

La construcción de la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones

Cabrera-Gala, Ramsés^{1,2,3}

ramsesgala@gmail.com

¹Facultad de Ingenierías, UPAEP (México). ²Complejo Regional Sur, BUAP (México).

Carrillo-Durán, Ma. Victoria³

vicduran@unex.es

³Fac. de Ciencias de la Documentación y la Comunicación, UEX. (España).

Sánchez-Baltasar, Laura B.¹

lauraberenice.sanchez@upaep.mx

¹Facultad de Ingenierías, UPAEP (México).

Olivera-Pérez, Emmanuel¹

emmanuel.olivera@upaep.mx

¹Facultad de Ingenierías, UPAEP (México).

Fecha de recepción RIII: 09/12/2022

Fecha de aprobación RIII: 04/01/2023

RESUMEN

En este artículo se desarrolla un modelo conceptual alrededor de la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones. Este constructo ha avanzado paulatinamente bajo el estudio del enfoque único (escala unidimensional). Sin embargo, el estudio de las variables predictoras y sus dimensiones con los diferentes tipos-dimensiones de la reputación personal en la literatura es casi inexistente. Por ello, aquí se realiza este abordaje de la literatura y se identifica que los predictores tales como la integridad percibida, el desempeño laboral, la habilidad política y sus dimensiones podrían estar asociados particularmente con los tipos-dimensiones de la reputación personal como son la reputación de tareas, la reputación social y la reputación de la integridad. Este artículo pretende pues dar continuidad a los trabajos relacionados con la evaluación de los predictores y la reputación personal a través del análisis de sus dimensiones y también, promover el estudio de la reputación personal mediante el empleo de la escala multidimensional propuesta por Zinko, Gentry y Laird. Por último, este manuscrito afirma que este modelo conceptual requiere análisis y pruebas empíricas.

Palabras Claves: “reputación personal”; “modelo conceptual”; “predictores”; “organizaciones”.

Building the personal reputation of collaborators in organizations

ABSTRACT

This article develops a conceptual model of the personal reputation of collaborators in organizations.. This article develops a conceptual model of the personal reputation of collaborators in organizations. This construct has gradually advanced under the single approach (unidimensional scale) study. However, the study of the predictor variables and their dimensions with the different types-dimensions of personal reputation in the literature is almost nonexistent. Therefore, it is identified that predictors such as perceived integrity, job performance, and political skill and their dimensions could be particularly associated with the types-dimensions of personal reputation such as task reputation, social reputation, and integrity reputation. This article thus aims to give continuity to the literature related to the assessment of predictors and personal reputation through the analysis of their dimensions and to promote the study of personal reputation by using the multidimensional scale proposed by Zinko, Gentry, and Laird. Finally, this manuscript states that this conceptual model requires analysis and empirical testing.

Keywords: personal reputation; conceptual model; predictors; organizations.

Construir a reputação pessoal dos colaboradores nas organizações

RESUMO

Este artigo desenvolve um modelo conceitual em torno da reputação pessoal dos empregados nas organizações. Esta construção avançou gradualmente sob o estudo da abordagem única (escala unidimensional). No entanto, o estudo das variáveis preditoras e as suas dimensões com os diferentes tipos-dimensões de reputação pessoal na literatura é quase inexistente. Por conseguinte, esta abordagem da literatura é empreendida aqui e identifica-se que os preditores como a percepção de integridade, desempenho do trabalho, capacidade política e as suas dimensões podem ser particularmente associados aos tipos-dimensões da reputação pessoal, como a reputação da tarefa, reputação social e reputação de integridade. Este artigo visa assim continuar o trabalho relacionado com a avaliação dos preditores e da reputação pessoal através da análise das suas dimensões e também promover o estudo da reputação pessoal utilizando a escala multidimensional proposta por Zinko, Gentry e Laird. Finalmente, este manuscrito argumenta que este modelo conceitual requer análise e testes empíricos.

Palavras chave: “reputação pessoal”; “modelo conceitual”; “preditores”; “organizações”.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en el entorno de las organizaciones los colaboradores (entendidos como personas que forman parte de una organización y crean la propia organización) construyen, evalúan, administran y difunden su reputación personal; véase las referencias [1,2]. Por ello, el análisis de este constructo en cada una de sus etapas está atrayendo cada vez con mayor frecuencia la atención de académicos, investigadores, firmas consultoras y empresas. Además, varios estudios han señalado que el análisis de la reputación personal en las organizaciones está en fase de formación, tales como los manuscritos de Zinko & Rubin [3], Ferris et al. [4], Zinko et al. [5], Zinko et al. [6].

En este mismo sentido, la conceptualización teórica sobre la reputación ha sido empleada indistintamente, tanto en la literatura como en los medios y se encuentra aún en una etapa incipiente [2]. Por lo tanto, la literatura de la reputación personal necesita ser fortalecida. No obstante, lo anterior, autores ilustres como Adam Smith y Max Weber ya hacían referencia al estudio de la reputación personal, quienes sugirieron respectivamente que la reputación podría ser construida por medio de la probidad [6,7], o que esta última puede considerarse un tipo de reputación en ciertos grupos sociales, como lo podrían ser algunos grupos religiosos [8]. Aunado a lo anterior, no fue sino hasta la época contemporánea en que el estudio de la reputación personal se convirtió en una práctica consistente y sistemática.

Para Zinko & Rubin [3], quizá el artículo pionero en el estudio de la reputación personal en la disciplina organizacional, sea el desarrollado por Tsui [9]. Así, los colaboradores gerencian sus reputaciones personales en las organizaciones, las cuales se caracterizan por ser escenarios políticos, y en las que además se requiere de la habilidad política para obtener éxito a través del uso asertivo del capital social y bajo la consigna del logro de objetivos [10-13]. Por ende, es menester comprender cómo la reputación personal incide en la reputación de estos escenarios políticos (organizaciones) es decir, está vinculada de forma ineludible con la reputación corporativa; véase las referencias [14,15]. Asimismo, las variables empleadas en la medición de la reputación corporativa pueden emplearse para examinar la reputación personal [16].

En otro sentido, es importante tener en consideración que las organizaciones deben prestar atención tanto al desarrollo de su reputación online como a la administración de la reputación personal online de sus colaboradores, ya que, a pesar de existir cierto nivel de concientización en las personas, sobre los potenciales daños a su reputación online, ésta no es lo suficientemente alta [17]. Adicionalmente, las personas están perdiendo conciencia sobre el hecho de que una gran cantidad de información personal se comparte en internet y podría llegar a audiencias más extensas y frecuentemente permanentes [18]; lo que al mismo tiempo podría afectar a los intereses y a la reputación de las organizaciones.

En consecuencia, existe la imperiosa necesidad de fortalecer teóricamente el constructo de la reputación personal, la cual es de creciente relevancia para las organizaciones, debido al impacto que puede generar en su reputación corporativa, aunado a las causas y efectos que estas pueden tener con los diferentes grupos de interés.

Por tal motivo, el objetivo de este trabajo, derivado de la revisión de la literatura presentada en este manuscrito, es desarrollar un marco conceptual que establezca las principales asociaciones entre los predictores de la reputación personal (desempeño laboral, habilidad política e integridad percibida) y los diferentes tipos-dimensiones de la reputación personal de los colaboradores. Para ello, se parte de una revisión de la literatura conocida sobre el tema de la reputación personal, destacando los más importantes hitos alcanzados hasta el momento, situando y aclarando las relaciones entre dimensiones y tratando de proponer una serie de premisas de análisis que podrán ser exploradas en el futuro de forma teórica y, sobre todo, empírica. Este trabajo pretende así, ser un puente entre el estudio de la

reputación personal de forma unidimensional y el estudio más reciente de la reputación personal de forma multidimensional aclarando sus dimensiones y sus relaciones entre ellas.

2. MARCO TEÓRICO

La literatura alrededor de la reputación personal se ha examinado predominantemente desde un enfoque interno de las organizaciones, principalmente a través del empleo de las autoevaluaciones, lo que es correcto realizar [19] y en el que también se han utilizado las evaluaciones de los compañeros o superiores; véase las referencias [1, 20].

Además de lo anterior, hacen falta estudios que evalúen la reputación externa o la reputación personal más allá de las fronteras de las propias organizaciones individualmente [3]. Para dichos autores, la literatura existente se concentra principalmente en la reputación del CEO. Por lo anterior, en este manuscrito sugerimos que se ha dejado fuera la inclusión de actores como los proveedores, los clientes corporativos y los socios comerciales, con el fin de que evalúen la reputación externa-interna de los diferentes niveles jerárquicos de la organización.

No obstante, el constructo reputación personal ha dado los primeros pasos en cuanto al estudio de sus predictores tales como la integridad percibida, el desempeño laboral y la habilidad política; véase las referencias [2,9,21] junto a sus impulsores; véase [3] así como sus moderadores; véase las referencias [1-22] junto con sus mediadores, véase las referencias [20, 22, 23], además de sus resultados; véase las referencias [4,9,25,27], y conjuntamente, con sus antecedentes; véase las referencias [5,28] e incluso desarrollándose algunos modelos muy interesantes como el de McAbee & Connelly [29].

Por lo tanto, en este trabajo abundamos en el desarrollo de la escala multidimensional de la reputación personal propuesta por Zinko et al. [2], en donde se facilita la examinación de los tipos-dimensiones de la reputación y al mismo tiempo, se proporciona una oportunidad para comparar la evidencia empírica existente en la literatura obtenida principalmente por la escala unidimensional de Hochwarter et al. [1].

La escala de Zinko et al. [2], propone los siguientes tipos-dimensiones de reputación personal: reputación de tareas, reputación social y reputación de integridad. También con esta escala se pueden promover nuevos paradigmas y el alcance del estudio de los predictores de la reputación personal (la integridad percibida, la habilidad política, el desempeño laboral) en las organizaciones.

Por ejemplo, en el estudio de Fidan & Koç [30], se aporta que todas las dimensiones de la habilidad política (influencia interpersonal, capacidad para crear redes, sinceridad aparente y astucia social) son predictores significativos de la reputación personal, no obstante, aunque los resultados son muy interesantes, se empleó en este trabajo la escala única de Hochwarter et al. [1], limitando con ella el estudio particular de cada una de las dimensiones de la habilidad política con los tipos-dimensiones de la reputación personal.

Simultáneamente, este estudio fue aplicado en el sector educativo y sin embargo, es necesario replicarlo en otro tipo de organizaciones, aunado a examinar de manera extensa y particular las relaciones entre las dimensiones de habilidad política con los tipos-dimensiones de la reputación personal. Adicionalmente, evaluar estas relaciones en diferentes culturas y regiones geográficas para seguir avanzando en la construcción del conocimiento científico de este tema; es necesario.

De manera similar, otro estudio que analizó las asociaciones entre la habilidad política y la reputación personal fue el de Laird et al. [23], pero que de igual manera empleó la escala unidimensional para

examinar dichas asociaciones; dando consigo un panorama global de entendimiento entre dichas variables.

En este mismo manuscrito, que del mismo modo empleó la escala única de la reputación personal, se examinaron las relaciones entre el desempeño laboral como variable predictora y la reputación personal como variable dependiente. Otros artículos como el de Tsui [9], examinaron las relaciones entre el desempeño laboral y la reputación laboral, esta última se operativizó por medio de distintas medidas. Por último, con respecto al estudio de la integridad percibida y constructos similares asociados a la reputación personal se pueden consultar las investigaciones de Treviño et al. [31], Jazaieri et al. [32], y el de Neves & Story [33]; lo cuales han aperturado el entendimiento entre estas variables.

3. MODELO CONCEPTUAL DE LA REPUTACIÓN PERSONAL

En resumen, podemos decir que, hasta el momento, la necesidad de estudiar la dimensionalidad de la reputación se había establecido a través del requerimiento de desarrollar una escala válida que midiera la reputación individual [3]. Por ello, se debe expresar la importancia de dos escalas utilizadas principalmente en el constructo de reputación personal hasta la fecha, la primera es la unidimensional o reputación personal única, de Hochwarter et al. [1], que aborda la posibilidad de pasar de una evaluación única de la reputación personal a una multidimensional, y una segunda escala desarrollada por Zinko et al. [2], en la que se establecen los tipos-dimensiones de la reputación personal; incluyendo la de tareas, la social y la de integridad.

Los colaboradores en las organizaciones pueden tener múltiples reputaciones entre los diferentes públicos en los distintos niveles jerárquicos de las organizaciones. Véase las referencias [2,9,34]. De hecho, para Zinko et al. [2], podría ser mejor para un directivo mantener una reputación fuerte por tipo-dimensión específico (tarea, social, integridad) en función del público y del estrato de la organización. Además, para estos autores, los colaboradores en el lugar de trabajo poseen una cantidad limitada de recursos en el proceso de desarrollo de la reputación, por lo que pueden encontrar útil centrarse en dimensiones específicas. Por lo tanto, con la escala desarrollada por Zinko et al. [2], es posible la evaluación por tipos-dimensiones de la reputación de un colaborador y determinar las más notables, así se permite el examen de las relaciones entre estos tipos- dimensiones y diferentes predictores. En otras palabras, la escala multidimensional para la reputación personal abre las puertas a oportunidades para obtener información más específica sobre qué aspecto de un colaborador está impulsando esa reputación [2].

En consecuencia, se sabe muy poco sobre la construcción y gestión de la reputación personal en las organizaciones [23,21], desde un enfoque multidimensional, incluido el estudio de las asociaciones entre predictores como la integridad percibida, el desempeño laboral y la habilidad política, con los tipos-dimensiones de la reputación personal como la reputación de integridad, la reputación social y la reputación de tareas. Por ello, es esencial examinar las relaciones entre los predictores de la reputación personal con los tipos-dimensiones de la reputación personal de los colaboradores en el trabajo.

Así, partiendo de la revisión de la literatura anterior, se ha elaborado un modelo teórico que se explicará a continuación en todas sus partes. La Figura 1 muestra, por un lado, el marco conceptual de los predictores de la reputación personal, y, por otra parte, los tipos-dimensiones de la reputación personal de los colaboradores. También se presenta la forma en que se construye la reputación personal en las organizaciones. Los siguientes segmentos ilustran las asociaciones entre cada predictor y sus dimensiones con los tipos-dimensiones de la reputación personal. Además, se definen proposiciones con

el objetivo de profundizar y explorar nuevos paradigmas en el estudio de la reputación personal en las organizaciones.

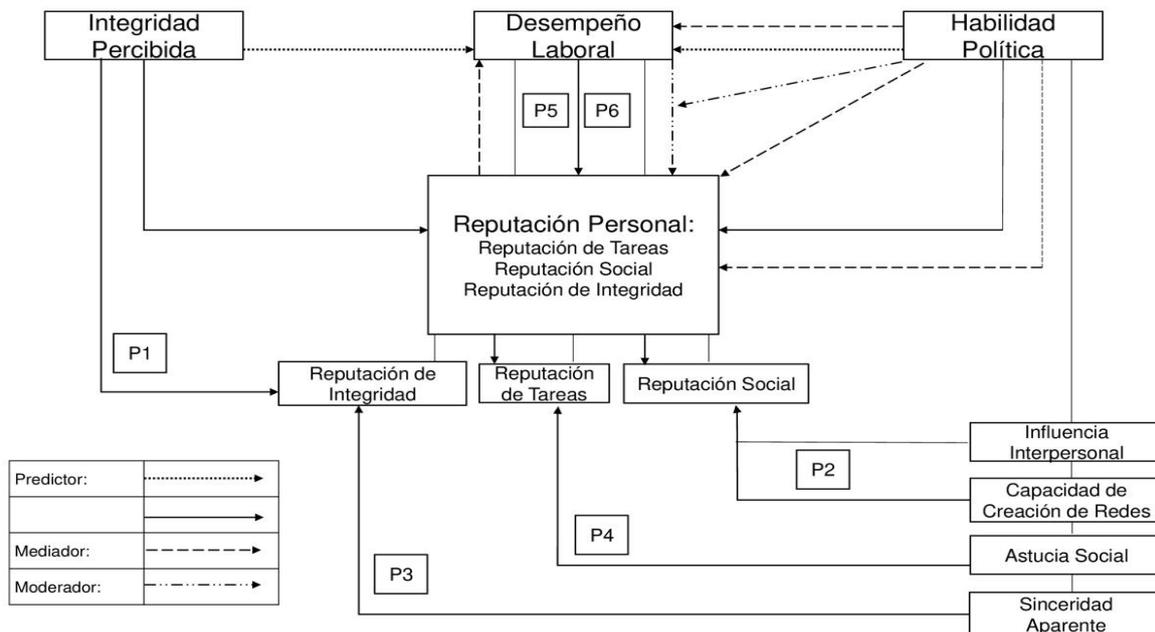


Figura 1 Modelo conceptual de predictores vinculados con los tipos-dimensiones de la reputación personal en las organizaciones.

Como resultado de la explicación de este modelo se plantearán a continuación seis premisas que podrán ser investigadas en el futuro, y sobre las que se permite abundar en el conocimiento de la reputación personal.

3.1 Integridad percibida.

La integridad hace referencia a la plenitud o pureza de una cosa o de las personas, lo cual promulga la calidad de su carácter y se establece en varias partes o en aspectos de la vida de las personas [35]. De esta forma, en el manuscrito de Murshed et al. [36], se destacó la importancia de las relaciones entre la reputación personal y el comportamiento no ético (integridad). Aún más, en el manuscrito de Hurst et al. [37], se establece que, en caso de dificultades éticas, los especialistas del área de la salud se alejaron de los problemas y buscaron ayuda, lo que contribuyó a proteger o al menos procuró ser un intento por proteger su integridad y reputación. Otro ejemplo es el estudio de Zinko et al. [38], quienes determinaron un cambio positivo en la reputación de los directivos, debido a las variaciones en su integridad percibida por parte de sus colaboradores en dos momentos distintos.

Así pues, la integridad es una característica determinante de la confianza [39], Por ello, en el estudio de Ammeter et al. [40], se sugiere la asociación recíproca entre la confianza y la reputación del líder y más aún; en el modelo de confiabilidad (capacidad, benevolencia e integridad) la reputación honesta, frente a otros tipos de reputación, potencia la confianza basada en la integridad [41].

La integridad es un componente fundamental, una dimensión relevante y un tema poco tratado en el estudio de la reputación personal, especialmente en los puestos de liderazgo, véase las referencias [2, 5, 6, 42]; como lo es el caso de los directivos. Además, estudios como el de Ones & Viswesvaran [43], Murphy & Lee [44], y Ones et al. [45], registran que la integridad predice el desempeño laboral. En

consecuencia, la adición de ambas abre la posibilidad de analizar sus asociaciones con los tipos-dimensiones de la reputación personal.

Es importante mencionar que no se subestiman los esfuerzos y avances realizados en el constructo reputación personal, sin embargo, es necesaria mayor evidencia empírica, pues el estudio de la reputación personal, aún se encuentra en su inicio, véase las referencias [3,6,21], especialmente si se considera el uso de la nueva escala desarrollada por Zinko et al. [2]. Asimismo, la integridad percibida es un elemento clave y una dimensión predominante que necesita ser ampliada en su estudio, véase las referencias [5,6], especialmente en los puestos de alta dirección. Por ello, se propone la siguiente premisa para este trabajo:

P1. La asociación entre la integridad percibida de los colaboradores y su reputación de integridad en las organizaciones es positiva.

3.2 Habilidad política

La habilidad política se define como la capacidad de comprender eficazmente a los demás en el trabajo, y de utilizar ese conocimiento para influir en los demás para que actúen de forma que mejoren los objetivos personales y/o de la organización [26, 46]. La habilidad política permite leer y ajustar en el entorno social de la organización, y los colaboradores que la poseen, parecen auto controlados, seguros y genuinos [13]. Es más, los líderes como los gerentes con mayores habilidades sociales pueden ser eficaces en la realización de cambios finos en el guión político porque muestra una comprensión de los objetivos [40]. En consecuencia, la habilidad política tiene para los colaboradores implicaciones sociopolíticas dentro de la organización, y por lo tanto, tomando en cuenta el manuscrito de Fiol et al. [47] los individuos políticamente hábiles gozan de una reputación favorable por parte de los Modelos Mentales de Poder (MMP).

Los individuos políticamente hábiles atraen a los demás y los reconfortan, proporcionándoles una sensación de seguridad personal y confianza en sí mismos, y estos individuos políticamente hábiles no sólo saben exactamente qué hacer en situaciones sociales complejas en el lugar de trabajo, sino que incluso saben cómo actuar de forma que se oculten las intenciones interesadas y se presenten como sinceros [46].

Así pues, la habilidad política se relaciona positivamente con la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones [5, 21], o en el caso del manuscrito de Fidan & Koç [30] todas las dimensiones de la habilidad política del profesor se relacionaron también positivamente con su reputación personal. La escala empleada en las investigaciones de Laird et al. [21], y de Fidan & Koç [30], para evaluar la reputación personal fue la escala unidimensional desarrollada por Hochwarter et al. [1], la cual limita la evaluación de las posibles asociaciones entre las dimensiones de la habilidad política y los tipos-dimensiones de la reputación personal.

Del mismo modo, la habilidad política es un predictor de la gestión de la impresión (entendida como gestión de la impresión generada por el contacto con alguien) [48] y esta última potencia la consecución de una reputación consolidada [49], debido a que los individuos con capacidad de emplear tácticas efectivas de gestión de la impresión para ganar imagen positiva obtienen una elevada reputación personal [50]. En otras palabras, una persona con habilidades políticas podría utilizar/seleccionar de manera específica las diferentes dimensiones de la habilidad política para desarrollar diferentes reputaciones (es decir, reputación de tareas, reputación social, reputación de integridad) para cada uno de los diferentes grupos de interés o audiencias.

Además, de acuerdo con Ferris et al. [46], la habilidad política es un constructo multidimensional, que está integrado por la influencia interpersonal, la capacidad de crear redes, la sinceridad aparente y la astucia social. Entonces, la primera dimensión de Ferris et al. [46], es la influencia interpersonal que consiste en tener una forma personal delicada y convincente de ejercer influencia sobre las personas cercanas a los individuos con habilidad política. Así, estos individuos con habilidad política modifican y evalúan su comportamiento ante cada situación con el fin de provocar respuestas específicas de los demás [46]. Para la dimensión de la capacidad de creación de redes, Ferris et al. [46], establecen el desarrollo de relaciones constructivas, positivas y útiles con diferentes grupos de personas para conseguir el éxito organizacional y personal.

Es decir, de acuerdo con Maher et al. [50], una persona con habilidad política construye amistades y conexiones (capacidad de creación de redes) pero además sabe cómo utilizar la información social para obtener los resultados deseados (influencia interpersonal). Por lo tanto, teniendo en cuenta la esencia social de estas dimensiones de habilidad política, se puede sugerir que se asocian con fuerza con la reputación social de la siguiente manera:

P2. La capacidad de creación de redes y la influencia interpersonal de los individuos con habilidad política en las organizaciones están asociadas positivamente con su reputación social.

En cuanto a la tercera dimensión, según Ferris et al. [46], la sinceridad aparente se define por la integridad, la autenticidad, la genuinidad y la sinceridad en las motivaciones e intenciones de los individuos políticamente hábiles, por lo que podría ganarse la confianza de los demás. Expresado, en otros términos, a través de la sinceridad aparente, las personas políticamente hábiles pueden demostrar una autenticidad constante en el proceso [50]. Por lo tanto, teniendo en cuenta esto y los antecedentes teóricos propuestos en el apartado "Integridad percibida", se sugiere:

P3. La asociación entre la sinceridad aparente de los individuos políticamente hábiles y su reputación de integridad en las organizaciones es positiva.

Con respecto a la cuarta dimensión de Ferris et al. [46], la astucia social, esta está relacionada con los observadores astutos de los demás, que se adaptan con agudeza a las diferentes circunstancias sociales y que para esta dimensión de habilidad política se espera la asociación más fuerte (de todas las dimensiones) con el desempeño laboral de los colaboradores [46]. De forma complementaria, para Maher et al. [50], un individuo se clasifica como socialmente astuto cuando es capaz de leer y entender a los demás. Por lo tanto, se propone:

P4. La asociación entre la astucia social de los individuos con habilidades políticas y su reputación de tareas en las organizaciones es positiva.

3.3 Desempeño laboral

La relación entre el desempeño laboral y la reputación personal [9, 51, 52], es manifiesta. Además, la reputación es capaz de mediar entre la relación de la habilidad política y el desempeño laboral [19], de hecho, su relevancia dentro del ámbito organizacional es indudable, existiendo así un vínculo entre la habilidad política y el desempeño laboral. En la investigación de Laird et al. [21], se estableció que la habilidad política modera la relación entre el desempeño laboral de los colaboradores y su reputación personal. En otros términos, el desempeño laboral se vinculó positivamente con la reputación personal para los individuos calificados con alta habilidad política, pero no para los colaboradores evaluados con baja habilidad política. También, en el estudio desarrollado por Liu et al. [19], se encontró el vínculo

entre la habilidad política y el desempeño laboral, en el cual la habilidad política puede servir como predictor del desempeño laboral.

En otras palabras, este resultado permite entender que a través de la reputación personal es posible comprender cómo la habilidad política se relaciona positivamente con el desempeño laboral, es decir; el desempeño laboral es, al menos en parte, una función de construcción social [19].

P5. La asociación entre el desempeño laboral de los individuos y su reputación social en las organizaciones es positiva.

En el estudio de Laird et al. [21] se informó sobre las relaciones positivas entre el desempeño laboral y la reputación personal. Sin embargo, el inventario empleado en este manuscrito para evaluar la reputación personal fue la escala unidimensional de Hochwarter et al. [1], e incluso, hay otros investigadores que confirman esta relación [1,9,52,53] pero todos ellos proporcionan un enfoque global entre el desempeño laboral y la reputación personal.

Asimismo, Tsui et al. [54] señalaron la necesidad de incorporar la evaluación de los colaboradores hacia los superiores para tener una visión completa en el estudio de las relaciones laborales. Esto es importante destacarlo, porque en la literatura el desempeño laboral está vinculado a la reputación personal a través de las evaluaciones de los supervisores/superiores sobre el desempeño laboral de los colaboradores. En consecuencia, es necesario estudiar las relaciones entre el desempeño laboral y los diferentes tipos-dimensiones de reputación personal de forma profunda y extensa; en particular con la reputación de tareas. Por lo tanto, se propone:

P6. La asociación entre el desempeño laboral de los individuos y su reputación de tareas en las organizaciones es positiva.

Por lo tanto, desde un enfoque organizacional, este modelo podría ser aplicado por los colaboradores en los diferentes niveles jerárquicos, con el fin de mejorar la forma en que son percibidos por los demás y así, promover relaciones benéficas que permitan el logro de sus objetivos en todas las direcciones, pero también para fortalecer relaciones que permitan el logro de los objetivos organizacionales. Entonces, el propósito supremo será que los colaboradores deban gestionar sus esfuerzos, así como la construcción y desarrollo de su reputación personal, en beneficio individual y de la organización, tanto con los grupos de interés internos como externos, y con ello, propiciar no sólo una mejor reputación a nivel individual y organizacional; sino también potenciar la ventaja competitiva en todos los niveles.

4. CONCLUSIONES

Este artículo ha propuesto un marco conceptual para el estudio multidimensional de la reputación personal, que sirve para explicar los vínculos entre algunas de las variables predictoras (con sus respectivas dimensiones) y los tipos-dimensiones de la reputación personal. En concreto, este artículo ha evaluado la interacción entre la habilidad política, el desempeño laboral y la integridad percibida con la reputación de tareas, la reputación social y la reputación de integridad. Además, este artículo define las posibles relaciones entre las dimensiones de la habilidad política (influencia interpersonal, capacidad de creación de redes, sinceridad aparente y astucia social) con los diferentes tipos-dimensiones de la reputación personal.

El modelo conceptual propuesto tiene el potencial de ayudar a los investigadores, académicos, estudiantes, empresas de consultoría y organizaciones a tener una visión más clara de cómo se

desarrolla y gestiona la reputación personal en las organizaciones, pero también permite definir estrategias que contribuyan al desarrollo de la reputación personal de forma eficaz. Además, este marco conceptual puede actuar como mecanismo para establecer preguntas de investigación que permitan conocer con detalle las relaciones más estrechas entre los predictores y la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones.

Para avanzar en el estudio de la reputación personal y sus predictores, se proponen los siguientes pasos en la ejecución de futuras investigaciones. En primer lugar, es necesario evaluar las relaciones entre cada uno de los predictores y cada uno de los tipos-dimensiones de la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones. A continuación, es pertinente examinar las dimensiones de habilidad política con los tipos-dimensiones de la reputación personal. En tercer lugar, aunque no se propone en este modelo conceptual, se pueden incluir evaluaciones de las dimensiones de desempeño laboral y/o integridad con las diferentes tipos-dimensiones de reputación personal.

Asimismo, se propone para estas tres sugerencias de investigación futura la realización de estudios transversales, longitudinales con diferentes enfoques metodológicos, en diferentes tipos de organizaciones como Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) u Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), en diferentes niveles jerárquicos de mando y cargos intermedios, que incluyan la evaluación de la reputación personal dentro de la organización (interna) pero también la externa, que incluye a otros grupos de interés como clientes, socios comerciales o proveedores.

Además, pueden existir otras variables predictoras, mediadoras y moderadoras en la construcción y desarrollo de la reputación personal. Por ejemplo, el estudio de la credibilidad, la confianza o de la hipocresía en el constructo de la reputación personal, que representan una oportunidad para futuras investigaciones. Del mismo modo, otras posibles áreas de interés para futuras investigaciones pueden ser la inclusión del estudio de la psicodinámica del trabajo con la reputación personal o la psicología negativa con la reputación personal. Por tanto, este modelo conceptual que vincula algunos de los predictores y sus dimensiones con los tipos-dimensiones de la reputación personal de los colaboradores en las organizaciones, es un tema que propicia nuevos paradigmas en el quehacer científico; por lo que su estudio debe profundizarse.

5. REFERENCIAS

- [1] Hochwarter, W. A., Ferris, G. R., Zinko, R., Arnell, B., & James, M. (2007). Reputation as a moderator of political behavior-work outcomes relationships: A two-study investigation with convergent results. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 567-576. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.2.567>
- [2] Zinko, R., Gentry, W., & Laird, M. (2016). A development of the dimensions of personal reputation in organizations. *International Journal of Organizational Analysis*, 24(4), 634-649. <https://doi.org/10.1108/IJOA-04-2015-0854>
- [3] Zinko, R., & Rubin, M. (2015). Personal reputation and the organization. *Journal of Management & Organization*, 21(2), 217-236. <https://doi.org/10.1017/jmo.2014.76>
- [4] Ferris, G. R., Blass, F. R., Douglas, C., Kolodinsky, R. W., & Treadway, D. C. (2003). Personal reputation in organizations. In J. Greenberg (Ed.), *Organizational behavior: The state of the science* (2nd ed., pp. 211-246). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- [5] Zinko, R., Ferris, G.R., Humphrey, S.E., Meyer, C.J. and Aime, F. (2012a). Personal reputation in organizations: two-study constructive replication and extension of antecedents and consequences. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85(1), 156-180. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.2010.02017.x>
- [6] Zinko, R., Ferris, G., Blass, F., & Laird, M. (2007). Toward a Theory of Reputation in Organizations. *Research In Personnel And Human Resources Management*, 26, 163-204. [https://doi.org/10.1016/s0742-7301\(07\)26004-9](https://doi.org/10.1016/s0742-7301(07)26004-9)

- [7] Shearmur, J., & Klein, D. B. (1997). Good conduct in the great society: Adam Smith and the role of reputation. In: D. B. Klein (Ed.), *Reputation: Studies in the voluntary elicitation of good conduct* (pp. 29–45). Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- [8] Weber, M. (2013). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (S. Kalberg, Ed. & Trans.). Routledge. (Original work published in 2001). <https://doi.org/10.4324/9781315063645>
- [9] Tsui, A.S. (1984). A role set analysis of managerial reputation. *Organizational Behavior and Human Performance*, 34, 64-96. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(84\)90037-0](https://doi.org/10.1016/0030-5073(84)90037-0)
- [10] Mintzberg, H. 1983. *Power in and around organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [11] Mintzberg, H. (1985). The organization as a political arena. *Journal Of Management Studies*, 22(2), 133-154. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1985.tb00069.x>
- [12] Pfeffer, J. 1981. *Power in organizations*. Boston: Pitman.
- [13] Kapoutsis, I., Papalexandris, A., Treadway, D., & Bentley, J. (2015). Measuring Political Will in Organizations: Theoretical Construct Development and Empirical Validation. *Journal Of Management*, 43(7), 2252-2280. <https://doi.org/10.1177/0149206314566460>
- [14] Fang, L., & Yasuda, A. (2009). The Effectiveness of Reputation as a Disciplinary Mechanism in Sell-Side Research. *Review Of Financial Studies*, 22(9), 3735-3777. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhn116>
- [15] Ranft, A., Zinko R., Ferris G.R., & Buckley M.R. (2006). Marketing the image of management: The costs and benefits of CEO reputation. *Human Resource Management International Digest*, 15(1). <https://doi.org/10.1108/hrmid.2007.04415aad.001>
- [16] van der Walddt, D.L.R. (2017). Exploring corporate reputation variables to measure personal reputations. *Communicare*, 36 (2), 75-93.
- [17] Yang, S. (2015). Understanding Personal Online Reputation Management: A Grounded Theory Study. *PACIS 2015 Proceedings*. 66.
- [18] Adee, S. (2011). Personal PR: how to have sparkling reputation online. *New Scientist*, 209(2800), 46-49. [https://doi.org/10.1016/s0262-4079\(11\)60399-0](https://doi.org/10.1016/s0262-4079(11)60399-0)
- [19] Liu, Y., Ferris, G., Zinko, R., Perrewé, P., Weitz, B., & Xu, J. (2007). Dispositional antecedents and outcomes of political skill in organizations: A four-study investigation with convergence. *Journal Of Vocational Behavior*, 71(1), 146-165. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.04.003>
- [20] Blickle, G., Schneider, P. B., Liu, Y., & Ferris, G. R. (2011). A predictive investigation of reputation as mediator of the political-skill/career-success Relationship1: Political skill and career success. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(12), 3026–3048. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00862.x>
- [21] Laird, M.D., Zboja, J., Martinez, A., & Ferris, G. (2013). Performance and political skill in personal reputation assessments. *Journal Of Managerial Psychology*, 28(6), 661–676. <https://doi.org/10.1108/jpm-10-2011-0097>
- [22] Tedeschi, J. T., & Melburg, V. (1984). Impression management in the organization. In S. B. Bacharach & E. J. Lawler (Eds.), *Research in the sociology of organizations* (Vol. 3, pp. 3158). Greenwich, CT: JAI Press.
- [23] Laird, M.D., Zboja, J., & Ferris, G. (2012). Partial mediation of the political skill-reputation relationship. *Career Development International*, 17(6), 557-582. <https://doi.org/10.1108/13620431211280132>
- [24] Johnson, D., Erez, A., Kiker, D., & Motowidlo, S. (2002). Liking and attributions of motives as mediators of the relationships between individuals' reputations, helpful behaviors and raters' reward decisions. *Journal Of Applied Psychology*, 87(4), 808-815. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.808>
- [25] Pfeffer, J. (1992). *Managing with power: Politics and influence in organizations*. Boston: Harvard Business Review Press.
- [26] Ahearn, K., Ferris, G., Hochwarter, W., Douglas, C., & Ammeter, A. (2004). Leader Political Skill and Team Performance. *Journal Of Management*, 30(3), 309-327. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2003.01.004>
- [27] Hayward, M., Rindova, V., & Pollock, T. (2004). Believing one's own press: The causes and consequences of CEO celebrity. *Strategic Management Journal*, 25(7), 637-653. <https://doi.org/10.1002/smj.405>
- [28] Cavazza, N., Pagliaro, S., & Guidetti, M. (2014). Antecedents of Concern for Personal Reputation: The Role of Group Entitativity and Fear of Social Exclusion. *Basic And Applied Social Psychology*, 36(4), 365-376. <https://doi.org/10.1080/01973533.2014.925453>

- [29] McAbee, S., & Connelly, B. (2016). A multi-rater framework for studying personality: The trait-reputation-identity model. *Psychological Review*, 123(5), 569-591. <https://doi.org/10.1037/rev0000035>
- [30] Fidan, T. & Koç, M.H. (2020). The relationship of high school teachers political skills to their career satisfaction: the mediating role of personal reputation. *KEDI Journal of Educational Policy*, 17(2), 247-271. <https://doi.org/10.22804/kjep.2020.17.2.005>
- [31] Treviño, L., Hartman, L., & Brown, M. (2000). Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership. *California Management Review*, 42(4), 128-142. <https://doi.org/10.2307/41166057>
- [32] Jazaieri, H., Allison, M.L., Campos, B., Young, R., & Keltner, D. (2019). Content, structure, and dynamics of personal reputation: The role of trust and status potential within social networks. *Group Processes & Intergroup Relations*, 22(7), 964-983. <https://doi.org/10.1177/1368430218806056>
- [33] Neves, P., & Story, J. (2015). Ethical Leadership and Reputation: Combined Indirect Effects on Employee Organizational Deviance. *Journal of Business Ethics*, 127(1), 165-176. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1997-3>
- [34] Blass, F.R., & Ferris, G.R. (2007). Leader reputation: the role of mentoring, political skill, contextual learning, and adaptation. *Human Resource Management*, 46(1), 5-19. <https://doi.org/10.1002/hrm.20142>
- [35] Cox, D., La Caze, M., & Levine, M. (2001). *Integrity (Stanford Encyclopedia of Philosophy/Summer 2001 Edition)*. Plato.stanford.edu. Retrieved 15 June 2021, from <https://plato.stanford.edu/archives/sum2001/entries/integrity/>
- [36] Murshed, S., Uddin, S., & Hossain, L. (2015). Transitivity, hierarchy and reciprocity of organizational communication network during crisis. *International Journal Of Organizational Analysis*, 23(1), 2-20. <https://doi.org/10.1108/ijoa-04-2012-0584>
- [37] Hurst, S. A., Hull, S. C., DuVal, G., & Danis, M. (2005). How physicians face ethical difficulties: a qualitative analysis. *Journal of Medical Ethics*, 31(1), 7-14. <https://doi.org/10.1136/jme.2003.005835>
- [38] Zinko, R., Gentry, W.A., Hall, A. and Grant, G.L. (2012b). Reputational change among managers. *Journal of Managerial Issues*, 24, 9-26
- [39] Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy Of Management Review*, 20(3), 709-734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- [40] Ammeter, A., Douglas, C., Gardner, W., Hochwarter, W., & Ferris, G. (2002). Toward a political theory of leadership. *The Leadership Quarterly*, 13(6), 751-796. [https://doi.org/10.1016/s1048-9843\(02\)00157-1](https://doi.org/10.1016/s1048-9843(02)00157-1)
- [41] SimanTov-Nachlieli, I., Har-Vardi, L., & Moran, S. (2020). When negotiators with honest reputations are less (and more) likely to be deceived. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 157, 68-84. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2019.11.006>
- [42] Craig, S., & Gustafson, S. (1998). Perceived leader integrity scale: An instrument for assessing employee perceptions of leader integrity. *The Leadership Quarterly*, 9(2), 127-145. [https://doi.org/10.1016/s1048-9843\(98\)90001-7](https://doi.org/10.1016/s1048-9843(98)90001-7)
- [43] Ones, D., & Viswesvaran, C. (2007). A Research Note on the Incremental Validity of Job Knowledge and Integrity Tests for Predicting Maximal Performance. *Human Performance*, 20(3), 293-303. <https://doi.org/10.1080/08959280701333461>
- [44] Murphy, K., & Lee, S. (1994). Does Conscientiousness Explain the Relationship Between Integrity and Job Performance?. *International Journal Of Selection And Assessment*, 2(4), 226-233. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.1994.tb00144.x>
- [45] Ones, D., Viswesvaran, C., & Schmidt, F. (1993). Comprehensive meta-analysis of integrity test validities: Findings and implications for personnel selection and theories of job performance. *Journal Of Applied Psychology*, 78(4), 679-703. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.679>
- [46] Ferris, G. R., Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., Douglas, C., & Frink, D. D. (2005). Development and Validation of the Political Skill Inventory. *Journal of Management*, 31(1), 126-152. <https://doi.org/10.1177/0149206304271386>
- [47] Fiol, C., O'Connor, E., & Aguinis, H. (2001). All for One and One for All? the Development and Transfer of Power Across Organizational Levels. *Academy Of Management Review*, 26(2), 224-242. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378017>

- [48] Maher, L., Gallagher, V., Rossi, A., Ferris, G., & Perrewé, P. (2018). Political skill and will as predictors of impression management frequency and style: A three-study investigation. *Journal Of Vocational Behavior*, 107, 276-294. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.004>
- [49] Diekmann, C., Blickle, G., Hafner, K., & Peters, L. (2015). Trick or trait? The combined effects of employee impression management modesty and trait modesty on supervisor evaluations. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 120–129. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.05.002>
- [50] Maher, L., Ejaz, A., Nguyen, C., & Ferris, G. (2021). Forty years of political skill and will in organizations: a review, meta-theoretical framework and directions for future research. *Career Development International*, 27(1), 5-35. <https://doi.org/10.1108/cdi-07-2021-0191>
- [51] Tsui, A.S. (1994). Reputational effectiveness: toward a mutual responsiveness framework. In Staw, B.M. and Cummings, L.L. (Eds), *Research in Organizational Behavior* (Vol. 16, pp.257-307). Greenwich, CT: JAI Press.
- [52] Mehra, A., Dixon, A., Brass, D., & Robertson, B. (2006). The Social Network Ties of Group Leaders: Implications for Group Performance and Leader Reputation. *Organization Science*, 17(1), 64-79. <https://doi.org/10.1287/orsc.1050.0158>
- [53] Kilduff, M., & Krackhardt, D. (1994). Bringing the Individual Back in: A Structural Analysis of the Internal Market for Reputation in Organizations. *Academy Of Management Journal*, 37(1), 87-108. <https://doi.org/10.2307/256771>
- [54] Tsui, A., Pearce, J., Porter, L., & Tripoli, A. (1997). Alternative Approaches to the Employee-Organization Relationship: Does Investment in Employees Pay Off?. *Academy Of Management Journal*, 40(5), 1089-1121. <https://doi.org/10.5465/256928>