

Impacto de la reputación organizacional en la motivación de colaboradores vinculados a empresas de trabajos temporales: caso de estudio Temporing S.A.

Daniela Alejandra Hernández Becerra y María Daniela Quintero González

Trabajo de grado para optar al título de Ingeniero Industrial

Director:

PhD. Orlando E. Contreras Pacheco

**Universidad Industrial de Santander
Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas
Escuela de Estudios Industriales y Empresariales
Bucaramanga**

2020

Dedicatoria

A nuestros padres.

Agradecimientos

Primeramente, a Dios, porque su amor y bondad no tienen fin.

A mis padres, Mayra y Victor, agradecerles infinitamente por su sacrificio, entrega, apoyo y comprensión, por creer en mis sueños y capacidades, por escucharme y darme todo su amor durante toda mi vida, y especialmente estos últimos 5 años. Esto, es por y gracias a ustedes.

A mis hermanos por enseñarme de paciencia y amor, y por ser mi motivación principal para seguir adelante. A mis abuelos, tíos y demás familiares, por la confianza puesta sobre mi persona, especialmente porque he contado con su apoyo desde que si quiera tengo memoria.

A Jairo por su apoyo y paciencia estos últimos meses, por acompañarme, entenderme e impulsarme a continuar en los momentos difíciles que conllevo la elaboración de este proyecto.

También a Daniela, por ser mi compañera de tesis y amiga durante esta aventura llamada Universidad, junto a Camila. Por su apoyo moral, complicidad y por permitirme aprender estos años junto a ambas. Igualmente, a todos mis demás compañeros y amigos de carrera.

A la Universidad por regalarme algunos de los mejores años de mi vida, a mis profesores por su labor, y especialmente a nuestro director Orlando Contreras por ser guía y apoyo durante la elaboración del presente trabajo.

- Daniela Alejandra.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios porque me permitió la culminación de una etapa más en mi vida.

Igualmente, agradezco a mi familia, quienes siempre me han impulsado con su amor inagotable, confianza, paciencia y fortaleza en momentos desafiantes.

A Linda, por su valiosa amistad y apoyo incondicional desde siempre.

A Tadeo, por su ayuda, sus palabras de aliento, risas y alegría aun en los momentos difíciles.

A Daniela y a Camila, por todos los aprendizajes, retos superados y experiencias vividas juntas.

A mis familiares, amigos y compañeros que de una u otra manera han apoyado y enriquecido mi crecimiento personal y profesional.

Finalmente, agradezco a la Universidad Industrial de Santander por abrirme sus puertas para emprender mi formación profesional, y a nuestro director Orlando por su apoyo e impulso a mejorar cada vez más.

-María Daniela.

Tabla de contenido

Introducción 13

1. Planteamiento del problema..... 15

2. Objetivos..... 17

2.1. Objetivo general..... 17

2.2. Objetivos específicos 17

3. Marco Teórico..... 17

3.1. Análisis bibliométrico..... 17

3.2. Revisión de la literatura 28

3.2.1. Fundamentos de la reputación organizacional 28

3.2.2. Fundamentos de la motivación. 31

3.2.3. Fundamentos de trabajos temporales y tercerización laboral. 35

3.2.3.1. Empresas de servicios temporales 35

3.2.3.2. Relación entre las agencias de servicios temporales y empresas usuarias39

4. Metodología 41

4.1. Antecedentes metodológicos 41

4.2. Modelo de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) 44

4.2.1. Conceptualización de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM). 44

4.2.2. Relación de causalidad entre las variables:..... 46

4.2.3. Tipos de variables en los modelos de ecuaciones estructurales:..... 46

4.2.4. Análisis Path:	47
4.2.5. Diagramas estructurales:.....	47
4.2.6. Enfoques del modelo de ecuaciones estructurales:.....	49
4.3. Metodología PLS-SEM:.....	49
5. Diseño de los Instrumentos de Medición.....	52
5.1. Escala para la medición de la reputación organizacional: RepTrak® Pulse (Ponzi et al. 2011)	52
5.3. Creación del instrumento de medición.	57
5.4. Consideraciones éticas aplicables al instrumento de medición	60
5.5. Aplicación de la encuesta.....	62
6. Modelamiento en SmartPLS	63
7. Resultados	67
8. Conclusiones	76
9. Recomendaciones	78
Referencias bibliográficas.....	80

Lista de Tablas

Tabla 1. Cumplimiento de los objetivos 12

Tabla 2. Cantidad de artículos encontrados en SCOPUS antes y después de la refinación manual.
..... 18

Tabla 3. Cantidad de artículos de la ecuación de búsqueda Web of Science antes y después de la depuración..... 21

Tabla 4. Categorización de la literatura sobre reputación organizacional 29

Tabla 5. Ítems de la reputación organizacional 54

Tabla 6. Once ítems que evalúa el PAJS-FI 56

Tabla 7. Ítems evaluados de la reputación organizacional de Temporing S.A y de las empresas usuarias 58

Tabla 8. Ítems evaluados de la satisfacción laboral de los trabajadores temporales 59

Tabla 9. Asignación numérica a la escala de Likert utilizada en la encuesta 63

Tabla 10. Codificación de los variables observables 64

Tabla 11. Clasificación de la fiabilidad de acuerdo con el Alfa de Cronbach..... 69

Tabla 12. Alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE obtenidos..... 70

Tabla 13. Resultados del criterio Fornell & Larcker 71

Tabla 14. Factor de inflación de las varianzas de los constructos 72

Tabla 15. Factor de inflación de las varianzas de los indicadores 72

Tabla 16. Resultados R^2 73

Tabla 17. Resultados bootstrapping..... 74

Tabla 18. Resultados del modelo estructural 75

Lista de Figuras

Figura 1 Publicaciones por año de las ecuaciones de búsqueda en SCOPUS.	20
Figura 2 Áreas generales de los artículos selectos en Web of Science.....	22
Figura 3 Áreas creadas por Web of Science de los artículos seleccionados en la base de datos..	23
Figura 4 Países con mayor número de publicaciones.	24
Figura 5 Publicaciones por año (artículos leídos).....	25
Figura 6 Cantidad de publicaciones por año en los países más representativos.....	26
Figura 7 Aduna de autores para producciones científicas en colaboración.....	27
Figura 8 Nube de palabras claves.	28
Figura 9 Reglas de la representación gráfica de los diagramas estructurales.	41
Figura 10 Diagrama estructural planteado para este trabajo de investigación.....	48
Figura 11 Modelo estructural – diagrama de senderos	66
Figura 12 Cargas del modelo estructural	67

Lista de apéndices

Ver apéndices adjuntos, pueden ser consultados en la base de datos de la Biblioteca UIS.

Apéndice A – Encuesta aplicada a trabajadores temporales de Temporing S.A

Apéndice B – Consentimiento Informado para el diligenciamiento de la encuesta

Apéndice C – Artículo. Impacto de la reputación organizacional en la motivación de trabajadores vinculados a empresas de servicios temporales: caso de estudio Temporing S.A.*

Apéndice D – Ponencia: Impacto de la reputación organizacional en la motivación de trabajadores vinculados a empresas de servicios temporales: caso de estudio Temporing S.A.*

Resumen

Título: Impacto de la reputación organizacional en la motivación de colaboradores vinculados a empresas de trabajos temporales: caso de estudio Temporing S.A.*

Autores: Hernández Becerra Daniela Alejandra
Quintero Gonzalez Maria Daniela**

Palabras Claves: SEM - motivación - reputación organizacional - trabajo temporal – satisfacción laboral

Descripción: Identificadas como un recurso ocasional, las empresas de servicios temporales han jugado un papel clave en el desarrollo de la dinámica de la tercerización laboral. Su utilización, cada vez más recurrente debido a las diferentes necesidades de fuerza laboral de las compañías, despierta interés en cuanto a las diversas percepciones que un empleado en misión – que desarrolla labores temporales en una empresa usuaria – puede tener. Además, considerando las diversas y diferentes condiciones de estos en el ámbito laboral, resulta interesante medir sus niveles de motivación y poderlo anclar y relacionar con las percepciones que tienen de ambas empresas. Partiendo de esto, se encontró una oportunidad de investigación, desarrollada en este estudio, donde se realizó una revisión de la literatura enfocada en la reputación organizacional y la motivación laboral, con la que fue posible llegar al planteamiento de cuatro hipótesis respecto a la manera en que estas se relacionan dentro del marco de las empresas de servicios temporales y las empresas usuarias, en este caso, en la empresa Temporing S.A. en Colombia. Partiendo de estas hipótesis, se planteó un modelo estructural que se comprobó por medio de un modelamiento de ecuaciones estructurales a través de mínimos cuadrados parciales, utilizando adaptaciones de instrumentos de medición ya validados en investigaciones previas.

*Trabajo de Grado

**Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director: Orlando E. Contreras Pacheco, Ph.D..

Abstract

Title: Impact of the organizational reputation in the motivation of collaborators linked to temporary work companies: Temporing S.A study case*

Authors: Hernández Becerra Daniela Alejandra

Quintero Gonzalez Maria Daniela**

Keywords: SEM - motivation - organizational reputation – temporary job – job satisfaction

Description: Identified as an occasional resource, temporary work enterprises have played a key role in the development of labor outsourcing dynamics. Its utilization, which has become more frequent due to the different workforce necessities companies' face, arouses interest in terms of the different perceptions that an employee on mission – the one that develops a temporary job in a user enterprise - may have. Additionally, considering the diverse laboral conditions of these employees in their workplaces, it is interesting to measure the levels of motivation they might face, as well as being able to anchor and relate it to the perceptions they have of both companies. Based on this, a research opportunity was found and developed. In this study, it was possible to carry out a literature review focused on organizational reputation and motivation, which allowed the investigators to come up with and propose four hypotheses regarding the relations that could exist between these constructs in the framework of temporary work enterprises and user enterprises, specifically, the temporary work agency Temporing S.A., located in Colombia. Starting from these hypotheses, a PLS-SEM model was proposed and verified, using adaptations of measurement instruments already validated and widely used in previous research.

*Thesis.

**Physicomechanical Engineering Faculty. School of Industrial and Business Studies. Director: Orlando E. Contreras Pacheco, Ph.D.

Cumplimiento de objetivos**Tabla 1***Cumplimiento de los objetivos*

Objetivos específicos	Cumplimiento
Desarrollar una revisión bibliográfica de literatura académica sobre la reputación corporativa, motivación de los colaboradores, tercerización laboral y trabajo temporal.	Capítulo 3
Diseñar y aplicar un instrumento de medición a los colaboradores vinculados a la empresa de trabajos temporales Temporing S.A.	Capítulo 5 Apéndice A
Formular un modelo estadístico conceptual a través de un modelamiento de ecuaciones estructurales utilizando el programa Smart PLS para concluir el efecto de los factores establecidos.	Capítulo 3 y 4
Escribir un artículo de carácter publicable exponiendo los resultados obtenidos en esta investigación.	Apéndice C

Introducción

El proceso de contratación de nuevos trabajadores cada vez se ha tornado más exigente y demandante para los empleadores (ANDI 2017, 1). Si bien, es un proceso que debe hacerse, las organizaciones muy seguido evalúan qué tan viable es incurrir en dichos procesos cuando los trabajadores entran a suplir necesidades temporales. Como una alternativa, las empresas de servicios temporales facilitan esta contratación a las organizaciones con requerimientos de mano de obra temporal. Entre otras aplicaciones, las empresas de servicios temporales también funcionan como un medio de ajuste ante la flexibilidad que exigen fenómenos como la globalización y la alta cuota de dinamicidad en los mercados (Burgos, 2017).

Sin embargo, una inquietud constante en un ambiente laboral en donde la figura de los trabajadores temporales es parte del día a día, tiene que ver con la motivación de estos individuos para ejercer sus labores. Especialmente cuando manifestaciones como el sentido de pertenencia (Robbins, 2004) y la satisfacción laboral se han establecido como factores significativos de motivación para cualquier empleado (Hwang y Chi, 2005). En ese sentido, dentro del contexto descrito, surge una pregunta fuerte: ¿qué efecto tiene en la motivación de los trabajadores de las agencias de servicios temporales, la percepción que estos tienen sobre dichas agencias y al mismo tiempo, sobre las empresas usuarias a las que les prestan sus servicios?

Dicho sentido de pertenencia puede verse relacionado con la reputación organizacional que los trabajadores temporales perciben de las empresas (Chen, Wang, y Fang, 2017), reflejado en la definición de Fombrun y Van Riel (1997) “la percepción que tienen los trabajadores sobre la empresa”. Además, aunque la misma podría entenderse como una idea intuitiva y simple en la cotidianidad (Lange, Lee y Dai, 2011), es una variable de estudio que trae en sí un trasfondo mucho

más complejo. Y según autores como Boyd, Bergh y Ketchen (2010), puede reconocerse como un activo intangible que provee a las organizaciones ventajas competitivas sustentables.

En ese orden de ideas, se ratifica el interés que genera saber cómo influye en el individuo y en su motivación un concepto que se emite desde las perspectivas de cada uno y que puede estar moldeado por diversos enfoques y constructos sociales sujetos a diferentes influencias e indicios (Lange et al. 2011). Sobre todo, cuando entra a jugar un factor de peso como lo es la realidad de los trabajadores de las empresas de servicios temporal (por efectos prácticos, de ahora en adelante EST), cuyos trabajos existen para cubrir necesidades provisionales en un entorno como lo es Colombia.

En la presente investigación se presenta un análisis bibliométrico realizado por medio de ecuaciones de búsqueda con el software VantagePoint; con esto fue posible analizar las tendencias de los artículos. Seguido, se realizó una revisión de la literatura en la que se ahondó en los temas de interés para la investigación. Esto permitió el planteamiento de las hipótesis, que se probaron después de la recolección, tratamiento y procesamiento de datos recolectados por medio de encuestas aplicadas a trabajadores temporales de Temporing S.A., a través de un modelo PLS-SEM.

En este trabajo se utilizó un instrumento de medición adaptado de las escalas RepTrak® Pulse (Ponzi, Fombrun y Gardberg, 2011) y PAJS-FI (Lepold, Tanzer, Bregenzer y Jiménez, 2018) para efectos de identificar de forma empírica la reputación organizacional que los trabajadores identifican de la EST Temporing S.A y de las empresas usuarias (EU de ahora en adelante) a las cuales son asignados. Asimismo, identificar la motivación que les genera su relación con ambas organizaciones. Los datos recolectados de 40 trabajadores (n=40) se analizaron utilizando el software Smart PLS (Ringle, Wende y Becker, 2015).

1. Planteamiento del problema

El desempleo hace parte de la gran gama de problemáticas que se discuten en cualquier lugar, pero que no muchas personas reconocen la cantidad de factores que influyen en su fluctuación. Es sabido, que un elemento importante que afecta de manera positiva o negativa al desempleo es la economía, por tanto, no es sorpresa que a lo largo de la última década la crisis económica mundial haya afectado directamente al mercado laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2012). Es visible que la preocupación con respecto a la falta de empleo es general, por lo que varios gobiernos han encontrado una solución en los empleos temporales (Sánchez-Castañeda, 2014). Sin embargo, se presenta la dualidad entre una relajación en los sistemas de gestión del talento humano de las organizaciones y una gran posibilidad de insatisfacción por parte de los trabajadores (Booth, Francesconi y Frank, 2002; Stancanelli, 2002, Kahn, 2006; Boeri, 2011).

Es importante considerar, que el descontento de la fuerza laboral en cualquier empresa no representa una gran incógnita. Dado que, al no gozar de todos los beneficios extralegales o incluso, el hecho de no tener una remuneración proporcional a la de una persona con vinculación directa a la empresa, implican efectos negativos en la motivación con la que ejercen su trabajo. Además, según Oldham y Hackman (1976), Tzou y Lu (2009) y Law, Chan y Ozer (2017), la motivación que un individuo siente por la labor que desempeña es crucial, y puede verse influenciada por factores intrínsecos o extrínsecos a la misma. Incluso, autores como Ali, Jin, Wu y Melewar (2017) indican que la percepción que tengan los empleados de la organización para la que laboran influye en mejorar o empeorar el compromiso, las tasas de rotación y la productividad.

Por lo tanto, mediante este estudio se busca relacionar la reputación organizacional con la motivación y, a su vez, cómo afecta la vinculación temporal en la percepción del empleado hacia

la empresa. Así, en el marco de esta investigación se busca entender el efecto que tienen factores tales como la reputación organizacional de las EST y las EU en la motivación de los trabajadores temporales adscritos a Temporing S.A.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar, por medio de un modelamiento de ecuaciones estructurales, el impacto que ejerce la reputación organizacional tanto de empresas usuarias como de la empresa de empleos temporales Temporing S.A. sobre el comportamiento de la motivación de los colaboradores.

2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar una revisión bibliográfica de literatura académica sobre la reputación corporativa, motivación de los colaboradores, tercerización laboral y trabajo temporal.
- Diseñar y aplicar un instrumento de medición a los colaboradores vinculados a la empresa de trabajos temporales Temporing S.A.
- Formular un modelo estadístico conceptual a través de un modelamiento de ecuaciones estructurales utilizando el programa Smart PLS para concluir el efecto de los factores establecidos.
- Escribir un artículo de carácter publicable exponiendo los resultados obtenidos en esta investigación.

3. Marco Teórico

3.1. Análisis bibliométrico

Para esta revisión de literatura se hizo una búsqueda enfocada en una conceptualización completa referente a la reputación organizacional y la motivación, así como del concepto de satisfacción laboral. Para cumplir dicho propósito se consultaron diferentes sistemas de indexación disponibles en la Universidad Industrial de Santander, ISI Web of Science (WoS) y Scopus.

