

Capítulo 6:

A Teoria do Consumidor

Aplicações

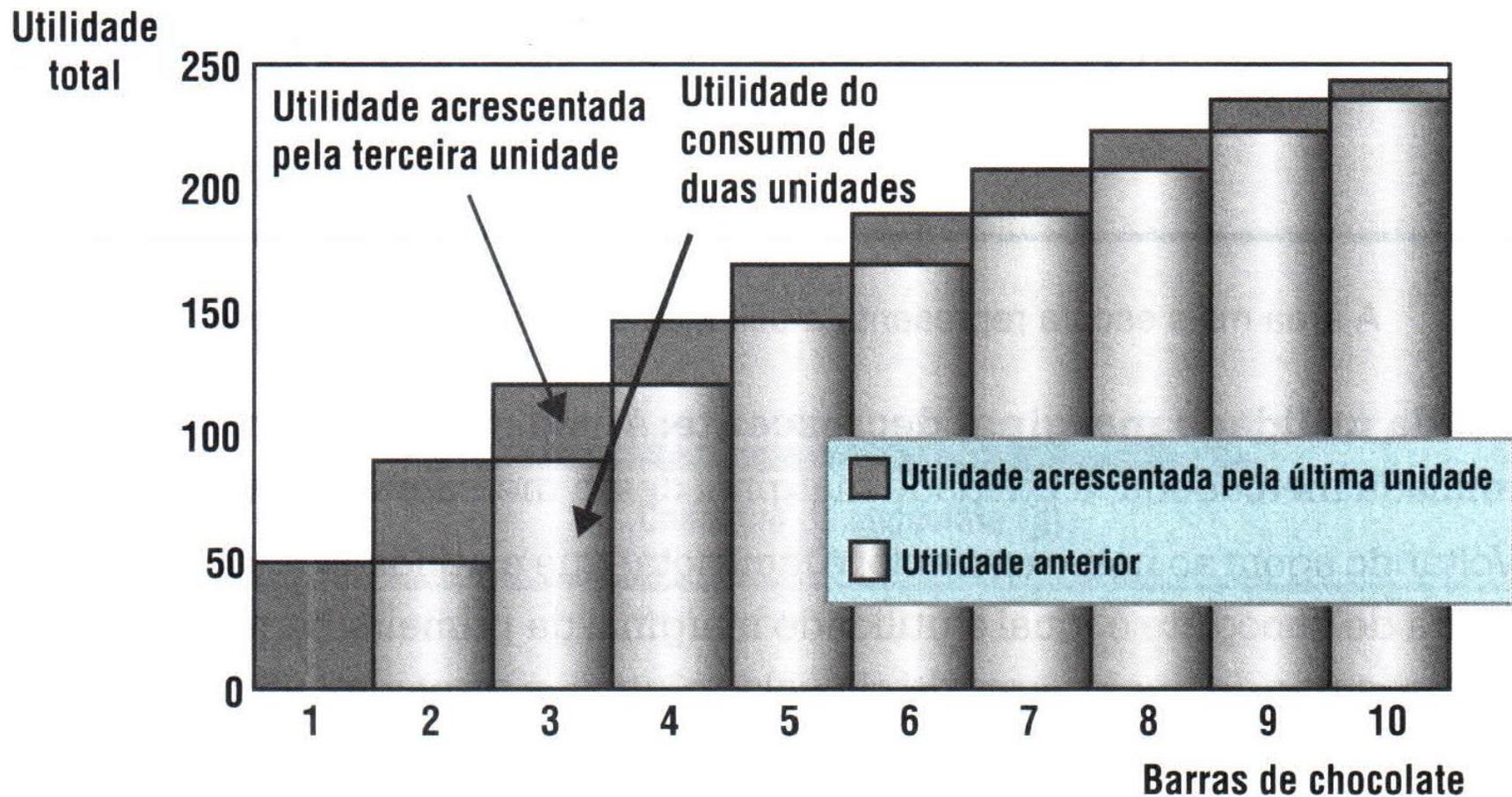
- Guia para elaboração e interpretação de pesquisas de mercado;
- Fornecer métodos para comparar a eficácia de diferentes políticas de incentivo ao consumidor;
- Fornecer alguns elementos necessários a avaliação de eficiência dos sistemas econômicos.

- A Teoria da Utilidade
- A Teoria da Escolha

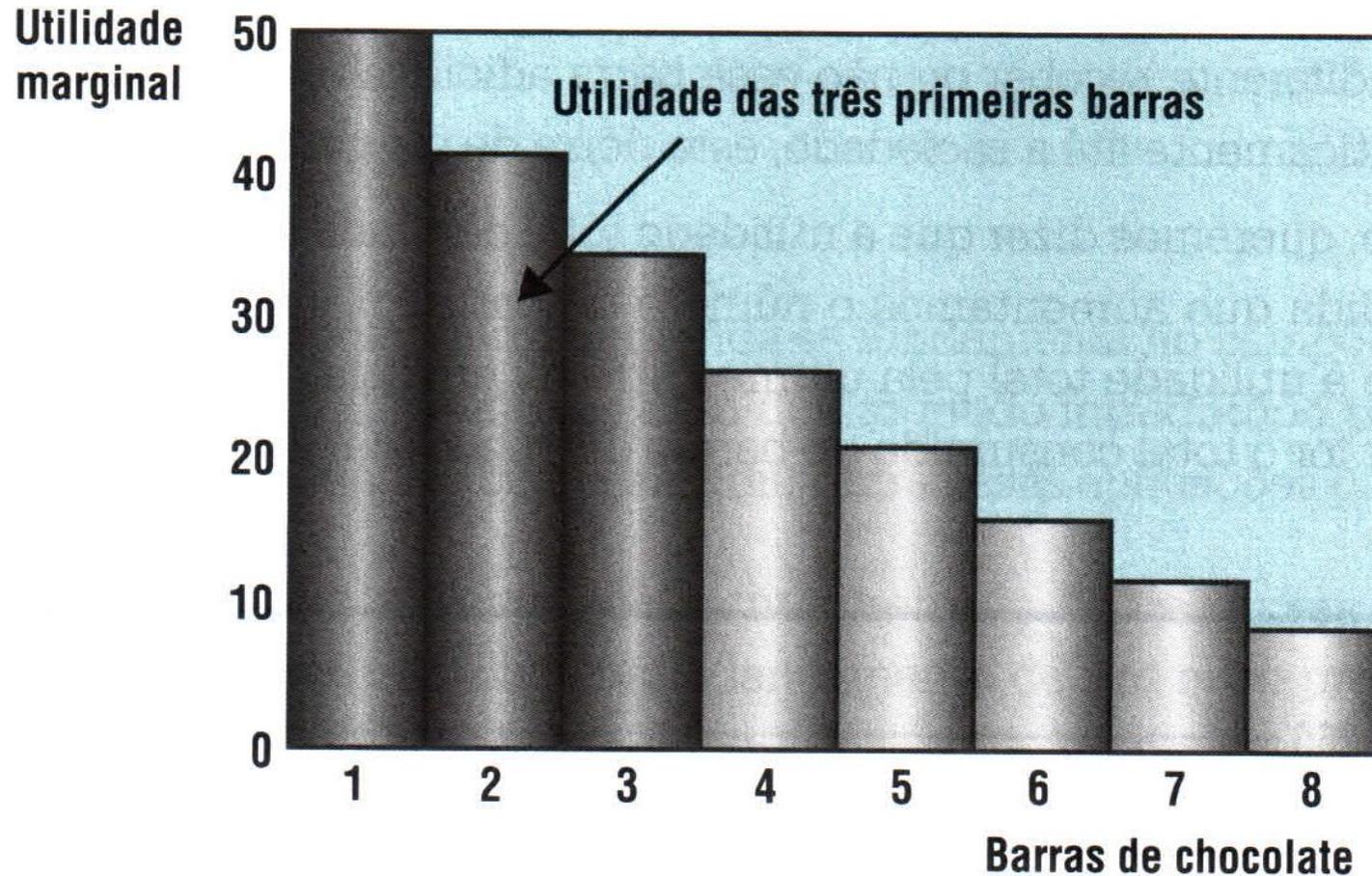
A Teoria da Utilidade

- Utilidade Total;
- Utilidade Marginal;

