS QUE SOBRE ESTE PRINCIPIO SE FUNDAMENTAN TODOS LOS ESTUDIOS PRÁCTICOS DE LA DEMANDA.

LA DERIVACIÓN DE LA LEY DE LA DEMANDA VIENE A SER EL MEJOR EJEMPLO DE AQUELLA TÉCNICA DE DIVIDIR LOS EFECTOS DE UN CAMBIO DE PRECIOS EN DOS PARTES (EFECTO INGRESO Y EFECTO SUSTITUCIÓN). EL EFECTO SUSTITUCIÓN SERÁ EL EFECTO DE UN CAMBIO EN EL PRECIO CONSIDERADO, COMBINADO CON EL EFECTO DE UN CAMBIO APROPIADO EN EL INGRESO, EL CUAL SE ELIGE DE TAL MANERA QUE EL EFECTO DEL CAMBIO COMBINADO (EFECTO SUSTITUCIÓN), TENGA PROPIEDADES DEDUCIBLES DE LA TEORÍA DE LA CONGRUENCIA. EL EFECTO INGRESO ES EL RESIDUO DEL CAMBIO REAL ACONTECIDO. EN VISTA DE QUE EL CAMBIO EN LOS PRECIOS HA SIDO YA ADMITIDO, CON RESPECTO AL EFECTO SUSTITUCIÓN, EL EFECTO INGRESO SE LIMITA AL EFECTO DE UN CAMBIO EN EL INGRESO, SIN QUE SE PRODUZCAN CAMBIOS EN LOS PRECIOS. ES ESTA CARACTERÍSTICA PARTICULAR DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA, LA QUE CONSTITUYE LA JUSTIFICACIÓN DE LA TOTALIDAD DEL MÉTODO. SE DESPRENDE DE TODO ESTO QUE LA LEY ESTRICTA DE LA DEMANDA ES UN HÍBRIDO; POR UN LADO DESCANSA SOBRE LA TEORÍA, Y POR OTRO SOBRE LA OBSERVACIÓN<sup>13</sup>.

13) J.B. Say. *Traité d'Economie Politique* (8a. ed., 1841). p. 349.

Para descubrir esas leyes hay que aplicar el método basoniano, que tanto éxito tuvo en otras ciencias. La esencia de dicho método consiste en "admitir como verdaderos sólo aquellos hechos que por la observación y la existencia se han demostrado que tienen realidad. Y admitir como verdades permanentes sólo aquellas conclusiones que de un modo natural puedan deducirse de esos hechos".



CONSIDEREMOS EL EFECTO DE UN CAMBIO (DIGAMOS UN DESCENSO) EN EL PRECIO DE X SIN QUE EL INGRESO VARÍE. TENEMOS ENTONCES QUE EL INGRESO Y EL PRECIO DE Y PERMANECEN INALTERADOS, EL MONTO DE Y PODRÍA SER ADQUIRIDO, SI NO SE COMPRARA NADA DE X, PERMANECERÍA TAMBIÉN CONSTANTE; DE ESTE MODO, LA NUEVA LÍNEA DE OPORTUNIDAD ZZ PASARÁ POR EL MISMO PUNTO DEL EJE VERTICAL Y QUE LA LÍNEA MM. EN VISTA DE QUE EL PRECIO DE X HA DESCENDIDO, ZZ SE ENCONTRARÁ DE OTRO MODO, FUERA DE MM. DE AQUÍ SE DEDUCE Y APLICANDO LA CONGRUENCIA QUE EN TANTO SE CONSUMA CIERTA CANTIDAD DE X EN AMBAS SITUACIONES, LA POSICIÓN W SOBRE ZZ SE PREFIERE A LA POSICIÓN T SOBRE MM. ES PERFECTAMENTE CONGRUENTE QUE HAYA UNA ALZA O UNA BAJA O QUE NO HAYA CAMBIO EN EL CONSUMO DE X, ENTRE T Y W.

SIN EMBARGO, PUEDE DEMOSTRARSE SOBRE LA BASE DE LA TEORÍA, QUE SI EL DESCENSO EN EL PRECIO DE X ES ACOMPAÑADO POR UN DESCENSO APROPIADO EN EL INGRESO, EL CONSUMO DE X DEBE AUMENTAR O POR LO MENOS PERMANECER ESTACIONARIO, PERO NO PUEDE DISMINUIR. ASÍ ES POSIBLE CONSTRUIR UNA POSICIÓN B QUE ES INTERMEDIA ENTRE T Y W, Y QUE ES TAL, QUE EL CONSUMO DE B A W ES LA CONSECUENCIA DE UN CAMBIO PURO EN EL INGRESO, O SEA EN EL EFECTO INGRESO.

YA QUE EL INGRESO SE REDUCE ENTRE T Y B Y CRECE ENTRE B Y W. EN REALIDAD NO EXISTE UNA REGLA TEÓRICA QUE NOS DIGA QUE ESTE CRECI-

MIENTO EN EL INGRESO TIENDA A INCREMENTAR EL CONSUMO DE X, PERO - ESTO SUCEDE EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS SOBRE LA BASE DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA, Y EN AQUELLOS EN QUE NO SUCEDA ASÍ, PODRÁN SER CONSIDERADOS COMO EXCEPCIONALES.

EN CONCLUSIÓN, PODEMOS DECIR QUE UN DESCENSO EN EL PRECIO DE X - (PERMANECIENDO EL INGRESO CONSTANTE), TIENDE A INCREMENTAR LA DEMANDA DE X, POR EL EFECTO INGRESO Y EL EFECTO SUSTITUCIÓN CONJUNTAMENTE.

A FIN DE PROBAR LO QUE SE ESTÁ AFIRMANDO, HABRÁ QUE HACER UNA ADECUADA SELECCIÓN DE LA POSICIÓN INTERMEDIA, LA CUAL SE PUEDE HACER EN DOS MANERAS DISTINTAS, QUE DAN DOS PRUEBAS ALTERNATIVAS, A LA PRIMERA SE LE IDENTIFICA COMO MÉTODO DE LA VARIACIÓN COMPENSATORIA<sup>14</sup> Y A LA SEGUNDA, MÉTODO DE LA DIFERENCIA DE COSTOS<sup>15</sup>.

DE ACUERDO CON EL MÉTODO DE LA VARIACIÓN COMPENSATORIA, SE BUSCARÁ UNA POSICIÓN B QUE SERÁ ADOPTADA POR EL CONSUMIDOR, CUANDO EL PRECIO X HAYA PASADO A LA NUEVA CIFRA, PERO CUANDO SU INGRESO SE HAYA REDUCIDO TANTO, QUE ELIMINE LA GANANCIA EN EL INGRESO REAL - QUE HABRÍA OBTENIDO EN OTRAS CIRCUNSTANCIAS DEL DESCENSO EN EL PRECIO.

14) Alternativa adoptada por J. R. Hicks en su Valor y Capital.

15) P.A. Samuelson, "Consumption Theorems Interm of Over-Compensation Rather than Indifference Comparisons" (Económica, febrero de 1953).

La posición intermedia de Samuelson ha sido usada, por supuesto, en una forma vaga, por largo tiempo: cualquiera que haya intentado hacer una exposición elemental sobre los efectos ingreso y sustitución, se había visto casi obligado a usar en ella. Pero como la distinción entre los dos métodos desaparecen en un análisis matemático, basado en el cálculo sólo desde el desarrollo del nuevo método, ha sido necesario aclarar sus términos. El haber demostrado que - se trata de una alternativa distinta al método de la indiferencia, es la más reciente contribución de Samuelson a la teoría de la demanda.

ENTONCES SE DICE QUE EL INGRESO HA SIDO REDUCIDO POR UNA VARIACIÓN COMPENSATORIA; LA POSICIÓN B ADOPTADA CON EL PRECIO W, PERO CON INGRESO MÁS BAJO, ES INDIFERENTE A T. ESTA SELECCIÓN PARTICULAR DE LA POSICIÓN INTERMEDIA B, TIENE LA VENTAJA DE QUE LAS DOS PARTES EN LAS QUE SE HA DIVIDIDO EL EFECTO TOTAL DEL CAMBIO DE PRECIOS, SON PARTES DOTADAS DE ESPECIAL SIGNIFICACIÓN ECONÓMICA.

PUESTO QUE CON ESTA INTERPRETACIÓN EL EFECTO-SUSTITUCIÓN, MIDE EL EFECTO DEL CAMBIO SOBRE EL INGRESO REAL. ASÍ, EL ANÁLISIS BASADO EN LA VARIACIÓN COMPENSATORIA, REPRESENTA UN DESDOBLAMIENTO DEL CAMBIO DE PRECIOS EN LAS DOS DIRECCIONES ECONÓMICAS FUNDAMENTALES.

SI PUEDE ESCOGERSE UNA POSICIÓN B POR EL MÉTODO DE LA VARIACIÓN COMPENSATORIA, ES FÁCIL MOSTRAR, POR MEDIO DEL CRITERIO DE CONGRUENCIA, QUE TIENE LAS PROPIEDADES REQUERIDAS.

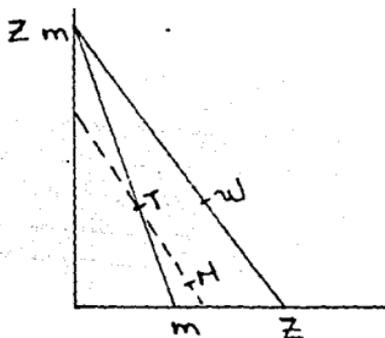
PUESTO QUE EL PRECIO X ES EL MISMO EN LA SITUACIÓN INTERMEDIA QUE EN LA SITUACIÓN W, LA LÍNEA DE OPORTUNIDAD EN LA QUE YACE B, DEBE SER PARALELA A ZZ. COMO T Y B SON INDIFERENTES, ESTA LÍNEA DEBERÁ CORTAR LA LÍNEA MM, PUES SI ESTUVIERA TOTALMENTE DENTRO DE MM, T SE MOSTRARÍA PREFERIDA A B. ESTO MUESTRA QUE ES IMPOSIBLE PARA T Y PARA B RESCINDIR AMBAS A LA IZQUIERDA O A LA DERECHA DE LA INTERSECCIÓN DE LAS LÍNEAS EN QUE YACEN. SI AMBAS CAEN DENTRO DE ELLA, HABRÍA INCONGRUENCIA.

