



# **DETECCIÓN DEL NIVEL DE PREPARACIÓN EN PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL**

**Alumno:** FERNANDO MARÍA JIMÉNEZ RODRÍGUEZ

**Tutor:** LUIS FERNANDO DÍAZ VILELA

Trabajo de Fin de Máster.

Máster Universitario en Desarrollo y Gestión de Recursos Humanos

Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado

Universidad de la laguna, curso académico 2022-23

## **RESUMEN**

El objeto de este trabajo es investigar los efectos de la manipulación de la imagen personal sobre puntuaciones de Personalidad en situaciones en las que las personas pueden ganar o perder. Básicamente se pretende comprobar cómo afecta la tendencia a quedar bien a las puntuaciones en pruebas de personalidad. Se aplicó el cuestionario de Personalidad NEO-PI reducido para medir directamente los Cinco Grandes Factores de Personalidad de 75 estudiantes. Cada participante contestó el cuestionario en dos condiciones experimentales, una de honestidad y la otra de quedar bien. La mitad de los participantes respondió primero en la condición de honestidad, mientras que la otra mitad respondió primero en la condición de quedar bien. Los resultados muestran que el efecto del orden no afecta, pero sí el de la condición. Los perfiles de personalidad son distintos cuando los participantes responden siendo honestos que cuando se les pide que lo hagan quedando bien. Además, los participantes son capaces de mejorar sus puntuaciones en la dirección adecuada en todas las dimensiones. Estos resultados enfatizan la importancia de controlar la manipulación de la imagen a la hora de medir rasgos de Personalidad en situaciones en las que los participantes tienen algo que ganar o perder.

## **ABSTRACT**

The aim of this work is to investigate the effects of image management on Personality scores in situations where people can win or lose. Basically, it is intended to verify how the tendency to look good affects scores on personality tests. The reduced NEO-PI Personality questionnaire was applied to directly measure the Big Five Personality Factors of 75 students. Each participant answered the questionnaire in two experimental conditions, honestly and looking good. Half of the participants responded first in the honesty condition, while the other half responded first in the looking good condition. Results show that the order of conditions does not have any effect, but the conditions themselves do. Personality profiles are different when participants answer being honest than when they are asked to look good. In addition, the participants are able to improve their scores in the appropriate direction in all dimensions. These results emphasize the importance of controlling for image management when measuring Personality traits in situations where participants have something to gain or lose.

## ÍNDICE

I. Introducción .....	2
II. Objetivos e hipótesis .....	6
III. Método .....	7
1. Participantes .....	7
2. Instrumento .....	7
3. Procedimiento .....	8
IV. Resultados .....	9
V. Discusión y conclusiones .....	14
VI. Referencias .....	16
ANEXO 1 .....	18
ANEXO 2 .....	19

## I. INTRODUCCIÓN

La selección de personal es un aspecto considerado esencial en todos los que conforman el proceso de la gestión de recursos humanos. El concepto de selección de personal está ligado al conjunto de pruebas que, divididas en distintas etapas, se aplican a los candidatos para establecer la idoneidad para cada puesto de trabajo.

Existen diferentes técnicas en este sistema establecido para los procesos de selección. En el presente Trabajo de Fin de Máster (TFM), nos centramos en las pruebas de personalidad que se aplican para conocer la forma de ser de los candidatos. Concretamente, nos interesa la pérdida de validez de los test de estas pruebas al contaminarse con las tendencias de los candidatos a distorsionar sus respuestas para quedar bien reflejados.

De manera más específica, se centra el interés de este estudio en medir cómo se utiliza influye la gestión de impresiones o falsificación por parte de los candidatos frente en los perfiles de personalidad los test, en el contexto de la selección de personal.

Los procesos de gestión de impresiones fueron definidos hace décadas por Paulhus (1984; 1986). Se refiere a cómo distorsiona los resultados la disimulación en las respuestas a cuestionarios, con el propósito de crear una impresión favorable en el evaluador. A ello se une otro elemento que también tiene que valorarse, que es el caso del autoengaño, Paulhus (1986) lo señala como “una respuesta sesgada positivamente que el encuestado realmente cree que es verdad” (p. 144).

Martínez, Moscoso, & Lado (2021) mostraron que los efectos de falsificación son diferentes según el tipo de medidas utilizadas, y mostraron que los test de personalidad son los más sensibles, de manera que se reduce su validez de criterio y constructo en las pruebas de personalidad, en las que se usan las medidas de estímulo único.

Se han creado mecanismos que permiten medir estas falsificaciones en las pruebas de personalidad. Las llamadas escalas de falsificación, que han sido denominadas de diferente manera: mentira, buena impresión, manejo de impresiones, etc. De esta manera, la mayoría de las pruebas de personalidad ya incluyen escalas diseñadas para detectar esta amenaza a la validez de los resultados. (Connelly y Chang, 2015).

El Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota (MMPI), tiene las escalas de fingir malo (K) y fingir bueno (Mentira). El Inventario de Personalidad de California tiene

la Escala de Buena Impresión. El 16PF incluye una escala de manejo de impresiones más una escala de infrecuencia y aquiescencia.

En los estudios de Landers, Sackett y Tuzinski (2011) se observa que saber responder a los cuestionarios de personalidad con las “ayudas” de profesionales de coaching, mediante entrenamientos en los que preparan a los candidatos, no implica necesariamente que estos no puedan mostrar capacidades para ser honestos. Esto supone que, con independencia de que tenga o no una escala de detección de engaños incorporada, sigue existiendo la posibilidad de que los seleccionadores obtengan respuestas falsas sin percatarse. Por ello, el uso de estas pruebas de personalidad en un proceso de selección puede llegar a ser injusto. Es decir, puede que los resultados distorsionen, incluso, una capacidad positiva que tiene el candidato.

Por otro lado, Ellingson, Smith y Sackett (2001), analizaron cuatro medidas en las cuales, se añaden escalas de falsificación extraídas de otros cuestionarios de personalidad.

En cuanto a su primera muestra respondió a la escala ABLE, que incluye la escala de "Virtudes improbables", para identificar esfuerzos intencionales para distorsionar las respuestas de los encuestados. En su segunda muestra aplicaron el Gough & Bradley's (1996) CPI que también contiene una escala de "Buena impresión". Su tercera muestra respondió a Conn & Rieke's (1994) 16PF, que incluye la escala “Gestión de impresiones”. Finalmente, su cuarta muestra completó la escala de “Deseabilidad Social” de la encuesta de Jones. (1990) cuestionario PROFILE, junto con el HPI-R de Smith y Valcour (citado de Ellingson, Smith, & Sackett, 2001).

En cuanto a la deseabilidad social algunos autores como Ones, Viswesvaran y Reiss (1996) defienden que su efecto sobre la personalidad es mínimo. Sin embargo, estas conclusiones no fueron respaldadas ya que sobre los efectos de simulación los efectos sobre la personalidad son débiles.

Viswesvaran (1998) detectó que cuando se entrena a las personas para que finjan, sus diferencias de medias estandarizadas con los que se les instruyó para que fueran honestos fueron de .60 SD entre sujetos y .72 SD dentro de los propios sujetos.

Este estudio y algunos más que fueron realizados posteriormente, determinaron una conclusión importante en cuanto a la deseabilidad social, esta variaba considerablemente en dos ámbitos diferentes, los ámbitos de selección de personal y los ámbitos experimentales, siendo en los primeros los efectos promedio de la deseabilidad social

sobre las medidas de personalidad menores que en los segundos (Salgado, 2005; Schmitt y Oswald, 2006).

Por ello se ha analizado el metaanálisis sobre los efectos de fingir en las medidas de personalidad Viswesvaran and Ones (1999) determinando que todos los factores de los Cinco Grandes eran igualmente susceptibles de fingir bien en una investigación entre sujetos, los efectos fueron positivos (entre 0,60 y 0,65) excepto en amabilidad (0,48) que representa aproximadamente la mitad de una desviación estándar a través de los intervalos de confianza se reveló que de todas las dimensiones de los Cinco Grandes se podían falsificar, fingir y denotaban errores.

En este metaanálisis, también encontraron que las escalas de deseabilidad social eran dos veces más sensibles a las instrucciones falsas que las escalas que miden los cinco factores principales. Cuando Viswesvaran and Ones (1999) analizaron los estudios utilizando diseños intra-sujetos, los tamaños de los efectos fueron incluso mayores -más del 75% de una desviación estándar.

Por todas estas causas que provocan unas falsificaciones en los test de personalidad, ha sido necesario incorporar escalas de sinceridad en los cuestionarios de Personalidad. Siendo estas también perceptible al error ya que provocan que los sujetos respondan con escasa sinceridad ya que normalmente las preguntas de estas escalas se refieren a conductas extrañas, siendo fácilmente identificables y así los participantes pueden modificar sus respuestas.

Como se nombre anteriormente otro de los problemas es que existen numerosos profesionales que se basan en sistemas de coaching para enseñar a responder cuestionarios de personalidad y solventar las verdaderas características del candidato, creando distorsiones. Es un problema existente en los test de personalidad, pero es algo que no se analizara en la presente investigación. (Connelly y Chang, 2015; Ellingson et al., 2001).

Existen pruebas de personalidad que incluyen la medición de la deseabilidad social, como ya nombramos con anterioridad, el Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota (MMPI), cuya última versión en español es de 2019 (Butcher, Graham, Ben-Porath, Tellegen, Dahlstrom y Kaemmer, 2019) dispone de doce escalas de detección. Las cuales se utilizan en distintos aspectos de los test de personalidad, cabe nombrar las escalas L, K y S son las indicadas para la selección de personal (Butcher et al., 2019).

