

## CONSUMER BEHAVIOR VIEW FROM THREE DIFFERENT THEORIES

### LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR VISTA DESDE TRES DIFERENTES TEORIAS

Iván Salvador Romero A.<sup>1</sup>

Estudiante del Doctorado en Economía de la Universidad del Zulia,  
Programa de en UNAN Managua

#### Resumen:

En este escrito, se expone el tema a partir de concepciones neoclásicas que explican la conducta del consumidor mediante una función de utilidad, teniendo en cuenta restricciones presupuestarias que le determinan, como también se aborda la conducta del consumidor como preferencias reveladas que parten de la transitividad de las variables para explicar la elección final de los consumidores. Se integra también, el novedoso enfoque Neuroeconómico, que explica el tema más allá de restricciones presupuestarias, delegando especial interés en el estudio de aspectos cognitivos o impulsos cerebrales, que según, finalmente determina la conducta del consumidor.

**Palabras clave:** Conducta del consumidor, Preferencias reveladas, Neuroeconomía, Función de utilidad, Axioma débil.

#### Abstract:

In this paper, the subject is discussed from neoclassical concepts that explain consumer behavior by a utility function, taking into account budgetary constraints that determine it, as consumer behavior as revealed preferences are based on the transitivity also addresses variables to explain consumer final choice. It also integrates the innovative neuroeconomics approach, which explains the issue beyond budgetary constraints, delegating special interest in the study of cognitive aspects or brain impulses, as finally determined by consumer behavior.

**Keywords:** Consumer behavior, revealed preferences, neuroeconomics, utility function, weak Axiom.

REVISTA arbitrada indizada, incorporada o reconocida por instituciones como:  
LATINDEX / REDALyC / REVENCYT / CLASE / DIALNET / SERBILUZ / [IBT-CCG UNAM/EBSCO](#)  
[Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB / www.cvtisr.sk / Directory of Open Access Journals \(DOAJ\) / www.journalfinder.uncg.edu / Yokohama National University Library jp / Stanford.edu. www.nsdj.org / University of Rochester Libraries / Korea Fundation Advenced Library.kfas.or.kr / www.worldcatlibraries.org / www.science.oas.org/infocyt / www.redhucyt.oas.org/ fr.dokupedia.org/index / www.lib.ynu.ac.jp www.jinfo.lub.lu.se / Université de Caen Basse-Normandie SICD-Réseau des Bibliothèques de L'Université / Base d'Information Mutualiste sur les Périodiques Electroniques Joseph Fourier et de L'Institut National Polytechnique de Grenoble / Biblioteca OEI / www.sid.uncu.edu.ar / www.ifremer.fr / www.unicaen.fr / www.science.oas.org / www.biblioteca.ibt.unam.mx / Cit.chile. Journals in Electronic Format-UNC-Chapel Hill Libraries / www.biblioteca.ibt.unam.mx / www.ohiolink.edu. www.library.georgetown.edu / www.google.com / www.google.scholar / www.altavista.com / www.dowling.edu / www.uce.resourcelinker.com / www.biblio.vub.ac / www.library.vorku.ca / www.rzblx1.uni-regensburg.de / EBSCO / www.opac.sub.uni-goettingen.de / www.scu.edu.au / www.docelec.scd.univ-paris-diderot.fr / www.lettres.univ-lemans.fr / www.bu.uni.wroc.pl / www.cvtisr.sk / www.library.acadiau.ca / www.mylibrary.library.nd.edu / www.brary.uonbi.ac.ke / www.bordeaux1.fr / www.ucab.edu.ve / www.phoenicis.dgsca.unam.mx / www.ebscokorea.co.kr / www.serbi.luz.edu.ve/scielo / www.rzblx3.uni-regensburg.de / www.phoenicis.dgsca.unam.mx / www.liber-accion.org / www.mediacioneducativa.com.ar / www.psicopedagogia.com / www.sid.uncu.edu.ar / www.bib.umontreal.ca www.fundacionunamuno.org.ve/revistas / www.aladin.wrlc.org / www.blackboard.ccn.ac.uk / \[www.celat.ulaval.ca / +++ /\]\(#\)  
No bureaucracy / not destroy trees / guaranteed issues / Partial scholarships / Solidarity /  
/ Electronic coverage guaranteed in over 150 countries / Free Full text /Open Access  
\[www.revistaonegotium.org.ve\]\(#\) / \[revistanegotium@gmail.com\]\(#\)](#)

