

TEMA 1: LA ECONOMÍA COMO CIENCIA

Los seres humanos no somos autosuficientes, sino que tenemos muchas necesidades. Algunas de ellas son imprescindibles para la existencia (primarias) y otras propias del tiempo o las circunstancias (secundarias). Todo aquello que satisface nuestras necesidades lo denominamos bienes y servicios.

1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA?

La palabra “Economía” proviene del griego *oikonomía* que significa “**administración de la casa**”: *Oikos* significa hogar o casa y *nomos* significa administrar o gestionar.

Podemos definir la **Economía** como la ciencia que estudia la mejor manera de administrar unos **recursos** que son **escasos** con objeto de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad para **satisfacer** el mayor número de **necesidades**.



- Los **recursos** con los que cuenta cualquier familia son **escasos** para satisfacer todas sus necesidades. Esto se debe a dos motivos: el **dinero** con el que cuentan todas las familias es limitado y el **tiempo** de que disponemos también lo es. Como nuestro dinero y tiempo es limitado, no podemos satisfacer todas las necesidades que tenemos.
- Las **necesidades** son **ilimitadas** debido a que una vez que se satisfacen, surgen otras nuevas.

Por lo tanto, el **PROBLEMA ECONÓMICO BÁSICO** es la **NECESIDAD DE ELECCIÓN**: puesto que los recursos son escasos y las necesidades ilimitadas, deberemos elegir qué necesidades satisfacemos con los recursos que tenemos. Este es el motivo por el que a la Economía se le llama la **ciencia de la escasez y la elección**.

2. LAS NECESIDADES

En términos económicos entendemos por **NECESIDAD** el deseo de satisfacer algo de lo que se carece. Los bienes (tangibles) o los servicios (intangibles) son aquello que satisface necesidades.

Podemos clasificar las necesidades en función de diferentes criterios. El criterio más habitual es clasificarlas en necesidades primarias y secundarias:

- Necesidades **primarias**: son aquellas que la sociedad considera que deben tener cubiertas todos los ciudadanos medios (las necesidades primarias serán diferentes según el grado de riqueza o pobreza del país que analicemos).
- Necesidades **secundarias**: aumentan el bienestar del individuo y responden a cambios en la sociedad: turismo, coche deportivo, ocio, etc.

Otra clasificación de las necesidades muy conocida es la realizada por Maslow, el cual clasificó las necesidades de forma jerárquica (las necesidades inferiores deben ser satisfechas para que las superiores se manifieste) y en forma de pirámide: la denominada **Pirámide de Maslow**. Los 5 niveles en los que se clasifican las necesidades, de más básicas a más superiores, son:

1. Necesidades **fisiológicas**.
2. Necesidades de **seguridad**.
3. Necesidades **sociales**.
4. Necesidades de **estima**.
5. Necesidades de **autorrealización**.

3. LOS RECURSOS O FACTORES PRODUCTIVOS

Entendemos por factores productivos todos aquellos recursos que intervienen en el proceso productivo y que son necesarios para la elaboración de bienes y servicios.

Los factores productivos son cuatro:

- La tierra (recursos naturales).
- El trabajo.
- El capital.
- La capacidad empresarial.

La tierra (recursos naturales)

Bajo el término recursos naturales nos referimos a todo lo que aporta la Naturaleza al proceso productivo. Es decir, la **tierra** utilizada por los agricultores o sobre la que se edifican las casas, las factorías y las carreteras; los **minerales**, como el hierro y el cobre; los **recursos energéticos** a partir de los cuales se obtiene la energía que permite desde calentar los hogares hasta hacer que se muevan las máquinas y los automóviles. Asimismo, el **agua** es un recurso natural, pues tanto en la agricultura como en muchas actividades industriales resulta ser un factor imprescindible.

El trabajo

El trabajo es el tiempo y las capacidades intelectuales que las personas dedican a las actividades productivas.