Además, se contemplaron los términos relacionados con trabajos o empleos temporales y tercerización laboral u *outsourcing* buscando abarcar una conceptualización completa de la investigación, ya que, aunque la literatura en áreas de gestión de estos temas es amplia, en un primer barrido se pudo reconocer que existe una limitación en la investigación de todos los temas articulados.

En primera instancia se utilizó la base de datos Scopus en la que se buscó incluir términos claves en el desarrollo de la investigación, por esto se crearon dos ecuaciones de búsqueda para enlazar la mayor cantidad de términos posibles. Posteriormente se procedió a realizar una refinación manual, debido a que la motivación no es una temática exclusiva de áreas de gestión o ingeniería, con el propósito de no excluir ningún documento que pudiera ser relevante en el desarrollo de la investigación y/o incluir artículos que pudieran alterar los resultados de este ítem.

En estas dos ecuaciones no se utilizaron los filtros propios de las bases de datos ya que en este punto se buscaba encontrar una gran amplitud de definiciones de estos términos, y muchas de las mismas se incluían en artículos de campos como la psicología, por lo que solo tras la revisión manual se podía definir si los mismos podrían ser o no relevantes para la investigación.

En la Tabla 2. se presentan las ecuaciones de búsqueda ingresadas en Scopus, relacionando la cantidad de artículos encontrados y los resultantes obtenidos tras la depuración.

Tabla 2

Cantidad de artículos encontrados en SCOPUS antes y después de la refinación manual.

Ecuación de búsqueda	Artículos encontrados	Artículos tras depuración
-----------------------------	------------------------------	----------------------------------

ALL = (org* AND ("temporary OR temporal")	140	37
AND		
("motivation" OR "job satisfaction" OR "lab* satisfaction"))		
ALL = (Temp* "job" OR "work") AND	8	3
("motivation OR job satisfaction") AND ("outsourcing" AND "lab* outsourcing"))		

Fue necesaria la división de los términos relevantes para esta investigación en dos ecuaciones diferentes, con el propósito de poder abarcar la mayor cantidad de artículos en los que se explican estos temas, ya que, aunque la cantidad de investigaciones de estos temas en gestión son amplias, existen muy pocos artículos que abarcan estos temas juntos, motivo por el que no se restringieron tampoco las fechas de publicación.

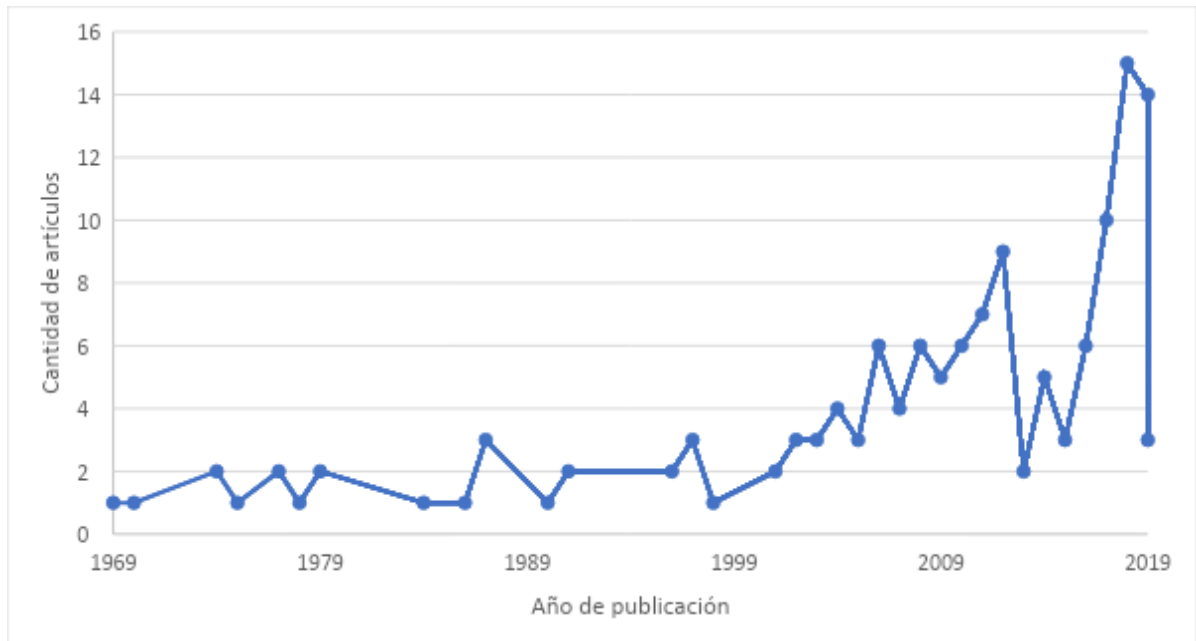
Dentro de la estructura de las dos ecuaciones se utilizó la función asterisco (*) para incluir las diferentes variaciones que puede tener un término (como "organization" o "organizational" y "laboral" o "labor")

Para estas dos ecuaciones de búsqueda, en las que se procura contemplar *grosso modo* la relación entre motivación con trabajos temporales, se encontró una gran variedad de artículos con años de publicación desde 1969, con un artículo publicado en 1970 para la primera ecuación, y artículos que datan de 1997 al 2018 para la segunda, con un artículo publicado en 1990 (Figura 1). Tras la refinación manual, la cual se realizó mediante una lectura de títulos y *abstracts* con el fin

de utilizar en la mayor medida posible solo artículos útiles para la investigación, los años de publicación de los documentos restantes datan del 2005 hasta el 2019.

Figura 1:

Publicaciones por año de las ecuaciones de búsqueda en SCOPUS.



Nota: Adaptado de Vantage Point (2020)

Se realizó una tercera ecuación de búsqueda en la que se contemplaron todos los temas relevantes para la investigación, en este caso por Web of Science, obteniéndose un total de 232 artículos. Posteriormente, se procedió a realizar una depuración, iniciando por años de publicación e incluyéndose información que data del 2010 a la actualidad, con el fin de concentrar la atención en literatura más reciente. Luego, se realizó un filtro por temáticas que incluyeran únicamente artículos relacionados con gestión, economía o ingeniería, debido a que en este punto se buscaba encontrar artículos relacionados con modelos de ecuaciones estructurales que incluyera al menos

uno de los tópicos de investigación. Finalmente, se realizó la depuración manual mediante la lectura de *abstracts* e introducciones de los manuscritos.

En la Tabla 2 se presenta la ecuación de búsqueda inicial y la resultante tras la aplicación de las refinaciones y una depuración manual, ya que aún se seguían encontrando artículos que no iban acorde a la línea de esta investigación.

Tabla 3

Cantidad de artículos de la ecuación de búsqueda Web of Science antes y después de la depuración.

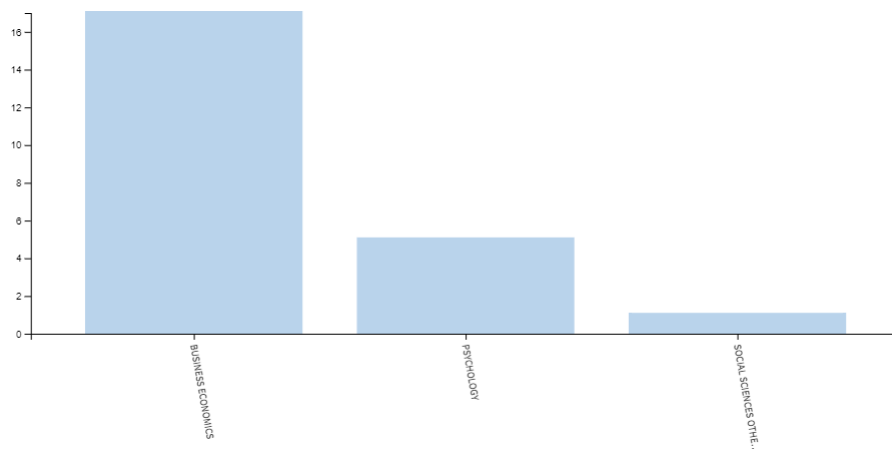
Ecuación de búsqueda	Artículos encontrados
<p>Ecuación de búsqueda inicial: (((temporary job* AND motivation* AND sem) OR (organization* AND reputation* AND motivation* AND sem) OR (temporary job* AND motivation*) OR (organization* AND reputation* AND motivation*) or (temporary AND agenc* AND motivation*)))</p>	232
<p>Ecuación de búsqueda refinada: (((temporary job* AND motivation* AND sem) OR (organization* AND reputation* AND motivation* AND sem) OR (temporary job* AND motivation*) OR (organization* AND reputation* AND motivation*) or (temporary AND agenc* AND motivation*)))</p>	17

Refinado por: años de publicación: (2020 OR 2015 OR 2010 OR 2019 OR 2014 OR 2018 OR 2013 OR 2017 OR 2012 OR 2016 OR 2011) and categorías de web of science: (management OR business OR industrial relations labor OR engineering industrial OR public administration OR business finance OR economics or international relations or women’s studies or operations research management science) and categorías de web of science: (management OR business)

Se presenta a continuación un gráfico tomado del análisis de la última ecuación de búsqueda en Web of Science, que especifica las áreas de investigación de los 17 artículos seleccionados (Figura 2). Se considera importante destacar esta imagen ya que, como se verá a lo largo del documento, existe un gran interés por el estudio de este tema a nivel organizacional en áreas de psicología y comunicación.

Figura 2:

Áreas generales de los artículos selectos en Web of Science.

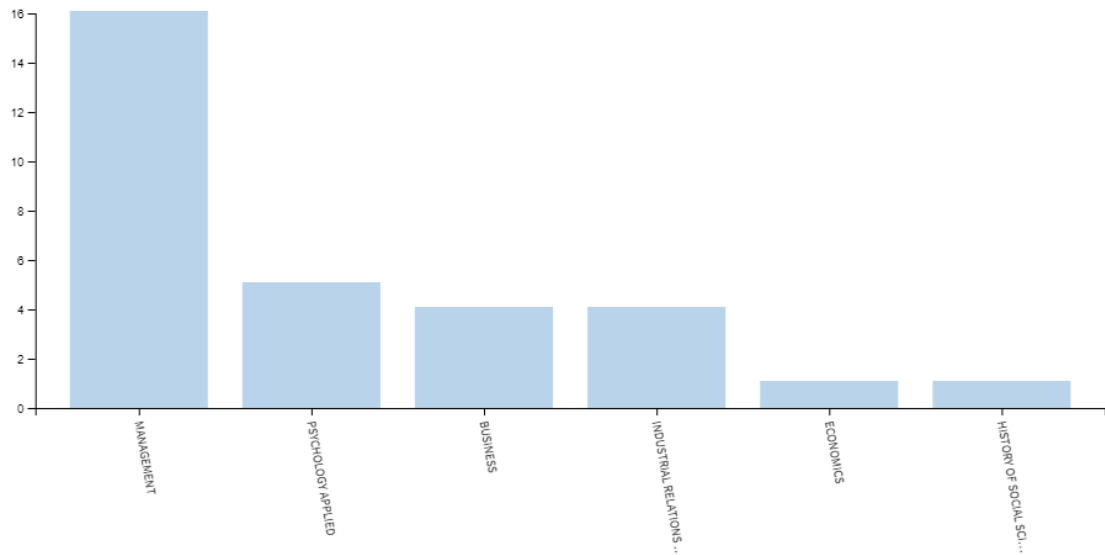


Nota: Tomado de Web of Science (2020)

Igualmente se presenta un gráfico con las áreas de investigación que Web of Science clasifica detalladamente. (Figura 3)

Figura 3:

Áreas creadas por Web of Science de los artículos seleccionados en la base de datos.



Nota: Tomado de Web of Science (2020)

A partir de los artículos seleccionados tras la aplicación de las tres ecuaciones de búsqueda y todas las refinaciones correspondientes, se procedió a realizar un análisis general con base en los *abstracts*, las metodologías y los resultados de los mismos. En total se obtuvieron 57 trabajos relevantes, los cuales se tienen en cuenta para el análisis presentado a continuación, que permitirá conocer la dinámica a nivel mundial del tema de investigación a tratar.

Este análisis se realizó con la información obtenida de VantagePoint, que lo facilitó la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander, y en el que se consideraron los campos: año de publicación, relevancia de autores, colaboración interdisciplinar, países y palabras claves.

La Figura 4 muestra la publicación de artículos por países, en la cual se aprecia que Estados Unidos es el país con mayor número de producciones científicas en el tópico, seguido por países como Italia, Reino Unido, Alemania, Italia y Portugal; también existe una pequeña participación en producción escrita relacionada con el tema en Canadá, Australia y China. Se destaca que en Colombia no existen artículos científicos relevantes en el tema y que México y Brasil son los únicos países centro y suramericanos con una pequeña participación en la producción de trabajos escritos de investigaciones en este tópico.

Figura 4:

Países con mayor número de publicaciones.



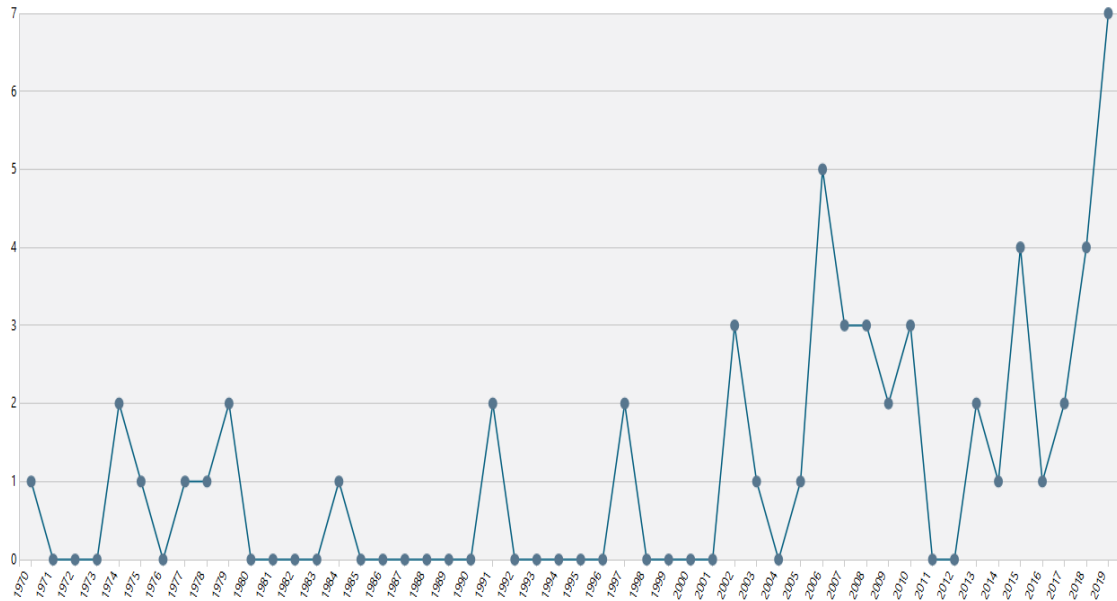
Nota: Tomado del Software VantagePoint (2020)

Se estudia la producción de artículos en los últimos años, como se muestra en la Figura 5, donde es posible observar un comportamiento volátil, con una tendencia creciente considerable en los últimos tres años y que demuestra un interés mayor en la última década por temas relacionados

con reputación organizacional, motivación y satisfacción laboral, gran parte de estas investigaciones son aplicaciones que se hacían en empresas de diversos campos.

Figura 5:

Publicaciones por año (artículos leídos).



Nota: Tomado del Software Vantage Point (2020)

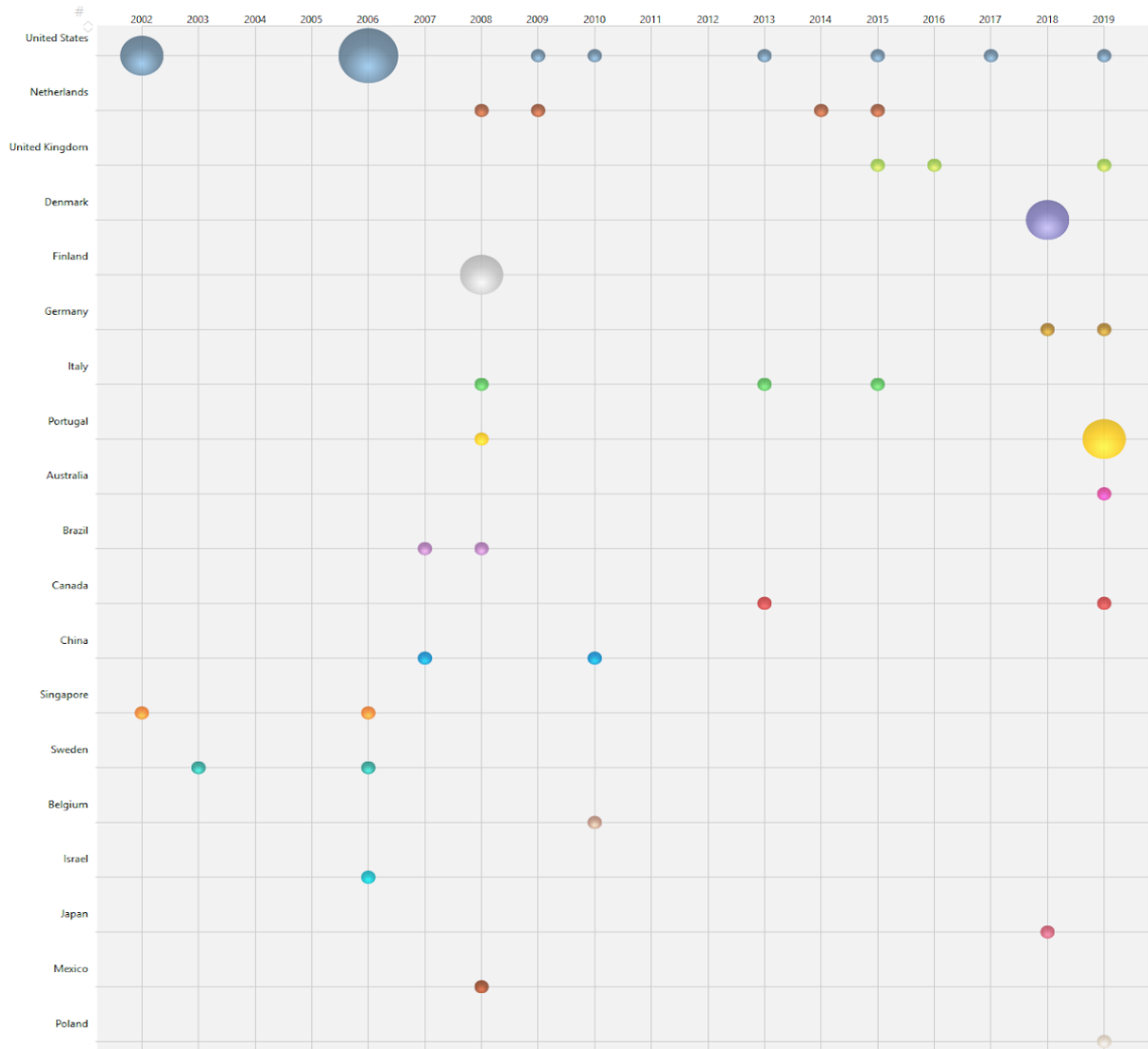
La Figura 6 representa la producción de publicaciones por año. Se muestra desde los países con mayor producción de artículos hasta los que tienen al menos 2 artículos en revistas científicas destacables.

