

RESEARCH PAPER / ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN.

## Cuando las emociones negativas nos ayudan a tomar mejores decisiones económicas. When Negative Emotions Foster Better Economic Decisions.

Tomas Bonavia <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universidad de Valencia, Valencia, España.

Contact email: [tomas.bonavia@uv.es](mailto:tomas.bonavia@uv.es)

### RESUMEN

En este artículo se analizan los efectos positivos de las emociones negativas. A través de una revisión de diferentes estudios y teorías, se muestra que emociones como el miedo, la tristeza o el arrepentimiento, cuando se experimentan de forma moderada, pueden favorecer un procesamiento analítico y más detallado de la información, lo que puede conducir a tomar mejores decisiones económicas. En concreto, se analizan cómo los estados emocionales aversivos pueden inducir comportamientos más acertados dentro del ámbito financiero. Se concluye recordando que las emociones negativas cumplen una función adaptativa que, en determinadas circunstancias, permite aprender de los errores y orientar el comportamiento hacia estrategias más reflexivas, desafiando la visión tradicional que solo asocia las emociones negativas con resultados desfavorables.

### ABSTRACT

This article examines the positive effects of negative emotions. Through a review of different studies and theories, it is shown that emotions such as fear, sadness, or regret, when experienced moderately, can promote more analytical and detailed information processing, which may lead to better economic decisions. Specifically, it analyzes how negative emotional states can induce more accurate behaviors within the financial domain. The article concludes by emphasizing that these negative emotions serve an adaptive function that, under certain circumstances, allows individuals to learn from their mistakes and steer their behavior toward more reflective strategies, challenging the traditional view that only associates negative emotions with unfavorable outcomes

### PAPER HISTORY

Received: 16-03-2025

Accepted: 14-04-2025

### PALABRAS CLAVE

Psicología económica, economía conductual, psicología financiera, finanzas conductuales, teorías del proceso dual

### KEYWORDS

Economic psychology, behavioral economics, financial psychology, behavioral finance, dual processing theories

## 1. Introducción

En diferentes medios, se constata un bombardeo continuo acerca de los efectos negativos que tienen las emociones y los sesgos en nuestras decisiones y comportamientos. Existe numerosa evidencia de que las emociones negativas (como el miedo, la tristeza, o la ira) impactan significativamente en la toma de decisiones económicas (Forgas, 1995; Kahneman, 2012; Lerner et al., 2015; Loewenstein et al., 2001). Tienden a sesgar el juicio, pueden llevar a una percepción aumentada del riesgo y a reducir la capacidad para procesar información compleja. La tristeza conduce a evaluar opciones de forma más crítica y puede generar una preferencia por opciones de bajo riesgo favoreciendo decisiones conservadoras. La ira puede desencadenar decisiones más impulsivas.

El miedo, una de las emociones más estudiadas (Lerner y Keltner, 2000), puede dificultar que aprovechemos oportunidades interesantes porque nos hace más conservadores, puede distorsionar nuestra percepción de la realidad, postergar nuestras decisiones e, incluso, paralizarnos en determinadas ocasiones impidiendo queelijamos. Pero la emoción de miedo también puede impulsar a tomar decisiones más informadas y a evaluar más cuidadosamente las opciones disponibles, sobre todo si se cuenta con el apoyo necesario o con conocimientos previos. Asimismo, puede provocar en nosotros/as un mayor sentimiento de precaución, reduciendo la posibilidad de que nos engañen (consultando a otros expertos, contrastando la información mediante el uso de otras fuentes, etc.).

¿De qué depende que se dé un tipo de reacción u otro? La naturaleza de la emoción, su intensidad y de cómo interactúe con nuestro razonamiento van a condicionar el tipo de reacción más favorable o no que se dará.

La tristeza moderada, por ejemplo, puede mejorar la calidad de las decisiones al fomentar un procesamiento más analítico. De este modo, una persona en un estado emocional negativo revisaría más cuidadosamente todos los términos de un contrato antes de firmarlo para identificar posibles inconvenientes o cláusulas desfavorables. Las emociones negativas como el miedo moderado pueden ayudar a identificar riesgos reales y evitar decisiones económicas imprudentes. Esto ocurre porque la tristeza o el miedo son señales internas de que algo en el entorno puede estar mal y se requiere precaución. En lugar de tomar riesgos innecesarios, las personas pueden adoptar una postura más conservadora y cuidadosa a la hora de invertir su dinero, por ejemplo, lo cual es útil en contextos de incertidumbre o volatilidad.