En Economía, al referirse al factor trabajo, es frecuente hacerlo como **capital humano**, entendiendo por este último la educación y formación profesional que incrementan el rendimiento del trabajo. Los gastos en educación y en formación profesional suponen una inversión en capital, ya que durante el período de aprendizaje y estudio hay un elemento implícito de espera que, sin embargo, contribuye a incrementar la capacidad productiva de los trabajadores.

El capital

Por **capital (físico)** se entiende el conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios. Dentro de esta categoría de bienes se incluyen las máquinas, las carreteras, las herramientas, los ordenadores, los edificios, los camiones, etc.

La producción de bienes de capital supone el sacrificio del consumo presente por un mayor consumo en el futuro.

La capacidad empresarial

De la combinación adecuada de los anteriores factores resulta la producción. Ahora bien, estos factores no se ordenan por sí solos. Es aquí donde interviene el **empresario**, ya que organizando de una forma u otra los factores productivos obtendrá unos mejores o peores resultados.

Podemos definir la capacidad empresarial como el factor productivo que permite **organizar el resto de factores** con el objetivo de producir los bienes y prestar los servicios que satisfacen las necesidades de una sociedad.

4. POBREZA ≠ ESCASEZ ECONÓMICA

Al hablar de escasez económica nos referimos a que los **recursos** de los que disponemos son insuficientes para satisfacer nuestras necesidades. Debemos tener siempre presente que nuestros recursos son **limitados** mientras que los **deseos y necesidades humanas son ilimitadas**, por lo que debemos tomar decisiones continuamente.

La escasez económica es la carencia de recursos en relación con las necesidades de las personas. Las características son dos:

1. Es **universal**, pues todos queremos más de lo que tenemos.
2. Es **relativa**, porque nos afecta de forma distinta en función de nuestras necesidades.

No debe confundirse con la **pobreza** (o escasez física), la cual hace referencia a la falta absoluta de un bien. Así, en los países desarrollados, como España, abundan los bienes y los servicios, mientras que, en algunos países en vías de desarrollo o del tercer mundo, apenas se cubren las necesidades más elementales.

Es por ello, que la escasez física existe, especialmente, en los países en vías de desarrollo, en cambio, la escasez económica es común a todos los países. Son conceptos relacionados, pero no sinónimos.

5. POBREZA ABSOLUTA ≠ POBREZA RELATIVA

Profundizando un poco más en el concepto de pobreza, es importante diferenciar entre pobreza absoluta y relativa. Para entender dicha diferencia debemos recordar lo estudiado en relación a las necesidades.

De esta forma, se entiende por **pobreza absoluta** aquella situación en la que una persona no puede cubrir sus necesidades básicas mínimas (alimentación suficiente, agua potable...).

Sin embargo, la **pobreza relativa** hace referencia a aquella situación en la que una persona, a pesar de cubrir sus necesidades básicas, tiene muchos menos recursos que la media de la sociedad en la que vive, lo que limita su participación social.

6. LA ECONOMÍA COMO CIENCIA

En este momento, debemos preguntarnos si podemos considerar a la Economía una ciencia.

Aunque **la Economía es una ciencia**, difiere mucho del concepto que tenemos de otras ciencias como la Química o las Matemáticas. La Economía estudia los problemas relativos a la actividad humana, el comportamiento de los individuos como miembros de un grupo social y dado que los seres humanos aprendemos de la experiencia y modificamos nuestro comportamiento, las predicciones económicas se complican enormemente.

En Economía no se puede llevar a cabo una experimentación controlada del tipo que realizan los físicos, químicos o matemáticos, debido a que la mayoría de experimentos que se realizan en este ámbito están basados en **hipótesis que incluyen el comportamiento humano**. Por lo tanto, no es posible que dichos experimentos cumplan uno de los quesitos que sí cumplen las ciencias experimentales: poder repetir un mismo experimento bajo las mismas condiciones de forma que los resultados obtenidos sean los mismos o muy similares. Esta es la razón por la que no se puede decir con exactitud cuándo va a ser la próxima crisis económica o saber con certeza cuánto y cuándo van a subir los precios. En cualquier caso, aunque la Economía no sea una ciencia exacta, sí es una **ciencia social**.