LAS ÚNICAS ALTERNATIVAS QUE QUEDAN SON:

1) QUE T Y B SE ENCUENTREN FUERA DE LA INTERSECCIÓN; 2) QUE UNA ESTÉ EN LA INTERSECCIÓN Y LA OTRA FUERA DE ELLA; 3) QUE AMBAS SE ENCUENTREN EN LA INTERSECCIÓN. ESTOS SON LOS ÚNICOS CASOS POSIBLES, SI T Y B TIENEN QUE SER INDIFERENTES. EN CUALQUIERA DE ESTOS CASOS PODEMOS DECIR QUE EL CONSUMO DE X TIENDE A INCREMENTARSE ENTRE T Y B. ASÍ, EN TODOS LOS CASOS EN QUE X NO SEA UN BIEN INFERIOR, SE DEDUCIRÁ QUE EL CONSUMO DE X DEBE TENDER A INCREMENTARSE ENTRE T Y W.

MIENTRAS SE ACEPTE UNA ORDENACIÓN DÉBIL, ESTE IMPORTANTE ARGUMENTO CONSERVA ENTERAMENTE SU VALIDEZ.

ABORDEMOS AHORA EL MÉTODO DE LA DIFERENCIA DE COSTO. EN ÉL CONSIDERAMOS EL EFECTO DE LA REDUCCIÓN EN EL PRECIO DE X, CUANDO SE COMBINA CON UNA REDUCCIÓN DEL INGRESO TAL, QUE DEJE AL CONSUMIDOR PRECISAMENTE EN LAS CONDICIONES REQUERIDAS PARA PODER COMPRAR EL CONJUNTO DE BIENES T, SI ASÍ LO DESEA.



POR CONSIGUIENTE, EL INGRESO ES REDUCIDO POR LA DIFERENCIA ENTRE LOS COSTOS DE SU CONSUMO PREVIO (T) DE X, AL PRECIO ANTIGUO Y AL NUEVO. LA LÍNEA DE OPORTUNIDAD INTERMEDIA PERMANECERÁ PARALELA A ZZ; PERO EN VEZ DE PASAR POR DEBAJO DE T, PASARÁ POR DEFINICIÓN, A TRAVÉS DE T. LA NUEVA POSICIÓN INTERMEDIA (M) ES AQUÉLLA QUE SERÍA ELEGIDA POR UN CONSUMIDOR, CON LAS NECESIDADES DADAS, AL ENFRENTARSE A ESTA LÍNEA DE OPORTUNIDAD PARTICULAR TM. ES FÁCIL MOSTRAR QUE M, AL IGUAL QUE B, TIENE LAS PROPIEDADES NECESARIAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE NUESTRA POSICIÓN, DE MODO QUE PUEDE SER USADA COMO BASE PARA UNA PRUEBA ALTERNATIVA.

COMPAREMOS, A LA LUZ DE LA TEORÍA DE LA CONGRUENCIA, LAS SITUACIONES EN LAS CUALES SE ADOPTAN T Y M. LAS DOS LÍNEAS DE OPORTUNIDAD SON AHORA MM Y TM; UNA DE LAS POSICIONES (T) SE ENCUENTRA AHORA EN LA INTERSECCIÓN DE LAS DOS LÍNEAS DE OPORTUNIDAD, DE MA-

NERA QUE LA LISTA DE CASOS POSIBLES SE REDUCE MUCHO. SI M SE ENCONTRARA A LA IZQUIERDA DE T SE VIOLARÍA LA PRUEBA DE CONGRUENCIA; LAS ÚNICAS POSIBILIDADES QUE PERMANECEN ABIERTAS SON: 1) QUE M SE ENCUENTRA A LA DERECHA DE T; 2) QUE M Y T COINCIDAN. EN CUALQUIERA DE ESTOS CASOS, EL CONSUMO DE X TIENDE A AUMENTAR ENTRE T Y M. SE DEDUCE ENTONCES, COMO ANTES, QUE EN TODOS LOS CASOS EN QUE UN INCREMENTO EN EL INGRESO TIENDE A INCREMENTAR EL CONSUMO DE X, QUE EL CONSUMO DE X TIENDE A AUMENTAR A CONSECUENCIA DE UN DESCENSO EN EL PRECIO DE X, CON INGRESO CONSTANTE, O QUE EL CONSUMO DE X TIENDE A INCREMENTARSE DE T A W.

DE ESTE MODO, LA ELECCIÓN DE M COMO UNA POSICIÓN INTERMEDIA PROPORCIONA UN MÉTODO ALTERNATIVO PARA ANALIZAR EL EFECTO DE UN CAMBIO DE PRECIO EN EL EFECTO-INGRESO Y EL EFECTO-SUSTITUCIÓN; Y AUNQUE LAS DOS POSICIONES INTERMEDIAS NO SEAN PRECISAMENTE LAS MISMAS, LAS PARTES EN QUE SE DIVIDEN EL EFECTO TOTAL, TIENEN SUSTANCIALMENTE PROPIEDADES PARECIDAS. EN CUALQUIER DIVISIÓN QUE HAGAMOS PERMANECERÁ VÁLIDO QUE EL EFECTO-SUSTITUCIÓN DE UN DESCENSO EN EL PRECIO DE X, TENDERÁ A INCREMENTAR EL CONSUMO DE X, NECESARIA CONSECUENCIA DE LA HIPÓTESIS DE LA PREFERENCIA; Y SERÁ CIERTO TAMBIÉN QUE, EN CADA CASO, EL EFECTO INGRESO DEL MISMO CAMBIO DE PRECIO, ES EL EFECTO PURO DE UNA ELEVACIÓN EN EL INGRESO. LA DIFERENCIA ENTRE LOS DOS MÉTODOS ES SÓLO CUESTIÓN DE LA MAGNITUD DEL AUMENTO EN EL INGRESO, QUE CONDUCE AL EFECTO INGRESO; Y SOBRE ESTE PUNTO EL MÉTODO DE LA DIFERENCIA DE COSTO, TIENE UNA VENTAJA EVIDENTE. PUES EN TANTO QUE LA MAGNITUD DE LA VARIACIÓN COMPENSADORA ES UN PROBLEMA DE CONSIDERACIÓN, LA MAGNITUD DE LA DIFERENCIA DE COSTOS NO PLANTEA NINGÚN PROBLEMA, PUES SE DESPRENDE INMEDIATAMENTE DE LOS DATOS DE LA SITUACIÓN DISCUTIDA.

SI EL CONSUMIDOR SÓLO GASTA INICIALMENTE UNA PEQUEÑA PROPORCIÓN DE SU INGRESO EN X, NI SIQUIERA UNA GRAN REDUCCIÓN PROPORCIONAL EN EL PRECIO DE X PRODUCIRÁ UNA DIFERENCIA DE COSTO QUE PASE DE SER UNA PEQUEÑA PROPORCIÓN DE SU INGRESO. ENTONCES, A MENOS QUE EL CONSUMO DE X SEA ANORMALMENTE SENSIBLE A LOS CAMBIOS EN EL INGRESO (A MENOS QUE LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA DE X CON RELACIÓN

AL INGRESO SEA ANORMALMENTE ALTA), EL EFECTO INGRESO DEL CAMBIO DE PRECIO DEBE SER MUY PEQUEÑO EN RELACIÓN AL CONSUMO ANTERIOR. SUPONGAMOS, POR EJEMPLO, QUE EL CONSUMIDOR HA GASTADO EN AZÚCAR EL 5% DE SU INGRESO (EN LA PRÁCTICA ÉSTE SERÍA UN PORCENTAJE APRECIABLEMENTE GRANDE); Y SUPONGAMOS QUE EL PRECIO DEL AZÚCAR SE REDUCE A LA MITAD. ENTONCES LA DIFERENCIA DE COSTO, AUNQUE IGUAL A LA MITAD DE SU GASTO ANTERIOR EN AZÚCAR, NO ES MÁS QUE EL 2.5% DE SU INGRESO; EL CORRESPONDIENTE EFECTO-INGRESO ES EL EFECTO DE UN AUMENTO DEL 2.5% EN EL INGRESO SOBRE LA DEMANDA DEL AZÚCAR.

AHORA, SI EL GASTO ADICIONAL PERMITIDO POR ESTE INCREMENTO EN EL INGRESO FUE DIVIDIDO ENTRE BIENES EN LAS MISMAS PROPORCIONES EN QUE SE DIVIDÍA EL GASTO ANTERIOR, UNA ELEVACIÓN DEL 2.5% EN EL INGRESO INCREMENTARÍA EL CONSUMO EN EL AZÚCAR EN 2.5%; SI ESTA ELEVACIÓN FUERA MUCHO MAYOR, SERÍA SÍNTOMA INEQUÍVOCO DE UNA FUERTE PREDISPOSICIÓN A GASTAR MAYOR PARTE DEL INCREMENTO DEL INGRESO EN AZÚCAR QUE EN OTRAS COSAS. ASÍ, DESDE EL PUNTO DE VISTA, EL 5% SERÍA UN GRAN INCREMENTO EN EL CONSUMO; PERO SI EL PRECIO DESCIEDE DE UN 50% Y UN GRAN EFECTO-INGRESO NO HACE SINO INCREMENTAR EL CONSUMO EN UN 5%, ESTAMOS JUSTIFICADOS AL AFIRMAR QUE EL EFECTO-INGRESO ES NORMALMENTE MUY PEQUEÑO.

MIENTRAS LA PROPORCIÓN DEL INGRESO INICIALMENTE GASTADA EN X SEA PEQUEÑA, ES PROBABLE QUE EL EFECTO-INGRESO TAMBIÉN LO SEA.

PERO NO HAY RAZÓN PARA QUE SUCEDIERA LO MISMO EN LO TOCANTE AL EFECTO SUSTITUCIÓN CORRESPONDIENTE. CONSIDEREMOS, POR EJEMPLO, EL CASO EN QUE NO SE ADMITIRÍA NADA DE X ANTES DEL DESCENSO DEL PRECIO. LA DIFERENCIA DE COSTO ES ENTONCES CERO, Y EN CORRESPONDIENTE EFECTO-INGRESO DEBE SER CERO. PERO ES PERFECTAMENTE POSIBLE QUE EL DESCENSO EN EL PRECIO TENGA UN EFECTO CONSIDERABLE, PARA INDUCIR AL CONSUMIDOR A SUSTITUIR OTROS BIENES POR X; EL EFECTO-SUSTITUCIÓN PUEDE SER VERDADERAMENTE MUY SUSTANCIAL. NO HAY RAZÓN PARA QUE NO APAREZCAN, EN CONDICIONES APROPIADAS, GRANDES ELASTICIDADES DE DEMANDA PARA BIENES INDIVIDUALES; PERO ESTO SÓLO PUEDE OCURRIR A CAUSA DE UN GRAN EFECTO-SUSTITUCIÓN.