Si bien, en el caso de las primeras ecuaciones de búsqueda se refinó a partir del 2010, en estas se analizó desde el año 2002 para una mejor representación de los resultados, ya que como se muestra en la gráfica anterior, desde este año aumenta el interés por la investigación en este tópico. En ambas gráficas se demuestra cómo, dentro de esta delimitación, en el año 2019 hubo un

crecimiento exponencial en el interés de investigadores frente a esta temática, por lo que se considera un tema relevante y de actualidad.

Figura 6:

Cantidad de publicaciones por año en los países más representativos.



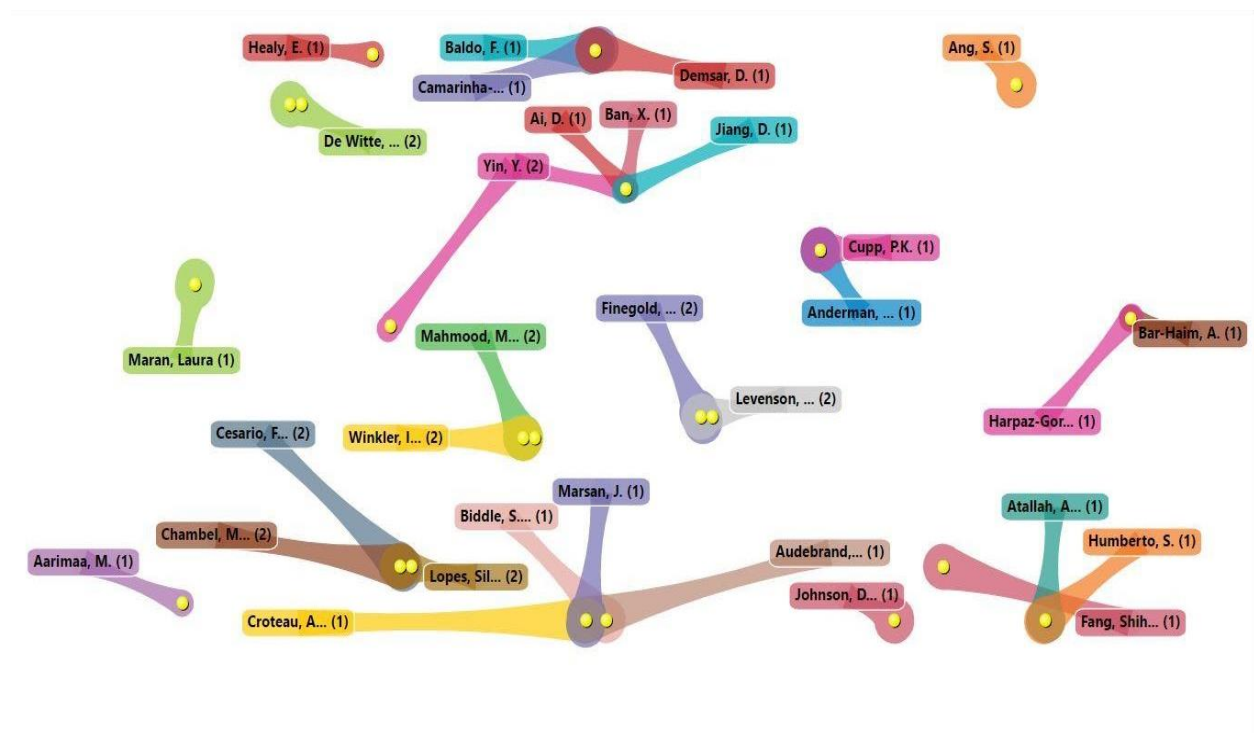
Nota: Tomado del Software Vantage Point (2020)

Por otra parte, para el análisis de la conexión entre autores y colaboración interdisciplinar se realiza el gráfico de aduna (Figura 7) que permite observar cómo diferentes autores colaboraron

entre sí para la producción de artículos científicos en el tópico. Para este análisis se excluyeron autores que trabajan en solitario para mostrar las relaciones más relevantes. El gráfico además evidencia la cantidad de artículos en las que realmente están interconectadas las palabras, representándolos con puntos amarillos.

Figura 7:

Aduna de autores para producciones científicas en colaboración.



Nota: Tomado del Software Vantage Point (2020).

La nube de palabras presentada a continuación (Figura 8) muestra un total de 14 palabras, que son las más mencionadas en los 57 artículos leídos, de las cuales se destacan: *Temporary workers, Motivation, Occupational Health, Employment* y *Working Conditions*. Estas palabras son relevantes para entender las diferentes formas a las que se pueden referir los tópicos relevantes en la investigación.

Figura 8:

Nube de palabras claves.



Nota: Tomado del Software Vantage Point (2020)

3.2.Revisión de la literatura

3.2.1. Fundamentos de la reputación organizacional

La reputación organizacional, reconocida como un activo intangible de las organizaciones (Weng y Chen, 2017), y parte del conocido *Goodwill*, es, entre tantas cosas, una percepción que, si bien se crea a partir de las acciones de una empresa, está moldeada por los constructos sociales del individuo (Rindova y Martins, 2012), resulta como un fin interesante a estudiar.

A lo largo de los años, se han realizado investigaciones con las que se busca establecer un concepto definitivo para este recurso. Sin embargo, no es una labor sencilla dado su amplio espectro. Existe una falta de consenso en la definición de reputación en la literatura académica, al punto que muchos autores consideran que existe una “niebla” conceptual (Balmer, 2001).

La reputación organizacional abarca desde la posición que pueden tener las empresas en el mercado de valores, de forma que una buena reputación puede aumentar el valor de las acciones (Milgrom y Roberts, 1986), pasando por la importancia que los clientes le otorgan, representando una ventaja competitiva frente a otras, con una reputación organizacional inferior. Y llegando al punto de estudio en este trabajo, autores como Kitchen y Laurence (2003); Cable y Turban (2001), afirman que tiene una gran importancia en atraer excelentes empleados.

Fombrun y van Riel (1997) realizan una categorización del concepto de reputación enfocado en la organización desde diferentes perspectivas, las cuales se resumen en la tabla 4.

Tabla 4

Categorización de la literatura sobre reputación organizacional.

Disciplina	Categorización de la reputación
Contabilidad	Activo intangible y que puede producir un valor económico.
Economía	Percepción que tienen todas las partes interesadas (<i>stakeholders</i>) externas a la organización. Se define en atributo o señales.
Marketing	Vista que se tiene desde la perspectiva del usuario final, cliente o consumidor.
Organizacional	Percepción del comportamiento que tienen las partes interesadas (<i>stakeholders</i>) internas de la compañía, se define como las experiencias que tienen los trabajadores.
Sociología	Valoración del rendimiento de una compañía relacionada con las expectativas y normas en un contexto institucional.

Estrategia

Percepciones que son difíciles de gestionar, motivo por el que es vista como activos y barreras de movilidad

Nota: Adaptado de Fombrun y van Riel (1997)

En su revisión literaria, Lange et al. (2011) encontraron que la reputación organizacional ha sido conceptualizada unidimensionalmente desde 3 perspectivas diferentes: ser conocido, ser conocido por algo y favorabilidad generalizada.

Ser conocido. En este concepto, los autores que han profundizado en el tema lo definen como el que la organización sea identificada por los grupos de interés, más allá de los juicios que puedan ser emitidos sobre la misma. Es ser reconocida por su marca y por el desarrollo de su propósito o valor agregado, pero sin contemplar opiniones al respecto.

Ser conocido por algo. Se catapulta la reputación organizacional como el reconocimiento que tiene la marca por hacer las cosas bien, por su calidad. En este caso se tiene en cuenta la emisión de un juicio subjetivo, que se espera sea positivo, sobre el desempeño de la organización en cuestión.

Favorabilidad generalizada. Se estableció entonces, que una gran variedad de autores encuentra la reputación organizacional basada en comparaciones de la favorabilidad de esta respecto a otras, y como el nombre lo dice, desde una vista general, teniendo en cuenta múltiples aspectos (que podrían estar definidos por la persona que emite el juicio).

Sin embargo, no se quedaron con que la reputación organizacional podría definirse desde una perspectiva unidimensional, sino que propusieron una definición que contempla un enfoque multidimensional, agrupando las 3 dimensiones ya mencionadas.

Siendo así, establecieron que el “ser conocido” tratará entonces de qué tanto un grupo de personas, conjuntamente, conocen la empresa; el “ser conocido por algo” si el mismo grupo de personas considera que la empresa logrará, o no, cubrir las necesidades que tienen, sus expectativas; y finalmente, “favorabilidad generalizada” está enmarcada a qué tanto se ajusta una organización a lo que un grupo de perceptores considera que está bien dentro de su rango cultural.

Una de las principales barreras que se presenta al medir la reputación organizacional, es que al considerarse un activo intangible es difícil de ser medida. Por ende, se busca no solo unificar, sino simplificar las formas en que actualmente es cuantificada, ya que la mayoría de los instrumentos incluyen una gran cantidad de facetas, que hacen que la aplicación sea larga, tediosa y en muchas ocasiones redundante.

3.2.2. Fundamentos de la motivación.

La motivación es un término genérico aplicado a una serie de deseos, anhelos y necesidades, referidos al esfuerzo e impulso por satisfacer un propósito o meta (Andreassen, Ursin y Eriksen, 2007). En el ámbito organizacional, la motivación se considera un factor influyente en el desempeño laboral de los trabajadores, es decir, el cambio de su comportamiento está directamente relacionado al grado de motivación que posea (Rubiano y Aponte, 2014).

Existen diversas teorías sobre la motivación, una de las más conocidas es la formulada por Maslow y Herzberg (1943) “La teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow”, según esta, lo que motiva a las personas es el deseo de conseguir o mantener las condiciones para satisfacer una serie de necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización.

Cuando esta teoría se aplica a una organización, la implicación recae en que la dirección tiene la responsabilidad de crear un clima apropiado en el que los trabajadores puedan desarrollar su potencial al máximo (Pruneda, 2004).

Además, existen diversas investigaciones que se han ocupado de estudiar el concepto desde un punto de vista más empírico. Uno muy estudiado establece que la motivación que un individuo siente por la labor que desempeña está influenciada por factores intrínsecos o extrínsecos al mismo (Herzberg, 1968). Los factores intrínsecos corresponden a aquellos comportamientos centrados en la satisfacción y el placer derivados de realizar las actividades correspondientes al cargo, mientras que la motivación extrínseca se centra en el rendimiento, el resultado y la eficiencia (Hackman y Oldham; 1976, Tzou y Lu, 2009; Law, Chan y Ozer, 2017).

McGregor (1966) plantea que la motivación se orienta hacia la satisfacción de las necesidades humanas. El enfoque de esta satisfacción de necesidades en un ámbito laboral es un tópico de investigación cuyo interés ha venido aumentando considerablemente en los últimos años, tanto en el campo de investigación en psicología (Parker, Morgeson y Johns, 2017) como para la investigación en administración (Oldham y Hackman, 2010).

La satisfacción que siente un trabajador por la labor que desempeña puede afectar directamente su desempeño, y depende de las condiciones propias del trabajo (Jiménez, 2008). En la línea de su investigación, Jiménez (2008) definió que un alto nivel de satisfacción puede ser consecuencia de: niveles bajos de rotación y ausentismo, estándares de productividad altos, apoyo por parte de los jefes, y primordialmente altos niveles de motivación; anclándose a lo planteado por Rubiano y Aponte (2014), quienes establecen que el desempeño de un trabajador cambia según el grado de motivación que posea.

A medida que el ser humano se ha dejado de identificar como sólo un recurso suministrado en los procesos productivos, y se ha volcado la vista a entender cómo funcionan dentro de ellos, dejando a un lado lo operacional y enfocándose en el ser, se ha encontrado un gran campo de investigación alrededor de sí. La motivación y la satisfacción laboral han sido temas que sin duda han atraído la atención de los académicos, quienes cada vez buscan esclarecer y realizar aportes a estos temas que son de carácter social, pero que impactan el área de desempeño de las personas.

La satisfacción laboral se asocia con las reacciones positivas que un individuo pueda tener, producto de la comparación entre su situación actual y lo que es deseado (Oshagbemi, 1999) y puede verse como un constructo global, o como un conjunto de facetas (Judge, Weis, Kammeyer-Mueller y Hulin, 2017).

Por su parte, Machado, Soares, Brites y Rocha, en 2011, relacionaron la satisfacción laboral con comportamientos propios del mercado laboral, que al tiempo son relacionados con las actitudes y bienestar del trabajador. En este caso, es posible que la satisfacción laboral juegue un papel crucial en los resultados que derivan de los colaboradores de las empresas, tanto en su vida personal como en su espacio laboral.

Es entendible entonces, que la satisfacción laboral de los empleados figure como un input en diferentes procesos administrativos de las organizaciones, utilizándola como una variable-diagnóstico guía para mapear las diferentes medidas a tomar en cuanto a estrategias corporativas (Borg y Mastrangelo, 2009).

Hwang y Chi (2005) expusieron que los colaboradores satisfechos pueden manifestar niveles de motivación más altos que aquellos que no están satisfechos, encontrando una relación

directa entre ambos constructos (motivación y satisfacción laboral), que por practicidad son unificados en esta investigación.

Lo anterior se complementa con la investigación de Castillo-Dávila (2014), quien también establece una correlación significativa y positiva entre la motivación y la satisfacción laboral. Igualmente, Briceño y Del Rosario (2010) y Vásquez (2007) en sus respectivas investigaciones concuerdan con estos resultados.

En pocas palabras, la motivación es aquello que lleva a una persona a la acción (Bhalraj, 2008), es clave en el desempeño óptimo de los empleados y, por consiguiente, de la productividad de la organización (Cooman, Stynen, Van den Broeck, Sels y De Witte, 2013). Por lo tanto, entre mayores sean los niveles de satisfacción laboral mayor será la motivación que tendrán los individuos en su trabajo (Hwang y Chi, 2005).

Reconociendo que las organizaciones quieren empleados altamente involucrados y motivados para alcanzar sus objetivos, es posible entender por qué la medición de la motivación juega un papel fundamental: permitirá esclarecer qué tan cerca o lejos se encuentran las organizaciones de tener empleados satisfechos, y a su vez, motivados.

La medición de la motivación, viéndola desde la perspectiva de satisfacción puede considerarse, por un lado, como una construcción global o, por otro lado, puede considerarse como un constructo que consta de varias facetas (Judge et al., 2017), donde la satisfacción se considera una construcción jerárquica.

Una evaluación global combina todos los sentimientos y cogniciones hacia el trabajo, mientras que el enfoque de facetas considera varios aspectos del trabajo como: tareas a ejecutar,

pago, promoción, supervisión o compañeros de trabajo (Spector, 1997). Estos diferentes enfoques conducen a varias mediciones del constructo (Judge, Parker, Colbert, Heller y Ilies, 2001)

La principal ventaja que representa esta medición como un constructo de varias facetas radica en que otorga mayor confiabilidad en la evaluación (Loo, 2002), además es útil porque permite obtener una visión profunda de los diferentes procesos organizativos de la empresa que se evalúa (Rutherford, Boles, Hamwi, Madupalli y Rutherford-L, 2009)

3.2.3. Fundamentos de trabajos temporales y tercerización laboral.

Se entiende por trabajos temporales, a los creados para el ejercicio de unas funciones previstas por un tiempo determinado. Estos empleos, en su mayoría, son ofrecidos por empresas conocidas como empresas de servicios temporales (EST) (Muzzolon, Spoto y Vidotto 2015). Sin embargo, esto no implica que la gestión de un trabajador temporal dependa exclusivamente de estas.

De acuerdo con la Real Academia española, el trabajo temporal es “contrato de trabajo de duración determinada” (RAE, 2020) definición que es concisa y clara. Se entiende que el trabajo temporal funciona como una herramienta de adaptabilidad en los procesos productivos, así como de apoyo en necesidad de servicios especializados.