<sup>1</sup> Iván Salvador Romero A, es Licenciado y Máster en Economía, cursa estudios de Doctorado en Economía (2011-2015) en la Universidad del Zulia, Maracaibo. Es empresario y se desempeña como director en el Banco Central de Nicaragua, cuenta con 25 años de experiencia profesional en diferentes sectores de la economía.

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo tiene como principal objetivo exponer la importancia que representa el estudio del comportamiento del consumidor en la teoría microeconómica considerando tres enfoques distintos: la teoría neoclásica, las preferencias reveladas y la neuroeconomía.

La ciencia económica, al igual que la sociología, tiene sus orígenes en la política, definiendo como su ámbito de estudio: la forma de producción, distribución y consumo de la sociedad. El problema de qué, cómo y para quién producir ha sido abordado desde dos enfoques: la macroeconomía que aborda grandes agregados y aspectos generales; y la microeconomía que profundiza en el estudio del comportamiento individual<sup>2</sup>.

Este último enfoque, en el que está centrada esta investigación, se nutre además de otras disciplinas (p.ej: psicología, neurología, modelización basada en agentes, etc.) a fin de obtener una mejor comprensión acerca de aquellos aspectos de la conducta individual que no son susceptibles de ser expresados matemáticamente; específicamente los que tratan acerca de las decisiones sobre el consumo y la inversión.

En la siguiente sección, se presenta una síntesis acerca de la evolución del pensamiento epistemológico de la economía referido al comportamiento del consumidor. La parte 3 aborda el tema de las preferencias alternativas, donde se analizan las preferencias reveladas y la racionalidad en la elección del consumidor. En la parte 4 se señala que los planteamientos de la macroeconomía representan un reto para el desarrollo del pensamiento epistemológico moderno. Finalmente, en la parte quinta, se enuncian las principales conclusiones.

## **I. BREVE EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO EPISTEMOLÓGICO DE LA ECONOMÍA**

No se puede hablar de economía sin reconocer la trascendencia del pensamiento económico de los clásicos Adam Smith,(1723-1790), David Ricardo,(1772-1823) Robert Malthus,(1776-1834), que aunque abordando diferentes aspectos de

---

<sup>2</sup> En la actualidad la frontera entre la macro y microeconomía es casi imperceptible, pues las teorías macroeconómicas modernas se basan en que todos los agentes económicos son optimizadores intertemporales, en otras palabras, la macroeconomía moderna se sustenta en fundamentos microeconómicos.

interés para la teoría económica, destacaron y defendieron el libre mercado y la libre competencia, como también debe tenerse en cuenta, el rompimiento metodológico de interpretación y análisis formulado por Carlos Marx y sus seguidores al profundizar sobre la naturaleza de la producción industrial de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX.

A finales del siglo XVIII, hubo cambios que modificaron las relaciones económicas predominantes en el mundo capitalista, y en consecuencia la ciencia económica avanzó hacia la búsqueda de explicaciones a los nuevos fenómenos que acontecían. Dichas explicaciones, se distinguieron por ser investigaciones ordenadas y sistemáticas, encaminadas a formular leyes económicas<sup>3</sup>. Se estudiaron en ellas los principios del funcionamiento del sistema capitalista de la época, del proceso histórico que dio origen al capitalismo y su futura evolución, hasta llegar al estudio de la teoría del valor formulada inicialmente por William Petty(1623-1687) expuesto en su obra cumbre, (A Treatise of taxes and contributions,1662) .

Los neoclásicos de la segunda mitad del siglo XIX, también conocidos como teóricos de la utilidad marginal derivaron concepciones teóricas subjetivas del valor, siendo el iniciador de la corriente neoclásica, Herman Heinrich Gossen,(1810-1858) quien estudió las leyes de la conducta humana sobre la base del utilitarismo y el consumo individual; como un soporte matemático, los teóricos neoclásicos reconocidos, surgieron casi al mismo tiempo: William Stanley Jevons,( 1835-1882), Carl Menger,( 1840-1921) y León Walras,( 1834-1910), fundadores de las principales escuelas de la utilidad marginal. Algunas contribuciones teóricas de la corriente neoclásica son: el desarrollo de la teoría subjetiva del valor, basados en utilidad y escasez, teoría psicológica de la utilidad marginal, teoría de la formación de los precios, teoría del equilibrio económico en general, diferencia entre economía pura y aplicada, teoría del bienestar y teoría monetaria.

En contraposición al enfoque neoclásico, que mediante modelos matemáticos trata de determinar la conducta del consumidor, G. B. Antonelli (1858-1944) por primera vez estudió el mismo aspecto desde otra perspectiva y disciplina, la psicología, dando origen a la teoría de la preferencia revelada, profundizada y

---

<sup>3</sup> Lo que se conoce como leyes en economía, son en realidad regularidades empíricas. Recuérdese, que a diferencia de las ciencias naturales, las ciencias sociales (especialmente la economía) no cuenta con ambientes controlados para realizar experimentos.

desarrollada con especial mérito por Paul A. Samuelson son premio Nobel de economía en 1970, estableciendo un puente entre la teoría económica y otras ciencias sociales.

Cabe destacar el aporte de (Kahneman & Tversky, 1979, p. 263-292), que mediante la formulación de la teoría prospectiva, presenta una crítica a la teoría de la utilidad esperada como modelo descriptivo de la toma de decisiones bajo riesgo, valiéndoles el premio nobel de economía en 1992. Las selecciones entre alternativas arriesgadas muestran diversos efectos generales que son inconsistentes con los principios básicos de la teoría de utilidad. En concreto, la gente tiende a ponderar menos los resultados que son solamente probables en comparación con los resultados que se obtiene con seguridad. Esta tendencia, a la que llamamos el efecto certidumbre, contribuye a la aversión por el riesgo cuando se trata de ganancias seguras, y la atracción por el riesgo en el caso de elecciones con pérdidas seguras. La gente, generalmente descarta aquellos componentes que son iguales en aquellas alternativas que se están considerando. Demostraron que esa tendencia, llamada efecto aislamiento lleva a preferencias inconsistentes cuando una misma elección se presenta de forma diferente.

(Magot, 2010), viene trabajando un nuevo paradigma en la teoría del consumidor que la presenta como una propuesta de modelo integral cognitivo de la elección del consumidor bajo un nuevo enfoque neuroeconómico. Este autor, reconoce que las actividades que son llevadas a cabo por la mente humana en el proceso de toma de decisiones han sido estudiadas desde distintas perspectivas y variadas disciplinas.

Sin embargo aduce que en economía, este proceso ha sido estudiado solo parcialmente, debido a los fuertes supuestos que propone la teoría de la elección del consumidor y que son necesarios para la solución mediante las herramientas disponibles de los modelos propuestos en la teoría microeconómica neoclásica. Contradice el que la mente humana sea una caja negra que no puede ser develada, razón por la que, la teoría neoclásica valida comportamientos observados sobre los que hace el análisis del comportamiento del consumidor y más generalmente de los agentes económicos.

Lo anterior ya lo defiende (Jevons, 1871), citado por (Magot, 2010), cuando afirma que el hombre nunca tendrá los medios para medir directamente los sentimientos

del corazón humano y que por lo tanto debe ser sobre de los efectos cuantitativos de los sentimientos sobre los que se debe estimar su dimensión.

Estos fuertes supuestos han llevado a la teoría económica a obviar procesos internos que se llevan a cabo en la mente humana para la toma de decisiones, y a inferir de manera poco realista que las preferencias pueden ser medidas mediante la cuantificación de los comportamientos observables.

## **II. LAS PREFERENCIAS ALTERNATIVAS**

Si bien es, G. B. Antonelli,(1858-1944), el primero en abordar aspectos relacionados con el tema de las preferencias alternativas, es justo reconocer que ha sido Paul Samuelson (Premio Nobel de 1970), quien a mayor profundidad , abordó la teoría de la **preferencia revelada** abriendo un fértil campo de investigación que ha sobrepasado el ámbito de la teoría del consumidor, estableciendo un puente que conduce a la reconciliación de la teoría económica con otras ciencias sociales.