REFLEXIÓN:

Si el Estado subiera los impuestos sobre el tabaco y los fumadores compraran menos tabaco, ¿podríamos asegurar que la medida adoptada ha funcionado?

En realidad, desconocemos si ese ha sido el verdadero motivo del descenso del consumo o si ha habido una mayor concienciación de la población sobre los problemas de salud derivados del tabaco o si el paro en esa sociedad es muy elevado y eso le impide pagar ese precio por el tabaco.

7. LOS AGENTES ECONÓMICOS

Debido a que los recursos son limitados, pero las necesidades ilimitadas, no podemos conseguir todo lo que deseamos, pero, al menos, podemos elegir según nuestros recursos.

Los **agentes económicos** son las entidades que **toman las decisiones** en la economía. En la actividad de producción y distribución económica intervienen tres tipos de agentes: las familias o economías domésticas, las empresas y el Sector Público.

LAS FAMILIAS tienen un doble papel en la economía de mercado: son a la vez las unidades elementales de consumo y las propietarias de los recursos productivos (se los ceden a las empresas a cambio de una **renta**).

LAS EMPRESAS son los agentes económicos destinados exclusivamente a la producción de bienes y servicios. Para realizar su actividad **necesitan los factores productivos que les entregan las familias**. A cambio de ellos pagarán unas rentas: sueldos y salarios como

contrapartida del trabajo; intereses, dividendos..., como contrapartida del capital; alquileres como contrapartida de la tierra y beneficios, por la capacidad empresarial. Los bienes y servicios producidos por las empresas son ofrecidos a las familias que entregarán a cambio su precio.

EL SECTOR PÚBLICO es el agente económico cuya intervención en la **actividad económica** es más compleja.

- ✓ Utiliza los impuestos y el gasto público como instrumentos para regular la actividad económica.
- ✓ Ofrece bienes y servicios de interés nacional, bienes públicos.
- ✓ Establece el marco de leyes (regulación económica, social, medioambiental...)
- ✓ Destina parte de sus ingresos a realizar transferencias sin contrapartida a ciertas empresas que considere de interés social o a algunas familias mediante diferentes tipos de ayudas (desempleo, becas...).

8. EL MODELO DEL FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA

La forma en la que interaccionan estos tres agentes económicos se puede representar, de forma esquemática, mediante el modelo del flujo circular de la renta.

El **FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA** es un modelo en el que se muestran las **relaciones entre los diferentes agentes económicos**: familias, empresas y sector público.

Las familias y las empresas se relacionan a través de 2 tipos de mercados:

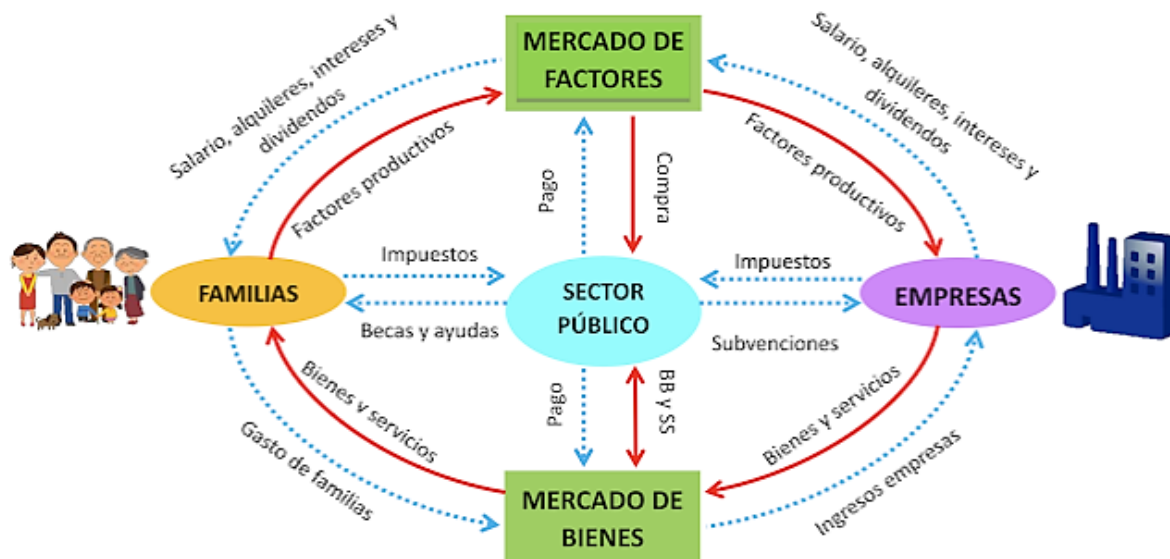
- A través del **mercado de bienes**, las familias compran (consumen) lo que las empresas producen a cambio de pagar el dinero correspondiente.
- A través del **mercado de factores**, las familias ofrecen su trabajo y otros factores a las empresas, que actuarán como compradoras de dichos factores. A cambio, las empresas pagarán una serie de rentas (salarios, alquileres, intereses, dividendos) a las familias.

En estos intercambios diferenciamos 2 tipos de flujos:

- El **flujo real** es lo que compran y venden los agentes económicos (ya sean bienes y servicios o factores productivos).
- El **flujo monetario** es el pago de dinero por la compra de esos bienes o factores productivos.

El papel del sector público en el flujo circular de la renta cumple varias funciones:

- **Actúa como empresa**: Contrata factores de producción a las familias (p.ej: contrata profesores) a cambio de los cuales les da unos salarios. Con estos factores, el sector público produce bienes y servicios (p.ej: educación pública).
- **Actúa como familia**: Compra bienes a las empresas (p.ej: los ordenadores que os da el instituto han sido comprados a una empresa).
- Desarrolla su **función fiscal** de redistribución: Obtiene ingresos a través de los impuestos (pagados por familias y por empresas) para luego dar ayudas y subvenciones a familias y empresas.



9. PRINCIPIOS EN LA TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS

Dado que la escasez es un hecho y no podemos satisfacer todos nuestros deseos, hemos de tomar decisiones constantemente. Lo hacemos con las cosas más cotidianas, como decidir si tomamos o no el desayuno en casa o en una cafetería, cuál será el medio de transporte que usaremos para ir al trabajo, si comemos en casa o fuera... Y también lo hacemos con decisiones menos frecuentes que tienen un peso más importante en nuestro presupuesto, como decidir si nos vamos de vacaciones en verano o preferimos ahorrar para comprar un coche nuevo, si vivimos de alquiler o compramos una vivienda o si optamos por vivir en el centro o en las afueras de la ciudad donde trabajamos.

Los individuos, para tomar sus decisiones económicas, se rigen por los cuatro principios siguientes:



1. LOS INDIVIDUOS SE ENFRENTAN A DISYUNTIVAS. COSTE DE OPORTUNIDAD.

Ante una situación concreta, solemos tener varias alternativas y estas tendrán que ser valoradas con el objetivo de llevar a cabo la elección final. En cualquier caso, nunca debemos olvidar que toda decisión conlleva un coste, pues cada vez que tomamos una decisión, renunciamos a las alternativas no elegidas.

Por ejemplo, si elijo no comer en casa porque salgo tarde de trabajar, cansada y con pocas ganas de cocinar, renuncio a aquello que podría comprarme con ese dinero que voy a gastar a mayores, o a dormir la siesta porque al acabar de comer no estaré al lado del sofá.