Utilidade Total x Barras de Chocolate



Utilidade Marginal X Barras de chocolate

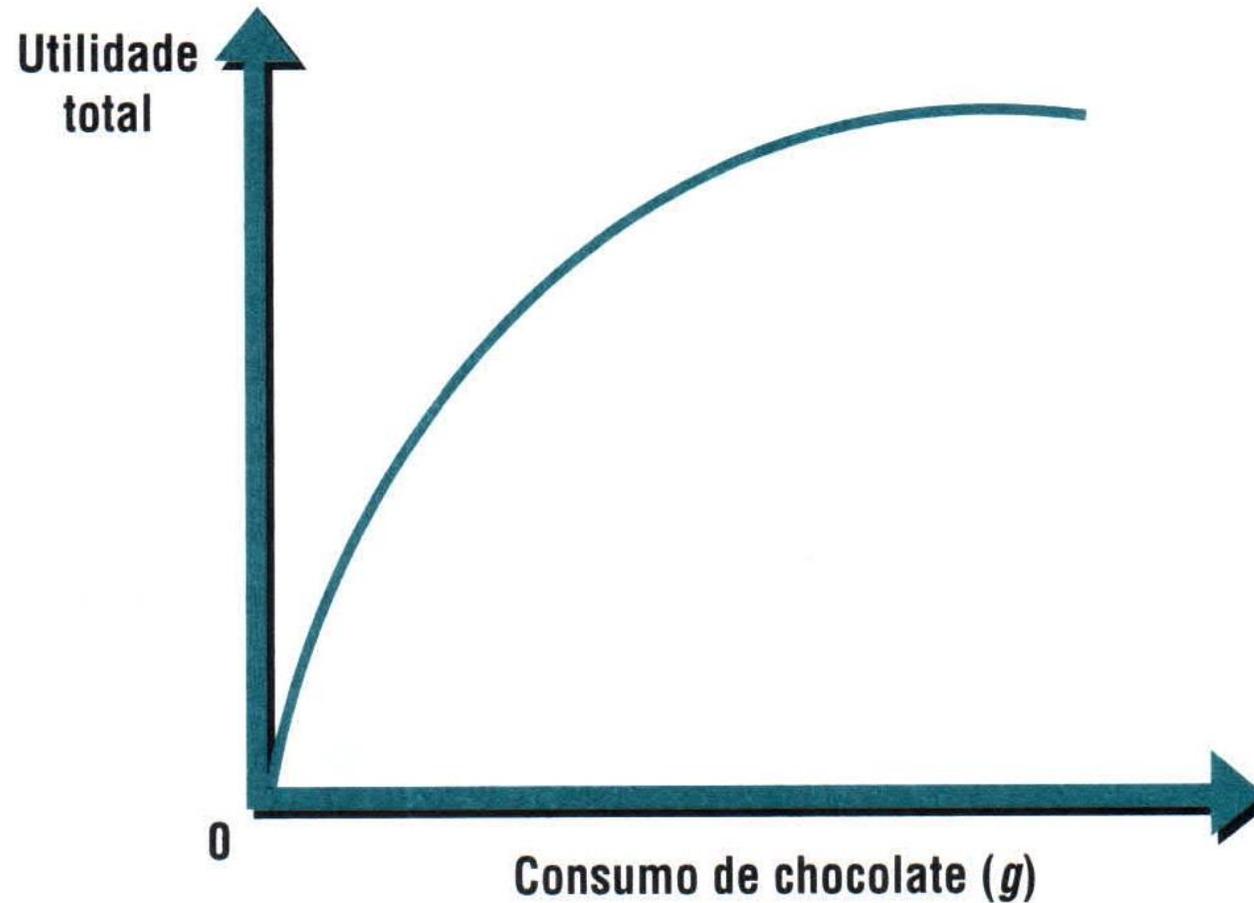


Lei da Utilidade Marginal Decrescente

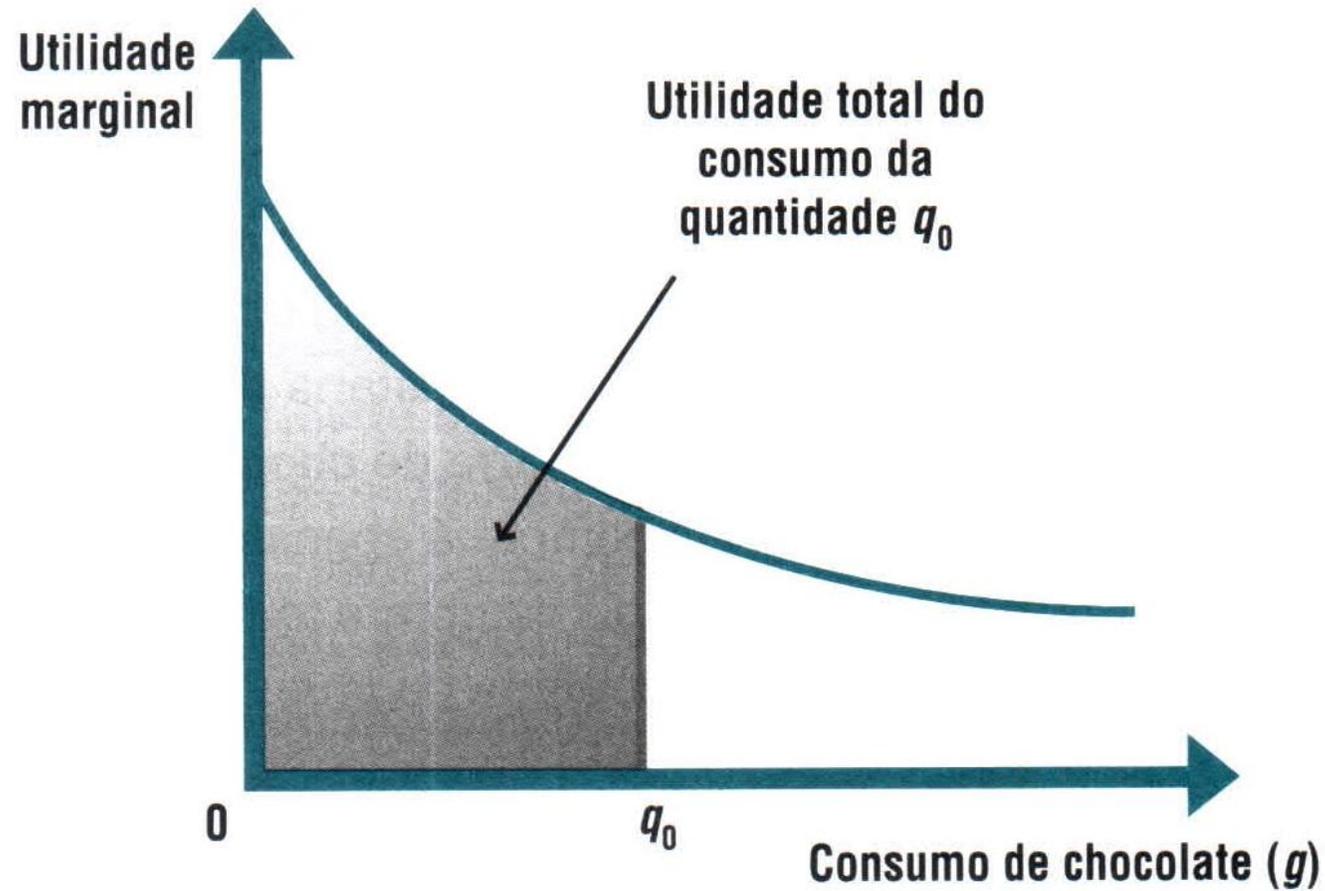
À medida que aumenta o consumo de determinada mercadoria, a utilidade marginal dessa mercadoria diminui.

$$U(n) = \sum_{i=1}^n UMg(i)$$

Utilidade total X Consumo de Chocolate



Utilidade Marginal X Consumo de Chocolate



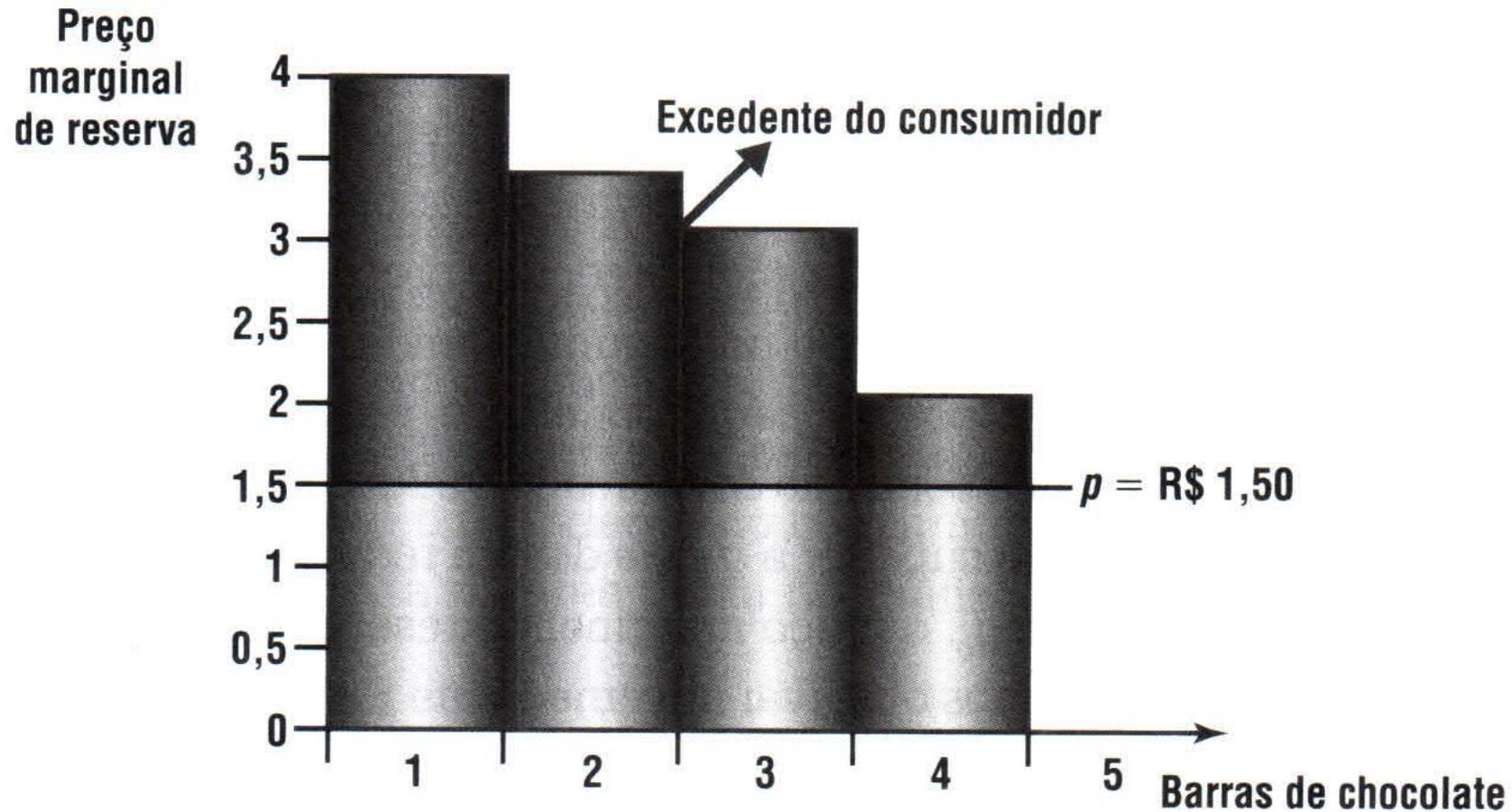
A Teoria da Utilidade

- Curva de demanda individual;
- Equilíbrio do consumidor;

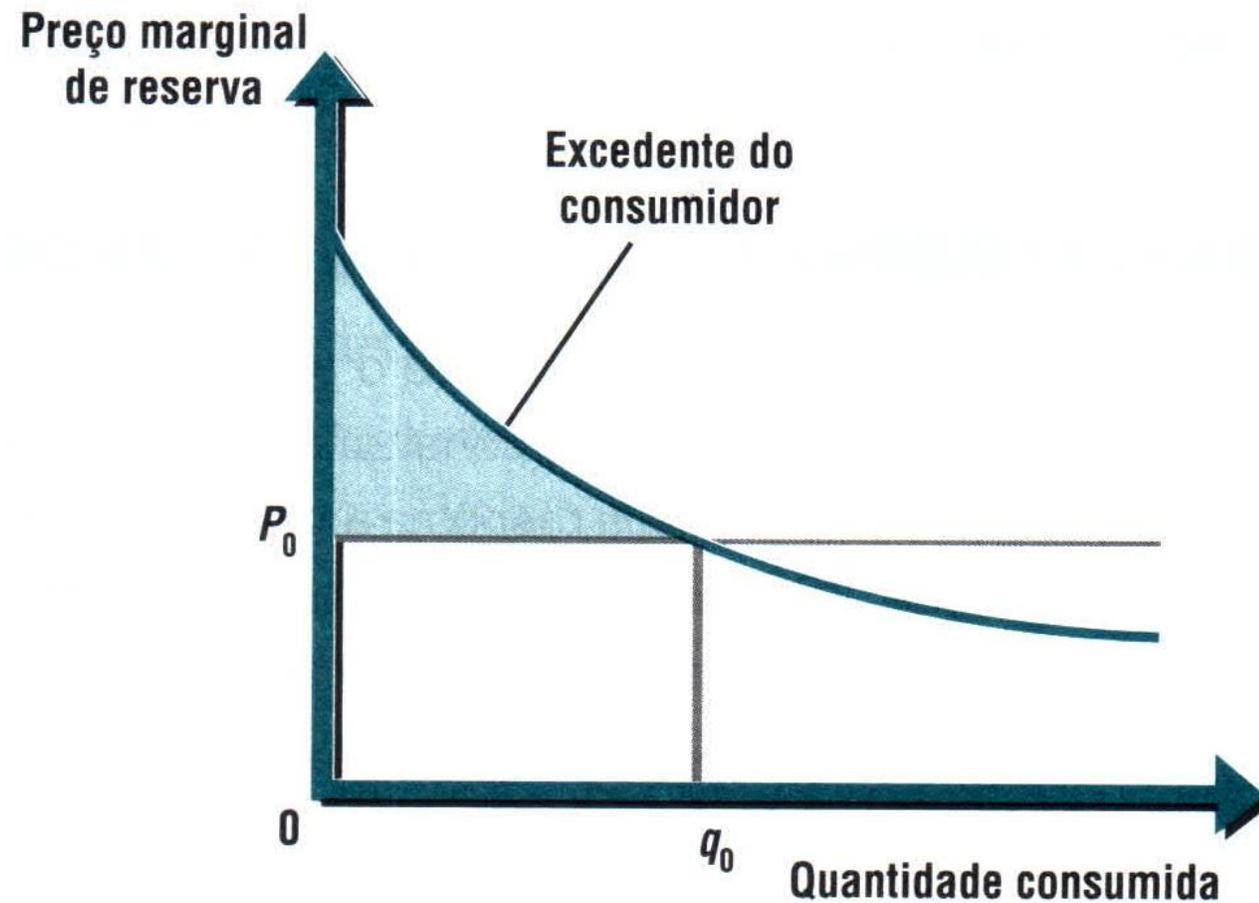
Preço Marginal de Reserva

- É o preço máximo que o consumidor está disposto a pagar por uma unidade adicional da mercadoria.
- O preço marginal de reserva é uma medida da utilidade Marginal.

