

# efecto mejor que el promedio – better-than-average effect

Authored by  
**memjavad**

November 7, 2025

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *efecto mejor que el promedio – better-than-average effect*. Spanish Psychological Databases. Retrieved from <https://spanish.arabpsychology.com/?p=3169>

## Efecto Mejor que el Promedio (Efecto de Superioridad Ilusoria)

**Campo(s) Disciplinario(s) Principal(es):** Psicología Social, Psicología Cognitiva, Economía Conductual

### 1. Definición Central y Terminología

El Efecto Mejor que el Promedio (EMP), conocido en la literatura psicológica como el sesgo de superioridad ilusoria o, informalmente, el [efecto Lago Wobegon](#), es un fenómeno cognitivo ampliamente documentado que describe la tendencia sistemática de los individuos a sobrestimar sus propias cualidades positivas y habilidades, y a subestimar sus atributos negativos, en comparación con un grupo de referencia promedio. Esencialmente, la mayoría de las personas se perciben a sí mismas como "mejores que el promedio" en una amplia gama de rasgos deseables, lo cual es estadísticamente imposible. Este sesgo no se limita únicamente a habilidades intelectuales o físicas, sino que abarca dimensiones morales, éticas y de interacción social, manifestando una necesidad profunda de mantener una imagen positiva del yo. La robustez de este efecto es tal que ha sido replicado en diversas culturas y demografías, sugiriendo que es un componente fundamental de la cognición humana y el procesamiento del autoconcepto.

La superioridad ilusoria actúa como un mecanismo protector del ego, una forma de autopresentación interna y externa que ayuda a mantener la autoestima y la confianza. Aunque a menudo se confunde con el simple optimismo o la auto-mejora, el EMP es específicamente una distorsión comparativa. No se trata solo de pensar que uno es bueno, sino de creer que uno es mejor que la mayoría de los demás. Esta comparación social ascendente sesgada es crucial para entender cómo los individuos evalúan sus posiciones relativas en jerarquías sociales y profesionales. La investigación moderna se ha centrado no solo en documentar la existencia de este sesgo, sino también en desentrañar los complejos procesos cognitivos y motivacionales que lo impulsan, reconociendo su papel central en la toma de decisiones, la evaluación de riesgos y la interacción interpersonal.

Es fundamental distinguir el EMP de otros sesgos relacionados. Mientras que el EMP se centra en la comparación relativa con el promedio, el [efecto Dunning-Kruger](#) describe la incompetencia metacognitiva, donde las personas con baja habilidad son incapaces de reconocer su propia falta de habilidad, influyendo en una sobreestimación absoluta. Aunque ambos resultan en sobreestimación, el EMP se aplica a la población general (incluso a aquellos con alta competencia), mientras que Dunning-Kruger se enfoca en el error de la autoevaluación debido a la falta de conocimiento esencial para medir el rendimiento. Esta distinción es vital para la aplicación de intervenciones psicológicas y educativas destinadas a calibrar la autopercepción.

## 2. Orígenes Históricos y Desarrollo Conceptual

Aunque la idea de que los humanos tienen una visión exagerada de sí mismos tiene raíces filosóficas antiguas--desde la humildad predicada por las tradiciones religiosas hasta las observaciones cínicas de los moralistas--, el estudio empírico del Efecto Mejor que el Promedio se consolidó formalmente en la psicología social del siglo XX. El trabajo fundacional que catalizó la investigación moderna provino de estudios realizados en la década de 1970 y principios de 1980. Uno de los experimentos más citados, realizado por Ola Svenson en 1981, examinó la autoevaluación de las habilidades de conducción. Svenson descubrió que una abrumadora mayoría de conductores suecos y estadounidenses se consideraban más seguros y hábiles que el conductor promedio, proporcionando una evidencia estadística innegable de la superioridad ilusoria en una habilidad observable y cuantificable.