El **coste de oportunidad** es el valor, medido en dinero o en otra magnitud, de aquello a lo que renunciamos cada vez que tomamos una decisión. Es decir, es el coste de la alternativa que se desecha cuando se toma una decisión, e incluye los beneficios que se podrían haber obtenido si se hubiera elegido esa opción.

2. LOS COSTES IRRECUPERABLES.

Un **error** bastante **frecuente** a la hora de tomar una decisión es **tener en cuenta los costes del pasado** que no se pueden recuperar en el momento de la decisión. A estos costes se les llama **costes irre recuperables**.

Estos costes ya se han producido, por tanto, tenerlos en cuenta es erróneo porque **en la decisión sólo se deben considerar los costes y beneficios presentes y futuros, nunca los pasados, que son irre recuperables**.

Por ejemplo, cuando elegimos ir al cine en vez de estudiar para un examen, ¿saldríamos del cine para recuperar el tiempo de estudio si no nos gusta la película? Mucha gente es incapaz de asumir el error y elige quedarse (tal vez porque piensa que ya pagó la entrada y si se va del cine sería un desperdicio) de tal forma que ni disfruta la película ni recupera el tiempo para estudiar. Es decir, por no asumir el primer error esas personas cometen un segundo error.

3. LAS PERSONAS RACIONALES PIENSAN EN TÉRMINOS MARGINALES.

Los economistas generalmente suponen que los individuos son **racionales**. Una persona racional hace, deliberadamente, todo lo posible por lograr sus objetivos. Así, por ejemplo, las empresas deciden cuántos trabajadores contratarán y cuánto producirán y venderán con objeto de maximizar sus beneficios. Un trabajador decidirá cuántas horas le dedicará al trabajo en función de lo que desee ganar con el objetivo de maximizar su satisfacción.

Los economistas utilizan el término **cambios marginales** para describir pequeños ajustes adicionales en un plan de acción que ya existía. De esta forma, una persona toma una decisión racional si y sólo si el beneficio marginal es superior al **coste marginal**.

El **análisis marginal** sopesa los costes y los beneficios adicionales de una elección ya tomada.

EJEMPLOS:

Supongamos que tienes hambre y ves un puesto de perritos calientes. Sólo tienes determinada cantidad de dinero pero, como tienes mucha hambre estas dispuesto **a pagar** el primer perrito caliente uno o dos euros **por encima del precio normal debido a la satisfacción que te va a ocasionar**. Una vez que te lo comes seguramente sigues con hambre pero menos, por lo que el segundo perrito, aunque te satisface, no lo hace tanto como el primero. Si continúas comiendo, llegará un punto en el que te vas a saciar y si sigues consumiendo entonces ya no obtendrás ningún beneficio sino una buena indigestión. Por tanto, está claro que el **beneficio marginal** disminuye conforme se consume una **unidad adicional** y, como brinda un **beneficio menor, estamos dispuestos a pagar menos**.

Pensemos ahora en el caso de una línea aérea que tiene que decidir cuánto les cobrará a los pasajeros para que vuelen sin hacer reserva. Suponga que volar por toda Europa con un avión de 200 plazas le cuesta a la empresa 100 000€. En este caso, el costo promedio por asiento sería $100\,000/200 = 500$ €. Esto quizá nos lleve a concluir que la línea aérea no debe vender ningún billete por menos de 500€. Sin embargo, en la realidad, la línea aérea puede obtener más beneficios pensando en términos marginales. Imaginemos por un momento que un avión está a punto de despegar con 10 asientos vacíos y que un pasajero sin reserva está esperando en la puerta de embarque dispuesto a pagar 300€ por su billete. ¿Debería venderle el billete la línea aérea?

El avión tiene asientos vacíos y el costo de llevar a un pasajero más es casi nulo. De este modo, y aunque el costo promedio de llevar a un pasajero sea 500€, en realidad el costo marginal de llevar a un pasajero más será la bebida y los snacks que este pasajero consuma. En la medida en que el pasajero que quiere volar en el último minuto pague más que el costo marginal, será rentable venderle el billete.

