



TTI  
SUCCESS  
INSIGHTS®

## **TriMetrix® CE**

Ventas - Coaching

Jon Dohe

TTI

24/3/2017



*Desarrollando personas  
creando futuro*

[info@nascorconsultores.com](mailto:info@nascorconsultores.com)

m. +34 609 522 207

[www.nascorconsultores.com](http://www.nascorconsultores.com)





## INTRODUCCIÓN Donde la Oportunidad se une con el Talento®

El reporte de TriMetrix® EQ Coaching está diseñado para incrementar el entendimiento de los talentos de un individuo. El reporte proporciona una perspectiva sobre tres áreas diferentes: comportamientos, fuerzas impulsoras e inteligencia emocional. Entender las fortalezas y áreas de oportunidad en cada una de estas áreas lo llevara al desarrollo personal y profesional y a un nivel de satisfacción mas elevado.

**A continuación se muestran con detalle sus talentos personales relacionados con las tres secciones principales:**

### Comportamientos

Esta sección del informe se diseñó para ayudarle a usted a obtener un mejor conocimiento tanto de usted mismo como de los demás. La habilidad para interactuar efectivamente con las demás personas podría significar la diferencia entre el éxito y el fracaso en su vida personal. Una interacción efectiva comienza por la correcta y acertada percepción de uno mismo.

### Fuerzas Impulsoras

En esta sección del reporte se proporciona información sobre sus acciones, mismas que con la aplicación correcta y coaching, pueden impactar tremendamente su valoración de la vida. Una vez que conozca los motivadores que impulsan sus acciones, entenderá de inmediato las causas de conflicto.

### Integración de los Comportamientos y las Fuerzas Impulsoras

Esta sección del reporte le ayudará a integrar el cómo y el por qué de sus acciones. Una vez que pueda comprender como su comportamiento y fuerzas impulsoras se integran, verá un incremento en su desempeño y en su satisfacción.

## SECCIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

Esta sección del informe le muestra el estado en el que se encuentra su Coeficiente Emocional. Mediante su buena aplicación y capacitación, esta información le puede ayudar a manejar mejor situaciones que impacten directamente con sus emociones.

### La interacción de los Comportamientos, Fuerzas Impulsoras e IE

En esta sección se ilustra el impacto que la Inteligencia Emocional tiene en su estilo de comportamiento, así como en sus 4 Fuerzas Impulsoras principales.



## INTRODUCCIÓN Sección de Comportamientos

**Las investigaciones sobre el comportamiento sugieren que las personas más efectivas son las que se conocen a sí mismas, sus habilidades y debilidades, por lo que son capaces de desarrollar estrategias que den respuesta a las demandas de su entorno.**

El comportamiento de una persona es una parte necesaria e intrínseca de su identidad. En otras palabras, gran parte de nuestro comportamiento proviene de la "naturaleza" (intrínseco), y otra parte proviene de la "educación" (extrínseco). Es el lenguaje universal de "cómo actuamos", o nuestro comportamiento humano observable.

**En este informe estamos midiendo cuatro dimensiones del comportamiento normal. Éstas son:**

- cómo responde ante los problemas y desafíos
- cómo influye en otros hacia su punto de vista
- cómo responde al ritmo de los acontecimientos de su entorno
- cómo responde a las reglas y procedimientos establecidos por otros

Este informe analiza el estilo de comportamiento, es decir, el modo en que una persona hace las cosas. ¿Coincide al 100% con usted? Puede que sí, o puede que no en todos los puntos. Sólo estamos midiendo el comportamiento. Nosotros sólo le ofrecemos afirmaciones que se corresponden con áreas de conducta en las cuales usted muestra ciertas tendencias. Para hacerlo más certero, si lo desea, haga anotaciones en el informe respecto a cualquier afirmación que se ajuste a usted, y tache cualquiera que piensa que no se aplique, pero sólo una vez que lo haya consultado con amigos o compañeros para ver si están de acuerdo. Puede que esa información sea un "punto ciego" para usted.



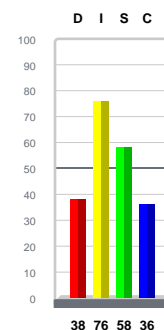
## CARACTERÍSTICAS DE VENTA

*Basándose en las respuestas de Jon, este informe muestra afirmaciones generales con la idea de aportarle una amplia visión y comprensión de su estilo de venta. Esta sección señala la forma en la que realiza la preparación, la presentación, en cómo maneja las objeciones, el cierre, así como el servicio post-venta. Las declaraciones identifican el estilo natural de ventas que tiene. Pase por alto cualquier frase o afirmación que aparezca en el presente informe que considere que no se ajusta a usted, de acuerdo a su formación comercial o a su experiencia.*

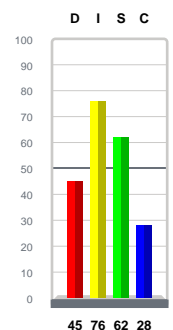
Es una persona social y verbalmente dinámica, a la que le gusta conocer a personas nuevas y entablar conversaciones con ellas. Esta es una gran habilidad cuando hay que abrir nuevas zonas de venta o cuando se establecen nuevas cuentas para gestionar. Se entusiasma con todo lo que le interesa, demostrando esta emoción cuando está intentando influenciar a los demás. Puede ser percibido como una persona algo impulsiva. Le gustan los productos nuevos, y a menudo es el primero de su barrio en comprar lo último que sale al mercado. Prefiere vender productos o servicios que sean nuevos e innovadores. De hecho, a menudo suele usar formas creativas para vender estos productos o servicios. Puede vender bien tanto productos tangibles como intangibles. Su habilidad para representar conceptos puede ser una importante ventaja cuando se trata de explicar un intangible. Mantiene un elevado nivel de confianza en los demás. Esto significa que confía en que la gente cumplirá sus promesas. Persigue constantemente el reto que supone convencer a los demás sobre su punto de vista, aunque algunos clientes puede que prefieran menos conversación y más hechos.

Jon basa su éxito en que el cliente confíe en sus argumentos al presentar sus productos o servicios. No todos los clientes son tan confiados, y algunos querrán datos y hechos que apoyen esos argumentos. Tiene la habilidad para demostrar autoconfianza en su presentación. Esta autoconfianza se basa en la fe que tiene en sí mismo y en sus productos o servicios. Esto puede provocar que se frustre si un cliente potencial le ataca personalmente o ataca a sus productos. Suele usar la emoción y el lenguaje corporal en su presentación de venta. Con algunos clientes esto podría ser perjudicial, ya que le pueden percibir como una persona superficial. Suele utilizar su sentido del humor en sus presentaciones, lo que puede representar una ayuda o un obstáculo dependiendo del tipo de cliente. Utilizar en exceso el humor puede "llevarle por las ramas" y que no le dé tiempo suficiente para realizar la presentación. Puede que Jon no responda completamente a las objeciones que le plantean. A menudo las trata superficialmente o se va "por las ramas" al contestarlas. Cuando Jon trata de "sobrevender", puede provocar la aparición de objeciones. Sin embargo, las acepta bien y las responderá de la mejor manera que sepa.

Estilo Adaptado



Estilo Natural



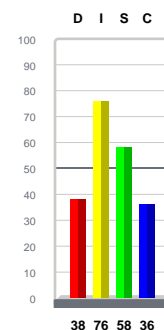


## CARACTERÍSTICAS DE VENTA *Continuación*

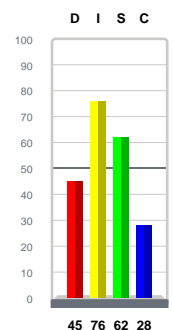
Probablemente tiene varias técnicas de cierre de ventas favoritas y necesita evaluar la forma de aplicarlas para ver si son apropiadas o no en las distintas situaciones de venta. Su nivel de escucha puede hacerle perder oportunidades para cerrar una venta, ya que al estar pensando en lo que va a decir, puede no darse cuenta de las señales que indican que es el momento de cerrar la venta. Algunas veces, se esfuerza en exceso para dar buen servicio al cliente, pudiéndose resentir del esfuerzo si la cuenta no llega a desarrollarse a la altura de todo su potencial. Si pudiese escoger, preferiría vender a un cliente nuevo en vez de gestionar uno antiguo, especialmente si el cliente antiguo tiene poco potencial o requiere muchos datos e información para apoyar su decisión de compra. Puede que Jon "peque" de dar un servicio excesivo a aquellos clientes que considera sus amigos personales. Para él la amistad es importante y puede que conceda ciertas peticiones con el fin de mantener la amistad. Preferiría hacer visitas de relaciones públicas antes que visitas comerciales, ya que las visitas sociales satisfacen su necesidad de ser cordial y extrovertido, mientras que las comerciales requieren un esfuerzo especial si los clientes no compran más productos o servicios.



Estilo Adaptado



Estilo Natural



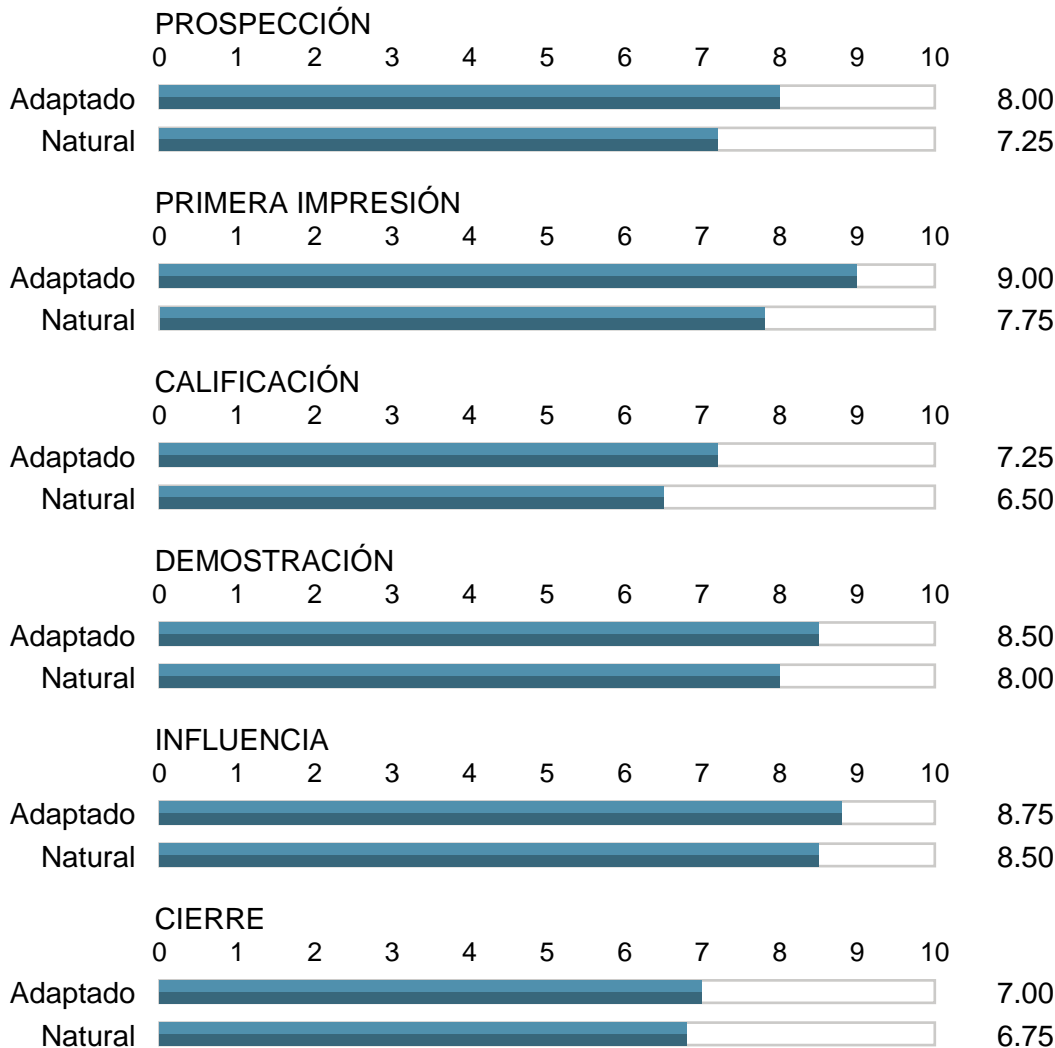


# COMPORTAMIENTO DE VENTA PERSPECTIVA GENERAL

La Perspectiva General del Comportamiento de Venta refleja los estilos natural y adaptado de Jon en cada una de las fases del Modelo de Comportamiento de Venta. Jon en el estilo natural refleja su comportamiento comercial intuitivo, nato. Los resultados finales adaptados reflejan el comportamiento que Jon cree necesario en cada fase del comportamiento de venta.

También se muestra el nivel de eficacia que o bien posee Jon de forma natural o bien es capaz de modificar o "disimular". Cuanto más alta sea la puntuación, más eficaz será Jon en esa fase de la venta. Cuanto más baja sea la puntuación, mayor es el desafío al que se enfrenta Jon a la hora de realizar el comportamiento necesario para el éxito en esa fase.

El grado de diferencia entre los estilos natural y adaptado de un comercial también es un elemento clave. Cuanto mayor sea la diferencia, mayor es el potencial de estrés.



0-5.0=POBRE 5.1-6.6=APTO 6.7-7.6=BIEN 7.7-8.8=MB 8.9-10=SOB



# FORTALEZAS Y OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL ÉXITO DEL COMPORTAMIENTO DE VENTA

*El Modelo de Comportamiento de Venta se basa en un proceso de ventas profesional y científico. La Perspectiva General del Comportamiento de Venta resume las tendencias de Jon en cada una de las fases específicas del Modelo de Comportamiento de Venta.*

**Prospección:** La primera fase del Modelo de Comportamiento de Venta. Es la fase de la venta en la que se identifican las perspectivas, se recopila información de fondo detallada, se coordina la actividad física de la prospección tradicional y se desarrolla una estrategia global para la venta cara a cara.

## En la Fase de Prospección, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

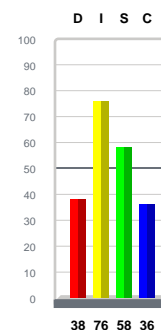
- No evaluar cuidadosa u objetivamente el potencial de un posible cliente.
- Confiar en gran medida en la fuerza de las relaciones personales para conseguir que se le abran más puertas.
- Gustarle las ventas en frío que no son demasiado amenazadoras. Presentan un desafío y piensa que las palabras le ayudarán. Las llamadas en frío proporcionan una oportunidad para influenciar a la gente y ampliar su círculo de conocidos y contactos.
- Fijar altos objetivos comerciales para sí mismo y para otros. Al ser optimista, puede fijarlos muy altos. Sin embargo, si se le proporciona un plan comercial, generalmente seguirá ese plan y presentará resultados.

**Primera Impresión:** La primera interacción cara a cara entre un posible cliente y el comercial. Esta fase está diseñada para permitir al comercial demostrar su interés sincero en el posible cliente...para obtener una aceptación positiva y desarrollar un sentido del respeto mutuo y también establecer la comunicación. Es la primera fase de la construcción de la confianza cara a cara y pone en marcha el proceso de venta personal.

