

Gestión de la Reputación Personal en las Pymes de Puebla

Autor: Ramsés Cabrera Gala

Editorial: Lambda (México)

ISBN: 897-607-69581-9-3

Primera edición 2024

Descargue la obra [AQUÍ](#)

Carballeda, María Julia
mcarballeda@ucaecemdp.edu.ar
Universidad CAECE (Argentina)

Fecha de recepción RIII: 24/01/2024

Fecha de aprobación RIII: 25/02/2024

RESUMEN

"Gestión de la reputación personal en las Pymes de Puebla", escrito por Ramsés Cabrera Gala, analiza la reputación personal y su impacto en las percepciones de los clientes en las Pequeñas y Medianas Empresas de Puebla. Con rigor metodológico y una lectura accesible, invita a reflexionar sobre los distintos componentes de la reputación personal, ofreciendo un enfoque multidimensional y cercano.

Palabras Claves: Reputación Personal; Pequeñas y Medianas Empresas; Impacto en las percepciones.

Personal Reputation Management in SMEs in Puebla

Autor: Ramsés Cabrera Gala

Editorial: Lambda (México)

ABSTRACT

"Personal Reputation Management in SMEs in Puebla", written by Ramsés Cabrera Gala, addresses the topic of personal reputation and its impact on customer perceptions in the context of Small and Medium Enterprises in Puebla. With methodological rigor and a friendly reading style, it invites us to analyze the different components of a common concept such as personal reputation, offering a multidimensional and approachable perspective.

Keywords: Personal Reputation; Small and Medium Enterprises; Impact on perceptions

Gestão da Reputação Pessoal nas PMEs de Puebla

Autor: Ramsés Cabrera Gala

Editorial: Lambda (México)

RESUMO

"Gestão da Reputação Pessoal nas PMEs de Puebla", escrito por Ramsés Cabrera Gala, é uma obra que aborda a temática da reputação pessoal e seu impacto nas percepções dos clientes no contexto das Pequenas e Médias Empresas de Puebla. Com rigor metodológico e uma leitura agradável, nos convida a uma análise sobre os diferentes componentes de um conceito de uso comum como é a reputação pessoal, oferecendo uma abordagem multidimensional e próxima.

Palavras chave: Reputação Pessoal; Pequenas e Médias Empresas; Impacto nas percepções.

“Gestión de la reputación personal en las Pymes de Puebla”, escrito por Ramsés Cabrera Gala, es una obra que aborda la temática de la reputación personal y su impacto en las percepciones de los clientes en el contexto de las Pequeñas y Medianas Empresas de Puebla.

Con rigurosidad metodológica y de lectura amable, nos invita a un análisis acerca de los distintos componentes de un concepto de uso común como es la reputación personal, ofreciendo un enfoque multidimensional y cercano.

En primer lugar, resulta de importancia llevar al ámbito de la investigación una idea nodal como es la reputación personal de los colaboradores y su impacto en las percepciones de los clientes. Cuestiones relativas a los valores y las competencias de las personas que forman parte de los equipos, incluso comerciales, se han mantenido por mucho tiempo a la sombra de habilidades y características más duras. El capital más profundamente humano, la confianza que generan las personas, no solo están íntimamente ligadas a su desempeño, sino que lo potencian.