Preço Marginal de Reserva X Barras de Chocolate



Preço Marginal de Reserva X Quantidade Consumida



Equilíbrio do Consumidor

É atingido quando a quantidade consumida for aquela para a qual o preço marginal de reserva será igual ao preço efetivo de mercado.

A Teoria da Utilidade

Excedente do Consumidor;



O Excedente do Consumidor

O excedente do consumidor é a diferença entre o que o consumidor está disposto a pagar e o que ele efetivamente paga por uma mercadoria.

Calculo do excedente do consumidor

Barra (1)	Preço marginal de reserva (2)	Preço de mercado (3)	Excedente (2) – (3)
1ª	4	1,50	2,50
2ª	3	1,50	1,50
3ª	2	1,50	0,50
Excedente do consumidor (total)			4,50

TEORIA DA ESCOLHA

- Não utiliza o prazer ou satisfação para medir as relações de demanda, diferente da Teoria da Utilidade;
- Leva em conta também o consumo de outros produtos similares;
- Não segue a ideia *coeteris paribus*, ou seja, há variação de outros produtos

Consumidor no Comando

Temos então o consumidor com uma decisão maior sobre os bens do que na teoria anterior, sendo assim mais fiel a situação que ocorre no mercado.



CESTA DE MERCADORIAS

- Pacote de Mercadorias disponíveis para o consumidor (possíveis escolhas de produtos);
- Uma Cesta real incluiria todas as mercadorias disponíveis no mercado: Alimentos, Vestuário, Lazer, Eletrônicos...



CESTA DE MERCADORIAS

UNIDADES DE ALIMENTAÇÃO

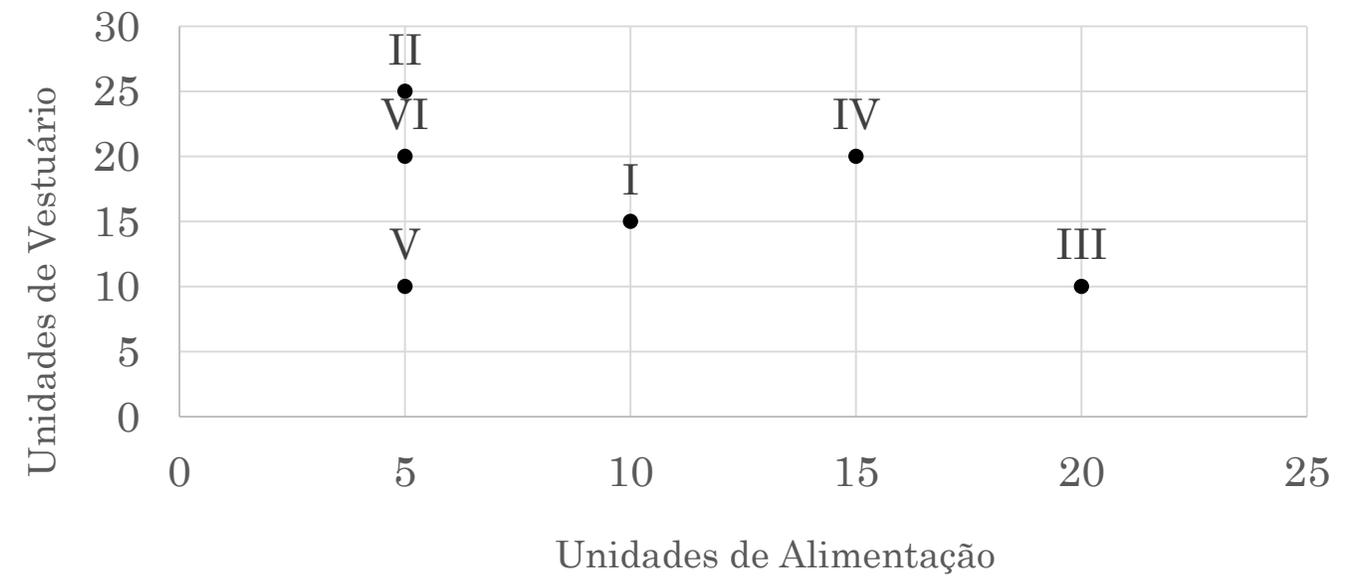


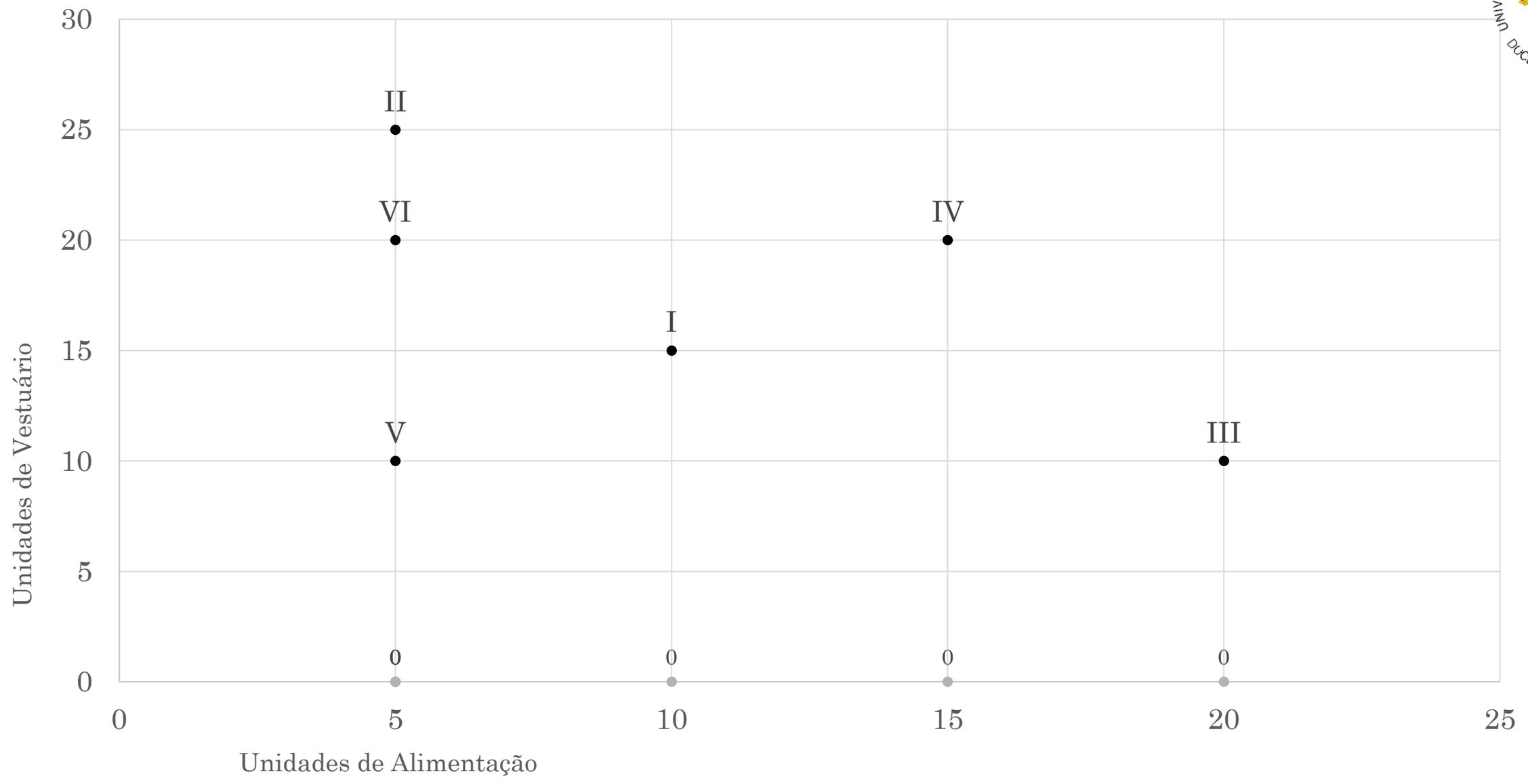
X

UNIDADES DE VESTUÁRIO



Cesta de Mercadorias	Unidades de Alimentação	Unidades de Vestuário
I	10	15
II	5	25
III	20	10
IV	15	20
V	5	10
VI	5	20