La escala L detecta si la persona tiene tendencia a crear impresiones poco reales y favorables de sí mismo. La escala K se centra en cuando el sujeto tiende a presentarse excesivamente educado y cuando la S obtiene una puntuación extremadamente alta denota un alto ego. (Gordon, 2022).

Por otro lado, el 16PF (Cattell y Mead, 2008). Contiene tres escalas de control:

Manipulación de la Imagen (MI) cuando intentan fingir una imagen irreal de sí mismos. Aquiescencia (AQ), cuenta las respuestas afirmativas del cuestionario para medir la tendencia del sujeto a estar de acuerdo.

La escala de Infrecuencia (IN) detectando la cantidad de respuestas poco comunes.

Existen escalas específicas que pretenden medir este constructo y, entre ellas está BIDR. Que es una de las escalas más utilizadas para detectar la deseabilidad social, creada por Paulhus (1991), Contiene 40 elementos, 20 que evalúan autoengaño y 20 para manejo de impresiones. Este cuestionario ha mostrado una buena fiabilidad. (Lanyon y Carle, 2007; Li y Li, 2008).

Como se mencionó anteriormente, han surgido entrenadores y preparadores que tienen conocimientos sobre los cuestionarios y ayudan a los candidatos a superarlos contestando de manera que obtengan perfiles, muchas veces falsos, adecuados a los puestos de trabajo.

Landers y colaboradores (2011) hablan acerca de las pautas que daban estos entrenadores, como puede ser responder la máxima puntuación al identificar la respuesta “deseable”.

Mientras que en las preguntas del manejo de impresiones será la pauta contraria respondiendo siempre en un término medio, estas son fáciles de identificar y preparar ya que suelen tener opciones de “nunca” o “siempre” (Miller y Barret, 2008).

Pero esto no siempre funciona ya que, dependiendo del test, utilizando estas premisas pueden ver su puntuación enormemente perjudicada a causa de las escalas de detección (Miller y Barret, 2008).

## II. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

**Hipótesis 1:** Se espera que los casos estén más agrupados en las mejores puntuaciones en la condición de quedar bien. Entendiéndose mejor como más alta en amigabilidad y conciencia y más baja en ansiedad, introversión y dureza mental.

Hipótesis 1.a: Se espera que las puntuaciones medias en cada dimensión sean mejores en la condición de quedar bien que en la de honestidad.

Hipótesis 1.b.: Se espera que las desviaciones típicas sean menores cuando se pide a los participantes que respondan con la idea de quedar bien, aunque tengan que mentir.

**Hipótesis 2:** Se espera que las respuestas a cada dimensión sean independientes entre condiciones. Esto es, las correlaciones de las dos puntuaciones de cada dimensión serán muy bajas y no significativas.

**Hipótesis 3:** Se espera que las respuestas a cada dimensión sean independientes en cada condición experimental. Esto es, las correlaciones entre dimensiones, dentro de cada condición, serán bajas y no significativas.

**Hipótesis 4:** Se espera que el perfil medio de Personalidad sea más plano en la condición de honestidad que en la condición de quedar bien. Las puntuaciones serán más normales.

**Hipótesis 5:** Se espera que el perfil medio de Personalidad sea más adecuado en la condición de quedar bien que en la condición de honestidad. Más adecuado se entiende como en la Hipótesis 1.



### **III. MÉTODO**

#### **1. Participantes**

La muestra ha sido seleccionada entre alumnos de la Universidad de La Laguna, mediante un muestreo de conveniencia.

Está formada por 75 encuestados estudiantes de distintas titulaciones, del Grado de Psicología, del Máster Universitario en Desarrollo y Gestión de Recursos Humanos y del Máster Universitario en Dirección de Recursos Humanos. Su participación fue completamente anónima, y no se recogieron datos demográficos.

Por esto solo se dispone del número de sujetos y de la fuente de la que se extrajo la muestra.

#### **2. Instrumento**

A los participantes se les aplicaron dos pruebas:

Por un lado, una versión modificada para este trabajo del cuestionario -NEO PI reducido. Al igual que la versión original, esta versión consta de 60 preguntas sobre los 5 grandes factores, pero la escala de respuesta se redujo de 5 a 3 opciones. Esta modificación se realizó con el fin de igualar las escalas de los cuestionarios aplicados.

Esta escala de respuesta de tres alternativas es una afirmativa/verdadera, una neutra y una negativa/falsa. Estas alternativas se adaptaban a cada uno de los ítems. Las respuestas positivas se puntúan con un uno, las neutras con un 2 y las negativas con un 3. La fiabilidad de la escala con este formato resultó en un  $\alpha = .878$ .

Por otro lado, un cuestionario de prueba realizado por Rodríguez Rodríguez, M. (2022). *Creación y validación de una escala de manejo de impresiones. Trabajo de Fin de Master en el Master Universitario de Desarrollo y Gestión de Recursos Humanos de la Universidad de La Laguna.*

Este cuestionario tenía 46 preguntas de tres alternativas, que mediante un proceso de depuración se redujeron a 32 preguntas válidas.

