

**Modelo de medición de la Reputación Organizacional para el Instituto de Desarrollo  
Urbano de Bogotá**

Carlos Fernando Campos Sosa

Asesor

Doctor Daniel Esteban Molano Faillace

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Jurídicas y Políticas

Especialización en Gestión Pública

2023

## **Dedicatoria**

Al Todopoderoso, mi principio y final; a mi Madre, mi apoyo incondicional; a Carolina, mi cómplice de vida; a Juliana y Tomás, mi principal fábrica de sonrisas y los motores de vida; y al Instituto de Desarrollo Urbano, la Entidad que todos los días tiene algo nuevo que enseñarme.

## **Resumen**

La reputación es un activo multidimensional asociado de forma directa con la probabilidad de éxito de las entidades públicas para generar valor en un ecosistema con múltiples grupos de interés. El documento propone y valida el instrumento de un modelo de medición de la reputación para el Instituto de Desarrollo Urbano de Bogotá-Colombia, a partir de una revisión bibliográfica exhaustiva.

***Palabras clave:*** Sector Público-Reputación Organizacional-Poder Público.

### **Abstract**

Corporate Reputation is a multidimensional asset relative to the successful probability of generating value for different stakeholders. The document proposes for the Instituto de Desarrollo Urbano of Bogotá-Colombia a reputational assessment model based on the state-of-the-art review.

***Keywords:*** Public Agency – Public Reputation-Public Power

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
Planteamiento del Problema.....	12
Justificación.....	18
Objetivos .....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos .....	20
Marco de Referencia .....	21
Estado del Arte .....	21
Investigaciones Consultadas .....	21
Conclusiones .....	27
Marco Teórico .....	30
Reputación Corporativa .....	30
Reputación Corporativa en lo Público .....	30
Modelos de Medición de la Reputación.....	31
Impacto de la Reputación en lo Público .....	32
Marco Conceptual.....	33
Alfa de Cronbach .....	33
Escala Likert .....	33
Gestión Pública .....	34
Medición Cuantitativa.....	34
Medición Cualitativa.....	34
Muestreo Discrecional .....	35

Promedio .....	35
Metodología de la Investigación .....	37
Hipótesis .....	37
Enfoque de investigación.....	37
Tipo de investigación.....	38
Método de investigación.....	38
Modelo de Reputación para el IDU .....	39
Definición del Modelo de Reputación .....	39
Grupos de Interés (audiencias) .....	39
Instrumento .....	41
Análisis de Resultados .....	46
Análisis por Grupo de Interés y Resultado Global .....	47
Análisis por Criterio.....	47
Validación.....	48
Confiabilidad Global y por Criterio .....	48
Confiabilidad por Factor .....	49
Confiabilidad por grupo de interés .....	49
Resultados finales .....	50
Conclusiones .....	51
Recomendaciones.....	54
Referencias Bibliográficas .....	55
Apéndices .....	59

## Lista de Tablas

Tabla 1 Principales modelos de reputación corporativa empresarial.....	22
Tabla 2 Índice de reputación corporativa para empresas de comunicación.....	23
Tabla 3 Estructura instrumento de medición Barómetro .....	25
Tabla 4 Comparación de modelos frente a la definición de Carpenter(2012) .....	28
Tabla 5 Instrumento de medición de la reputación para el IDU .....	42
Tabla 6 Cuestionarios Diseñados por tipo de grupo de interés.....	44
Tabla 7 Número de encuestas aplicadas .....	45
Tabla 8 Resultados por grupo de interés.....	47
Tabla 9 Resultados de las pruebas de confiabilidad por factor.....	49
Tabla 10 Resultados pruebas de confiabilidad por Grupos de interés .....	50

## Lista de Figuras

Figura 1 Índice de confianza 2020.....	13
Figura 2 Top 10 de Empresas en Reprack® 100 en 2021 .....	15
Figura 3 Escala Likert de 5 elementos .....	34
Figura 4 Ejemplo de Cuestionario diseñado en google .....	44
Figura 5 Estadísticas de favorabilidad por factor .....	46

## Lista de Apéndices

Apéndice A Detalle de los criterios aplicados por grupo de interés .....	59
Apéndice B Resultado por criterio.....	64
Apéndice C <i>Confianza Global y por criterio</i> .....	66
Apéndice D Cálculo del índice de reputación considerando los indicadores complementarios...	72

## **Introducción**

Las organizaciones públicas y privadas son sistemas complejos cuya interacción es ejercida desde distintos roles que puede ir desde ser usuarios o proveedores, patrocinadores de iniciativas o demandantes de recursos, agentes reguladores o regulados, fiscalizadores o fiscalizados, entre otros. Los roles tienen un elemento común, la percepción de confianza y credibilidad define la calidad, tipo y clase de relaciones, que para el caso de las entidades gubernamentales asocian el concepto de poder público.

El poder público posibilita a las entidades a generar relaciones más sólidas, beneficiosas y duraderas con los principales grupos de interés, basadas en la percepción de credibilidad y confianza, construida sobre la experiencia, concepto conocido como reputación corporativa. En este sentido la medición de la Reputación Corporativa en lo público busca conocer la percepción de grupos de interés claves para el ecosistema organizacional, con el fin de identificar brechas u oportunidades de mejora que redunden en incrementar el poder público y por ende la capacidad de interacción con los grupos de interés frente a temas de interés para la entidad pública.

El presente estudio realiza una aproximación a un modelo de medición de reputación a partir de las premisas y modelos identificados en el estado del arte, y las características propias de las entidades públicas colombianas identificadas desde el ámbito del Instituto de Desarrollo Urbano con el ánimo de establecer el modelo de medición de la Reputación.

La medición de la Reputación permitirá a las entidades identificar brechas potenciales de mejora, que al ser gestionadas fortaleceran su confianza y credibilidad, mejorando las relaciones con los grupos de interés, disminuyendo barreras y fortaleciendo su posición en el ecosistema de valor.

El documento inicia con un planteamiento del problema, continua con la justificación y delimitación, que sirven como base para la definición del Objetivo General y Objetivos Específicos, los cuales son abordados por medio del estado del arte, el marco teórico, la metodología de investigación y el planteamiento del modelo de medición de reputación ajustado a las características del Instituto de Desarrollo Urbano. A continuación, serán descritos los resultados de la aplicación del piloto del modelo y las pruebas de confiabilidad del instrumento realizadas con la prueba estadística Alfa de Cronbach. Finalmente, el documento finaliza con las conclusiones y recomendaciones generadas a partir del análisis del estado del arte y la aplicación del modelo de medición de la reputación.

## Planteamiento del Problema

El papel de las entidades públicas implica brindar a los ciudadanos seguridad, servicios y soluciones a sus problemáticas (Farazmand, 2018) con el fin de elevar su bienestar aludiendo a los fines esenciales del estado. Para el desarrollo de esta importante tarea las entidades cuentan con diferentes instrumentos presupuestales, organizacionales, legales entre otros, que buscan asegurar de *facto* la legitimidad, el poder público y su relevancia. Sin embargo, en muchas ocasiones las débiles relaciones, falta de credibilidad y confianza institucional ante la ciudadanía y otros grupos de interés, entorpecen la posibilidad de lograr sus objetivos.

La credibilidad y confianza de los estados está relacionada de forma estrecha con la percepción ciudadana sobre transparencia y corrupción, componentes claros sobre las prácticas en integridad, meritocracia y eficiencia en la inversión del gasto público. Para profundizar al respecto a continuación serán analizados el índice de percepción de corrupción de la organización Transparencia Internacional y el índice de confianza de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por ser indicadores reconocidos y de amplia aplicación.

El índice de percepción de corrupción consiste en un ranking entre 180 naciones sobre la forma en que los ciudadanos perciben la corrupción de sus gobiernos. En 2021, el ranking de países percibidos como menos corruptos por sus ciudadanos fue encabezado por Dinamarca, Nueva Zelanda y Finlandia –Logrando un empate de 88 puntos-. En el caso de América Latina, Uruguay logró la mejor ubicación en el puesto 18 con 73 puntos, seguido por Chile en la posición 27 con 63 puntos. Por su parte Colombia alcanzó la posición 87 con 39 puntos logrando la misma calificación en 2020 y en comparación con 2012, año de la primera aplicación, una leve mejora de 3 puntos (Foro Económico Mundial, s. f.)

Sobre el índice de confianza medido con base en el porcentaje de respuestas a la pregunta de una muestra de ciudadanos de países miembros ¿En su país, Confía en el gobierno nacional?. Para 2020, el país con la mayor calificación fue Suiza con un 84.6%, en América latina el país con mayor calificación fue México con 45.9%. Colombia alcanzó un 37.4%, resultado superior al obtenido en 2017 de 22.19. La Figura 1 presenta un resumen de las estadísticas del índice de confianza para 2020.

## Figura 1

### Índice de confianza 2020



Nota El índice muestra los países mejor clasificados en el índice de percepción, Uruguay no hace parte de la OCDE. ( Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos[OCDE], s. f.)

En el contexto nacional Transparencia por Colombia, filial de transparencia internacional, ha realizado desde 2012 la medición del índice de transparencia a nivel nacional, departamental y municipal. Desde 2016, bajo un convenio interadministrativo con la Veeduría Distrital, ha sido aplicado en dos oportunidades el índice de transparencia para Entidades Distritales. El índice

aplica tres dimensiones visibilidad, institucionalidad y control y sanción. En 2020, fueron evaluadas 36 entidades distritales. La entidad a la cabeza del ranking fue el Instituto Distrital para la Participación y Acción Comunal (IDEPAC) logrando un 86.6. El Instituto de Desarrollo Urbano (IDU) se ubicó en la décima posición con 82.3, mejorando su calificación respecto a 2016.

Los resultados descritos en los anteriores apartados evidencian un importante interés de la sociedad civil y los organismos de control del estado por medir la percepción de forma unidimensional basada en la visión de los ciudadanos. Sin embargo, las entidades públicas desarrollan su gestión administrativa y misionalidad a través de la interacción en redes colaborativas de trabajo con diversos grupos de interés, actores o audiencias -para efectos del presente documento será utilizados los términos de manera indistinta- cuya percepción es definitiva para facilitar las dinámicas de lo público en pro de los fines esenciales del estado y se basan en el poder político ganado por la entidad pública, a través de la confianza y credibilidad emanada o reputación.