4. LOS INDIVIDUOS RESPONDEN A LOS INCENTIVOS.

Las personas toman sus decisiones comparando costes y beneficios en un determinado contexto. Pero, si las circunstancias del contexto cambian, las decisiones también pueden cambiar.

Un **incentivo** es aquello que induce a la persona a actuar, y puede ser tanto una **recompensa** (estímulo positivo) o un **castigo** (estímulo negativo). Los individuos racionales responden a los incentivos.

EJEMPLOS:

- Cuando sube el precio del gasoil, se incrementan las ventas de los vehículos eléctricos.
- Cuando se incrementan los impuestos sobre el tabaco, disminuye su consumo entre los adolescentes.

Si pretendemos que una empresa deje de contaminar podemos, por ejemplo, ofrecerle:

- **Estímulos positivos:** Subvenciones y ayudas para aquellas empresas que cuiden el medioambiente.
- **Estímulos negativos:** Sanciones y multas para aquellas que contaminen por encima de los umbrales máximos establecidos.

RESUMEN PRINCIPIOS TOMA DE DECISIONES	
Coste de oportunidad	Cada vez que elegimos, renunciamos a la alternativa descartada.
Costes irrecuperables	A veces, nos dejamos influir por decisiones erróneas pasadas.
Beneficios y costes adicionales	Debemos sopesar las ventajas e inconvenientes para afinar las decisiones ya tomadas.
Incentivos	Solemos cambiar nuestras decisiones para recibir una recompensa o evitar un castigo.

10. ECONOMÍA CONDUCTUAL O DE COMPORTAMIENTO

Los conceptos económicos presentes en cualquier decisión que acabamos de estudiar (coste de oportunidad, costes irreversibles, análisis marginal e incentivos) se vertebran en torno al modelo conocido con el nombre de **Homo economicus**: representación teórica de un ser humano que se comporta únicamente de manera racional frente a los estímulos económicos.

El *Homo economicus* fue la teoría predominante durante el siglo XIX y buena parte del XX, hasta que la realidad demostró la importancia de la psicología en las decisiones económicas.

La **ECONOMÍA CONDUCTUAL** es una rama de la economía que integra los puntos de vista de la **psicología**. Es importante conocer una serie de efectos que provocan alteraciones en la forma en la que captamos la información exterior y que nos lleva a tomar decisiones equivocadas. Algunos de estos efectos son:

✓ Contabilidad mental.

Las personas solemos dividir el dinero en diferentes **categorías** conocidas como cuentas mentales, en función de en qué lo empleamos. Así, algunas personas derrochan el dinero cuando están de vacaciones porque consideran que se lo han ganado, o porque ya se han gastado mucho dinero y ¿qué más da gastar 20€ más en estas vacaciones, si ya me he gastado mucho más? Sin embargo, esas mismas personas pueden mirar con lupa los precios en un supermercado para ahorrarse esos mismos 20 €.

Las personas también tienen diferentes cuentas mentales según el **origen** del dinero, es decir, según cómo lo hayan conseguido. Concretamente, las personas suelen dar mayor valor al dinero que ha costado mucho trabajo ganar o ahorrar y lo gastarán con más cuidado. Por otro lado, dan menor valor al dinero que se obtiene de manera fácil, por ejemplo, al ganar un premio, por lo que lo gastan más fácilmente. No tiene sentido, ya que deberían tratar el mismo dinero con el mismo cuidado.

✓ Efecto ancla.

Las personas suelen dar demasiada importancia a la **primera información que reciben**, ya que se crea un ancla en su subconsciente. Esta es una estrategia muy usada por las empresas, que primero informan de que algo tiene un precio muy elevado, para luego bajarlo y así parecer más barato.

✓ Efecto manada.

