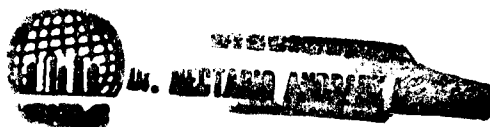


# Contenido



|          |  |            |
|----------|--|------------|
|          | <b>Prefacio</b>  | <b>xi</b>  |
|          | Introducción   | xi         |
|          | Objetivos  | xiii       |
|          | Estructura del libro   | xiv        |
|          | La campana de la influencia  | xv         |
|          | <b>Reconocimientos</b>   | <b>xvi</b> |
| <b>1</b> | <b>Introducción</b>  | <b>1</b>   |
|          | Introducción   | 1          |
|          | Hay diferencia entre instituciones<br>educacionales y las empresas | 2          |
|          | La influencia y el éxito organizacional                            | 3          |
|          | Importancia de la influencia                                       | 4          |
|          | Definición de influencia   | 6          |
|          | Influencia exitosa   | 7          |
| <b>2</b> | <b>Influencia no verbal</b>  | <b>10</b>  |
|          | Introducción   | 10         |
|          | Postura  | 12         |
|          | Ocupación del espacio  | 15         |
|          | Participación y desinterés   | 16         |
|          | Colocación   | 17         |
|          | Control de la actividad de desplazamiento<br>y de los ademanes     | 18         |
|          | Contacto ocular  | 19         |
|          | Expresión facial   | 21         |
|          | Contacto físico  | 22         |
|          | Apariencia   | 24         |
|          | Aspectos no verbales de la entrevista                              | 29         |
| <b>3</b> | <b>Influencia verbal</b>   | <b>32</b>  |
|          | Introducción   | 32         |
|          | Las expresiones orales que deben evitarse                          | 35         |
|          | El lenguaje que debe emplearse                                     | 38         |
|          | Palabras y frases deseables  | 41         |
|          | Cómo iniciar una conversación con<br>desconocidos                  | 42         |
|          | Cómo mantener una conversación                                     | 43         |
|          | Cómo recordar los nombres  | 45         |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| <b>4</b> | <b><i>Cómo influir en la entrevista de trabajo</i></b>                  | <b>47</b>  |
|          | Introducción  | 47         |
|          | Metas de los reclutadores y atributos de los candidatos                 | 47         |
|          | La solicitud y el curriculum vitae                                      | 48         |
|          | Fuentes de referencia y referencias                                     | 52         |
|          | Pruebas psicométricas   | 53         |
|          | Pruebas de capacidad numérica, verbal y de abstracción                  | 55         |
|          | Pruebas de personalidad   | 56         |
|          | Cómo utilizan las pruebas las compañías                                 | 57         |
|          | Entrevista individual   | 58         |
|          | Prejuicios del entrevistador  | 59         |
|          | Mecánico de la entrevista   | 61         |
|          | Manejo de las preguntas   | 62         |
|          | Palabras positivas  | 69         |
|          | Cómo concluir la entrevista   | 70         |
|          | Centros de evaluación   | 72         |
| <b>5</b> | <b><i>La administración de la impresión personal en el trabajo</i></b>  | <b>73</b>  |
|          | Introducción  | 73         |
|          | La impresión personal en el inicio                                      | 74         |
|          | Administración de las tareas en el trabajo                              | 75         |
|          | Aceptación de la responsabilidad  | 76         |
|          | Logro de la reputación  | 77         |
|          | Manejo de los problemas   | 79         |
|          | Inicio en la integración del grupo de trabajo                           | 80         |
|          | Tácticas para la administración de la impresión personal                | 83         |
|          | Cómo influir en su evaluación   | 93         |
|          | Cómo influir para lograr ascensos                                       | 96         |
|          | Cómo influir en su jefe   | 98         |
| <b>6</b> | <b><i>Motivación e influencia</i></b>                                   | <b>99</b>  |
|          | Introducción  | 99         |
|          | Necesidades de motivación   | 100        |
|          | Identificar las necesidades de aquellos en quienes usted desea influir  | 100        |
|          | Satisfacción de las necesidades de aquellos en quienes se desea influir | 102        |
|          | Las divisas de la inspiración   | 102        |
|          | Tipos de intercambio  | 106        |
| <b>7</b> | <b><i>Personalidad e influencia</i></b>                                 | <b>113</b> |
|          | Introducción  | 113        |
|          | La personalidad y su clasificación                                      | 114        |
|          | Diferencias entre los tipos de personalidad                             | 115        |
|          | Dimensión de la percepción: ¿sensorial o intuitiva?                     | 116        |
|          | Dimensión del criterio: ¿sentimiento o pensamiento?                     | 117        |
|          | Cuatro tipos de personalidad  | 118        |
|          | Identificación del tipo de personalidad según el ambiente de la oficina | 123        |
|          | Necesidades de motivación y tipos de personalidad                       | 126        |
|          | Aplicación del modelo del tipo de personalidad                          | 127        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| <b>8</b>  | <b><i>Cómo influir en la toma de decisiones</i></b>             | <b>129</b> |
|           | Introducción  | 129        |
|           | Empleo de la heurística   | 131        |
|           | Conclusión  | 147        |
| <b>9</b>  | <b><i>Conducta de influencia</i></b>                            | <b>149</b> |
|           | Introducción  | 149        |
|           | Cambio de conducta  | 149        |
|           | Responsabilidad individual del cambio en la conducta            | 150        |
|           | Identificación del problema                                     | 151        |
|           | Forma para cambiar los factores promotores y las consecuencias  | 159        |
| <b>10</b> | <b><i>Crítica asertiva</i></b>                                  | <b>161</b> |
|           | Introducción  | 161        |
|           | Estilo conductual de los críticos para una crítica constructiva | 162        |
|           | Principios de la asertividad                                    | 166        |
|           | Condiciones para hacer una crítica constructiva                 | 167        |
|           | Cómo hacer y recibir críticas                                   | 168        |
|           | Comunicación  | 169        |
|           | Aclaración  | 170        |
|           | Compromiso  | 172        |
|           | Técnicas de la asertividad                                      | 172        |
|           | Ventajas de la asertividad                                      | 176        |
| <b>11</b> | <b><i>Estrategias para influir</i></b>                          | <b>177</b> |
|           | Introducción  | 177        |
|           | Clasificación de las estrategias de influencia                  | 180        |
|           | Influencia ascendente y descendente                             | 187        |
|           | Tipos de influidos y de personas que ejercen influencia         | 188        |
|           | Obstáculos para una influencia efectiva                         | 190        |
|           | Conclusión  | 191        |
| <b>12</b> | <b><i>Cómo influir en un grupo</i></b>                          | <b>192</b> |
|           | Introducción  | 192        |
|           | Cómo desafiar el punto de vista de la mayoría                   | 193        |
|           | Establecimiento de objetivos de influencia                      | 194        |
|           | Cómo atraer y aleccionar a quienes lo apoyan                    | 195        |
|           | División de la mayoría  | 195        |
|           | Anticipación a los argumentos en contra                         | 196        |
|           | Control del significado y definición de la realidad             | 197        |
|           | Control del contexto de la decisión                             | 198        |
|           | Presentación de posibles decisiones                             | 200        |
|           | Poner todo por escrito antes y después de la junta              | 201        |
|           | Empleo del tiempo   | 202        |
|           | Aprovechar el temor   | 203        |
|           | Técnica del sí  | 204        |
|           | Contenido de la propuesta                                       | 205        |
|           | Empleo de notas   | 206        |
|           | Atenuar   | 206        |
|           | Maneras de dirigirse al grupo                                   | 207        |
|           | Forma de ganarse a la oposición                                 | 209        |