¿Por qué ocurre? Se sabe que las emociones negativas aumentan la atención a los detalles y la profundidad del procesamiento cognitivo (Forgas, 1995, 2010). En una reconceptualización de su modelo de la Teoría del afecto como fuente de información, Schwarz y Bless (1991) propusieron que los estados afectivos (más

generales, difusos y duraderos que las emociones) tienen una función informativa general de señalización y, si bien, los estados de ánimo positivos elicitan el uso de heurísticos simples caracterizados por una falta de consistencia lógica y poca atención al detalle, los estados negativos señalizan situaciones problemáticas que activan estrategias analíticas, que prestan considerable atención al detalle y con un alto grado de consistencia lógica (Schwarz, 2012). En esta misma línea, resulta ya clásica la distinción entre dos sistemas de pensamiento (Kahneman, 2012): El sistema 1 (S1) rápido e intuitivo; y el Sistema 2 (S2), más lento y racional. En la actualidad se conocen como teorías del proceso dual del pensamiento y en ellas la emoción y el afecto juegan un papel central (Stanovich y West, 2000; Västfjäll y Slovic, 2013). Pues bien, existen múltiples evidencias (Martin y Clore, 2012) de que el afecto negativo conduce generalmente a un procesamiento más sistemático de la información (S1), mientras que los individuos en estados de ánimo positivos típicamente procesan de manera más flexible y creativa (S2).

Hay evidencias de que el estado de ánimo negativo de los directores/as generales (CEO) aumenta el rendimiento posterior de sus empresas, en tanto que si su estado de ánimo es positivo lo disminuye (Akansu et al., 2017). Observando su comportamiento no verbal se ha comprobado que, si muestran emociones de disgusto o enfado, sus empresas aumentan sus beneficios económicos en el trimestre posterior, seguramente porque al estar de mal humor tienen más probabilidades de participar en procesos de toma de decisiones sustantivos y orientados a los detalles para mejorar la situación de partida (Schwarz y Bless, 1991). Sin embargo, cuando un/a CEO muestra felicidad se produce una disminución posterior en la rentabilidad, posiblemente porque están menos motivados a pensar de manera elaborada y les cuesta más trabajar en tareas difíciles o desagradables (Elsbach y Barr, 1999).

Conviene recordar que las emociones aparecieron, desde una perspectiva evolucionista, entre otros motivos para favorecer los aprendizajes. Así ha sido reconocido a lo largo de la historia en diferentes teorías y modelos clásicos de la Psicología. Las emociones positivas lo son por su carácter reforzante, en tanto que las emociones negativas, además de sus efectos conocidos en la supresión de comportamientos, también funcionan como señales de alerta que impulsan al individuo a reevaluar su situación. Por ejemplo, una experiencia negativa como una pérdida financiera genera emociones aversivas que muy probablemente conducirán a reconsiderar la situación y a aprender de la experiencia para prevenir futuras pérdidas, puede que promoviendo comportamientos más cautelosos o mejorando la estrategia de diversificación, entre otras alternativas. La evidencia científica convincente acerca de esta idea (Lerner et al., 2015) proviene de pacientes con deterioro emocional que han sufrido lesiones en la corteza prefrontal ventromedial, un área clave del cerebro para integrar la emoción y la cognición. Los participantes con lesiones en esta área seleccionan repetidamente opciones financieras de mayor riesgo hasta el punto de quebrar en un juego con dinero real, y ello, a pesar de

que comprendían que sus elecciones no eran óptimas (Bechara et al. 1999, Damasio, 1994). Las mediciones fisiológicas en estos participantes indicaban que se comportan de esta manera porque no experimentan las señales emocionales negativas que alertan a las personas de tener un miedo razonable ante alternativas que implican un elevado riesgo. Teoría que es conocida ampliamente como hipótesis del marcador somático (Bechara y Damasio, 2005).