El terreno estaba sembrado con hermosos teoremas suplicando ser recogidos, afirmó Samuelson, (1938), refiriéndose al estado de la teoría económica de los años treinta. Varias décadas después, el alcance de su influencia en el análisis económico, reemplazando los diagramas tradicionales por las formulaciones matemáticas rigurosas, explicaba la relativa ambigüedad de los motivos por los cuales la Real Academia Sueca de Ciencias le concedió el Premio Nobel.

Pero la contribución de Paul A. Samuelson, (1915-2019) , va mucho más allá de la “matematización” de la teoría económica. Aunque muchos científicos sociales lo recordaran como uno de los principales constructores de la llamada “economía neoclásica”. No solo debe recibir el reconocimiento por apuntalar un sistema abstracto de análisis económico, sino también de proveer las herramientas para generar un vínculo definitivo de este sistema con la realidad. A diferencia de lo que pensaba (Friedman, 1953), en la obra de Samuelson, el “realismo” de los supuestos desempeñó un papel crucial, conduciéndole a transformar algunos de estos en hipótesis refutables, mostrando así los límites del ámbito de aplicación de la teoría económica neoclásica.

No es fácil destacar una de sus contribuciones por encima de las demás, dadas la dificultad de profundizar en las numerosas aportaciones, nos centraremos en la

contribución a la teoría del consumidor con el desarrollo y perfeccionamiento de la teoría de la preferencia revelada.

Sin duda uno de los pilares de la económica neoclásica es el principio de optimización asumido en las decisiones de los agentes económicos. Este principio, junto con el supuesto de coordinación de las actividades a través de mercados, es utilizado para proveer explicaciones y predicciones sobre cuestiones como la relación entre la oferta y demanda de bienes, la política fiscal, el crecimiento económico etc. Pero, ¿es razonable suponer que los individuos actúan como si optimizaran una cierta función de utilidad?

Posterior al trabajo de (Samuelson, A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour, 1938, p. 61-71), se desarrollaron las herramientas que permitieron estudiar la pertinencia del supuesto de la maximización de una función de utilidad por parte de los individuos. La teoría de la preferencia revelada permitió, entre otras cosas, concretar y delimitar el uso racional del enfoque neoclásico, al enlazar los planteamientos meramente económicos de la teoría del consumidor con otras ciencias sociales.

### **El enfoque de las preferencias reveladas**

Consideremos que existen L bienes en el mercado. Denotemos por  $X_i$  (vector de dimensión L) a la cesta elegida por el agente cuando el vector que determina los precios de los bienes es  $p_1$  y la renta disponible es  $W_i > 0$ . Supondremos que en la adquisición de la cesta elegida el consumidor gasta toda su renta (según la ley de Walras) , es decir:

$$w_i = p_i X_i \quad [1]$$

La observación de las decisiones individuales caracterizada por los datos  $\{X_i, p_i, W_i\}$  en distintas situaciones  $i=(1, \dots, n)$  permite deducir algunas propiedades relevantes sobre su comportamiento; en particular, se cumple que:

$$W_j \geq p_j X_k \quad [2]$$

Asumiremos que el agente ha revelado que prefiere  $X_j$  a la sexta  $X_k$ , ya que esta última está disponible cuando aquella fue elegida (en los trabajos de (Samuelson, A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour, 1938, p. 61-71), (Samuelson, 1948, p. 243-253) y (Houthakker, 1950, p. 159-174), se asume que

en cada situación de precios y renta existe una senda optima, es decir que la D es una función y no una correspondencia) o sea la ley de la demanda compensada es una consecuencia del axioma débil.

Y partiendo de la diferencia de coste entre cestas, (Samuelson, A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour, 1938, p. 61-71), formaliza la idea de preferencias coherentes:

$$W_j \geq P_j \Rightarrow W_k < P_k \forall j \neq k \quad [3]$$

Esta condición, que llegaría ser conocida más tarde como el axioma débil de la preferencia revelada, conlleva la ausencia de inconsistencias en las preferencias: si el agente revela que prefiere la cesta  $X_j$  a  $X_k$ , entonces unas preferencias libres de contradicciones no pueden revelar también la afirmación contraria.