La reputación es un concepto ampliamente aplicado en el sector privado por compañías interesadas en mantener o atraer clientes, inversionistas y colaboradores a través de la cristalización de la imagen corporativa de una entidad cuando ésta es el resultado de un comportamiento corporativo excelente, mantenido a lo largo del tiempo, que le confiere un carácter estructural ante los públicos estratégicos (Ferruz González, 2020). Rankings como Global RepTrak® 100 clasifican las mejores empresas a nivel mundial, la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** presenta el top 10 de las empresas con mayor reputación según el

índice RepTrak con base en elementos multidimensionales propios del sector privado como la exclusividad de la marca.

## Figura 2

*Top 10 de Empresas en Reprack® 100 en 2021*

The Global RepTrak™100			
1.		Rolex	79.0
2.		Ferrari	78.3
3.		LEGO Group	78.0
4.		Rolls-Royce	77.7
5.		Mercedes-Benz	77.6
6.		Harley-Davidson	77.6
7.		The Bosch Group	77.2
8.		PayPal	77.0
9.		Netflix	77.0
10.		Intel	76.8

En lo público la reputación es entendida como el conjunto de creencias sobre la capacidad, intenciones, historia y misión interiorizada en una red por múltiples grupos de interés. La reputación propicia el poder político que incluso puede generar favorabilidad sobre los legisladores o reguladores, minimizando el control y generando la posibilidad de contar con mayores grados de libertad para la toma de decisiones (Carpenter & Krause, 2012).

A diferencia del modelo privado, la reputación en lo público está compuesta por cuatro factores: (i) cumplimiento, relacionada con la capacidad para ejecutar su misión; (ii) moral,

relacionada con su nivel de integridad; (iii) procedimental, relacionada con su capacidad para tomar buenas o malas decisiones; y (iv) técnica, relativa a su capacidad para actuar en ambientes complejos. (Carpenter & Krause, 2012)

El Instituto de Desarrollo Urbano (IDU) es la entidad distrital responsable de los proyectos de infraestructura de movilidad y espacio público para la movilidad del Subsistema de vial de Bogotá-Región. La construcción de los proyectos de infraestructura es una tarea ardua en la que confluyen múltiples interesados como empresas de servicios públicos (privadas o públicas), entidades del orden nacional o distrital, constructores, interventores, consultores, ciudadanos, entre otros, quienes tienen la capacidad de impactar la dinámica del proyecto a través de decisiones, controles excesivos, vías legales o vías de hecho. Por ejemplo, en 2019 a raíz del proyecto de la carrera 7ª, hoy conocido como Corredor Verde, durante los meses de junio a septiembre la Entidad fue requerida en múltiples ocasiones por el consejo de la ciudad bajo la figura del control político, situación que implica un esfuerzo adicional de los colaboradores incidiendo la dinámica en la ejecución de la misionalidad y un *stand by* de la ejecución del proyecto por la demora en decisiones políticas claves para la continuidad del proyecto.

Sobre el impacto frente a los colaboradores, solo en 2019 producto del rechazo de los habitantes de la ciudad fueron bloqueados 5 proyectos por vías de hecho por más de dos días y tramitadas más de 10 acciones populares, que generaron retrasos de más de 20 días en los proyectos ejecutados. (Instituto de Desarrollo Urbano, s. f.). Desde el punto de vista presupuestal, la administración distrital ha recortado en varias ocasiones el presupuesto, dificultado el cumplimiento de las metas institucionales o generando fraccionamiento de proyectos, es decir, cumplimientos parciales del alcance inicialmente definido.

Los casos descritos son solo ejemplos del impacto generado por el cuestionamiento moral o técnico de la entidad ante audiencias propias del ecosistema de valor del IDU y que afectan de forma significativa su gestión y las metas del Plan Distrital de Desarrollo (PDD). El IDU, cumplimiento los requisitos legales, al igual que la mayoría de entidades públicas sorteas las relaciones con las distintas audiencias sin un método claramente definido, más por la necesidad, la experiencia o los requisitos normativos de participación ciudadana que han auspiciado el incremento en la credibilidad pública, pero distan de un manejo integral o multidimensional de las audiencias relativas a las entidades o la aplicación de instrumentos de entidades u órganos de control, como el caso del índice de transparencia.

Por las razones expuesta existe la oportunidad de definir un índice de reputación que le permitiría al Instituto conocer de forma objetiva la percepción de los distintos grupos de interés sobre la gestión institucional de forma que pueda trazar estrategias para incrementar la confianza y credibilidad de manera puntual y aumentar la probabilidad de éxito de sus proyectos.

No realizar el estudio implica perder la oportunidad de romper un círculo vicioso caracterizado por el desconocimiento o la indiferencia sobre la gestión de la Reputación de Entidad y la correspondiente incapacidad de cimentar relaciones sólidas, sanas y perdurables con los grupos de interés a partir del cierre de brechas puntuales frente aspectos relativos a la credibilidad y confianza, afectando el logro de los objetivos institucionales y el impacto sobre el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

## **Justificación**

### **Justificación Práctica**

Esta investigación se realiza porque existe la oportunidad de identificar y caracterizar los factores asociados a la Reputación Organizacional en el IDU para que a través de su medición sean identificadas estrategias adecuadas que incremente su legitimidad y credibilidad frente a distintas audiencias de tal manera que a futuro la Entidad gestione de forma consiente su Reputación e incremente su poder público, para la Entidad es importante porque facilitará entender el impacto de su relacionamiento con grupos de interés y, a partir de allí, definir mecanismos para facilitar el desarrollo de la gestión institucional.

### **Justificación Teórica**

Desde el punto de vista teórico la investigación es realizada porque existe la oportunidad de ampliar el conocimiento en materia de medición de la reputación en el contexto nacional a través de la aplicación en una entidad pública distrital a partir del análisis de los principales modelos de reputación corporativa para lo público: Indicador de Desempeño Reputacional (Ferruz González, 2020), Reputación en el sector público y medición de la promoción de redes –Netpromoter-(Luoma-aho, 2021); Barómetro para las Entidades públicas(Overman et al., 2020); Maduración Organizacional y Reputación Organizacional en lo público(Irfan et al., 2020); y Reputación gubernamental (Gonzales Germán & Arana Ronald, 2013); y su posterior ajuste para la definición de un modelo aplicable en el IDU.

### **Justificación Metodológica**

La investigación busca identificar distintos factores relevantes para la medición de la reputación en lo público que una vez sean validados en el caso del IDU facilitará su extrapolación en otras entidades públicas nacionales y sentará las bases para la realización de

futuras investigaciones tendientes a afianzar mecanismos de medición sobre la confianza como herramienta de acercamiento del estado al ciudadano y demás grupos de interés.

### **Justificación Social**

La investigación traerá diferentes beneficios al IDU, a la comunidad y al sector público. En primer lugar, el IDU al contar con la capacidad de reconocer el estado de percepción frente a los grupos de interés podrá definir y evaluar el impacto de estrategias que le faciliten consolidar el poder público e incrementen el potencial de cumplir los objetivos institucionales, la situación descrita traerá beneficios a la comunidad que espera el cumplimiento de los objetivos institucionales porque de forma directa se encuentran asociados con sus intereses. Finalmente, el sector público se beneficiará con la investigación porque se ahondará en una problemática que impacta a todas las entidades, la reputación corporativa, y se buscará generar un instrumento práctico para diagnosticar su estado capaz de ser extrapolado a sector público nacional.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer un modelo de medición de la Reputación Organizacional para el Instituto de Desarrollo Urbano de Bogotá.

### **Objetivos Específicos**

Identificar los principales modelos de Reputación Corporativa y los beneficios de la medición de la reputación.

Definir el modelo de medición de la Reputación para el Instituto de Desarrollo Urbano.

Probar el modelo de medición de reputación para el Instituto de Desarrollo Urbano.

## **Marco de Referencia**

### **Estado del Arte**

En el presente apartado serán descritas las investigaciones realizadas sobre reputación en lo público identificadas a partir de una exhaustiva revisión de bases de datos indexadas como EBSC, DOAJ, IEEE explore y SCOPUS, en donde fueron identificados cinco modelos, organizados de forma cronológica: (1) Reputación en el sector público y medición de la promoción de redes –Netpromoter-(Luoma-aho, 2021); (2) Barómetro para las Entidades públicas(Overman et al., 2020); (3) Maduración Organizacional y Reputación Organizacional en lo público(Irfan et al., 2020); (4)Indicador de Desempeño Reputacional (Ferruz González, 2020); y (6) Reputación gubernamental (Gonzales Germán & Arana Ronald, 2013).

Al finalizar el presente apartado serán analizados los modelos abordados bajo el concepto y factores de los tipos de Reputación propuestos por Carpenter (2012), con el fin de facilitar su comparación.

### ***Investigaciones Consultadas***

#### **Índices de Medición de la Reputación Corporativa en la Cadena de Valor.**

Orozco y Farre-Pavá(2017) proponen un modelo para medir la reputación corporativa a partir del análisis de los principales instrumentos de medición de la reputación corporativa para el sector privado. En el mundo los modelos más utilizados para medir la reputación son World's Most Admired Companies (WMAC ) de la revista Fortune, el Quontient de Harris Interactive, Reprack del Reputation Institute y Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) de Villafañe y Asociados (Orozco-Toro & Ferré-Pavia, 2017). Orozco y Farre-Pavá(2017) realizan un análisis comparativo de las Dimensiones y Atributos definidas para cada uno de los modelos,

la cual puede apreciarse de manera general en la Tabla 1 “Comparación de los principales modelos de reputación corporativa empresarial”.

**Tabla 1**

*Principales modelos de reputación corporativa empresarial*

Modelo	Dimensiones	Merco	RQ	Reptrak
Descripción	Ranking de reputación de empresas en el mundo discrimina por país y dimensiones	Rankings en España y Latinoamérica. Tiene diferentes ámbitos de evaluación.	Utiliza proceso de nominación y evaluación. Utiliza encuestas en internet a usuarios de las marcas	Cuantifican la reputación de la empresa y proponen estrategias.
Dimensiones	Productos y servicios	Calidad Productos y Servicios	Productos y Servicios	Oferta
	Visión y liderazgo	Reputación interna	Visión y Liderazgo	Liderazgo
	Entorno de Trabajo	Ética y Responsabilidad Social Corporativa	Entorno de Trabajo	Trabajo
	Responsabilidad Social	Rendimiento Económico-Financiero	Responsabilidad Social y Medioambiental	Gobierno
	Medioambiental	Innovación Dimensión global y presencia internacional	Rendimiento Financiero	Ciudadanía
	Rendimiento Financiero		Innovación	Finanzas
Atributos	9	14	20	21

Nota: La tabla presenta la comparación entre los distintos modelos de medición de reputación aplicados a nivel mundial por las principales organizaciones.