Tras el trabajo de Svenson, la investigación se expandió rápidamente para mapear la extensión del fenómeno. El psicólogo Neil Alicke, junto con otros investigadores, documentó la prevalencia del sesgo en rasgos de personalidad, moralidad y capacidad de liderazgo. Estos estudios establecieron que el sesgo no era un artefacto metodológico o una simple cortesía social, sino una característica intrínseca del autoconcepto. La formalización del concepto en la década de 1990, especialmente en el contexto de la economía conductual y la toma de decisiones bajo incertidumbre, subrayó la importancia del EMP en la evaluación de riesgos personales, demostrando que las personas a menudo subestiman su probabilidad de experimentar eventos negativos (como accidentes, enfermedades o fracasos laborales) en comparación con sus pares.

El desarrollo conceptual también incluyó el refinamiento de las técnicas de medición. Inicialmente, las mediciones se basaban en comparaciones directas con un "par promedio". Sin embargo, los investigadores pronto adoptaron métodos más sofisticados, como la medición de la deseabilidad social y la ambigüedad del rasgo, para aislar el sesgo genuino de la simple preferencia por la deseabilidad. La investigación moderna ha integrado el EMP dentro del marco más amplio de los sesgos de auto-mejora, diferenciándolo de la atribución egocéntrica (la tendencia a atribuir éxitos a factores internos y fracasos a factores externos), aunque ambos sirven a la función motivacional de proteger el yo.

## 3. Mecanismos Psicológicos Subyacentes

El Efecto Mejor que el Promedio es impulsado por una interacción compleja de procesos cognitivos fríos y motivacionales calientes. Desde una perspectiva motivacional, el sesgo sirve a la función primaria de la autodefensa y el mantenimiento de la autoestima. Las personas tienen una necesidad fundamental de sentirse valiosas y competentes. Percibirse como superior al promedio contribuye a la salud psicológica, reduce la ansiedad y proporciona una base sólida para la autoeficacia. Este mecanismo motivacional explica por qué el sesgo es más fuerte en rasgos que

son altamente valorados socialmente (como la honestidad o la inteligencia) o en dominios donde el control personal es percibido como alto.

Desde la vertiente cognitiva, uno de los principales impulsores es el fenómeno del egocentrismo. Al realizar una comparación social, el individuo tiene acceso inmediato y abundante a la información sobre sí mismo (sus intenciones, sus esfuerzos, sus éxitos pasados), mientras que la información sobre el "promedio" o el "otro" es abstracta, incompleta o inferida. Esta asimetría de información lleva a un anclaje excesivo en el yo. Al evaluar un rasgo deseable, las personas tienden a definir la categoría de una manera que favorece sus propias fortalezas. Por ejemplo, si se les pregunta sobre la "responsabilidad", una persona que valora la puntualidad puede enfocarse en la puntualidad, mientras que otra que valora la planificación puede enfocarse en la organización de proyectos, permitiendo que ambos se perciban como superiores.

Otro mecanismo cognitivo crucial es el procesamiento selectivo de la información y la recuperación de la memoria. Los individuos tienden a recordar selectivamente los ejemplos de su comportamiento que confirman su visión positiva de sí mismos. Cuando se les pide que evalúen su amabilidad, recordarán las ocasiones en que fueron generosos o serviciales, minimizando o descartando los momentos en que fueron egoístas o bruscos. Además, la ambigüedad de los rasgos juega un papel significativo; el EMP es más pronunciado para rasgos que son subjetivos y difíciles de verificar (por ejemplo, "sentido del humor") que para rasgos objetivos y fácilmente medibles (por ejemplo, "capacidad para resolver ecuaciones de cálculo").

#### **4. Manifestaciones y Ámbitos de Aplicación**

El Efecto Mejor que el Promedio tiene implicaciones profundas en casi todos los aspectos de la vida, desde la educación hasta la política, y es particularmente relevante en la gestión de riesgos. En el ámbito de la salud y el bienestar, el sesgo se manifiesta como el optimismo irrealista, donde las personas creen que tienen menos probabilidades que el promedio de sufrir enfermedades graves, accidentes automovilísticos o adicciones. Esta subestimación del riesgo personal puede llevar a comportamientos de riesgo y a la negligencia en la adopción de medidas preventivas, como el uso de protección solar o la adherencia a tratamientos médicos.