Por último, se crearon dos cuadernillos los cuales contenían las mismas pruebas citadas anteriormente dos veces cada una, teniendo los encuestados que resolverlas con instrucciones diferentes cada vez, en el “cuadernillo 1” tenían en primer lugar que

resolverlas con instrucciones de quedar bien y en segundo lugar con instrucciones de honestidad, mientras en el “cuadernillo 2” en primer lugar debían de responder con honestidad y en segundo lugar debían de quedar bien pudiendo mentir.

*Tabla 1: Composición y orden de los cuadernillos de respuesta.*

Cuadernillo 1	Cuadernillo 2
<b>Instrucciones “quedar bien”</b>	<b>Instrucciones “honestidad”</b>
Cuestionario Q	Cuestionario Q
NEO PI reducido.	NEO PI reducido.
<b>Instrucciones “honestidad”</b>	<b>Instrucciones “quedar bien”</b>
Cuestionario Q	Cuestionario Q
NEO PI reducido.	NEO PI reducido.

### 3. Procedimiento

Después de la creación de los cuadernillos, se solicitó a los profesores de las titulaciones antes mencionadas, permiso para poder encuestar a sus alumnos durante su horario lectivo.

Una vez en el aula se les entregaron los cuadernillos a los alumnos que de manera voluntaria estuvieron de acuerdo en realizarlos, y aproximadamente en media hora realizaron la encuesta.

En cuanto al tipo de encuesta que se realizó en esta encuesta siempre fue una metodología de encuestas, con un diseño transversal.

#### IV. RESULTADOS

En la Tabla 1 se presentan los estadísticos de las distribuciones obtenidas en ambas condiciones. Cabe destacar que ninguna de las distribuciones resultó ser normal, aunque los valores de la prueba de Kolmogorov-Smirnof son pequeños para la condición de honestidad y no tanto para la condición de quedar bien. Además, las desviaciones típicas de las distribuciones en la situación de quedar bien fueron muy inferiores que en la condición de honestidad.

Tabla 1: Estadísticos descriptivos de los factores de personalidad en ambas condiciones.

		N	Min	Max	Media	D.T.	Normalidad K-S
HONESTIDAD	Ansiedad	(74)	1,00	3,00	1,99	0,563	0,143***
	Introversión	(74)	1,00	2,87	1,63	0,433	0,160***
	Amigabilidad	(74)	1,08	3,00	2,26	0,458	0,129**
	Conciencia	(74)	1,00	3,00	2,35	0,491	0,124**
	Dureza	(74)	1,00	3,00	1,83	0,616	0,141***
QUEDAR BIEN	Ansiedad	73	1,00	2,00	1,34	0,199	0,192***
	Introversión	73	1,00	1,93	1,21	0,209	0,184***
	Amigabilidad	73	1,83	3,00	2,75	0,224	0,293***
	Conciencia	73	1,62	3,00	2,92	0,193	0,334***
	Dureza	73	1,00	2,57	1,32	0,326	0,235***

\*\* $p \leq 0.01$

\*\*\* $p \leq 0.001$

N = 74 para Honestidad y N = 73 para Quedar Bien.

En la Tabla 2 se presentan los estadísticos de ratio de engaño. La Ratio de Engaño (RE) se refiere a la proporción de la media de la situación de honestidad respecto de la media de quedar bien ( $RE = \frac{\bar{x}_{Honestidad}}{\bar{x}_{Quedar\ bien}}$ ). Puntuaciones superiores a 1 indican puntuaciones mayores en la situación de honestidad y puntuaciones inferiores a 1 indican puntuaciones menores. Por su parte, el estadístico  $u$  representa la proporción de desviación típica de las distribuciones en la situación de honestidad respecto de las de la situación de quedar bien ( $u = \frac{\sigma_{Honestidad}}{\sigma_{Quedar\ bien}}$ ). Al igual que la RE, el estadístico  $u$  adquiere valores superiores a 1 cuando la desviación típica en situación de honestidad es superior a la de la situación de quedar bien y menores de 1 cuando ocurre lo contrario.

Estos resultados muestran que las puntuaciones medias son superiores en la condición de honestidad para los factores de ansiedad, introversión y dureza, e inferiores para los factores de amigabilidad y conciencia lo que apoya la Hipótesis 1.a. Así, en situación de quedar bien, los participantes fingieron ser menos ansiosos, menos introvertidos, más amigables, más conscientes, y menos inflexibles. Más adelante se verá que las significaciones de estas diferencias apoyan la Hipótesis 5: Las dimensiones se verán afectadas por la condición experimental, con puntuaciones medias mejores en la condición de quedar bien.

Tabla 2: Ratio de engaño y estadístico  $u$  para cada dimensión.