Orozco y Farre-Pavá(2017) proponen un modelo para empresas del sector de comunicación, conformado por 5 dimensiones y 17 atributos, los cuales son medidos a través de postulados (criterios) valorados a través de la escala Likert(Orozco-Toro & Ferré-Pavia, 2017). La escala Likert tradicionalmente pueden contener 5, 7, 9 y 11 ítems; sin embargo, para Cortada (2004, tal como es citado por Orozco-Toro & Ferré-Pavia, 2017 ) las de cinco ítems cumplen con las mismas condiciones que una de escala mayor y permite el análisis desde un enfoque cognoscitivo, afectivo y conductual (Cortada 2004, tal como es citado por Orozco-Toro & Ferré-

Pavia, 2017 ). La Tabla 2 Índice de reputación corporativa para empresas de comunicación presenta la descripción del modelo propuesto por Orozco y Farre-Pavá(2017).

**Tabla 2**

*Índice de reputación corporativa para empresas de comunicación*

Dimensiones	Atributos
Autonomía	Transparencia-Honestidad-Independencia-Confianza
Vínculo	Dialogo-Empatía-Percepción
Calidad	Calidad percibida-Garantía y atención – acceso a la información
RSC	Responsabilidad social-económica-ambiental-legal
Gestión	Gestión estratégica-estructura empresarial-cultura organizacional

Nota: La tabla presenta las dimensiones y atributos para empresas de comunicaciones. Fuente: Orozco y Farre-Pavá(2017).

**Reputación en el Sector Público y Medición de la Promoción de Redes.**

Luoma-aho, Canel y Hakola (2021) sugieren evaluar la reputación a través de la medición del voz a voz, ajustando la metodología nivel de promoción de redes (NPS por sus siglas en inglés). En este sentido la metodología NPS (Reichheld 2003, tal como es citado por Luoma-aho, Canel y Hakola, 2021) implica preguntar a los grupos de interés si recomendaría o no los servicios/productos de la entidad o los factores evaluados, a través de una calificación en una escala de 1 a 10, con el fin de clasificar, de acuerdo con las mediciones, a los encuestados en promotores, detractores y pasivos. La propuesta del modelo es simple y muy concisa para preguntar el nivel de lealtad sobre la organización, sus bienes o servicios.

Para Luoma-aho, Canel y Hakola (2021), los modelos de medición de reputación están clasificados en tres categorías: reputación como activo, que mide la reputación como un activo

intangibles; reputación como construcción negociada colectiva, que mide la reputación desde distintas perspectivas; y reputación como ranking institucional, donde la medición es realizada con un ranking comparativo entre varias organizaciones, tipo Reprack o Merco.

Finalmente, Luoma-aho, Canel y Hakola (2021) consideran que la reputación en lo público debe ser medida con cinco factores: Autoridad, Admiración, Confianza, Servicio, y Eficiencia, para lo cual proponen un cuestionario y validan el instrumento a través de una aplicación a un Ministerio de Finlandia.

### **Barómetro para las Entidades Públicas.**

Overman (2020) propone medir la reputación a través de la evaluación de cuatro factores: Desempeño; Técnico, Legal y Moral, tomando como base la definición propuesta por Carpenter (2010). Overman(2020) define un instrumento de medición tipo encuesta, el cual aplica en la Agencia Europea de Químicos (ECHA por sus siglas en inglés) y realiza la validación estadística de los resultados.

Overman (2020) aplicó la primera versión del instrumento a 361 encuestados, y realizó pruebas de validación como análisis de factores o correlaciones policoricas de hipótesis, para verificar la pertinencia del instrumento, con la información obtenida refinó y mejoró el modelo, ajustando algunos criterios y fusionando los factores técnicos con desempeño, que de acuerdo con las conclusiones es entendible al ser un organismo regulador donde los regulados no diferencian las características técnicas de la capacidad de cumplimiento de resultados. La versión final del instrumento fue aplicada a 347 encuestados y realizó análisis de correlación con el índice de Reprack y pruebas de consistencia, utilizando el alpha de cronbach, concluyendo que el modelo de Carpenter es acertado para medir la reputación con tres factores: Desempeño, Legal y Moral, Tabla 3 presenta la estructura del instrumento de medición del Barómetro.

**Tabla 3***Estructura instrumento de medición Barómetro*

<b>Dimensión</b>	<b>Criterio</b>
Desempeño	La entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión.
	Los productos o servicios generados son de alta calidad
	La entidad es efectiva
	La entidad cumple con lo que se compromete
	La entidad genera valor agregado
	La entidad innova en la solución de problemas
	La entidad toma buenas decisiones
	La entidad es un regulador competente
	La entidad tiene buena comunicación con los grupos de interés
	La misión de la entidad es la correcta (la misión es ética)
Moral	La forma de trabajo de la entidad es ética
	Los productos de la entidad son éticos
	La entidad genera una influencia positiva en la sociedad
	La entidad evidencia compasión ante las personas u organizaciones que tienen desventajas ante sus acciones
	La entidad es íntegra
	La entidad trabaja con transparencia
	La entidad aplica el principio de confidencialidad
La entidad pone atención a las opiniones del público	
Técnico	La entidad es independiente de consideraciones políticas
	Los colaboradores de la entidad tienen alto nivel de habilidad en su profesión
	Los colaboradores de la entidad entienden los problemas y asuntos de su campo
	La entidad coopera con expertos en su campo
	La entidad es una organización de aprendizaje
	La entidad tiene buen liderazgo
	La experiencia de la entidad es bien manejada, incluso con cambios de personal.
	La entidad mantiene calificado su personal
	La entidad implementa nuevos estándares
	La entidad está al día en la aplicación de innovaciones
Las opiniones de la agencia influyen a la misma entidad	
Legal	El proceso de decisorio sigue el debido proceso
	La entidad trabaja de forma legal y no por decisiones arbitrarias
	La entidad tiene un buen procedimiento de <i>compliance</i> (cumplimiento)
	La entidad aplica evidencia objetiva
	La entidad aplica los procedimientos de forma correcta
Los expertos de la entidad son objetivos	

La entidad genera un buen balance entre la transparencia y la confidencialidad
Las opiniones de la entidad no son cuestionadas
La entidad responde los requerimientos de información de forma efectiva y oportuna.
La entidad es independiente de la industria

Nota: La tabla presenta los criterios definidos por Overman para la medición en agencias públicas de la reputación. Fuente: Overman(2020)

### **Maduración Organizacional y Reputación Organizacional en lo público.**

Para Irfan(2020) la reputación organizacional está estrechamente ligada con la madurez en la gestión de proyectos, y realiza una aproximación del modelo de madures de proyectos organizacionales, conocido como OPM3, definido por el Project Management Institute (PMI), en el cual han sido identificados los factores Gestión de procesos, Mejoramiento Continuo, Entrenamiento en Gestión de Proyectos, Gestión y transferencia de conocimiento, Fortalezas en Gestión de proyecto y Software de gestión de proyectos. Su análisis busca probar que factores en la gestión de proyectos como la sostenibilidad y el éxito en los resultados del proyecto incrementan la reputación(Irfan et al., 2020).

Bajo los conceptos de reputación y con base en las definiciones de Carpenter, el modelo sugerido está enfocado a la reputación de cumplimiento y reputación técnica, y no involucra la reputación legal y moral.

### **Indicador de Desempeño Reputacional.**

Ferruz(2020) a partir de un análisis comparativo entre las metodologías más reconocidas, realiza una categorización en: rankings de clasificación y modelos de medición en el ámbito académico. Los modelos de ranking están orientados a organizaciones interesadas en incrementar el rendimiento financiero, mejorar las ventas y la acción comercial (Ferruz González,2020), no aplican de forma directa en el sector público pero el planteamiento sobre los factores y elementos

configuradores es un aporte clave a la hora de entender su aplicabilidad en cualquier tipo de sector.

Ferruz(2020) afirma que la mayoría de modelos de medición de reputación no son transparentes al no explicar la definición de criterios de aplicación y no cuentan con rigor metodológico, lo que genera disparidad en los resultados, incluso con grandes variaciones entre la aplicación de la clasificación del mismo modelo de medición entre periodos de tiempo, situación insospechada toda vez que alcanzar un estado de reputación implica la aplicación de una estrategia de años de trabajo que no debería cesar sus resultados de forma inmediata entre meses de aplicación.

Finalmente, Ferruz(2020) identifica como factores comunes de los modelos criterios económicos, solidez financiera, capacidad de innovación, calidad de productos, personas, responsabilidad social empresarial, y reconocimiento de distintas audiencias, por lo cual propone la creación de un estándar internacional, tipo norma ISO, para la medición de la reputación el cual incluya factores ajustados según la naturaleza de la organización.

### **Reputación Gubernamental.**

Caicedo y Arana (2013) realizan un análisis y aplicación en el contexto nacional, de forma concreta para la alcaldía de Santiago de Cali. En el estudio identifican cuatro factores: comportamiento ético, compromiso calidad de vida, relacionamiento, comunicación y gobierno e innovación (Gonzales Germán & Arana Ronald, 2013). Su estudio consistió en la aplicación de 359 encuestas a estudiantes de diferentes universidades en la ciudad.

### ***Conclusiones***

Al tomar como punto de partida la medición de reputación corporativa en el sector privado sobresale la necesidad de identificar dimensiones (magnitudes de los aspectos a evaluar),

atributos (representación de cada dimensión mediante características o propiedades) y criterios (postulados de valoración de las características o propiedades) inherentes al tipo de organización tal como lo plantea Orozco y Farre-Pavá(2017), por lo cual los modelos de reputación corporativa para lo público deben contar con dimensiones propias asociadas a las diferencias en la interpretación de reputación para lo público, tales como las descritas por Carpenter(2010), en especial al considerar que la reputación corporativa en el sector empresarial o privado busca establecer el grado de reconocimiento o posicionamiento de la organización asociado a la volumen de ventas de bienes o servicios y en lo público busca establecer el nivel de confianza y legitimidad frente a diferentes audiencias que facilita el desarrollo de su gestión.

Los modelos analizados de reputación en lo público son multidimensionales, en su mayoría orientados a dimensiones de cumplimiento y técnico, y siempre incluyen como audiencia implicada a los usuarios, incluyendo en varios casos otros grupos de interés, como puede apreciarse en la Tabla 4. En su totalidad, los modelos están basados en la aplicación de cuestionarios y no contemplan el uso de valoraciones aportadas por otras fuentes, una clara oportunidad de aprovechar instrumentos existentes para el caso de la administración pública colombiana en general y el Instituto de Desarrollo Urbano, en particular.

