

Teorías, leyes y modelos económicos. Bienes Giffen y bienes Veblen

Informe de Leandro Somoza del 26/04/22.

Lección básica de economía y de la vida real: si aumenta el precio, baja la demanda. Pero no siempre ocurre así. Hay bienes que se comportan de forma opuesta: más caros, más se demandan. En este informe¹ vamos a reflexionar sobre la conducta como consumidores y explicar qué son bienes Giffen y bienes Veblen.

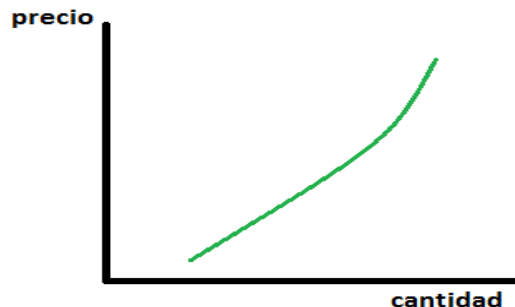
Curva de demanda

Todos recordamos la gráfica de la ley de la demanda: precio y cantidad demandada son inversamente proporcionales, la curva tiene pendiente negativa. Si sube el precio de un bien, los consumidores lo demandan menos y, al revés, si baja el precio de un bien, los consumidores quieren comprarlo más. Eso sucede con la mayoría de los productos: la elasticidad en el precio de la demanda es negativa. En otras palabras, precio y demanda se mueven en dirección contraria; si el precio sube, la cantidad demandada baja, y a la inversa.



Curva de demanda: anomalía para Giffen y Veblen

Sin embargo, para los bienes Giffen y los bienes Veblen, **la curva de demanda tiene pendiente positiva**: si sube el precio, sube la demanda; si baja el precio, baja la demanda. Veamos en qué se fundamenta esa diferencia.



Bienes Giffen²

En Irlanda, como consecuencia de una mala cosecha, las familias experimentaron hambre y carestía, teniendo a las patatas como parte fundamental de la dieta alimenticia. A causa de la escasez, el precio de las patatas, que eran un bien inferior³, experimentó un aumento espectacular, y como consecuencia, el poder adquisitivo disminuyó y la poca carne que se adquiría por las familias dejó de ser consumida para colocar los escasos recursos en la

¹ <https://blog.selfbank.es/bienes-giffen-y-bienes-veblen/>

² Robert Giffen (Escocia, 1837- 1910) fue un estadístico y economista británico, una de sus principales aportaciones a la economía ha sido la denominación de los bienes Giffen, nombre dado por Alfred Marshall, en 1846, cuando estudiaba el comportamiento de las patatas y sugirió que tenían la pendiente de demanda positiva.

³ Los bienes inferiores NO cumplen la ley normal de la demanda. En el caso de los bienes inferiores, al subir los ingresos del consumidor, la demanda disminuye. Por ejemplo, imaginemos que una persona que consume muchas patatas y pan porque tiene bajo presupuesto. Entonces, si obtiene un aumento de su remuneración, podrá permitirse comprar carne y pescado y consumir menos patatas y pan, por lo que su demanda de los bienes inferiores (pan y patatas) disminuirá.

compra de patatas, precisamente el bien cuyo precio había aumentado. Con la paradoja de Giffen, el autor menciona agudamente los aspectos, más destacados de la pobreza marcada en el siglo XIX.

Así un bien de Giffen⁴ es un producto que posee una curva de demanda con pendiente positiva (como en el gráfico). Esto significa que **a medida que el precio del bien aumenta, los consumidores desearán adquirir una mayor cantidad de dicho bien**, y cuando el precio de dichos bienes comience a descender, querrán adquirir una cantidad cada vez menor del mismo.

Se deben cumplir dos condiciones para demostrar la existencia de uno de estos bienes⁵:

- El bien en cuestión debe ser un bien inferior; El **ejemplo clásico de Marshall de bien inferior son los alimentos básicos**, cuya demanda viene definida por la pobreza, que no permite a sus consumidores consumir comida de mejor calidad. Son bienes inferiores los más básicos y de menor precio: cuando aumentan su precio los consumidores no se pueden permitir adquirir otros tipos de alimentos, por lo que tienen que aumentar su consumo de alimentos básicos.
- El bien debe representar una parte importante del presupuesto del consumidor. Conforme aumenta la renta del consumidor, disminuye su demanda, porque se reemplazan por otros de más calidad (y precio más alto). Varios ejemplos: vehículos de segunda mano, comida preparada barata (pastas, pizzas), vino de mesa, ropa de baja calidad, etc.