EN LA APLICACIÓN ORDINARIA Y ELEMENTAL DE LA TEORÍA DE LA DEMANDA -PARA LA DEMANDA DE UN BIEN INDIVIDUAL POR UN CONSUMIDOR CUYO CONSUMO ES RAZONABLEMENTE VARIADO-, ES ACEPTABLE ESPERAR QUE EL PRINCIPAL EFECTO DE UN CAMBIO DE PRECIO SERÁ EL EFECTO-SUSTITUCIÓN, - MIENTRAS QUE EL EFECTO-INGRESO SERÁ RELATIVAMENTE PEQUEÑO. LAS PRINCIPALES EXCEPCIONES A ESTA REGLA SE ENCONTRARÁN EN LOS CASOS - EN QUE EL BIEN BAJO CONSIDERACIÓN NO SEA SINO UNA CONSTRUCCIÓN - TEÓRICA, ES DECIR, CUANDO CONSIDERAMOS LA DEMANDA PARA UN GRUPO - DE BIENES, TALES COMO ALIMENTOS, ROPA O IMPORTACIONES, TOMADOS - COMO CONJUNTOS. LA PROPORCIÓN DEL INGRESO GASTADO EN UN BIEN GENERALIZADO DE ESTA CLASE, SERÁ A MENUDO BASTANTE ALTA, MIENTRAS - LAS OPORTUNIDADES PARA LA SUSTITUCIÓN A EXPENSAS DE OTROS BIENES, PUEDEN SER MÁS BIEN RESTRINGIDAS. ASÍ, DEBEMOS ESTAR PREPARADOS - PARA ENCONTRAR, EN CASOS COMO ÉSTOS, QUE EL EFECTO-INGRESO ES RELATIVAMENTE GRANDE.

COMO HEMOS VISTO, NO ES DE NINGÚN MODO NECESARIO QUE UN INCREMENTO EN EL INGRESO TIENDA A INCREMENTAR LA DEMANDA DE CADA BIEN EN EL PRESUPUESTO DEL CONSUMIDOR; ES POSIBLE QUE HAYA ALGUNOS BIENES CUYO CONSUMO DISMINUYA, PARA SER REEMPLAZADO POR SUSTITUTOS SUPERIORES CUANDO SE ELEVA EL INGRESO. EL MÁS CLARO EJEMPLO DE ESTE FENÓMENO OCURRE CUANDO EL BIEN EN CUESTIÓN, ES UNA FORMA DE INFERIOR CALIDAD DE ALGÚN BIEN FÍSICO; ES POR ESTA RAZÓN QUE LOS BIENES CON ELASTICIDAD-INGRESO NEGATIVA HAN SIDO LLAMADOS BIENES-INFERIORES. PERO NO ES INEVITABLE QUE EL BIEN INFERIOR Y EL SUSTITUTO SUPERIOR QUE LO REEMPLAZA TENGAN CARACTERÍSTICAS FÍSICAS EN COMÚN. NI SIQUIERA ES NECESARIO QUE LAS NECESIDADES SATISFECHAS POR LOS DOS BIENES, PUEDAN SER RECONOCIDAS COMO LAS MISMAS, EN CUALQUIER SENTIDO. CONSIDEREMOS EL CASO DE UNA PERSONA QUE ES INDUCIDA, POR UN PEQUEÑO AUMENTO EN SU INGRESO, A VIAJAR EN AUTO; - ENTONCES ESTA PERSONA ESTARÁ OBLIGADA A ECONOMIZAR EN VARIAS DE - SUS LÍNEAS DE GASTOS ANTERIORES. PARA LA ELEVACIÓN PARTICULAR - DEL INGRESO QUE HA TENIDO LUGAR, TODAS ESTAS FORMAS ORDINARIAS DE CONSUMO SE HABRÁN CONVERTIDO EN BIENES INFERIORES.

SI X ES UN BIEN INFERIOR, EL EFECTO-INGRESO DE UN DESCENSO EN EL PRECIO DE X DISMINUIRÁ LA DEMANDA DE X; PERO AÚN ASÍ ESPERAMOS, - POR EL MOTIVO EXPUESTO, QUE EN LOS CASOS MÁS COMUNES ESTE EFECTO-INGRESO SERÁ PEQUEÑO. AUNQUE AHORA ACTÚA EN DIRECCIÓN OPUESTA AL EFECTO SUSTITUCIÓN, ES IMPROBABLE QUE SUPERE AL EFECTO-SUSTITUCIÓN. AUNQUE LA LEY DE LA DEMANDA NO VALE NECESARIAMENTE EN EL CASO DE LOS BIENES INFERIORES, ES PROBABLE QUE VALGA EN LA PRÁCTICA. A FIN DE QUE APAREZCA UNA EXCEPCIÓN A LA REGLA SEGÚN LA CUAL EL CONSUMO TIENDE A INCREMENTARSE CUANDO EL PRECIO DESCENDE Y PERMANECEN INALTERADOS LOS DEMÁS FACTORES, HAN DE CUMPLIRSE TRES CONDICIONES: 1) QUE EL ARTÍCULO SEA UN BIEN INFERIOR, CON UNA ELASTICIDAD-INGRESO NEGATIVA DE CONSIDERACIÓN SIGNIFICATIVA. 2) QUE EL EFECTO-SUSTITUCIÓN SEA PEQUEÑO. 3) QUE LA PROPORCIÓN DEL INGRESO GASTADA EN EL BIEN INFERIOR SEA GRANDE.

SERÍA SORPRENDENTE ENCONTRAR SATISFECHAS TODAS ESTAS CONDICIONES, EN EL CASO DE CUALQUIER BIEN CORRIENTE. LA SEGUNDA Y TERCERA PUE DEN MUY BIEN SER SATISFECHAS AL OCUPARNOS DE UN BIEN GENERALIZADO, QUE REPRESENTA UN GRUPO DE BIENES CORRIENTES; PERO EL GRUPO DE ESTOS BIENES, TIENE QUE SER SELECCIONADO DE UNA MANERA MUY PARTICULAR, PARA QUE SEA INFERIOR CUANDO LO TOMAMOS COMO UN TODO. Y SERÁ VERDADERAMENTE NOTABLE SI EL GRUPO ES SUSTITUIDO FÁCILMENTE POR BIENES AJENOS A ÉL, A CONSECUENCIA DE CAMBIOS EN INGRESO (EFECTO-INGRESO NEGATIVO), PERO NO ES FÁCILMENTE SUSTITUIBLE COMO RESULTADO DE UN CAMBIO EN LOS PRECIOS (EFECTO-SUSTITUCIÓN PEQUEÑO). EN CUANTO EL CONSUMO SE DIVERSIFIQUE RAZONABLEMENTE, SERÁ DIFÍCIL LA APARICIÓN DEL CASO DE GIFFEN. AUNQUE TEÓRICAMENTE SON POSIBLES MUCHAS EXCEPCIONES A LA LEY DE LA DEMANDA, EL RIESGO DE QUE SE PRESENTEN ES PRÁCTICAMENTE DESDEÑABLE.

HASTA AQUÍ NOS HEMOS INTERESADO POR LA REACCIÓN DEL INDIVIDUO FRENTE A LOS CAMBIOS DE PRECIOS; ANTES DE CONCLUIR DEBEMOS AGREGAR UNAS PALABRAS ACERCA DE LA DEMANDA DEL MERCADO, ESTO ES, LA DEMANDA DE UN GRUPO DE CONSUMIDORES. EL EFECTO DE UN DESCENSO DE PRECIO SOBRE LA DEMANDA DEL GRUPO, ES LA SUMA DE LOS EFECTOS SOBRE LAS DEMANDAS INDIVIDUALES Y PUEDE SER DIVIDIDO, POR TANTO, EN

UN EFECTO-INGRESO DEL MERCADO (LA SUMA DE LOS EFECTOS-INGRESOS INDIVIDUALES) Y UN EFECTO SUSTITUCIÓN DEL MERCADO (LA SUMA DE LOS EFECTOS-SUSTITUCIÓN DE LOS INDIVIDUOS). EN VISTA DE QUE CADA EFECTO-SUSTITUCIÓN INDIVIDUAL TIENDE A INCREMENTAR EL CONSUMO, EL EFECTO-SUSTITUCIÓN DEL MERCADO, DEBE INCLINARSE HACIA LA MISMA DIRECCIÓN. CON EL FIN QUE EL EFECTO-INGRESO DEL MERCADO SEA NEGATIVO (DE MODO QUE EL BIEN DE CONSUMO SEA UN BIEN INFERIOR, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA MASA TOTAL DE LOS CONSUMIDORES), DEBE HABER UN EQUILIBRIO DE LOS EFECTOS-INGRESO NEGATIVOS, RESPECTO A LOS POSITIVOS, ENTRE LOS INDIVIDUOS. A FIN DE QUE EL EFECTO-INGRESO DEL MERCADO SEA GRANDE Y NEGATIVO, SERÁ NECESARIO POSIBLEMENTE QUE EL BIEN DE CONSUMO SEA UN BIEN INFERIOR PARA LA MAYORÍA DE LOS INDIVIDUOS QUE LO CONSUMEN EN ESCALA SUSTANCIAL; DE NO SER ASÍ, LOS EFECTOS-INGRESO NEGATIVOS DE ALGUNOS INDIVIDUOS, SERÁN COMPENSADOS POR LOS EFECTOS-INGRESO POSITIVOS DE LOS DEMÁS. AHORA BIEN, EN UN GRUPO HETEROGÉNEO DE INDIVIDUOS (CON GUSTOS E INTERESES DIVERSOS), ES IMPROBABLE QUE EL MISMO BIEN DE CONSUMO SEA PARA TODOS UN BIEN INFERIOR; EN EFECTO, EL DESPLAZAMIENTO DE UN BIEN INFERIOR POR UN SUSTITUTO SUPERIOR, NO ES UN FENÓMENO RECURRENTE AL ASCENDER POR LA ESCALA DE INGRESOS, SINO ALGO QUE ACONTECE, EN EL CASO DE CUALQUIER BIEN INDIVIDUAL, DENTRO DE UNA ZONA PARTICULAR DE DICHA ESCALA. EN UN GRUPO HETEROGÉNEO, HABRÁ ALGUNAS PERSONAS QUE EFECTUARÁN DETERMINADA SUSTITUCIÓN, PERO ES PROBABLE QUE OTRAS NO HABAN LO MISMO; EN CONSECUENCIA, UN GRAN EFECTO-INGRESO NEGATIVO ES UN TANTO MENOS PROBABLE EN EL CASO DE UN GRUPO HETEROGÉNEO QUE EN EL CASO DE UN INDIVIDUO. INDUDABLEMENTE SURGEN CASOS EN LOS CUALES UN BIEN SE REVELA INFERIOR PARA UN GRUPO NUMEROSO, PERO MUCHAS DE LAS INFERIORIDADES, CON CUYA APARICIÓN SE PUEDE CONTAR EN EL ANÁLISIS DE LA CONDUCTA INDIVIDUAL, NO SE PRESENTARÁN EN LA CONDUCTA DE UN GRUPO HETEROGÉNEO.