#### **Tabla 4**

*Comparación de modelos frente a la definición de Carpenter(2012)*

Modelo	Autor	Desempeño	Técnico	Legal	Moral	Audiencias
Medición de la promoción de redes	Luoma-aho, 2021	X	X			Usuarios
Barómetro para las Entidades públicas	Overman et al, 2020	X	X	X	X	Usuarios, socios estratégicos, empresas del sector.
Maduración Organizacional y Reputación Organizacional en lo público	Irfan et al, 2020	X	X			Interna(información de la misma entidad)

Modelo	Autor	Desempeño	Técnico	Legal	Moral	Audiencias
Índice Reputacional	Ferruz Gonzales, 2020	X	X			Usuarios, socios estratégicos, empresas del sector.
Reputación Gubernamental	Gonzales German & Arana Ronald,2013	X	X		X	Usuarios
Índices de Medición de la reputación corporativa en la cadena de valor	Orozco y Farre- Pavá,2017					Clientes

Nota: La tabla compara los modelos abordados frente a los Factores de reputación en lo público descritos por Carpenter(2010).

Desde el punto de vista metodológico el modelo Barómetro para las entidades públicas de Overman(2020) es el más completo al cobijar la totalidad de los factores(dimensiones) de reputación en lo público, definidos por Carpenter (2012), contar con un instrumento validado de aplicación y estar orientado a múltiples audiencias. El modelo de medición de la promoción de redes de Luoma-aho, Canel y Hakola (2021), genera un importante aporte sobre la clasificación de los grupos de interés al igual que modelo de reputación gubernamental de Caicedo y Arana (2013), sin embargo, dada su simplicidad se quedan cortos en los factores abordados bajo una óptica integral de la reputación.

Por otro lado el modelo de Maduración Organizacional y Reputación Organizacional en lo público de Irfan(2020) presenta una interesante aproximación al cumplimiento del marco de referencia del PMI sobre el modelo de maduración organizacional de proyectos, sin embargo, su aplicación parte de la premisa de implementar el modelo de maduración organizacional en el sector público, situación ajena a la realidad colombiana por lo cual no será aplicado en el presente estudio, al igual que la propuesta del índice de reputación de Ferruz(2020) por no contar con el nivel de detalle necesario para identificar aspectos técnicos y operacionales que faciliten su aplicación de forma concreta en el modelo de medición de la reputación.

## **Marco Teórico**

### ***Reputación Corporativa***

La reputación es la consideración, opinión o estima que se tiene a alguien o algo. El concepto está asociado al prestigio (Definición de reputación — Definicion.de, s. f.). Para Irfan (2020) la reputación es definida como la agregación de experiencias de diferentes grupos de interés. Por otro lado, Ferguz(2020) define la reputación como un recurso intangible propio de la empresa que facilita el logro de la misión institucional, el incremento de rendimientos financieros, la mejora en las ventas, la diferenciación con la competencia, la atracción y retención del talento humano, la elección de mejores proveedores, la reducción de gastos operacionales y la seducción de mayores inversionistas, que se evidencia en su comportamiento y requiere tiempo para su estructuración, y es reconocido por sus audiencias o grupos de interés como generador de valor.

### ***Reputación Corporativa en lo Público***

Daniel Carpenter (2010) define la reputación como el conjunto de creencias sobre la capacidad, intenciones, historia y misión interiorizada en una red por múltiples grupos de interés(tal como es citado por Farazmand, 2018), y define cuatro factores (dimensiones) en la reputación: Técnica, relacionada con la capacidad para ejecutar su misión; Moral, relacionada con su nivel de integridad; Legal, relacionada con su capacidad para cumplir con las normas y procedimientos; y Desempeño, relativa a su capacidad para actuar en ambientes complejos.

Las entidades públicas tienen limitaciones para atender los problemas de los ciudadanos de forma directa debido a la poca legitimidad para tomar decisiones independientes(Farazmand, 2018). La confianza de las entidades públicas es generada en la medida que son satisfechas las necesidades emocionales de los ciudadanos, una alta confianza genera alta legitimidad, una alta

legitimidad promueve el cumplimiento de las reglas o normas ante los ciudadanos. Por otro lado, la legitimidad impacta la gestión de la entidad pública ante otras entidades con las cuales puede tener diferentes tipos de relación, como entidades legislativas, reguladoras, entes de control, financieras, organizaciones sin ánimo de lucro, etc. Con las cuales tiene distintos tipos de relacionamiento bajo el ecosistema de valor organizacional, en distintos momentos.

De acuerdo con Luoma-aho, Canel y Hakola (2021) una importante diferencia del sector privado donde los productos son ajustados a las necesidades particulares de los clientes, en el sector público deben ceñirse a la legislación, y la definición de soluciones democráticas para ciudadanos con diferentes lenguajes, ubicación, nivel de escolaridad etc. Razón por la cual en el sector público deben equilibrar diversos intereses, lo que conlleva a que la reputación en lo público sea el resultado de la acción organizacional y la negociación social.

### ***Modelos de Medición de la Reputación***

Ferruz(2020) a partir de un análisis comparativo entre las metodologías más reconocidas, realiza una categorización en: rankings de clasificación y modelos de medición en el ámbito académico. En la categoría rankings incluye modelos de medición como Reprack, Merco, Word's Most Admired Companies y BranzTop100, los cuales se caracterizan porque son aplicados por compañías interesadas en clasificar, de acuerdo con sus criterios, a las empresas más reconocidas o con mayor reputación. Una limitante de los rankings de clasificación es la necesidad de unificar el ámbito de aplicación para obtener resultados comparativos a nivel local, es decir, las comparaciones son útiles en la medida que apliquen al mismo territorio. Por ejemplo, al comparar Ramo con Bimbo se requiere que sea sobre un territorio donde exista la presencia de ambas marcas.

En la categoría de modelos de medición en el ámbito académico incluye la escala de Credibilidad Corporativa de Neewll y Goldsmith, escala de carácter corporativo de Davies; escala formativa de Helm, Modelo de medición de la reputación de Manfred Schwaiger; la escala de reputación basada en el cliente de Walsh y Beatty; el índice global de reputación Highhouse; y el índice de confianza institucional de Adams.

### ***Impacto de la Reputación en lo Público***

Farazmand (2018), afirma que la reputación puede ofrecer mayor poder político a las entidades públicas en sus relaciones con los legisladores. Farazmand (2018) explica que desde el punto de vista histórico los políticos han tenido un estatus superior sobre las entidades públicas, otorgado a partir de la elección popular en donde el pueblo selecciona al candidato que los representa y le otorga legitimidad y poder. Sin embargo, la complejidad de la sociedad, en nuestro caso el estilo de política, ocasiona que el pueblo no se sienta representado por las decisiones tomadas en las entidades públicas. Las entidades hacen parte de redes sociales compuestas por organizaciones ligadas a la gestión institucional quienes impactan el desempeño de la entidad o inciden en sus cursos de acción. Por ejemplo, asociaciones, entidades pares, agremiaciones, reguladores, legisladores, etc.

La reputación puede facilitar el establecimiento de relaciones duraderas entre los ciudadanos y otros organismos de interés que faciliten su gestión (Overman et al., 2020), así como facilita el cumplimiento de la misionalidad y motiva al cumplimiento de reglas o leyes (Luoma-aho, Canel y Hakola ,2021), para el caso de entidades generadoras de marcos normativos.

## Marco Conceptual

### *Alfa de Cronbach*

Es una medida estadística utilizada para verificar la consistencia interna de las preguntas de un instrumento frente al constructo determinado (concepto, factor, dimensión o propósito del instrumento) ubicada entre 0 y 1. En donde los valores inferiores a 0,8 indican que existe una baja correlación entre las respuestas a las preguntas (Padilla, José, 2021), dada por falta de pertinencia en la pregunta o claridad en la redacción.

El Alfa de Cronbach se calcula a través de las covarianzas entre las preguntas del instrumento, la varianza total de la escala y el número de reactivos que conforman la escala, aplicando la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S^2i}{S^2t} \right)$$

$$\alpha = [k/k-1] [1 - \sum S^2i / S^2t ]$$

En donde K es el número de preguntas,  $S^2i$  es la varianza de la pregunta i, y  $S^2t$  la varianza de las puntuaciones (Padilla, José, 2021).

El coeficiente debe tomar valores mayores de 0,7 (o 0,8 para escalas ya aplicadas, y adaptadas a nuevos estudios) como signo de consistencia interna. Como el Alfa de Cronbach analiza la coherencia interna del instrumento frente a las respuestas, debe ser calculado cada vez que sea realizado un nuevo estudio.

### *Escala Likert*

Es un método de calificación utilizado por los investigadores para evaluar la reacción, percepción, comportamientos y actitudes de las personas (QuestionPro, 2016), frente afirmaciones positivas o negativas sobre las cuales el encuestado define su grado de conformidad. Las respuestas pueden ser dispuestas en distintos niveles de medición permitiendo

escalas de 5,7 o 9 elementos. Siempre se debe tener un elemento neutral para aquellos usuarios que no están de acuerdo o en desacuerdo con la afirmación evaluada(QuestionPro, 2016). La Figura 3 presenta el modelo de escala Likert de 5 elementos.

### Figura 3

*Escala Likert de 5 elementos*



Nota: La escala de Likert agrega resultados para determinar los aspectos positivos.Fuente:

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

### ***Gestión Pública***

Actividad que desarrolla los organismos del estado y particulares que prestan una función pública a fin de satisfacer las necesidades de la ciudadanía e impulsar el desarrollo del país.

(Gestión Pública - Glosario - Función Pública, s. f.).

### ***Medición Cuantitativa***

Enfoque basado en la observación y medición de la realidad, fundamentado en la medición o cuantificación de las variables de interés y se vale de los métodos estadísticos para facilitar su comprensión (Medina Castillo et al., 2012).

### ***Medición Cualitativa***

Enfoque tendiente a recolectar información a partir de la percepción corriente, conductas, prácticas, opiniones, interacciones, etc, que contienen construcciones, abstracciones,

generalizaciones, formalizaciones e ideaciones necesarias para comprender un fenómeno. Las características principales del enfoque cualitativo son: 1. Las técnicas más utilizadas para la captura de datos son el grupo de discusión (reunión de personas que representan un determinado grupo social), entrevistas en profundidad (entrevistas sin cuestionario, pero con guion) y cuestionarios; 2. Las personas son anónimas y se las escoge como representativas de un grupo; y 3. Son analizados los discursos para descubrir los valores, las normas culturales, los prejuicios, las actitudes de un determinado grupo social (Medina Castillo et al., 2012).

