

La Asociación Española de Neuroeconomía estrena nueva Web coincidiendo con el lanzamiento del Máster en Neurociencia aplicada a los negocios

La Asociación Española de Neuroeconomía cumple 7 años y para celebrarlo lanza su nueva página web. Además durante el mes de Junio se lanzará una nueva edición del Máster de Neurociencia aplicado a la empresa: Neuroeconomía , Neuromarketing, Neuromanagement. ¿Por qué pagamos más por un café de Starbucks ?, ¿Por qué invertimos cuando la Bolsa es más cara? Hay algo más que nos lleva a actuar de un modo erróneo y a evitar las decisiones racionales

La Asociación Española de Neuroeconomía cumple 7 años y para celebrarlo lanza su nueva página web. www.asocene.com. Además durante el mes de Junio se lanzará una nueva edición del Máster de Neurociencia aplicado a la empresa: Neuroeconomía , Neuromarketing, Neuromanagement, actualizado (www.asocene.com/master-neurociencia)

Desde hace algunos años, una nueva corriente académica, la economía del comportamiento (behavioral economics) considera que todas nuestras decisiones, incluyendo también las decisiones financieras, son menos racionales y mucho más emocionales de lo que creíamos. Se han escrito grandes tratados de economía y todos ellos se basan en una ciencia exacta, racional. Los precios los determina el equilibrio entre oferta y demanda en un mercado eficiente. Incluso existe el término "homo economicus" para referirse a un ser capaz de llevar a cabo las reglas de economía y regirse por un pensamiento económico lógico y racional. Pero no es así.

La actual crisis –y todas hasta hoy- pone en evidencia la ineficiencia del mercado y obliga a buscar modelos económicos reales y a asumir las diferencias entre la economía teórica y la real.

El por qué de pagar más por un café de Starbucks, invertir cuando la Bolsa es más cara o comprar las acciones que nos recomienda un vecino, escapa a la lógica y no se explica por las teorías económicas clásicas, basadas en matemáticas y estadística. Hay algo más que nos lleva a actuar de un modo erróneo y a evitar las decisiones racionales.

Y ese algo no es otro sino el cerebro, desarrollado durante miles de años con propósito de mantener la continuidad como especie y que nos empeñamos en utilizar para algo diferente del fin con el que fue concebido: la economía. Las decisiones económicas están lejos de la teoría y cerca de lo irracional. En los últimos años se ha ido un paso más allá; nuevas técnicas de neuroimagen ayudan a estudiar la estructura cerebral y su funcionamiento al realizar ciertas actividades como la toma de decisiones, lo que ha permitido el nacimiento de una nueva disciplina: la Neuroeconomía. Aunque esta ciencia se encuentra dando sus primeros pasos, está revolucionando la concepción de la economía y de ciertos dilemas financieros como los momentos de euforia y pánico de los mercados.

Datos de contacto:

Asociacion Española de Neuroeconomía

www.asocene.com

+34 912823811

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Recursos humanos](#) [Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>