AL CONSIDERAR LA TEORÍA DE LA CONGRUENCIA, ENCONTRAMOS QUE LA HETEROGENEIDAD DE UN GRUPO, REDUCE LA APLICABILIDAD DE LA PRUEBA DE CONGRUENCIA. ES INTERESANTE ADVERTIR QUE EN EL CASO DE LA LEY DE LA DEMANDA, LA HETEROGENEIDAD ACTÚA OPUESTAMENTE. ESTA LEY NO RESPONDE PEOR CUANDO ES APLICADA A UN GRUPO HETEROGÉNEO, QUE CUAN

**DO SE APLICA A UN SOLO INDIVIDUO; LA VERDAD ES QUE RESULTA MUCHO-  
MÁS CONVENIENTE.**

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

## CAPITULO IV FUNDAMENTOS

### SUPUESTOS:

1. RACIONALIDAD. El consumidor aspira a obtener el máximo grado de utilidad, dado su ingreso y los precios de las mercancías en el mercado.
2. LA UTILIDAD ES ORDINAL. El consumidor ordena sus preferencias de acuerdo al grado de utilidad que cada canasta le proporciona.
3. AXIOMA DE LA PREFERENCIA REVELADA. El consumidor elige una colección de bienes en una situación presupuestal, revelando su preferencia por una en particular.
4. TRANSITIVIDAD y Consistencia de la Elección. El consumidor se muestra consistente al elegir una canasta A de una B, en cualquier situación, pu esto que ambas están a su alcance; así A B C y A C.

### IV.1 LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

EL CENTRO DE GRAVITACIÓN DE LOS PROBLEMAS QUE RODEAN EL PROCESO - DE TOMA DE DECISIONES DE LOS CONSUMIDORES, PUEDE RESUMIRSE DICIE~~N~~DO QUE CADA UNO DE NOSOTROS COMO CONSUMIDOR POTENCIAL INTENTA SACAR EL MEJOR PARTIDO POSIBLE DEL DINERO QUE POSEE. POR UNA PARTE, HEMOS DE INTENTAR SATISFACER NUESTRAS NECESIDADES, POR OTRA, "HEMOS DE TENER EN CUENTA QUE DICHA SATISFACCIÓN VIENE LIMITADA POR EL INGRESO DE QUE SE DISPONE"<sup>17</sup>.

QUEDA CLARO QUE LA SATISFACCIÓN TIENE UN COMPONENTE PERSONAL O FAMILIAR, QUE PERMITE DIFERENCIAR CLARAMENTE EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES SOMETIDOS A PROCESOS DE SELECCIÓN ENTRE BIENES Y SERVICIOS OFRECIDOS POR EL MERCADO. CADA CONSUMIDOR ORDENA SUS PREFERENCIAS DE ACUERDO CON CRITERIOS DE SELECCIÓN QUE TIENEN SU ORIGEN EN MECANISMOS PSICOLÓGICOS, SOCIALES, GEOGRÁFICOS, RELIGIOSOS, DE EDAD, MÁS ALLÁ DE LA TEORÍA ECONÓMICA EN SENTIDO ESTRICTO. POR ELLO, ÉSTA TOMA COMO DATO DE SU ANÁLISIS LA MENCIONADA ORDENACIÓN

<sup>16</sup>) Que las decisiones de consumo estén limitadas, en cada caso, por el ingreso del sujeto no significa que no pueda gastar más de lo que gana en cada período de tiempo. Tal posibilidad no sólo es válida sino que es necesaria para poder disfrutar de un determinado bien. Lo único que se requiere, entonces, es que dicho gasto pueda afrontarse a futuro con la corriente de ingresos que se prevé para él.

DE PREFERENCIAS SIN ENTRAR EN SU CONFIGURACIÓN COMO INDEPENDENCIA DEL ESTUDIO DE LAS VARIABLES QUE PUEDEN AFECTARLA. SE SUPONE QUE LOS DISTINTOS BIENES Y SERVICIOS PROPORCIONAN UNA SATISFACCIÓN O -UTILIDAD- A LOS CONSUMIDORES Y ÉSTOS SON CAPACES DE DISCERNIR -- ENTRE VARIAS COMBINACIONES, CUÁL ES LA QUE LES RESULTA MÁS BENEFICIOSA DESDE SU PUNTO DE VISTA. EN TÉRMINOS ECONÓMICOS, A LA RELACIÓN QUE SE ESTABLECE ENTRE LA SATISFACCIÓN Y LA CANTIDAD CONSUMIDA DE CADA BIEN O SERVICIO SE LE DENOMINA FUNCIÓN DE UTILIDAD, - AUNQUE DE MANERA MÁS PRECISA DEBIERA DENOMINARSELE FUNCIÓN DE PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR.

DE LO EXPUESTO PUEDE DEDUCIRSE QUE LA ELECCIÓN -LAS DECISIONES DE LOS CONSUMIDORES-, Y POR LO TANTO, LA DEMANDA DE CADA UNO DE LOS BIENES Y SERVICIOS EXISTENTES EN LA ECONOMÍA, DEPENDE LÓGICAMENTE POR UNA PARTE, DE LA CONFIGURACIÓN DE SUS PREFERENCIAS Y RESTRICCIÓN PRESUPUESTAL, Y POR OTRA, DE CUESTIONES COMO LA MODA, LA PUBLICIDAD, LA EDAD Y DEMÁS FACTORES. PUESTO QUE SÍ VARÍAN POR - EJEMPLO, LOS GUSTOS DEL CONSUMIDOR PARA DETERMINADO BIEN, TAMBIÉN VARIARÁ SU DEMANDA DE CADA MERCANCÍA, AUMENTANDO SI AQUÉLLOS MEJORAN EN RELACIÓN A UN DETERMINADO BIEN O SERVICIO Y DISMINUYENDO - EN CASO CONTRARIO.

ASÍ, LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES, ENTENDIDA COMO LA EXPRESIÓN DE SUS DESEOS, DE ACUERDO CON SUS POSIBILIDADES, DEPENDE DE UNA SERIE DE VARIABLES QUE LA DETERMINAN.

DESDE UNA PERSPECTIVA INDIVIDUAL PODEMOS CONSIDERAR, COMO MÍNIMO: EL PRECIO DEL BIEN QUE SE TRATE, LOS PRECIOS DE OTROS BIENES, EL INGRESO, LOS GUSTOS O CAMBIOS EN LAS PREFERENCIAS, LA PROPENSIÓN AL AHORRO, LA POBLACIÓN Y LA PUBLICIDAD (MARKETING). AUNQUE EL SEGUIMIENTO DE ESOS FACTORES RESULTA A MENUDO COMPLICADO: LA DEMANDA VIENE INFLUIDA POR UNA VARIEDAD DE ELEMENTOS QUE PUEDEN ALTERARLA A CADA MOMENTO. POR ELLO, PUEDE RESULTAR DIFÍCIL EN LA PRÁCTICA, DELIMITAR CON CLARIDAD LAS CAUSAS DE UNA MODIFICACIÓN CONCRETA DE AQUÉLLA, YA QUE SIMULTÁNEAMENTE, PUEDEN INTERVENIR -

UNA SERIE DE FACTORES MÁS O MENOS SIGNIFICATIVOS. DE AHÍ LA UTILIZACIÓN DE LA DENOMINADA CLÁUSULA CETERIS PARIBUS.

#### IV.1.2 CONSUMO AHORA CONTRA CONSUMO A FUTURO

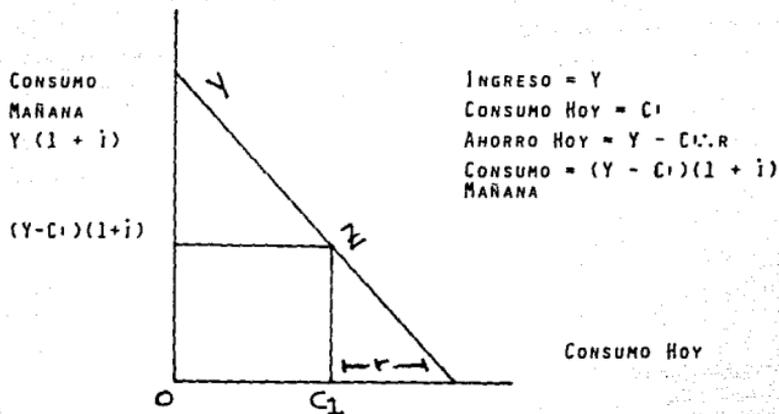
DECISIONES PARTICULARMENTE IMPORTANTES DE LOS CONSUMIDORES TIENEN QUE VER CON LA DISTRIBUCIÓN EN EL TIEMPO DE SU RIQUEZA ACUMULADA Y DE LOS INGRESOS QUE VAYA RECIBIENDO EN CADA PERÍODO, POR UTILIZACIÓN DE SU DINERO.

CONSIDEREMOS POR ESTA PRESENTACIÓN ELEMENTOS RUDIMENTARIOS PARA EL ANÁLISIS DE ESAS DECISIONES.

SUPONGAMOS UNA SITUACIÓN CON SOLAMENTE DOS PERÍODOS: HOY Y MAÑANA. ADEMÁS, QUE EL CONSUMIDOR RECIBE INGRESOS SÓLO EN EL PRIMER PERÍODO Y NO TIENE UNA RIQUEZA ACUMULADA ANTES. PUEDE, SIN EMBARGO, AHORRAR HOY PARA FORMAR UNA RIQUEZA QUE LE PERMITIRÁ CONSUMIR MAÑANA. EN CAMBIO, NO PUEDE CONSUMIR HOY MAS QUE SU INGRESO TOTAL.

EN LA ECONOMÍA EXISTEN INSTITUCIONES FINANCIERAS QUE PRESTAN Y PIDEN PRESTADO, COBRANDO Y PAGANDO UN INTERÉS. DIFÍCILMENTE LOS CONSUMIDORES DE ESTE SERVICIO PUEDEN INFLUIR SOBRE EL NIVEL DE TASA DE INTERÉS, SIENDO PRECIO-ACEPTANTES.

