

**Ficha**

Título en inglés: **The Tipping Point - How Little Things Can Make a Big Difference**

Autor: **Malcolm Gladwell**

Editorial: **Taurus**

PP: **336**

ISBN: **970-770-734-8**

**Introducción**

Consiste en pensar que la mejor forma de entender los cambios misteriosos que jalanan nuestra vida cotidiana es tratarlos como puras epidemias

Las ideas, productos, mensajes y conductas se extienden entre nosotros igual que los virus

Los casos comparten un mismo patrón fundamental

- capacidad de contagio**  
1. Se trata de dos muestras muy claras de conducta contagiosa  
Los tradicionales Hush Puppies resurgieron porque unos chicos decidieron ponérselos para salir de marcha por las calles del centro, y así mostrar sus ideas sobre la moda  
De esa manera infectaron a quienes les veían con el "virus" Hush Puppies
- pequeñas causas tienen grandes efectos**  
2. Unos pequeños cambios produjeron grandes efectos  
Todas las razones posibles que explican el descenso en la tasa de delincuencia en Nueva York consisten en cambios marginales y paulatinos  
El mercado del crack fue declinando.  
La población fue envejeciendo.  
La fuerza policial fue mejorando
- el cambio se da de manera drástica**  
3. Ambos cambios ocurrieron en un lapso de tiempo muy corto  
El nivel de criminalidad no se redujo paulatinamente, ni se desaceleró suavemente

El efecto de todo ello fue drástico

La clave del éxito (Tipping Point) es la biografía de una idea

El resurgimiento de los zapatos Hush Puppies y el descenso de la tasa de criminalidad de Nueva York son dos ejemplos de estas epidemias

El autor describe con lujo de detalle una gran cantidad de situaciones con las cuales clarifica cada uno de los conceptos descritos en el libro

El momento concreto de una epidemia a partir del cual todo puede cambiar de repente se denomina... **Tipping Point**

En español se puede traducir como **punto clave** o **punto de inflexión**

Es un término sociológico que define el momento en que algo único se convierte en algo común

Preguntas que busca responder el libro

- ¿Por qué ciertas ideas, conductas o productos provocan epidemias y otras no?
- ¿Qué podemos hacer si queremos iniciar deliberadamente y controlar una de estas "epidemias benignas"?

Normas de toda epidemia

- Ley de los especiales
- Factor de gancho
- Poder del contexto

ofrecen una manera de entender epidemias de todo tipo

nos sirven de guía si queremos alcanzar ese punto clave (Tipping Point)

amazon.com ¡Adquiera el libro!

**La Clave del Éxito Tipping Point**

Hay otros factores, mínimos, muy sutiles o inesperados, que pueden afectar nuestro comportamiento

La conducta humana no sólo se ve influida por factores, prosaicos como el tiempo atmosférico

Las circunstancias, condiciones y rasgos particulares del entorno tienen una influencia enorme en el desarrollo de las epidemias

Se asume que otra persona hará la llamada de salvamento o que, al no ver a nadie reaccionando, el problema aparente no es tal problema

Cuando estamos en grupo se diluye el sentido de responsabilidad sobre nuestros actos

El poder del contexto vendría a decirnos que los seres humanos son mucho más sensibles a su entorno de lo que pudiera parecer

La clave para que la gente modifique su comportamiento, es decir, para mostrar su preocupación ante, por ejemplo, un vecino con problemas, consiste a veces en un mínimo detalle de su situación

Toda epidemia social está sujeta a las condiciones y circunstancias del momento y del lugar en que ocurre

Somos de una sensibilidad extrema

Las personas somos más que sensibles a los cambios que se producen a nuestro alrededor

Se puede invertir un proceso epidémico con sólo modificar pequeños detalles del entorno inmediato



**3. El poder del contexto**

El gancho nos ayuda a ver que existen formas específicas que se usan para que un mensaje contagioso sea fácil de recordar

Ciertos cambios relativamente pequeños en la presentación y estructura de la información pueden marcar la diferencia respecto al impacto que va a tener

Y lo más increíble es que funcionó.

El programa de TV se marcó metas más altas e hizo esfuerzos mayores que cualquier otro programa infantil hasta la fecha

Descubrieron que si realizaban ajustes mínimos, pero decisivos, en la manera de presentar sus ideas a los niños y niñas en edad preescolar podrían vencer la debilidad de la televisión como herramienta educativa

La historia de cómo lo lograron es una buena ilustración del factor gancho

Para que algo tenga gancho, debe ser dicho con total claridad

¿qué ocurre?

Marketing directo

¿Existen formas más sutiles y más fáciles de hacer que algo tenga gancho?

Pequeños cambios en la forma de presentar la información generan altos niveles de respuesta

Las ideas tienen que resultar memorables e incitarnos a actuar

Para provocar una epidemia...