Pero la verdadera aportación del trabajo de (Samuelson,1938) reside en la vinculación de la coherencia de la preferencia revelada con la herramienta más divulgada del pensamiento económico moderno: la ley de la demanda.

Imaginemos un cambio en la circunstancia de la elección del agente, pasando de  $\{X_k, P_k, W_k\}$  a  $\{X_j, P_j, W_j\}$ . Este cambio será un cambio compensado en los precios si se verifica que  $W_j = P_j \cdot X_k$ .  $X_k$  es decir si la cesta  $X_k$ , también está disponible para el agente en la situación  $j$ . así su reacción ante el cambio de situación será puramente una reacción ante variaciones en los precios, y no ante cambios en su renta. Una conducta consistente con el axioma débil, bajo un cambio compensado de precios.

Implicaría entonces las dos siguientes relaciones:

$$W_j = P_j X_k, W_k < P_k X_j \quad [4]$$

Sabiendo que,  $W_k = P_k X_k$  [5], reordenando y sumando ambas relaciones, obtenemos:

$$\Delta P \Delta X < 0 \quad [5]$$

Donde:

$$\Delta P = P_j - P_k \wedge \Delta X = X_j - X_k \quad [6]$$

Esta desigualdad implica que los efectos de los precios sobre la conducta son de tal forma que un cambio en el precio de un cierto bien, manteniendo todo lo demás constante, se asocia con una variación en sentido contrario de la demanda de dicho bien. Y, de manera general, una forma de relación armónica en precio y cantidad ya no es circular: la ley de demanda ha dejado de ser un “supuesto razonable” para convertirse en la consecuencia de un fenómeno observable. El autor ha transformado la ley de la demanda en una hipótesis refutable. Puede no parecer mucho, pero fue el inicio de una revolución en el pensamiento económico.

Samuelson concibió su teoría de la preferencia revelada como una forma de esquivar la necesidad de representar las preferencias del consumidor mediante una función de utilidad. Paradójicamente, el camino que abrió su propuesta permitió apuntalar el uso de este concepto en la teoría económica.

(Samuelson, 1949, p. 181-197) y (Houthakker, 1950, p. 159-174) caracterizaron formalmente que hace posible reconstruir las preferencias del consumidor utilizando los datos observados.

Esta condición, conocida como el axioma fuerte de la preferencia revelada y que requiere de la transitividad del orden de preferencias, garantiza la existencia de una función de utilidad que racionaliza las elecciones del consumidor, conectando al menos de manera teórica, los datos de la demanda con la hipótesis del agente racional maximizador de la utilidad. Posteriormente, la línea de investigación abierta por (Afriat, 1967, p. 67-77), y desarrollada por (Diewert, 1973, p. 419-425) y (Varian, 1982, p. 945-972), entre otros, brindó una metodología para implementar estas ideas en el análisis empírico.

El puente que comunicaba la conducta observada con las preferencias racionales estaba listo. Aunque este vínculo constituye, uno de los grandes triunfos de la teoría económica moderna, es posible que buena parte del debate en torno al uso del enfoque de la preferencia revelada de su interpretación íntimamente ligada al concepto de utilidad.

Pero, ¿qué es lo que realmente se revela? Cuando las elecciones del agente verifican los axiomas de la preferencia revelada, estas decisiones pueden ser vistas como soluciones óptimas de un programa de optimización con restricciones cambiantes (definidas por los cambios en los precios y la renta), pero con una única función objetivo con características concretas. La forma convencional de



interpretar esta situación es a través del significado de dicha función objetivo, por ejemplo afirmando que el agente actúa como si maximizara su utilidad o su beneficio propio.