### ***Muestreo Discrecional***

El muestreo discrecional, de conveniencia o selectivo es un tipo de muestreo no probabilístico que consiste en seleccionar de forma deliberada la muestra de una población. El muestreo discrecional es utilizado para reducir costos y tiempos de investigación (Grudemi, 2019).

### ***Promedio***

En su artículo la Correcta utilización de los promedios, Angel (2012) realiza una clara y completa explicación de la forma de utilización de los promedios dependiendo del tipo de datos, la forma de distribución, el objetivo del promedio y el tipo de escala de medición. En el caso de las escalas de medición Nominal, es decir, aquellas utilizadas para indicar un objeto, categoría o clase como la aplicada en las escalas Likert su medición está supeditada a la proporción de observaciones identificada en cada categoría. En este caso el promedio es calculado a través de la media ponderada.

La media ponderada está definida como la suma de los productos entre cada valor de la variable y su peso o ponderación, dividida por la suma del total de las ponderaciones (Angel Julio, 2012), aplicando la siguiente fórmula:

$$\bar{x} = \frac{\sum W_i X_i}{\sum W_i}$$

## **Metodología de la Investigación**

### **Hipótesis**

Es posible determinar las características del modelo de medición de la reputación organizacional para el Instituto de Desarrollo Urbano de Bogotá.

### **Enfoque de investigación**

Para Consultores(2020) la metodología de investigación es la forma de estudiar los diversos pasos que generalmente adopta un investigador al estudiar sus problemas de investigación de forma sistemática. Al respecto Baena(2018) clasifica la investigación en cualitativa y cuantitativa. Para Baena(2018) la investigación cualitativa tiene como objetivo descubrir hechos para formular leyes (propuestas) y la investigación cuantitativa pretende construir teorías con base en hechos estudiados (Baena Paz Guillermina, 2018); por su parte Segura(2017) describe que la investigación cuantitativa se caracteriza porque quien investiga presenta un problema concreto, el cual fundamenta en la literatura y en los estudios previos(Segura, 2017) y la investigación cualitativa inicia con la exploración de hechos o realidades sociales y no tanto con la revisión de literatura o estudios previos. Segura plantea un tercer tipo de enfoque, el mixto, en el cual fusiona los enfoques cualitativos y cuantitativos con el fin de aprovechar sus fortalezas.

Con base en la definición de los enfoques se concluye que para determinar las características del modelo de reputación corporativa para el IDU será aplicado el enfoque cualitativo toda vez que será estudiado el estado del arte (generalidad) para identificar los atributos del modelo de reputación del IDU(particularidad).

### **Tipo de investigación**

Con base en las definiciones de Vásquez(2005) respecto a los tipos de estudios y el propósito de la investigación planteada y el enfoque, el tipo de estudio realizado es exploratorio, toda vez que será analizado el estado del arte para proponer un modelo aplicable a una entidad pública, el IDU. Es estudio puede servir como base para estudios futuros y punto de partida en la estructuración de una propuesta para las entidades del estado, aspecto característico de este tipo de estudio.

### **Método de investigación**

Para el desarrollo de la investigación será entendiendo el método como el procedimiento planeado que se sigue en la actividad científica para descubrir las formas de existencia de los procesos distinguir las fases de su desarrollo, desentrañar sus enlaces internos y externos, esclarecer sus interrelaciones con otros procesos, generalizar y profundizar los conocimientos de este modo, demostrarlos luego con rigor racional y conseguir después de su comprobación en el experimento y con la técnica de su aplicación (Modol 2010, tal como es citado por Segura, 2017), que de acuerdo con Davila(2006, tal como es citado por Segura, 2017), pueden ser de dos clases inductivo o deductivo. El método inductivo inicia con una premisa particular, para luego generalizarla (Segura, 2017), por su parte el método deductivo parte de una serie de hechos conocidos y a partir del análisis extrae conclusiones.

Para el caso de la presente investigación debido a la determinación de los objetivos y el interés de identificar modelos de reputación en el estado del arte que puedan aportar a la estructuración de un modelo particular para el IDU, será aplicado el método de investigación inductivo.

## **Modelo de Reputación para el IDU**

### **Definición del Modelo de Reputación**

Tomando como punto de partida la definición de reputación en lo público de Carpenter(2010) en donde se explica que la reputación es el resultado de las percepciones de distintos grupos de interés sobre las capacidades técnicas, morales, de desempeño y legales, el modelo más adecuado es el Barómetro de la Reputación, elaborado por Overman et al. (2020) el cual fue aplicado y validado de forma estadística en la Agencia Europea de Sustancias Químicas ECHA por sus siglas en ingles. El Barómetro de la Reputación está compuesto por 41 criterios aplicables al contexto europeo, en tal sentido para el IDU han sido ajustando los criterios tomando en cuenta aspectos abordados por Reprack asociados a la Sostenibilidad y aspectos metodológicos tomados de Orozco y Farre-Pavá(2017).

### **Grupos de Interés (audiencias)**

Un aspecto central para la medición de la Reputación en lo público es la identificación de los grupos de interés, de acuerdo con el Plan Estratégico de la Entidad (Instituto de Desarrollo Urbano, 2021b) existen 7 grupos de interés: (1) Usuarios, beneficiarios o destinatarios de trámites y servicios; (2) Grupos de Valor, (3) Consultores, Constructores e Interventores; (4) Empresas de servicios públicos; (5) Entidades Nacionales o Distritales; (6) Gente IDU ( Planta-Prestaciones de servicio); y (7)Academia. A continuación, serán descritos cada grupo y el universo estimado que lo compone según la información disponible en las áreas responsable de relacionarse con cada uno con corte al 30 de noviembre de 2022.

Usuarios: Hace referencia a las personas naturales o jurídicas beneficiarias de los trámites y servicios de la entidad, como pago de valorización, compensación de parqueaderos, consultas bibliográficas, permiso de uso temporal de antejardines y los demás requerimientos incluidos en

el portafolio de trámites y servicios de la entidad (Instituto de Desarrollo Urbano, 2021a). En esta categoría la población estimada alcanza 120 personas.

**Grupos de Valor:** Incluye a los ciudadanos de las zonas de influencia de los proyectos de infraestructura realizados por la Entidad y los beneficiarios de proyectos de valorización. En esta categoría se estima que incluye a la totalidad de los ciudadanos de Bogotá mayores de 18 años que equivale a 6.147.583 de acuerdo con la información de Saluddata(s. f.).

**Consultores, constructores e interventores:** Los proyectos institucionales son realizados a través de la contratación de Consultores, responsables de diseños, Constructores, responsables de la ejecución de obra, e interventores, responsables de supervisar el desarrollo de proyectos. Quienes son socios estratégicos de la entidad. De acuerdo con la información entregada por la Dirección Técnica de Construcciones, a diciembre de 2022 los proyectos de la entidad involucran a 75 consorcios o empresas en la categoría.

**Entidades Nacionales o Distritales:** La planeación y ejecución de proyectos de infraestructura implica trámites, permisos, autorizaciones y control de distintas entidades del Orden Nacional o Distrital, Algunas de las entidades que hacen parte de esta categoría son: Secretaria de Movilidad, Secretaria de Planeación, Invias, Agencia Nacional de Infraestructura o Veeduría Distrital. De acuerdo con la información de la Oficina Asesora de Planeación, 50 entidades componen la categoría.

**Empresas de Servicios Públicos:** La planeación, diseño y desarrollo de proyectos requiere el diseño, traslado o adecuación de redes secas y húmedas dispuestas en el espacio público del proyecto que son propiedad de las Empresas de Servicio Público. Según la información entregada por la Oficina de Coordinación Institucional, esta categoría esta conformada por 8 empresas.

Gente IDU: Compuesta por los servidores públicos de planta (Directivos de libre nombramiento y remoción, provisionales y de carrera) y los contratistas de Prestación de Servicio y Apoyo a la Gestión. De acuerdo con la información entregada por la Subdirección Técnica de Recursos Humanos, de planta se encuentran vinculados 453 servidores y como contratistas 1438.

Academia: Un tema central para el desarrollo de los proyectos de infraestructura en la definición de especificaciones técnicas, las cuales a su vez permite la aplicación de innovaciones en métodos constructivos, ensayo y materiales. Las especificaciones son discutidas y preparadas con Universidades. De acuerdo con la Dirección Técnica de Inteligencia de Negocio, el IDU genera relación directa con 10 Universidades, entre ellas la Universidad Nacional, Andes, Javeriana, Militar, Escuela Colombiana de Ingeniería entre otros.

### **Instrumento**

Como es descrito al inicio del capítulo el modelo del IDU es una adaptación de la propuesta de Overman et Al (2020), derivada de una revisión de los criterios para asegurar la pertinencia de las afirmaciones y la coherencia en el lenguaje, según el contexto nacional y la realidad institucional. Como resultado fue ajustado un instrumento compuesto por 32 criterios(afirmaciones). Los 32 criterios fueron validados con líderes de opinión de la Entidad con el fin de validar el entendimiento de las afirmaciones descritas y la identificación de las audiencias directamente relacionadas con el fin de minimizar el riesgo de sesgo en las respuestas propio del desconocimiento sobre el criterio. Los líderes de opinión seleccionados son representantes de la Oficina Asesora de Planeación, Subdirección de Recursos Humanos, Dirección Técnica de Inteligencia del Negocio, Dirección Técnica de Construcciones y la Oficina de Relacionamiento y Servicio a la Ciudadanía, de manera concreta el equipo del

observatorio de percepción ciudadana. Como resultado fue obtenido un instrumento con 32 criterios con mejoras en la redacción mejorando la precisión de las afirmaciones, los criterios son descritos en la Tabla 5. El Apéndice A relaciona la aplicación de criterios por grupo de interés.