**2. Factor del gancho**

Elaborado por: **Resumen Inteligente.com**

**1. Ley de los especiales**

En todo proceso o sistema unas personas cuentan más que otras

- El 80% del "trabajo" siempre lo realiza un 20% de los implicados
- En la mayoría de las poblaciones hay un 20% de criminales que comete el 80% de los delitos
- El 20% de los conductores provoca el 20% de los accidentes
- El 20% de los bebedores de cerveza consumen el 80% de toda la cerveza

Un mínimo porcentaje de personas hace la mayoría del trabajo

En cuanto a las epidemias, esta desproporción resulta aun más extrema

En el caso de las epidemias sociales, un reducido grupo de personas son las que hacen todo el trabajo

Sus características son

- Sociales
- Carismáticas
- Conocidas
- Influentes

¿Cuántas veces su decisión de gastarse una buena cantidad de dinero se ha visto muy influida por la recomendación de un amigo?

Muchos ejecutivos del mundo de la publicidad están convencidos de que...

Precisamente debido a la saturación de anuncios, el método del boca a boca se ha convertido en la única clase de persuasión a la que la mayoría de nosotros responde

El éxito de una epidemia social depende enormemente de la participación en ella de un cierto tipo de persona dotada de unos rasgos especiales y poco habituales

La transmisión de mensajes de todo tipo entre las personas es algo constante y diario...

Sólo en ciertos casos, dicho intercambio se convierte en una epidemia que se extiende boca a boca

¿Por qué ciertas ideas, tendencias y mensajes alcanzan ese punto clave y otros no?

Se trata de personas que están a nuestro alrededor y que podemos encontrar en cualquier sitio, pero pocas veces somos conscientes de la misión crucial que desempeñan en nuestra vida

A estas personas el autor las ha bautizado como

- Conectores
- Mavens
- Vendedores natos

**especialista en personas**

Diversos estudios confirman que todos estamos conectados a todos a máximo, seis grados o niveles de separación

Los seis grados de separación o alejamiento no son todos iguales

Que haya seis grados de separación no quiere decir que todo el mundo esté conectado con todo el mundo a través de seis pasos

Quiere decir que

- Existe un reducido número de personas que sí está conectado con todas las demás a través de unos pocos grados
- El resto lo estamos con el mundo a través de esas personas concretas

**Conectores**

Características de los conectores

- Conocen a muchísima gente
- Son importantes no sólo por la cantidad de personas que conocen, sino también por la clase de personas que conocen
- Su capacidad para abarcar muchos mundos diferentes depende de algo intrínseco a su personalidad
- Una combinación de...
  - Curiosidad
  - Confianza en sí mismos
  - Sociabilidad
  - Energía

**especialista en conocimientos**

Proviene originalmente de la palabra hebrea binah, que quiere decir entendimiento

También proviene del yiddish y significa "el que acumula conocimientos"

Se puede traducir como "experto" o "informado"

No sólo acumula conocimientos

Tiene una enorme capacidad para programar tanto la información como sus preferencias

Quiere ayudar a los demás simplemente porque le gusta

Resulta ser un modo tremendamente efectivo de atraerse la atención de la gente

No es un persuasor

Su motivación para actuar radica más bien en su deseo de educar y ayudar que en un empeño por convencerlos de algo

En toda epidemia social, los mavens vienen a ser como los banco de datos

Facilitan la información

Son como el pegamento social

Extienden la noticia

Poseen la habilidad de persuadirnos cuando no estamos demasiado convencidos de lo que acabamos de oír

Su papel es igualmente decisivo a la hora de iniciar una epidemia de las difundidas de boca en boca

Hay pequeños detalles que pueden, aparentemente, suponer una diferencia tan considerable como otros más grandes

No se trata de un mensaje verbal obvio contra el cual no dudamos en reaccionar

Se trata de algo mucho más sutil

¿Por qué son tan eficaces?

El lenguaje no verbal es tan importante o más que el verbal

Puede que las formas sutiles en que decimos algo cuenten más que lo que decimos en sí

Los movimientos físicos y las observaciones más simples pueden afectar al modo en que sentimos y pensamos

La persuasión suele funcionar sin que nos demos cuenta

Las sonrisas y los movimientos de cabeza no son mensajes subliminales, sino algo directo y fácil de ver

Son increíblemente sutiles

La conversación es el contexto básico en que se produce toda persuasión

A lo largo de una conversación las personas hablan, se callan, interrumpen, mueven las manos

El pionero de esta clase de análisis (microrritmos culturales) es William Condon

Cuando existe armonía en una conversación, no sólo existe en la secuencia de los gestos, sino también en el ritmo de la conversación

...el volumen y la entonación de ambos se nivelan

Se equilibra lo que los lingüistas llaman tasa de discurso

El número de sonidos por segundo

Cuando dos personas hablan...

Lo mismo sucede con la latencia

Lapso de tiempo que va desde que uno de los hablantes hace una pausa hasta el momento en que el otro comienza a hablar

Se trata de una habilidad psicológica básica

Una especie de reflejos de los que casi no somos conscientes

Gozar de una personalidad potente o persuasiva significa...

Que uno es capaz de hacer que los demás bailen a su ritmo

De establecer los términos de la interacción

**Vendedores natos**