No obstante, en estos casos conviene siempre volver al origen: la verificación de los axiomas de la preferencia revelada, tal como demostró (Samuelson, 1938, p. 61-71), no implica otra cosa que la constatación de un movimiento sincronizado de precios y cantidades demandadas, un movimiento en sintonía con la ley de demanda. En este sentido, una violación de dichos axiomas no revela ni irracionalidad, ni ineficiencia alguna ni tampoco la presencia de factores morales en el proceso de decisión. Solamente revela que los precios y la renta no son información suficiente para explicar los cambios en la conducta.

Algunos autores han sugerido distintas metodologías para medir el grado de ajuste a los axiomas de la preferencia revelada. Esta idea nos permite replantear nuestra lectura de la racionalidad: si el grado de ajuste de la conducta observada a los requerimientos del axioma débil es satisfactorio, entonces sabremos que los cambios en la renta real son una fuente de explicación razonable de los cambios en la conducta del consumidor.

### **La racionalidad en la elección del consumidor**

La verificación del axioma débil no implica que el agente, en efecto, lleve a cabo un análisis del costo-beneficio libre de cuestiones morales, ni tampoco la existencia de unas verdaderas preferencia subyacente a sus decisiones. Para el enfoque de la preferencia revelada es irrelevante del proceso mental que lleva a la consistencia de sus axiomas; como ha sugerido (Dowding, 2008, p. 9-31). Por ello algunos autores consideran este enfoque como una visión extremista de la elección racional, se trata de una teoría descriptiva que explica la conducta sin implicaciones normativas.

Cabe la siguiente pregunta: si el agente no necesariamente reacciona de manera consiente a los cambios en su renta real, ¿por qué, tendría sentido esperar una reacción como la implicada por los axiomas de la preferencia revelada? La razón es que esta sospecha se basa en un hecho esencialmente cierto: cuando el precio de un bien aumenta, el conjunto factible del consumidor se traslada a zonas del espacio de bienes que no favorecen el consumo de dicho bien, lo cual hace menos probable observar aumento en la demanda. Por este motivo muchos

economistas continúan considerando razonable el modelo tradicional, pese a la evidencia de violaciones de sus axiomas básicos.

El modelo tradicional puede ser razonable si se considera como una visión aproximada y no precisa de la realidad. Esta interpretación permite entender la teoría de la elección racional como adecuada para explicar la conducta agregada o equivalente, del comportamiento de un agente representativo de la sociedad.

(Becker, 1962, p. 1-13), modeliza la conducta impulsiva (o irracional del consumidor) como una variable aleatoria uniformemente distribuida sobre su conjunto factible. Aunque esta representa la hipótesis alternativa de la irracionalidad, Becker muestra que la conducta esperada (promedio) cumple los axiomas de la preferencia revelada, pudiendo ser interpretada como si el agente representativo actuara optimizando una cierta función de utilidad. Sin los cambios en la conducta del agente representativo no pueden ser explicados como reacciones a los cambios en su renta real, en base a la ley de demanda, entonces la variabilidad de la conducta individual no puede ser considerada como simple ruido, y la realidad exigirá explicaciones más allá de las fronteras convencionales, abriendo sin reservas la necesidad de aproximaciones multidisciplinarias, que contribuyan al análisis de preferencias del consumidor en base a nuevos factores explicativos (cognitivos, éticos, identitarios, etc.) en consecuencia, parece justo reconocer que la teoría de la preferencia revelada de Samuelson condujo a la posibilidad de delimitar la potencia explicativa del modelo convencional, estableciendo así, un puente de colaboración con otras ciencias sociales .

### **III. DESAFÍOS**

El impulso que dio Paul Samuelson,( 1915-2009) a la teoría de preferencias reveladas abrió para la teoría microeconómica un horizonte alternativo de investigación social complementario a los axiomas aplicados para explicar la conducta y preferencias del consumidor, ahora, con aproximaciones multidisciplinarias.

La neuroeconomía, al señalar la validez de la pirámide de (Maslow, 1943, p. 370-396), y la lógica de satisfacción de las necesidades humanas de lo simple a lo complejo y más allá de las necesidades de consumo de bienes y servicios, representa un reto para el desarrollo del pensamiento epistemológico moderno, en donde un nuevo enfoque motiva el estudio del cerebro humano clasificando las

necesidades en homeostáticas y motivacionales , condicionantes de las preferencias finales del consumidor , más allá de las restricciones convencionales observadas por la disponibilidad de renta y precios del mercado.

