

U.D.1: LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA ECONOMÍA (T1 y T2 Casals)

- 1.1 NECESIDADES: CLASIFICACIÓN (pg 10)
- 1.2 BIENES Y SERVICIOS: CLASIFICACIÓN (pg12)
- 1.3 EL CONFLICTO ENTRE NECESIDADES Y RECURSOS: LA ESCASEZ (pg17)
- 1.4 DEFINICIÓN Y UTILIDAD DE LA ECONOMÍA (pg 23)
- 1.5 LA TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS: **racionalidad**, coste de oportunidad, costes irreversibles, análisis marginal, riesgo e incertidumbre., incentivos, eficiencia y equidad. (pg 16,17 y apuntes)
- 1.6 LA ECONOMÍA CONDUCTUAL, LAS DESVIACIONES DE LA RACIONALIDAD. (apuntes)
- 1.7 LA ÉTICA EN LAS DECISIONES ECONÓMICAS. (ejercicio pg 50 y reflexión grupal)
- 1.8 LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN (pg 27,28)
- 1.9 LOS AGENTES ECONÓMICOS (DECISORES) Y LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS. EL FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA (pg 13, 45, 46, 47 y 54)
- 1.10 EL ESTUDIO DE LA ECONOMÍA: Positiva, normativa, Macroeconomía y Microeconomía. (pg 24, 25)

- **Racionalidad:** La **Economía clásica** supone un comportamiento racional a los agentes económicos, es decir, supone que emplean siempre la razón en su toma de decisiones, hacen previsiones, reflexionan, analizan las ventajas e inconvenientes y escogen lo que más les conviene para lograr la máxima satisfacción.
- **Economía Conductual:** la economía conductual (o economía del comportamiento) es una rama de la economía que combina la economía tradicional con la psicología. La economía conductual demuestra que las personas no siempre actúan de manera racional y que nuestros miedos, impulsos y emociones juegan un papel fundamental en nuestras elecciones de consumo e inversión. Es decir, **analiza por qué no siempre tomamos las decisiones que, desde un punto de vista puramente lógico, serían las mejores para nosotros**. Algunas de estas conductas irracionales serían:
 - **Avalancha de Información:** Sentirse abrumado por un exceso de información, lo que lleva a tomar decisiones impulsivas o a no tomar ninguna. Ejemplo: Elegir la primera impresora que se ve en la tienda online porque hay demasiados modelos para comparar.
 - **Heurística:** Utilizar atajos mentales, sin analizar toda la información, para tomar decisiones rápidas y sencillas. Ejemplo: Comprar un producto solo porque es de una marca famosa o se publicita mucho o nos lo recomienda un amigo, asumiendo que es de buena calidad.
 - **Inercia y Herencia:** La resistencia a cambiar de proveedor o marca, por pereza o por apego emocional o miedo a equivocarse. Ejemplo: No cambiar de compañía telefónica a una más barata porque el proceso es tedioso.
 - **Cortoplacismo:** La preferencia por una recompensa pequeña e inmediata en lugar de una mayor en el futuro. Ejemplo: Gastar todo el dinero de la paga en un día en lugar de ahorrarlo para un viaje.
 - **Marco:** Las decisiones cambian según la forma en que se presenta la información. Ejemplo: Comprar un yogur etiquetado como "95% sin grasa" antes que otro etiquetado como "5% de grasa", aunque sean lo mismo.
 - **Aversión al Riesgo:** El miedo a la pérdida es más fuerte que el deseo de ganar. Nos lleva a evitar situaciones inciertas. Ejemplo: Dejar el dinero en una cuenta de ahorro con bajo interés en lugar de invertirlo en la bolsa.