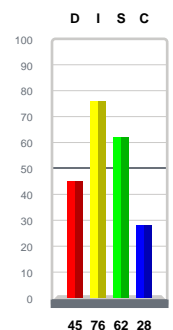
## En la Fase de la Primera Impresión, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

- Ser tan entusiasta que puede ser considerado superficial.
- Ser muy optimista y entusiasta y tener buena capacidad para generar ese mismo entusiasmo en los otros. En ocasiones su euforia es lo que vende el producto o servicio. Sin embargo, ocasionalmente los compradores pueden sentirse ofendidos por abusar de ese optimismo tan enérgico.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





# FORTALEZAS Y OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL ÉXITO DEL COMPORTAMIENTO DE VENTA

- Exagerar sus méritos al comprador con excesivos compromisos interpersonales y frecuentes intentos de recurrir al humor.
- Tomar el control de la conversación y hablar sobre cosas que pueden tener muy poco que ver con el proceso comercial.

**Calificación:** La fase interrogativa y de análisis de las necesidades detalladas de la venta cara a cara. Esta fase del Modelo de Comportamiento de Venta permite al comercial descubrir lo que el cliente comprará, cuando lo comprará y con qué condiciones lo comprará. Se trata de permitir al cliente identificar y transmitir su nivel de interés, deseos específicos y necesidades detalladas en el producto o servicio que el comercial está ofreciendo.

## En la Fase de Calificación, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

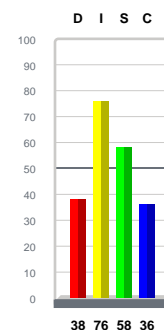
- Saltar prematuramente a la Fase de Demostración y así violar la primera regla del comportamiento de venta. También puede hacer su presentación completa en un orden aleatorio no secuencial.
- Dejar de escuchar a los otros y sintonizar únicamente consigo mismo.
- Plantear preguntas que le permitirán proseguir con su propia agenda.
- Plantear al posible cliente preguntas y, a continuación, responderse las.

**Demostración:** Muy diferente a la "demostración" tradicional o "presentación de producto", esta fase permite al comercial demostrar su conocimiento del producto de forma que cumpla los deseos, necesidades o intenciones implícitos o explícitos del cliente potencial tal y como los haya identificado y expresado en la Fase de Calificación.

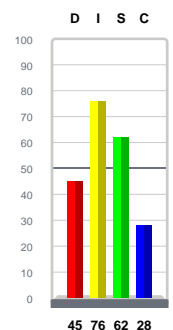
## En la Fase de Demostración, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

- Realizar descripciones visuales lo que puede ser una significativa ventaja si es necesario dar explicaciones sobre algo intangible. Sin embargo, algunos compradores que tienen problemas para visualizar no se sentirán influenciados por su habilidad para pintar estas coloridas descripciones visuales.
- Demostrar cosas que el producto o servicio hará pero que no tienen nada que ver con las necesidades reales del cliente.

Estilo Adaptado



Estilo Natural







# FORTALEZAS Y OBSTÁCULOS POTENCIALES PARA EL ÉXITO DEL COMPORTAMIENTO DE VENTA

- Ser descuidado y divagar durante la presentación comercial.
- Hablar suavemente, con facilidad y largo y tendido.

**Influencia:** Las personas toman una decisión sobre lo que creen. Esta fase está diseñada para permitir al comercial construir el valor y superar la tendencia de los clientes a no confiar en lo que se les dice. En esta fase de la venta se solidifica la creencia del cliente en el proveedor, en el producto o en el servicio así como en el comercial.

## En la Fase de Influencia, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

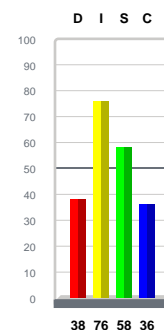
- Contar la historia completa y perder oportunidades de cierre.
- Confiar demasiado en la amistad para realizar la venta.
- Olvidar solicitar a los clientes satisfechos ayuda para obtener nuevos clientes o pedir cartas positivas que demuestren su satisfacción.
- Contar única y principalmente con sus habilidades persuasivas / orales para convencer al comprador o saltarse totalmente la Fase de Influencia.

**Cierre:** La fase final del Modelo de Comportamiento de Venta. Esta fase solicita al cliente que compre, atienda a las objeciones, se encargue de las negociaciones necesarias y finalice la transacción a satisfacción de ambos.

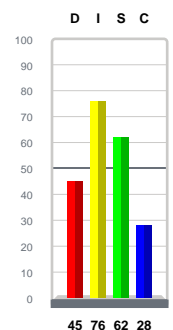
## En la Fase de Cierre, Jon PUEDE tener TENDENCIA a:

- Hacer que se planteen objeciones si comienza a alabar en exceso el producto. Sin embargo, agradecerá las objeciones y las responderá lo mejor que pueda.
- Prometer más de lo que posiblemente pueda dar para cerrar una venta. Realmente intenta dar lo que dice pero tiene dificultades para encontrar el momento de cumplir sus promesas. Su optimismo siempre le hará creer que puede mantener cualquier promesa.
- Ser positivo y directo con las preguntas de cierre. En concreto, será amistoso y persistente cuando intente cerrar la venta.
- Estar más preocupado por la popularidad que por los resultados tangibles si la popularidad es recompensada.

Estilo Adaptado



Estilo Natural



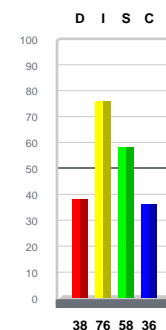


## VALOR QUE APORTA A LA ORGANIZACIÓN

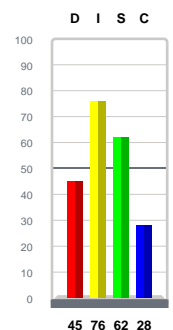
*Esta sección del informe identifica las habilidades y comportamientos específicos que Jon aporta a su trabajo. Al observar estas declaraciones se puede identificar cuál es el papel que juega en la organización. Identificando las habilidades de Jon, la organización puede desarrollar un sistema para capitalizar su valor en la empresa, haciéndole formar parte integral del equipo.*

- Está orientado a las personas.
- Alcanza los objetivos a través del equipo.
- Se centra en sus propias ideas.
- Es optimista y entusiasta.
- Está orientado a resultados.
- Se guía más por su intuición que por la tradición, genera nuevas ideas para la solución de problemas.
- Negocia los conflictos.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





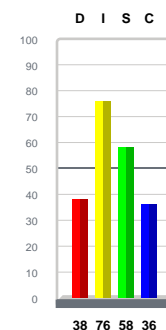
## PUNTOS A TENER EN CUENTA EN LA COMUNICACIÓN

La mayoría de las personas saben la forma en la que prefieren que los demás se comuniquen con ellos. Muchos encuentran esta sección muy certera e importante para mejorar la comunicación interpersonal. Esta sección proporciona a otras personas una lista de cosas QUE HACER al comunicarse con Jon. Lea cada declaración o frase e identifique las 3 ó 4 que sean más importantes para Jon. Recomendamos resaltar las declaraciones más importantes, hacer una lista con ellas y dárselas a las personas que se comunican con Jon más frecuentemente.

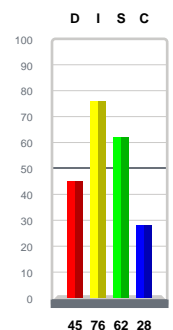
### Procure:

- Equilibrar lo objetivo y lo subjetivo.
- Clarificar cualquier parámetro por escrito.
- Preguntar su opinión e ideas con respecto a los demás.
- Ofrecerle "incentivos" inmediatos por su deseo de asumir riesgos.
- Aportar ideas para llevar a cabo la acción.
- Leer su lenguaje corporal para saber si hay aprobación, o no.
- Hacer referencia a los beneficios o a la valoración que obtendrá.
- Contestar "SI o NO", pero nunca "quizá" .
- Aportar testimonios de gente que él considera importantes.
- Usar un discurso motivador cuando sea apropiado.
- Hablar sobre sus aspiraciones y las opiniones que encuentra estimulantes.
- Generar un ambiente cálido y amistoso.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





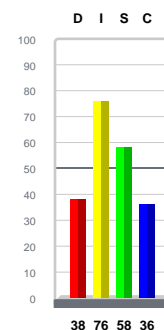
## PUNTOS A TENER EN CUENTA *Continuación*

*En esta sección del informe se da una lista de cosas que NO se deben hacer al comunicarse con Jon. Revise cada declaración con Jon, e identifique aquellos métodos de comunicación que producen frustración o reducen el rendimiento. Al compartir esta información, ambas partes podrán negociar un estilo de comunicación en el que ambos estén de acuerdo.*

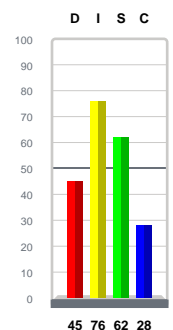
### Procure NO:

- Ser condescendiente.
- Ser brusco, frío o extremadamente callado.
- Perder el tiempo "soñando" juntos.
- Bromear mucho o atenerse demasiado a la agenda y al horario.
- Dejarse dominar por su locuacidad.
- Centrarse en los datos, las cifras y las abstracciones.
- Ser dogmático.
- Hablar sin sentido.
- Dejar las decisiones "en el aire".
- Ordenar o suavizar, no controle excesivamente la conversación.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





## CONSEJOS PRÁCTICOS PARA VENDER

Esta sección ofrece sugerencias sobre los métodos que pueden mejorar la comunicación de Jon cuando tiene que vender a clientes de diferentes estilos. Incluye una breve descripción de los tipos de personas más corrientes con los que tendrá que interactuar. Adaptándose al estilo de comunicación que desean los demás, Jon será más efectivo en sus comunicaciones. Quizá tenga que desarrollar cierta flexibilidad a la hora de variar su propio estilo de comunicación para adaptarse a los demás. Esta flexibilidad y la habilidad para interpretar las necesidades de los demás, marca la diferencia de los buenos vendedores.

### Cuando venda a una persona que se caracteriza por ser dependiente, pulcra, conservadora, perfeccionista y cuidadosa:

- Prepare la presentación con antelación.
- Vaya directamente al asunto. Aporte datos que apoyen la presentación.
- Sea preciso y realista, no exagere.

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Ser excesivamente rápido, despreocupado, informal y hablar demasiado alto.
- Perder el tiempo con charlas inútiles.
- Ser desorganizado o confuso.

### Cuando venda a una persona que se caracteriza por ser ambiciosa, enérgica, decidida, resuelta, independiente y orientada a objetivos:

- Sea claro, específico, breve y concreto.
- Vaya directamente al asunto. Haga una presentación efectiva.
- Prepárese con material de apoyo que esté correctamente organizado.

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Hablar de cosas poco relevantes.
- Dejar los temas "en el aire" o poco claros.
- Parecer desorganizado.

### Cuando venda a una persona que se caracteriza por ser paciente, predecible, formal, constante, tranquila y modesta:

- Empiece con un comentario personal que rompa el hielo.
- Preséntese de una forma tranquila, no agresiva, y de forma lógica.
- Gánese su confianza. Ofrezca productos que ya han sido probados.

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Precipitarse para entrar en seguida en el asunto.
- Ser dominante o exigente.
- Forzarles a responder de forma rápida a las preguntas.

### Cuando venda a una persona que se caracteriza por ser carismática, entusiasta, amigable, expresiva y diplomática:

- Genere un ambiente cálido y amigable.
- No entre en demasiados detalles, a menos que se los pidan.
- Aporte testimonios de personas que ellos consideren importantes.

#### Factores que crearán tensión o insatisfacción:

- Ser cortante, frío o reservado.
- Controlar la conversación.
- Centrarse en hechos, datos, alternativas o abstracciones.



# PERCEPCIONES

## "Véase como le ven los demás"

La conducta y los sentimientos de una persona se transmiten rápidamente a los demás. Esta sección proporciona información adicional sobre la percepción que Jon tiene sobre sí mismo y sobre como, bajo ciertas condiciones, otros le pueden percibir. Comprender esta sección ayudará a Jon a proyectar la imagen que le permita controlar la situación.

### PERCEPCIÓN DE SÍ MISMO

Jon generalmente se ve a sí mismo como:

- Entusiasta
- Encantador
- Persuasivo
- Extrovertido
- Inspirador
- Optimista

### PERCEPCIÓN DE LOS DEMÁS - Moderado

Bajo una moderada presión, tensión, estrés o fatiga, los demás pueden verle como:

- Vanidoso
- Optimista en exceso
- Locuaz
- Irrealista

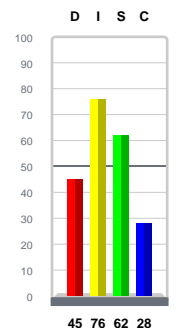
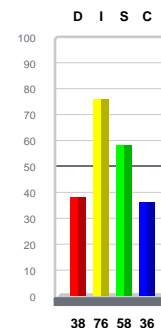
### PERCEPCIÓN DE LOS DEMÁS - Extremo

Bajo una extrema presión, estrés o fatiga, los demás pueden verle como:

- Excesivamente confiado
- No Escucha
- Hablador
- Protagonista

Estilo Adaptado

Estilo Natural





# LA AUSENCIA DE UN FACTOR DE COMPORTAMIENTO

*La ausencia de un factor de comportamiento puede ayudar a identificar más fácilmente qué tipo de situaciones podrían causar tensión o estrés en las personas. Gracias a las investigaciones que se han realizado, somos capaces de evitar o minimizar este tipo de circunstancias. Al comprender cómo influye un factor de comportamiento bajo, podemos determinar mejor los talentos que tiene una persona y crear un ambiente en el que la gente sea más efectiva.*

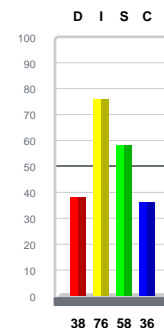
## Situaciones o circunstancias que se deben evitar o aspectos que se necesitan en el entorno para minimizar el estrés en cuestiones de comportamiento.

- Evite situaciones que requieran de mucha diplomacia, pues esto le puede causar estrés.
- Evite trabajar en lugares o ambientes donde la toma de riesgos no sea algo bien visto.
- Evite situaciones donde haya que administrar proyectos muy pequeños.

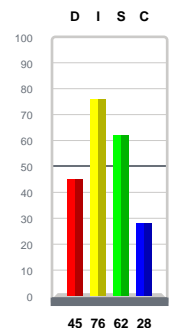
## Hay que comprender que la necesidad de adaptarse es muchas veces inevitable, es por ello que ofrecemos a continuación unos consejos sobre cómo pueden adaptarse ciertos perfiles.

- El deseo de ser visto como una persona única puede ir en detrimento del resultado que quiere obtener.
- Romper las reglas que deben seguir los demás será visto como azaroso y temerario.
- Las interacciones extremadamente formales y estructuradas pueden causarle estrés.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





## DESCRIPTORES

Basado en las respuestas de Jon, el Informe ha marcado aquellas palabras que describen su estilo de comportamiento. Describen cómo resuelve problemas y enfrenta desafíos, influencia a personas, responde al ritmo del ambiente y cómo responde a las reglas y procedimientos impuestos por otros.