Debido a que el foco de esta investigación tiene como fin último, realizar el estudio en una EST, se considera importante definir de manera adecuada las agencias de empleos temporales, teniendo en consideración su ubicación geográfica.

3.2.3.1. Empresas de servicios temporales. Mientras que algunos autores sitúan el origen de las empresas temporales después de la Segunda Guerra Mundial (Lahoz y Gil-Lacruz,

2011), otros como Cuyper et al. (2008), datan su aparición hacia los inicios de los 1980s. Sin embargo, coinciden en cuanto a la razón de ser de la aparición del fenómeno: aumentos en la necesidad de fuerza laboral y flexibilidad en los diferentes procesos.

Las EST son empresas que prestan servicios de intermediación a sus clientes, las empresas usuarias (EU), proveyendo recursos humanos. Gálvez (1997), planteó que cada trabajador conviene qué servicios puede brindar con la EST, quien se encargará de unirlo con la EU, que a su vez dirige, organiza y tiene autoridad disciplinaria sobre los empleados. Por su parte, la EST se encarga de realizar los pagos y de llevar al día todas las obligaciones legales que un contrato laboral conlleva. El trabajador queda con obligaciones con ambas entidades.

La legislación colombiana ha sido bastante exigente en cuanto a los lineamientos que tienen estas empresas. De hecho, la OECD (2015) señaló que la normatividad en Colombia frente a las EST son las más estrictas respecto a todos los demás países pertenecientes, excepto Turquía.

Ley 50 de 1990. “Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones”.

En este estatuto, entre los artículos 71 a 94, se regulan las EST; definiendo las empresas de servicios temporales como “aquella que contrata la prestación de servicios con terceros beneficiarios para colaborar temporalmente en el desarrollo de sus actividades, mediante la labor desarrollada por personas naturales, contratadas directamente por la EST, la cual tiene con respecto de estas el carácter de empleador.”. (Ley 50, 1990)

De igual forma, se establecen los casos en los cuales el empleo temporal es legal en este país. Cuando se trate de las labores ocasionales, accidentales o transitorias a que se refiere el

artículo 6° del Código Sustantivo del Trabajo. Cuando se requiere reemplazar personal en vacaciones, en uso de licencia, en incapacidad por enfermedad o maternidad.

Para atender incrementos en la producción, el transporte, las ventas de productos o mercancías, los períodos estacionales de cosechas y en la prestación de servicios, por un término de seis (6) meses prorrogables hasta por seis (6) meses más.

De acuerdo con cifras de la Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales, ACOSET, en 2018 hubo 457.523 trabajadores en misión, aproximadamente 4.75% de los trabajadores formales de Colombia en dicho año. El sector que más presentó requerimientos fue el manufacturero, seguido del sector servicios y el sector comercio (ACOSET, 2018).

Por su parte, en un estudio realizado por Finegold, Levenson, y Van Buren (2003) en el que se analizó un conjunto de datos consistente a cinco años de registros de nóminas de trabajadores temporales de EST y en el que se realizó una encuesta a una muestra representativa de trabajadores temporales en Estados Unidos, logró determinar que estos son diversos, con una amplia gama de aptitudes, experiencias laborales y objetivos de empleo. También encontraron que un alto porcentaje de los que trabajan temporalmente durante dos semanas o más reciben algún tipo de beneficio del mercado laboral: capacitación gratuita, un aumento salarial y/o un trabajo permanente.

Volviendo al punto inicial del nivel de satisfacción laboral de los empleados y con base en los planteamientos de Johnson y Lake (2019) tras un estudio de regresión jerárquica aplicado a 117 trabajadores temporales, sugieren que la satisfacción salarial del trabajador temporal está directamente relacionada con la satisfacción laboral global y la lealtad a la EST.

De acuerdo a la teoría y estudios anteriormente planteados (Pruneda, 2004; Tzou y Lu, 2009 y Jiménez, 2008; Johnson y Lake, 2019) sobre la reputación organizacional, motivación laboral y la EST surge la primera hipótesis del presente estudio:

H1: La reputación organizacional de una empresa de servicios temporales (EST) tiene un impacto positivo en la motivación de los trabajadores temporales.

Enfocándose en la tercera dimensión de Lange et al. (2011), llamada favorabilidad generalizada y viéndolo desde la perspectiva de rendimiento, Moorman y Harland (2002) prueban las hipótesis en las que las actitudes laborales del trabajador temporal sobre la organización usuaria estaban relacionadas con el desempeño de la reputación organizacional de la misma. Segundo, que las actitudes laborales del trabajador temporal sobre la agencia de empleo estaban relacionadas con el desempeño de la reputación organizacional de las empresas usuarias que estuvieran vinculadas. Y finalmente, que la motivación del empleado para ejecutar correctamente una tarea dependía en gran medida de la percepción que tenía sobre la empresa usuaria.

Chen, Wang, y Fang, (2017) tras un estudio a 94 empresas de alta tecnología en el que participaron 94 gerentes y 458 trabajadores encontraron que los gerentes de las empresas deben considerar no sólo la flexibilidad a corto plazo de emplear trabajadores de EST, sino también el cultivo a largo plazo de la promoción de buenos trabajadores temporales, ya que esto podría maximizar la eficiencia de la interacción entre la motivación intrínseca y la motivación extrínseca de la compañía, además que el aumento de esta interacción puede repercutir positivamente en el sentido de pertenencia y percepción que tienen los trabajadores hacia la misma.

Grund et al. (2019) plantean, además, que la satisfacción del trabajador temporal está positivamente relacionada con la duración del proyecto para el que es contratado y su interés por permanecer en la EU. Se propone, entonces que:

H2: La reputación organizacional de las empresas usuarias tiene un impacto positivo en la motivación de los trabajadores temporales.

3.2.3.2. Relación entre las agencias de servicios temporales y empresas usuarias. La relación existente entre la EST y las EU constituyen un papel importante en las condiciones laborales de los trabajadores temporales (Preenen, Verbiest, Van Vianen y Van Wijk, 2015) por ende, en su motivación.

Forde y Slater (2016) consideran tres factores claves en el desempeño de la relación entre las EST y las EU, los cuales son: el conjunto cada vez más complejo de acuerdos contractuales entre ambas partes, el cambiante entorno regulatorio y el papel cambiante de las agencias en la fijación de salarios.

Uno de los principales problemas que encuentran las EU en la contratación temporal son los altos costos por capacitación, por lo que autores como Preenen, et al. (2015) tras un estudio en donde utilizaron 722 encuestas en trabajos temporales de baja calificación en países bajos, proponen que las organizaciones deberían considerar la posibilidad de asignar tareas desafiantes a los trabajadores temporales. Esto podría significar una buena alternativa para los costosos programas de formación formal, ya que, están aportando a la empresa un avance significativo en los objetivos propuestos.

Así mismo, otros estudios demuestran que es importante que la reputación organizacional tanto de la EST como de la EU fueran ambas positivas, para que exista una influencia en la motivación del empleado real y fuerte (Battisti y Vallanti, 2013).

Por lo expuesto anteriormente, se plantea:

H3: La reputación organizacional de la empresa de servicios temporales está directamente correlacionada con la reputación de la empresa usuaria.

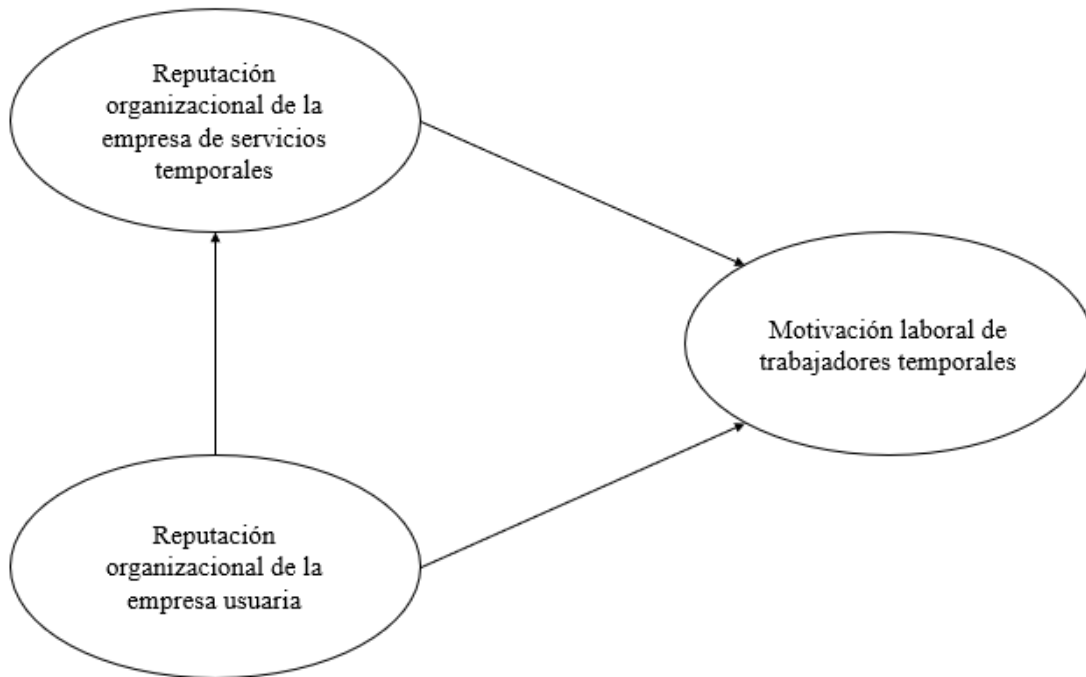
En la literatura se aprecia que la reputación organizacional influye en la motivación de los trabajadores con contratación temporal, pero principalmente la reputación percibida de la empresa usuaria (Moorman y Harland, 2002). Adicionalmente, la identidad laboral que los trabajadores temporales tienen es hacia la EU y es una de las principales soluciones para los problemas que presentan los trabajadores bajo este tipo de contratación, que vendrían siendo: la motivación, las tensiones entre los trabajadores temporales y el personal permanente, los bajos niveles de compromiso organizacional y el bienestar en general (Winkler y Mahmood, 2018). Se plantea entonces que:

H4: El impacto que ejerce la reputación organizacional de las empresas de servicios temporales en la satisfacción laboral, y por ende en la motivación de los trabajadores temporales en misión; es significativamente inferior al que ejerce las empresas usuarias.

De esta forma se puede esquematizar un modelo teórico asociado a dichos razonamientos (Ver figura 11). La validez o rechazo de las hipótesis anteriormente planteadas será determinada mediante la aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).

Figura 9:

Diagrama estructural planteado para este trabajo de investigación



A partir de la revisión de la literatura que se realizó, se determinó que no es necesario definir una hipótesis en la que se conecte la satisfacción laboral con la motivación, pues se han mostrado evidencias empíricas que permiten explicar por sí mismas la relación fuerte y directa entre las dos, de forma que la satisfacción laboral es reconocida como un referente de la motivación. (Hwang y Chi, 2005; Castillo, 2014; Briceño y Del Rosario, 2010; Vásquez, 2007)

4. Metodología

4.1. Antecedentes metodológicos

Se han abordado múltiples metodologías de solución para probar las relaciones supuestas entre las variables dependientes e independientes que se toman para cada caso.

Una de las variables de interés para esta investigación es la reputación organizacional. Existen múltiples estudios que evidencian la inclinación por medir la misma desde diversas perspectivas en ámbitos empresariales.

Tal es el caso de Ferruz (2017) en su tesis para optar al grado de doctor en periodismo titulada “Reputación corporativa. Estudio del concepto y metodología para su medición: Propuesta de un concepto y metodología de consenso” en la que realiza un estudio del concepto de reputación organizacional de acuerdo con los planteamientos teóricos de las últimas tres décadas y establece una metodología de consenso para la evaluación de la misma a través de indicadores de rendimiento.

En su estudio plantea una definición de reputación corporativa que reúne las características de los planteamientos que los principales teóricos han realizado: “recurso intangible propio de la empresa que se materializa en el comportamiento de la misma y que requiere de un cierto tiempo para su configuración, que es reconocido por sus públicos como generador de valor, en tanto que se ajusta a los valores que éstos estiman como meritorios de la misma.” (Ferruz, 2017)

Del mismo modo, debido al carácter complejo y multidimensional del concepto, Martínez y Olmedo (2009) en su trabajo de grado titulado “la medición de la reputación empresarial: problemática y propuesta” de la Universidad Politécnica de Cartagena, buscan crear una escala que mida la reputación organizacional como un constructo latente multidimensional.

Se analizan factores como la localización, capacidad directiva, calidad de gestión, estrategia empresarial, estructura organizativa, cultura organizativa, conocimientos de los empleados, posición financiera, responsabilidad social corporativa, calidad del producto y

servicio, calidad del proceso productivo, innovación, distribución y logística, ventas y servicio postventa. En su estudio realiza un análisis de estos factores a nivel interno y externo de la empresa.

Ahora, enfocándose en la variable de motivación, existe ampliamente literatura encaminada en aportar diferentes definiciones de esta desde diversas perspectivas, y realizar diferentes estudios para medir la misma en los empleados en varios campos y ramas de la industria, especialmente en trabajadores con contratación temporal.

Chen et al. (2017) realizaron un estudio en el que se buscó explorar la relación de los problemas para gestionar las agencias de empleo temporal y su costo por parte de las empresas contratantes, con la motivación intrínseca y extrínseca de los trabajadores temporales. Su estudio indicó que entre mejores son las relaciones entre las empresas contratantes y las agencias de empleo temporal, menor es el costo de gestión y genera una influencia positiva en la motivación intrínseca de los trabajadores, mientras que en la extrínseca no se evidencia alguna relación.

Por otro lado, el uso de modelos de ecuaciones estructurales (SEM) para evaluar constructos relacionados con temáticas en gestión es amplia en la literatura.

Si se enfatiza en la medición de la percepción de la reputación organizacional desde diferentes ámbitos a través del uso de modelos de ecuaciones estructurales, se encuentran autores como Hernández (2015), quien en un seminario para optar por el título de ingeniero comercial en la Universidad de Chile con su trabajo titulado “factores incidentes en la reputación corporativa de una tienda por departamentos en Chile, desde la perspectiva de los consumidores” realizó un modelo SEM a través de la aplicación de un cuestionario a 468 individuos, donde logró determinar que la variable más influyente en la percepción de la reputación organizacional en una tienda de departamentos, desde la perspectiva de los clientes, es la calidad del bien y/o servicio prestado.

4.2. Modelo de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM)

4.2.1. *Conceptualización de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM).*

Los modelos de ecuaciones estructurales, SEM por su abreviatura en inglés, son una herramienta estadística multivariada. Esta técnica permite medir la relación y el efecto que existe entre diferentes variables cuantitativas, es decir, las relaciones de dependencia entre los constructos, (Hair, Black, Babin, Anderson y Tatham, 2001) siendo una de estas, dependiente y la otra independiente.

El origen de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM) nace de la necesidad de brindar mayor flexibilidad a los modelos de regresión, ya que permiten la inclusión de errores de medida tanto de las variables dependientes como independientes (Ruiz, Pardo y San Martín 2010). El investigador Sewall Wright realizó el primer estudio en genética utilizando un modelo SEM, pero debido a su complejidad en comparación a los modelos de regresión no fue muy popular (Jöreskog, 1973).

El primer programa de análisis para estos modelos se creó en 1973, y fue llamado LISREL (Lineal structural relations), (Jöreskog, 1973) y permitía establecer y analizar estructuras de covarianza. Sin embargo, sus primeras versiones requerían establecer planteamientos matemáticos profundos que podían generar dificultad. Luego surgió el modelo EQS (Structural equation Modeling Software) (Bentler, 1995), y posteriormente surgió AMOS (Analysis of Moment Structures) permitiéndole al usuario ver y modificar gráficamente la estructura del modelo.

Se puede destacar que el modelo de ecuaciones estructurales posee características de diversas técnicas multivariantes como el análisis factorial y la regresión múltiple (Kahn, 2006), sin embargo, posee una diferencia fundamental, permitir “confirmar” vínculos propuestos a partir

de la teoría donde se establecen relaciones causales, es decir, que unas variables causen efecto sobre otras (Hair, et al, 2001).

En su artículo, Escobedo, Hernández, Estebané y Martínez (2016) identificaron que este modelamiento es una extensión de un conjunto de técnicas multivariantes de regresión múltiple, análisis factorial, de senderos, de la variable latente, entre otros.

Adicionalmente, Ruiz et al. (2010) afirman que estos modelos representan una gran ventaja en medida que permiten proponer qué y cómo son las relaciones que se esperan encontrar entre las diversas variables, de tal modo es posible estimar los parámetros que serán especificados por las hipótesis a nivel teórico. Así mismo, Haenlein y Kaplan (2004) determinan que acopla y confronta conocimiento a priori e hipótesis con datos empíricos, de forma que el modelo termina siendo más confirmatorio que explicativo.

Otra ventaja importante del modelo de ecuaciones estructurales SEM es permitir la representación gráfica a partir del desarrollo de convenciones donde se hipotetizan efectos causales entre las variables y se desarrollan relaciones recíprocas entre las mismas. Los modelos más populares mencionados en la literatura son: Análisis factorial confirmatorio (Ferrando y Anguiano, 2010), Path analysis, Modelos basados en medias (ANOVA, ANCOVA, MANOVA y MANCOVA) (Bagozzi y Yi, 1994), Análisis de medición (Preacher, Rucker y Hayes, 2007).