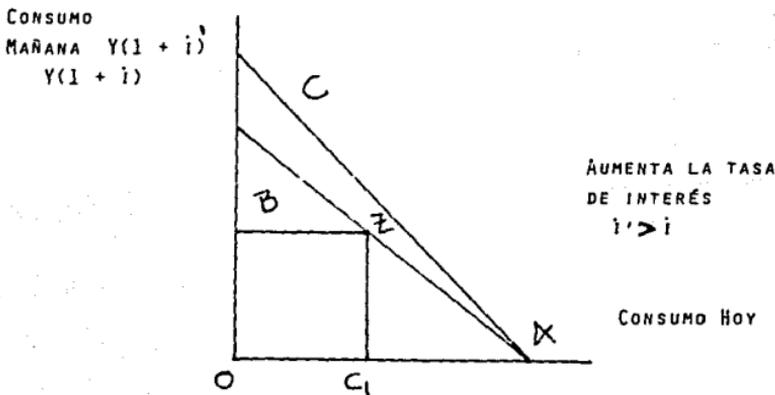
EL CONSUMIDOR DETERMINA SU LÍNEA DE PRESUPUESTO COMO SIGUE: EN UN EXTREMO COLOCARÁ LA SUMA DE SU INGRESO TOTAL ACTUAL, QUE SERÁ LA CANTIDAD MÁXIMA DE CONSUMO ACTUAL (1). EN EL OTRO EXTREMO COLOCARÁ COMO MÍNIMO, LA MISMA CANTIDAD. ESTA SERÍA LA POSICIÓN EN EL CASO DE QUE EL CONSUMIDOR CONSERVARA SU DINERO EN EFECTIVO. SIN EMBARGO, PUEDE HACER ALGO MEJOR QUE ESTO: PUEDE DEPOSITARLO EN UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA Y GANAR UN INTERÉS. EN ESTE CASO, EL CONSUMO MÁXIMO MAÑANA SERÍA IGUAL AL INGRESO DE HOY MÁS EL INTERÉS GANADO, QUE SE EXPRESA COMO UN PRODUCTO DEL INGRESO DEPOSITADO:  $Y + iY = Y(1 + i)$ .



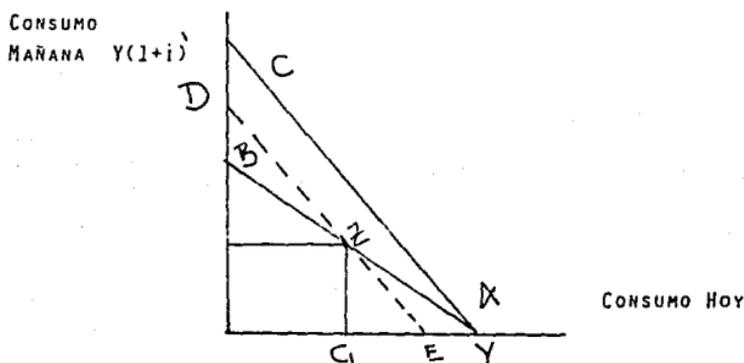
EL CONSUMIDOR PUEDE UBICARSE EN CUALQUIER PUNTO A LO LARGO DE LA LÍNEA DE PRESUPUESTO AB.

CADA VEZ QUE DISMINUYA SU CONSUMO ACTUAL EN UNA CANTIDAD  $r$  PODRÁ AUMENTAR SU CONSUMO FUTURO EN  $r(1+i)$ .

SI SE COLOCA EN Z ¿QUÉ PASA SI LA TASA DE INTERÉS AUMENTA? LA LÍNEA DE PRESUPUESTO CAMBIA, PORQUE AHORA CONSUMIR UNA MAYOR CANTIDAD MAÑANA POR CADA SUMA QUE AHORRE HOY.



¿QUÉ COMBINACIÓN ELEGIRÍA EL CONSUMIDOR? EL AUMENTO DE LA TASA DE INTERÉS LE PERMITE AL INDIVIDUO EN CUESTIÓN, CONSUMIR LO MISMO HOY Y MÁS MAÑANA, SI QUIERE. POR ESTO, DICHO AUMENTO EQUIVALE A UN AUMENTO DE UN INGRESO REAL. LO PRIMERO QUE HAY QUE HACER ES COMPENSAR ESTE AUMENTO DEL INGRESO REAL CON UNA DISMINUCIÓN IMAGINARIA DE SU INGRESO NOMINAL, PERO BUSCANDO QUE EL CONSUMIDOR PUEDA SEGUIR CONSUMIENDO LA COMBINACIÓN Z, SI ASÍ LO DESEA.



LA LÍNEA DE PRESUPUESTO DE TIENE ESTAS PROPIEDADES: ES PARALELA A AC, PORQUE SU PENDIENTE CORRESPONDE A LA NUEVA TASA POR EL INGRESO REAL IMPLÍCITO ES EQUIVALENTE AL INICIAL, PUDIENDO EL CONSUMIDOR QUEDAR EN Z.

#### RÁPIDAMENTE

PODEMOS DESTACAR ADEMÁS DE TODAS LAS POSICIONES DEBAJO DE DE, TODAS LAS QUE SE ENCUENTRAN A LO LARGO DE ZE, PORQUE ERAN POSIBLES ANTES, SIENDO Z PREFERIDA SOBRE CUALQUIER OTRA.

CONCLUSIÓN 1.- AL AUMENTAR LA TASA DE INTERÉS, EL INDIVIDUO DE NINGUNA MANERA CONSUMIRÁ HOY MÁS QUE EN EL CASO ORIGINAL. QUERRÁ CONSUMIR HOY IGUAL O MENOS, PERO RARAMENTE UNA MAYOR CANTIDAD.

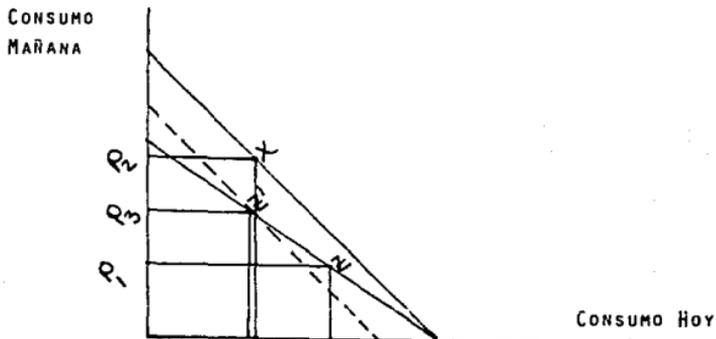
¿CONSUMIRÁ MENOS PARA AHORRAR MÁS?

ES PROBABLE QUE SÍ. EN GENERAL, LOS INDIVIDUOS PREFIEREN CONSUMIR ALGUNA CANTIDAD AHORA A CONSUMIR LA MISMA CANTIDAD EN EL FUTURO.

ENTRE COMER SARDINAS Y EXACTAMENTE LO MISMO MAÑANA, GENERALMENTE SE PREFIERE HACERLO HOY.

PARA DEJAR DE CONSUMIR HOY, SE TIENE QUE ESTIMULAR LA ABSTINENCIA MEDIANTE ALGÚN PREMIO, PODRÍA SER COMER ATÚN. A ESTE PREMIO LE DAMOS EL NOMBRE DE TASA DE INTERÉS.

POR LO ANTERIOR, MIENTRAS MAYOR SEA EL PREMIO POR DEJAR DE CONSUMIR HOY -LA TASA DE INTERÉS- ES MÁS PROBABLE QUE DEJEMOS DE HACERLO Y, EN OTRAS PARALELAS AUMENTA EL AHORRO. EL CONSUMIDOR SE MUEVE DE Z A Z'.



NO QUEDA MÁS QUE DEVOLVERLE EL INGRESO MONETARIO QUE SE LE QUITÓ PARA QUE REGRESE A LA LÍNEA DE PRESUPUESTO AC. EL EFECTO INGRESO DE CONSUMO TOTAL ES POSITIVO, YA QUE NO ES UN BIEN INFERIOR, DE MODO QUE EL CONSUMO DE DOS PERÍODOS AUMENTARÁ, QUEDANDO EL CONSUMIDOR EN EL PUNTO X.

LO IMPORTANTE DE TODO ELLO, ES QUE AL CAMBIAR LA TASA DE INTERÉS- EL CONSUMO PRESENTE (DE HOY), SE MODIFICA EN DIRECCIÓN CONTRARIA-

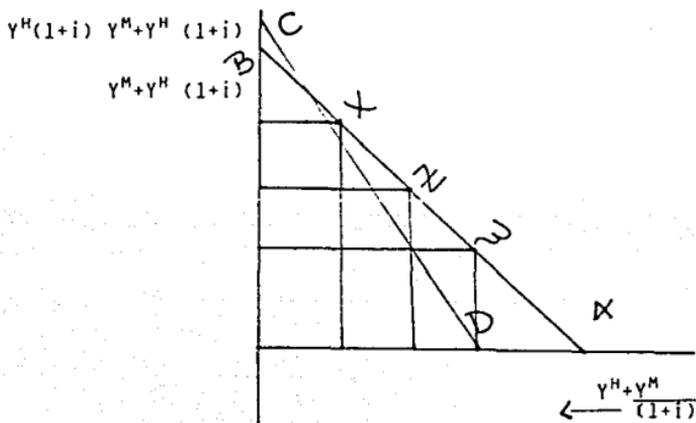
Y EL AUMENTO DE LA TASA DE INTERÉS PROVOCA DISMINUCIÓN DEL CONSUMO PRESENTE Y UN AUMENTO DEL AHORRO.

#### IV.1.3 CASO ALTERNATIVO

UN CASO LIGERAMENTE DIFERENTE, CONSISTE EN QUE EL CONSUMIDOR RECIBE INGRESOS DURANTE LOS DOS PERÍODOS. ÉSTO SIGNIFICA QUE ADEMÁS DE AHORRAR HOY, PUEDE HOY CONSUMIR UNA CANTIDAD MAYOR QUE SU INGRESO, ES DECIR, PUEDE DESAHORRAR. SE LE PRESTARÁ PORQUE RECIBIRÁ UN INGRESO MAÑANA.

LA LÍNEA DE PRESUPUESTO SE OBTIENE AHORA ASÍ: EL MÁXIMO CONSUMO HOY SERÁ IGUAL A SU INGRESO HOY ( $Y^H$ ), MÁS TODO LO QUE PUEDE PEDIR PRESTADO SOBRE SU INGRESO MAÑANA. SI EL INTERÉS ES POSITIVO, LO MÁS QUE PUEDE PEDIR ES SU INGRESO DE MAÑANA, MENOS EL INTERÉS QUE DEBERÁ PAGAR POR ESTE PRÉSTAMO:  $Y(1+i)$ .

SU CONSUMO MÁXIMO MAÑANA SERÁ IGUAL A SU INGRESO MAÑANA ( $Y^M$ ), MÁS EL INGRESO DE HOY, MÁS EL INTERÉS GANADO POR AHORRAR HOY.