Impulsor	Inspirador	Relajado	Cauteloso
Ambicioso	Carismático	Pasivo	Cuidadoso
Pionero	Entusiasta	Paciente	Riguroso
Voluntarioso	Persuasivo	Posesivo	Sistemático
Decidido	Convincente	Predecible	Exacto
Competitivo	Equilibrado	Consistente	Abierto
Determinado	Optimista	Equilibrado	Objetivo
Atrevido	Confiado	Estable	Diplomático
<b>Dominancia</b>	<b>Influencia</b>	<b>Estabilidad</b>	<b>Conformidad</b>
Calculador	Reflexivo	Movible	Firme
Cooperador	Electivo	Activo	Independiente
Indeciso	Calculador	Inquieto	Voluntarioso
Cauteloso	Escéptico	Impaciente	Obstinado
Agradable	Lógico	Orientado a la presión	No sistemático
Modesto	Suspicaaz	Ansioso	Desinhibido
Pacífico	Práctico	Flexible	Arbitrario
Recatado	Incisivo	Impulsivo	Inflexible





# ESTILO DE VENTA NATURAL Y ADAPTADO

El estilo natural de venta de Jon al tratar con problemas, personas, acontecimientos y procedimientos puede que no siempre encaje con el entorno de ventas en el que se encuentra. Esta sección es muy importante, ya que identificará si el estilo natural o adaptado como vendedor es correcto para el actual entorno de ventas.

## PROBLEMAS - DESAFÍOS

### Natural

Jon es algo conservador en su forma de resolver problemas, y generalmente, no fuerza a sus clientes potenciales a tomar de forma rápida las decisiones que comportan un riesgo elevado. Aceptará los retos, calculando bastante su respuesta. Será muy cooperador por naturaleza e intentará evitar la confrontación, ya que quiere que los demás le perciban como un vendedor con el que es fácil trabajar.

### Adaptado

Jon no ve la necesidad de cambiar su estilo natural de venta, ya que éste está relacionado con la solución de problemas y la asunción de retos.

## PERSONAS - CONTACTOS

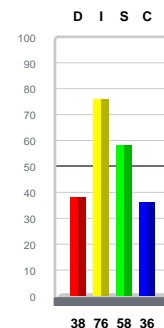
### Natural

A Jon le entusiasma su habilidad para influenciar a los demás. Prefiere un ambiente en el que tenga la oportunidad de tratar con personas de diferentes estilos. Confía en los demás y quiere que los demás también confíen en él.

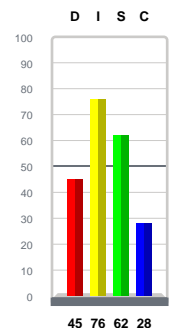
### Adaptado

Jon no ve la necesidad de cambiar su enfoque para persuadir a los demás. Cree que el entorno necesita justamente su estilo natural.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





# ESTILO DE VENTA NATURAL Y ADAPTADO Continuación



## RITMO - CONSTANCIA

### Natural

Jon disfruta en un entorno de ventas que necesite un enfoque coherente. Cambiará el enfoque si la nueva dirección es significativa y es consecuente con las experiencias pasadas. Disfruta vendiendo productos de calidad que considera seguros y fiables.

### Adaptado

Jon cree que el entorno de ventas no requiere que cambie su forma de gestionar el nivel de actividad ni su consistencia.

## PROCEDIMIENTOS - NORMAS

### Natural

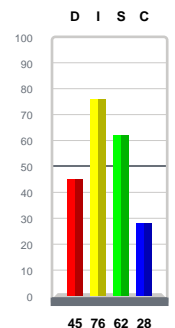
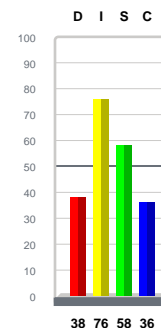
Jon es independiente por naturaleza, y su estilo de ventas muestra su deseo de vender los resultados que puede ofrecer, en vez de aportar todos los detalles para apoyar su posición. Si cree que las normas y los procedimientos son muy restrictivos intentará cambiarlos de una forma activa.

### Adaptado

La diferencia entre el estilo natural y el estilo adaptado de Jon no es significativo y no ve la necesidad de cambiar en este aspecto.

Estilo Adaptado

Estilo Natural



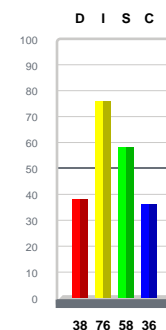


## ESTILO DE TRABAJO ADAPTADO

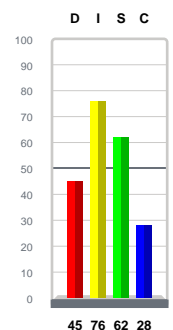
*Jon ve que su actual entorno de trabajo requiere que demuestre el comportamiento que se expresa más abajo. Si las declaraciones siguientes NO LE PARECE que encajan con el trabajo requerido, averigüe por qué Jon está adaptando su comportamiento.*

- Utilizar sus habilidades sociales para abordar a nuevos clientes.
- Realizar una presentación con su estilo particular.
- Utilizar habilidades de persuasión.
- Mostrar una dedicación firme y estricta para llevar a cabo los proyectos de ventas.
- Reunirse con los clientes tanto formal como informalmente.
- Generar entusiasmo en los demás.
- Independencia al abordar a los clientes.
- Buscar los retos que presenta la competencia.
- Hablar de manera fluida y emotiva con los clientes.
- No tener miedo a extralimitarse en la autoridad para realizar una venta.
- Compartir su opinión personal con los clientes.

Estilo Adaptado



Estilo Natural





## LADRONES DEL TIEMPO

*Esta sección del informe se ha diseñado para identificar aquellos ladrones del tiempo que pueden incidir negativamente en la efectividad de la persona. Para cada ladrón del tiempo, se indican las posibles causas y se sugieren posibles soluciones. Éstas pueden servir de base para crear un plan de acción efectivo que permita mejorar la gestión del TIEMPO y el DESEMPEÑO.*

### UN SISTEMA DE ARCHIVO POBRE

*Un sistema de archivo es pobre cuando no tiene un método de agrupación de la documentación y/o información preestablecido. Es aquel sistema que usted entiende, pero que nadie más entiende ni puede utilizar cuando necesita recuperar alguna información y/o documentación de su archivo.*

#### POSIBLES CAUSAS:

- No tener establecido un sistema de agrupación de la documentación
- Clasificar por impulsos

#### POSIBLES SOLUCIONES:

- Establezca un sistema de clasificación que usted y los demás puedan utilizar fácilmente
- Asigne a alguien que le ayude a establecer un sistema de archivo
- Utilice índices de referencias cruzadas
- Informatice la información

### DISTRAERSE

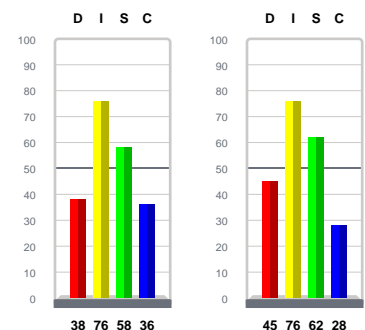
*Distraerse consiste en centrar los pensamientos en cosas y/o ideas que poco tienen que ver con el trabajo o la tarea que se tiene entre manos. Consiste en pararse a pensar sobre el pasado o el futuro durante periodos largos de tiempo.*

#### POSIBLES CAUSAS:

- Ser creativo y estar siempre pensando en nuevas ideas
- Sentirse más estimulado por el futuro que por el aquí y el ahora
- Traer los problemas personales al trabajo
- Considerar que el trabajo es aburrido y poco estimulante
- Estresarse al trabajar en tareas, actividades y/o proyectos demasiado largos

Estilo Adaptado

Estilo Natural





## LADRONES DEL TIEMPO *Continuación*

- Centrarse en experiencias placenteras pasadas como sistema para afrontar la rutina y el estrés

### POSIBLES SOLUCIONES:

- Aprenda a identificar las señales no verbales que indican cansancio y actúe en consecuencia
- Cambie las rutinas
- Recuérdese con frecuencia que preocuparse constantemente por los problemas personales interfiere en su productividad
- Establezca objetivos y actividades

## ALMUERZOS LARGOS

*Los almuerzos largos son aquellos que van más allá del tiempo que se considera normal para comer. Podrían mantenerse dentro de un periodo de tiempo determinado, pero no se hace.*

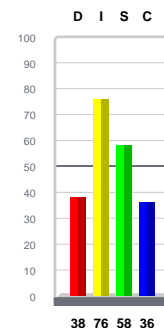
### POSIBLES CAUSAS:

- Involucrarse en la emoción de la conversación y olvidarse de la hora
- Creer que los almuerzos largos son una oportunidad para el networking
- Preferir hacer negocios en un entorno social poco amenazador
- Utilizar los almuerzos largos como sistema para evitar las tareas desagradables, a determinadas personas o el entorno de trabajo

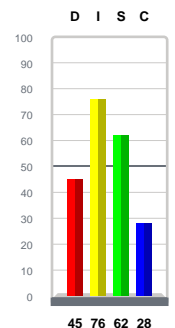
### POSIBLES SOLUCIONES:

- Asigne un tiempo determinado para el almuerzo y CÚMPLALO
- Tenga las reuniones en la oficina
- Programe reuniones o actividades después de los almuerzos
- Haga almuerzos de trabajo

Estilo Adaptado



Estilo Natural





## LADRONES DEL TIEMPO *Continuación*

### QUERER INVOLUCRARSE EN EXCESO

*Querer involucrarse en exceso hace referencia a querer implicarse más allá de las interacciones propias del trabajo, hasta el punto de interferir en el trabajo. También hace referencia a socializar en exceso, yendo más allá de la amabilidad propia del entorno profesional.*

#### POSIBLES CAUSAS:

- Tener muchos intereses
- Querer ser visto como uno más de la pandilla
- Necesitar la aprobación y alabanzas de los demás

#### POSIBLES SOLUCIONES:

- Reconozca sus limitaciones de tiempo
- Sea selectivo con las actividades en las que se involucra
- Controle el nivel de energía
- Tenga presente sus prioridades personales y profesionales

### POLÍTICA DE PUERTAS ABIERTAS

*Una política de puertas abiertas en este contexto hace referencia a permitir el acceso ilimitado y sin control a cualquier persona que tenga interés en verle.*

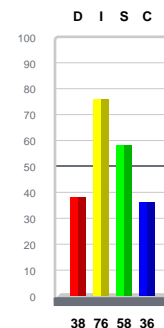
#### POSIBLES CAUSAS:

- Querer que le consideren una persona accesible y que da apoyo
- Querer la interacción social de la gente que "se deja caer por allí"
- Tener dificultades para decir "no"
- Utilizar las interrupciones de la gente como sistema para o justificar los retrasos

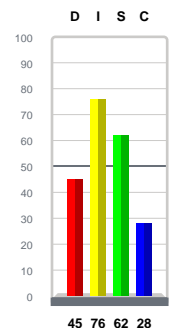
#### POSIBLES SOLUCIONES:

- Establezca periodos de tiempo para "cerrar su puerta" y trabajar en proyectos
- Establezca periodos de tiempo para interactuar con sus compañeros
- Aprenda a priorizar actividades y a decir "no" a todo lo que no esté relacionado con dichas prioridades

Estilo Adaptado



Estilo Natural





## LADRONES DEL TIEMPO *Continuación*

- Sitúe su mesa de despacho de forma que no puedan verle los que pasan por ahí
- Evite el contacto ocular con las personas que pasan cerca de su despacho o su mesa

## PROCRASTINACIÓN/DILACIÓN

*La procrastinación/dilación es la tendencia a retrasar la acción. También puede ser la incapacidad para empezar a actuar cuando es necesario.*

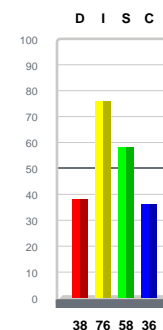
### POSIBLES CAUSAS:

- No están establecidas las prioridades
- No se ven las tareas y/o proyectos con claridad
- Estar sobresaturado o abrumado con los compromisos
- Confiar en que el tiempo resolverá o eliminará el problema
- El miedo al fracaso o a la equivocación

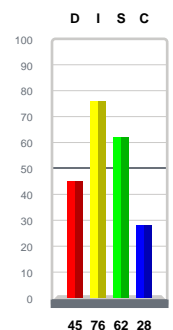
### POSIBLES SOLUCIONES:

- Establezca objetivos y prioridades
- Desglose los grandes proyectos en tareas o pasos más pequeños y haga uno tras otro
- Comprométase a seguir las prioridades establecidas
- Piense y tenga en cuenta las consecuencias de no realizar una actividad
- Recuérdese con frecuencia que si actúa, evitará el estrés que supone dejar las cosas para el último momento

Estilo Adaptado



Estilo Natural





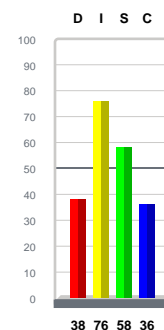
## ÁREAS DE MEJORA

En este área se incluye una lista de posibles limitaciones que no tienen relación con un trabajo específico. Revise la lista con Jon y tache o pase por alto aquellas afirmaciones que no se ajusten al caso. Resalte 3 ó 4 limitaciones que obstaculicen el buen desempeño profesional y elabore un plan de acción para eliminar o reducir estos obstáculos.

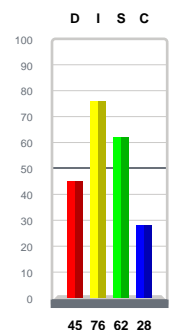
### Jon muestra una tendencia a:

- Necesitar más objetividad y hablar un poco más despacio.
- Ser tan entusiasta, que puede ser percibido como superficial.
- Desagradarle los informes de visita, etc.
- Regalar productos o servicios para mantener al cliente contento.
- Estar más preocupado por la popularidad que por los resultados de venta.
- No responder de forma completa a las objeciones o irse "por las ramas".
- No tener todos los catálogos ni el material de apoyo a la venta necesario.

Estilo Adaptado



Estilo Natural



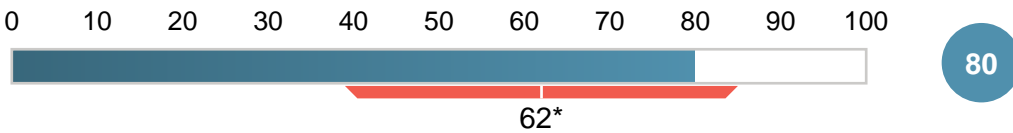




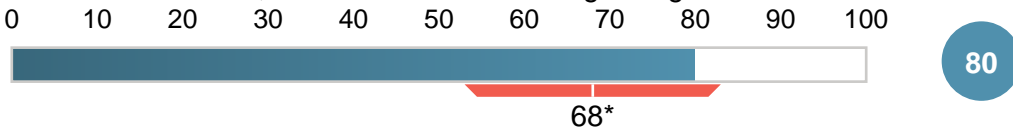
# JERARQUÍA DE LA CONDUCTA

La conducta perceptible y las emociones correspondientes contribuyen a su éxito en el trabajo. Cuando se vinculan al trabajo, juegan un papel muy importante en la mejora del rendimiento. La lista que encontrará a continuación clasifica sus rasgos de conducta desde el más fuerte al más débil.

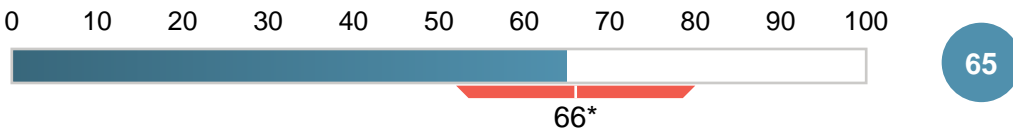
**1. INTERACCIÓN FRECUENTE CON OTROS** - Se enfrenta a múltiples y continuas interrupciones y siempre mantiene el trato cordial con los demás.