	RE	u
Ansiedad	1,49	2,83
Introversión	1,35	2,07
Amigabilidad	0,82	2,04
Conciencia	0,80	2,54
Dureza	1,39	1,89

Por otra parte, se cumple la Hipótesis 1.b que predecía una menor desviación típica en la condición de quedar bien. Así, las desviaciones son sensiblemente mayores en la condición de honestidad, variando entre casi dos veces mayor en dureza mental y casi tres veces mayor en ansiedad.

En la diagonal de la matriz de correlaciones de la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, se muestran las correlaciones de cada dimensión entre ambas condiciones. Se aprecia que sólo amigabilidad presenta una correlación mínimamente significativa ( $r_{xy} = 0,247$ ;  $p \leq 0,05$ ). Por tanto, se cumple la Hipótesis 2, excepto para esta dimensión de Amigabilidad.

En la Tabla 3 se puede ver también que, dentro de cada condición, las correlaciones entre dimensiones son bajas y no significativas, excepto para la correlación entre Introversión y Dureza Mental en la condición de honestidad, que es positiva y significativa. Así, se cumple la Hipótesis 3 totalmente en la condición de quedar bien, pero parcialmente en la condición de honestidad.

Tabla 3: Correlaciones entre condiciones para los factores de personalidad.

		Quedar bien				
		Ansiedad	Introversión	Amigabilidad	Conciencia	Dureza
Honestidad	Ansiedad	0,094	0,045	0,029	0,109	-0,135
	Introversión	0,150	0,177	0,094	-0,083	-0,046
	Amigabilidad	-0,117	-0,077	0,247*	0,155	-0,017
	Conciencia	0,000	0,034	-0,023	0,089	0,109
	Dureza	0,120	0,330**	0,178	-0,102	0,050

\* $p \leq 0.05$

\*\* $p \leq 0.01$

n = 73

En la diagonal las correlaciones de cada dimensión consigo misma entre condiciones. Fuera de la diagonal se presentan las correlaciones entre dimensiones dentro de cada condición (sobre diagonal – quedar bien; bajo diagonal – honestidad).

En la Figura 1 podemos observar el perfil de personalidad medio para cada condición.

La Hipótesis 4 afirmaba que el perfil en la condición de honestidad sería más plano que en la condición de quedar bien. En la figura se observa que las puntuaciones en la condición de quedar bien son más extremas y los intervalos confidenciales son menores.

Esto se debe a que, en las respuestas en situación de quedar bien, los encuestados responden hacia los extremos. La mayoría de los participantes tienen ideas parecidas de lo que significa quedar bien, por lo que generan un perfil muy extremo y, como ya vimos, con poca variabilidad.

En la condición de honestidad, sin embargo, se observan respuestas más dispares con un valor promedio cercano al punto medio de la escala (2 puntos), generando un perfil más plano.

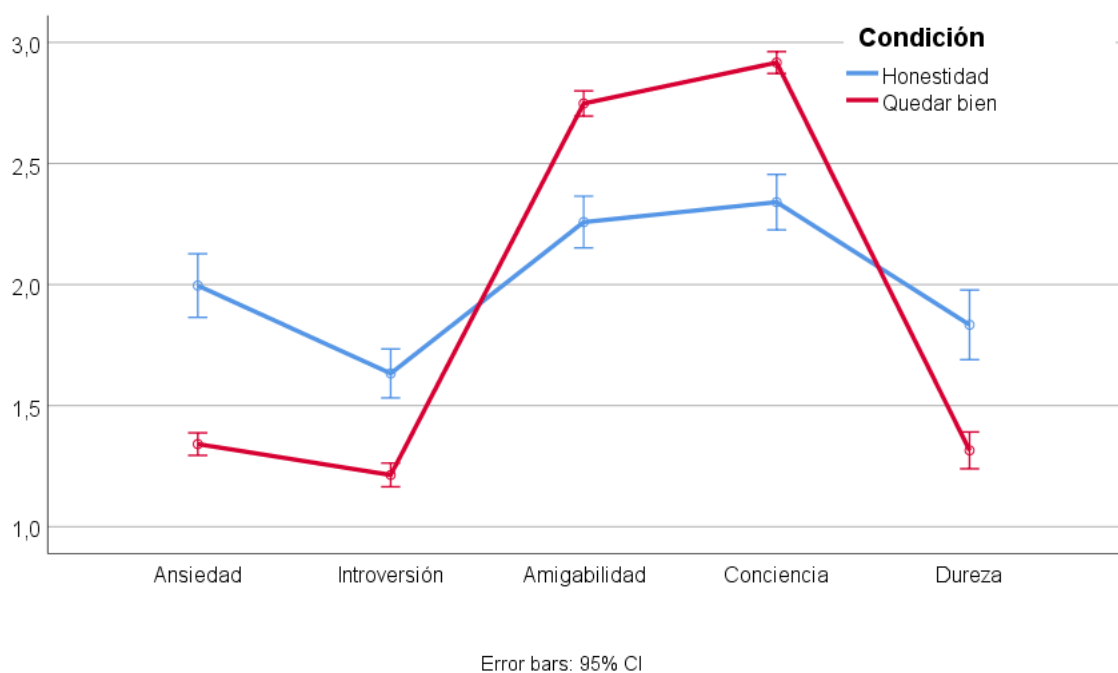


Figura 1: Perfiles en función de la condición.