**Tabla 5**

*Instrumento de medición de la reputación para el IDU*

Factores	Criterios
Desempeño	La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión.
	Los productos y/o servicios entregados son de alta calidad
	La Entidad es efectiva
	La Entidad cumple con lo que se compromete
	La Entidad genera valor público en el mejoramiento de la calidad de vida
	La Entidad innova en la solución de problemas
	La Entidad toma decisiones a su cargo que no generan cuestionamientos
	La Entidad tiene buena imagen y transmite respeto
	La Entidad genera acciones para mitigar el impacto ambiental y cambio climático
	La Entidad atiende, escucha y responde oportunamente las solicitudes que recibe de aquellos con quienes se relaciona
Moral	La forma de trabajo de la Entidad es ética
	Los productos de la Entidad son éticos
	La Entidad genera una influencia positiva en la sociedad
	La Entidad es empática con las personas u organizaciones que tienen desventajas ante sus acciones
	La Entidad es íntegra
	La Entidad es abierta y transparente
	La Entidad aplica el principio de confidencialidad
Técnica	La Entidad es independiente de consideraciones políticas, del sector y los gremios
	Los colaboradores de la Entidad tienen alto nivel de habilidad en su profesión
	Los colaboradores de la Entidad entienden los problemas y asuntos del sector
	La Entidad coopera con Entidades del sector y la academia
	La Entidad es una organización que aprende y mejora continuamente
	La Entidad es líder en el sector
	La Entidad mantiene su personal capacitado
	La Entidad es un buen sitio para trabajar
La Entidad implementa nuevos estándares o buenas prácticas	
Legal	La Entidad está al día en la aplicación de innovaciones del sector
	La Entidad trabaja de forma legal y no por decisiones arbitrarias
	La Entidad aplica los procedimientos legales de forma correcta
	La Entidad genera un buen balance entre transparencia y la confidencialidad

Factores	Criterios
	La Entidad responde los requerimientos de información de forma efectiva y oportuna.
	La Entidad fomenta la lucha contra la corrupción, lavado de activos y soborno

Para la aplicación fueron solicitadas bases de datos a las áreas relacionadas directamente con los grupos de interés, con el fin de conocer las poblaciones estimadas y realizar la toma de muestras discrecionales para el envío del cuestionario. Los cuestionarios para cada audiencia fueron elaborados en la herramienta Google forms, utilizando la escala Likert compuesta por Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Neutral (no sabe/ no responde) En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo, la Figura 4 muestra un ejemplo del cuestionario diseñado para las Entidades en google.

## Figura 4

### Ejemplo de Cuestionario diseñado en google

En general fueron definidos 5 tipos de cuestionarios los cuales se enviaron desde el correo de atención al ciudadano con un texto explicativo. La Tabla 6 presenta los cuestionarios diseñados y sus direcciones electrónicas correspondientes (URL).

**Tabla 6**

### Cuestionarios Diseñados por tipo de grupo de interés

Grupo de interés	URL
Usuario, beneficiarios o destinatarios de Trámites y servicios	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQrP4NITskp9t3h0vTfGvZB8Am42Ko6CH-OZAN971VRvU3YQ/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQrP4NITskp9t3h0vTfGvZB8Am42Ko6CH-OZAN971VRvU3YQ/viewform</a>
Grupos de Valor	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexLnDTb_GXJPuaELNdqPFcolbnFFjbfO4sGMEc5xwISisJhg/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexLnDTb_GXJPuaELNdqPFcolbnFFjbfO4sGMEc5xwISisJhg/viewform</a>
Gente IDU	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQrP4NITskp9t3h0vTfGvZB8Am42Ko6CH-OZAN971VRvU3YQ/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQrP4NITskp9t3h0vTfGvZB8Am42Ko6CH-OZAN971VRvU3YQ/viewform</a>
Constructor, interventor y consultor	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeENI8Q6TYnrZh0OZ0ImOAMLf29_xAcUSwsUbBR6gek5E0I8g/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeENI8Q6TYnrZh0OZ0ImOAMLf29_xAcUSwsUbBR6gek5E0I8g/viewform</a>
Entidades públicas	<a href="https://forms.gle/hftBE83zX5h6GLrM9">https://forms.gle/hftBE83zX5h6GLrM9</a>

Grupo de interés	URL
Empresa de Servicios Públicos	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc95cJ9kzL3mllAInVS8R9WKPK_CU3avt0hhR9KUQa5jmCMFg/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc95cJ9kzL3mllAInVS8R9WKPK_CU3avt0hhR9KUQa5jmCMFg/viewform</a>
Academia	<a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfpdcCRq4zYYQRvOHk5QPhUo_ofCG9sojAzSvrEngjwCcu3-FA/viewform">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfpdcCRq4zYYQRvOHk5QPhUo_ofCG9sojAzSvrEngjwCcu3-FA/viewform</a>

Nota: La tabla relaciona la dirección electrónica de los instrumentos utilizados para la realización del piloto por grupo de interés.

La encuesta fue realizada entre el 12 y el 30 de diciembre de 2023 de manera virtual por medio de una invitación generada desde el correo electrónico atnciudadano@idu.gov.co con un pequeño texto introductorio en el cual se explica la intención de realizar una prueba piloto para la medición del índice de reputación y la calidad o tipo de grupo de interés que representa el destinatario, para facilitar al receptor comprender el enfoque del cuestionario. Trascorridos Ocho días fue reenviado el cuestionario a la muestra seleccionada por tipo de cuestionario, con el ánimo de contar con el mayor número de respuestas, en especial al considerar la fecha de aplicación. La Tabla 7 presenta el número de respuestas logradas por grupo de interés (Muestra) y el número total de individuos de la población (Población Estimada).

**Tabla 7**

*Número de encuestas aplicadas*

Grupos de Interés	Población estimada	Muestra
Usuarios	48	6
Grupos de Valor	6.147.583	53
Gente IDU	1438	113
Constructor, interventor y consultor	60	10
Entidades públicas	50	9

Grupos de Interés	Población estimada	Muestra
Empresa de Servicios Públicos	8	3
Academia	10	2
<b>Total</b>		<b>196</b>

Nota: En la tabla son relacionados los tamaños de muestra obtenidos a través de la aplicación.

## Análisis de Resultados

A través de la herramienta Looker studio de google, fue estructurado un informe para analizar los resultados, los cuales han sido divididos en análisis por: factor, grupo de interés y criterio. El informe está disponible para consulta pública en la url adjunta y puede ser utilizado para interpretar futuras aplicaciones del instrumento.

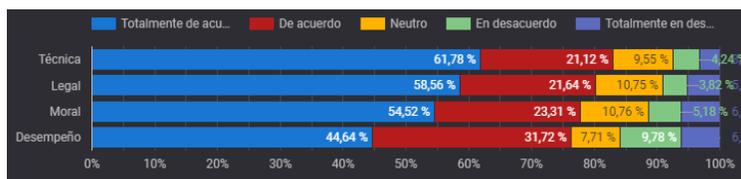
Para facilitar la interpretación de la escala Likert la favorabilidad será el resultado de las frecuencias de las respuestas en los aspectos Totalmente de Acuerdo y De acuerdo, del mismo modo serán calculados los análisis por factor, criterio, pregunta y la reputación global.

### Análisis por factor

Sobre los cuatro tipos de factor, sobresale con un 82,9% de favorabilidad el Factor Desempeño, por su parte el factor Desempeño presenta los menores resultados con un 76,03%. La Figura 5, muestra la distribución de las estadísticas por factor.

Figura 5

### *Estadísticas de favorabilidad por factor*



Nota: Tomado del Informe de Resultados piloto índice de reputación IDU.

[https://lookerstudio.google.com/s/gS\\_Lqhte1EY](https://lookerstudio.google.com/s/gS_Lqhte1EY)

### ***Análisis por Grupo de Interés y Resultado Global***

Respecto a los grupos de interés la Tabla 8 presenta los resultados por grupo de interés en general los resultados son altamente favorables en todos los grupos de interés, salvo en los grupos de valor donde se evidencia un resultado de 37.33%. De forma global se aprecia que la reputación de la entidad alcanza el 79.06%, impactada en gran medida por el bajo resultado identificado en los grupos de valor.

**Tabla 8**

#### *Resultados por grupo de interés*

Grupo de interés	Muestra	Criterios	Reputación
Academia	2	14	100
ESP	3	17	98.04
Gente IDU	113	31	92.77
Entidades Públicas	9	26	91.88
Usuarios	6	18	82.41
Constructores, Interventor o Contratista de obra	10	17	75.88
Grupo de Valor	53	23	37.33
Total	196	32	79.06%

Nota: La tabla presenta el detalle del tamaño de la muestra aplicado, los criterios aplicados y la medición de la reputación por grupo de interés.

#### ***Análisis por Criterio***

A través del informe de resultados del piloto es posible identificar de forma global los criterios más favorables y menos favorables, así como los criterios más desfavorables por grupo de interés, esta información sirve como punto de partida para definir planes de mejora para incrementar la reputación. El criterio más valorado del IDU con un 98,23% es La Entidad es

implementa nuevos estándares o buenas prácticas, entendido por la robustez técnica de la entidad pionera en temas técnicos como BIM (Building Information Modeling) y sistemas de gestión. Por su parte, el criterio más desfavorable con un 65.14% es La entidad tiene buena imagen y transmite respeto, debido en parte a la difícil posición de la entidad generada por la intervención en distintos frentes de obra que afecta la percepción de los ciudadanos. El apéndice B presenta el detalle de los resultados obtenidos por criterio.

### **Validación**

Para la validación del instrumento fue aplicado el método de alfa de cronbach, utilizando el paquete estadístico Minitab 17, el cual determina la consistencia interna de los criterios frente al objetivo del instrumento. A continuación, será presentado el análisis de confiabilidad total del instrumento, por criterio, factor, y población, en cuyo caso no se incluirán los grupos de interés academia y Empresas de Servicios públicos por la poca cantidad de observaciones y por pregunta, con el fin de identificar los criterios con menor consistencia interna que podrían ser redefinidas u omitidas para aumentar el índice de consistencia. El apéndice C presenta los resultados generados por Minitab.

### ***Confiabilidad Global y por Criterio***

A través de la información generada por Minitab el alfa de cronbach para el modelo es de 0.9650 lo cual significa que los criterios planteados son consistentes con el constructo que se desea medir, es decir, la reputación del IDU y su consistencia interna al superar el 0.8 implica que es confiable. Al analizar la Correlación total por elemento, la menor correlación, 0,4075, la encontramos sobre el criterio La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión, lo cual indica falta de claridad en el criterio por lo que podría ser excluida en futuras mediciones.

### ***Confiabilidad por Factor***

A través de la aplicación del alfa de cronbach por criterio se busca determinar la confianza del instrumento para verificar el constructo medir la reputación en las dimensiones definidas. La Tabla 9 resume los resultados de las pruebas realizadas por factor. En general los resultados son satisfactorios el menor alfa de cronbach corresponde al factor de desempeño con un 0.8819 que es considerado como muy bueno. En este factor se encuentra la mínima correlación correspondiente al criterio 1, identificado en la prueba global. En general los criterios están correlacionados con el constructo de cada factor, por lo cual se concluye que son confiables.