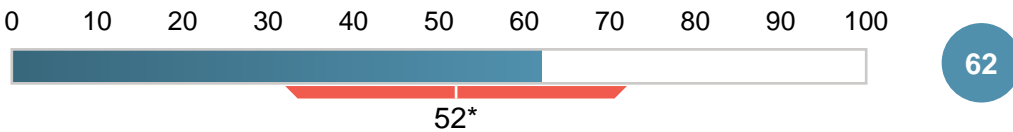
**2. CENTRADO EN LAS PERSONAS** - Emplea gran cantidad de tiempo trabajando de forma exitosa con una amplia gama de gente de diferentes entornos, alcanzando beneficios "ganar-ganar".



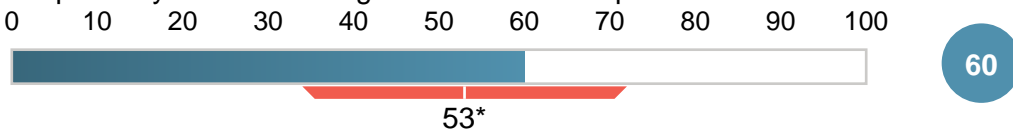
**3. RELACIONES CON EL CLIENTE** - Deseo de transmitir interés sincero en sus clientes.



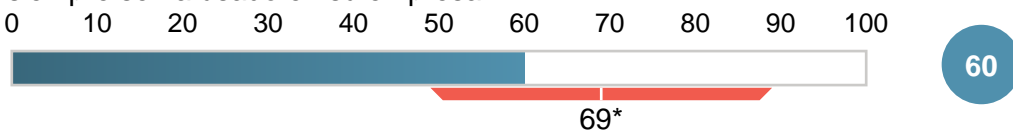
**4. CAMBIO FRECUENTE** - Cambia de tarea con facilidad o le piden que deje tareas sin finalizar para realizar una nueva sin ninguna dificultad.



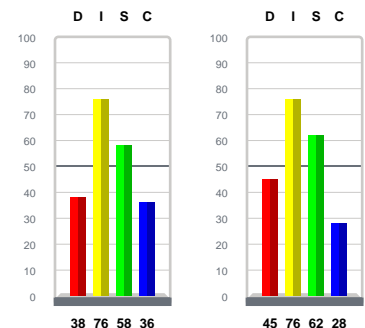
**5. VERSATILIDAD** - Reune multitud de talentos y el deseo de adaptarlos y cambiarlos según las tareas lo requieran.



**6. POLÍTICA DE SEGUIMIENTO** - Sigue estrictamente la política de empresa o, en el caso de no tener política, el modus operandi que siempre se ha usado en su empresa.



Estilo Adaptado      Estilo Natural

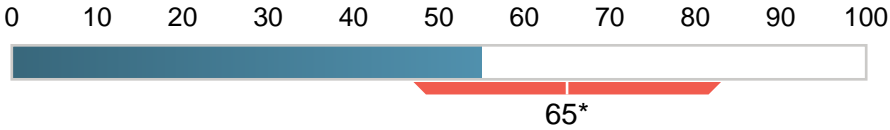


\* El 68% de la población se encuentra en el área sombreada.



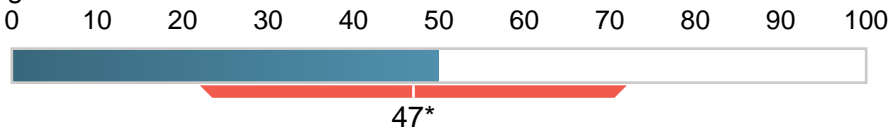
# JERARQUÍA DE LA CONDUCTA

**7. CONSISTENCIA** - Capacidad de realizar el trabajo siempre de la misma manera.



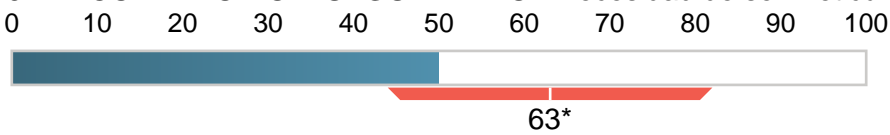
55

**8. COMPETITIVIDAD** - Tenacidad, audacia, asertividad y "deseo de ganar" en todas la situaciones.



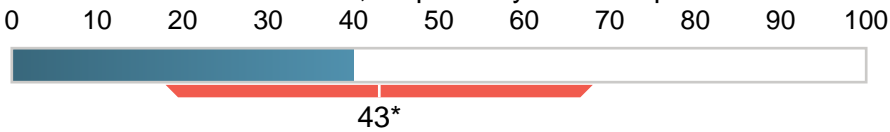
50

**9. RECORDATORIO Y SEGUIMIENTO** - Necesidad de ser meticuloso.



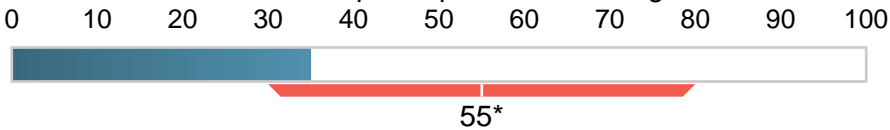
50

**10. URGENCIA** - Decisión, respuesta y acción rápida.



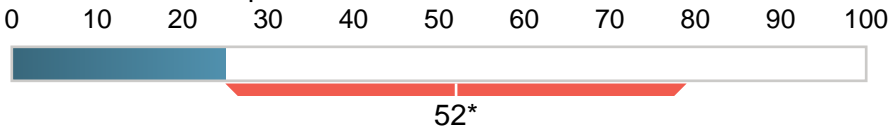
40

**11. ANÁLISIS DE DATOS** - La información se mantiene exacta y actualizada en el caso de que requiera de una segunda evaluación.



35

**12. LUGAR DE TRABAJO ORGANIZADO** - Sigue las técnicas y trámites correctos para alcanzar el éxito.

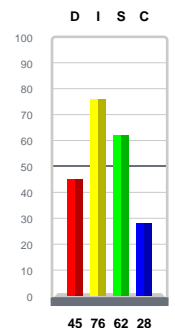
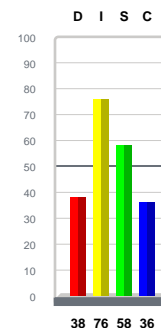


25



Estilo Adaptado

Estilo Natural



SIA: 38-76-58-36 (15) SIN: 45-76-62-28 (16)

\* El 68% de la población se encuentra en el área sombreada.

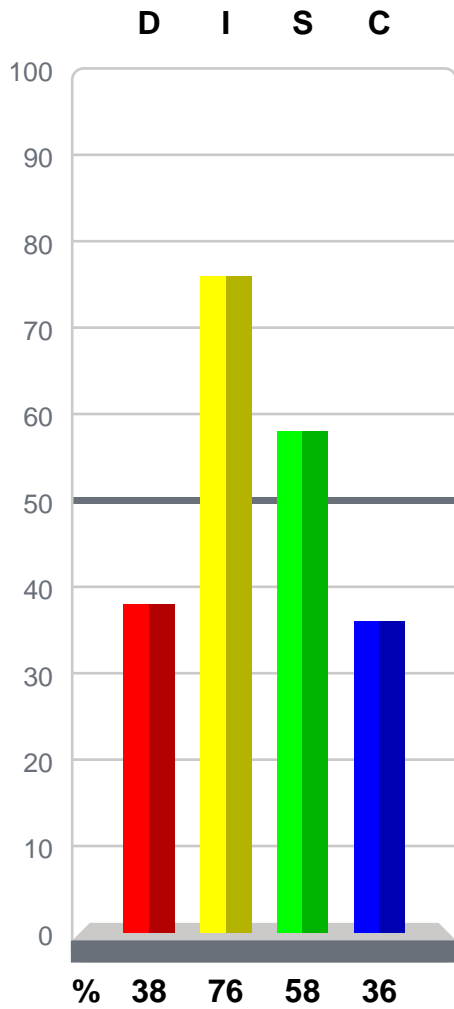


# GRÁFICOS DE ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

24/3/2017

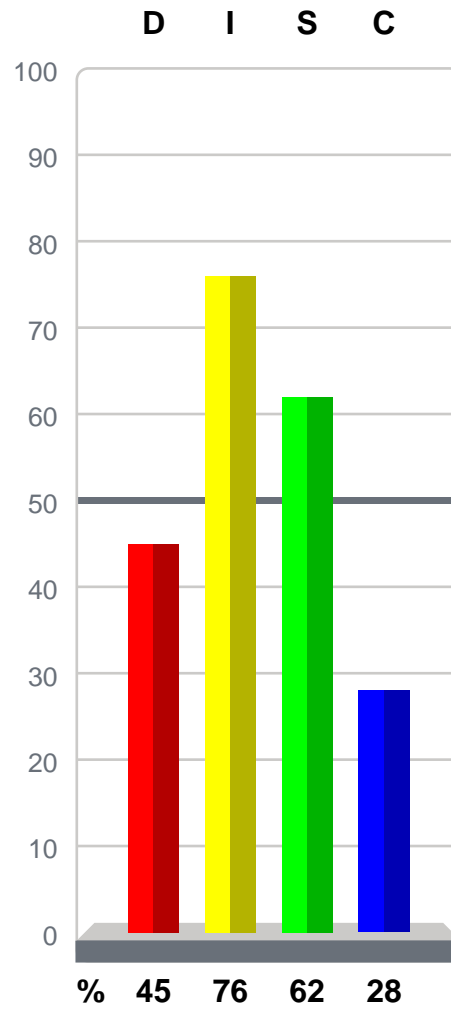
Estilo Adaptado

Gráfico I



Estilo Natural

Gráfico II



Norma 2015 R4



## RUEDA DE PERFILES PROFESIONALES

La Rueda de Perfiles Profesionales es una herramienta muy poderosa popularizada en Europa. Además del informe que ha recibido sobre su estilo de comportamiento, la Rueda añade una representación visual que le permite:

- Ver su estilo de comportamiento natural (círculo).
- Ver su estilo de comportamiento adaptado (estrella).
- Identificar el grado en el que está adaptando su comportamiento.
- Si completó el Análisis de Perfil de Puesto de Trabajo, ver la relación entre su comportamiento y las necesidades de su trabajo.

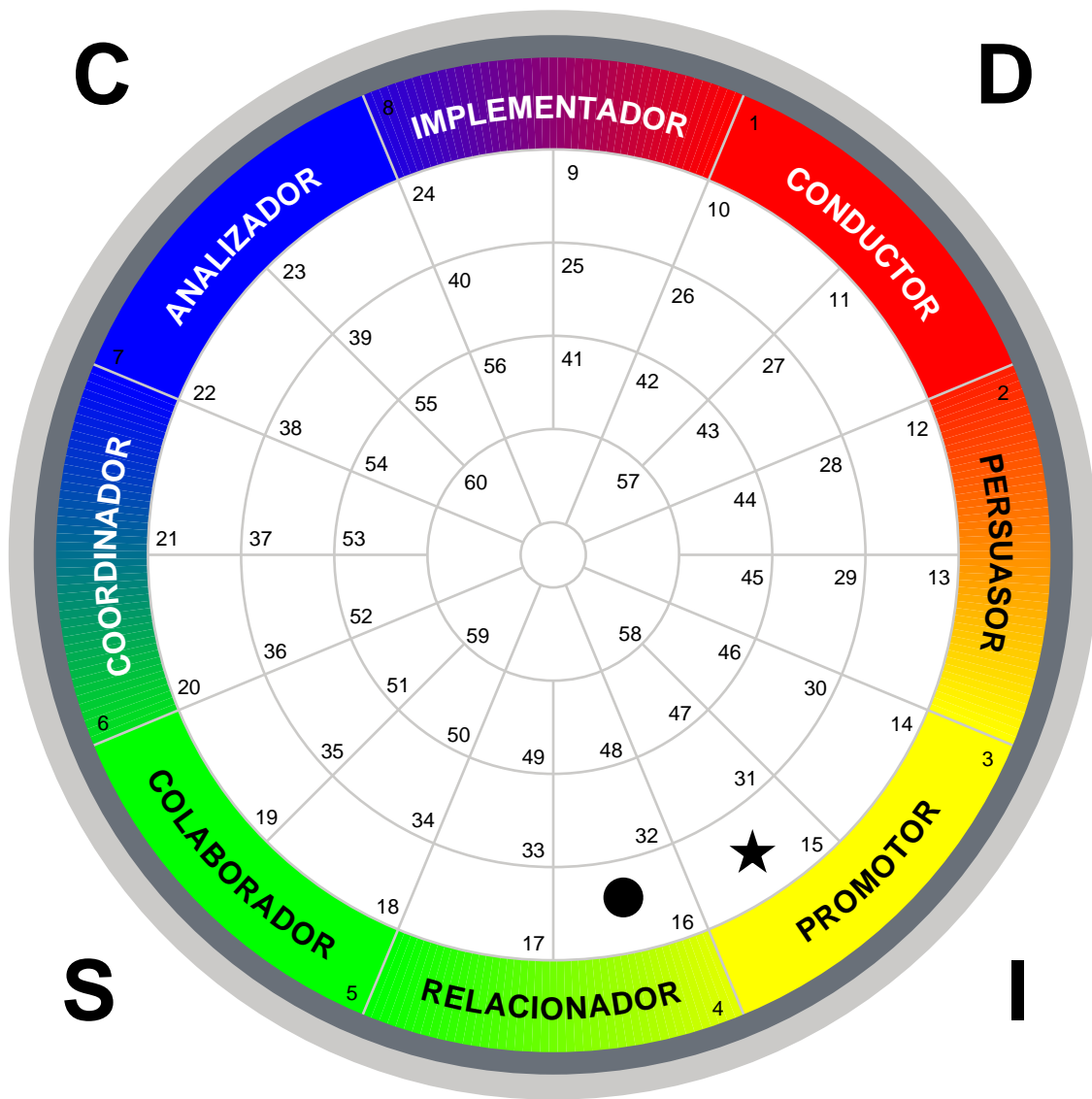
En la página siguiente su estilo Natural (círculo) y su estilo Adaptado (estrella) están ubicados en la Rueda. Si están ubicados en segmentos diferentes, entonces usted está adaptando su comportamiento. Cuanto más alejados estén estos puntos entre sí, mayor será la adaptación de comportamiento que usted está haciendo.

Si usted forma parte de un grupo o equipo que también realizó el análisis de comportamiento DISC, sería interesante reunirse, y usando la Rueda de cada persona elaborar una Rueda Maestra que contenga el estilo Natural y Adaptado de cada persona. Esto le permitirá ver rápidamente dónde puede haber conflicto. También podrá ser capaz de identificar si la comunicación y el entendimiento pueden incrementarse.



# RUEDA DE PERFILES PROFESIONALES

24/3/2017



Adaptado: ★ (15) PROMOTOR RELACIONADOR  
 Natural: ● (16) RELACIONADOR PROMOTOR

Norma 2015 R4

T: 17:52



# Entendiendo tus Fuerzas Impulsoras

Este informe se basa en los seis intereses o motivadores principales que rigen tu vida: Teórico, Utilitario, Estético, Social, Individualista y Tradicional. Te permitirá explicar, aclarar y entender la influencia que éstos ejercen en ti y cimentarte en tus fortalezas naturales. Este informe te ayudará a aprovechar tus propias fortalezas, las mismas que empleas en el trabajo y en tu vida personal. Aprenderás cómo cada una de las 12 fuerzas impulsoras enmarca tus perspectivas y entenderás qué te hace único.