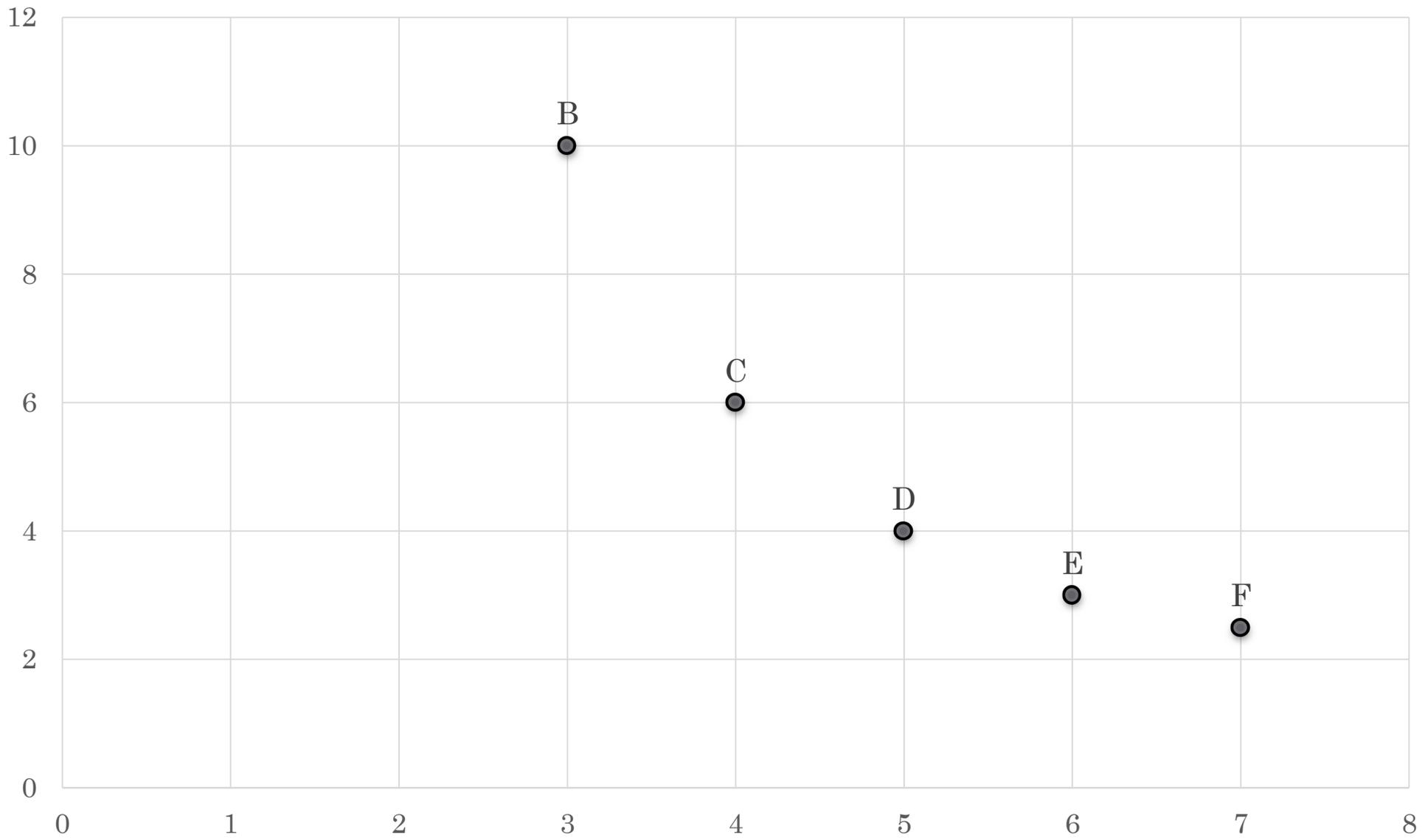


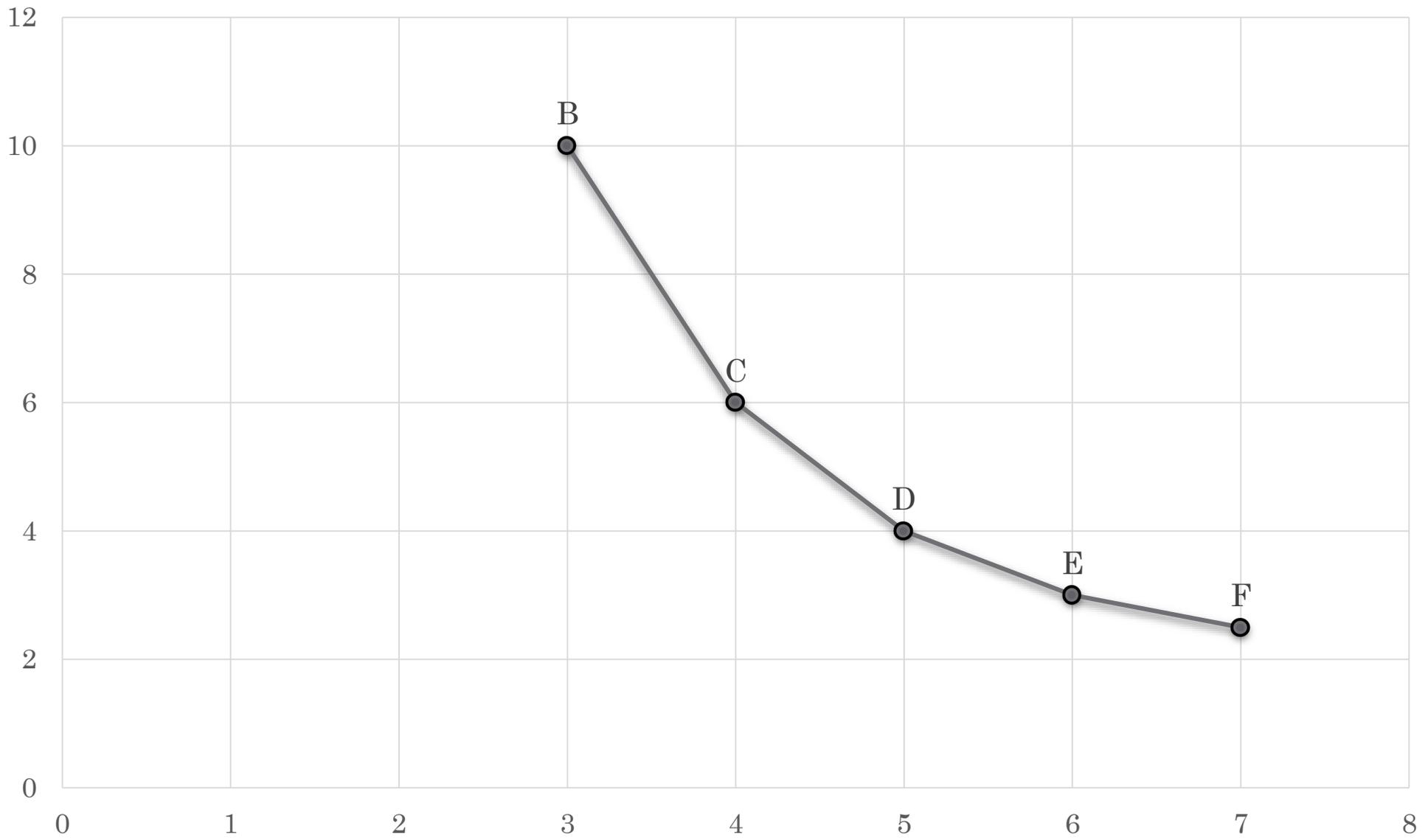
- Entre duas Cestas o Consumidor deve preferir “A” em relação à “B”, ou o inverso, preferir “B” com relação à “A”, ou até elas serem indiferentes;
- Se o Consumidor preferir “A” em relação a “B” e preferir “B” em relação a “C”, também deverá preferir “A” com relação a “C”;
- Que o consumidor sempre preferirá a de maior quantidade de produtos, se pudesse escolher de maneira que não o afetasse.

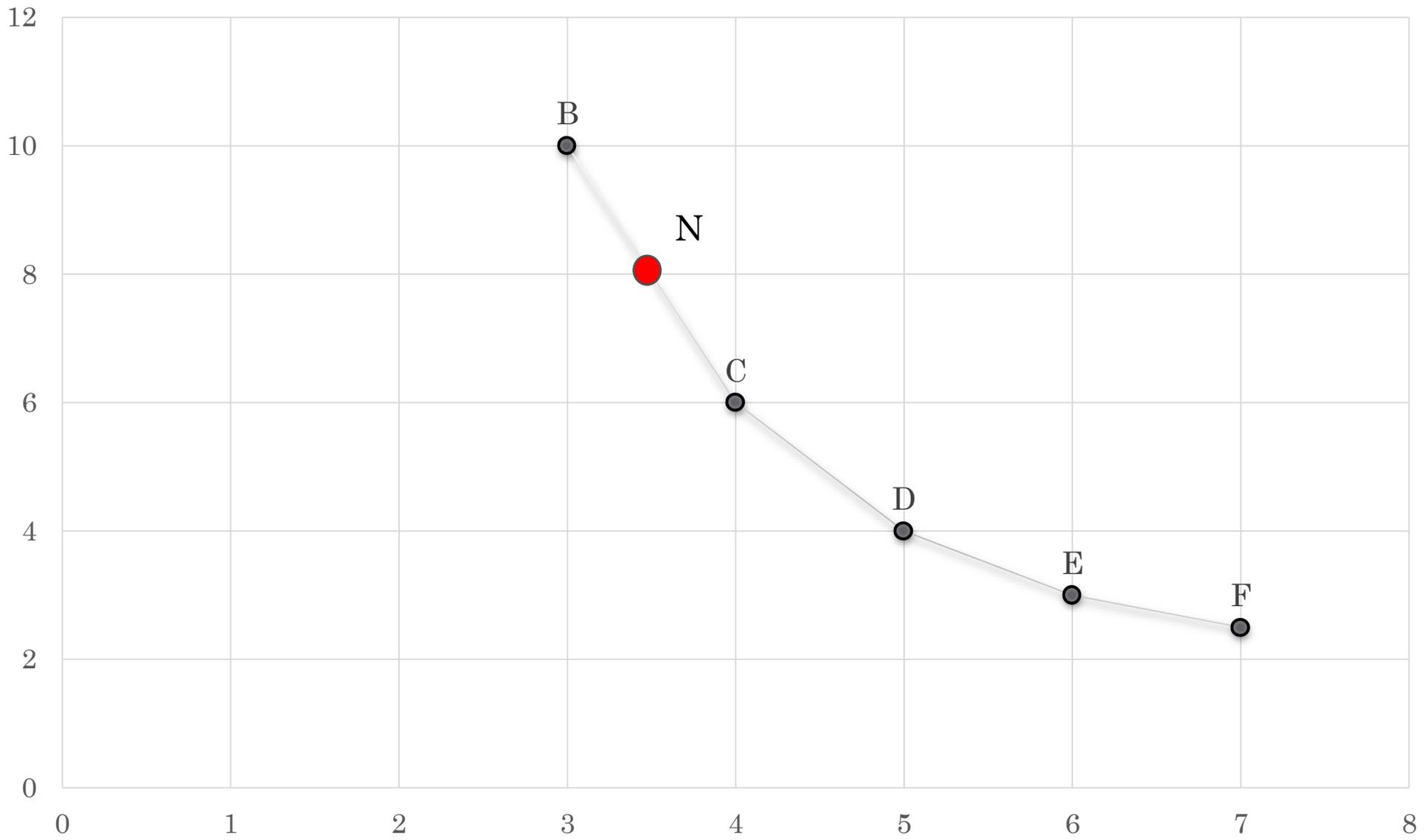
CURVA DE INDIFERENÇA

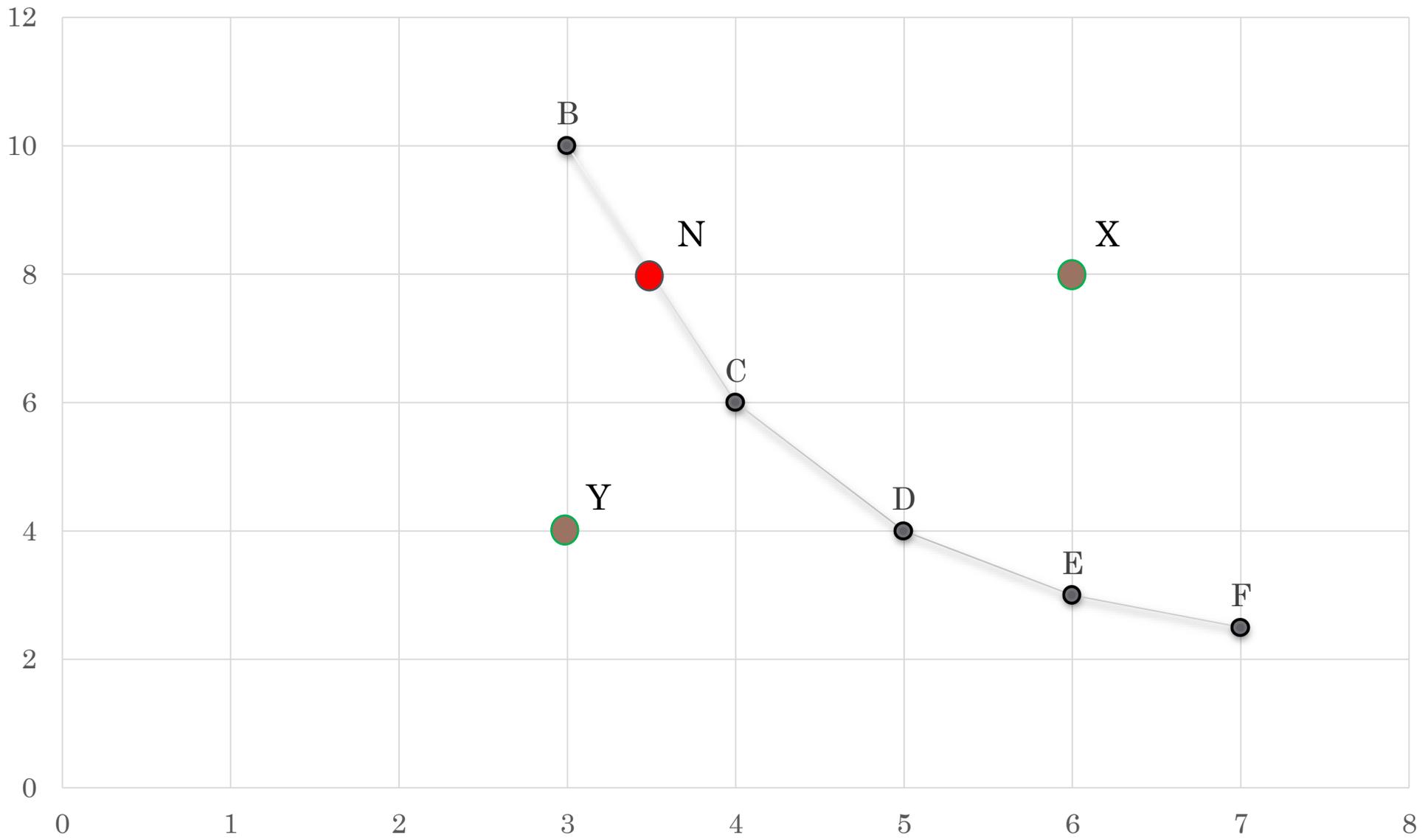
Um Consumidor tem como base um consumo de 5 Unidades de Alimentação e 4 Unidades de Vestuário, então lhe é feita a pergunta, “Quais Cestas de Mercadorias são equivalentes a essas?”