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se ofrecen los resultados del M ANOVA, según los cuales, la interacción entre condición y perfil es significativa ( $F_{(4, 288)} = 78.938$ ;  $p \leq 0,001$ ;  $\eta^2 = 0,523$ ), lo que apoya claramente la Hipótesis 4.

Tabla 3: Resultados del análisis de perfiles en función de la condición.

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	$\eta^2$	Potencia obs. <sup>a</sup>
Condición	2,023	1	2,023	15,052 ***	0,173	0,969
Error (Condición)	9,678	72	0,134			
Perfil	184,458	4	46,114	264,159 ***	0,786	1,000
Error (Perfil)	50,276	288	0,175			
<b>Condición * Perfil</b>	<b>50,736</b>	<b>4</b>	<b>12,684</b>	<b>78,938 ***</b>	<b>0,523</b>	<b>1,000</b>
Error (Condición*Perfil)	46,277	288	0,161			

<sup>a</sup>Calculada usando  $\alpha = .05$

\*\*\* $p \leq 0.001$

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se presentan los resultados de los contrastes entre las dos puntuaciones de cada dimensión de Personalidad según las condiciones. Como puede verse, todas las diferencias entre las respuestas en la condición de honestidad y la condición de quedar bien son significativas con un nivel de  $\alpha = 0,001$ . Además, estas diferencias van en la dirección esperada, siendo mayores las puntuaciones en ansiedad, introversión y dureza mental para la condición de honestidad y menores las puntuaciones en amigabilidad y conciencia para este grupo. Estos resultados apoyan claramente la Hipótesis 5.

Tabla 4: Contrastes para cada dimensión de personalidad entre condiciones (Honestidad - Quedar bien).

	Diferencias Honestidad – Quedar bien					
	Dif. Med,	D.T.	Err,Típ.	95% IC de la dif.		T
				Inf.	Sup.	
Ansiedad	0,655	0,615	0,072	0,511	0,798	9,102 ***
Introversión	0,419	0,446	0,053	0,315	0,523	8,032 ***
Amigabilidad	-0,490	0,457	0,054	-0,596	-0,383	-9,155 ***
Conciencia	-0,576	0,512	0,060	-0,696	-0,457	-9,627 ***
Dureza	0,519	0,712	0,083	0,352	0,685	6,222 ***

\*\*\* $p \leq 0,001$



## V. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En general, las hipótesis planteadas en el estudio se cumplen total o parcialmente.

En la Hipótesis 1 se cumple ya que predecíamos mejores puntuaciones medias y menores desviaciones típicas en la condición de quedar bien. Esto se produce, probablemente, porque la mayoría de los participantes tienden a responder lo mismo en esta condición, mientras que en la condición de honestidad, la variabilidad es más aproximada a la esperable en la Naturaleza.

En cuanto a la Hipótesis 2 se cumplió parcialmente, ya que en amigabilidad encontramos una correlación mínimamente significativa entre condiciones (compartiendo un 6% de varianza aproximadamente). Esto se debe a que las personas orientadas en amigabilidad tienden a quedar bien en todas las situaciones de manera natural provocando esta pequeña correlación.

La Hipótesis 3 se cumple para la condición de quedar bien, ya que no existe ningún tipo de correlación entre los 5 grandes. Sin embargo, en la condición de honestidad, sólo se cumple parcialmente, pues aparece una correlación significativa entre Introversión y Dureza Mental, que comparten un 10% de la varianza.

La cuarta hipótesis, se confirma al observar un perfil más plano en la cuestión de honestidad y esto se da al haber más respuestas dispares encontramos una media más central, y en quedar bien como se confirmó en la hipótesis 1 los encuestados tienden a responder lo mismo, puntuándose en los valores más de los extremos 1 y 5.

Por último, se confirmó la 5 hipótesis al observar como cuando se les pide quedar bien a los encuestados tienden a dar puntuaciones más altas en amigabilidad y conciencia, y más baja en ansiedad, introversión y dureza mental que en honestidad, es decir, intentan aparentar una versión de sí mismos mejor de la que realmente piensan.

Estos resultados enfatizan la necesidad de aplicar medidas de manejo de impresiones para cuantificar el nivel de honestidad de los participantes en situaciones en las que puedan ganar o perder según resulten sus perfiles. En estas situaciones hay alta probabilidad de que los participantes tiendan a manipular su imagen. Esto es especialmente relevante cuando se aplican cuestionarios de Personalidad en procesos de selección de personal. Como hemos visto, estos cuestionarios no son tan sensibles a la hora de captar la

deseabilidad social, por lo que se hace necesario pruebas complementarias que permitan determinar la deseabilidad teniéndolos en cuenta en el proceso de selección.