### **Tabla 9**

#### *Resultados de las pruebas de confiabilidad por factor*

Factor	Mínima Correlación Ajustada por Elemento	Alfa de Cronbach
Desempeño	0,4759 , Criterio 1: La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión	0,8819
Moral	0.7705, Criterio 18: La Entidad es independiente de consideraciones políticas, del sector y los gremios	0.9784
Técnica	0.6555, Criterio 19: Los colaboradores de la Entidad tienen alto nivel de habilidad en su profesión	0.9256
Legal	0.9094, Criterio 32: La Entidad fomenta la lucha contra la corrupción, lavado de activos y soborno	0.9724

### ***Confiabilidad por grupo de interés***

La aplicación de la prueba por grupo de interés busca conocer la confianza del instrumento frente al constructo medir la reputación del Idu frente al grupo de interés como puede apreciarse en la Tabla 10. El alfa de cronbach por grupo de interés es altamente satisfactorio al situarse por encima del 0.96 en todos los casos. La mínima correlación identifica

la oportunidad de ajustar algunos criterios para aumentar la consistencia, en este caso sobresale en el grupo de interés usuarios el criterio 20, que puede ser redactada para mayor claridad. Por otro lado, la consistencia en los grupos de interés Entidades públicas y Gente IDU mejoraría al modificar o suprimir el criterio 1, situación que confirma la oportunidad de mejora mencionada con anterioridad.

## Tabla 10

### *Resultados pruebas de confiabilidad por Grupos de interés*

Grupo de interés	Mínima Correlación Ajustada por Elemento	Alfa de Cronbach
Grupos de Valor	0.9856 Criterio 6: La Entidad innova en la solución de problemas	0.9863
Usuarios	0,1934 Criterio 20: Los colaboradores de la Entidad entienden los problemas y asuntos del sector	0.9656
Constructor, Contratista de obra o consultor	0.4472 Criterio 31: La Entidad responde los requerimientos de información de forma efectiva y oportuna.	0.9674
Entidades públicas	0.2106 Criterio 1: La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión	0.9641
Gente IDU	0.4075 Criterio 1: La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión	0.9650

## Resultados finales

El modelo de medición del IDU consta de cuatro elementos: Instrumento, Encuestas por grupo de interés-elaboradas en google forms, Informe automatizado de resultados-elaborado en Looker studio de google y pruebas de consistencia, realizadas con Minitab 17. El piloto fue realizado entre el 12 y 30 de diciembre de 2022, con la participación de 196 encuestados pertenecientes a los 7 tipos de grupos de valor identificados. La aplicación del modelo de medición establece que el índice de reputación del IDU alcanza el 79,06% con un nivel de

consistencia, determinado a partir de la aplicación de la prueba alpha de cronbach de 0,95, resultado bastante positivo al estar por encima del umbral de confianza de 0.8. Finalmente, al analizar los resultados entre los factores, se evidencia un alpha de cronbach superior al 0.95, situación que implica que existe consistencia y entre cada uno de ellos, ratificando la conveniencia de aplicar el concepto multidimensional de Carpenter(2010) asociado con los cuatro factores postulados.

Finalmente, existe una oportunidad de ajuste del criterio 1 La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión, al tener el menor nivel de correlación 0,4759.

### **Conclusiones**

El principal interés por gestionar la reputación pública parte de la necesidad de las entidades de fortalecer los vínculos y el relacionamiento con distintas audiencias o grupos de interés a partir de su concepción en desempeño, ética, legalidad y capacidad técnica, de forma que sean fortalecidas la legitimidad confianza y credibilidad, aspectos que redundan en incrementar el poder público de las organizaciones públicas de forma que se facilita el desarrollo de su gestión al disponer de forma más sencilla de recursos, alineación de objetivos y el logro de los objetivos institucionales, a diferencia del sector público en el cual se busca fortalecer la imagen de la organización para facilitar su acceso a proveedores, retención de colaboradores, posicionamiento de marca, apertura de mercado, entre otros.

El modelo de medición Barómetro de medición de la reputación, propuesto por Overman (2020), entre los modelos analizados presenta la propuesta más completa bajo el concepto integral de reputación definido por Carpenter (2012), sin embargo, la necesidad de ajustes para el

sector público colombiano radica en la definición de condiciones particulares, como por ejemplo la diversidad y complejidad de grupos de interés, la existencia de políticas públicas e instrumentos compatibles con el concepto de reputación, la necesidad de racionalizar recursos y buscar soluciones prácticas, derivadas solo a partir de las características organizacionales del Instituto de Desarrollo Urbano.

El modelo propuesto para el IDU se diferencia del modelo de Overman(2020) por contener menor número de criterios al pasar de 41 a 32, los cuales son aplicados de forma diferenciada entre los siete grupos de interés identificados para el IDU, a partir de su planteamiento estratégico, así como por los cambios en el lenguaje, la estandarización de las escalas de medición, situación que facilita la aplicación de pruebas de consistencia, y el enfoque de los criterios situación que facilita la interpretación por parte de los grupos de interés y mitiga el riesgo de sesgo en las respuestas; y el instrumento de medición de resultados, generado a partir de un dash board elaborado en la herramienta Looker Studio de google que genera, a partir de la información de los instrumentos, la tabulación de la información, facilitando su interpretación.

Con el modelo propuesto fue realizado un piloto, aplicando un muestreo discrecional, para verificar la practicidad del instrumento y su confiabilidad, medida a través del Alfa de Cronbach, prueba estadística ampliamente utilizada en estudios estadísticos. El IDU en su piloto obtuvo un nivel de reputación de 79.06%, con un Alfa de Cronbach de 0.9650 lo cual permite comprobar la confianza del instrumento y ratifica la hipótesis que es posible medir la reputación del Instituto de Desarrollo Urbano planteada al inicio del estudio. Los resultados obtenidos en las pruebas individuales de confiabilidad permiten inferir la oportunidad de mejora de modificar la redacción del criterio 1 La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión.

Finalmente se concluye que se cumplen los objetivos planteados respecto al análisis del estado del arte a través de bases de datos indexadas, dando cumplimiento al primer objetivo. Tomar los estudios previos identificados como punto de partida para definir un modelo de medición de reputación para el IDU, dando cumplimiento al segundo objetivo; y probar la pertinencia del modelo al realizar una aplicación y corroborar con una técnica estadística su consistencia, cumpliendo el objetivo tres.

### **Recomendaciones**

Se recomienda continuar el estudio en el IDU aplicando el modelo de reputación bajo una muestra estadísticamente significativa y replicar el estudio en otras entidades públicas distritales y nacionales con el fin de establecer un modelo de reputación para el sector público colombiano.

### Referencias Bibliográficas

- Angel Gutierrez, Julio Cesar, P. A. (2012). *La correcta utilización de los promedios*. Revista EAFIT, 31(98), 77-86.
- Baena Paz Guillermina. (2018). *Metodología de la investigación* (Tercera). Grupo Editorial Patria.
- Carpenter, D. P., & Krause, G. A. (2012). *Reputation and Public Administration*. Public Administration Review, 72(1), 26-32. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02506.x>
- Definición de reputación—Definicion.de*. (s. f.). Definición.de. Recuperado 23 de mayo de 2022, de <https://definicion.de/reputacion/>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (s. f.). *Resultados Medición—MIPG - Función Pública*. Recuperado 10 de diciembre de 2022, de <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/resultados-medicion>
- Farazmand, A. (Ed.). (2018). *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-20928-9>
- Ferruz González, S. A. (2020). *Nueva propuesta de evaluación de la Reputación Corporativa: Indicador de Desempeño Reputacional*. Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, 30, 331-349. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a17>
- Foro Económico Mundial. (s. f.). *El mapa de la corrupción mundial*. Foro Económico Mundial. Recuperado 28 de abril de 2022, de <https://es.weforum.org/agenda/2020/02/el-mapa-de-la-corrupcion-mundial/>

García, J. P. P., Valdivieso, B., Amaya, L. I. O., Maldonado, R. V., Camacho, R. A. A., Rodríguez, M.

L., Gil, L. G., Melo, D. F. A., Córdoba, J. A. R., Perafán, D. R., Monroy, M. C., & Viveros, L.

(s. f.). *Veedor Delegado para la Atención de Quejas y Reclamos*. 68.

*Gestión Pública—Glosario—Función Pública*. (s. f.). Recuperado 23 de mayo de 2022, de

[https://www.funcionpublica.gov.co/glosario/-](https://www.funcionpublica.gov.co/glosario/)

[/wiki/Glosario+2/Gesti%C3%B3n+P%C3%BAblica](https://www.funcionpublica.gov.co/wiki/Glosario+2/Gesti%C3%B3n+P%C3%BAblica)

Gonzales Germán, & Arana Ronald. (2013). *La reputación gubernamental*. Magazín Empresarial.

<https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/2426/La%20reputaci%C3>

[%B3n%20gubernamental.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/2426/La%20reputaci%C3%B3n%20gubernamental.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Grudemi, E. (2019, febrero 13). *Muestreo no probabilístico—¿Qué es?, tipos, ejemplos, ventajas*

*y más*. Enciclopedia Económica. [https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-no-](https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-no-probabilistico/)

[probabilistico/](https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-no-probabilistico/)

Instituto de Desarrollo Urbano. (s. f.). *Informe de Gestión IDU 2019*. Recuperado 29 de abril de

2022, de [https://www.idu.gov.co/page/transparencia/planeacion/rendicion-de-](https://www.idu.gov.co/page/transparencia/planeacion/rendicion-de-cuentas#)

[cuentas#](https://www.idu.gov.co/page/transparencia/planeacion/rendicion-de-cuentas#)

Instituto de Desarrollo Urbano. (2021a, febrero 12). *Tramites-y-servicios-idu*. Instituto de

Desarrollo Urbano - IDU. <https://www.idu.gov.co/page/tramites-y-servicios-idu>

Instituto de Desarrollo Urbano. (2021b). *PL-PE-01-RUTA-HACIA-EL-FUTURO-2021-2030-5*.

Irfan, M., Hassan, M., Hassan, N., Habib, M., Khan, S., & Nasruddin, A. M. (2020). *Project*

*Management Maturity and Organizational Reputation: A Case Study of Public Sector*

*Organizations*. *IEEE Access*, 8, 73828-73842.

<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988511>

Luoma-aho, V. (2021). *Public sector reputation and netpromoter score*. 28.