Presta especial atención a tus principales fuerzas impulsoras ya que éstas son las que te hacen actuar. Al analizar las del siguiente nivel entenderás que éstas también tienden a ejercer influencia pero sólo en ciertas circunstancias. Finalmente al analizar las fuerzas impulsoras del nivel inferior confirmarás que te generan indiferencia o rechazo total.

Al revisar este informe entenderás mejor una de las áreas clave de la Science of Self™ y podrás:

Por favor ponga atención a sus cuatro principales impulsores, ya que resaltan lo que lo lleva a tomar acción de forma más marcada. Al examinar el siguiente nivel de los cuatro impulsores, reconocerá que puede estar fuertemente atraído por ellas pero solo en ciertas situaciones. Finalmente, cuando examine los últimos cuatro impulsores, identificará los diferentes niveles de indiferencia o una supresión total.

Una vez que hayas revisado este reporte, contarás con un mejor entendimiento de una de las áreas principales del concepto Science of Self y podrás:

- Entender el rol que las fuerzas impulsoras ejercen en tu carrera y en tu forma de relacionarte.
- Aplicar el conocimiento de tus fuerzas impulsoras en favor de tu forma de relacionarte y desempeño laboral.
- Entender más claramente tu propósito y sentido de dirección, lo que te conducirá a obtener mayor satisfacción en tu trabajo y en la vida.



## Características Generales

*Este informe, generado a partir de tus respuestas, te permitirá entender POR QUÉ HACES LO QUE HACES. Estas declaraciones indican la motivación que traes al trabajo, sin embargo podrías tener un conflicto yo-yo si dos de las fuerzas impulsoras se contraponen. Analiza esta sección para entender tus fuerzas impulsoras.*

Jon se llena de energía estableciendo un marco de actuación que le permita maximizar el tiempo y talento que aporta a un proyecto. Él considera que el retorno de la inversión en tiempo, talento y recursos son un benchmark para medir el éxito. Él se enfocará en crear procesos para garantizar la eficiencia que le permita avanzar. Él está buscando nuevos métodos y maneras de expandir sus oportunidades futuras. Jon busca nuevos métodos para mejorar aunque esté en mitad de un proceso. Si pudiera elegir, Jon escogería experimentar nuevas oportunidades. Él busca las oportunidades para ejercer el control de la situación. Lo impulsa formar un equipo que sea reconocido como ganador. Al tomar decisiones empresariales Jon trata de mantener sus emociones al margen. Él tendrá una lucha interna si la ayuda que pueda dar a los demás riñera con sus intereses personales. Él buscará el conocimiento en función a las necesidades del momento. Él puede buscar formas de generar experiencias positivas para los clientes.

Jon está predispuesto a maximizar las oportunidades para tener flexibilidad financiera. Considerando su naturaleza emprendedora, Jon es susceptible a la pérdida de tiempo, recursos y oportunidades. A Jon le gusta establecer su propio plan para guiar y dirigir sus acciones. Él reunirá elementos de diversos sistemas para implementarlos de acuerdo a sus necesidades. Jon desea crear una estrategia ganadora. A Jon lo impulsa el reconocimiento público. Él puede cuestionar el tiempo que ciertas personas invierten en ayudar a los demás. Él puede dar prioridad a sus responsabilidades laborales antes que brindar ayuda a los demás. Cuando Jon tiene un interés en particular será hábil para combinar su experiencia con sus nuevos conocimientos. Él puede creer que discutir sobre un problema puede llevar a una solución. Él puede enfocarse en la situación completa para asegurar interacciones gratificantes. Por momentos Jon buscará oportunidades para que las experiencias de los demás resulten agradables y armónicas.



## Características Generales

Jon tiende a preferir trabajar en un ambiente estéticamente agradable. Él buscará en diversas fuentes para obtener nuevas perspectivas. Él tiende a pensar que las personas deben aprender a hacer las cosas por sí mismas y no depender de los demás. Él busca alcanzar posiciones de liderazgo. Jon es creativo para interpretar sistemas y adoptará los aspectos de éstos que lo beneficien. Él siempre está buscando nuevas formas de realizar las tareas rutinarias. Él será creativo ante la escasez de recursos. Él se siente impulsado por una vasta lista de deseos y necesidades y trabajará arduamente para lograrlos.

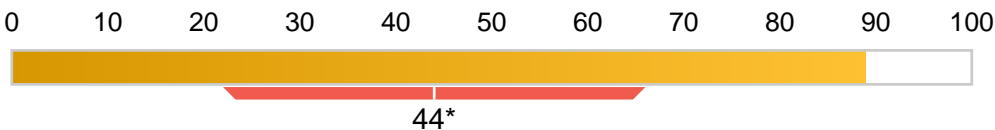




# Conjunto de Fuerzas Impulsoras Principales

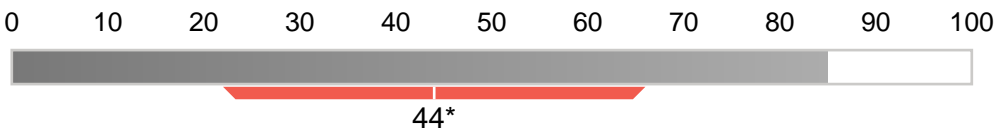
*Tus principales fuerzas impulsoras constituyen el conjunto de fuerzas prioritarias que te hacen actuar. Si las analizas en conjunto y no individualmente verás que puedes generar combinaciones que te distinguen con precisión. Cuanto más cercana sea la puntuación entre los impulsores de este grupo mejor puedes aprovechar esta relación. Piensa en el impulsor con el que más te identificas y luego evalúa cómo influyen los otros impulsores principales en la generación de la fuerza impulsora que te distingue.*

**1. Práctico** - Se sienten impulsados por los resultados prácticos, maximizan tanto la eficiencia como el retorno de su inversión en tiempo, talento, energía y recursos.



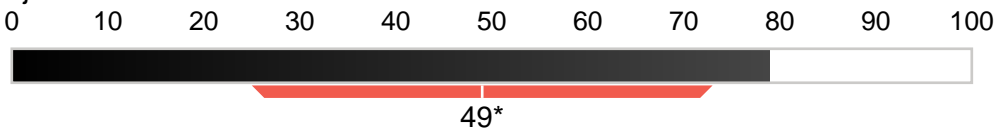
89

**2. Receptivo** - Se sienten impulsados por las nuevas ideas, métodos y oportunidades que no se circunscriban a un sistema de vida definido o establecido.



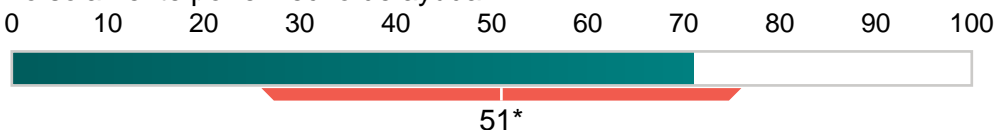
85

**3. Imperativo** - Se sienten impulsados por el estatus, el reconocimiento y por ejercer el control de su libertad.



79

**4. Intencional** - Se sienten impulsados a ayudar a otros en casos específicos y no solamente por el hecho de ayudar.



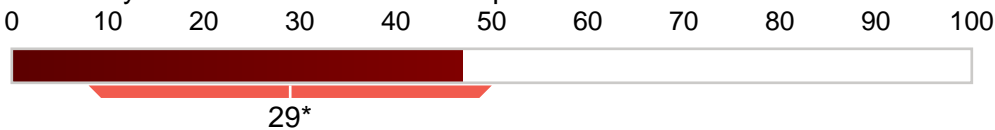
71



# Conjunto de Fuerzas Impulsoras Situacionales

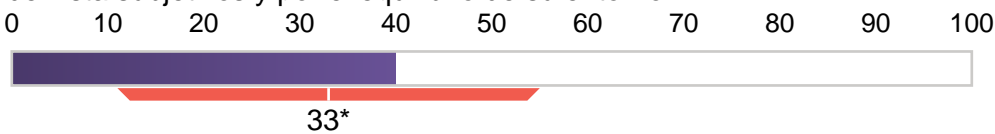
Tus fuerzas impulsoras intermedias constituyen un conjunto de impulsores que entran en juego situacionalmente. Aunque no son tan importantes como las principales pueden influenciarte en determinadas circunstancias.

**5. Instintivo** - Se sienten impulsados a recurrir a sus experiencias previas, su intuición y a buscar conocimientos específicos sólo cuando sea necesario.



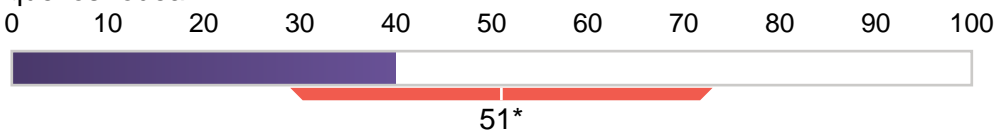
47

**6. Armonioso** - Se sienten impulsados por vivir la experiencia, por los puntos de vista subjetivos y por el equilibrio de su entorno.



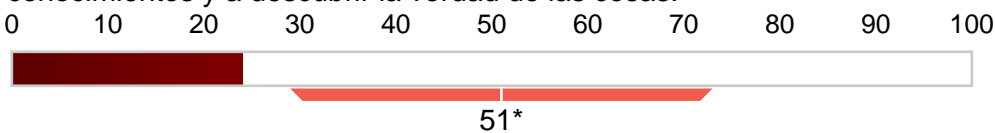
40

**7. Objetivo** - Se sienten impulsados por la funcionalidad y la objetividad de lo que los rodea.



40

**8. Intelectual** - Se sienten impulsados a aprender, a adquirir mayores conocimientos y a descubrir la verdad de las cosas.



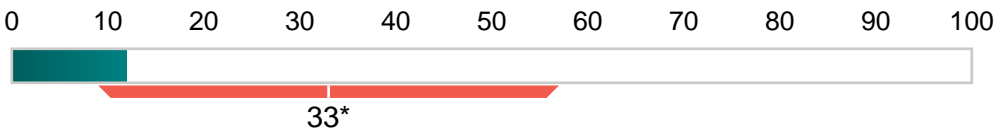
24



# Conjunto de Fuerzas Impulsoras Indiferentes

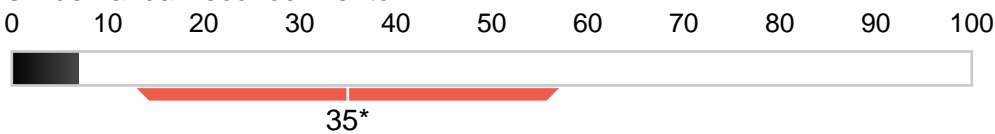
*Podrías sentirte indiferente hacia alguno o todos los impulsores de este grupo y podrían generar que sientas rechazo al interactuar con aquellas personas cuyas fuerzas impulsoras principales sean una o dos de éstas.*

**9. Altruista** - Se sienten impulsados por los beneficios que pueden generar a los demás.



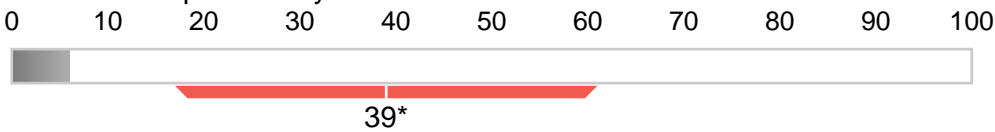
12

**10. Colaborador** - Se sienten impulsados por ejercer un rol de apoyo y ayuda sin demandar reconocimiento.



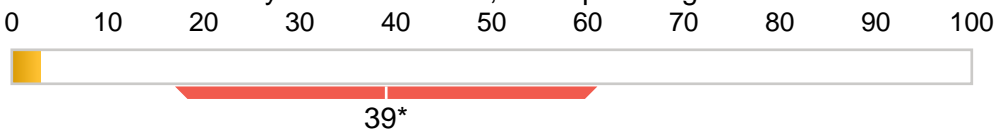
7

**11. Estructurado** - Se sienten impulsados por enfoques tradicionales, métodos comprobados y sistemas de vida definidos o establecidos.



6

**12. Desinteresado** - Se sienten impulsados a concluir lo que tienen que hacer, en aras del bien mayor o bien común, sin esperar algo a cambio.



0

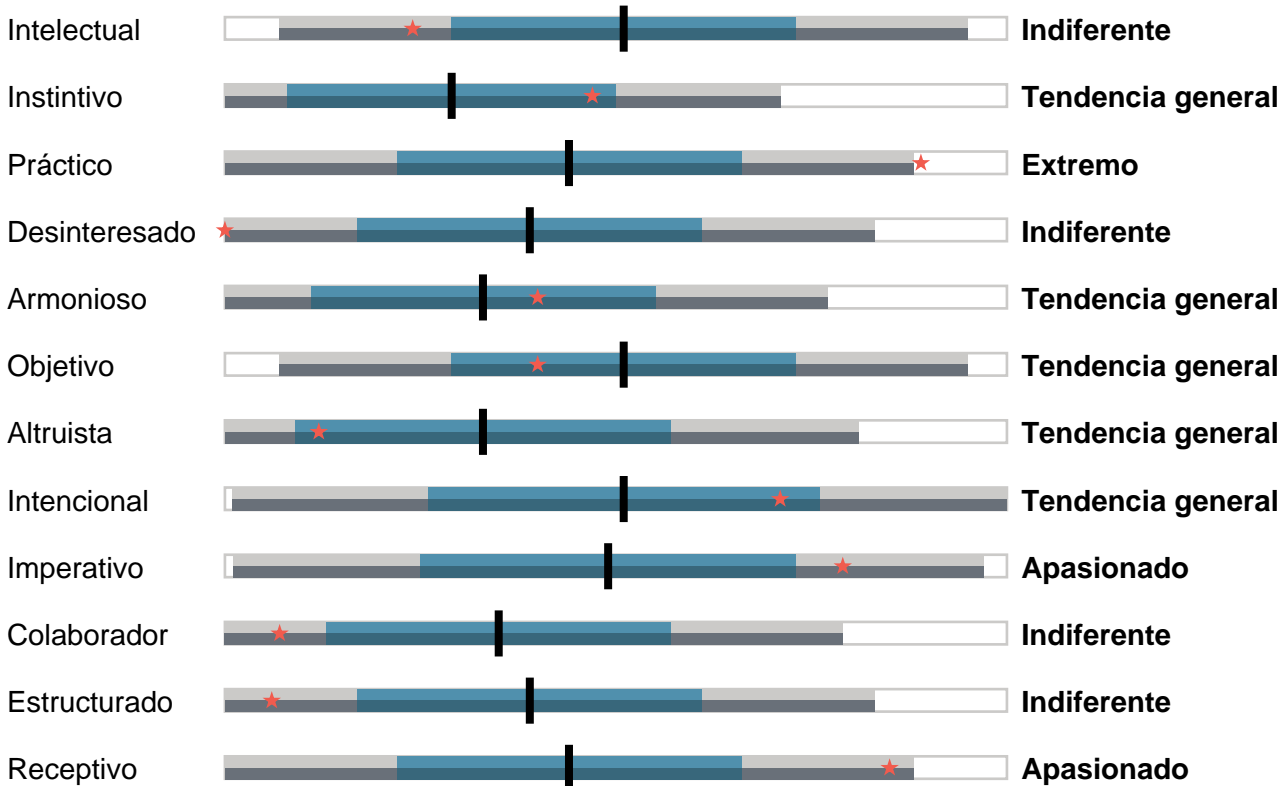


# Áreas de Conciencia

Durante muchos años habrás escuchado "diferentes estilos para diferentes personas", "a cada uno lo suyo" y "las personas hacen las cosas por sus propios motivos, no por los tuyos". Cuando estés rodeado de gente que tenga fuerzas impulsoras similares a las tuyas, sentirás que encajas con ellos y te sentirás lleno de energía; cuando estés con gente cuyas fuerzas impulsoras difieran de las tuyas, ocurrirá lo contrario, sentirás que estás fuera de lugar. Estas diferencias pueden generar estrés o conflictos.