Resumiendo, los dos párrafos anteriores, son altas las ventajas de estos modelos (Ruiz et al., 2010):

- Haber desarrollado unas convenciones que permiten su representación gráfica
- La posibilidad de hipotetizar efectos causales entre las variables
- Permitir la concatenación de efectos entre variables

- Permitir relaciones recíprocas entre variables

4.2.2. Relación de causalidad entre las variables:

Para que exista una relación de causalidad directa entre las variables debe presidir un planteamiento teórico del modelo. Esta existencia no viene dada por datos de tipos transversal (existencia de un análisis de datos precedente). En los SEM se debe realizar un diseño de un experimento con asignación aleatoria de la muestra de la población sujeta al estudio (Ruiz et al., 2010) en la que nunca se manipulan las variables, simplemente se observan.

4.2.3. Tipos de variables en los modelos de ecuaciones estructurales:

En los modelos de ecuaciones estructural se encuentran dos tipos de variables, que se clasifican en observadas y latentes; las variables observadas son las que se miden, que son manifestadas; mientras que las latentes son las que no se pueden medir. (Manzano, 2018).

Continuando con lo mencionado anteriormente, Ruiz et al. (2010) distinguen en un modelo estructural distintos tipos de variables según sea su papel y su medición, entre las que se encuentran:

- **Indicadores:** Las variables que miden los sujetos, llamadas también variable observada. Pueden ser medidas de manera directa.
- **Factores:** Las características que se desearían medir pero que no se pueden observar y están libres de error son las variables latentes. Estos factores pueden ser de tres tipos:
 - Las variables que afectan otras variables y que no reciben efecto de ninguna variable, son las dependientes o exógenas.

- Todos los errores de la medición de variables que no han sido contempladas en un modelo y que afectan la medición de la variable observada son las variables de error.
- Las variables que reciben efecto de otras variables son las dependientes o endógenas.

4.2.4. Análisis Path:

También conocido como el análisis de rutas, permite realizar un acercamiento al problema de causalidad. Boudon (1996) y Duncan (1966) en sus estudios establecen que para un análisis *Path* se debe realizar:

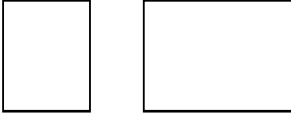
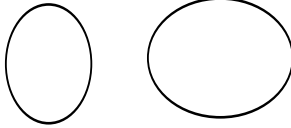
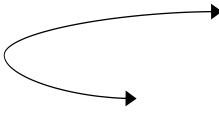
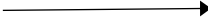

- Un análisis de las especificaciones de todas las variables relevantes del estudio, un estudio de una teoría causal.
- Un estudio de las relaciones de todas estas “causalidades” con el propósito de determinar el tamaño de los efectos.

4.2.5. Diagramas estructurales:

También conocidos como diagrama *Path*, ayudan a representar gráficamente las relaciones de causalidad, similares a un diagrama de flujo. Estos diagramas suelen seguir unas representaciones graficas que siguen la regla que se representa en la figura 10.

Figura 10:

Reglas de la representación gráfica de los diagramas estructurales.

Representación gráfica	Representación	Comentario
	Variables observables	Se representan encerradas en rectángulos, se les asigna la letra X o Y.
	Variables latentes	Se representan dentro de óvalos o círculos, se identifican con las letras griegas ξ y η
	Relación bidireccional	Las correlaciones y covarianzas se representan como vectores curvos con flechas en cada extremo
	Efecto estructural	Se representa con una flecha recta, es el efecto de una variable sobre otra, el origen de esta, es la variable predictora y la punta es la variable dependiente
	Reciprocidad	Relación recíproca entre dos variables
	Falta de relación	Ausencia de flechas representa que no existe una relación directa de una variable sobre otra.

Nota: Adaptado de Martínez y Fierro (2018)

Además, se debe tener en cuenta:

- Los errores se representan sin rectángulos ni círculos.
- Los parámetros se representan sobre la flecha correspondiente.

4.2.6. Enfoques del modelo de ecuaciones estructurales:

Existen dos enfoques:

- Análisis de estructuras de covarianza: en este modelo el punto de partida es la consideración de la teoría e hipótesis de la investigación (Levy y Varela, 2006). En este modelo se debe cumplir con los supuestos estadísticos de normalidad y tamaño de la muestra.
- Enfoque de mínimos cuadrados: PLS por sus siglas en inglés, debido a que es un análisis de varianza, no existe un cumplimiento tan riguroso de los supuestos estadísticos, principalmente en la distribución de los datos (Martínez y Fierro, 2018). Por esto, este tipo de enfoque se utiliza bajo situaciones de predicción y no de confirmación.

Debido a que el enfoque PLS-SEM es el que se utilizó para el análisis de la información, se profundizará a continuación en el mismo.

4.3. Metodología PLS-SEM:

Este enfoque busca predecir constructos y surgió como una forma de analizar las relaciones de variables latentes que permiten explicar los datos observados, sin las premisas estadísticas rigurosas respecto a la distribución de datos, escalas de medición y tamaños de la muestra. (Martínez y Fierro, 2018).

Según Hair, Hult, Ringle y Sarsted (2016) las principales características de esta metodología vienen dadas por:

- Permite utilizar tamaños de muestras reducidas o pequeñas.
- El número de ítems de cada constructo puede ser solo uno.

- Maximiza el coeficiente de determinación [R^2] (maximiza cantidad de varianza explicada)
- No se establecen criterios de bondad de ajuste ya que se evalúan por separado las medidas reflectivas y formativas.
- Se analizan los R^2 , el tamaño y la significancia de los coeficientes de regresión estandarizados o coeficientes *Path*.
- Su enfoque sigue estructura de dos pasos, en el primero se realiza la estimación iterativa de las variables latentes y el segundo es la estimación final de los pesos, cargas y coeficientes *Path*.

La metodología PLS-SEM tiene dos enfoques de medición:

- Medidas formativas: en esta medida, los constructos latentes son indicadores de medida y son causa o antecedente del constructo (Diamantopoulos y Winklhofer, 2001; Valdivieso, 2013), al eliminar un indicador la variable pierde parte de su significado.
- Medidas reflectivas: en esta medida, los indicadores de la variable latente son competitivos entre sí y representan manifestaciones de esta variable. La relación causal está dada de la variable latente a los indicadores y un cambio en aquella será reflejado en todos sus indicadores. (Bollen, 1989).

Es importante destacar que, aunque PLS-SEM no requieren que la distribución sea normal, se debe verificar que no existan datos excesivamente atípicos y se establece que el tamaño de muestra mínimo dependa del número de relaciones entre las variables latentes del modelo. (Marcoulides y Saunders. 2006).

4.3.1. *Proceso para el uso de la metodología PLS-SEM:*

Existe un paso a seguir planteado por Hair et al. (2016) en la que se establecen las etapas de un modelo PLS-SEM:

- a) Especificación del modelo estructural: en esta etapa se busca realizar la representación gráfica en donde se conecten las variables basados en la teoría. En este se analiza la relación que exista entre las variables latentes. Es importante reconocer que del planteamiento teórico que se establezca en la investigación dependerá la claridad del modelo. (Cupani, 2012)
- b) Especificación del modelo de medida: muestra las relaciones entre las variables latentes y sus indicadores o variables observables.
- c) Recolección de datos y examinación: la secuencia de constructos es observada de izquierda a derecha, las variables independientes en la izquierda y las dependientes en la derecha.
- d) Estimación del modelo: en esta etapa se observa la secuencia de los constructos y la relación que existe entre ellos, lo que representa las hipótesis y sus relaciones.
- e) Evaluación de medidas reflectivas: en esta se evalúan:
 - El alfa de Cronbach representa la consistencia interna y la confiabilidad compuesta.
 - La validez convergente, que representa la fiabilidad del indicador y la AVE (varianza media extraída).
 - La validez discriminante, representa la medida en que la construcción es empíricamente distinta de otras construcciones.
- f) Evaluación del modelo estructural: como ya se mencionó anteriormente se analizan los R^2 , el tamaño y la significancia de los coeficientes de regresión estandarizados o coeficientes *Path*.

- g) Interpretación de resultados Es necesario que los resultados se interpreten en dos etapas; en la primera se deberá analizar la evaluación de viabilidad y la validez del modelo de medida y en la segunda la evaluación del modelo estructural (Hulland, 1999; Anderson y Gerbing, 1988).

5. Diseño de los Instrumentos de Medición

El instrumento de medición utilizado en la presente investigación es una encuesta, en la que se pretende evaluar la percepción que tienen los trabajadores temporales de Temporing S.A de la reputación organizacional de la EST y de la empresa usuaria para la que laboran. Igualmente, se pretende evaluar en qué medida estas dos percepciones impactan la motivación de los trabajadores temporales.

5.1. Escala para la medición de la reputación organizacional: RepTrak® Pulse (Ponzi et al. 2011)

Históricamente se han definido una gran variedad de herramientas que permiten medir la reputación de las empresas, el más conocido es probablemente el estudio de la revista Fortuna “Las empresas más admiradas del mundo (*World’s most admired companies*)” lanzado anualmente. A su vez, en múltiples zonas geográficas revistas y diarios de diferentes disciplinas han creado diversos instrumentos de medición, como por ejemplo: “100 empresas más admiradas en Argentina” de la Revista Clarin, “Empresas más admiradas” de la Revista Carta Capital (TNSInterScience) de Brasil, “*Reputation des Entreprises du CAC 40*” Datops (Francia), “*Best Companies*” de *Manager Magazin* (Alemania) y “Las empresas más respetadas de la India” de *BusinessWorld*. Por su parte, varios académicos también han propuesto medidas de reputación organizacional: Fombrun et al. (2000); Helm (2005); Schwaiger (2004); Walsh y Beatty, (2007).

Sin embargo, la forma en la que se medía esta variable en cada una de las herramientas era diferente, lo que no permitía una métrica universal y comparable entre una y otra.

En 2011, Ponzi et al. desarrollaron una herramienta de medición denominada RepTrak® Pulse, con la cual esperaban proporcionar a los investigadores una medida analítica más sencilla de la reputación organizacional. Esta fue la herramienta que se utilizó en este trabajo de investigación para medir la reputación organizacional de la EST y EU.

La RepTrak® Pulse se obtuvo a partir de los resultados obtenidos en trabajos cuantitativos y cualitativos previos (Fombrun et al., 2000; Gardberg, 2006). Siendo así, Frombrun et al. (2000) plantean que la reputación organizacional se puede medir en dos dimensiones, una dimensión referida a los elementos emocionales y la otra dimensión referida a los no emocionales.

Los factores emocionales que se tienen en cuenta son:

- Tener (o no) sentimientos positivos hacia la empresa:
- Admirar y respetar (o no) a la empresa:
- Confiar (o no) en la empresa:

El factor no emocional que se incluye es la percepción de la reputación en general de la empresa (Highhouse, Broadfoot, Yugo y Devendorf, 2009).

Siendo así, los ítems que se medirían de la reputación organizacional de la EST y EU son los resumidos en la tabla 5.

Tabla 5*Ítems de la reputación organizacional*

**Variables observables – reputación
organizacional**

1. Sentimiento positivo
2. Confianza
3. Admiración y respeto
4. Reputación general

Ponzi et al. (2011) realizaron una serie de estudios para validar esta herramienta. Primeramente, hicieron pruebas en una muestra representativa del público general estadounidense. Luego, se corrieron pruebas en 3 muestras especializadas en 3 sectores económicos diferentes, con personas de Canadá, Estados Unidos y Dinamarca para cada sector. Con esto fue posible confirmar la capacidad de la medida para evaluar las percepciones entre diferentes grupos de *stakeholders*. Posteriormente, para comprobar su validez transcultural, los autores recopilaron y analizaron datos de 17 países de 6 continentes, en empresas de diversos sectores económicos. De esta forma, se muestra cómo los autores pudieron comprobar la validez teórica y práctica de su escala.

Esta escala ha tenido un gran reconocimiento entre los académicos, lo cual se puede evidenciar en sus más de 400 citas. Se ha utilizado como instrumento de medición en diferentes estudios. Por ejemplo, Etter, Colleoni, Illia, Meggiorin y D'Eugenio (2017) la utilizaron en su estudio sobre la medición de la legitimidad organizacional en las redes sociales; por su parte, Deephouse y Jaskiewicz (2013) también la utilizaron para medir la reputación organizacional en

su estudio sobre la reputación de empresas familiares. También es usada por Vidaver-Cohen y Brønn (2013), en su estudio comparativo sobre la reputación, responsabilidad y el apoyo de los grupos de interés en firmas escandinavas.

5.2. Escala para la medición de la motivación: PAJS-FI (Lepold, Fombrun, Bregenzer y Jimenez, 2018).

Para medir la que será la variable exógena se escogió la escala Análisis del perfil de satisfacción laboral – Ítem por faceta, PAJS-FI por su nombre en inglés *Profile Analysis of Job Satisfaction – Facet Item* (Lepold et al., 2018), propuesta inicialmente para efectos de la satisfacción laboral. Con esta escala es posible medir el nivel de satisfacción laboral que un empleado percibe por medio de 11 ítems, cada uno relacionado a una dimensión diferente de este constructo.

En este punto es importante aclarar que en la presente investigación se utilizó la satisfacción laboral como una variable proxy de la motivación. Esto fue posible gracias a la innegable correlación directa que hay entre estas dos variables, que se ha expuesto y explicado a lo largo de este documento (Hwang y Chi, 2005; Castillo, 2014; Briceño y Del Rosario, 2010; Vásquez, 2007)

Después de su conceptualización, Lepold et al. (2018) identificaron que era posible realizar la medición con escalas de un ítem por faceta, y que, de hecho, anteriormente autores como Haarhaus (2016) y Nagy (2002) ya lo habían llevado a cabo, pero considerando un rango muy limitado de facetas de la satisfacción laboral, incluyendo sólo factores sociales o relacionados a las tareas a realizar. Siendo así, los investigadores Lepold et al. (2018) decidieron que para

desarrollar una herramienta que les permitiese tener un mayor entendimiento de la satisfacción laboral, era necesario contemplar un rango más amplio de facetas.

Para llegar al PAJS-FI fue necesario estudiar primero el instrumento de medición PAJS, propuesto por Jiménez en 2008, en el cual definió 11 facetas de la satisfacción laboral con múltiples ítems para cada una de ellas. Este grado de detalle permitiría una valoración muy específica del lugar de trabajo. No obstante, una de las principales críticas que recibió este modelo fue que la evaluación de los diferentes ítems de las 11 facetas podría convertirse en un proceso largo y tedioso. Igualmente, era más probable que las empresas aprobaran encuestas más breves, así como que los empleados o participantes de un estudio las completaran (Burisch, 1984; Hoerger, 2010).

Por este motivo, Lepold et al. (2018), desarrollaron el PAJS-FI que contiene las mismas 11 facetas del PAJS, pero en lugar de evaluar múltiples ítems de cada una, se evalúa uno solo. Esto lo lograron definiendo una frase afirmativa principal y entre paréntesis, descripciones adicionales que permitieran un mayor entendimiento al encuestado y a su vez, un diligenciamiento más eficiente.

Los once ítems que evalúa el PAJS-FI se presentan en la tabla 6.

Tabla 6

Once ítems que evalúa el PAJS-FI.

Variables observables – Motivación

-
1. Información y comunicación
 2. Exigencia del trabajo

3. Relación con colegas directos
 4. Relación con el supervisor directo
 5. Organización y administración
 6. Oportunidad de ascenso
 7. Condiciones del trabajo
 8. Poder en la toma de decisiones
 9. Tiempos de trabajo y vacaciones
 10. Compensaciones por desempeño
 11. Condiciones generales de trabajo
-

La validación de este instrumento de medición se realizó por medio de un estudio a 788 empleados de un banco. Los hallazgos respaldan la eficiencia del uso de facetas simplificadas o de un solo ítem, así como la fiabilidad de esta escala. Igualmente, autores como Fisher (2015) y Wanous (1997) afirman que, en efectos de encuestas a empleados, es mejor aplicar herramientas cortas que permitan recolectar tanta información como sea posible.

5.3.Creación del instrumento de medición.

El instrumento que se utilizó para medir las tres variables observables de esta investigación: reputación organizacional de Temporing S.A, reputación organizacional de las empresas usuarias y la motivación, fue una encuesta. Mediante esta encuesta se buscó recopilar información referida a los tres constructos, producto de las percepciones que los trabajadores temporales tuviesen sobre la EST y EU, que permitiera crear el modelo de ecuaciones estructurales,

En su creación fue indispensable tener en cuenta la ley estatutaria 1581 de 2012, a su Decreto Reglamentario 1377 de 2013 y a la Resolución de Rectoría 1227 de 2013, la Universidad Industrial de Santander en donde se adopta la política nacional de tratamiento de datos personales y además, se estructuraron los principios éticos relativos al tratamiento de información.

Para medir las variables exógenas se utilizó la RepTrak® Pulse, con los ítems tal cual son propuestos en su versión original, pero con la escala de medición ajustada a:

- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo

Esto se hizo con el objetivo de unificar las escalas de medición para los tres constructos que se pretenden evaluar (reputación organizacional de Temporing S.A, reputación organizacional de la empresa usuaria y motivación). En la tabla 7 se muestran los ítems evaluados de la reputación organizacional percibida por los trabajadores temporales, tanto de Temporing S.A como de las empresas usuarias.

Tabla 7

Ítems evaluados de la reputación organizacional de Temporing S.A y de las empresas usuarias.

Reputación organizacional
Temporing S.A. es una compañía de la que tengo sentimientos positivos.
Temporing S.A. es una compañía en la que confío.
Temporing S.A. es una compañía que admiro y respeto.
Temporing S.A. tiene una buena reputación en general.

La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía de la que tengo sentimientos positivos.

La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía en la que confío.

La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía que admiro y respeto.

La empresa en la que me encuentro en misión tiene una buena reputación en general.

Para la medición de la variable endógena se utilizaron 8 ítems del PAJS-FI, propuesto por Lepold et al. en 2018. En la tabla 8 se expone esta sección de la encuesta.