Los bienes Giffen suelen ser bienes de primera necesidad, los únicos asequibles para presupuestos muy bajos, como sucede en situaciones de pobreza o de rentas muy limitadas y además **el precio del bien inferior debe ser lo único que cambie** para obtener una variación en la cantidad demandada.

O sea los **bienes Giffen son un subtipo de bienes inferiores** porque se demandan más cuando hay menos renta disponible, pero además, tienen la particularidad de que **si sube su precio, sube su demanda, y al revés, si baja su precio, baja su demanda**.

¿Y cómo se explica que si sube su precio se demandan más? Para entenderlo usamos un ejemplo muy fácil con solo dos bienes disponibles: pastas y carne, donde ambos son imprescindibles para subsistir. El presupuesto para comida es muy ajustado (\$1.500) y se gasta totalmente. El precio del kilo de pastas es de \$500, y el de carne \$1.000. Y habitualmente se compra 1 kilo de pastas y 1 kilo de carne.

Si el precio de pastas sube, con esos pesos dedicados a pastas ya no se puede comprar la misma cantidad, pero tampoco se puede comprar más carne porque sigue siendo más caro que las pastas. El ajuste pasa por comprar menos carne, y no solo hasta tener suficiente dinero disponible para comprar 1 kilo de pastas, sino algo más, porque hay que seguir alimentándose y si se come menos carne, habrá que suplir esa cantidad de alimento con el otro bien disponible (pastas).

La misma paradoja sucedería si bajase el precio de las pastas: el presupuesto se compensaría en favor de la carne, con lo que compraría menos de 1 kilo de pastas y más de 1 kilo de carne.

Bienes Veblen⁶

El **bien Veblen es aquel cuya demanda aumenta cuando su precio también se incrementa**. Esto, al ser un bien de lujo cuya calidad se percibe asociada a su coste. Los consumidores creen que si la mercancía es más cara, entonces posee mayores atributos.

⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Bien_de_Giffen

⁵ <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-andina-del-cusco/microeconomia-i/bien-giffen-y-veblen/13587014>

⁶ Thorstein Bunde Veblen (EEUU, 1857/1929), fue un sociólogo y economista estadounidense, fundador de la escuela institucionalista norteamericana y, más en general, de la corriente institucionalista en las ciencias sociales, en los que critica de forma apasionada la evolución de la sociedad y la economía de su país. Fue uno de los que por primera vez destacó los conceptos de consumo conspicuo y de búsqueda de estatus social.

El caso de los bienes Giffen es de productos de primera necesidad. Sin embargo, el bien Veblen es un bien de lujo, es decir, no cubre una necesidad esencial.

O sea son un tipo de bienes superiores, lo que significa que se demandan más cuando la renta es más alta pero comparten una peculiaridad con los Giffen: **si sube su precio, sube su demanda, por lo que la curva de demanda también es positiva.**

Detrás de esta peculiar demanda hay un vínculo entre exclusividad y precio. Más precio implica más exclusividad; comprar un bien Veblen podría asemejarse a comprar unicidad, estatus, lujo. Cuánto más elevado sea el precio de un bien de lujo, más lujo se compra.

Además de cubrir una necesidad (una obra de arte sirve para decorar, un coche para desplazarse, un diamante como joya...), los bienes de lujo acumulan valor y llegan a considerarse una inversión.

Al ser un bien de lujo, si aumenta su precio la gente lo consume más debido a que ahora es más exclusivo. Algunos tipos de bienes de alta categoría, tales como los vinos de primera, las carteras de diseño, productos gourmet, arte o piezas de coleccionista y automóviles de lujo, son bienes Veblen, porque la disminución de su precio disminuye el deseo de comprarlos, debido a que eventualmente dejan de ser percibidos como productos exclusivos o de alto status. Por el contrario, un incremento de precio puede aumentar la percepción de exclusividad respecto de ellos, haciendo a dicho bien más deseable o preferible.

Hay que tener en cuenta que los bienes que son generalmente considerados como Veblen siguen estando sujetos, en parte, a la curva de demanda tradicional, ya que la demanda de los mismos no tenderá a incrementar indefinidamente sus respectivos precios. La cantidad demandada puede subir con el precio dentro de cierto rango de la curva, pero hacia la parte superior de la misma cesará de hacerlo, antes de pasar a comportarse según lo estipulado por la ley de la demanda y comenzar a caer nuevamente ante nuevos incrementos en el precio.