Este trabajo se ha realizado con un numero adecuado de casos en situación experimental controlada en la que se les pedía a los participantes que quedaran bien o que fueran sinceros. Sin embargo, se hace necesario replicarlo con participantes de edades y situaciones laborales diferentes para poder darle más validez al estudio, ya que este estudio se ha realizado con estudiantes de una edad y situación laboral similar.

Al confirmarse el total de las hipótesis, este estudio puede ser de gran utilidad para comprender cómo afecta la manipulación de la imagen en los diferentes procesos de selección.

## VI. Referencias

- Butcher, J.N., Graham, J.R., Ben-Porath, Y.S., Tellegen, A., Dahlstrom, W.G. y Kaemmer, B. (2019). *MMPI-2 Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota-2*. Madrid: Tea Ediciones.
- Cattell, H. E. P., y Mead, A. D. (2008). The Sixteen Personality Factor Questionnaire (16PF). En G. J. Boyle, G. Matthews, y D. H. Saklofske (Eds.), *The SAGE handbook of personality theory and assessment*, Vol. 2. Personality measurement and testing (pp. 135–159). Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781849200479.n7>
- Conn, SR y Rieke, ML (1994). *Manual técnico 16PF quinta edición*. Champaign, IL: Instituto de Pruebas de Personalidad y Habilidad.
- Connelly, B. S., y Chang, L. (2015). A Meta-Analytic Multitrait Multirater Separation of Substance and Style in Social Desirability Scales. *Journal of Personality*, 84(3), 319-334. doi:10.1111/jopy.12161
- Ellingson, JE, Smith, DB y Sackett, PR (2001). Investigar la influencia de la deseabilidad social en la estructura del factor de personalidad. *Revista de Psicología Aplicada*, 86 (1), 122-133. doi: 10.1037 // 0021-9010.86.1.122
- Goldberg, L. R. (1999). A broad-bandwidth, public domain, personality inventory measuring the lower-level facets of several five-factor models. In I. Mervielde, I. Deary, F. De Fruyt, & F. Ostendorf (Eds.), *Personality Psychology in Europe*, Vol. 7 (pp. 7-28). Tilburg, The Netherlands: Tilburg University Press.
- Gordon, R. M. (2011). ROBERT M. GORDON, PH.D. ABPP. Recuperado el 28 de 04 de 2022, de MMPI-2: <https://www.mmpi-info.com/validity-scales>
- Gough, HG y Bradley, P. (1996). *El manual de Inventario Psicológico de California (3ª ed. Ed.)*. Palo Alto, CA: Prensa de psicólogos consultores.
- Hart, C. M., Ritchie, T. D., Hepper, E. G., y Gebauer, J. E. (2015). The balanced inventory of desirable responding short form (BIDR-16). *Sage Open*, 5(4), 2158244015621113.
- Jones, W. (1990). *Manual interpretativo del PERFIL*. Tulsa, OK: Sistemas de evaluación de Hogan.
- Landers, R. N., Sackett, P. R., y Tuzinski, K. a. (2011). Retesting after initial failure, coaching rumors, and warnings against faking in online Personality measures for selection. *Journal of Applied Psychology*, 202-210. doi:10.1037/a0020375.sup
- Lanyon, R. I., y Carle, A. C. (2007). Internal and External Validity of Scores on the Balanced Inventory of Desirable Responding and the Paulhus Deception Scales. *Educational and Psychological Measurement*, 67(5), 859–876.
- Li, F., y Li, Y. (2008). The Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR): A factor analysis. *Psychological Reports*, 103(3), 727–731. <https://doi-org.accedys2.bbtk.ull.es/10.2466/PR0.103.7.727-731>