Tabla 8

Ítems evaluados de la satisfacción laboral de los trabajadores temporales.

Satisfacción laboral

El nivel en el que se comparte y comunica información en cuanto al desempeño de mi trabajo es excelente.

El nivel de exigencia que implica mi trabajo es alto referente al grado de responsabilidad.

Mi relación con mis compañeros de trabajo directos es muy buena.

Las condiciones laborales para la ejecución de mis actividades son excelentes. Cuento con las herramientas y materiales de trabajo adecuados y suficientes.

El rango jerárquico para la toma de decisiones en mi trabajo está bien estipulado y es inclusivo.

El horario laboral es acorde con la reglamentación laboral.

Las compensaciones financieras, sociales y en material de seguridad laboral que recibo por la ejecución de mi labor son excelentes.

Los beneficios extendidos obtengo por el desempeño de mi trabajo son amplios y se aplican correctamente. Me permiten tiempos de trabajo flexible, diversas actividades de esparcimiento y beneficios, así como una adecuada gestión de la salud en el lugar de trabajo.

Se tuvo en cuenta además de los ítems que consideran la evaluación de la reputación organizacional de Temporing S.A, la reputación organizacional de las empresas usuarias y la motivación de los trabajadores temporales, variables como: el género, el rango de edad, nivel de escolaridad y número de meses de duración del contrato actual de los encuestados, también la empresa usuaria en la que el trabajador temporal se encontraba en misión, pero brindar esta información era opcional.

La encuesta completa puede encontrarse en el apéndice 1.

5.4. Consideraciones éticas aplicables al instrumento de medición

Teniendo en cuenta las características del presente proyecto de investigación, en el que se busca aplicar un instrumento de medición, específicamente una encuesta, a una población de trabajadores temporales adscritos a la empresa Temporing S.A. se estipulan una serie de consideraciones que permitan garantizar los principios éticos básicos de: principio de beneficencia, respeto a las personas y justicia., las cuales son:

Beneficencia:

La información que se requirió en el diligenciamiento de la encuesta es la estrictamente necesaria para cumplir con los objetivos de la investigación.

No se pidieron datos sensibles ni la identidad de los participantes, por ende, la encuesta no enlazara el correo electrónico de quien la diligenció.

La información que fue tratada y suministrada por los colaboradores de Temporing S.A. fue utilizada para fines completamente académicos y con el propósito de medir la fiabilidad del Modelo de Ecuaciones Estructurales planteado.

Respeto a las personas:

La aplicación de la encuesta fue completamente voluntaria, y se hizo mención de esto, así como se recalcó que no se generaba ningún incentivo ni represalia por no diligenciarla.

La información suministrada por los participantes no fue ni será transferida ni transmitida por ningún medio a ninguna persona ajena a los investigadores y evaluadores del proyecto.

Justicia

La encuesta fue enviada vía correo electrónico utilizando la base de datos de la empresa Temporing S.A. únicamente a los trabajadores temporales que la empresa consideró que no violarían ningún acuerdo de confidencialidad con las empresas usuarias.

Toda la información obtenida se trató con la misma importancia y rigurosidad. No se diferenció de ninguna manera para dar mayor valor o importancia a algún dato en específico.

Riesgos que conllevan los participantes en la realización del proyecto

Este proyecto de investigación no presenta riesgo alguno para los participantes.

Riesgos que conllevan los investigadores y el equipo de investigación del proyecto en la investigación.

Este proyecto de investigación no presenta riesgo alguno ni para los investigadores ni para el equipo de investigación.

5.5. Aplicación de la encuesta

La encuesta se aplicó de forma virtual dadas las características propias de la población objetivo de esta investigación. Debido a que son trabajadores temporales, resultaba difícil reunirlos a todos en la misma ubicación; de igual forma, también influyó en esta decisión la situación de salud pública vivida a nivel mundial a raíz del nuevo Coronavirus.

Para la recopilación de los datos se utilizó la plataforma gratuita Google Forms, que permite la creación, personalización y edición de encuestas de forma sencilla. A su vez, proporciona una interfaz amigable y de fácil acceso a los encuestados, en tanto que permite el acceso desde diferentes dispositivos móviles (celulares inteligentes, tabletas y computadores) y sistemas operativos.

El enlace de la encuesta fue enviado a los trabajadores temporales por correo electrónico, por un empleado de planta de Temporing S.A. Para esto, se segregó por las exigencias confidenciales que tenían las diferentes empresas usuarias. Junto al enlace del formulario se anexó un documento con el consentimiento informado, en donde se especificaban los objetivos de la investigación y el fin y tratamiento que se le darían a los datos recolectados (Apéndice 2).

Se abrió la encuesta en una ventana de 2 meses, en los cuales fue posible recolectar la información de 40 trabajadores temporales de Temporing S.A.

6. Modelamiento en SmartPLS

En este apartado se pretende consignar el uso del software SmartPLS para el procesamiento del modelo PLS-SEM planteado en esta investigación en el capítulo 3.

Se inició el proceso asignando a los resultados de la encuesta aplicada a los empleados temporales de Temporing S.A. valores numéricos (Tabla 9), estos resultados se obtuvieron de acuerdo a las opciones de respuesta definidas con base en la escala de Likert, que de acuerdo a Hair et al., 2017 es la recomendada para PLS-SEM por su simetría y equidistancia.

Tabla 9

Asignación numérica a la escala de Likert utilizada en la encuesta.

Opción de respuesta	Valor asignado
De acuerdo	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
En desacuerdo	1

Luego, se enfocó la atención en las variables que tienen injerencia en el modelo, siendo estas las latentes y a su vez, los ítems o indicadores evaluados en la encuesta, es decir, las observables. Como ya fue explicado anteriormente, las variables latentes, o constructos, definidas para este modelo son: motivación, reputación organizacional de la EST y reputación organizacional de la empresa usuaria; para cada uno de estos constructos se establecieron 8, 4 y 4

indicadores, respectivamente, que serían medidos por los enunciados en la encuesta. Con el fin de poder reconocer las variables observables de forma rápida y clara en el software se realizó una codificación (tabla 10) por las siglas del constructo al que corresponden.

Tabla 10

Codificación de los variables observables.

Constructo/variable latente	Código	Enunciado en la encuesta de la variable observable
Reputación organizacional EST	RCT.1	Temporing S.A. es una compañía de la que tengo sentimientos positivos.
	RCT.2	Temporing S.A. es una compañía en la que confío.
	RCT.3	Temporing S.A. es una compañía que admiro y respeto.
	RCT.4	Temporing S.A. tiene una buena reputación en general.
Reputación organizacional empresa usuaria	RCU.1	La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía de la que tengo sentimientos positivos.
	RCU.2	La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía en la que confío.
	RCU.3	La empresa en la que me encuentro en misión es una compañía que admiro y respeto.
	RCU.4	La empresa en la que me encuentro en misión tiene una buena reputación en general.
Motivación	SLU.1	El nivel en el que se comparte y comunica información en cuanto al desempeño de mi trabajo es excelente.

-
- SLU.2 El nivel de exigencia que implica mi trabajo es alto referente al grado de responsabilidad
- SLU.3 Mi relación con mis compañeros de trabajo directos es muy buena.
- SLU.4 Las condiciones laborales para la ejecución de mis actividades son excelentes. Cuento con las herramientas y materiales de trabajo adecuados y suficientes.
- SLU.5 El rango jerárquico para la toma de decisiones en mi trabajo está bien estipulado y es inclusivo.
- SLU.6 El horario laboral es acorde con la reglamentación laboral.
- SLU.7 Las compensaciones financieras, sociales y en material de seguridad laboral que recibo por la ejecución de mi labor son excelentes.
- SLU.8 Los beneficios extendidos obtengo por el desempeño de mi trabajo son amplios y se aplican correctamente. Me permiten tiempos de trabajo flexible, diversas actividades de esparcimiento y beneficios, así como una adecuada gestión de la salud en el lugar de trabajo.
-

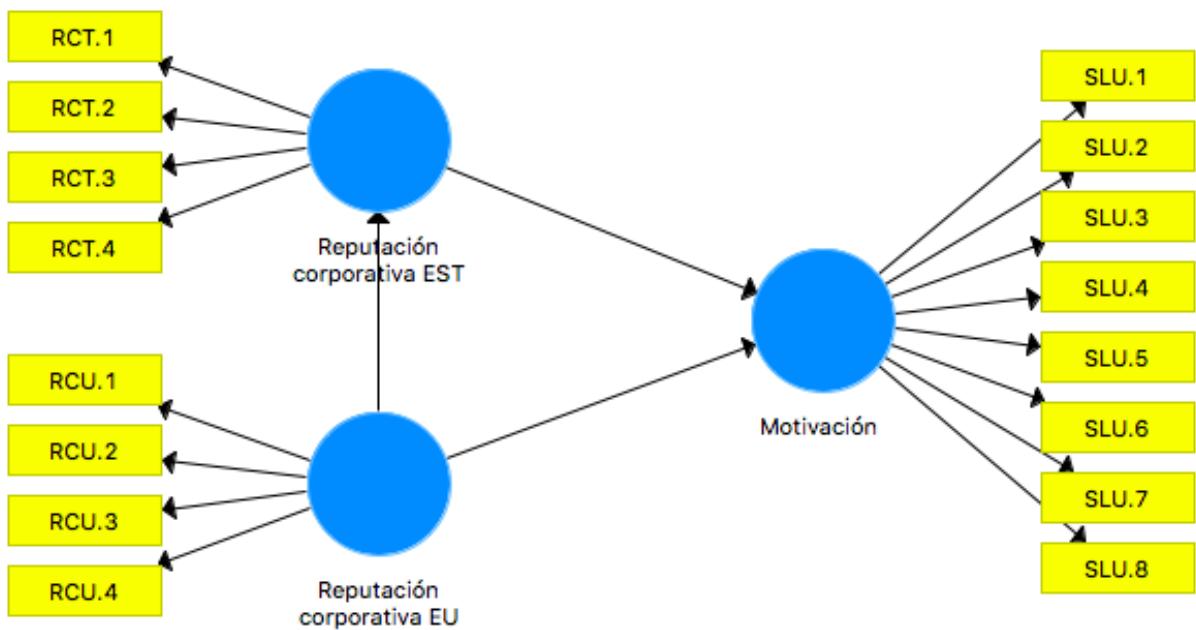
Una vez definida la codificación, se hizo el ajuste en la hoja de resultados de las encuestas, de forma que cada uno de los ítems mencionados tuviese el código correspondiente.

Con el documento listo para su procesamiento, se verificó que cumpliera con alguno de los formatos soportados por SmartPLS, .csv o .txt, en este caso se utilizó .csv que es valores separados por comas.

Por último, cuando los datos habían cargado exitosamente en el programa, se procedió a graficar el modelo planteado en la figura 9 en el que se estableció la relación que tendrían las tres variables latentes, obteniendo así el diagrama de senderos de la figura 11.

Figura 11.

Modelo estructural – diagrama de senderos



Nota: Adaptado de SmartPLS (2020)

En este modelo se pueden identificar dos variables exógenas, es decir, independientes (Reputación organizacional EST y Reputación organizacional EU) y una variable endógena, es decir dependiente, que es la motivación.

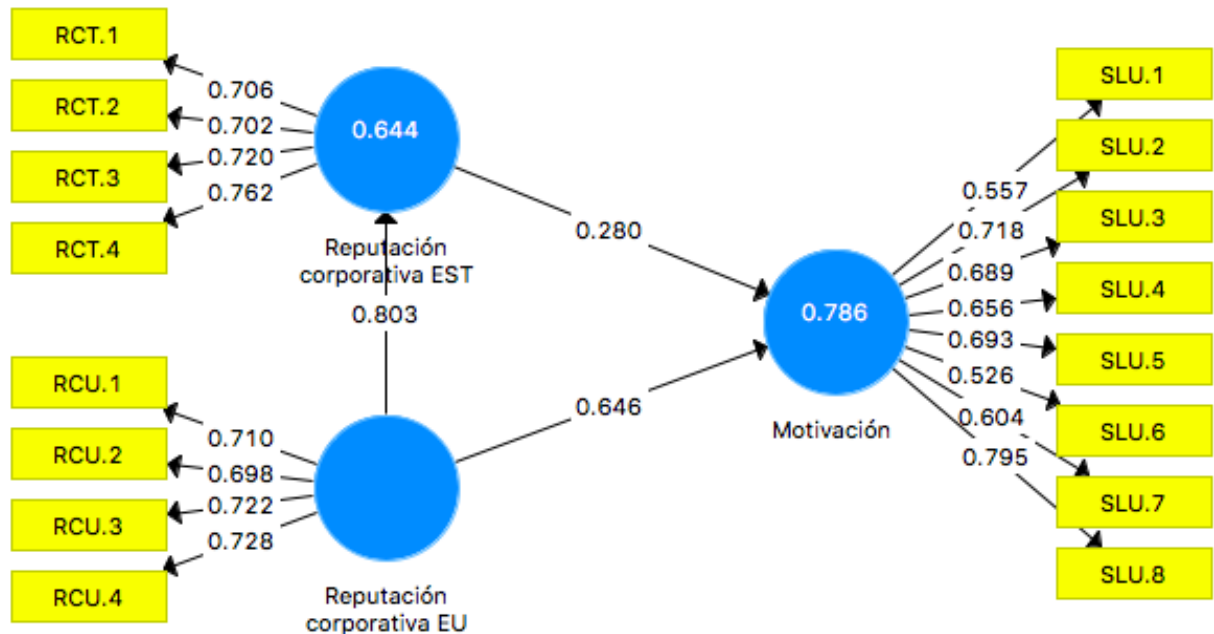
7. Resultados

Autores como Hair et. al (2011) definen que, para modelos reflectivos, la evaluación se hace primeramente a las medidas reflectivas referentes a la validez y fiabilidad del modelo, siendo estas el alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta, la validez convergente y la validez discriminante, que se pueden obtener por medio del cálculo del Algoritmo de PLS en SmartPLS. Por otro lado, para evaluar el modelo estructural como tal se opta por medir el R^2 , la colinealidad y los coeficientes de trayectoria o *path*, estos datos se completan al correr *bootstrapping*.

Partiendo de una configuración por defecto de un esquema de ponderación por caminos, un criterio de parada de 10^{-7} , y una configuración manual de 5000 iteraciones, se ejecuta la primera corrida de Algoritmo PLS. En primera instancia, gracias a la interfaz del programa utilizado es posible visualizar las cargas externas del modelo, que permiten establecer la fiabilidad individual y la contribución absoluta de cada variable observable a la variable latente (Salgado y Espejel, 2016). Las cargas de los ítems pueden oscilar entre -1 y 1, siendo 1 la mayor fiabilidad del ítem, sin embargo, las cargas externas que superan 0.5 sugieren fiabilidad (Saade, 2007; Hasan y Ali, 2007). En la figura 12 es posible observar las cargas externas para cada uno de los indicadores de este modelo.

Figura 12:

Cargas del modelo estructural



Nota: Tomado de SmartPLS (2020)

Dado que todas las variables observables constan de cargas externas mayores a 0.5, es posible indicar que cuentan con un nivel suficiente de confiabilidad (Sarstedt, Ringle y Hair, 2017), y por tanto, reforzó su asignación en el constructo latente correspondiente (Hamid, Sami y Mohmad, 2017). En aquellos modelos en donde hay indicadores con cargas menores a 0.5 se recomienda prescindir de los mismos y correr el algoritmo PLS sin ellos (Chu, Hsiao, Lee y Chen, 2004).

Para medir la consistencia interna de los constructos, indicador de unidimensionalidad de cada variables latentes, se utiliza el alfa de Cronbach (α) o la fiabilidad compuesta. Estos dos criterios permiten entender qué tan confiables son los constructos en cuanto a la consistencia que tiene la interacción de sus indicadores; ambos pueden tomar valores entre 0 y 1, y entre más

cercanos a 1 sean, más consistentes y confiables serán los constructos. En 2003, George y Mallery establecieron una clasificación de la fiabilidad de los constructos con base en los resultados que se obtuviesen del alfa de Cronbach, como se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11

Clasificación de la fiabilidad de acuerdo con el Alfa de Cronbach

Nivel de fiabilidad	Alfa de Cronbach
Excelente	>.9
Buena	>.8
Aceptable	>.7
Cuestionable	>.6
Pobre	>.5
Inaceptable	≤.5

Nota: Adaptado de Ponzi, Fombrun y Gardberg (2011).

Por su parte, para decidir si un modelo confirmatorio es fiable o no con base en la fiabilidad compuesta se estableció un mínimo de 0.70 para este criterio (Sarsdedt et al. 2011).

Sarsdedt et. al (2017) denotan que generalmente el alfa de Cronbach es el límite inferior de la fiabilidad de consistencia interna, mientras que la fiabilidad compuesta es el límite superior, pero autores como Peterson y Kim (2013) establecen que la fiabilidad compuesta proporciona un valor estimado “mejor” de la fiabilidad real de los constructos que el alfa de Cronbach, razón por la cual en este estudio se tomará dicha consigna para el análisis de los resultados.

Otro criterio a evaluar es la validez convergente, que es medida por medio de la Varianza Media Extraída (AVE, por sus siglas en inglés). Este coeficiente permite conocer la varianza

promedio entre un constructo y sus indicadores (Hair et al., 2019), oscila entre 0, y el criterio de medición está definido por un mínimo de 0.5 para validar la convergencia de las medidas.

En la Tabla 12 se exponen los valores que obtenidos para los criterios alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE.

Tabla 12

Alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE obtenidos.