Otros efectos sobre la demanda Veblen

El efecto Veblen forma parte de una serie de anomalías teóricamente posibles de la ley de la oferta y demanda en microeconomía. Otros efectos relacionados incluyen a los siguientes:

El **efecto snob**: preferencia por determinados bienes porque éstos son diferentes a los comúnmente preferidos o por consumidores que quieren o desean usar productos exclusivos, debido a que algunos individuos consideran que el precio de los mismos es una parte intrínseca de su calidad,

El **efecto bandwagon**⁷: la preferencia por un bien tiende a incrementarse a medida que aumenta la cantidad de gente que lo compra. Posiblemente este efecto sea el prejuicio cognitivo más común entre los inversores en bolsa.

Ninguno de estos efectos por sí mismos predice que sucederá respecto de la cantidad real de bienes o productos que serán demandados (es decir, el número de unidades compradas) a medida que los precios cambien, sólo se refieren a las preferencias o a la propensión al consumo. El efecto real sobre la cantidad demandada dependerá del rango o abanico de otros productos disponibles, sus precios y qué tan sustitutos son respecto de un determinado bien⁸.

Consideraciones finales

Los bienes Giffen y Veblen son casos “anómalos”, en relación a la tendencia tradicional de la ley de demanda, que están relacionados con el efecto renta (variación de la demanda al

⁷ El efecto bandwagon, también conocido como el efecto de arrastre, "efecto de la moda", o efecto manada, está relacionado cercanamente al oportunismo, es la observación de que a menudo las personas hacen y creen ciertas cosas fundándose en el hecho de que muchas otras personas hacen y creen en esas mismas cosas.

⁸ La Universidad Yale, llamada Yale Law Journal, ha publicado un extenso análisis que demuestra los indicios que sugieren que la gente recibe más placer o satisfacción de bienes más caros.

incrementar el ingreso disponible del consumidor) y al efecto sustitución (variación en la demanda de un bien cuando se modifica su precio y el precio de los demás productos permanece constante). Son más comunes de lo que parece y deben tenerse en cuenta antes de sacar conclusiones basadas en las teorías tradicionales. Veamos una síntesis de ambos:

1) El primer determinante que **provoca cambios en la demanda de un bien es el precio** ya que afecta la cantidad que se puede comprar del mismo. La relación precio-cantidad puede ser positiva, negativa o incluso cero en un determinado rango de precios. Si cuando el precio aumenta, la cantidad demandada del bien que consumimos disminuye, estamos frente a un bien ordinario. Si la relación fuese positiva y ante un aumento del precio del bien en cuestión, aumenta también la cantidad demandada hablamos de un bien Veblen o un bien Giffen. Un tipo de bien Giffen sería la insulina para una persona diabética, cuya demanda es relativamente insensible a los cambios en el precio ya que es un producto vital para quien lo consume; un tipo de bien Veblen es una obra de arte de un pintor famoso, cuya demanda aumenta en la medida que su precio hace lo mismo debido a que quien adquiere el bien, generalmente, busca satisfacer una necesidad de snob o de lujo.

2) El segundo determinante que **provoca cambios en la demanda de los bienes que consumimos es el ingreso**. De manera casi intuitiva, estableceríamos una relación positiva entre nuestro ingreso y la demanda de bienes, pero este es solo el caso del bien normal. Si la cantidad demandada de un bien aumenta cuando disminuye la renta disponible del individuo, hablamos de un bien inferior. Un ejemplo de bien inferior pueden ser, además de las patatas como el caso de Irlanda, los boletos del colectivo, pues a medida que disminuye significativamente la renta de las personas, es de esperar que se utilice más el colectivo que los taxis o el auto privado como medio de transporte.

3) El tercer factor que afecta la decisión óptima de consumo de las personas es **la variación en los precios de productos relacionados con la canasta óptima de los individuos**. El producto que se decide consumir puede ser complementario o sustituto de otro. La carne para asar y el carbón son ejemplos de bienes complementarios, y como consecuencia el alza en el precio de la carne afecta negativamente el consumo del carbón. Por otro lado, cuando un bien tiene cierto grado de sustitución, como podría tenerlo la carne de pollo y la de vaca, un aumento en el precio del pollo puede provocar un aumento en el consumo de carne de vaca.