A menudo las personas **imitan el comportamiento de otras**. Por ejemplo, si a medio curso te cambian a una clase y ves que todo el mundo toma notas del profesor, es bastante probable que tú también tomes notas. Si queremos tomar un café en una terraza, elegimos sentarnos en una cafetería llena antes que en una vacía.

Muchos pubs y discotecas intentan aprovechar este efecto, y a primera hora ofrecen ofertas o descuentos con el objetivo de que entren clientes a sus locales, lo que servirá así de reclamo para que otros entren más tarde.

✓ Efecto marco.

Las personas pueden estar inclinadas a tomar decisiones diferentes dependiendo de cómo se les presenten las opciones. Así, solemos elegir las **opciones que se presentan de una manera positiva**.

Por ejemplo, si te planteasen dos opciones, ¿qué elegirías, una marca de leche cuyo 99% estuviese libre de grasas, u otra que contuviera solo un 1% de ella? Muchas personas eligen la primera opción porque les parece más sana, cuando en realidad, las dos marcas tienen el mismo porcentaje de grasa. Así, empresas de cosméticos siempre nos presentan el mensaje “te sentirás más joven”, en lugar de “frenará el envejecimiento”.

✓ Efecto dotación.

Las personas suelen **dar más valor a un bien cuando ya lo tienen**. Por ejemplo, el dueño de una casa suele pedir un precio más alto para venderla, de lo que ofrecería para comprar esa misma casa. Muchas empresas aprovechan este efecto para ofrecer un producto a un precio inicial muy bajo (como una suscripción a una plataforma de televisión de pago). Una vez que el consumidor ya considera el producto como “suyo”, los clientes están más dispuestos a aceptar subidas de precios.

✓ Aversión a las pérdidas.

La mayoría de personas **prefieren evitar pérdidas antes que obtener ganancias**.

- Si caminando por la calle y encontramos un billete de 5€, estaremos contentos. Sin embargo, si perdemos ese dinero después, la sensación de pérdida que aparecería sería mayor que el sentimiento positivo inicial.
- Imagina que hay posibilidad de hacer una inversión donde hay un 50% de posibilidades de ganar dinero y un 50% de posibilidades de perder. La posible ganancia sería 100€ y la posible pérdida sería 50€. Lo lógico sería llevar a cabo la inversión, pero mucha gente no lo hará por el miedo a la posible pérdida, aunque la posible ganancia sea mucho mayor.
- Si se presentan las siguientes alternativas, ¿cuál elegirías?
 - a) Un 50% de posibilidades de ganar 1.000€ y un 50% de posibilidades de perder 800€.
 - b) No ganar ni perder nada.

Si te decantas por la segunda opción estamos ante un caso típico de aversión a las pérdidas, pues el miedo a perder 800€ “pesa más” que la ilusión de ganar 1.000€.

✓ Efecto señuelo.

Muestra como la **introducción de un tercer producto** puede **cambiar la elección entre los dos primeros**. Por ejemplo, si nos ofrecen un móvil por 300€ y otro por 350€, habrá gente que se decante por el primero y otros por el segundo. Sin embargo, si nos introducen otro modelo mucho más caro, a 800€ por ejemplo, la mayoría de personas elegirán ahora el móvil de 350€, ya que consideran que por solo 50 euros más, pueden llevarse el “modelo intermedio”.

CUADRO RESUMEN SESGOS COGNITIVOS

CONTABILIDAD MENTAL	Las personas solemos dividir el dinero en diferentes categorías conocidas como cuentas mentales, en función de en qué lo empleamos. Las personas también tienen diferentes cuentas mentales según de donde venga el dinero.
EFFECTO ANCLA	Las personas suelen dar demasiada importancia a la primera información que reciben, ya que se crea un ancla en su subconsciente.
EFFECTO MANADA	A menudo las personas imitan el comportamiento de otras.
EFFECTO MARCO	Las personas pueden estar inclinadas a tomar decisiones diferentes dependiendo de cómo se les presenten las opciones.
EFFECTO DOTACIÓN	Las personas suelen dar más valor a un bien cuando ya lo tienen.
AVERSIÓN A LAS PÉRDIDAS	La mayoría de personas prefieren evitar pérdidas antes que obtener ganancias.
EFFECTO SEÑUELO	Muestra como la introducción de un tercer producto puede cambiar la elección entre los dos primeros.