## 2. Emociones negativas y finanzas conductuales

Si existe un ámbito en donde se ha estudiado más ampliamente el efecto de las emociones, positivas y negativas, ese es el del comportamiento de los inversores/as, generalmente para señalar que dejarse llevar por las emociones es la principal causa de los fracasos. No pretendo ni mucho menos desmentir categóricamente esa afirmación, pero sí introducir algunos argumentos que la matizarán en parte.

Por ejemplo, Au et al. (2003) manipularon el estado de ánimo de los inversores (traders) a través de comentarios, música y/o declaraciones cargadas de emoción, con el propósito de provocarles un estado de ánimo bueno, malo o neutral. Informaron que cuando estos inversores/as habían sido inducidos experimentalmente a estar de mal humor, eran más precisos en sus decisiones aunque más conservadores en sus operaciones. Sin embargo, los traders de buen humor tomaban decisiones menos precisas al tiempo que se confiaban demasiado asumiendo mayores riesgos, lo que propiciaba que su rendimiento final fuese inferior. Por otro lado, algunos estudios han descubierto que las emociones negativas, a diferencia de las positivas, producen una actitud más neutral ante la incertidumbre, esto es, cuando hay que tomar decisiones en condiciones en las que no es posible determinar el grado de ocurrencia de los acontecimientos (Baillon et al., 2016; Maffioletti y Santoni, 2019). Más evidencias de que no necesariamente las emociones positivas conducen a resultados positivos, de igual modo que las emociones negativas tampoco tienen forzosamente que favorecer resultados negativos.

En la investigación se ha comprobado que emociones negativas como el miedo provocan generalmente una mayor aversión al riesgo, mientras que las emociones positivas promueven la asunción de riesgos (Duxbury, 2015). Estos comportamientos pueden tener consecuencias indeseadas o no, pues no siempre es positivo asumir riesgos ni tampoco tiene que ser necesariamente negativo evitarlos. Breaban y Noussair (2013), al examinar la influencia de las emociones en el comportamiento de los operadores bursátiles, ofrecen un buen ejemplo de lo que se pretende explicar. Observaron que, bajo la influencia de las emociones positivas, estos operadores tienden a comprar más durante la fase de auge de una burbuja financiera, lo que precisamente no se puede considerar una conducta acertada. Constataron, asimismo que, durante el colapso de la burbuja,

manifestaban una fuerte asociación entre su ira y la magnitud de las pérdidas asumidas. Un ejemplo claro de que experimentar ira en una situación de pérdida tiene el efecto indeseado de provocar un daño mayor. Es verdad, las emociones negativas como la ira pueden conducirnos a tomar malas decisiones. Pero ¿y qué sucede si en vez de experimentar ira se experimenta miedo? Que, atendiendo a los resultados que Duxbury (2015) describe en su artículo de revisión y que Breaban y Noussair (2013) confirman en su estudio, un mayor miedo predice precios más bajos y burbujas más pequeñas. Es decir, una emoción negativa, el miedo en este caso, propicia un resultado más favorable o, si se quiere, menos perjudicial.

En relación con lo anterior, la evidencia empírica muestra que no todas las emociones negativas desencadenan el mismo tipo de efecto (Lerner y Keltner, 2000). De hecho, cada vez conocemos mejor las diferencias que existen entre el miedo y la ira. Si bien la investigación previa sugeriría que las emociones negativas tienen efectos positivos en la búsqueda y el procesamiento de la información, la investigación actual descubre que la ira conduce a una menor profundidad de pensamiento que otras emociones negativas como la tristeza, el miedo o la preocupación (Wynes, 2021). Una menor profundidad de pensamiento se asocia con el uso de heurísticas (utilizar menos información, no prestar atención a la calidad de los argumentos y confiar más en los estereotipos). Por lo tanto, en un entorno en el que los inversores buscan información para fundamentar sus juicios y decisiones, la ira tiene efectos indeseados, al contrario que la emoción de miedo que, en ciertas condiciones, puede protegernos de tomar malas decisiones. Asimismo, cabe destacar pues frecuentemente se confunde, que el procesamiento sistemático no es necesariamente más deseable que el procesamiento automático, ni viceversa (Lerner et al., 2015), todo va a depender del grado en que una respuesta resulte correcta o más adaptativa. Y, a veces, lo mejor, es elegir rápido.