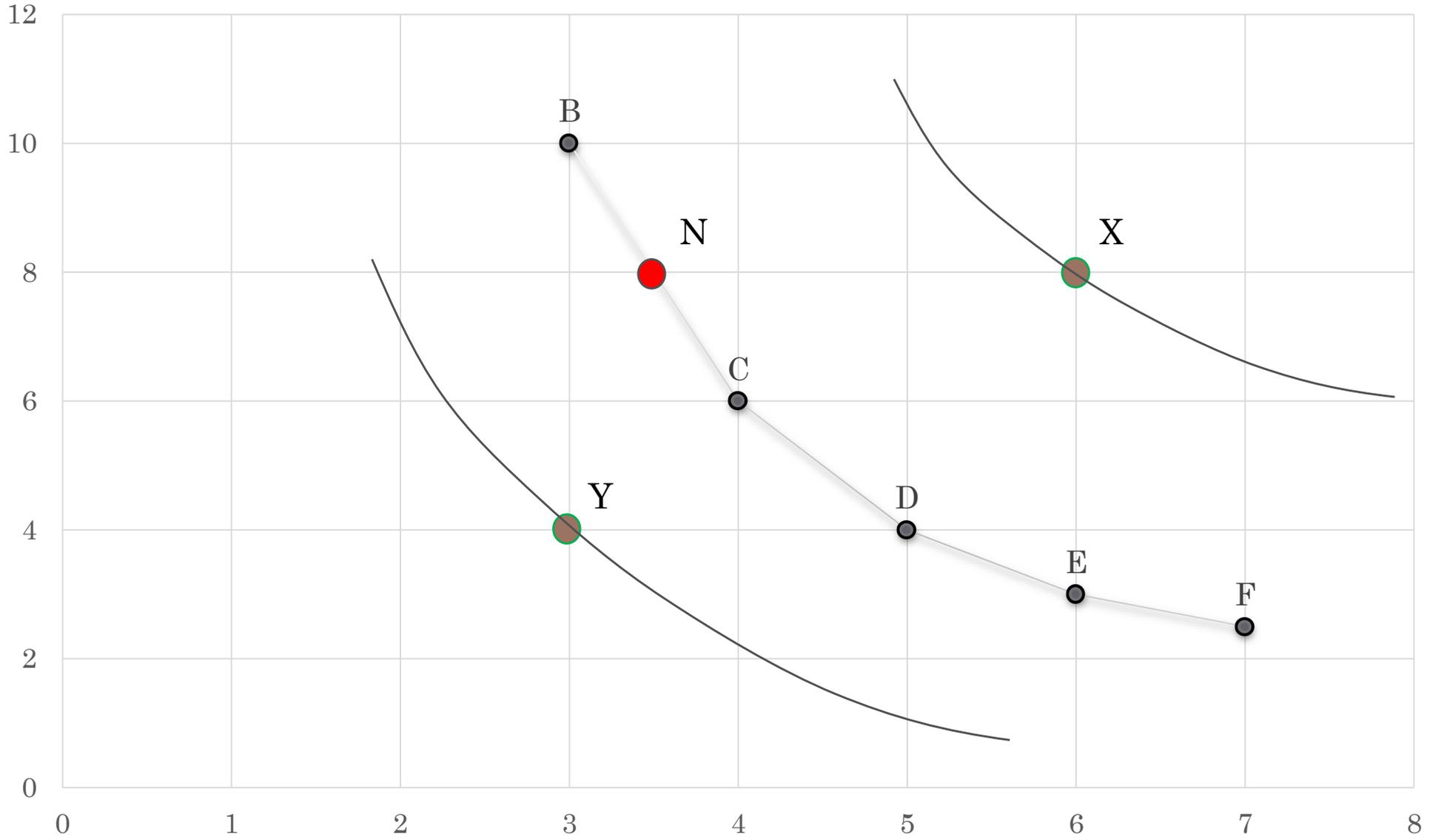
Cestas de Mercadorias	Unidades de Alimentação	Unidades de Vestuário
B	3	10
C	4	6
D	5	4
E	6	3
F	7	2,5