#### **IV. CONCLUSIONES**

La conducta del consumidor presenta un amplio campo de estudio, en el que habrá que tomar en cuenta los aportes empíricos en la materia que anteceden al debate actual.

De allí que el análisis interdisciplinario contribuye a un abordaje más completo y complejo que puede en el mediano plazo aportar nuevos elementos sobre el tema.

Independientemente de ello, el análisis presentando por los Neoclásicos seguirá marcando la base de todo estudio relacionado, en tanto a la fecha constituye el único aporte empírico en dicha dirección y dado que el mismo parte de dos condicionantes insustituibles, tal es el caso de una recta presupuestaria que debe ser considerada al elegir preferencias sobre la base de precios y cantidades demandadas.

No cabe duda que dado que el consumo es parte importante de la demanda agregada, con implicancia tributaria para el estado y efectos multiplicadores para el sector privado desde la demanda global, profundizar en la conducta del consumidor será objeto de continuos y sistemáticos procesos investigativos, por asuntos de mercado, administración pública y conocimiento de las preferencias de los consumidores.

Todo esto exige una investigación interdisciplinaria, investigación en la que cada vez más, el consumidor será un ser racional provisto de muchas otras necesidades que habrá que considerar para acertar en los determinantes de su conducta en el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta claro está, que además de consumir necesariamente, también debe satisfacer otras necesidades que podrán ser de carácter fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y autorrealización.

Es de suponer , que Mejores resultados se obtendrá en la medida en que el estudio de la conducta del consumidor considere como lo señala (Magot, 2010), los procesos controlados o conscientes con expresiones secuenciales, con

esfuerzo, buen acceso introspectivo y deliberados, respecto a procesos sub/inconscientes carentes de dicha conducta; también será de gran provecho diferenciar los procesos cognitivos como también lo vio necesario (Samuelson, 1938) , de aquellos en que se expresan procesos afectivos o irracionales.

La evolución del pensamiento en este tema seguirá enriqueciendo el debate, de la misma forma en que la teoría de las preferencias reveladas es considerada un importante aporte en esa dirección y objeto de atención de los estudiosos de teorías microeconómicas, reconociendo que los avances alcanzados en el estudio de las preferencias reveladas no invalidan los aportes neoclásicos en esta materia, sino más bien le complementa en beneficio del mercado de factores, dado que los factores en determinado momento también son consumidores en el mercado.

## **BIBLIOGRAFIA**

Afriat, S. (1967). The construction of a utility function from expenditure data. **International Economic Review** , 8, 67-77.

Becker, G. (1962). Irrational Behavior and Economic Theory. **The Journal of Political Economy** , 70 (1), 1-13.

Diewert, W. (1973). Afriat and revealed preference theory. **The Review of Economic Studies** , 40 (3), 419-425.

Dowding, K. (2008). Una defensa de la preferencia revelada. **Revista Internacional de sociología** , 66 (49), 9-31.

Friedman, M. (1953). **The Methodology of Positive Economics**.

Houthakker, H. S. (1950). Revealed preference and the utility function. *Economica* , 17, 159-174.

Jevons, W. (1871). **Account of a General Mathematical Theory of Political Economy**.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica** , 47 (2), 263-292.

Magot, A. (11 de Febrero de 2010). Centro de Investigación y Desarrollo de Tecnología. Obtenido de <http://cidt.wordpress.com/2010/02/11/hacia-un-nuevo-paradigma-en-la-teoria-del-consumidor/>

Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. **Psychological Review** , 50, 370-396.

Samuelson, P. (1938). A Note on the Pure Theory of Consumer's Behaviour. **Economica** , 5 (17), 61-71.

Samuelson, P. (1948). Consumption Theory in Terms of Revealed Preference. **Economica** , 15 (60), 243-253.

Samuelson, P. (1949). International Factor-Price Equalisation Once Again. **Economic Journal** , 59 (234), 181-197.

Varian, H. (1982). The nonparametric approach to demand analysis. **Econometrica** , 50 (4), 945-972.