EL CONSUMIDOR SE COLOCA EN W. AHORA, ¿QUÉ EFECTOS TIENE UN AUMENTO DE LA TASA DE INTERÉS? LA LÍNEA DE PRESUPUESTO SE MUEVE SOBRE EL PUNTO Z -COMBINACIÓN EN LA QUE NI SE AHORRA NI SE DESAHORRA.

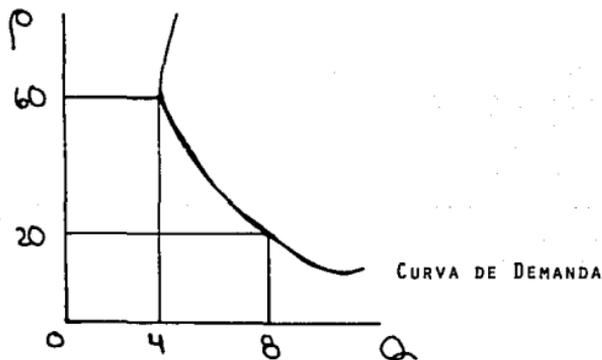
TODAS LAS COMBINACIONES QUE ESTÁN A LO LARGO DE ZD, SIGNIFICA UN MENOR CONSUMO REAL QUE W (ESTÁN POR DEBAJO DE LA LÍNEA DE PRESUPUESTO ORIGINAL). EN CAMBIO LOS PUNTOS SOBRE ZC ERAN COMBINACIONES INALCANZABLES POR INSUFICIENCIA DE RECURSOS. EL CONSUMIDOR ESTARÁ PEOR QUE ANTES, SI SE QUEDA SOBRE UN PUNTO ENTRE Z Y D, Y MEJOR QUE ANTES, MOVIÉNDOSE AL SEGMENTO ZC. SERÁ NORMAL QUE HACIA ALLÁ VAYA DISMINUYENDO SU CONSUMO HOY Y AUMENTANDO SU AHORRO HOY, SITUÁNDOSE EN X, POR EJEMPLO:

SE CONFIRMA ASÍ QUE UN AUMENTO EN LA TASA DE INTERÉS PROVOCA UN AUMENTO EN EL AHORRO PRESENTE. ORIGINALMENTE EL AHORRO ERA NEGATIVO  $Y^H-C_1$ . DESPUÉS DEL AUMENTO DE LA TASA DE INTERÉS ES POSITIVO  $Y^H-C_3$ .

#### IV.1.4 RELACIÓN DE LA DEMANDA DE UN BIEN CON SU PRECIO

EN TÉRMINOS GENERALES, SUELE ACEPTARSE EL HECHO DE QUE UNA VARIACIÓN EN EL PRECIO DE UN BIEN CONLLEVA A UNA VARIACIÓN EN LA CANTIDAD DEMANDADA, EN SENTIDO CONTRARIO. EN UN PLANO DE COORDENADAS SITUANDO AL PRECIO EN EL EJE DE LAS ORDENADAS Y LA CANTIDAD DEMANDADA EN EJE DE LAS ABSCISAS, PODEMOS REPRESENTAR UNA LÍNEA O CURVA DE DEMANDA CUYA PENDIENTE ES NEGATIVA. CUANDO MAYOR SEA LA SENSIBILIDAD DE LA DEMANDA (SU ELASTICIDAD) CON RESPECTO AL PRECIO DEL PROPIO BIEN, MÁS HORIZONTAL SERÁ TAL LÍNEA (A IGUALDAD DE ESCALAS). EN CAMBIO, CUANTO MENOR SEA DICHA SENSIBILIDAD, SU REPRESENTACIÓN SERÁ MÁS VERTICAL, ES DECIR, QUE DICHA CONSIDERACIÓN GUARDA UNA ESTRECHA RELACIÓN CON LA EXISTENCIA DE OTROS BIENES RELACIONADOS CON EL QUE SE CONSIDERA DEL NIVEL DEL INGRESO, O DE LA CONFIGURACIÓN CONCRETA DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES EN CADA MOMENTO.

LA SENSIBILIDAD EN RELACIÓN AL PROPIO PRECIO SUELE SER CONSECUENCIA DIRECTA DE LA DIFERENTE SENSIBILIDAD DE LA DEMANDA, EN RELACIÓN A OTRAS VARIABLES DETERMINANTES MÁS O MENOS SIGNIFICATIVAS. ASÍ, POR EJEMPLO, PUEDE DARSE EL CASO DE BIENES CUYA DEMANDA AUMENTA CUANDO SUBE SU PRECIO O SE REDUCE CUANDO ÉSTE DESCENDE, SON LOS LLAMADOS BIENES NORMALES O SUPERIORES, INFERIORES Y DE GIFFENIO, LLAMADOS ASÍ EN HONOR DEL ECONOMISTA QUE PRIMERO HABLÓ DE ELLOS.



ESTA CURVA DE DEMANDA RELACIONA LA CANTIDAD DEL BIEN QUE EL CONSUMIDOR ESTÁ DISPUESTO A COMPRAR A CADA PRECIO. SI SUPONEMOS QUE EL BIEN EN CUESTIÓN ES, POR EJEMPLO, SESIONES DE TEATRO, LA CURVA NOS INDICA QUE A UN PRECIO DE 20 UNIDADES MONETARIAS, EL CONSUMIDOR QUE CONSIDERAMOS, PUEDE ASISTIR A 8 REPRESENTACIONES AL MES POR EJEMPLO; SI EL PRECIO SUBE A 60, SÓLO PODRÁ ASISTIR A 4.

181 El economista británico Robert Giffen (1837-1910), observó que un aumento en el precio del pan reducía de tal modo el ingreso de las clases con ingresos bajos, que los obligaba a dejar de consumir otros bienes de primera necesidad, como la carne, y aumentar el consumo del pan. Por el contrario, una baja en el precio del pan incrementaba su ingreso real y les permitía adquirir otros bienes más caros y por tanto, reducir el consumo de pan. Este movimiento de la demanda de ciertos bienes provocado por un incremento o decremento de su precio, es conocido como efecto Giffen.

COMÚNMENTE LA CURVA DE DEMANDA SE DIBUJA COMO SUELE SUCEDER EN ECONOMÍA, AUNQUE DE HECHO NO LO SEA. ASÍ, TIENE POCO SENTIDO DECIR QUE EL SUJETO EN CUESTIÓN ESTÁ DISPUESTO A ASISTIR A 3.48 REPRESENTACIONES AL MES: SÓLO PUEDE ASISTIR A 3 Ó 4.

ESTRICTAMENTE HABLANDO DE LA CURVA, ÉSTA DEBERÁ TRAZARSE ASÍ CUANDO EXISTAN LOS PUNTOS CORRESPONDIENTES A CANTIDADES ENTERAS DEL BIEN. SÓLO QUE SE TRATASE POR EJEMPLO DEL DIESEL, TENDRÍA SENTIDO LA CURVA CONTINUA, YA QUE SE PUEDEN DEMANDAR POR EJEMPLO - - - 398.40 LITROS AL MES.

#### IV.1.5 RELACIÓN DE LA DEMANDA DE UN BIEN CON LOS PRECIOS DE LOS DEMÁS BIENES

EN PRINCIPIO, PARECE FÁCIL AFIRMAR QUE CUALQUIER POSIBLE MODIFICACIÓN EN EL PRECIO DE UN BIEN MODIFICARÁ TAMBIÉN LA DEMANDA DE OTRO BIEN CONCRETO. ELLO OCURRE SI AQUEL FORMA PARTE DE LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR, COMO SI SE SITUARA FUERA DE SU ÁMBITO. SI EL BIEN CUYO PRECIO VARÍA ES ADQUIRIDO YA POR EL CONSUMIDOR, ELLO PUEDE SUPONER UN CAMBIO EN EL GASTO TOTAL PRACTICADO CON ESE BIEN Y, POR LO TANTO, PUEDE REPERCUTIR SOBRE LA DEMANDA DEL RESTO DE LOS BIENES. POR OTRA PARTE, UN CAMBIO DE PRECIO PUEDE LLEVAR AL CONSUMIDOR A INTEGRAR UN DETERMINADO BIEN O SERVICIO DENTRO DE SU DEMANDA EFECTIVA, LA CUAL REPERCUTIRÁ TAMBIÉN SOBRE EL CONSUMO DE LOS DEMÁS PRODUCTOS.

ES LÓGICO SUPONER QUE EL CONSUMO DE DETERMINADOS BIENES RECIBE UN IMPULSO CUANDO EL PRECIO DE OTROS DISMINUYE. O, PARALELAMENTE, QUE SU CONSUMO DISMINUYE CUANDO EL PRECIO DE OTROS BIENES AUMENTA. LA RELACIÓN ENTRE ESTOS BIENES ES DE COMPLEMENTARIEDAD, POR LO QUE LOS BIENES EN CUESTIÓN RECIBEN EL NOMBRE DE COMPLEMENTARIOS. DICHS PRODUCTOS SUELEN CONSUMIRSE CON MAYOR FACILIDAD, EL CONSUMO DEL OTRO QUEDA TAMBIÉN FACILITADO. Y LA INVERSA, SI AUMENTA LA DIFICULTAD EN LA ADQUISICIÓN DE UNO DE ELLOS, EL OTRO BIEN TAMBIÉN PERJUDICARÁ SU DEMANDA. EL EJEMPLO MÁS COMÚN ES LA RELACIÓN ENTRE GASOLINA Y VEHÍCULOS DE AUTOTRANSPORTE, YA QUE EL AUMENTO O

DISMINUCIÓN EN EL PRECIO DE CUALQUIERA DE LOS DOS BIENES AFECTA LA DEMANDA DEL OTRO. LOS APARATOS DE TELEVISIÓN Y VIDEO, SON OTRO BUEN EJEMPLO DE BIENES COMPLEMENTARIOS. EN TAL CASO HABRÍA QUE REALIZAR UNA PRUEBA DE RELACIÓN DE LA DEMANDA DE UNO CON EL PRECIO DEL OTRO.