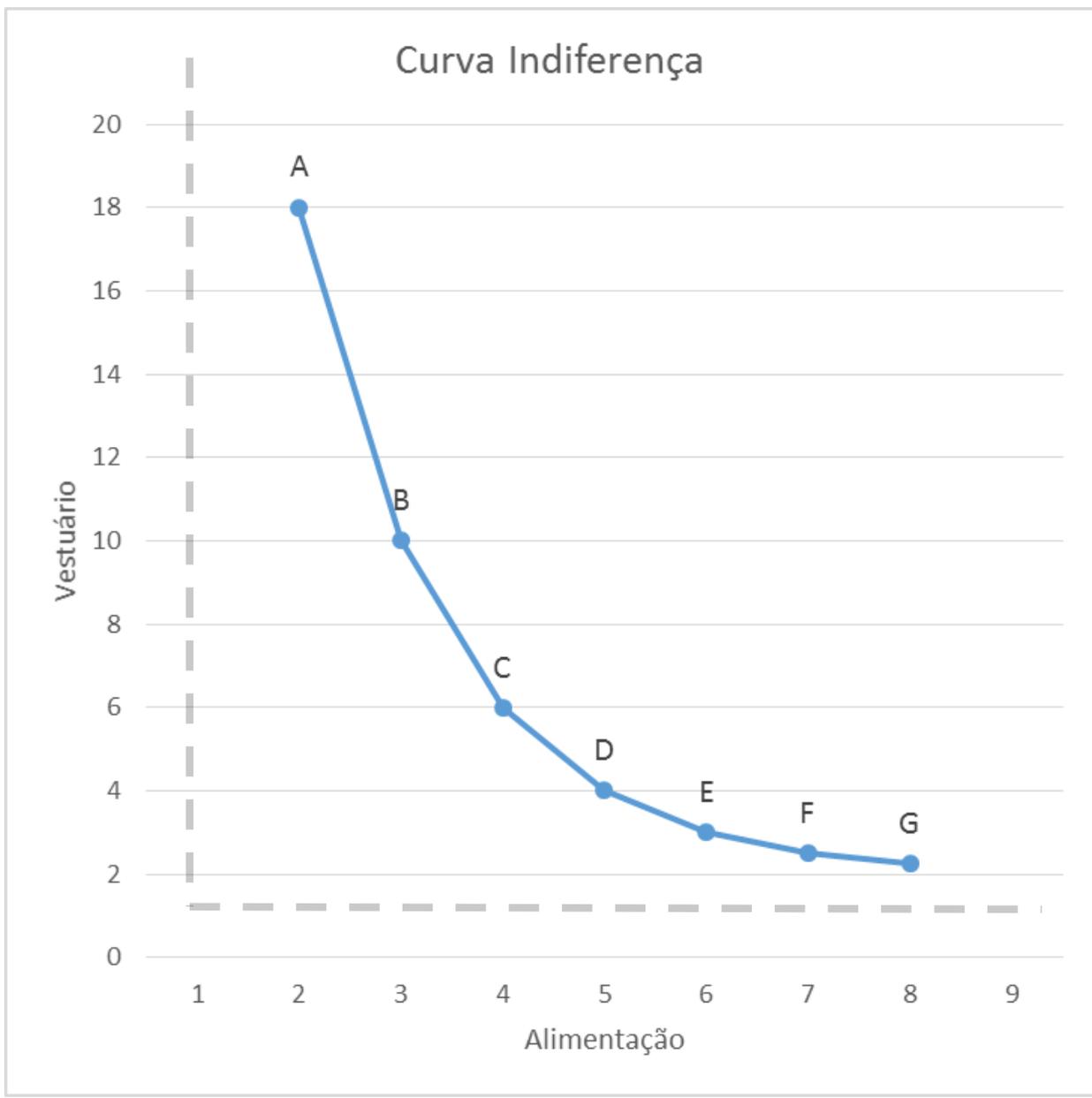




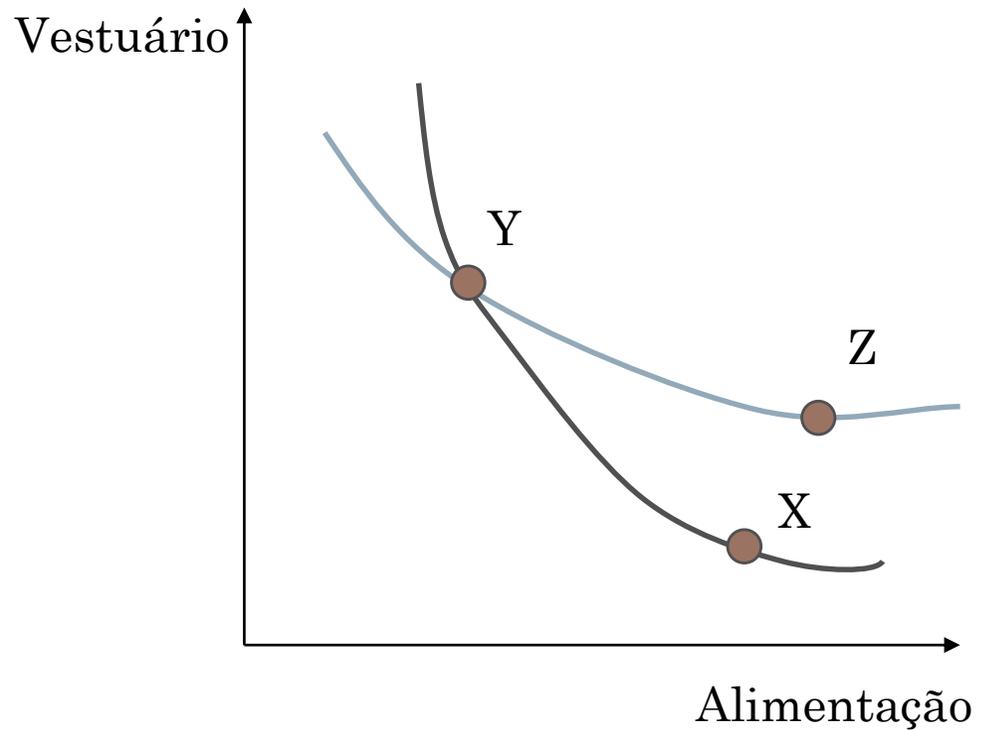
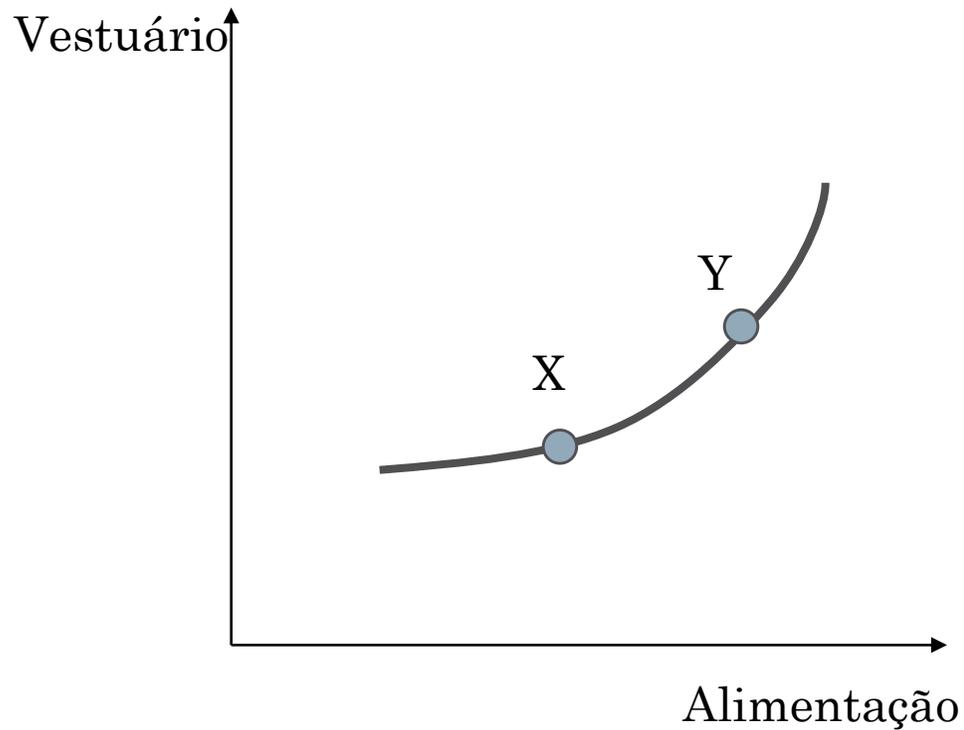




MAPA DE INDIFERENÇAS



Impossibilidades na Curva de Indiferença

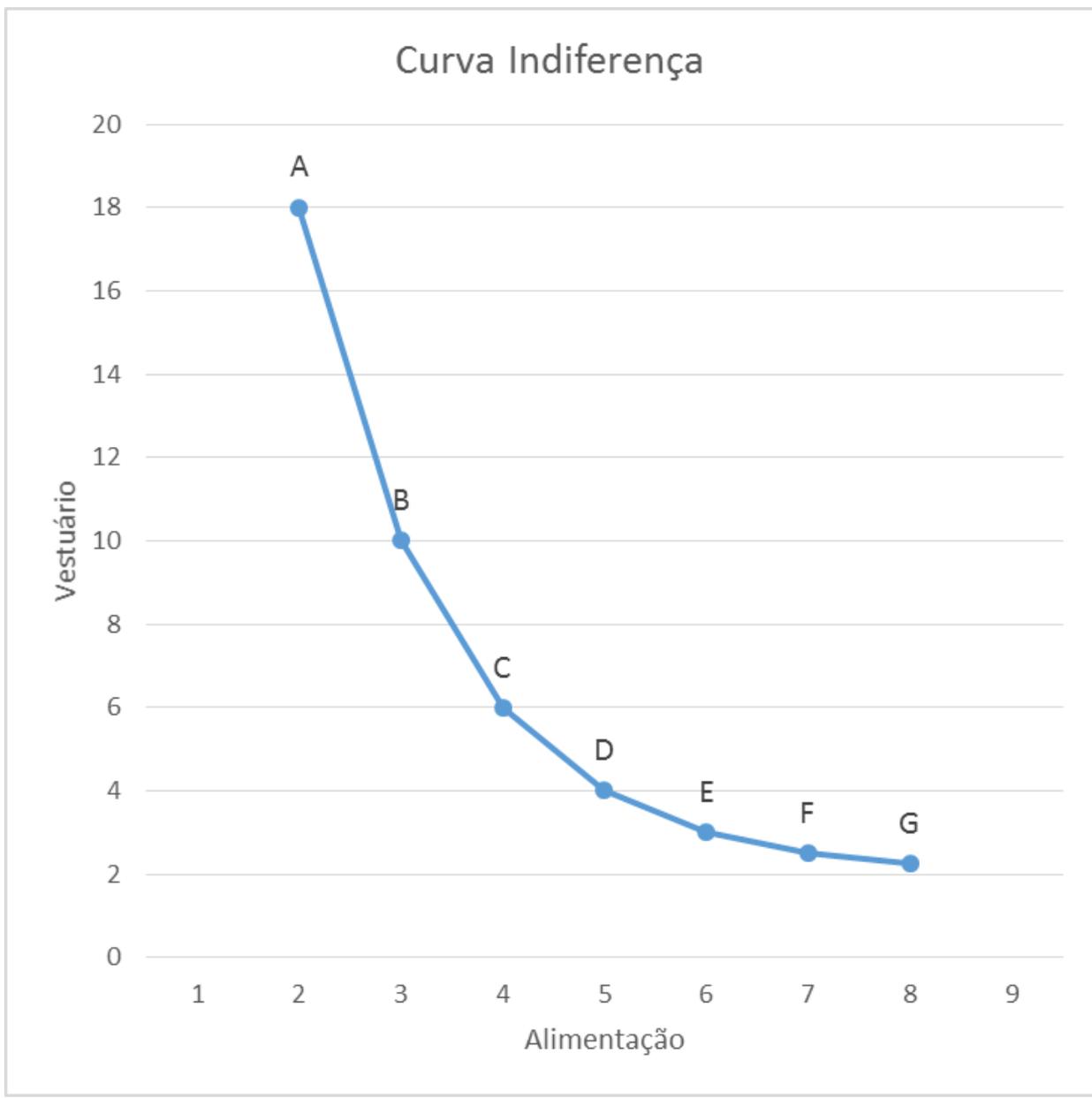


TAXA MARGINAL DE SUBSTITUIÇÃO (TMS)

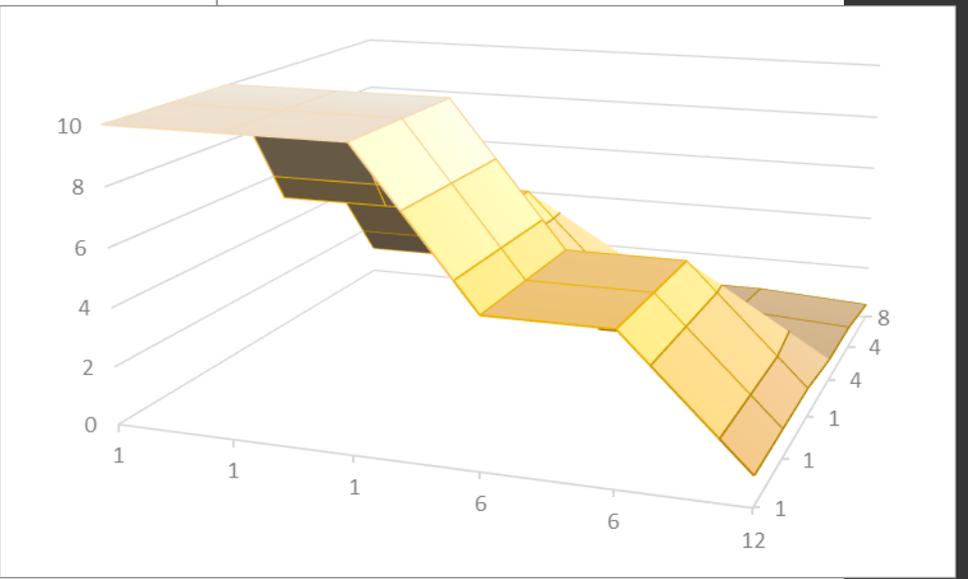
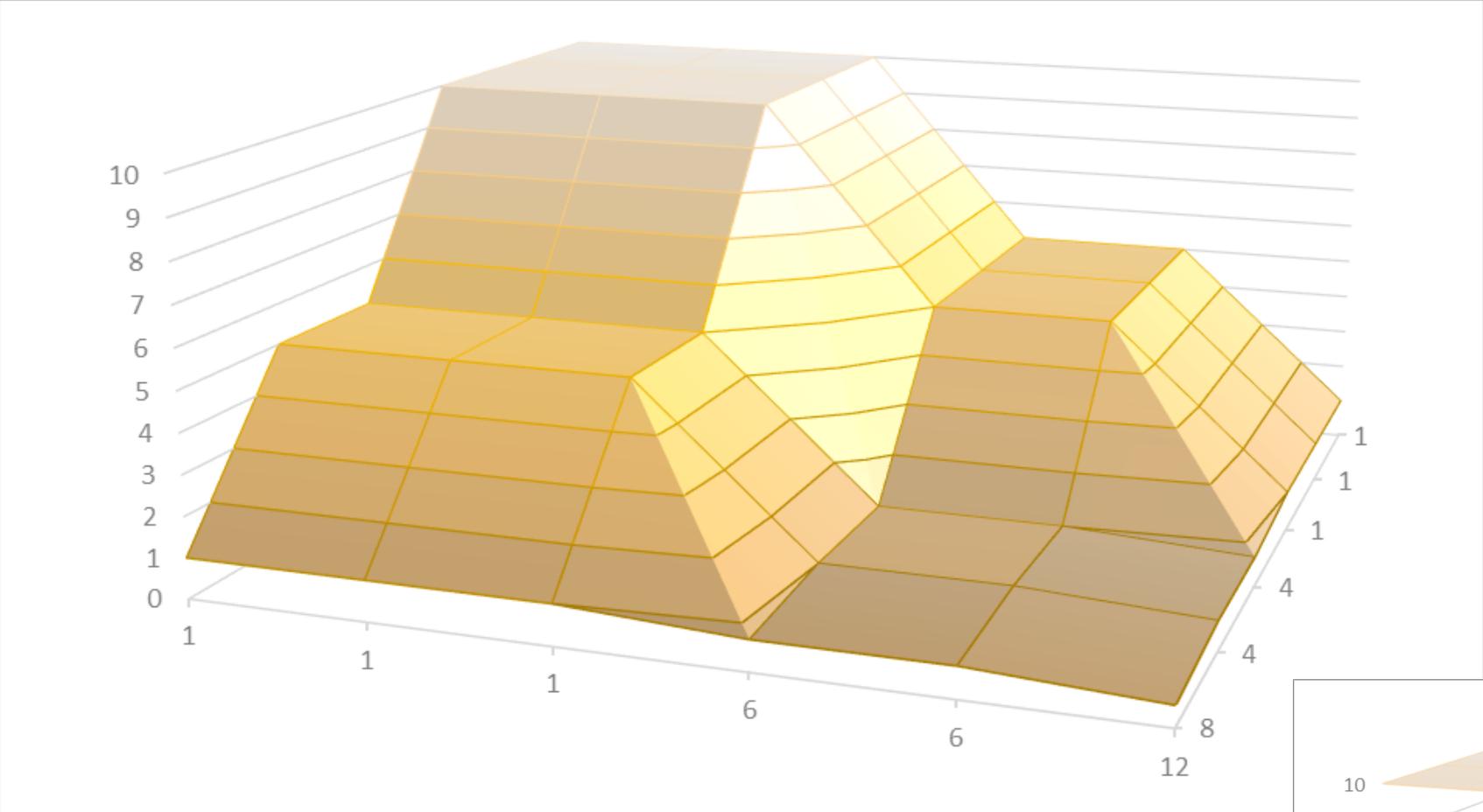
Cestas de Mercadorias	Unidades de Alimentação	Unidades de Vestuário
B	3	10
C	4	6
D	5	4
E	6	3
F	7	2,5

Água x Gasolina





Cestas de Mercadorias	Alimentação	Vestuário	TMS
A	2	18	-
B	3	10	8
C	4	6	4
D	5	4	2
E	6	3	1
F	7	2,5	0,5
G	8	2,25	0,25



Linha de restrição Orçamentária

Todo consumidor se pudesse escolher livremente quanto comprar de cada mercadoria, escolheria consumir uma quantidade infinita. Mas isso não é possível pois, todo consumidor tem uma renda limitada. Essa renda limitada o impossibilita de consumir quantidades que ele desejaria de consumir de cada mercadoria.