Otra emoción que se ha estudiado ampliamente en el ámbito de las finanzas conductuales es el arrepentimiento (Duxbury, 2015). Se ha comprobado que esta emoción negativa acentúa el efecto de disposición en los inversores. Este efecto bien conocido consiste en la tendencia a vender prematuramente activos que han generado ganancias financieras, en tanto se mantienen activos con pérdidas más allá de lo razonable. La lógica subyacente es clara, tendemos a asegurar los beneficios, pero somos reacios a vender posiciones perdedoras con la esperanza de que puedan convertirse en ganancias. A nadie le gusta sentir arrepentimiento como consecuencia de haber tomado una decisión errónea, por ello las personas tratan de evitar esta reacción emocional aversiva que, por otra parte, es muy común.

No obstante, el arrepentimiento no es sólo una emoción retrospectiva que señala una evaluación desfavorable de una decisión anterior sino también una fuerza poderosa para reconducir el comportamiento y mejorarlo (Zeelenberg y Pieters, 2007). El arrepentimiento no se experimenta si uno/a no se siente responsable de sus

decisiones o si no es capaz de saber o imaginar que otra decisión habría llevado a un resultado mejor. Existen diferentes estrategias que las personas pueden seguir para evitar o reducir su arrepentimiento, algunas muy positivas. Una de ellas consiste en tratar de mejorar la calidad del proceso de decisión mediante una mayor búsqueda de información. También se pueden tener pensadas otras alternativas posibles (cartera de valores) por si la primera opción elegida sale mal, de tal modo que se pueda revertir la decisión tomada. Pero más allá del autorreproche, frecuentemente el arrepentimiento promueve el cambio. De la emoción negativa del arrepentimiento se puede aprender, porque nos prepara para comportarnos de manera más apropiada cuando nos enfrentemos a opciones similares en el futuro. Aunque en ocasiones pueda conducirnos a tomar decisiones subóptimas desde el punto de vista racional o a no arriesgar, el arrepentimiento también implica intentos sistemáticos de maximizar la utilidad a largo plazo. En suma, la emoción de arrepentimiento es una fuente de motivación para evitar errores futuros, lo que supone un papel adaptativo en la regulación del comportamiento y en la mejora de la toma de decisiones.

### 3. Reflexiones finales

Las emociones, positivas y negativas, existen para orientar el comportamiento, no para conducirnos al error. Las emociones negativas no solo son respuestas reactivas a resultados desfavorables, sino que también funcionan como señales informativas que pueden motivar la reflexión y la corrección de errores. Pueden funcionar como señales de que un resultado o una acción no ha sido óptima, lo que puede incitar a los individuos a reevaluar la situación y, en consecuencia, a ajustar sus estrategias futuras.

Como hemos señalado, dos variables, al menos, son claves para contextualizar los posibles efectos positivos de las emociones negativas. Una es la intensidad con la que se expresan estas emociones, es decir, con su nivel de activación o fuerza. De modo tal que, cuando se experimentan intensamente, pueden dominar la capacidad reflexiva desviando a las personas de sus objetivos racionales (Loewenstein, 1996; Loewenstein et al., 2001). Sin embargo, estas mismas emociones negativas, cuando se sienten en un nivel leve o moderado, pueden impulsar cambios y favorecer la adaptación ante situaciones desafiantes, pues facilitan la adopción de estrategias de decisión más cuidadosas y deliberadas (Forgas, 1995; Schwarz, 2012). La otra variable a considerar es el tipo de emoción concreta, pues no todas las emociones negativas presentan los mismos efectos (Breaban y Noussair, 2013; Lerner y Keltner, 2000; Lerner et al., 2015). No es igual experimentar ira que miedo. Mientras que la ira tiende a provocar reacciones más impulsivas, el miedo o la tristeza -moderadas- propician un pensamiento más reflexivo.

En cualquier caso, no se pretende defender que las reacciones emocionales aversivas no tengan, en determinadas circunstancias, efectos indeseados en las decisiones que tomamos, sino subrayar que también pueden presentar ventajas significativas que no están siendo consideradas en las redes sociales ni en los medios de comunicación. Tampoco la investigación actual parece estar prestándole la atención que merece al análisis de los efectos positivos que pueden tener las emociones negativas, por lo que no es de extrañar que en la información que se divulga a través de internet, el acento siempre esté puesto en sus efectos perjudiciales.