ALTERNATIVAMENTE, EXISTEN UNOS BIENES CUYO CONSUMO SE VE AFECTADO DE FORMA NEGATIVA CUANDO EL PRECIO DEL OTRO DISMINUYE, A LA INVERSA, SU CONSUMO SE VE IMPULSADO CUANDO EL PRECIO DE OTROS PRODUCTOS AUMENTA. SI LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE DOS BIENES ES COMO LA MENCIONADA, RECIBEN EL NOMBRE DE BIENES SUSTITUTOS, EN DONDE SU RELACIÓN SERÁ ENTONCES DE SUSTITIBILIDAD. SUELEN SER PRODUCTOS ALTERNATIVOS, DE MANERA QUE NO SE CONSUMEN CONJUNTAMENTE, SINO QUE EL CONSUMO DE UNO SUELE DESCARTAR EL CONSUMO DEL OTRO. EXISTEN VARIOS EJEMPLOS DE ESTA SITUACIÓN, SOBRE TODO ENTRE PRODUCTOS ANÁLOGOS, PERO DE MARCAS DISTINTAS O ENTRE PRODUCTOS QUE SATISFACEN NECESIDADES SIMILARES.

LA DEMANDA DE TRANSPORTE PÚBLICO PUEDE VERSE AFECTADA POR EL PRECIO DE LOS AUTOMÓVILES PRIVADOS Y DE LA GASOLINA, POR EJEMPLO. EL PRECIO DE LAS VIDEOCASETERAS AFECTA LA DEMANDA DE LAS SALAS DE CINE.

EN CONCLUSIÓN, UN BIEN NO ES COMPLEMENTARIO O SUSTITUTO POR SÍ MISMO, SINO SIEMPRE EN RELACIÓN A OTROS BIENES. UN PRODUCTO PUEDE PERFECTAMENTE SER COMPLEMENTARIO EN RELACIÓN CON UNOS Y SUSTITUTO EN RELACIÓN CON OTROS. O SIMPLEMENTE PUEDE NO VERSE AFECTADO EN SU CONSUMO CUANDO VARÍAN LOS PRECIOS DE LOS DEMÁS BIENES.

#### IV.1.6 CURVAS DE DEMANDA Y FUNCIONES DE DEMANDA

COMÚNMENTE SUELE EXPRESARSE LA DEMANDA DE UN BIEN COMO LA RELACIÓN ENTRE LA CANTIDAD DEL MISMO Y SU PRECIO. GRÁFICAMENTE, ESTO DA LUGAR A UNA CURVA DE DEMANDA. PERO ESA CURVA DE DEMANDA SÓLO ES VÁLIDA MIENTRAS TODAS LAS DEMÁS CIRCUNSTANCIAS QUE AFECTAN A DICHA RELACIÓN PERMANEZCAN CONSTANTES.

CUANDO SE ABANDONA TAL SUPUESTO, ENTONCES LA CURVA DE DEMANDA SE PODRÁ DESPLAZAR HACIA LA IZQUIERDA O HACIA LA DERECHA, SEGÚN SEA LA MODIFICACIÓN PRESENTADA.

#### IV.1.6.1 MODIFICACIONES EN EL INGRESO

TENEMOS ENTONCES, QUE LOS AUMENTOS EN EL INGRESO DESPLAZARÁN HACIA LA DERECHA A LA CURVA DE DEMANDA, CONSIDERANDO QUE SE TRATA DE BIENES NORMALES (PUESTO QUE PARA CADA PRECIO, LA CANTIDAD DEMANDADA SERÁ SUPERIOR), PERO SI EL BIEN ES INFERIOR, EL AUMENTO DEL INGRESO DESPLAZARÁ LA CURVA HACIA LA IZQUIERDA. OBTIENIENDO QUE LOS DESPLAZAMIENTOS SERÁN CONTRARIOS SI SE TRATARA DE UN DESCENSO EN EL INGRESO DEL CONSUMIDOR.

EN CUANTO AL IMPACTO DE MODIFICACIONES EN EL PRECIO DE LOS DEMÁS BIENES, LOS DESPLAZAMIENTOS DE LA CURVA DEPENDERÁN DE SU CARÁCTER COMPLEMENTARIO Y SUSTITUTIVO. SI LOS BIENES CONSIDERADOS SON COMPLEMENTARIOS, UN AUMENTO EN EL PRECIO DE UNO DE ELLOS DESPLAZARÁ LA CURVA DE LA DEMANDA DEL OTRO BIEN HACIA LA IZQUIERDA, PUESTO QUE PARA CADA PRECIO, AHORA LA CANTIDAD DEMANDADA SERÁ MENOR EN CAMBIO, UN DESCENSO EN EL PRECIO DE UNO DE LOS BIENES, PROVOCARÁ UN DESPLAZAMIENTO DE LA CURVA DE DEMANDA DEL OTRO BIEN HACIA LA DERECHA, YA QUE PARA CADA PRECIO LA CANTIDAD DEMANDADA SERÁ AHORA MAYOR.

POR OTRA PARTE, SI LOS BIENES SON SUSTITUTOS, LAS RELACIONES EXPRESADAS SERÁN LAS INVERSAS. ESTO ES, SI EL PRECIO DE UNO DE LOS BIENES QUE SON SUSTITUTOS ENTRE SÍ SUBE, LA CURVA DE DEMANDA DEL OTRO BIEN SE DESPLAZARÁ HACIA LA DERECHA Y VICEVERSA.

#### IV.1.6.2 CAMBIOS EN LAS PREFERENCIAS

DE LA MISMA FORMA, MODIFICACIONES EN LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES PUEDEN DESPLAZAR LA CURVA DE DEMANDA, YA SEA HACIA LA IZQUIERDA, SI HAN DISMINUIDO PARA EL BIEN EN CUESTIÓN, O HACIA LA DERECHA EN CASO CONTRARIO. POR OTRA PARTE, PROBABLEMENTE LAS MO-

DIFICACIONES AFECTARÁN TAMBIÉN LA PENDIENTE DE DICHA CURVA, - - -  
HACIÉNDOLA MÁS RÍGIDA CUANTO MAYOR SEA LA DEPENDENCIA DEL CONSUMI  
DOR HACIA ESE BIEN, Y MÁS ELÁSTICA CUANTO MENOR SEA ESA DEPENDEN  
CIA.

EN CUALQUIER CASO, CONVIENE RESALTAR LA DIFERENCIA ENTRE LAS CUR  
VAS DE DEMANDA USUALES, QUE EXPRESAN UNA ÚNICA RELACIÓN ENTRE EL  
PRECIO DE UN BIEN Y SU CANTIDAD DEMANDADA, Y LAS OTRAS POSIBLES -  
CURVAS DE DEMANDA, QUE RELACIONAN LA CANTIDAD DEMANDADA DE UN - -  
BIEN CON EL PRECIO DEL OTRO, SEA SUSTITUTO O COMPLEMENTARIO O CON  
EL INGRESO Y LA DIFERENCIA, POR FIN ENTRE TODAS ESAS FUNCIONES DE  
PREFERENCIA Y LAS CURVAS DE DEMANDA, QUE RECOGEN LA RELACIÓN EXIS  
TENTE ENTRE LA CANTIDAD DEMANDADA DE UN BIEN Y TODAS LAS VARIA -  
BLES QUE SIGNIFICATIVAMENTE PUEDEN AFECTARLA.

DURANTE MUCHOS AÑOS, EN ECONOMÍA HA SIDO TRADICIONAL CONSIDERAR -  
QUE LA CONFRONTACIÓN ENTRE EL CONSUMIDOR Y UN CONJUNTO DE ELECCIO  
NES POSIBLES ENTRE BIENES ES DIRECTA. LOS BIENES SON BIENES Y EL  
CONSUMIDOR EJERCE SOBRE ELLOS SU CAPACIDAD DE ELECCIÓN. PERO - -  
CADA VEZ SE HA HECHO MÁS DIFÍCIL DESCRIBIR LA SITUACIÓN DE ELEC  
CIÓN DEL CONSUMIDOR EN UNA ECONOMÍA DE CONSUMO COMO EN LA QUE AC  
TUALMENTE VIVIMOS, SIN PROFUNDIZAR MÁS EN LAS CARACTERÍSTICAS DE  
LOS BIENES QUE DESPIERTAN EL INTERÉS EN EL CONSUMIDOR.

CUANDO A UN CONSUMIDOR SE LE OFRECE LA ELECCIÓN ENTRE DOS CONJUN  
TOS DE BIENES, SU ELECCIÓN VIENE DETERMINADA EN PARTE, POR SU PRO  
PIA PERSONALIDAD Y EN PARTE, POR LAS PROPIEDADES DE LOS MISMOS -  
BIENES. PARA CONCRETAR MÁS, SI UN CONSUMIDOR SÓLO PUEDE ELEGIR -  
UNO DE DOS AUTOMÓVILES, SU ELECCIÓN VENDRÁ DETERMINADA POR LAS -  
PROPIEDADES PARTICULARES DE AMBOS COCHES, SU OPCIÓN SOBRE LA CON  
VENIENCIA PARA ÉL DE LAS DISTINTAS PROPIEDADES DE LOS AUTOS.

POR ELLO, ES POSIBLE QUE UN COMPRADOR REACCIONE DE MODO DIFERENTE  
ANTE UN AUTO DE COLOR ROJO QUE ANTE UN AUTO DE COLOR AZUL O BLAN  
CO. ASÍ, TENEMOS EN CUENTA QUE CIERTOS GRUPOS DE BIENES COMPAR--

TEN MUCHAS CARACTERÍSTICAS Y QUE EN LAS RESTANTES PRESENTAN DIFERENCIAS MENORES, DEBERÍAMOS ANALIZARLOS EN CONJUNTO, DE UNA FORMA RACIONAL QUE PERMITA ESTUDIOS DE MERCADO RELEVANTES, AL MISMO - - TIEMPO QUE SE TOMAN EN CUENTA LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES ENTRE LAS OPINIONES DE LOS CONSUMIDORES, SOBRE LOS BIENES INCLUIDOS EN EL GRUPO.

## CONCLUSIONES

TAL Y COMO LO HEMOS PODIDO VISUALIZAR, LA TEORÍA DE LA DEMANDA HA VENIDO PRESENTANDO DESDE SUS INICIOS CONSTANTES MODIFICACIONES, TENDIENTES SIEMPRE AL MEJORAMIENTO Y REFINAMIENTO DE LA MISMA.

SIN EMBARGO, A ÚLTIMAS FECHAS, LA TEORÍA DE LA DEMANDA SOSTIENE UNA ENGAÑOSA PASIVIDAD QUE LA LIMITA A NO OFRECERNOS EN APARIENCIA ALGO MÁS QUE SEÑALAR, LA TENDENCIA DECRECIENTE DE LA CURVA DE DEMANDA: QUE EL DESCENSO DE LOS PRECIOS TIENDE A INCREMENTAR LA CANTIDAD DEMANDADA, QUE UN AUMENTO EN LA OFERTA TIENDE A BAJAR EL PRECIO Y QUE LA TEORÍA RECLAMA ÚNICAMENTE VALIDEZ, MIENTRAS QUE TODO LO DEMÁS PERMANEZCA INALTERADO.