Constructo	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	AVE
Motivación	0.811	0.859	0.436
Reputación organizacional EST	0.699	0.814	0.522
Reputación organizacional EU	0.683	0.807	0.511

Nota: Adaptado de SmartPLS (2020)

A partir de esta tabla y los resultados en ella podemos establecer que el modelo presentado en esta investigación cumple con el criterio de fiabilidad compuesta, en tanto que sus indicadores son mayores a 0.7, así como el AVE, para la validez convergente, que en los casos de la reputación organizacional EST y la reputación organizacional EU es mayor a 0.5. Aunque la AVE de la motivación está un poco por debajo de 0.5, este valor se acepta en la medida que la fiabilidad compuesta del constructo es mayor a 0,7, porque viéndolo como un todo, su validez convergente sigue siendo adecuada. (Fornell y Larcker, 1981).

La última medición que se tiene en cuenta para la evaluación de fiabilidad y validez de un modelo reflexivo es la validez discriminante. Esta se puede medir usando el criterio de Fornell &

Larcker, que corresponde a la diagonal en la tabla 13, y representa que un constructo en efecto sea diferente a los demás empíricamente (Hamid et al, 2017).

Tabla 13

Resultados del criterio Fornell & Larcker

	Motivación	Reputación organizacional EST	Reputación organizacional EU
Motivación	0,660		
Reputación organizacional EST	0.594	0,723	
Reputación organizacional EU	0.651	0.647	0.715

Nota: Tomado de SmartPLS (2020)

Dado que también resulta necesario evaluar el modelo estructural, se empieza con el análisis de la colinealidad, que representa si dos o más predictores miden el mismo constructo subyacente. Este análisis se hace partiendo de los valores del VIF (Variance Inflation Factor) de cada uno de los indicadores de forma que se verifique si están correlacionados (Hair et al., 2020). A mayores valores de VIF, mayor nivel de colinealidad entre 2 o más variables, siendo una regla de oro que este sea menor a 5 para que sea aceptable. En las tablas 14 y 15 se exponen los resultados obtenidos tanto para los constructos como para los indicadores, que al ser todos menores a 5, garantizan que no hay multicolinealidad en este estudio.

Tabla 14

Factor de inflación de las varianzas de los constructos

VIF	Reputación organizacional EST	Motivación
Reputación organizacional EU	1.000	2.812
Reputación organizacional EST		2.812

Nota: Tomado de SmartPLS (2020)

Tabla 15

Factor de inflación de las varianzas de los indicadores

Indicador	VIF
RCT.1	1.385
RCT.2	1.333
RCT.3	1.349
RCT.4	1.285
RCU.1	1.483
RCU.2	1.295
RCU.3	1.422
RCU.4	1.424

SLU.1	1.275
SLU.2	1.785
SLU.3	2.511
SLU.4	2.307
SLU.5	1.884
SLU.6	1.463
SLU.7	1.380
SLU.8	2.100

Nota: Tomado de SmartPLS (2020)

Posteriormente, se fijó la atención en el R^2 , Coeficiente de Pearson o de determinación, que es la métrica más usada para determinar la predicción del modelo estructural (Hair et al. 2020), y se calcula para las variables endógenas, es decir, dependientes. Autores como Chin (1998) citado por Martínez y Fierro (2018) establecen que valores de 0.67, 0.33 y 0.10 son sustanciales, moderados y débiles, respectivamente. Considerando los resultados contenidos en la tabla 16, de 0.644 y 0.786, ambos coeficientes de determinación sustanciales.

Tabla 16

Resultados R^2

Constructo	R^2
Reputación organizacional	0.644
EST	
Motivación	0.786

Nota: Tomado de SmartPLS (2020)

Estos resultados indican que la reputación organizacional de Temporing S.A. está explicada en un 64.4% por la reputación organizacional de la empresa usuaria y a su vez, que la reputación organizacional de la empresa usuaria y EST explican en un 78.6% la motivación de los empleados temporales adscritos a Temporing S.A.

Finalmente, se corrió *bootstrapping*, “un procedimiento no paramétrico que permite la probar la significancia estadística de diferentes resultados de PLS-SEM” (Ringle et al., 2015) con una prueba de dos colas a un nivel de significancia el 5%, es decir, en un intervalo de confianza del 95% y con 5000 iteraciones. Con este cálculo fue posible obtener los valores del coeficiente de trayectoria o *path* (β) estandarizados, el estadístico *t-student* y el p-valor, que permitirán establecer los resultados del modelo estructural.

Los resultados obtenidos por *bootstrapping* se reflejan en la tabla 17.

Tabla 17

Resultados bootstrapping

Trayectoria	Coefficiente de trayectoria (β)	Desviación estándar	t-student	p-valor
Reputación organizacional EU -> Reputación organizacional EST	0.803	0.124	6.455	0.000
Reputación organizacional EU -> Motivación	0.646	0.152	4.254	0.000

Reputación organizacional	0.280	0.152	1.743	0.081
EST -> Motivación				

Nota: Tomado de SmartPLS (2020).

La información contenida en la tabla 17, da lugar a la evaluación las hipótesis que se plantearon en el capítulo 3, como se muestra a continuación en la tabla 18:

Tabla 18

Resultados del modelo estructural

Trayectoria	Hipótesis	p-valor	Resultado
Reputación organizacional EST	H1	0.081	No soportada
-> Motivación			
Reputación organizacional EU -	H2	0.000	Soportada
> Motivación			
Reputación organizacional EU	H3	0.000	Soportada
-> Reputación organizacional			
EST			

Nota: Tomado de SmartPLS.

Se puede afirmar que las hipótesis son soportadas cuando el p-valor < 0.05, razón por la que H1 no es soportada, teniendo un p-valor de 0,081 > 0,05. Por su parte, las hipótesis H2 y H3 sí fueron aceptadas, pues su p-valor fue 0,000 < 0,05.

En cuanto a la hipótesis H4, también es soportada por tanto que el coeficiente de trayectoria es mayor entre la reputación organizacional de la empresa usuaria y la motivación, que entre la EST y la motivación.

8. Conclusiones

En primera instancia desde el punto de vista teórico se logra identificar que existe una gran variedad de autores que se han dedicado a estudiar la relación que ejerce la reputación organizacional de la EU en trabajadores temporales, y que efectivamente como lo afirman Moorman y Harland (2002), y Grund et al. (2019), existe una influencia significativa en esta relación. Sin embargo, aunque autores como Johnson y Lake (2019) plantean una relación significativa entre la reputación organizacional de la EST y la motivación de los trabajadores temporales, no se encontró evidencia teórica suficiente para afirmar que esta relación sea muy significativa, no queriendo decir que no exista.

Adicionalmente, el análisis literario permite identificar que el desempeño de la reputación organizacional de las EU vinculadas a un EST, influía en la percepción del trabajador temporal sobre la EST y, por consiguiente, en su motivación. Igualmente, en la literatura se aprecia que la reputación organizacional influye en la motivación de los trabajadores con contratación temporal, pero principalmente la reputación percibida de la EU (Moorman y Harland, 2002).

Por otra parte, se considera importante señalar que la técnica de mínimos cuadrados parciales mediante el modelamiento de ecuaciones estructurales (PLS-SEM), resultó adecuada para la presente investigación. Ya que permitió el análisis de frecuencias de distribución no normales con un tamaño de muestra reducido, permitiendo una identificación eficaz de las posibles relaciones entre variables.

Ahondando en los resultados obtenidos experimentalmente, es posible afirmar que no se encontró conexión estadísticamente significativa en la relación que se planteó entre la percepción que el trabajador tenga de la reputación corporativa de Temporing S.A. y su motivación. Esto

indica que, en este estudio, no fue posible validar que la reputación organizacional de la EST Temporing S.A. genere un impacto positivo en la motivación que los trabajadores temporales adscritos a ella tengan.

No obstante, sí fue posible encontrar una relación positiva entre la reputación organizacional de la EU y la motivación del trabajador temporal, esto respaldado en el coeficiente de trayectoria y p-valor obtenidos. Este resultado, alineado a lo expuesto por Moorman y Harland (2002) y Grund et al. (2019), reafirma que la percepción que se tenga de la EU tendrá mayor relevancia en la motivación que pueda tener un individuo para trabajar allí, porque, aunque la EST es quien media la contratación, el desarrollo de las actividades se realizará en la EU, y el trabajador tendrá que ajustarse a sus directrices, que determinarán las condiciones de su trabajo.

En cuanto a la relación que se planteó entre la reputación organizacional de las EST y las EU, es posible afirmar, a partir de los resultados obtenidos empíricamente, que están directamente correlacionadas. Siendo así, la reputación organizacional que perciben los empleados de Temporing S.A. está explicada en un 64% por la reputación de la empresa usuaria en la cual se encuentren en misión. En ese caso, si Temporing S.A. media las necesidades laborales de empresas usuarias con una buena percepción de reputación organizacional, su reputación organizacional se verá favorecida respecto a los trabajadores temporales.

Finalmente, como se ha mostrado en este apartado, la relación más fuerte que se encontró fue entre la reputación organizacional de la empresa usuaria y la motivación de los trabajadores temporales. Siendo esta significativamente mayor ($\beta=0.646$) que la que hay entre la reputación organizacional de las EST y la motivación de los trabajadores temporales ($\beta=0.280$). Esto permite entender que reputación organizacional de la EU ejerce un impacto mayor en la motivación de los

trabajadores temporales, es decir, que la motivación se verá explicada en mayor medida por la reputación organizacional de la EU.

Igualmente, se logró la recopilación de la información por medio de la adaptación de dos escalas previamente validadas. La primera, RepTrak® Pulse (Ponzi et al., 2011), referente a la reputación organizacional. La segunda escala utilizada fue PAJS-FI (Lepol et al. 2018), referente a la satisfacción laboral, que para efectos de este estudio figuró como una variable proxy de la motivación por la evidente correlación entre las mismas (Hwang y Chi, 2005; Castillo, 2014; Briceño y Del Rosario, 2010; Vásquez, 2007). Para la última escala fue necesario hacer un ajuste de los ítems a evaluar respecto a la versión original, pues después de la revisión de la literatura se identificaron ítems que no tendrían relevancia en este estudio, pues no tienen cabida al hablarse de trabajos temporales por la naturaleza de este tipo de contratación, siendo: relación con el supervisor directo, condiciones de trabajo y tiempos de trabajo y vacaciones.

9. Recomendaciones

Resulta imperativo como primera recomendación ampliar el conocimiento alrededor de los trabajos temporales, de forma que se ahonde en diferentes aspectos inherentes a percepciones que los trabajadores que gocen o hayan gozado de este tipo de contratación, puedan tener, no sólo la reputación corporativa y la motivación ya que la literatura enfocada sólo en estos aspectos es escasa. De igual manera, impulsar la literatura a las nuevas tendencias que indican que la tercerización laboral en Latinoamérica está cambiando de rumbo para pasar de labores más operativas a especializadas y de altos rangos dentro de las organizaciones, que permitan dar mayor visibilidad a los beneficios que puede traer para los empleados el trabajo temporal. Si bien, por el contexto socioeconómico del continente resulta desafiante mostrar dichos beneficios, es una

oportunidad latente que podría tener buenos resultados en la opinión general que se tiene de las agencias de empleos temporales y los servicios que prestan.

Otra recomendación nace de la limitación que se tiene para hacer una generalización de los resultados obtenidos en esta investigación, pues este estudio se llevó a cabo en el contexto de una agencia temporal con cobertura en ciudades colombianas y una muestra de 40 personas. Por esto, se invita a replicar este estudio en diferentes áreas geográficas y con una cantidad mayor de participantes, que puedan aportar suficiente peso para lograr generalizar, validar y a su vez, establecer una nueva teoría con base en los resultados obtenidos en diversos contextos.

Referencias bibliográficas

- Ali, R., Jin, Z., Wu, K., & Melewar, T. C. (2017). How does reputation win trust? A customer-based mediation analysis. *International Studies of Management & Organization*, 47(3), 220-239. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1318017>
- Anderson, J. C., y Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- ANDI. (Ed.). (2019). *Tercerización e intermediación laboral: balance y retos*. Editorial Nomos S.A.
- Andreassen S. C., Ursin, H., & Eriksen, H. R. (2007). The relationship between strong motivation to work, “workaholism”, and health. *Psychology and Health*, 22(5), 615-629. <https://doi.org/10.1080/14768320600941814>
- Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales (2018).
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1994). Advanced topics in structural equation models. *Advanced methods of marketing research*, 151.
- Balmer, J. M. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing- Seeing through the fog. *European journal of marketing*, 35(3/4), 248-291. <https://doi.org/10.1108/03090560110694763>
- Battisti, M., & Vallanti, G. (2013). Flexible wage contracts, temporary jobs, and firm performance: Evidence from Italian firms. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 52(3), 737-764. <https://doi.org/10.1111/irel.12031>

- Bentler, P. M. (1995). *EQS structural equations program manual* (Vol. 6). Encino, CA: Multivariate software. Sage Publications, Inc.
- Bhalraj, J. (2008). Motivation Theory. *Working Paper Series*. Retrieved August 25, 2011, from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1262271&rec=1&srcabs=1293922
- Boeri, T. (2011). Institutional Reforms in European Labour Markets, *Handbook of Labor Economics*.
- Bollen, K. (1989). *Structural Equation with latent variables*. Estados Unidos, North Carolina: John Wiley & Sons.
- Booth, A. L., Francesconi, M., & Frank, J. (2002). Temporary jobs: stepping stones or dead ends?. *The economic journal*, 112(480), 189-213. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00043>
- Borg, I., & Mastrangelo, P. M. (2009). *Employee surveys in management: Theories, tools, and practical applications*. Hogrefe Publishing.
- Boudon, R. (1996). THE COGNITIVIST MODEL' A GENERALIZED RATIONAL-CHOICE MODEL'. *Rationality and society*, 8(2), 123-150. <https://doi.org/10.1177/104346396008002001>
- Boyd, B. K., Bergh, D. D., & Ketchen Jr, D. J. (2010). Reconsidering the reputation—performance relationship: A resource-based view. *Journal of management*, 36(3), 588-609. <https://doi.org/10.1177/0149206308328507>
- Briceño C, Del Rosario (2010) Y. Nivel de motivación y su relación con la satisfacción laboral del profesional de enfermería. Briceño, C., & Del Rosario, Y. (2010). *Nivel de motivación y su relación con la satisfacción laboral del profesional de enfermería en el Área de Centro*

- Quirúrgico del Hospital Nacional Santa Rosa* (Doctoral dissertation). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina Humana, Lima, Perú.
- Burgos Castro, G. J. (2017). Empresas de trabajo temporal y su papel en la actividad empresarial. Universidad de Extremadura
- Burisch, M. (1984). Approaches to personality inventory construction: a comparison of merits. *American Psychologist*, 39(3), 214–227. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.3.214>
- Cable, D. M., & Turban, D. B. (2001). ESTABLISHING THE DIMENSIONS, SOURCES, AND VALUE OF JOB SEEKERS'EMPLOYER KNOWLEDGE DURING RECRUITMENT. *Research in personnel and human resources management*, 20, 115-164.
- Castillo Dávila, N. F. (2014). Clima, motivación intrínseca y satisfacción laboral en trabajadores de diferentes niveles jerárquicos.
- Cerrón Baquerizo, C., Cervantes Cahua, V. E., & Chávez Maldonado, X. (2018). Estudio de la relación entre la reputación corporativa de un banco peruano, la satisfacción y la fidelización del cliente: estudio del caso BBVA Continental. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13218>
- Chen, P. C., Wang, M. C., & Fang, S. C. (2017). Does motivation matter? The influence of the agency perspective on temporary agency workers. *Employee Relations*, 39(4), 561-581. <https://doi.org/10.1108/ER-06-2016-0124>
- Chin, W. (1998). The partial least square approach to structural equation modelling. En G. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295-369).

