

## **Emociones y cerebro: lo que guía nuestras compras**

### Introducción

Muchas veces creemos que compramos cosas porque lo pensamos bien, pero en realidad casi siempre son las emociones las que nos llevan a hacerlo. En este ensayo quiero contar cómo lo que sentimos influye un montón en lo que compramos, aunque no nos demos cuenta.

### Desarrollo

Cuando entramos a una tienda o vemos anuncios por internet, nuestro cerebro empieza a reaccionar a cosas tan simples como los colores, las imágenes o hasta la música que suena de fondo. Hay una parte del cerebro, que se llama sistema límbico, que se encarga de las emociones, y se activa muy rápido. Por eso a veces un empaque bonito o un comercial con una canción pegajosa nos convence más que el precio o si el producto es bueno de verdad.

También pasa que cuando estamos felices, nostálgicos o con ansiedad, podemos terminar comprando sin pensar mucho. Está comprobado que el cerebro libera dopamina (que es como una sustancia que nos hace sentir bien) incluso antes de pagar. Por eso muchas marcas prefieren hacernos sentir cosas en lugar de darnos mucha información. Por ejemplo, los anuncios que muestran familias contentas, viajes o momentos divertidos no te explican mucho, pero igual te dan ganas de comprar.

Ahora, no todo es emocional. El cerebro también tiene su parte lógica, como la corteza prefrontal, que es la que nos ayuda a pensar si de verdad necesitamos algo o si solo lo queremos por impulso. Pero muchas veces, sobre todo cuando se trata de cosas pequeñas o que tienen que ver con cómo nos ven los demás, ganan las emociones.

## Conclusión

En resumen, nuestras emociones y el cerebro tienen mucho que ver en cómo y por qué compramos. A veces no nos damos cuenta, pero pasa todo el tiempo. Saber esto nos puede ayudar a no dejarnos llevar tan fácil por los anuncios y pensar un poco más antes de gastar.

## Referencias

Ariely, D. (2008). *Las trampas del deseo: Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*. Ariel.

Damasio, A. (2005). *En busca de Spinoza: Neurobiología de la emoción y los sentimientos*. Crítica.

Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Qué aprendí al escribirlo? Aprendí que al comprar no siempre pienso con lógica, porque muchas veces las emociones me hacen decidir rápido sin darme cuenta.

¿Qué parte me costó más? Lo que más me costó fue ordenar mis ideas para que no quedara repetido, además de pensar en ejemplos que realmente explicaran lo que quería decir.

¿Cómo podría mejorar mi argumento? Podría mejorar si incluyo más ejemplos de cosas que me han pasado a mí o que he visto en la vida diaria, e incluso analizar alguna publicidad conocida para hacerlo más completo.