A VECES LOS ECONOMISTAS PUEDEN IR MUY LEJOS EN LA DEFENSA DE MEDIDAS POLÍTICAS ATINADAS Y SÓLIDAS, BASADAS EN UNA TEORÍA FORMAL INADECUADA. EL QUE TALES COSAS SEAN POSIBLES SÓLO PRUEBA QUE LA ECONOMÍA PRÁCTICA ES SIMPLEMENTE UN ASUNTO DEL SENTIDO COMÚN, MIENTRAS QUE LA ECONOMÍA TEÓRICA ES EL SENTIDO COMÚN EN DIFÍCIL, EN TAL CASO, RESULTA TRASCENDENTAL CONSIDERAR QUE QUIZÁ EN ESTOS MOMENTOS LOS DETERMINANTES ESENCIALES EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR (INGRESOS Y PRECIOS) HAN PERDIDO INTERÉS, NO PORQUE NO SEAN IMPORTANTES, SINO PORQUE SU ANÁLISIS YA HA SIDO AGOTADO.

PODEMOS PENSAR QUE AHORA NOS ENCONTRAMOS EN UNA ETAPA DE CAMBIOS-CONCEPTUALES, EN DONDE LOS FACTORES DE TIPO PSICOLÓGICO RECLAMAN UNA MAYOR ATENCIÓN. PODEMOS MENCIONAR ENTRE ELLOS, ASPECTOS COMO LA PUBLICIDAD, LA MODA, LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA, LA RAZA, EL SEXO, LA RELIGIÓN, LA MORAL, ETC., QUE SI BIEN ES CIERTO, YA HAN SIDO CONSIDERADOS EN EL ANÁLISIS, NO SON TOMADOS COMO TRASCENDENTALES.

LO QUE SE TIENE EN MENTE EN LA ACTUALIDAD, ES LA BÚSQUEDA DE AQUELLA TEORÍA DE LA DEMANDA QUE NOS DIGA ALGO MÁS ACERCA DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR, NO SÓLO EN CUANTO A LA ASIGNACIÓN DE SUS INGRESOS PARA SU CONSUMO, DADOS LOS PRECIOS, SINO MÁS BIEN EN CUANTO A LA ORDENACIÓN DE SUS PREFERENCIAS.

POR ELLO, ES QUE SE CONSIDERA EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE GRAN IMPORTANCIA, DAR A CONOCER UNA VISIÓN COMO LA DE HICKS Y SAMUELSON, QUE MUESTRA IDEAS DE ENORME AUTENTICIDAD Y ORIGINALIDAD, BASADAS EN LOS ENFOQUES TRADICIONALES, PERO PLANTEADAS CON MIRAS A SEMBRAR EN LOS LECTORES, ESA INQUIETUD DE CRÍTICA CONSTRUCTIVA QUE TANTA FALTA HACE A LA TEORÍA DE LA DEMANDA, BUSCANDO INCENTIVAR EL SURGIMIENTO DE NUEVOS TRABAJOS Y APORTES AL TEMA.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE LA TEORÍA PRODUCTO DEL ANÁLISIS DE HICKS Y SAMUELSON, POSEE LAS BASES DE LOS ENFOQUES TRADICIONALES, PERO CON Matices PROPIOS, LO CUAL LA CONVIERTE EN AUTÉNTICA, POR LO QUE PODEMOS AFIRMAR QUE ESTE ENFOQUE NO PRETENDE MOSTRARSE COMO EL ÚNICO NI EL MEJOR, SINO MÁS BIEN COMO EL RESULTADO DE UNA SERIE DE INVESTIGACIONES QUE INTENTAN APORTAR ALGO A LA TEORÍA DE LA DEMANDA, CONCRETAMENTE EN EL PUNTO QUE CONSIDERAMOS AHORA, IMPORTA MÁS LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR.

DE ESTA FORMA SE DESMIENTE EL HECHO DE CONSIDERAR A LA TEORÍA DE LA DEMANDA COMO LIMITADA, YA QUE PARA QUIENES OPINEN ASÍ, DIREMOS QUE ESTO SE DEBE A SU LIMITADO CONOCIMIENTO DE LA MISMA, PUESTO QUE SIEMPRE SE HAN CONSIDERADO DISTINTOS FACTORES QUE PUEDEN EJERCER INFLUENCIA SOBRE ELLA, PERO QUE POR TRATARSE DE UN PROBLEMA DEMASIADO HETEROGÉNEO, ES DIFÍCIL DE COMPROBAR. SIN EMBARGO, QUE DA COMO REFLEXIÓN PARA TODOS LOS ESTUDIOSOS DE ESTE TEMA, QUE LA TEORÍA DE LA DEMANDA, NECESITA NUEVAS IDEAS QUE PROMUEVAN LA HOMOGENEIZACIÓN DE SU PLANTEAMIENTO EN CUANTO A LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR, NO SÓLO EN CUANTO A SUS DETERMINANTES DIRECTOS E INDIRECTOS SINO TAMBIÉN, EN CUANTO A SU CONCEPCIÓN TEÓRICA.

POR ELLO, SERÁ NECESARIO LLEVAR A CABO UNA UNIFICACIÓN DE CRITERIOS, LA CUAL DEBERÁ SURGIR DEL ANÁLISIS DETALLADO DE TODAS LAS IDEAS Y POSTERIORMENTE DE SU MÁS CERCANA APLICACIÓN.

FINALMENTE, DEBEMOS SEÑALAR CONSIDERANDO ESTAS DOS DECLARACIONES ANÓNIMAS QUE LA TEORÍA DE LA DEMANDA SERÁ LIMITADA, DEPENDIENDO -

EN PRIMER LUGAR DE QUIEN LA INTERPRETE Y EN SEGUNDO TÉRMINO DE -  
CÓMO SE APRENDA.

RESULTA FAMOSA LA DECLARACIÓN ANÓNIMA QUE SIRVE DE PRESENTACIÓN -  
AL CAPÍTULO 4 DE LA MUNDIALMENTE CONOCIDA INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA  
MÍA (ECONOMICS) DE PAUL SAMUELSON:

"USTED PUEDE LOGRAR QUE HASTA UN LORO SEA UN CONOCEDOR DE LA ECO-  
NOMÍA POLÍTICA -BASTA CON QUE APRENDA DOS PALABRAS: OFERTA Y DE-  
MANDA".

O ESTA OTRA, TAMBIÉN ANÓNIMA, PUBLICADA POR VARIOS PERIÓDICOS DE-  
MÉXICO EN EL VERANO DE 1983:

"ESTA ES LA LEY DE OFERTA Y DEMANDA. SI UNO TIENE MUCHO QUE VEN-  
DER... LO VENDE BARATO. SI MUCHOS QUIEREN LO QUE UNO OFRECE... -  
LO PAGAN CARO. PERO SI UNO VENDE ALGO A PRECIO CARO, LOS OTROS -  
NO DEBEN COMPRARLO.

ASÍ, TENDRÁ QUE BAJAR SUS PRECIOS Y VENDER BARATO SI DISMINUYE LA  
DEMANDA, AUMENTARÁ LA OFERTA Y TENDRÁN QUE AJUSTARSE LOS PRECIOS.

NOSOTROS PODEMOS CONTROLAR LOS PRECIOS SI SABEMOS USAR LA OFERTA-  
Y LA DEMANDA. LA ECONOMÍA ES PARTE DE TODOS".

EN TAL CASO, PUEDE PARECER INNECESARIO QUE FAMA NO SIGNIFICA VER-  
DAD. LA DECLARACIÓN ADEMÁS DE CONTENER AFIRMACIONES ERRÓNEAS Y -  
CONFUSAS, POSEE EL MATIZ CARACTERÍSTICO DE QUIENES JAMÁS PASARON-  
DE UNA PEQUEÑA PARTE DE TODO LO QUE ENCIERRA LA TEORÍA DE LA DE-  
MANDA, CONDENÁNDOSE POR SÍ SOLOS A LA OBSOLESCENCIA DE SUS IDEAS.

EN LO QUE RESPECTA A LA PRIMER DECLARACIÓN, DEBEMOS ASEGURARNOS -  
QUE PARA QUE ESE LORO SEA UN BUEN CONOCEDOR DE ECONOMÍA-POLÍTICA,  
BASTARÁ NO SÓLO CON QUE APRENDA LAS PALABRAS DE OFERTA Y DEMANDA,  
SINO DE QUIÉN LAS APRENDA, YA QUE DE NADA SERVIRÁ ATROFIARLO ENSE-  
ÑÁNDOLE CONCEPTOS INADECUADOS AL MOMENTO ESPECÍFICO QUE ESTAMOS -  
VIVIENDO, CAYENDO EN EL CASO DE LA SEGUNDA DECLARACIÓN.

## BIBLIOGRAFIA

### Microeconomía

Dieguez, Héctor L.

Problemas de Microeconomía.

Buenos Aires: Amorrortu, 1971.

282 págs.; 11.

### Microeconomía

Blair, Roger D.

Microeconomía con aplicaciones a la empresa.

Traducción. Luis Toharía.- México: McGraw-Hill, C 1983.

455 págs.

### Microeconomía

Hirshleifer, Jack

teoría de los precios y sus aplicaciones.

Traducción. Alejandro Gallegos.- México: Prentice Hall International, C 1976.

588 págs.

### Microeconomía

Peterson, Willis L.

Principios de economía Micro.- México: C.E.C.S.A., C 1981.

321 págs; 11.

### Microeconomía Moderna

Koutzoyanis, A.

Modern Microeconomics: The McMillan Press LTD, Londres 1975.

### Microeconomía

Lancaster, Kelvin.

Introducción a La Microeconomía.

Ed. Barcelona: Bosh, 1976.

415 págs.: 11.

Microeconomía

Leroy Miller, Roger.

Microeconomía; Tr. Stella de Calvo.-

Bogotá; México: McGraw-Hill. C 1980.

610 págs: IL.

Microeconomía

Salvatore, Dominich.

Teoría y Problemas de Microeconomía;

Tr. J. Cardenas Nannetti.-

México: McGraw-Hill, 1976.

279 págs: IL.

Microeconomía

Scheifler, Xavier.

teoría Económica: Microeconomía.-

México: Trillas, 1978.

295 págs.

Microeconomía

Gravelle, Hugh

Microeconomía; Versión española de Javier Andres...

Et al.- Madrid: Alianza, C 1984.

669 págs.

Microeconomía

Principios de Microeconomía.-

Cincinnati, Ohio: South - Western, C 1983.

565 págs.

Microeconomía

Hicks, J.R.

A Revision of Demand Theory, 1956 Oxford University Press: 1958 FCE.

252 págs.