- Martínez, A., Moscoso, S., & Lado, M. (2021). Los efectos del faking en la estructura factorial de un inventario de personalidad de elección forzosa quasi-ipsativo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 37(1), 1-10.
- Miller, CE y Barret, GV (2008). La facilidad de entrenamiento y falsificación de las pruebas de selección basadas en la personalidad utilizadas para la selección policial. *Gestión de Personal Público*, 37 (3), 339-351.
- Ones, DS y Viswesvaran, C. (1998). Los efectos de la deseabilidad social y la fanfarronería en la evaluación de la personalidad y la integridad para la selección de personal. *Rendimiento humano*, 11 (2/3), 245-269.
- Ones, DS, Viswesvaran, C. y Reiss, AD (1996). Papel de la deseabilidad social en las pruebas de personalidad para la selección de personal: la pista falsa. *Revista de Psicología Aplicada*, 81 (6), 660-679.
- Paulhus, DL (1984). Modelos de dos componentes de respuesta socialmente deseable. *Revista de Personalidad y Psicología Social*, 46 (3), 598-609. doi: 10.1037 / 0022-3514.46.3.598
- Paulhus, DL (1986). Autoengaño y gestión de la impresión en las respuestas de prueba. En A. Angleitner y JS Wiggins, *Personality Assessment via Questionnaires* (págs. 143-165). Berlín: Springer-Verlag. Recuperado el 27 de enero de 2019 de [https://www.researchgate.net/publication/284567662\\_Self-Deception\\_and\\_Impression\\_Management\\_in\\_Test\\_Responses](https://www.researchgate.net/publication/284567662_Self-Deception_and_Impression_Management_in_Test_Responses)
- Paulhus, DL (1989). Evaluación del autoengaño y la gestión de impresiones en autoinformes: el inventario equilibrado de respuestas deseables. Vancouver, Canadá: Universidad de Columbia Británica.
- Paulhus, DL (1991). Medición y control del sesgo de respuesta. En JP Robinson, PR Shaver y LS Wrightsman, *Medidas de personalidad y actitudes psicológicas sociales* (págs. 17-59). San Diego, California: Prensa Académica.
- Rodríguez Rodríguez, M. (2022). *Creación y validación de una escala de manejo de impresiones*. Trabajo de [Fin de Master, Universidad de La Laguna].
- Salgado, JF (2005). Discapacidades personales y sociales en contextos organizacionales: implicaciones para la práctica de la Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. *Papeles del Psicólogo*, 26, 115-128.
- Schmidt, F. L., Le, H., y Ilies, R. (2003). Beyond alpha: an empirical examination of the effects of different sources of measurement error on reliability estimates for measures of individual differences constructs. *Psychological Methods*, 8(2), 206–224. <https://doi-org.accedys2.bbt.ull.es/10.1037/1082-989x.8.2.206>
- Schmitt, N. y Oswald, FL (2006). El impacto de la corrección por fingir sobre la validez de las medidas no cognitivas en entornos de selección. *Revista de Psicología Aplicada*, 91 (3), 613-621. doi: 10.1037 / 0021-9010.91.3.613
- Viswesvaran, C. y Ones, DS (1999). Metaanálisis de estimaciones de falsificación: implicaciones para la medición de la personalidad. *Medida Educativa y Psicológica*, 59 (2), 197-210. doi: 10.1177 / 00131649921969802

## **Anexo 1: Instrucciones de la condición de quedar bien**

A continuación, se le presentan una serie de preguntas. Por favor, responda pensando en **AQUELLAS ALTERNATIVAS QUE TE HARÍAN QUEDAR MEJOR CON EL ENTREVISTADOR, AUNQUE PARA ELLO TENGA QUE MENTIR.**

A la hora de puntuar su nivel de acuerdo con las frases que le mostramos recuerde lo siguiente:

- 1 = Si la frase es completamente falsa en su caso, si está en total desacuerdo con ella
- 2 = Si la frase es tan cierta como falsa, si no puede decidirse o si Usted se considera neutral en relación con lo que se dice en ella
- 3 = Si la frase es completamente cierta, si está totalmente de acuerdo con ella.

Al contestar tenga en cuenta lo siguiente:

- No piense demasiado las cuestiones ni emplee mucho tiempo en decidirse. Las frases son muy cortas para darle todos los detalles que Vd. necesita
- Evite señalar la respuesta 3, excepto cuando le sea imposible decidirse por las otras; lo corriente es que esto le ocurra sólo cada tres o más cuestiones.
- Procure no dejar ninguna cuestión sin contestar.

**RECUERDE:** responda pensando en **AQUELLAS ALTERNATIVAS QUE TE HARÍAN QUEDAR MEJOR CON EL ENTREVISTADOR, AUNQUE PARA ELLO TENGAS QUE MENTIR.**

## **Anexo 2: Instrucciones de la condición de honestidad:**

A continuación, se le presentan una serie de preguntas. Por favor, responda de manera HONESTA Y SINCERA. No señale sus respuestas pensando en lo que “es bueno” o “lo que interesa” para impresionar al examinador.

No hay respuestas correctas o incorrectas, pues pretendemos conocer cuál es su opinión, sea cual sea, para así poder tomar decisiones de forma más ajustada a cómo es usted.

- 1 = Si la frase es completamente falsa en su caso, si está en total desacuerdo con ella
- 2 = Si la frase es tan cierta como falsa, si no puede decidirse o si Usted se considera neutral en relación con lo que se dice en ella
- 3 = Si la frase es completamente cierta, si está totalmente de acuerdo con ella.

A la hora de puntuar su nivel de acuerdo con las frases que le mostramos recuerde lo siguiente:

- No piense demasiado las cuestiones ni emplee mucho tiempo en decidirse. Las frases son muy cortas para darle todos los detalles que Vd. necesita
- Evite señalar la respuesta 2, excepto cuando le sea imposible decidirse por las otras; lo corriente es que esto le ocurra sólo cada tres o más cuestiones.
- Procure no dejar ninguna cuestión sin contestar.

**RECUERDE:** Conteste sinceramente. No señale sus respuestas pensando en lo que “es bueno” o “lo que interesa” para impresionar al examinador.