

Sesgos cognitivos

Son atajos/desviaciones en nuestro pensamiento que nos hacen tomar decisiones irracionales o diferentes, respecto a lo que realmente queremos sin darnos cuenta. Estos sesgos nos afectan a todos y pueden hacernos ver las cosas de manera distorsionada, influenciando nuestras decisiones y opiniones.

Al presente

Es la tendencia natural de preferir el presente y posponer el futuro. Se manifiesta en las decisiones cotidianas al posponer tareas importantes para disfrutar de actividades más placenteras en el corto plazo, o al gastar dinero en cosas inmediatas en vez de ahorrar para el futuro.

Saturación

Es cuando el exceso de información nos lleva a actuar irracionalmente y en algunos casos hasta mostrar desinterés, o incluso provocar la parálisis en la toma de decisiones por un exceso de análisis. Se relaciona con la fatiga cognitiva y con la capacidad limitada del cerebro para procesar estímulos de forma continua sin que esto afecte el rendimiento o la atención.

Autovalidación

El exceso de confianza en nuestras propias creencias limita la capacidad de comparar, organizar, dialogar o poner en perspectiva una idea, dando por válidos los pensamientos propios y olvidando la incertidumbre inherente del futuro.

Influencia social

Es la preferencia de optar por el pensamiento grupal, incluso en detrimento de lo que uno mismo opina o le convenga, con tal de ser aceptado en un grupo. Se traduce en conformismo, obediencia, comportamiento de manada y presión social.

Previsión optimista

Las personas tienden a subestimar el tiempo, los costos y los riesgos asociados con un proyecto o tarea, y sobrestiman su capacidad para cumplir con los plazos o lograr el éxito.

Consecuencias

Problemas financieros, gasto excesivo y falta de ahorro.

Problemas de salud.

Procrastinación (posponer actividades).

Tomar decisiones por presión social.

Falta de autenticidad, que no coinciden con tus valores.

Cultura de "la manada" (decisiones colectivas impulsivas).

Desinterés o indiferencia por el exceso de estímulos.

El exceso de publicidad pierde su efectividad de persuasión.

Dificultad para procesar nueva información en la toma de decisiones.

Acciones de mitigación

Establecer recompensas intermedias, para alcanzar metas a largo plazo.

Tener metas claras y compromisos personales.

Evaluar decisiones de manera independiente.

Desarrollar confianza en uno mismo, conocer los intereses propios.

Establecer límites y tener claro qué se quiere lograr.

Reducir la fatiga mental mediante pausas y descansos, en la consulta de redes sociales, publicidad, noticias, etc.

Ser selectivo con la información que se consume.