

Concepto

Sesgo de negatividad

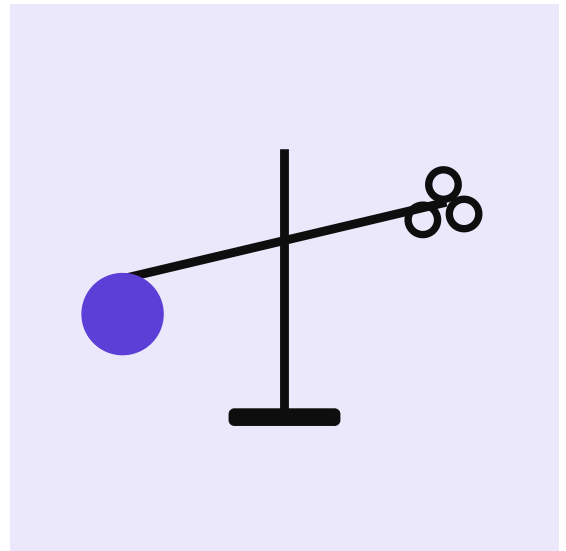
Lo negativo nos afecta más que lo positivo de la misma intensidad: lo notamos antes, pesa más y lo recordamos mejor.

En inglés

Negativity bias

Origen

Baumeister et al. (2001); Rozin y Royzman (2001)



Qué problema aborda

Explica por qué una mala experiencia puede borrar varias buenas y por qué los errores pesan tanto en la valoración de un servicio.

Un ejemplo

Imagina un servicio que funciona bien en cuatro momentos y falla en uno.

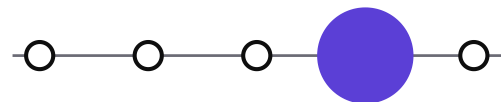
Lo que pasó



Lo que pasó: cuatro momentos buenos y uno malo

Cuatro momentos buenos **y uno malo.**

Lo que pesa en el recuerdo



Lo que se recuerda: el fallo lo ocupa casi todo

El fallo **pesa más que los cuatro aciertos.**

El fallo no duró más que los otros momentos. Simplemente, lo negativo pesa más en el balance.

Por qué pasa



Lo malo llama antes nuestra atención.



Lo procesamos con más detalle.



Y deja una huella más duradera.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Prioriza eliminar fallos y momentos de fricción antes que añadir extras.

✗ Evita

Usar mensajes alarmistas para captar la atención.

👁 Para no caer

Al valorar algo, haz también la lista de lo que salió bien.

Malo > bueno

Lo que dice la investigación

Tras revisar estudios de ámbitos muy distintos, de las relaciones al aprendizaje, Baumeister y otros (2001) concluyen que lo malo tiene más efecto que lo bueno equivalente.

● ● ● **Evidencia sólida.** Rozin y Royzman (2001) llegaron a la misma conclusión por otra vía.

Autores y obras

Roy Baumeister y otros (2001)

Revisaron la evidencia en muchos ámbitos de la psicología.

Paul Rozin y Edward Royzman (2001)

Describieron las formas en que lo negativo domina.

Conexiones

Se usa en

Diseño de servicios
Disciplina

Relacionado con

Aversión a la pérdida
Concepto

Efecto Von Restorff
Concepto

Heurística de disponibilidad
Concepto

Regla del pico y el final
Concepto

Fuentes

Revisiones académicas

- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. y Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. Ver fuente (<https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>)
- Rozin, P. y Royzman, E. B. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5(4), 296–320. Ver fuente (https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0504_2)

Última revisión: 22 de octubre de 2026