Esta sección indica la intensidad de tus fuerzas impulsoras y lo que representa cada zona. Cuanto más alejado de la media te encuentres, hacia el lado derecha de la barra, más notoria será tu pasión hacia ese factor y cuanto más alejado de la media te encuentres, hacia el lado izquierdo de la barra, mayor será tu indiferencia o rechazo por este factor. La zona sombreada de cada motivador representa el rango en el cual se ubica el 68% de la población, con una desviación estándar sobre o debajo de la media poblacional.

## TABLA DE NORMAS Y COMPARACIONES - Norma 2015

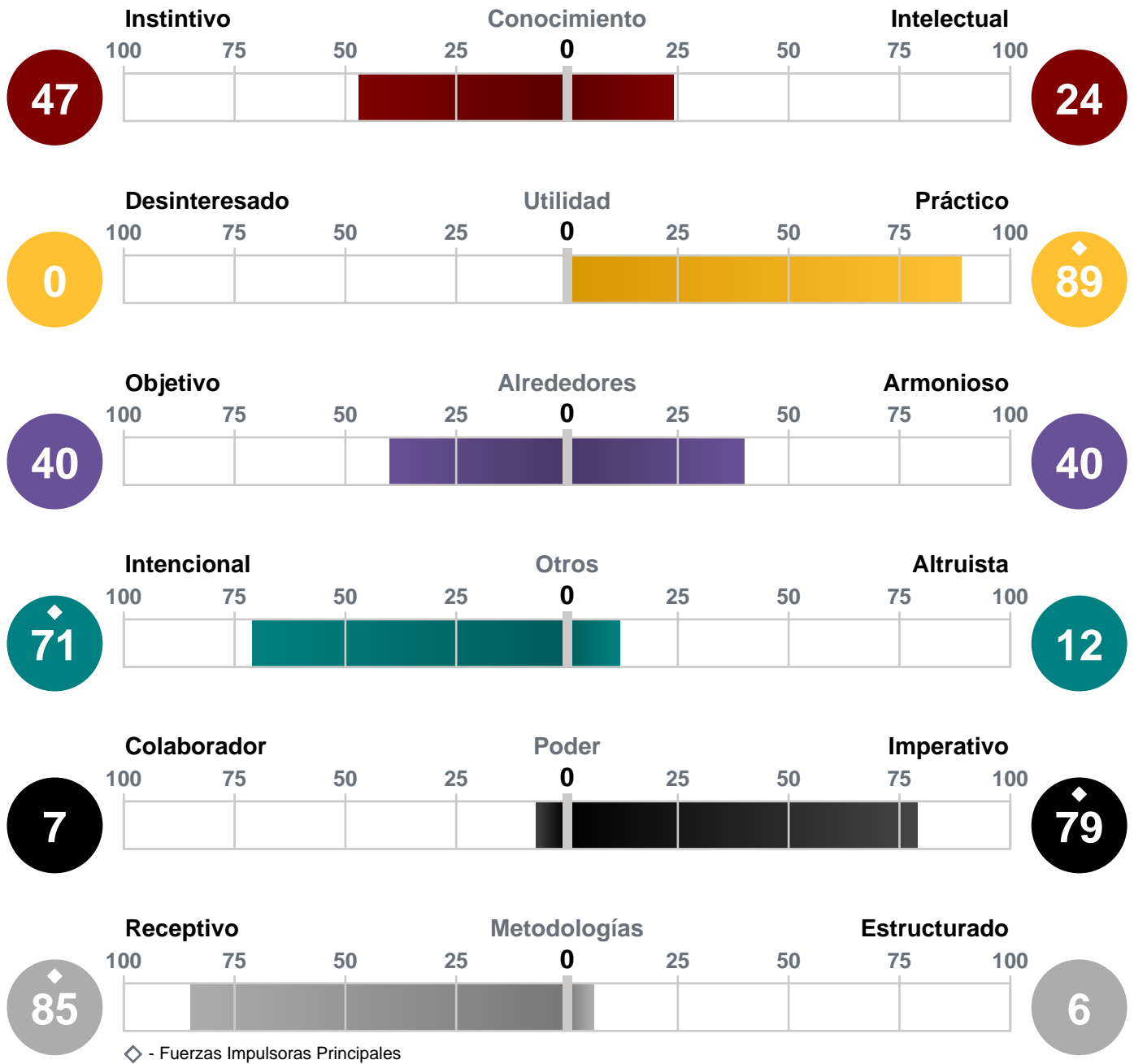


■ - 1a Desviación Estándar - \* El 68% de la población cae en la zona sombreada. | - media ★ - su puntuación  
 ■ - 2a Desviación Estándar  
 □ - 3a Desviación Estándar

**Tendencia general** - una desviación estándar de la media  
**Apasionado** - dos desviaciones estándar por encima de la media  
**Indiferente** - dos desviaciones estándar por debajo de la media  
**Extremo** - tres desviaciones estándar de la media

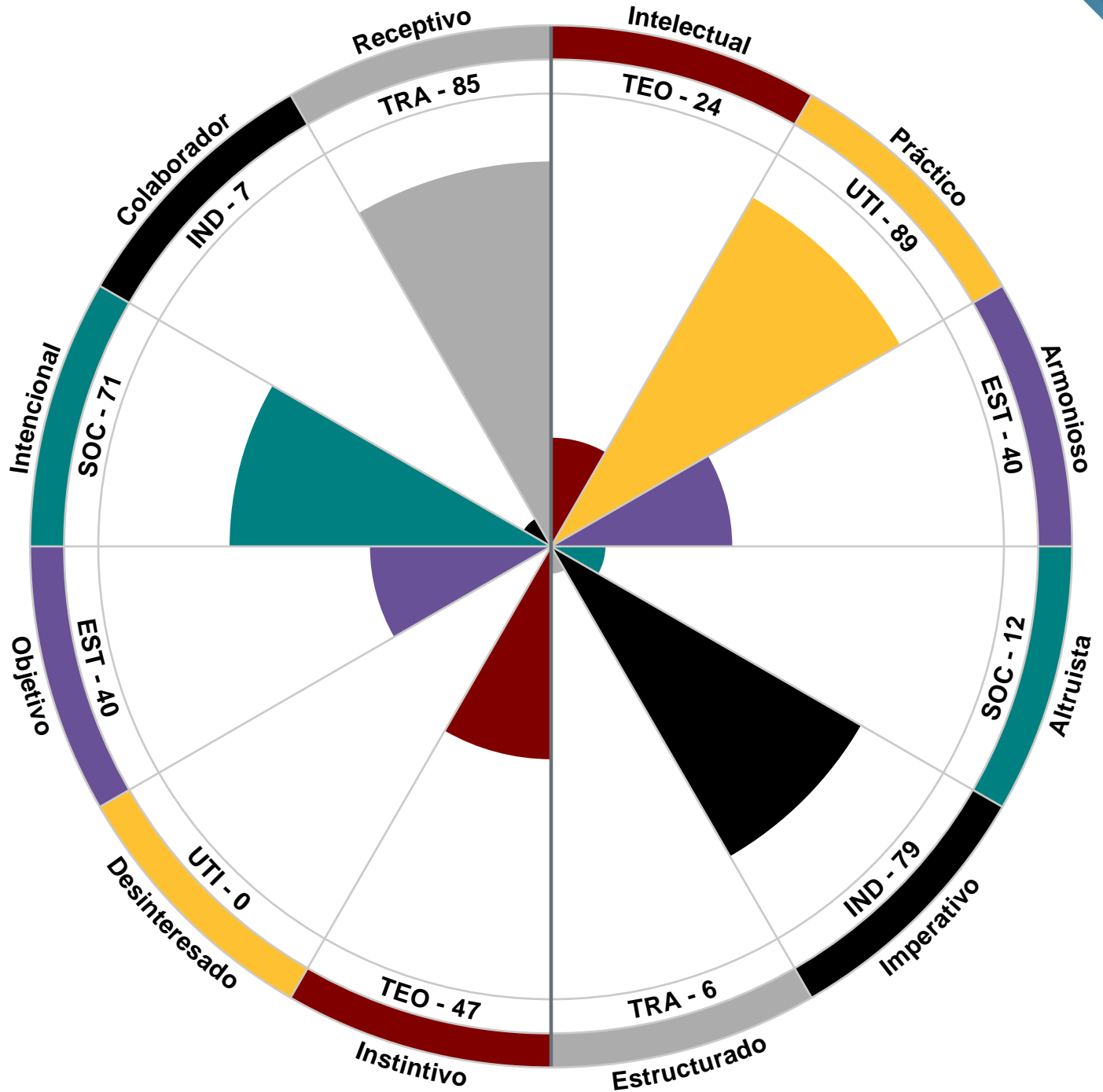


# Gráfica de las Fuerzas Impulsoras



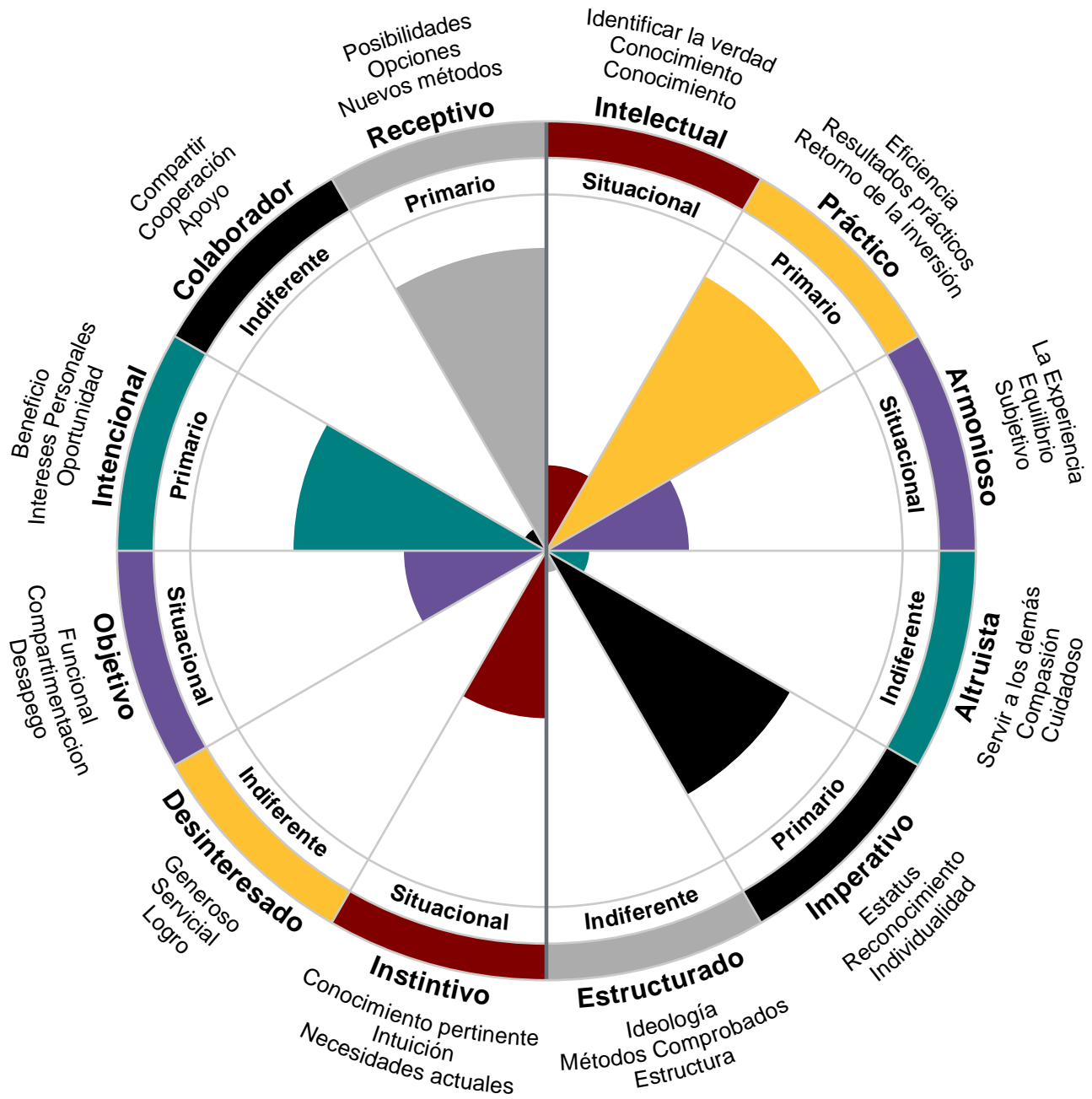


# Rueda de las Fuerzas Impulsoras





# Rueda de los Descriptores





# INTRODUCCIÓN

## La integración de sección de fuerzasimpulsoras y comportamientos

El poder último detrás de satisfacción detrabajo creciente y rendimiento viene de lamezcla de sus comportamientos y fuerzasimpulsoras. Cada uno individualmente espoderoso a fin de modificar sus acciones,pero la sinergia de mezclar los dosmovimientos usted a un nuevo nivelentero.