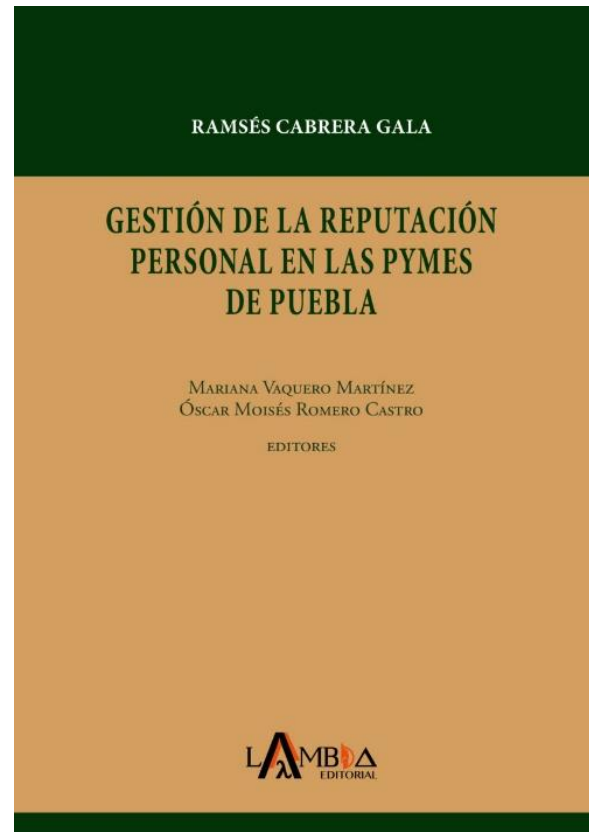
Cabrera Gala comienza su obra fundamentando la importancia de abordar y operacionalizar un concepto complejo, subjetivo y de gran peso en las personas y los grupos humanos, como es la reputación personal en el ámbito empresarial. Concepto que si bien ha sido motivo de distintos desarrollos teóricos, su naturaleza multidimensional y humana, requiere un acercamiento más profundo y que permita, además, el estudio cuantitativo de sus dimensiones.

A partir de un recorrido crítico y exhaustivo sobre estudios previos, y con la premisa de profundizar en el análisis probabilístico de los distintos tipos de reputación personal de los gerentes de ventas de PYMES del Estado de Puebla, a partir de las percepciones de los clientes, el autor desarrolla una estrategia de investigación, aplicando la teoría de la probabilidad con relación a la reputación.

En su análisis disciplinar del concepto, el autor define su posicionamiento frente al mismo y ofrece una línea de tiempo acerca de la evolución del este a partir de distintos autores. Por otro lado, lo relaciona a otras variables de interés, como es el desempeño, integridad y la habilidad política. Desarrollando un modelo conceptual de predictores vinculados con los tipos o dimensiones de la reputación personal en las organizaciones.

En otro orden, desarrolla la importancia de ciertos conductores vinculados a la reputación, como son el concepto de autoestima, pertenencia y necesidad de recompensa. Por último, Cabrera Gala define las consecuencias de la reputación personal se manifiestan carrera exitosa, poder y autonomía.

A modo de contextualizar y fortalecer la importancia de su desarrollo en el ámbito de las PYMES, el autor hace hincapié en el papel estratégico que tienen las mismas en la estructura económica, productiva y social, y la relación de la reputación como activo intangible que colabora a desarrollarla y garantizar su éxito.



La explicación metodológica, por su parte, resulta de sencilla lectura y aporta las bases para la comprensión de sus elecciones y proceder. El autor desarrolla de forma concisa sus acciones iniciales para la construcción de la muestra y las estrategias de relevamiento de datos y, por otro lado, define como unidad de análisis a la gerencia de ventas de pequeñas y medianas empresas dentro del Estado de Puebla (Tehuacán) y a las unidades de observación como los clientes de dichas empresas, en cuanto que las variables que formaron parte de este estudio son la reputación personal y sus distintos tipos, como lo son la reputación social, la reputación de integridad y la reputación de tareas.

En cuanto a los hallazgos, se presentan con una apertura de lectura y entendimiento para público general, al igual que sus distintas interpretaciones. La destacada aparición del efecto aureola vinculada a una posible sobreestimación de la reputación de integridad nos indica la necesidad de considerar esta variable como un tema a atender en la gestión de nuestros equipos de trabajo, por su notable impacto en la competitividad de la organización.

Esta obra resulta de interés para aquellas personas que lideran equipos comerciales, pero también para aquellos profesionales que gestionan el talento organizacional. Materia pendiente resulta entender cómo construir indicadores que nos permitan evaluar el grado de desarrollo de estas complejas variables en colaboradores actuales y potenciales. Por otro lado, en un mundo inmerso en comunicaciones mediatizadas por la tecnología, redes sociales y agilidad, la necesidad de confiar en otro, humano e integro, parece seguir siendo un punto clave en el éxito personal y organizacional.

1. REFERENCIAS

Cabrera Gala, R. (2024). Gestión de la Reputación Personal en las Pymes de Puebla. México: Editorial Lambda. Disponible en: <https://lambdaeditorial.com/product/ramses-cabrera-gestion-de-la-reputacion-personal-en-las-pymes-de-puebla/>