Para entendermos melhor o que representa linha de restrição orçamentaria, observemos como a restrição de renda se aplica a um consumidor chamado João.

- Se q_a é a quantidade de alimento consumida por João.
 - q_v é a quantidade de vestuário.
- P_v e P_a são, respectivamente, os preços de uma unidade de vestuário e de alimento.

Temos que, o gasto total será de:

$$P_a q_a + P_v q_v$$

E como João não pode gastar mais do que ganha.

$$P_a q_a + P_v q_v \leq R$$

Onde R é a renda.

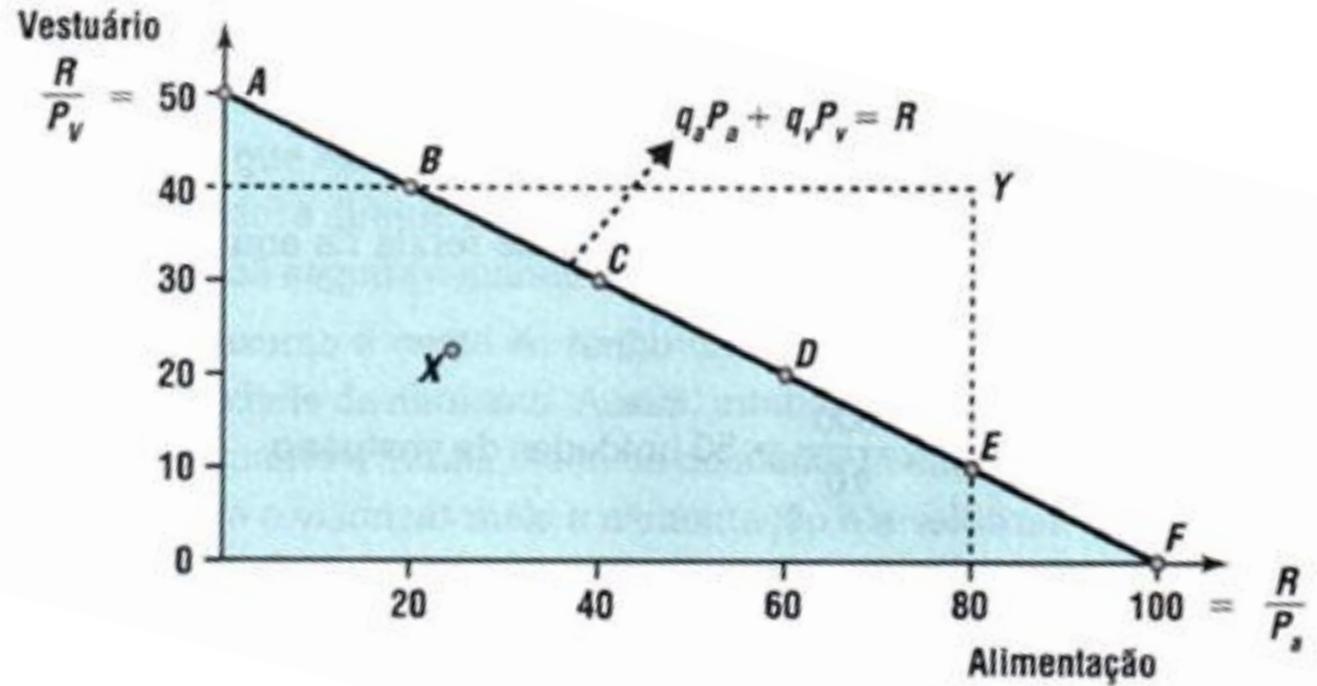
Dessa forma, supondo uma renda mensal de 500 reais. Supondo que o preço da unidade de alimento seja de 5 reais, a unidade de vestuário seja de 10 reais e que João sempre gaste toda sua renda.

Obtemos a seguinte tabela:

Cesta de consumo	Unidades de alimentação	Unidades de vestuário
<i>A</i>	0	50
<i>B</i>	20	40
<i>C</i>	40	30
<i>D</i>	60	20
<i>E</i>	80	10
<i>F</i>	100	0

As cestas de mercadorias aparecem como pontos particulares da reta cuja equação é $P_a q_a + P_v q_v = R$.

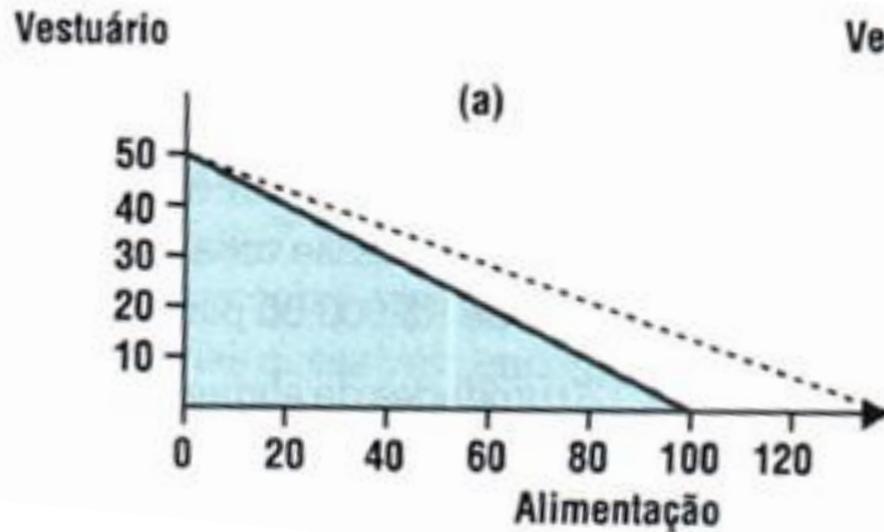
- Essa reta é chamada de linha de restrição orçamentária e representa o limite do consumo.
- Podendo assim comprar todas as cestas de mercadorias que estão sobre a linha e todas as cestas que estão abaixo e à esquerda dessa linha (na área azul).
- Dessa forma, João pode consumir qualquer ponto da tabela, assim como o ponto X mas não podendo consumir o ponto Y que excederia sua renda.



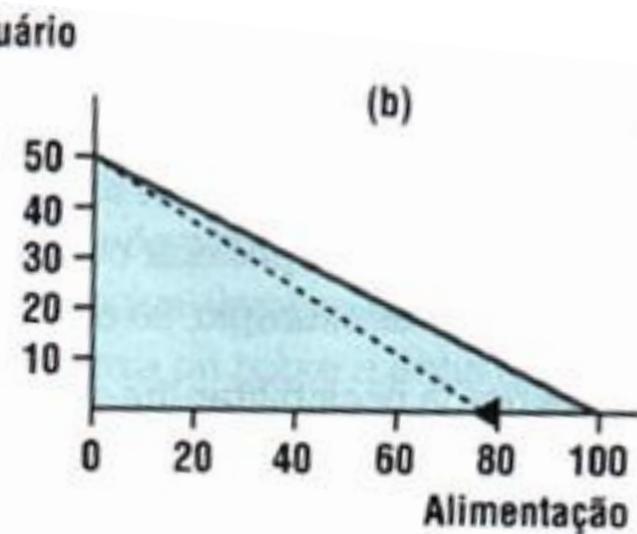
Como dito anteriormente o ponto y não pode ser considerado possível para o consumo de João pois, $5 \times 80 + 10 \times 40 = 800$ reais e $800 > 500$

A posição da linha de restrição orçamentária depende de dois fatores, o preço das mercadorias e a renda do consumidor.

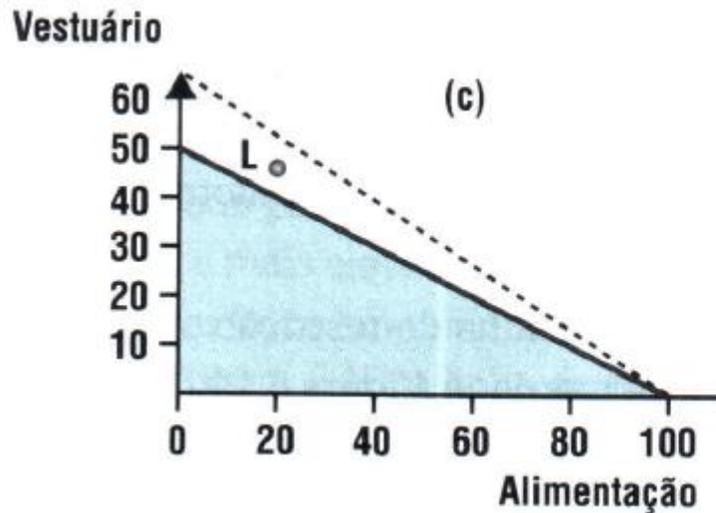
Dessa forma vejamos o que acontece quando variamos um desses fatores.



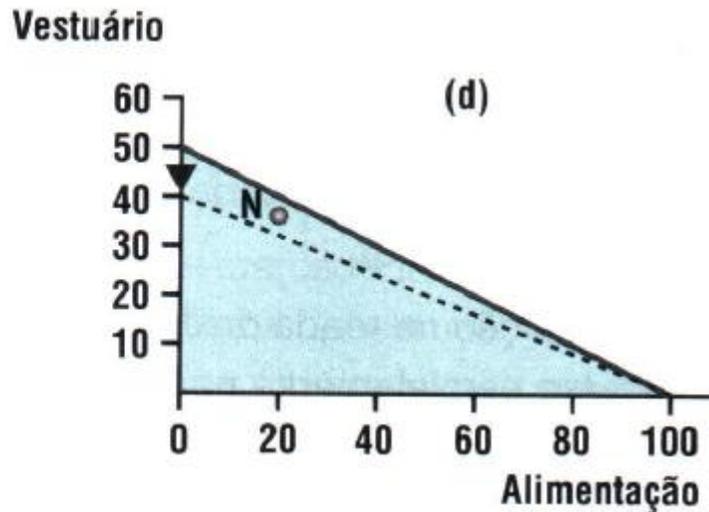
Redução do preço do alimento.



