

El principio del contraste

1) *Cómo percibimos las cosas*

Los órganos de nuestros sentidos nos aportan información del exterior. Nosotros la interpretamos en nuestro cerebro según nuestros gustos, intereses, experiencias y emociones; estos contenidos interiores actúan como filtros y pueden distorsionar o aportar perspectivas diferentes sobre la misma información externa.

Observa y anota lo que ves.

¿Puedes distinguir otras cosas?

¿Cómo puede afectarnos este fenómeno ante opiniones y otros aspectos de las relaciones humanas en el ámbito del trabajo?



2) *Acciones automáticas*

Cuando pedimos un favor es más probable que nos lo hagan si damos una razón. La psicóloga social Ellen Langer descubrió que es suficiente usar la palabra "porque" aunque lo que venga detrás sea una obviedad y no se ofrezca una razón fundamentada: la simple palabra desencadena en el 93% de los casos la aceptación del favor.

Este tipo de reacción es automática, como muchos de nuestros comportamientos, y generalmente es correcta. PERO:

- Cometemos errores sin darnos cuenta, por no pararnos a pensar
- Esto nos hace vulnerables ante quienes sí conocen fórmulas de influencia

Piensa en situaciones en que no actuaste de la forma que ahora juzgas más conveniente para ti. Anótalas.

Porque

Pero

Caro



*Fórmulas de influencia
para convertir las expectativas en realidad*

El principio del contraste

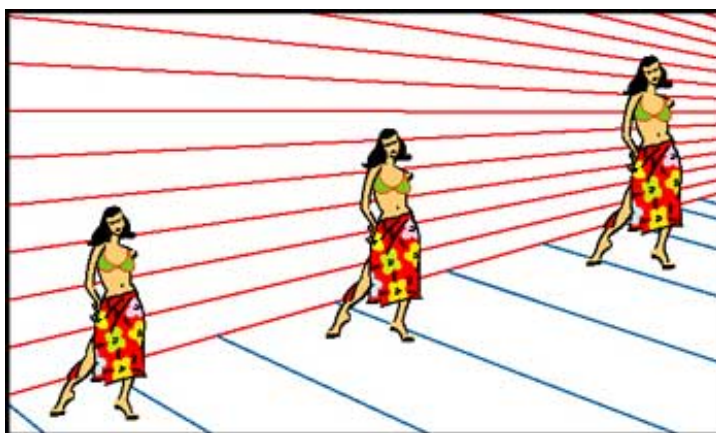
3) El contraste perceptivo

La diferencia entre dos cosas se acentúa cuando aparecen sucesivamente:

- En la sastrería nos venden antes el traje (caro) y luego la camisa y los complementos (más barato).
- Primero se determina el modelo de coche y luego los accesorios y ¡podemos llegar a gastar más de lo planificado!

Cuando se pide una donación, el orden de las opciones tiene un efecto en nuestra decisión. Observa el caso adjunto. ¿Será más efectiva la opción A o la B? ¿Qué diferencias de percepción puede producir?

Sí, quiero contribuir a esta causa justa.			
A) Reciban mi participación por valor de:			
25€	10€	5€	15€
B) Reciban mi participación por valor de:			
5€	10€	15€	25€



4) Pensamiento crítico

- ❑ Imagina que eres el abogado de una persona que se rompió una pierna en un restaurante y reclama una indemnización de 12.000 €. ¿Cómo usarías el principio del contraste perceptivo para convencer al juez de que esa cantidad es realmente pequeña?
- ❑ ¿Cómo puedes aprovechar esto en tu caso? Por ejemplo, a la hora de negociar con tus socios o de motivar a tus empleados.

info@inducta.biz