En el entorno laboral, el EMP afecta la gestión del talento y la retroalimentación. Estudios demuestran consistentemente que la mayoría de los empleados se califican a sí mismos en el cuartil superior de rendimiento, lo que dificulta la implementación efectiva de evaluaciones de desempeño y programas de desarrollo. Si casi todos creen que están por encima del promedio, la retroalimentación constructiva o negativa es a menudo rechazada como injusta o inexacta, lo que presenta un desafío significativo para los líderes y gerentes que buscan mejorar la competencia organizacional.

Además, este sesgo tiene consecuencias directas en la toma de decisiones económicas y

financieras. Los inversores tienden a creer que sus habilidades para elegir acciones o predecir mercados son superiores a las del inversor promedio, llevando a un exceso de confianza y a una mayor propensión a asumir riesgos financieros. En el contexto legal y ético, la mayoría de las personas se consideran más éticas y menos propensas a cometer delitos o faltas que el ciudadano promedio, lo que puede influir en la forma en que evalúan la necesidad de regulaciones externas o la aplicación de la ley.

## 5. Características Clave y Condiciones Moderadoras

La fuerza y la dirección del Efecto Mejor que el Promedio no son uniformes; varían significativamente en función de las características del rasgo evaluado, el contexto de la comparación y el individuo. La investigación ha identificado varias condiciones moderadoras que intensifican o mitigan este sesgo sistemático:

**Ambigüedad del Rasgo:** El EMP es notoriamente más fuerte para rasgos que son subjetivos, vagos o difíciles de medir objetivamente (por ejemplo, ser "buen amigo" o tener "integridad"). Cuando el rasgo es concreto y fácilmente verificable (como la capacidad de resolver un problema matemático específico), el sesgo disminuye porque la realidad impone límites más estrictos a la ilusión de superioridad.

**Deseabilidad Social:** Cuanto más deseable socialmente sea un rasgo, más fuerte será el sesgo. Las personas exhiben un EMP extremadamente alto para rasgos como la moralidad, la honestidad y la amabilidad, ya que estos son fundamentales para la aceptación social y la identidad moral.

**Controlabilidad Percibida:** El sesgo es mayor para habilidades que se perciben como altamente controlables por el esfuerzo personal (por ejemplo, ser un conductor seguro o un trabajador diligente). Si el resultado se atribuye a la suerte o a factores externos incontrolables, el EMP tiende a ser menos pronunciado.

**Dominio de Experiencia:** Aunque el EMP es generalizado, tiende a ser más fuerte en dominios en los que el individuo se siente razonablemente competente. Si el dominio es completamente desconocido, la falta de información interna para anclarse puede reducir la sobreestimación inicial, aunque el efecto Dunning-Kruger puede entrar en juego en el extremo inferior de la habilidad.

**Método de Comparación:** El EMP es más pronunciado cuando se utiliza una comparación directa ("¿Soy mejor que el promedio?") que cuando se utilizan comparaciones indirectas (evaluando el yo y el promedio por separado y luego calculando la diferencia), lo que subraya la naturaleza fundamentalmente relacional del sesgo.

## 6. Excepciones y el Efecto Peor que el Promedio

A pesar de la ubicuidad del Efecto Mejor que el Promedio, existen excepciones notables donde el sesgo se invierte, llevando al fenómeno conocido como el Efecto Peor que el Promedio (EPM) o sesgo de inferioridad ilusoria. El EPM ocurre cuando los individuos se evalúan a sí mismos como

por debajo del promedio en una característica particular, lo que es estadísticamente tan inverosímil como la superioridad ilusoria generalizada. Este fenómeno tiende a manifestarse bajo condiciones específicas que anulan los mecanismos motivacionales de autoprotección.