#### 4. Referencias

- Akansu, A., Cicon, J., Ferris, S. P. y Sun, Y. (2017). Firm performance in the face of fear: How CEO moods affect firm performance. *Journal of Behavioral Finance*, 18(4), 373–389. <https://doi.org/10.1080/15427560.2017.1338704>
- Au, K., Chan, F., Wang, D. y Vertinsky, I. (2003). Mood in foreign exchange trading: Cognitive processes and performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 91(2), 322–338. [https://doi.org/10.1016/S0749-5978\(03\)00070-1](https://doi.org/10.1016/S0749-5978(03)00070-1)
- Baillon, A., Koellinger, P. D. y Treffers, T. (2016). Sadder but wiser: The effects of emotional states on ambiguity attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 53, 67–82. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.12.008>
- Bechara, A. y Damasio, A. R. (2005). The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *Games and Economic Behavior*, 52(2), 336–372. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2004.06.010>
- Bechara, A., Damasio, H., Damasio, A. R. y Lee, G. P. (1999). Different contributions of the human amygdala and ventromedial prefrontal cortex to decision-making. *Journal of Neuroscience*, 19, 5473–5481. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.19-07-03054.1999>
- Breaban, A. y Noussair, C. N. (2013). *Emotional state and market behavior* (Center Discussion Paper Series No. 2013-031). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2276905>
- Damasio, A. (2004). *El error de Descartes* (Trabajo original publicado en 1994). Barcelona, España: Crítica.
- Duxbury, D. (2015). Behavioral finance: Insights from experiments II: Biases, moods and emotions. *Review of Behavioral Finance*, 7(2), 151–175. <https://doi.org/10.1108/RBF-09-2015-0037>
- Elsbach, K. D. y Barr, P. S. (1999). The effects of mood on individuals' use of structured decision protocols. *Organization Science*, 10, 181–198. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.2.181>
- Forgas, J. P. (1995). Mood and judgment: The affect infusion model (AIM). *Psychological Bulletin*, 117(1), 39–66. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.1.39>
- Forgas, J. P. (2013). Don't worry, be sad! On the cognitive, motivational, and interpersonal benefits of negative mood. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 225–232. <https://doi.org/10.1177/0963721412474458>
- Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona, España: Debate.

- Lerner, J. S. y Keltner, D. (2000). Beyond valence: Toward a model of emotion-specific influences on judgment and choice. *Cognition & Emotion*, 14(4), 473–493. <https://doi.org/10.1080/026999300378824>
- Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P. y Kassam, K. S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799–823. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>
- Loewenstein, G. (1996). Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 65(3), 272–292. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.0023>
- Loewenstein, G., Weber, E. U., Hsee, C. K. y Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267–286. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.2.267>
- Maffioletti, A. y Santoni, M. (2019). Emotion and knowledge in decision making under uncertainty. *Games*, 10(4), 36. <https://doi.org/10.3390/g10040036>
- Martin, L. L. y Clore, G. L. (2012). *Theories of mood and cognition: A user's guidebook*. New York, NY: Psychology Press.
- Schwarz, N. (2012). Feelings–as–information theory. En P. Van Lange, A. Kruglanski, y E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. Londres, Reino Unido: Sage Publications.
- Schwarz, N. y Bless, H. (1991). Happy and mindless, but sad and smart? The impact of affective states on analytic reasoning. En J. P. Forgas (Ed.), *Emotions and social judgements*. Oxford, Reino Unido: Pergamon.
- Stanovich, K. E. y West, R. F. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 645–665. <https://doi.org/10.1017/S0140525X00003435>
- Västfjäll, D. y Slovic, P. (2013). Cognition and emotion in judgment and decision making. En M. D. Robinson, E. Watkins, y E. Harmon-Jones (Eds.), *Handbook of cognition and emotion* (pp. 252–271). The Guilford Press.
- Wynes, M. J. (2021). Anger, fear, and investor's information search behavior. *Journal of Behavioral Finance*, 22(4), 403–419. <https://doi.org/10.1080/15427560.2020.1786386>
- Zeelenberg, M. y Pieters, R. (2007). A theory of regret regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3–18. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2006.08.002>