11. ECONOMÍA CIRCULAR¹

La economía más tradicional ha sido una **economía lineal** que se ha centrado en el proceso **producir-usar-tirar**. Una vez tirado, se compra otro producto nuevo que vuelve a seguir el mismo proceso. Este proceso lineal genera dos problemas:

- Al tirar los productos se generan unos **desechos** que el medioambiente no puede absorber.
- Para elaborar otro producto nuevo es necesaria la obtención de **nueva materia prima** lo que genera un gran impacto ambiental.

Debido a estos problemas, en los últimos años han aparecido nuevos movimientos que buscan desprenderse de la economía lineal (producir-consumir-tirar) para pasar a la economía circular, que permite **alargar la vida útil** de los productos y darles una segunda vida, donde se desperdicia lo menos posible y se usa los desechos para generar nuevos bienes.

La **ECONOMÍA CIRCULAR²** es un **modelo de producción y consumo** que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

¹Apartado redactado a partir del LIBRO ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO 4º ESO (LOMLOE)
www.econosublime.com

² <https://www.europarl.europa.eu>

¿Por qué tenemos que cambiar a una economía circular?

- Se reduce el uso de recursos que utilizamos del planeta, al alargar la vida de los productos.
- Se reduce la contaminación, al disminuir la fabricación de nuevos productos
- Se reduce la generación de residuos, ya que muchos de estos se reutilizan o reciclan.
- Permite aumentar el ahorro, ya que se disminuye el consumo de productos nuevos, usualmente más caros.
- Beneficia la economía local, ya que la mayoría de las actividades de reparación, refabricación o reciclaje las llevan empresas locales. Esto puede aumentar el empleo y mejorar la calidad de vida de las personas de la localidad.

Las 7 R de la economía circular

Son un conjunto de principios que buscan transformar la forma en que se producen y consumen bienes y servicios, de manera que se reduzca el impacto ambiental y se maximice la eficiencia en el uso de los recursos. Estas 7 R son:

Rediseñar. Se trata de repensar la forma en que se diseñan, producen y consumen los bienes y servicios, para que sean más sostenibles y eficientes. Por ejemplo, si se diseñaran los teléfonos móviles de manera que fuera más fácil cambiar la batería, muchas personas no comprarían uno nuevo, sino que sustituirían dicha batería.

Reducir. Debemos reducir la cantidad de productos que consumimos y los residuos que generamos. También se deben tratar de reducir la cantidad de materiales y energía que se usa para producir y para consumir.

Reutilizar. Su objetivo es alargar la vida útil de los productos, ya sea usándolos de nuevo o dándoles nuevas vidas a través de manualidades o bricolaje. En internet tenemos ideas para poder reutilizar cualquier producto.

Reparar. En ocasiones cuando se nos estropea un producto compramos otro nuevo, sin intentar repararlo. Reparar suele más barato y es mejor para el medioambiente.

Renovar o refabricar. Se trata de actualizar los objetos antiguos, con el objetivo de que puedan volver servir para aquello para lo que fueron creados. También implica la creación de nuevos productos a partir de componentes y materiales recuperados de productos antiguos y obsoletos. Así, por ejemplo, podemos encontrar ordenadores “reacondicionados” a un precio menor.

Recuperar. Consiste en recoger materiales que ya han sido usados para reintroducirlos en el proceso productivo y así producir otros productos

Reciclar. Es reintroducir residuos que ya han sido usados en los procesos de producción de manera que sirvan como materia prima para otros productos nuevos.