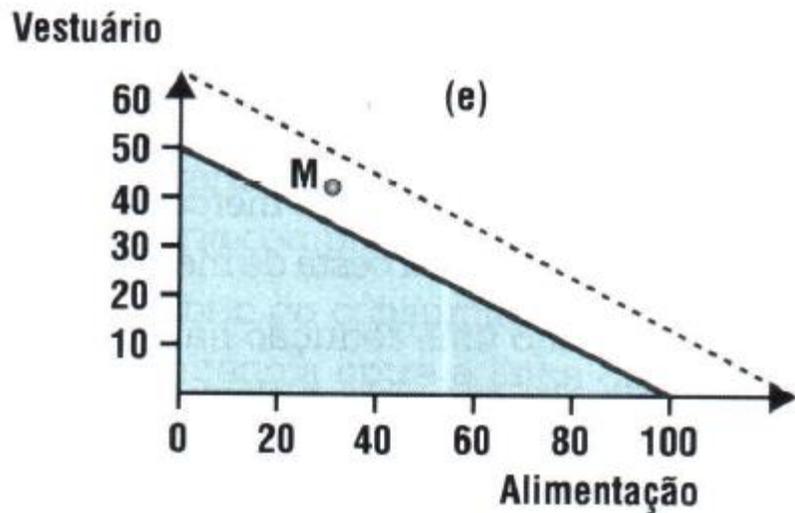
Aumento do preço do alimento.



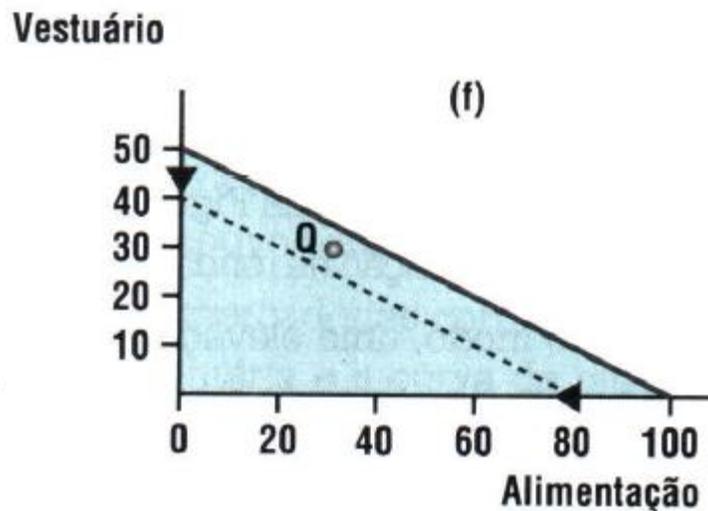
Redução no preço do vestuário.



Aumento do preço do vestuário.



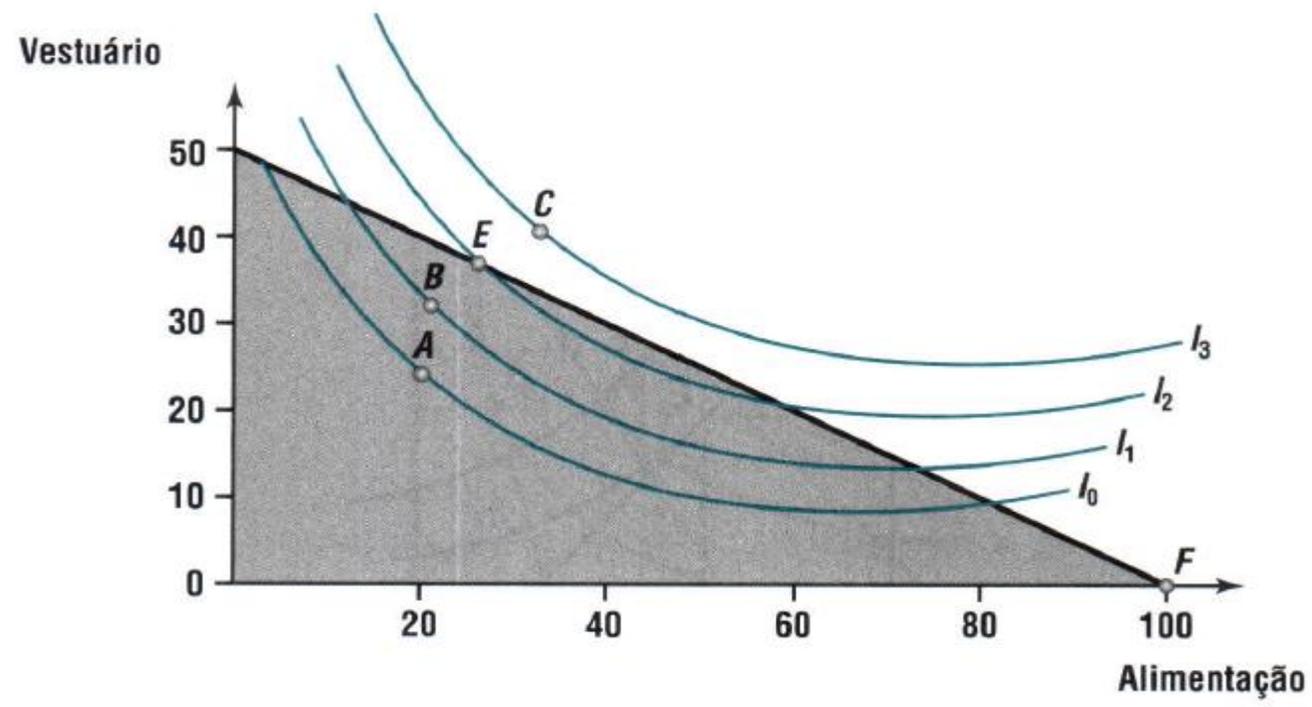
Elevação da renda.



Redução da renda.

O Equilíbrio do Consumidor

- Como o consumidor escolhera a melhor entre diversas cestas de mercadorias que sua restrição orçamentária lhe permite consumir?
- Observando a linha de restrição orçamentaria de João, juntamente com o seu mapa de indiferença.



Para a melhor escolha da cesta de mercadorias, devesse ser escolhido a cesta com linha de indiferença mais distante mas que ao mesmo tempo toque a região de restrição orçamentaria.

Como a curva de indiferença I_2 é a mais afastada que ainda toca a região de restrição, temos que o ponto E corresponde a cesta de mercadoria perfeita, pois qualquer outra cesta que seja acessível pertencerá a curva de indiferença menos elevada, ou seja, pior.

O equilíbrio do consumidor é obtido na cesta de mercadoria correspondente ao ponto de tangência entre a linha de restrição e a curva de indiferença mais elevada que toque essa linha.

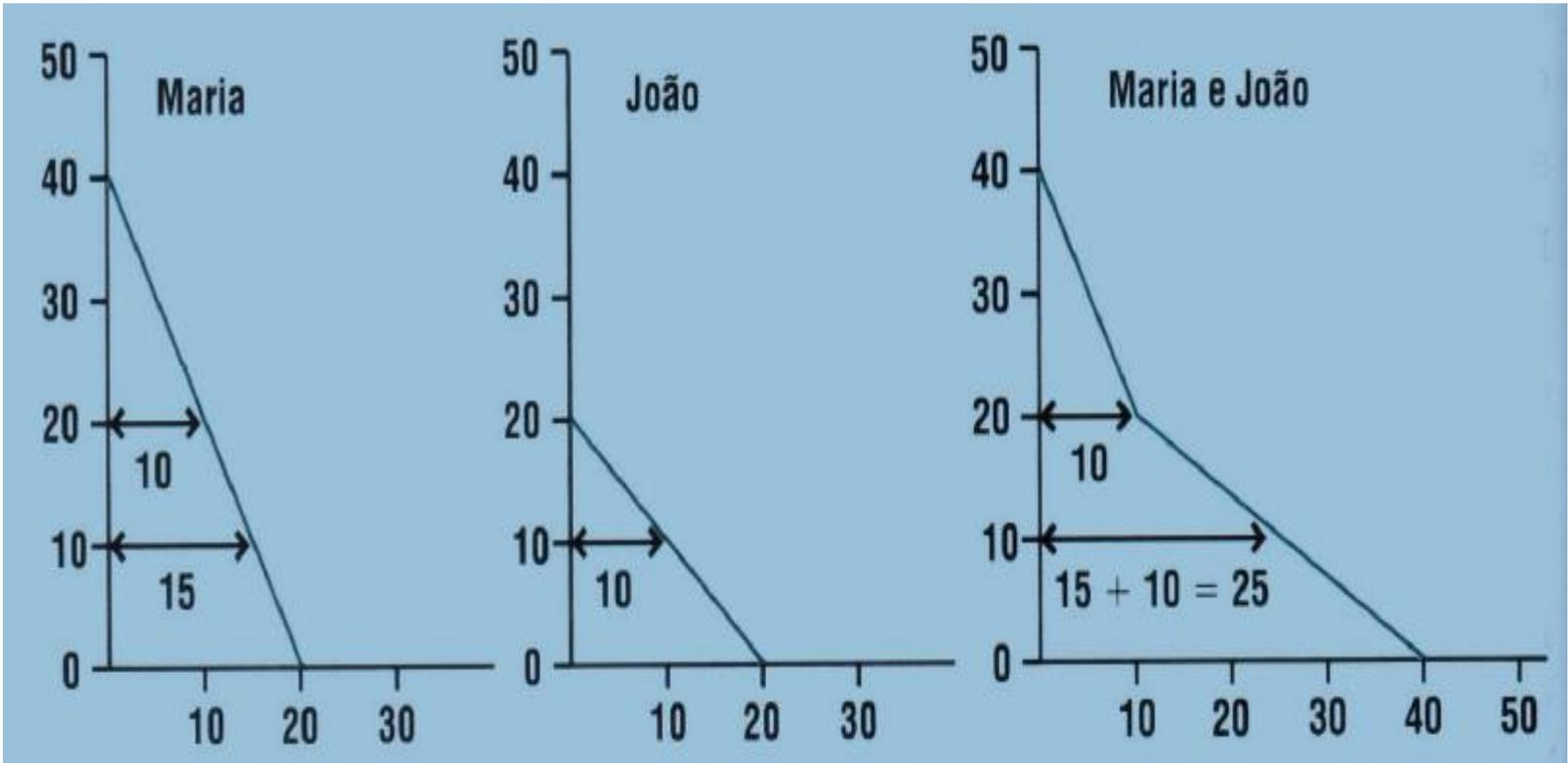
É claro que qualquer alteração nos fatores que compõem a linha de restrição (renda e preço das mercadorias) modificara o equilíbrio do consumidor, modificando assim a cesta a ser escolhida pelo mesmo.

Da Demanda Individual à Demanda de Mercado

Até agora foi observado que a demanda de uma mercadoria para um único consumidor varia em função do preço.

Entretanto, a demanda importante para a determinação dos preços no mercados é a demanda do conjunto de todos os consumidores juntos.

Para estabelecer uma relação entre a demanda de todos os consumidores basta apenas somar as demandas dos consumidores.



Conclusão

Concluiu-se que o estudo do consumidor depende de inúmeros fatores, dentre eles temos: demanda do produto, vontade do consumidor sobre determinado produto e o quanto ele está disposto a pagar pelo mesmo.

Além disso em uma análise mais profunda percebemos que a quantidade de fatores que intervém na demanda de um produto são tantos que dificilmente conseguiremos chegar a uma análise real, mas podemos fazer aproximações que representam bem o mercado com uma certa aproximação.

Por fim devemos sempre buscar um estudo mais aprofundado, já que o mercado real depende de mais variáveis que demanda, preço e desejo.