|  |            |
|--|------------|
| Compromiso público y conformidad                         | 210        |
| Interrogar para persuadir                                | 211        |
| Propiedad y compromiso del grupo                         | 211        |
| Transigir y perder                                       | 212        |
| <b>13 Hablar en público para influir en los demás</b>    | <b>214</b> |
| Introducción   | 214        |
| Características del presentador                          | 215        |
| Conducta del presentador                                 | 219        |
| Características del mensaje                              | 224        |
| Características del auditorio                            | 231        |
| <b>14 Cómo influir mediante las redes</b>                | <b>233</b> |
| Introducción   | 233        |
| Habilidad para relacionarse                              | 234        |
| ¿Qué es el empleo de las redes?                          | 235        |
| Empleo de las redes para obtener información             | 236        |
| Empleo de redes para obtener ascensos                    | 236        |
| Definiciones sociales de desempeño                       | 237        |
| Forma de descubrir la cultura de la compañía             | 238        |
| El ingreso en una red existente                          | 239        |
| Los rumores  | 240        |
| Cómo manejarse en una red                                | 240        |
| Ampliación de la red                                     | 241        |
| Mentores y patrocinadores                                | 242        |
| Cómo empezar   | 243        |
| Conclusión   | 246        |
| <b>15 Cómo influir por medio del poder y la política</b> | <b>247</b> |
| Introducción   | 247        |
| ¿Qué es el poder?  | 247        |
| ¿Empresas racionales o políticas?                        | 248        |
| ¿Por qué son políticas las empresas?                     | 250        |
| La política aplicada a la administración                 | 251        |
| Cultura de la compañía                                   | 252        |
| Panorama político  | 252        |
| Poder de recompensar                                     | 253        |
| Poder coercitivo   | 254        |
| Poder del cargo  | 254        |
| Poder del experto  | 256        |
| Poder de la información                                  | 257        |
| Poder personal   | 260        |
| Empleos del poder  | 262        |
| Cómo incrementar su poder                                | 263        |
| Conclusión   | 265        |
| <br>   |            |
| Bibliografía   | 267        |
| <br>   |            |
| Índice   | 297        |