### En esta sección encontrará:

- Sus Potenciales Puntos fuertes Conductuales y Motivacionales
- Sus Potenciales Conflictos Conductuales y Motivacionales
- Entorno Ideal
- Claves para Motivar
- Claves para Dirigir





## POTENCIALES PUNTOS FUERTES DE COMPORTAMIENTO Y MOTIVACIÓN

*Esta sección describe las fortalezas potenciales de Jon que se derivan de la integración de su estilo de comportamiento y sus 4 fuerzas impulsoras principales. Identifica 3 ó 4 en las que deben enfocarse y reconocerla para incrementar su nivel de satisfacción*

- Tiende a mirar hacia el futuro y es emprendedor a la hora de conseguir resultados.
- De manera optimista busca cómo mejorar la eficiencia y los proceso.
- Aporta entusiasmo a las situaciones prácticas.
- Hace propaganda de los nuevos conceptos
- Es bueno para incorporar miembros a las organizaciones con las que se siente a gusto.
- Tiende a promover nuevas ideas.
- Utiliza a la gente para ganar y lograr sus objetivos.
- Desea ser el portavoz del equipo.
- Motiva a los demás para sacar lo mejor de ellos mismos.
- Desea ser visto como líder que maximiza las fortalezas de las personas
- Dispuesto a ofrecer su tiempo y punto de vista cuando ve que los demás están enfocados en un objetivo común,
- Alaba a sus pares cuando contribuyen con el resultado ( bottom line)



## CONFLICTO POTENCIAL DE COMPORTAMIENTO Y MOTIVACIÓN

*Esta sección describe los potenciales conflictos que se pueden generar por de la integración del estilo de comportamiento y las 4 fuerzas impulsoras principales de Jon. Identifica los 2 ó 3 en los que debe enfocarse para minimizarlos de manera que se eleve su nivel de desempeño.*

- Su eficiencia se ve afectada si le interrumpen para hablar un momento.
- Se esfuerza por equilibrar la eficiencia y el trato con los demás.
- Puede no ser consciente del gran riesgo asociado a una gran recompensa.
- Puede pasar por alto las contradicciones al " pensar fuera de la caja"
- Puede creer que su optimismo respecto de nuevas ideas es perfecto
- Puede ser ineficiente al compartir los detalles sobre los nuevos metodos con otras personas
- Como líder, puede centrarse demasiado en sí mismo y en sus propias necesidades.
- Puede tener dificultad en escuchar a los demás y aplicar una crítica constructiva.
- Puede sobreestimar su autoridad.
- Al utilizar las capacidades de los demás puede que disminuya el ritmo de avance por hablar demasiado
- Su alto nivel de confianza y deseo de triunfar podrían llevar a que se aprovechen de el
- Puede ser que sobreestime su impacto para obtener resultados



## ENTORNO IDEAL

*Las personas se comprometen más y son más productivas cuando su ambiente laboral es compatible con las afirmaciones de esta sección. Este apartado identifica el ambiente de trabajo ideal sobre la base del estilo conductual y de las cuatro fuerzas impulsoras principales. Utiliza esta sección para definir las funciones específicas y responsabilidades de las que Jon va a disfrutar.*

- Se recompensan más los beneficios basados en el trato al público que los basados en el trabajo en si.
- No se ve con buenos ojos el optimismo sobre los resultados que ya se esperaban.
- Recompensas determinadas por el retorno de inversión y basadas ??en los esfuerzos del equipo.
- Oportunidad de ser el portavoz de los cambios en la organización.
- Un lugar para exponer las experiencias de haber mejorado los sistemas y procesos vigentes.
- Un entorno que recompense que se comuniquen los cambios realizados en el sistema
- Un entorno en el que pueda liderar el grupo.
- Oportunidad de mostrar emoción y alegría a la vez que anima a que los demás participen.
- Un ambiente positivo y proactivo rodeado de gente optimista
- Capacidad para desarrollarse e interactuar con quienes puedan conducir o guiar hacia futuras oportunidades.
- Capacidad para exponer y demostrar lo que se quiere lograr para involucrar a las personas correctas.
- Un lugar en el que pueda trabajar con quienes impulsen el avance de la organización.



## CLAVES PARA MOTIVAR

*Todas las personas son diferentes y se motivan de diversa manera. Esta sección del reporte se ha generado a partir del análisis de los impulsores. Revise con Jon cada una de las declaraciones e identifique qué desea actualmente.*

### Jon quiere:

- Libertad para incluir a los demás compañeros en la consecución de los logros.
- Capacidad para reconocer los logros de los demás.
- Reconocimiento del buen uso de los recursos e inversiones.
- Influir a todos, en términos amigables, para que estén abiertos y consideren las nuevas posibilidades.
- Generar nuevas ideas al analizar la visión de la organización.
- Un gerente que valore su optimismo y habilidad para explorar nuevas formas de hacer negocios.
- Un puesto que le permita expresar sus ideas, puntos de vista y propias experiencias.
- Reconocimiento de sus logros como líder y de los resultados obtenidos.
- Guiar a los demás hacia su propia visión empresarial.
- Oportunidad de decir cómo puede incrementar la productividad.
- Flexibilidad para utilizar creativamente las ventajas de las personas.
- Ser visto como un recurso por aquellos que están dispuestos a trabajar hacia una visión común.



## CLAVES PARA DIRIGIR

*Esta sección muestra las necesidades que deben ser satisfechas para que Jon se desempeñe de manera óptima. Algunas de éstas pueden ser satisfechas por uno mismo, mientras que otras deben ser provistas por la gerencia. Es difícil lograr un nivel de motivación cuando las necesidades básicas de gestión no se cumplen. Revisa la lista con Jon e identifica las 3 ó 4 declaraciones que le resulten más importantes. Esto permitirá que desarrollen un plan personalizado.*

### Jon necesita:

- Saber controlar su entusiasmo para ser un buen oyente activo.
- Esperar la respuesta que desea para maximizar el retorno.
- Ayuda a la hora de priorizar objetivos que no sólo se basen en el retorno de la inversión, sino también en el resto de las necesidades de la empresa.
- Entender que hay un tiempo y lugar para influir en los demás con sus nuevas y originales ideas .
- Manejar el tiempo y evitar sentirse sofocado o estancado al hablar con la gente acerca de nuevas posibilidades.
- Apoyo para defender los sistemas de la organización, siempre y cuando estén dispuestos a evaluar nuevas opciones.
- Un superior que comprenda su necesidad de reconocimiento público de los logros conseguidos.
- Escuchar a los demás y tener en cuenta las diferentes perspectivas con el fin de alcanzar los objetivos.
- Superar su tendencia a omitir detalles importantes cuando informa o da instrucciones a los demás.
- Apoyo para manejar la situación cuando los demás no cumplen con lo que les corresponde.
- Asistencia en manejar el tiempo para alcanzar sus propias metas mientras trabaja a través de otras personas.
- Un gerente que promueva su capacidad de influenciar positivamente a los demás para trabajar arduamente hacia un objetivo común.



## INTRODUCCIÓN Sección de Inteligencia Emocional

El informe Emotional Quotient™ evalúa la inteligencia emocional del individuo, que es la habilidad de sentir, comprender y aplicar de forma efectiva el poder de las emociones con el fin de alcanzar altos niveles de cooperación y productividad. El informe fue diseñado para obtener un conocimiento detallado de dos grandes áreas: La inteligencia emocional Intrapersonal e Interpersonal.

Los estudios demuestran que los grandes líderes y los trabajadores más productivos han desarrollado correctamente habilidades de inteligencia emocional. Esto les posibilita trabajar en un entorno con una gran variedad de gente distinta y adaptarse adecuadamente a las diferentes necesidades del mundo laboral. De hecho, la inteligencia emocional del individuo (CE) será una garantía de éxito más fiable que la propia inteligencia (CI).

Este informe evalúa las cinco áreas de la inteligencia emocional:

### Inteligencia emocional intrapersonal.

Hace referencia a lo que sucede en el interior del individuo en su experiencia día a día.

**Autoconsciencia** es la habilidad para reconocer y entender los propios estados de ánimo, emociones e impulsos, así como, el efecto de éstos en los demás.

**Autocontrol** es la habilidad para controlar y corregir los impulsos y estados de ánimo negativos, así como, la tendencia al bloqueo emocional y de actuar antes de pensar.

**Motivación** es el entusiasmo por y para trabajar, que va más allá de motivos monetarios y posición social. Tendencia a perseguir los objetivos con energía y persistencia.

### Inteligencia emocional interpersonal.

Hace referencia a la relación del individuo con los demás.

**Empatía** es la habilidad de comprender el estado emocional de la gente.

**Habilidades Sociales** es la capacidad para establecer relaciones y crear vínculos.

¿Es el informe 100% fiable?. Sí, no y tal vez. Sólo se evalúa la inteligencia emocional. Solamente se informa sobre aquellas áreas que marcan determinadas tendencias o conductas. Para mayor exactitud, tome notas o corrija la información proporcionada en el informe que no considere acertada, pero únicamente después de haberlo confirmado con sus compañeros.



## CARACTERÍSTICAS GENERALES

Basándose en las respuestas de Jon, el informe ha seleccionado enunciados generales para proporcionarle un amplio entendimiento de su nivel de inteligencia emocional.

### Autoconsciencia

- Su falta de control emocional a veces le lleva a situaciones de conflicto con los demás.
- Puede tener dificultades a la hora de elaborar un currículum exacto o contestar preguntas en una entrevista porque no es consciente de sus propios puntos fuertes y/o débiles .
- Puede tener dificultades para anticipar sus propias reacciones emocionales a los acontecimientos.

### Autocontrol

- Puede tener problemas para mantener la calma en una situación de emergencia.
- Puede haber tomado el hábito de usar estrategias de control emocional poco efectivas.
- Sus emociones negativas podrían afectar al rendimiento del equipo.

### Motivación

- Está bastante acomodado con su estatus, pero estaría completamente abierto al cambio si este fuera necesario.
- Puede encontrarse con numerosos obstáculos en la persecución de sus metas.
- Cuando no le interesa un proyecto, tiende a dejar las tareas para el último minuto.

### Empatía

- Le resulta fácil ganarse el respeto y la confianza de los demás.
- Da la impresión de ser alguien pensativo y cuidadoso.
- Los demás se sienten cómodos contándole sus asuntos personales.

### Habilidades Sociales

- Es capaz de descifrar indicadores no verbales en las relaciones con los demás.
- Sabe valorar el impacto de sus acciones en las reacciones de los demás.



## CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Tiene cierta tendencia a utilizar sus relaciones con los demás para conseguir beneficios.

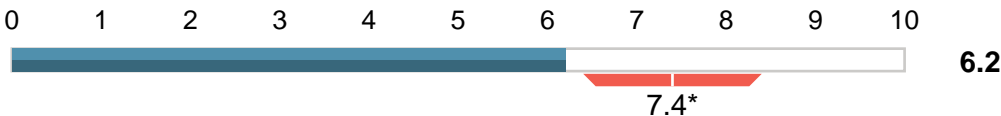




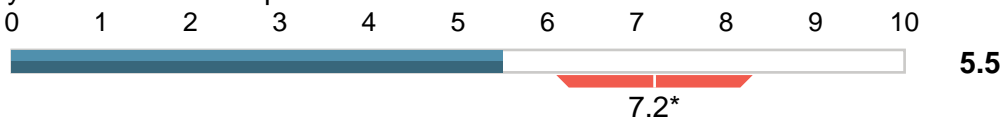
# RESULTADOS DEL INFORME DE COCIENTE EMOCIONAL

El informe Emotional Quotient™ evalúa la inteligencia emocional del individuo, que es la habilidad de sentir, comprender y aplicar de forma efectiva el poder de las emociones con el fin de alcanzar altos niveles de cooperación y productividad. La puntuación general de la evaluación indica su nivel de inteligencia emocional. A mayor puntuación obtenida, mayor nivel de inteligencia emocional posee. Si su objetivo es aumentar su CE, deberá centrarse en desarrollar los aspectos en los que ha obtenido más baja puntuación.

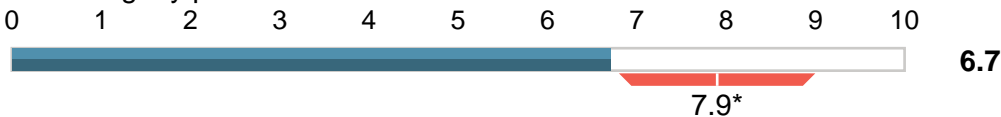
**1. AUTOCONSCIENCIA** - La habilidad para reconocer y entender los propios estados de ánimo, emociones e impulsos, así como, el efecto de éstos en los demás.



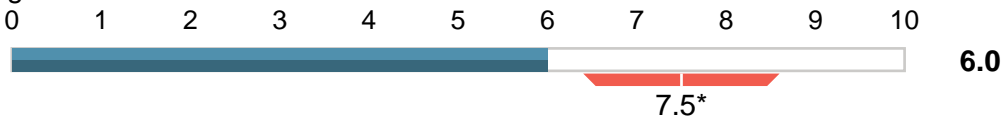
**2. AUTOCONTROL** - La habilidad para controlar y corregir impulsos y estados de ánimo negativos, así como, la tendencia al bloqueo emocional y a actuar antes de pensar.



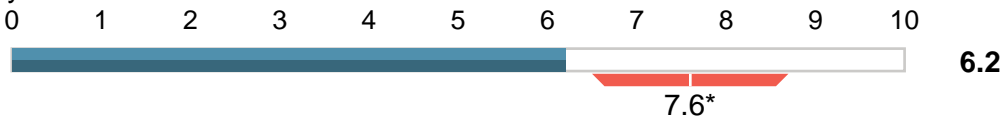
**3. MOTIVACIÓN** - El entusiasmo por y para trabajar, que va más allá de motivos monetarios y posición social. Tendencia a perseguir los objetivos con energía y persistencia.



**4. EMPATÍA** - La habilidad de comprender el estado emocional de la gente.



**5. HABILIDADES SOCIALES** - La capacidad para establecer relaciones y crear vínculos.



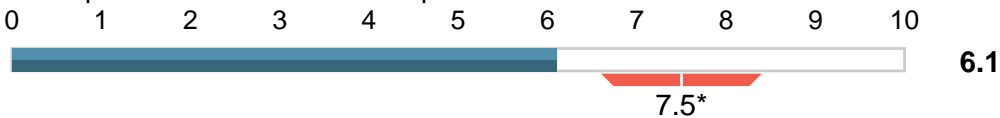
\* El 68% de la población se encuentra en el área sombreada.



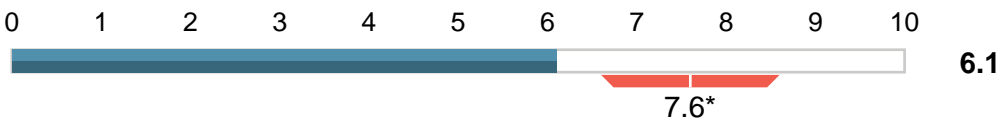
## INFORMACIÓN DE PUNTUACIÓN COCIENTE EMOCIONAL

La suma de las subescalas Autocontrol, Autoconsciencia y Motivación representan su Cociente Emocional Intrapersonal. La suma de las subescalas Empatía y Habilidades Sociales representa su Cociente Emocional Interpersonal. Su nivel total de Cociente Emocional es el resultado de la suma de la puntuación Intrapersonal e Interpersonal.

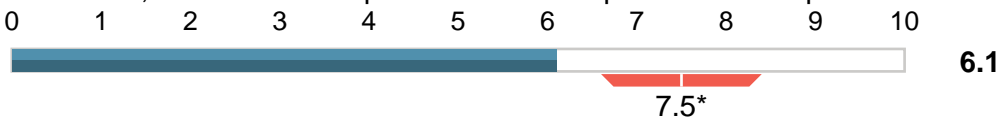
**INTRAPERSONAL** - La habilidad de comprenderse a sí mismo y tener un concepto exacto de uno mismo para actuar de forma efectiva en la vida.



**INTERPERSONAL** - La habilidad de comprender a los demás, sus motivaciones, su forma de trabajar y cómo trabajar eficientemente con ellos.



**COCIENTE EMOCIONAL TOTAL** - Su nivel total de inteligencia emocional, obtenido de las puntuaciones intrapersonal e interpersonal.





## AUTOCONSCIENCIA INTRAPERSONAL

*La habilidad para reconocer y entender los propios estados de ánimo, emociones e impulsos, así como, el efecto de éstos en los demás.*

### Usted obtuvo un 6.2.

Te puede resultar difícil identificar y expresar tus emociones, lo que puede tener impacto en tus decisiones. Debido a tu nivel de auto-conciencia es posible que no tengas una concepción realista de ti mismo.

