Principios de influencia: Reciprocidad, táctica del portazo en la cara

¡Hola!,

hoy vamos a reflexionar sobre una táctica que los negociadores conocerán muy bien por ponerla en práctica cada día, aunque quizá nunca habrán oído hablar de su nombre: táctica del portazo en la cara.
Dentro de los principios de influencia, sobre los que venimos reflexionando estas semanas, esta táctica forma parte de las técnicas tratadas bajo el principio de reciprocidad –sobre el que estuvimos hablando en el episodio número cuatro de nuestro podcast (también puedes consultar el artículo wiki aquí: Principio de reciprocidad).

Los precios de compraventa de viviendas, una oportunidad para el portazo en la cara. Imagen tomada del portal idealista el 24/03/17

Es una técnica que desde joven llamó mucho mi atención. No alcanzaba a adivinar el motivo de este comportamiento que en aquel entonces consideraba irracional y poco eficiente. No comprendía porqué, en una negociación, la parte vendedora pedía más del precio que realmente quería llegar a cobrar y la otra parte ofrecía mucho menos del precio que realmente estaba dispuesto a pagar.

En mis primeras negociaciones –compraventa de algunos cacharros o incluso en la compra de mi primera casa– yo solía pedir el precio que consideraba justo, o bien, si compraba, hacía la oferta que realmente estaba dispuesto a pagar. El tiempo, el resultado poco gratificante y a veces

doloroso de las negociaciones y algunas explicaciones de mi padre –metiendo en mi cabeza la evidencia–, me hicieron ver que lo habitual, si comprabas, era ofrecer inicialmente mucho menos de lo que estabas dispuesto a pagar, y si vendías, pedir bastante más de lo que en realidad esperabas obtener. Es algo que yo veía altamente irracional e ineficiente, pero como con tantas otras cosas, no por ser irracionales, dejan de ser reales. Tengo un recuerdo personal muy amargo con esta técnica, de los meses en los que viví la negociación de la venta de las acciones de mi primera empresa, incluyendo abogados negociadores por ambas partes. La irracionalidad fue el plato principal que nos alimentaba cada vez que nos sentamos frente a la mesa de negociación.

Esta práctica, como las otras tácticas sobre las que ya hemos reflexionado, suele ser habitual en cualquier negociación donde existe sobre la mesa una cantidad de dinero por la que una parte ha de compensar a la otra, o en negociaciones salariales (subida de sueldo), o en la negociación del precio de compraventa de un inmueble, o en la negociación del lugar de vacaciones con nuestra pareja, o de las horas que dejamos a nuestros niños ver la televisión, o la negociación sobre quién tiene que llevar qué a la cena con los colegas el próximo sábado, es decir, es una técnica que podemos usar en cualquier negociación –contratación o compraventa.

Este comportamiento lo podríamos abordar desde diferentes enfoques de investigación. Uno de ellos podría ser la perspectiva del **heurístico** o sesgo cognitivo **de anclaje**, ampliamente estudiado por el nobel Daniel Kahneman y su inseparable colega Amos Tversky: tendemos a evaluar –ahora– una cantidad teniendo en cuenta el valor de las cifras más recientes –antes– que hemos procesado.
Quizá este sesgo sea el que se esconde bajo la **táctica del**

portazo en la cara, que es de la que estamos hablando hoy –del heurístico de anclaje hablaremos cuando abordemos la temática de los sesgos cognitivos.

¿En qué consiste entonces la táctica del portazo en la cara?

Como Mercedes López Sáez expone en el capítulo sobre influencia, persuasión y cambio de actitudes, en la publicación «Introducción a la psicología social», «básicamente, la táctica consiste en comenzar con la petición de un gran favor para, a continuación, solicitar uno bastante menor. Esta táctica, que resulta enormemente eficaz en el transcurso de una negociación, se fundamenta en las concesiones mutuas: la persona se siente en la obligación de hacer una concesión a alguien que ha cedido previamente.
La táctica del "portazo en la cara" también se denomina de "rechazo-retirada", ya que el procedimiento más común consiste en que, a partir de una petición extrema (por ejemplo, solicitar un incremento salarial del 30%) y cuando es rechazada (le dan "con la puerta en las narices"), el solicitante puede retirar esa petición cambiándola por otra menor, que es la que realmente esperaba obtener desde el principio. La rebaja de la solicitud se interpreta como una concesión por la otra parte, que se siente también obligada a ceder. En el funcionamiento de esta táctica influye, además de la reciprocidad, el contraste perceptivo, ya que se pasa de una situación determinada a otra que parece más favorable: una petición de 100 euros nos parece menor, por contraste, si va precedida de una de 1000 a la que nos hemos negado.»

López Sáez sigue comentando: «Cialdini y sus colaboradores diseñaron el siguiente experimento para probar el fundamento de la táctica. A un grupo de estudiantes les

solicitaron una conducta que les parecía que sería difícilmente aceptable para la mayoría: acompañar el domingo al zoológico a un grupo de delincuentes juveniles. El 83% de las personas del grupo al que se hizo esa petición se negó. A otro grupo se le hizo la misma propuesta pero precedida de una petición mucho más costosa: actuar como consejeros de un grupo de delincuentes juveniles dos horas a la semana durante dos años. En este segundo grupo, a la primera petición se negaron todos, pero cuando se les planteó la propuesta de acompañarles al zoológico un domingo, este requerimiento lo aceptaron el triple de personas que en el grupo en el que no se utilizó la táctica.»

Así pues, parece que la próxima vez que vayamos a vender algo, lo más sensato será poner un precio bastante por encima de lo que realmente deseamos obtener, de forma que podamos bajar el precio y la otra parte se encuentre más satisfecha con la situación –por muy absurdo que pueda parecernos, más aún cuando ambas partes saben que están usando esta técnica.

¿Recuerdas alguna ocasión donde has usado tú esta táctica o la han usado contigo? Si es así, estaré encantado de escuchar/leer tu historia.

Por cierto, si este es el primer artículo/podcast **Bulidomics** que lees/escuchas sobre esta temática, y es una temática que te interesa, puedes revisar todos los artículos anteriores –o podcast– en el siguiente enlace: todos los artículos sobre los principios de influencia.

Recuerda además que la versión más académica sobre esta técnica, puedes encontrarla en nuestra wiki, en el artículo que lleva por nombre: Táctica del portazo en la cara.

Nos leemos/vemos/escuchamos en el próximo capítulo.

Mientras tanto, no dejes que la irracionalidad posea tu alma

Atentamente,
Angel.

[La versión de este artículo es del 26/03/17, 12:06h]

Puedes escuchar este artículo en el capítulo 6 del podcast de Bulidomics:

También puedes escucharlo en vídeo aquí: