



GESTIÓN DE IMPRESIONES **ESTRATEGIA ACTIVA DE LA** **REPUTACIÓN PERSONAL**

Comparte: CARLOS ALFONSO
BOSHELL NORMAN
(CCO®)-(PPE®)

Con la puesta en marcha de Los Sistemas de Prevención de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (LA/FT/FP), y los Programas de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE) que gestiona riesgos de Corrupción, Soborno local, Soborno Transnacional y Fraude (CO/SO/ST/F), las organizaciones buscan minimizar y controlar dichos riesgos. Sin embargo, en la aplicación del mecanismo de la Debida Diligencia, uno de los criterios que la regulación nos trae es la evaluación de la reputación de las contrapartes como son los socios, asociados, personal propio, clientes, proveedores y terceras partes que se le aplican a personas jurídicas y personas naturales, que conlleva retos a quienes lo aplican, especialmente para valorar la reputación de las personas, revisemos como poder comprenderlo y sobre todo las estrategias que utilizan las personas para conseguirla o manipularla.

La reputación personal se entiende como la estimación o valoración que una persona recibe dentro de su entorno social, basada en criterios determinados que influyen en la evaluación social. Esta reputación actúa como un mecanismo de control social, caracterizado por su alta eficiencia, ubicuidad y espontaneidad, lo que significa que opera de manera constante y natural en las interacciones cotidianas de la sociedad. La reputación personal refleja la identidad de un individuo dentro de su comunidad, influyendo tanto en contextos competitivos como cooperativos, y extendiendo su impacto a relaciones en ámbitos tan diversos como la política, los negocios, la educación y otros dominios sociales.

Una buena reputación la construye cada uno nosotros, una reputación requiere de credibilidad, confiabilidad y seguridad, integridad, así como responsabilidad. Los componentes fundamentales de la reputación personal incluyen, en primer lugar, los criterios sociales que determinan la valoración de una persona. Estos criterios pueden abarcar aspectos como la honestidad, la competencia, la confiabilidad y la integridad, los cuales son evaluados por los miembros de la comunidad a través de la observación directa de comportamientos, la comunicación interpersonal y la experiencia compartida.

En segundo lugar, la reputación se construye y se mantiene mediante la retroalimentación social, que puede manifestarse en forma de comentarios,

recomendaciones, reconocimiento público o, por el contrario, desaprobación y sanción social. Este proceso de evaluación y retroalimentación es espontáneo y continuo, permitiendo que la reputación de una persona evolucione en función de sus acciones y de la percepción colectiva.

En los contextos presenciales, la protección de la reputación personal se fundamenta en la gestión activa de las impresiones que los individuos generan en su entorno. Este proceso, conocido como gestión de impresiones, implica la utilización de tácticas tanto asertivas como defensivas para influir en las percepciones de los demás. Las tácticas asertivas se centran en la promoción activa de una imagen positiva, destacando competencias, logros y cualidades personales que refuercen la autoridad y el atractivo profesional. Por ejemplo, en el caso de los directivos y líderes, la proyección de experiencia y simpatía durante las interacciones cara a cara puede fortalecer la conexión emocional con los interlocutores y consolidar su posición en la jerarquía organizacional. Estas acciones no solo mejoran la percepción inmediata, sino que también contribuyen a la construcción de una reputación sólida y duradera, que puede ser determinante para el avance profesional y la consolidación de relaciones de confianza.

Por otro lado, las tácticas defensivas se activan cuando existe el riesgo de que la reputación personal se vea amenazada por percepciones negativas o críticas. Estas estrategias incluyen la minimización de errores, la justificación de decisiones controvertidas y la gestión cuidadosa de la información compartida en situaciones delicadas. El objetivo es mitigar el impacto de posibles daños reputacionales y preservar la imagen positiva previamente construida. La habilidad para equilibrar estas tácticas, adaptándolas al contexto y a las expectativas de los interlocutores, resulta esencial para mantener la integridad de la reputación personal en entornos presenciales.

Otra estrategia relevante para la protección de la reputación en contextos presenciales es el uso estratégico de la información personal y la gestión de las conexiones sociales. La divulgación selectiva de información privada, que refleje valores personales o puntos de vista alineados con los intereses del entorno, puede fortalecer la percepción de autenticidad y cercanía. Esta táctica, cuando se emplea de manera directa, permite a los individuos mostrar coherencia entre sus acciones y sus principios, lo que incrementa la confianza y el respeto de quienes los rodean. De manera indirecta, la referencia a relaciones sociales o alianzas estratégicas también puede contribuir a reforzar la imagen personal, al asociar la reputación propia con la de otros individuos o grupos reconocidos positivamente.

Sin embargo, la gestión de la información personal requiere un equilibrio cuidadoso, ya que la sobreexposición o la revelación de aspectos controvertidos pueden poner en riesgo la reputación. Por ello, la selección consciente de los temas a compartir y la adaptación del discurso a las características del público resultan fundamentales para proteger la imagen personal. En suma, la combinación de tácticas de gestión

de impresiones y el uso estratégico de la información personal constituyen pilares esenciales para la protección y el fortalecimiento de la reputación en contextos presenciales.

Importancia de la ética y la coherencia en la construcción de la reputación

La ética constituye un pilar esencial en la construcción y protección de la reputación personal, especialmente en entornos profesionales donde las acciones individuales son observadas y evaluadas por pares y superiores. La manifestación de estándares personales elevados, como se observa en la práctica de mostrar criterios éticos en la elaboración de código, no solo refleja el compromiso individual con la calidad, sino que también actúa como una inversión deliberada en la reputación profesional. Este comportamiento ético genera confianza y credibilidad, elementos fundamentales para el reconocimiento y la valoración positiva dentro de cualquier comunidad profesional. La adhesión a principios éticos sólidos contribuye a establecer una imagen coherente y respetada, lo que facilita la colaboración y el reconocimiento colectivo.

La coherencia entre los valores personales y las acciones concretas es igualmente determinante en la consolidación de una reputación sólida. En contextos donde la responsabilidad es compartida, como en la revisión y autoría de código, la coherencia se traduce en una rendición de cuentas colectiva, donde tanto autores como revisores asumen la responsabilidad por la calidad del trabajo presentado. Esta alineación entre lo que se proclama y lo que se practica refuerza la percepción de integridad y fiabilidad, atributos que son altamente valorados en la construcción de la reputación personal. La coherencia, por tanto, no solo fortalece la legitimidad individual, sino que también fomenta una cultura de responsabilidad compartida, lo que repercute positivamente en la percepción pública y profesional de los individuos involucrados.

Históricamente, la medición y gestión de la reputación personal ha presentado desafíos significativos. La obtención de información relevante sobre la reputación de los individuos requería una observación cercana y continua, así como la recopilación directa de datos a través de interacciones personales y análisis detallados de desempeño. Este proceso demandaba una considerable inversión de tiempo y recursos, ya que implicaba analizar caso por caso y mantener una vigilancia constante sobre las acciones y relaciones de cada actor dentro de la organización.

La dificultad para modelar redes de reputación personal en ausencia de registros digitales hacía que la gestión de la reputación dependiera en gran medida de la percepción subjetiva y de la memoria institucional, lo que podía dar lugar a sesgos o a la pérdida de información relevante. Este contexto resalta la importancia de estrategias estructuradas y sistemáticas para la protección y gestión de la reputación personal en entornos no digitales, donde la construcción de redes de

confianza y la transparencia en la comunicación interna resultan esenciales para mantener una reputación sólida.

El análisis de la reputación personal fuera del ámbito digital revela la complejidad y multidimensionalidad de este constructo, sustentado en factores como las interacciones presenciales, la representación de la identidad y los mecanismos de inclusión social. La gestión de la reputación en contextos no digitales requiere estrategias específicas, tanto asertivas como defensivas, así como un uso estratégico de la información personal y de las conexiones sociales. La comunicación interpersonal y las redes sociales tradicionales desempeñan un papel fundamental en la construcción, mantenimiento y protección de la reputación, influyendo en la percepción y legitimidad social de los individuos.

La ética y la coherencia entre valores y acciones emergen como pilares esenciales para la consolidación de una reputación sólida y legítima, actuando como mecanismos de validación ante la comunidad. La gestión de crisis reputacionales en entornos no digitales demanda habilidades para filtrar y manejar la información, así como para formular respuestas adecuadas que minimicen el impacto negativo.

A pesar de la existencia de métodos tradicionales para el monitoreo de la reputación personal, persisten limitaciones y desafíos asociados al carácter manual y subjetivo de estos procesos. Los casos prácticos e históricos analizados evidencian la influencia de la gestión del conocimiento y los recursos humanos en la reputación, así como las dificultades inherentes a su medición y gestión en entornos tradicionales.

En síntesis, la reputación personal se configura como un fenómeno dinámico, influido por múltiples variables contextuales y relacionales, cuya gestión efectiva exige una combinación de habilidades interpersonales, principios éticos y estrategias adaptativas frente a los desafíos del entorno no digital.

Feliz día

CARLOS ALFONSO BOSHELL NORMAN
CRIMINALISTA E INVESTIGADOR CRIMINAL
(CCO®) Certified Compliance Officer.
(PPE®) Professional Polygraph Examiner
CEL. +57 318 883 23 76
Correo: gerencia@cbconsultoresprofesionales.com
www.cbconsultoresprofesionales.com