### Lo que puede hacer:

- Practica la auto-reflexión, identifica y reconoce tu estado emocional.
- Para mejorar tu toma de decisiones, identifica las tendencias de tu comportamiento y reconoce qué es lo que provoca tus reacciones.
- Reflexiona sobre cómo influyen tus emociones en tu comportamiento.
- Identifica cómo es que los comportamientos negativos o hirientes activan o desencadenan tus emociones.
- Para mejorar tu capacidad de auto-evaluación, consulta a algún miembro de tu familia, amigo o asesor experimentado para que describa tus fortalezas y debilidades.
- Haz una lista de tus fortalezas y de tus áreas de mejora. Revísala diariamente.
- Toma nota de los resultados de tu introspección y discútela con un amigo cercano o familiar.
- Crea un plan de acción para desarrollar tus áreas de mejora.
- Establece metas para desarrollar tu Auto-Conciencia y revísalas por lo menos dos veces al mes. (Asegúrate que tus metas y el plan de acción sean EMRRP - específicos, medibles, realizables, realistas y programables)
- Registra en tu diario o agenda, tus reacciones emocionales a las situaciones que se presentan durante el día; te ayudará a elevar tu conciencia emocional.



## AUTOCONTROL INTRAPERSONAL

*La habilidad para controlar y corregir impulsos y estados de ánimo negativos, así como, la tendencia al bloqueo emocional y a actuar antes de pensar.*

Usted obtuvo un 5.5.

Te beneficiarías si desarrollaras tu nivel de Auto-Regulación, te permitirá controlar las emociones negativas y experimentar las positivas.

### Lo que puede hacer:

- Practica el auto-control, primero escucha, luego pausa y después responde.
- Aprende a mantenerte al margen de las dificultades o de situaciones que te afecten intensamente o que te abrumen.
- Comprométete a no interrumpir a los demás.
- Cuando te frustres, abstráete e identifica los detonantes.
- Practica cómo responder en situaciones estresantes. (Hazlo con tus amigos, familiares o personas cercanas utilizando ejemplos de las circunstancias que se presentan en el trabajo).
- Determina qué hace que mejore tu estado de ánimo y aplícalo cuando te sientas estresado o abrumado.
- Enfócate en lo que te genera una sensación de calma o emociones positivas.
- Recuerda tus reacciones apropiadas e inapropiadas, te servirán para enfrentar lo que se presente a continuación.
- Dialoga con otros sobre la forma apropiada de expresar tus emociones.
- Cuando reacciones negativamente visualiza escenas positivas y pacíficas.
- Ubica los temas en perspectiva. Pregúntate: ¿Qué es lo peor que puede suceder? o ¿Cómo me sentiré dentro de una semana?



## MOTIVACIÓN INTRAPERSONAL

*El entusiasmo por y para trabajar, que va más allá de motivos monetarios y posición social. Tendencia a perseguir los objetivos con energía y persistencia.*

Usted obtuvo un 6.7.

Es posible que en ocasiones pienses "He fallado nuevamente" o "Ya no quiero seguir intentado" y que tiendas a tener un enfoque pesimista.

Lo que puede hacer:

- Establece metas específicas con fechas de cumplimiento.
- Aclara por qué es que estas metas son importantes para ti.
- Define qué te motiva identificando qué es lo que realmente te apasiona.
- Trabaja con un asesor experimentado o par para establecer tus metas y crear un plan de acción detallado para asegurar que las logres.
- Reserva un tiempo, aunque sean 5 minutos diarios, para enfocarte en lo que te apasiona.
- Enumera tus metas y tenlas a la vista constantemente.
- Invierte tiempo visualizando el resultado de lo que deseas conseguir.
- Celebra con tus amigos y familiares los logros que te acercan a tus metas.
- Lee artículos o frases que te inspiren.
- Cuestiona el estatus quo y sugiere mejoras.



# EMPATÍA INTERPERSONAL

*La habilidad de comprender el estado emocional de la gente.*

Usted obtuvo un 6.0.

Te puede resultar difícil entender las reacciones emocionales de las personas.

## Lo que puede hacer:

- Trata de entender a los demás antes de expresar tu punto de vista.
- Observa el lenguaje corporal para evaluar las emociones positivas y negativas de las personas.
- Antes de responder, trata de ver las cosas desde otros puntos de vista.
- Desarrolla hábitos interpersonales sólidos, tales como: escuchar hasta que las personas hayan terminado de expresarse y, preguntar, en lugar de emitir opiniones apresuradas.
- Observa el lenguaje corporal y los mensajes que transmite.
- Evalúa cómo se sienten los demás como consecuencia de tus acciones o expresiones. No sólo por lo que dices, sino de cómo lo dices.
- Desarrollar esta habilidad puede hacer que entiendas mejor a las personas y por lo tanto puedes mejorar la interacción con los demás.
- Se genuino al expresar gratitud a los demás.
- Ofrece ayuda a los demás, asegúrate de entender qué es lo que están tratando de conseguir en lugar de centrarte en tus objetivos.



# HABILIDADES SOCIALES INTERPERSONALES

*La capacidad para establecer relaciones y crear vínculos.*

Usted obtuvo un 6.2.

Las interacciones emotivas te pueden resultar incómodas y desafiantes.

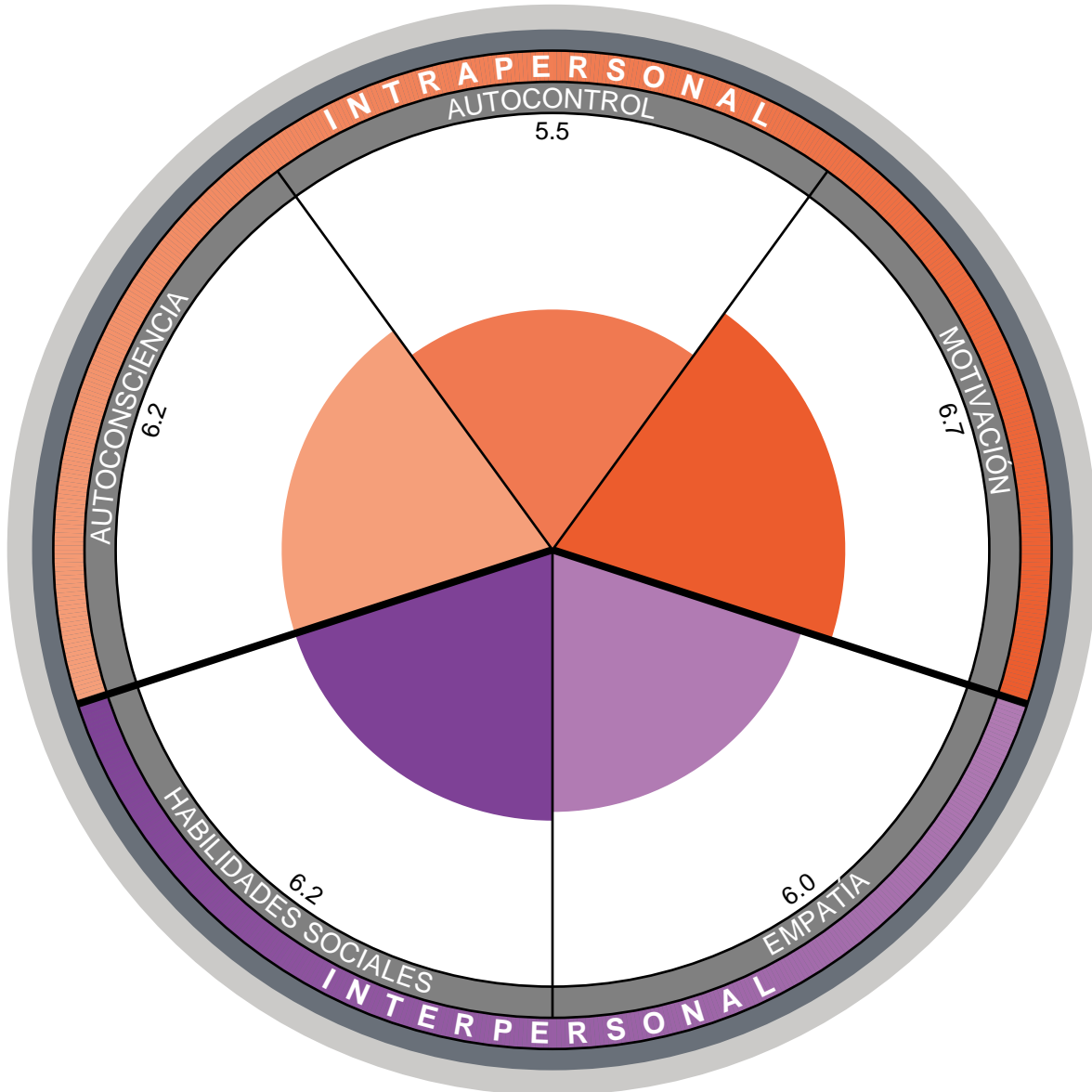
Lo que puede hacer:

- Sé consciente de tu lenguaje corporal.
- Píde, a quienes consideres pertinente, que te den retroalimentación sobre tu estilo interpersonal.
- Asume tu responsabilidad afirmando "yo siento...."
- Apela a la individualidad de los demás, construye relaciones en función a intereses comunes y muestra un genuino interés por su bienestar.
- Permite que otros asuman la dirección y aprende sobre su estilo de liderazgo.
- Al conocer a una persona recuerda su nombre y ejercita tu memoria para recordarlo.
- Mantén el contacto visual y muestra interés en lo que dicen los demás.
- Haz preguntas para encontrar intereses comunes sobre los cuales conversar.
- Busca calidad antes que cantidad para vincularte socialmente.
- Ten en cuenta que las emociones juegan un rol importante en tu vida. Entender sus efectos te permitirá liderar e interactuar con los demás.
- Forma parte de alguna asociación o grupos de interés, te servirá para conectarte y comunicarte.



# La Rueda del Coeficiente Emocional

24/3/2017







# INTRODUCCIÓN

## Integración de Comportamientos, Fuerzas Impulsoras e Inteligencia Emocional

Maximizar la eficacia del estilo de comportamiento de alguien puede ser un reto difícil de cumplir en el lugar de trabajo, sobre todo en situaciones donde se asignan etiquetas de comportamientos. A menudo un equipo tendrá gente con los mismos estilos de comportamiento enfrentándose a la misma situación y aún así actuarán de formas diferentes.

Durante años, TTI ha ilustrado al mundo empresarial sobre los comportamientos, o "el cómo" de las acciones de las personas; mientras tanto, las fuerzas impulsoras representan "el por qué" de lo que hacen. Esto ha explicado los diferentes comportamientos durante décadas. Sin embargo, investigaciones recientes han llevado al descubrimiento de individuos con comportamientos y fuerzas impulsoras similares que responden de forma diferente a las mismas situaciones, sobre todo cuando éstas tienen cargas emocionales.

¿Por qué pasa esto? La respuesta a menudo se encuentra en la Inteligencia Emocional (IE) de la persona. Entender la IE de una persona y aplicar de esta información a sus comportamientos y sus Fuerzas Impulsoras, no sólo pueden ampliar el lenguaje y la comunicación de una organización, si no que además puede ayudar a un individuo a navegar el laberinto del lugar de trabajo con éxito y sentirse realizado y recompensado por ello.



## INTEGRACIÓN DE COMPORTAMIENTOS, FUERZAS IMPULSORAS E INTELIGENCIA EMOCIONAL

*Las personas que se conocen y se valoran como individuos únicos, y pueden aplicar ese mismo entendimiento y apreciación a otros, son más exitosos. Esta sección está diseñada para unir las fortalezas conductuales de un individuo, sus Fuerzas Impulsoras principales y la Inteligencia Emocional, con el fin de propulsar y conocer las situaciones cotidianas del ámbito laboral.*

**Para explicar esta sección, el conjunto de Fuerzas Impulsoras principales incluye: Práctico, Receptivo, Imperativo and Intencional.**

Jon tiene un bajo nivel de Auto-Conciencia. Él no suele reconocer los cambios mentales y físicos que está sintiendo. A causa de su alta "I", estos sentimientos se mostrarán de forma puramente conductual. Los "Altos Influenciadores" pueden llegar a ser excesivamente habladores en situaciones cargadas emocionalmente y no son conscientes de cuándo comienzan a alterarse. Este estilo rápido y hablador en la comunicación se intensificará en situaciones cargadas emocionalmente y Jon puede no ser consciente del aumento de su intensidad.

Jon tiene una baja Auto-Regulación. Puede no ser capaz de moderar las respuestas a situación cargadas emocionalmente. Al tener un estilo de comportamiento alto "Persuasor" Jon tenderá a evitar el conflicto. Él mostrará signos físicos de su emoción a través de expresiones faciales, movimientos de la mano y su lenguaje corporal en general. Con una baja Autorregulación, las características típicas de su comportamiento se pueden intensificar ligeramente, esto puede tener un impacto negativo en su comunicación. Mediante la comprensión de su comportamiento "Persuasor" y cómo afecta a la comunicación con los demás, Jon se beneficiará al saber cómo adaptar su estilo de comunicación para lograr un resultado más positivo. Tener cuidado en los casos en que el tema en cuestión esté directamente relacionado con su conjunto de Fuerzas Impulsoras principales. Su habilidad para utilizar el conocimiento de sus comportamientos será obstaculizada cuando detecte una amenaza a sus Impulsores.

Jon tiene un bajo nivel de Motivación. Él tiene una puntuación por debajo de la media en Motivación y pasión para trabajar por razones que no satisfacen su conjunto de Fuerzas Impulsoras principales. Esta motivación es una fuerza interna para lograr sus objetivos. Sin embargo Jon, con la motivación por debajo de la media, es imprescindible utilizar un estímulo externo. Podrá conseguir un compromiso y rendimiento superior si sus impulsores Práctico, Receptivo, Imperativo y/o Intencional tienen el potencial de ser satisfechos a través de su carrera profesional.



## INTEGRACIÓN DE COMPORTAMIENTOS, FUERZAS IMPULSORAS E INTELIGENCIA EMOCIONAL

Jon tiene un bajo nivel de Empatía. Él puede no ser capaz de anticipar cómo otros recibirán la información o reaccionarán ante una situación. Si él es capaz de prever esta reacción podrá mejorar su capacidad de ver las cosas desde la perspectiva de otra persona. Jon normalmente ve las cosas desde la perspectiva de sus Fuerzas Impulsoras primarias, pero no todas las personas filtran la información de este mismo punto de vista. Desarrollar la capacidad de ver las cosas desde otro punto de vista será clave para lograr el reconocimiento social e identificación del equipo dentro de la organización, que es lo que su estilo de comportamiento "Persuasor" requiere.

Jon tiene un bajo nivel de Habilidades Sociales. Él puede tener dificultades para gestionar y mantener relaciones. Jon tiene la capacidad de mantener relaciones con aquellos que poseen impulsores similares, ya que filtran la comunicación desde el mismo punto de vista. Sus áreas de interés, originadas partir de su conjunto de Fuerzas Impulsoras principales, harán que mejoren sus relaciones, lo cual está directamente relacionado con la satisfacción de estas pasiones. En cuanto al comportamiento, Jon prefiere un estilo de comunicación más informal y amigable. En base a su nivel de desarrollo de Habilidades Sociales, él puede tener dificultades para adaptar su estilo de comunicación a las necesidades de la relación y tendrá mayor éxito en esta adaptación, con aquellos con los que comparte la satisfacción de sus impulsores principales.