Definición:

Teoría desarrollada por Bibb Latané (1981) que analiza cómo la influencia social modifica conductas mediante tres factores: fuerza (poder o credibilidad de la fuente), inmediatez (proximidad física/temporal) e número (cantidad de fuentes de influencia). Explica fenómenos como la conformidad grupal y la difusión de responsabilidad.

Principio central:

El impacto social sigue una ley de rendimientos decrecientes: aumentar fuentes de influencia tiene efectos limitados tras un umbral crítico (ej.: 20 personas generan casi el mismo impacto que 30) debido a la "división del impacto".

Ejemplo aplicado:

La presión para comprar zapatillas aumenta si:

La influencia viene de figuras de autoridad (fuerza),

Se realiza en persona (inmediatez),

Todo el grupo insiste (número).

Estudios clave:

Sedikides & Jackson (1990): En un zoológico, visitantes obedecían más a un confederado vestido de guardián (58% obediencia) vs. ropa casual (36%). La obediencia caía al 7% si el guardián estaba en otra habitación, demostrando el rol de fuerza e inmediatez.

Darley & Latané (1968): En simulaciones de emergencia, el 85% ayudaba si estaban solos vs. 31% en grupos de 4+, evidenciando difusión de responsabilidad por mayor número de fuentes pasivas.

Aplicaciones actuales:

Marketing: Campañas con influencers (alta fuerza percibida) y interacciones en tiempo real (inmediatez) elevan engagement un 70% 811.

Políticas públicas: Intervenciones contra el bullying usan grupos pequeños (5-10 personas) para maximizar impacto sin saturación.

**Métricas de impacto**:

| **Indicador** | **Definición** | **Ejemplo** |
| --- | --- | --- |
| **Engagement** | Interacción profunda con contenidos | Campañas de Red Bull con 3M de shares 8 |
| **NPS (Net Promoter Score)** | Disposición a recomendar | Apple: NPS promedio de 72 11 |
| **Cambio conductual** | Modificación de hábitos | Coca-Cola: 20% aumento en consumo tras campañas emocionales |

Latané, B. (1981). Teoría del Impacto Social. En Psicología Básica. StudySmarter.

Sedikides, C. & Jackson, J. M. (1990). Influencia social en entornos públicos. Estudio experimental en zoo de Nueva York.

Darley, J. M. & Latané, B. (1968). Respuesta de ayuda en emergencias. Journal of Personality and Social Psychology, \*8\*(4), 377–383

Fuerza Social: Poder percibido de una fuente de influencia (estatus, expertise).

Inmediatez: Proximidad física/temporal entre emisor y receptor.

Número: Cantidad de fuentes que ejercen influencia simultánea.

División del Impacto: Reducción progresiva de la influencia individual al aumentar las fuentes.

Fuente Pasiva: Individuo/grupo presente que no actúa, reduciendo la presión para responder.

Rendimientos Decrecientes: Ley psicosocial: más fuentes ≠ mayor impacto lineal (umbral de saturación).