- Chu, P.Y., Hsiao, N., Lee, F.W., Chen, C.W. (2004). Exploring success factors for Taiwan's government electronic tendering system: behavioral perspectives from end users. *Government Information Quarterly*, 21 (2), 219–234.
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*, 2(1), 186 - 199. Recuperado de <http://www.revistas.unc.edu.ar/index.php/tesis/article/download/2884/2750>
- De Cooman, R., Stynen, D., Van den Broeck, A., Sels, L., & De Witte, H. (2013). How job characteristics relate to need satisfaction and autonomous motivation: Implications for work effort. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(6), 1342-1352. <https://doi.org/10.1111/jasp.12143>
- De Cuyper, N., Kiran, S., De Witte, H., & Aygoğlu, F. N. (2008). Associations between temporary employment, alcohol dependence and cigarette smoking among Turkish health care workers. *Economic and Industrial Democracy*, 29(3), 388-405. <https://doi.org/10.1177/0143831X08092462>
- De Lourdes Machado, M., Soares, V. M., Brites, R., Ferreira, J. B., & Gouveia, O. M. R. (2011). A look to academics job satisfaction and motivation in Portuguese higher education institutions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 1715-1724. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.417>
- Deephouse, D. & Jaskiewicz, P. (2013). Do Family Firms Have Better Reputations Than Non-Family Firms? An Integration of Socioemotional Wealth and Social Identity Theories. *Journal of Management Studies*, 50(3). <https://doi.org/10.1111/joms.12015>

- Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. M. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of marketing research*, 38(2), 269-277. <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.269.18845>
- Duncan, J. M. (1996). State of the art: limit equilibrium and finite-element analysis of slopes. *Journal of Geotechnical engineering*, 122(7), 577-596.
- Escobedo Portillo, M. T., Hernández Gómez, J. A., Estebané Ortega, V., & Martínez Moreno, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia & trabajo*, 18(55), 16-22. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492016000100004>
- Etter, M., Colleoni, E., Illia, L., Meggiorin, K. & D'Eugenio, A. (2016). Measuring Organizational Legitimacy in Social Media: Assessing Citizens' Judgments With Sentiment Analysis. *Business & Society*, 57(1), 60-97. <https://doi.org/10.1177/0007650316683926>
- Ferrando, P. J., & Anguiano-Carrasco, C. (2010). El análisis factorial como técnica de investigación en psicología. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 18-33.
- Ferruz González, S. A. (2017). *Reputación corporativa. Estudio del concepto y las metodologías para su medición: propuesta de un concepto y metodología de consenso* (Doctoral dissertation). Universidad Complutense de Madrid). <https://eprints.ucm.es/47772/>
- Finegold, D., Levenson, A., & Van Buren, M. (2003). A Temporary Route to Advancement? The Career Opportunities for Low-Skilled Workers in Temporary Employment. *Low-Wage America: How Employers Are Reshaping Opportunity in the Workplace*, 317-67.
- Fisher, G.G., Matthews, R.A. & Gibbons, A.M. (2015). Developing and investigating the use of single-item measures in organizational research. *Journal of Occupational Health Psychology* 21(1), 3–23. <https://doi.org/10.1037/a0039139>

- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotient SM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of brand management*, 7(4), 241-255. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.10>
- Fombrun, C., & Van Riel, C. (1997). The reputational landscape. *Corporate reputation review*, 1-16.
- Fombrun, C.J. (1996) Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. *Harvard Business Press, Cambridge, MA*. <https://lib.ugent.be/catalog/rug01:000960717>
- Forde, C., & Slater, G. (2016). Temporary agency work: evolution, regulation and implications for performance. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*. 3(3), 312-322. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-07-2016-0043>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Galais, N., & Moser, K. (2018). Temporary agency workers stepping into a permanent position: social skills matter. *Employee Relations*, 40(1), 124-138. <https://doi.org/10.1108/ER-08-2016-0158>
- Gálvez, A. (1997). EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL. Guía Informativa N° 29/22-XII-97.
- Gardberg, N.A. (2006) Reputatie, reputation, réputation, reputazione, ruf: A cross-cultural qualitative analysis of construct and instrument equivalence. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 39-61. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550009>
- George, D., & Mallery, P. (4th ed.). (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 11.0 update*. Boston: Allyn & Bacon.

- González Solanilla, N., & Illera Sarria, J. (2016). Aplicación de ecuaciones estructurales en el estudio de la relación entre el desempeño financiero y la responsabilidad social de las empresas familiares en Colombia. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/81070/1/TG01589.pdf
- Grund, C., Minten, A., & Toporova, N. (2019). Motivation Assessments of Temporary Agency Workers—an Empirical Analysis Based on Appraisals Compiled by Hiring Companies. *Management revue*, 30(1), 5-39. <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2019-1-5>
- Haarhaus, B. (2016). Development and validation of a short questionnaire to assess global and facet-specific job satisfaction. *Diagnostica*, 62, 61–73. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000136>
- Hackman, R. J., & Oldham, G. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational behavior and human performance*, 16(2), 250-279. https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Group_Performance/Hackman et al 1976 Motivation thru the design of work.pdf
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A beginner's guide to partial least squares analysis. *Understanding statistics*, 3(4), 283-297. https://doi.org/10.1207/s15328031us0304_4
- Hair Jr, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, J. E., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. y Tatham R. L. (6th Ed.) (2001). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River: Pearson-Prentice Hall.

- Hatcher, L. (Ed.). (2003). *A Step-by-Step Approach to using SAS for Factor Analysis and Structural Equation Modeling*. Cary: SAS Institute
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M. y Sarstedt, M. (2ª Ed.). (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Handbook of Market Research*, 15.
- Hair, J., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed, a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 137-149.
- Hamid, M.R., Sami, W., and Mohmad Sidek, M.H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>. 201
- Hasan, B., Ali, J. (2007). An empirical examination of factors affecting group effectiveness in information systems projects. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 5 (2), 229–243.
- Helm, S. (2005). Designing a formative measure for corporate reputation. *Corporate reputation review*, 8(2), 95-109. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540242>

- Hernández Herrera, L. D. (2015). *Factores incidentes en la reputación corporativa de una tienda por departamentos en Chile, desde la perspectiva de los consumidores*. (tesis de pregrado) <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133163>
- Hernández, C. A. (2016). Empresas de trabajo temporal: Relaciones laborales encubiertas. *Revista de Formación Gerencial*, 15(1), 11-24.
- Herzberg, F. (1968). Una vez más: ¿cómo motiva usted a sus empleados. *Harvard Business Review*, 46(1), 13-22.
- Highhouse, S., Broadfoot, A., Yugo, J. E., & Devendorf, S. A. (2009). Examining corporate reputation judgments with generalizability theory. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 782-789 <https://doi.org/10.1037/a0013934>
- Hoerger, M. (2010). Participant dropout as a function of survey length in Internet-mediated university studies: Implications for study design and voluntary participation in psychological research. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(6), 697-700. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0445>
- Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7)
- Hwang, S., & Der-Jang, C. (2005). Relationships among internal marketing, employee job satisfaction and international hotel performance: An empirical study. *International Journal of Management*, 22(2), 285-293.
- Jiménez, P. (2008). Profilanalyse der Arbeitszufriedenheit [Profile Analysis of Job Satisfaction]. *Manual Wiener Testsystem*.

- Johnson, D., & Lake, C. J. (2019). Contingent worker monetary influence, work attitudes and behavior. *Personnel Review*, 48(7), 1669-1684. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2018-0170>
- Jöreskog, K. G. (1973) A general method for estimating a linear structural equation system, pp. 85-112 in A. S. Goldberger and O. D. Duncan (eds.) *Structural Equation Models in the Social Sciences*. New York: Seminar.
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). Job attitudes. *Annual review of psychology*, 63, 341-367. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100511>
- Judge, T. A., Parker, S. K., Colbert, A. E., Heller, D., & Ilies, R. (2002). *Job satisfaction: A cross-cultural review*. In N. Anderson, D. S. Ones, H. K. Sinangil, & C. Viswesvaran (Eds.), *Handbook of industrial, work and organizational psychology*, 2, *Organizational psychology* (25–52). Sage Publications, Inc.
- Judge, T. A., Weiss, H. M., Kammeyer-Mueller, J. D., & Hulin, C. L. (2017). Job attitudes, job satisfaction, and job affect: A century of continuity and of change. *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 356-374. <https://doi.org/10.1037/apl0000181>
- Kahn, J. H. (2006). Factor analysis in counseling psychology research, training, and practice: Principles, advances, and applications. *The counseling psychologist*, 34(5), 684-718. <https://doi.org/10.1177/0011000006286347>
- Kaplan, R. S., Norton, D. P., & Horváth, P. (1997). *Balanced scorecard*. Schäffer-Poeschel. <http://www.gbv.de/dms/ilmenau/toc/302653449kapla.PDF>
- Kitchen, P. J., & Laurence, A. (2003). Corporate reputation: An eight-country analysis. *Corporate Reputation Review*, 6(2), 103-117. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540193>

- Lahoz, M. H., & Gil-Lacruz, M. (2011). Origen y evolución de las empresas de Trabajo Temporal. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, 24(257), 26-34.
- Lai, L. C., & Cummins, R. A. (2013). The contribution of job and partner satisfaction to the homeostatic defense of subjective wellbeing. *Social Indicators Research*, 111(1), 203-217. <https://doi.org/10.1007/s11205-011-9991-6>
- Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. (2011). Organizational reputation: A review. *Journal of management*, 37(1), 153-184. <https://doi.org/10.1177/0149206310390963>
- Law, K. K., Chan, A., & Ozer, M. (2017). Towards an integrated framework of intrinsic motivators, extrinsic motivators and knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 21(6), 1486-1502. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2016-0119>
- Leka, S., & Cox, T. (2010). Psychosocial risk management at the workplace level. *Occupational health psychology*, 124-156.
- León, I. M., & Cifuentes, I. O. (2009). La medición de la reputación empresarial: problemática y propuesta. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 15(2), 127-142. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60093-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60093-8)
- Lepold, A., Tanzer, N., Bregenzer, A., & Jiménez, P. (2018). The efficient measurement of job satisfaction: Facet-items versus facet scales. *International journal of environmental research and public health*, 15(7), 1362. <https://doi.org/10.3390/ijerph15071362>
- Lévy-Mangin, J. P., & Varela, J. (2006). Modelización con estructuras de covarianzas en ciencias sociales. *Temas esenciales, avanzados y aportaciones especiales*. A Coruña: Netbiblo.
- Ley 50 de 1990. Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones. Diciembre 28 de 1990. DO. N° 39618

- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of industrial and organizational psychology*. Chicago: RandMc Nally, 2(5), 360-580.
- Loo, R. (2002). A caveat on using single- item versus multiple- item scales. *Journal of managerial psychology*. 17(1), pp. 68-75. <https://doi.org/10.1108/02683940210415933>
- Manzano Patiño, A. P. (2018). Introducción a los modelos de ecuaciones estructurales. *Investigación en educación médica*, 7(25), 67-72. <https://doi.org/10.1016/j.riem.2017.11.002>
- Marcoulides, G. A., & Saunders, C. (2006). Editor's comments: PLS: a silver bullet?. *MIS quarterly*, iii-ix. <https://www.jstor.org/stable/25148727>
- Martínez Ávila, M. y Fierro Moreno, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento: un enfoque técnico práctico. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 130-164. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.336>
- Maslow, A. H. (1943). «A theory of human motivation». *Psychological Review*, 50, 370-396. Reeditado en 2004 como apéndice de Goble, F. *The Third Force: The Psychology of Abraham Maslow*. Chapel Hill, NC: Maurice Bassett Publishing.
- McGregor, D. (1966). *The human side of enterprise. Leadership and motivation*. Cambridge: The MIT Press.
- Milgrom, P., & Roberts, J. (1986). Price and advertising signals of product quality. *Journal of political economy*, 94(4), 796-821. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdf/10.1086/261408>

- Moorman, R. H., & Harland, L. K. (2002). Temporary employees as good citizens: Factors influencing their OCB performance. *Journal of business and psychology*, 17(2), 171-187. <https://doi.org/10.1023/A:1019629330766>
- Muzzolon, C., Spoto, A., & Vidotto, G. (2015). Why choose a temporary employment? *International Journal of Manpower*, 36(8), 1146-1163. <https://doi.org/10.1108/IJM-06-2013-0136>
- Nagy, M.S. (2002). Using a single-item approach to measure facet job satisfaction. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75, 77-86. <https://doi.org/10.1348/096317902167658>
- OECD (2016), *OECD Reviews of Labour Market and Social Policies: Colombia 2016*, OECD Reviews of Labour Market and Social Policies, OECD Publishing, Paris <https://doi.org/10.1787/9789264244825-en>.
- Oldham, G. R., & Hackman, J. R. (2010). Not what it was and not what it will be: The future of job design research. *Journal of organizational behavior*, 31(2- 3), 463-479. <https://doi.org/10.1002/job.678>
- Oshagbemi, T. (1999). Overall job satisfaction: how good are single versus multiple- item measures? *Journal of Managerial Psychology*, 14(5), 388-403. <https://doi.org/10.1108/02683949910277148>
- Parker, S. K., Morgeson, F. P., & Johns, G. (2017). One hundred years of work design research: Looking back and looking forward. *Journal of applied psychology*, 102(3), 403 – 420. <https://doi.org/10.1037/apl0000106>
- Parra, M. (2012). Trabajo temporal e indirecto: la pieza que faltaba para entender el mercado laboral colombiano. <http://hdl.handle.net/11445/340>

- Pedraja-Rejas, L., Rodríguez-Ponce, E., & Rodríguez-Ponce, J. (2006). Leadership styles and effectiveness: a study of small firms in Chile. *Interciencia*, 31(7), 500-504.
- Peterson, R. A., & Kim, Y. (2013). On the Relationship between Coefficient Alpha and Composite Reliability. *Journal of Applied Psychology*, 98(1), 194-8. DOI:10.1037/a0030767
- Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2015). Multilevel and strategic recruiting: Where have we been, where can we go from here?. *Journal of Management*, 41(5), 1416-1445. <https://doi.org/10.1177/0149206315582248>
- Ponzi, L. J., Fombrun, C. J., & Gardberg, N. A. (2011). RepTrak™ pulse: Conceptualizing and validating a short-form measure of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 14(1), 15-35. <https://doi.org/10.1057/crr.2011.5>
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate behavioral research*, 42(1), 185-227. <https://doi.org/10.1080/00273170701341316>
- Preenen, P., Verbiest, S., Van Vianen, A., & Van Wijk, E. (2015). Informal learning of temporary agency workers in low-skill jobs. *Career Development International*, 20(4), 339-362. <https://doi.org/10.1108/CDI-12-2013-0158>
- Pruneda, C. G. (2014). Determinantes y evolución de la motivación de los trabajadores en un contexto de crisis económica. El caso de España. *Papers. Revista de Sociología*, 99 (1). <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v99n1.514>
- Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 10 de febrero de 2019, de <https://dle.rae.es/cultura?m=form>
- Rindova, V. P., & Martins, L. L. (2012). Show me the money: A multidimensional perspective on reputation as an intangible asset. *The Oxford handbook of corporate reputation*, 16-33.

- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. (2015). "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Robbins, S. P. (Ed). (2004). *Comportamiento organizacional*. Edo. de México: Pearson Education.
- Rubiano, M. G., & Aponte, C. F. (2014). Motivación y satisfacción laboral como facilitadores del cambio organizacional: Una explicación desde las ecuaciones estructurales. *Psicogente*, 17(31), 120-142.
- Ruiz Sánchez, B. (2013). Reputación de las principales entidades financieras desde la perspectiva del cliente. Rescatado de: <http://hdl.handle.net/10578/3624>
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 34-45.
- Rutherford, B., Boles, J., Hamwi, G. A., Madupalli, R., & Rutherford, L. (2009). The role of the seven dimensions of job satisfaction in salesperson's attitudes and behaviors. *Journal of Business Research*, 62(11), 1146-1151. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.019>
- Saade, R.G. (2007). Dimensions of perceived usefulness: toward enhanced assessment. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 5 (2), 289–310. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4609.2007.00142.x>
- Salgado Beltrán, L., & Espejel Blanco, J. E. (2016). Análisis del estudio de las relaciones causales en el marketing. *Innovar*, 26(62), 79-94. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n62.59390>
- Sánchez-Castañeda, A. (2014). Los jóvenes frente al empleo y el desempleo: la necesaria construcción de soluciones multidimensionales y multifactoriales. *Revista latinoamericana de derecho social*, 19, 133-162. Recuperado en 10 de octubre de 2020, de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702014000200133&lng=es&tlng=.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702014000200133&lng=es&tlng=)

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Partial least squares structural equation modeling*. Handbook of market research, 26, 1-40.

Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation—An empirical study. *Schmalenbach business review*, 56(1), 46-71. <https://doi.org/10.1007/BF03396685>

Schwaiger, M. y Taylor, C.R. (Eds.) Measurement and Research Methods in International Marketing. *Advances in International Marketing*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 22, 195-218. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2011\)0000022012](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2011)0000022012)

Spector, P. E. (1997). Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences. *Sage Publications*, 3.

Stancanelli, E. G. (2002). Do temporary jobs pay? Wages and career perspectives of temporary workers. *Labour*, 16(4), 667-705.

Tzou, R. C., & Lu, H. P. (2009). Exploring the emotional, aesthetic, and ergonomic facets of innovative product on fashion technology acceptance model. *Behaviour & Information Technology*, 28(4), 311-322. <https://doi.org/10.1080/01449290701763454>

Valdivieso, C. E. (2013). Comparación de los modelos formativo, reflexivo y de antecedentes de evaluación estudiantil del servicio de la docencia. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 16, 95-120.

Van den Broeck, A., Lens, W., De Witte, H., & Van Coillie, H. (2013). Unraveling the importance of the quantity and the quality of workers' motivation for well-being: A person-centered

- perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 82(1), 69-78.
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.11.005>
- Vásquez Sosa, S. M. (2007). *Nivel de motivación y su relación con la satisfacción laboral del profesional de enfermería en el Hospital Nacional Arzobispo Loayza* (tesis de especialización) <https://hdl.handle.net/20.500.12672/488>
- Vidaver-Cohen, D., Brønn, P.S. (2015). Reputation, Responsibility, and Stakeholder Support in Scandinavian Firms: A Comparative Analysis. *Springer Science+Business Media Dordrecht*. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1673-7>
- Vivas, A. (2004). Pobreza Y Violencia En Colombia: Agenda De Diagnósticos Y Soluciones (No. 0410008). *University Library of Munich*..
- Walsh, G., & Beatty, S. E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: scale development and validation. *Journal of the academy of marketing science*, 35(1), 127-143.
<https://doi.org/10.1007/s11747-007-0015-7>
- Wanous, J.P., Reichers, A.E., & Hudy, M.J. (1997). Overall Job Satisfaction: How Good Are Single-Item Measures? *Journal of Applied Psychology*, 82, 247–252.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.82.2.247>
- Weng, P. S., & Chen, W. Y. (2017). Doing good or choosing well? Corporate reputation, CEO reputation, and corporate financial performance. *The North American Journal of Economics and Finance*, 39, 223-240. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2016.10.008>
- Winkler, I., & Mahmood, M. K. (2018). Flexible resources and adaptable human beings—the identity of temporary agency workers. *Journal of Organizational Effectiveness: People*

and Performance. Vol. 5 No. 2, pp. 142-157. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-11-2017-0090>

Yarce, W. A. (2000). El desempleo estructural y la tasa natural de desempleo: algunas consideraciones teóricas y su estado actual en Colombia. *Lecturas de economía*, (52), 87-112.