Una de las condiciones más robustas para el EPM es la evaluación de tareas que son percibidas como extremadamente difíciles o raras. Si una tarea es vista como algo que solo unos pocos expertos pueden lograr (por ejemplo, dirigir una orquesta sinfónica o ganar un premio Nobel), la mayoría de las personas, incluso aquellas con habilidades relevantes, tenderán a subestimar su propia capacidad en relación con el grupo de referencia. La clave aquí es la accesibilidad de la norma; si la norma implícita es un estándar de excelencia muy alto, el anclaje cognitivo se desplaza hacia la insuficiencia personal.

Además, el EPM puede surgir en rasgos altamente objetivos y negativos, o en contextos donde la observación pública de la deficiencia es alta. Por ejemplo, las personas pueden subestimar su capacidad para realizar tareas que son universalmente difíciles y donde el fracaso es evidente. El EPM también se observa en individuos que sufren de baja autoestima o depresión clínica, donde los sesgos motivacionales se invierten, llevando a una visión sistemáticamente negativa y pesimista del yo en comparación con los demás. Estas excepciones demuestran que, si bien la superioridad ilusoria es la norma, la autoevaluación es plástica y fuertemente dependiente del contexto de la comparación social.

## 7. Debates, Críticas y Relevancia Social

A pesar de su aceptación generalizada, el Efecto Mejor que el Promedio ha sido objeto de importantes debates metodológicos y conceptuales. La crítica más significativa se centra en la posibilidad de que el sesgo sea, al menos en parte, un artefacto estadístico o metodológico. Los críticos argumentan que, si las personas tienden a tener una distribución normal de habilidades y la mayoría se agrupa alrededor de la media, el simple hecho de que se les pida que se comparen con la media puede inflar artificialmente las respuestas. Además, si el criterio de comparación ("el promedio") es ambiguo, las personas pueden estar comparándose con una referencia mental de un par particularmente inepto, en lugar de una media estadística real.

Sin embargo, la investigación moderna ha respondido a estas críticas mediante el uso de diseños de estudio más rigurosos, como la evaluación de rasgos que exhiben distribuciones sesgadas y la introducción de medidas de control para el uso de la escala. Estos estudios han confirmado que, si bien los artefactos estadísticos pueden explicar una pequeña parte del efecto, la mayor parte de la superioridad ilusoria es un sesgo psicológico genuino impulsado por procesos motivacionales y cognitivos. La relevancia social del EMP es innegable, ya que impacta directamente en la seguridad pública (ej. conductores que se perciben invulnerables), la salud (ej. falta de chequeos preventivos) y la política (ej. la resistencia a aceptar la necesidad de programas de capacitación o

ayuda externa).

En última instancia, el EMP plantea una pregunta fundamental sobre la adaptabilidad de la cognición humana. Si bien la precisión es crucial para la supervivencia, mantener una visión ligeramente inflada de uno mismo puede ser funcionalmente adaptativo en términos de salud mental y motivación. La confianza que surge de la superioridad ilusoria puede impulsar a los individuos a asumir desafíos y persistir frente a la adversidad. No obstante, cuando el sesgo se vuelve extremo, conduce a la negligencia, la arrogancia y la falta de aprendizaje de la retroalimentación, lo que subraya la necesidad de que los individuos desarrollen una metacognición que equilibre la autoconfianza con la precisión autoevaluativa.

## 8. Lecturas Adicionales

[Illusory Superiority \(Wikipedia\)](#)

[Dunning, D. \(2009\). The Dunning-Kruger Effect: On Being Ignorant of One's Own Ignorance. Advances in Experimental Social Psychology.](#)

[Svenson, O. \(1981\). Are we all less risky and more skillful than average? Acta Psychologica.](#)

[Alicke, M. D., & Govorun, O. \(2005\). The better-than-average effect. The Handbook of Social Comparison.](#)