

Estrategias de influencia en gerentes de una empresa del sector primario

LESLIE BORJAS DE XENA

UNESR/ UNIMET

lborjas@reacciun.ve

El proceso de influencia ha estado asociado a términos como poder, autoridad. El poder es la capacidad del agente para influir en la persona objeto de influencia, mientras que las estrategias de influencia están centradas en el efecto del agente sobre la persona objeto de influencia. Se realizó una investigación de tipo exposfacto y no experimental (Kerlinger, 1988, 1991). La población estuvo compuesta por 363 gerentes. El aporte de los datos se obtuvo a través de una muestra de 88 gerentes; sujetos a quienes se les administraron los siguientes cuestionarios: TIN-Estrategias de Influencia (Salom de Bustamante, 1996). Se desarrolló el enfoque teórico: de Estrategias de Influencia (Yukl, 1989, 1995; Salom de Bustamante, 1996). Las estrategias de influencia predominantes son las retadoras, expresadas en sus valores medios participativos (21.3), racional (23.9) e inspiradora (20.1), como significativamente dominantes sobre las estrategias controladoras y afiliativas, hallazgo que confirma los aportes de Yukl y Tracey, Salom de Bustamante, sobre las estrategias de influencia usadas en los gerentes venezolanos. Estos resultados presentan datos significativamente diferentes a los estereotipos con los cuales se han descrito a los gerentes venezolanos como autocráticos. Futuras investigaciones deberían explorar entre cultura organizacional, liderazgo organizacional y estilos de influencia.

Palabras clave: *Estrategias de influencia, liderazgo, poder, gerencia.*