Medina Castillo, J. B., Manzanilla López De Llergo, L., & Díaz Martínez, A. (2012). *La medición de datos cualitativos, una tendencia en investigación social: Análisis del caso de la facultad de contaduría y administración, Unidad Culiacán. Ra Ximhai*, 287-296.  
<https://doi.org/10.35197/rx.08.02.2012.07.bm>

OECD. (s. f.). *General government—Trust in government—OECD Data*. OECD. Recuperado 28 de abril de 2022, de <http://data.oecd.org/gga/trust-in-government.htm>

Orozco-Toro, J. A., & Ferré-Pavia, C. (2017). *Los índices de medición de la Reputación Corporativa en la cadena de valor de las empresas de comunicación, una propuesta. Austral Comunicación*, 6(2), 229-252. <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0602.oro>

Overman, S., Busuioc, M., & Wood, M. (2020). *A Multidimensional Reputation Barometer for Public Agencies: A Validated Instrument. Public Administration Review*, 80(3), 415-425.  
<https://doi.org/10.1111/puar.13158>

Padilla, José. (2021, diciembre 3). *Alfa de Cronbach: ¿qué es y cómo se usa?* - La Mente es Maravillosa [<https://lamenteesmaravillosa.com/alfa-cronbach/>].  
<https://lamenteesmaravillosa.com/alfa-cronbach/>

*Pirámide poblacional en Bogota | SALUDATA*. (s. f.). Recuperado 10 de diciembre de 2022, de <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>

QuestionPro. (2016, agosto 31). *Escala de Likert: Qué es y cómo utilizarla en tus encuestas. QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

Segura, R. (2017). *La Investigación en Gestión Pública: Un modelo para el abordaje*

*metodológico*. Revista Centroamericana de Administración Pública, 73, 10-24.

[https://doi.org/10.35485/rcap73\\_1](https://doi.org/10.35485/rcap73_1)

Vásquez Hidalgo Isabel. (2005, diciembre 18). *Tipos de estudio y métodos de*

*investigación*. gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

## Apéndices

### Apéndice A

Detalle de los criterios aplicados por grupo de interés

			Grupos de interés							
			Grupos de Valor				Gente IDU			
Factor	Criterios	Información complementaria	Ciudadanía	Usuario	Constructores	ESP	Entidades	Planta	PSP	Academia
Desempeño	La Entidad cuenta con recursos, personal y capital suficiente para cumplir su misión.						x	x	x	
	Los productos y/o servicios entregados son de alta calidad		X	x			x	x	x	x
	La Entidad es efectiva	Índice de desempeño institucional	X				x	x	x	
	La Entidad cumple con lo que se compromete		X	x	x	x	x	x	x	x
	La Entidad genera valor público en el mejoramiento de la calidad de vida		X				x	x	x	x
	La Entidad innova en la solución de problemas	Índice de innovación - Veeduría Distrital	X		x	x	x	x	x	









## Apéndice B

### Resultado por criterio

Criterios	Muestra	Reputación	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La Entidad implementa nuevos estándares o buenas prácticas	113	98,23%	84,96%	13,27%	0,88%	0,00%	0,88%
La Entidad es una organización que aprende y mejora continuamente	137	90,51%	73,72%	16,79%	9,49%	0,00%	0,00%
La Entidad es un buen sitio para trabajar	122	89,34%	72,13%	17,21%	8,20%	2,46%	0,00%
Los colaboradores de la Entidad entienden los problemas y asuntos del sector	141	95,74%	71,63%	24,11%	3,55%	0,71%	0,00%
La Entidad trabaja de forma legal y no por decisiones arbitrarias	134	91,79%	69,40%	22,39%	7,46%	0,75%	0,00%
La Entidad genera un buen balance entre transparencia y la confidencialidad	19	78,95%	68,42%	10,53%	15,79%	5,26%	0,00%
La Entidad coopera con Entidades del sector y la academia	141	93,62%	66,67%	26,95%	3,55%	2,84%	0,00%
Los productos de la Entidad son éticos	196	80,61%	60,71%	19,90%	9,69%	4,59%	5,10%
La Entidad genera una influencia positiva en la sociedad	181	79,56%	59,67%	19,89%	9,39%	4,42%	6,63%
La Entidad responde los requerimientos de información de forma efectiva y oportuna.	175	77,14%	59,43%	17,71%	11,43%	4,57%	6,86%
La Entidad es abierta y transparente	196	78,57%	59,18%	19,39%	11,22%	4,59%	5,61%
La Entidad aplica el principio de confidencialidad	196	78,57%	58,67%	19,90%	10,71%	4,59%	6,12%
La Entidad es independiente de consideraciones políticas, del sector y los gremios	194	80,41%	57,73%	22,68%	13,40%	3,09%	3,09%
La Entidad mantiene su personal capacitado	177	77,97%	57,06%	20,90%	10,73%	5,08%	6,21%
La Entidad aplica los procedimientos legales de forma correcta	185	76,76%	56,76%	20,00%	12,97%	3,78%	6,49%
La Entidad innova en la solución de problemas	177	80,79%	55,93%	24,86%	5,65%	8,47%	5,08%
La Entidad está al día en la aplicación de innovaciones del sector	196	76,02%	55,10%	20,92%	12,24%	7,14%	4,59%
La Entidad es efectiva	183	80,87%	54,64%	26,23%	5,46%	8,20%	5,46%
La Entidad es líder en el sector	175	74,29%	54,29%	20,00%	12,00%	6,29%	7,43%
Los productos y/o servicios entregados son de alta calidad	122	90,16%	52,46%	37,70%	3,28%	4,92%	1,64%
La Entidad atiende, escucha y responde oportunamente las solicitudes que recibe de aquellos con quienes se relaciona	177	75,71%	51,98%	23,73%	10,17%	6,78%	7,34%
La Entidad fomenta la lucha contra la corrupción, lavado de activos y soborno	194	78,35%	51,03%	27,32%	9,79%	5,15%	6,70%

<b>Criterios</b>	<b>Muestra</b>	<b>Reputación</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Neutro</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
La Entidad es empática con las personas u organizaciones que tienen desventajas ante sus acciones	175	76,57%	49,71%	26,86%	10,86%	7,43%	5,14%
La Entidad cumple con lo que se compromete	175	76,57%	46,29%	30,29%	6,86%	10,86%	5,71%
La forma de trabajo de la Entidad es ética	196	78,06%	45,41%	32,65%	7,14%	6,12%	8,67%
La Entidad toma decisiones a su cargo que no generan cuestionamientos	194	74,74%	44,33%	30,41%	7,22%	11,86%	6,19%
La Entidad es íntegra	172	69,19%	43,60%	25,58%	13,95%	6,98%	9,88%
Los colaboradores de la Entidad tienen alto nivel de habilidad en su profesión	190	66,32%	40,00%	26,32%	18,42%	8,95%	6,32%
La Entidad genera valor público en el mejoramiento de la calidad de vida	196	77,55%	39,80%	37,76%	4,59%	12,24%	5,61%
La Entidad genera acciones para mitigar el impacto ambiental y cambio climático	196	70,41%	36,22%	34,18%	12,24%	10,20%	7,14%
La Entidad tiene buena imagen y transmite respeto	175	65,14%	23,43%	41,71%	12,57%	12,57%	9,71%

## Apéndice C

### *Confianza Global y por criterio*

Alfa de Cronbach = 0,9650

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total		Correlación por elemento	Correlación múltiple	Alfa de Cronbach
	Desv.Est. Media total	Desv.Est. ajustada			
v1	139,32	13,73	0,4075	0,5275	0,9666
v2	138,96	13,82	0,5483	0,7443	0,9646
v3	139,04	13,63	0,7194	0,7908	0,9635
v4	139,26	13,47	0,7421	0,8275	0,9635
v5	138,89	13,74	0,6859	0,7587	0,9638
v6	139,05	13,62	0,6906	0,7007	0,9637
v7	139,60	13,52	0,6074	0,6659	0,9650
v8	139,42	13,45	0,6813	0,7285	0,9643
v9	138,96	13,71	0,7143	0,7554	0,9636
v10	139,06	13,63	0,6787	0,7463	0,9638
v11	138,84	13,69	0,8030	0,9452	0,9632
v12	138,84	13,70	0,7880	0,9478	0,9633
v13	138,98	13,65	0,7965	0,8469	0,9631
v14	139,14	13,56	0,7228	0,7669	0,9635
v15	138,84	13,74	0,8291	0,9397	0,9633
v16	138,86	13,74	0,7723	0,9201	0,9635
v17	138,88	13,73	0,7671	0,7916	0,9635
v18	139,39	13,56	0,5897	0,7090	0,9650
v19	138,92	13,81	0,6047	0,6711	0,9643
v20	138,97	13,71	0,6810	0,7530	0,9638
v21	138,96	13,71	0,6566	0,7557	0,9640
v22	138,95	13,59	0,8036	0,8325	0,9630
v23	138,86	13,70	0,7898	0,7936	0,9633
v24	139,05	13,66	0,6059	0,7276	0,9644
v25	138,82	13,76	0,6889	0,7612	0,9638
v26	138,88	13,68	0,8243	0,8694	0,9631
v27	138,97	13,65	0,7360	0,8306	0,9634
v28	138,90	13,64	0,7822	0,8136	0,9632
v30	138,83	13,76	0,7217	0,8284	0,9637
v31	138,92	13,74	0,7201	0,8019	0,9637
v32	138,75	13,87	0,6447	0,8534	0,9643

### Confianza factor desempeño

Alfa de Cronbach = 0,8819

Estadísticas de elementos omitidas

Correlación

Variable omitida	total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Media total ajustada	Desv.Est. ajustada		
v1	35,877	4,479	0,4759	0,8845
v2	35,557	4,618	0,5515	0,8757
v3	35,656	4,431	0,7226	0,8617
v4	35,836	4,241	0,8019	0,8523
v5	35,475	4,586	0,6715	0,8692
v6	35,664	4,421	0,6951	0,8635
v7	36,180	4,278	0,6789	0,8654
v8	35,984	4,293	0,6547	0,8681
v9	35,541	4,634	0,5272	0,8773

### Confianza factor moral

Alfa de Cronbach = 0,9784

#### Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Media total ajustada	Desv.Est. ajustada		
v11	28,307	7,873	0,9590	0,9730
v12	28,343	7,827	0,9555	0,9731
v13	28,452	7,894	0,9294	0,9745
v14	28,645	7,815	0,8798	0,9775
v15	28,361	7,846	0,9560	0,9731
v16	28,380	7,837	0,9475	0,9735
v17	28,289	8,033	0,9123	0,9758
v18	28,765	8,021	0,7705	0,9826

### Confianza factor técnico

Alfa de Cronbach = 0,9256

#### Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Media total ajustada	Desv.Est. ajustada		
v19	37,637	3,924	0,6554	0,9217
v20	37,690	3,820	0,7356	0,9167
v21	37,673	3,809	0,7198	0,9177
v22	37,664	3,736	0,7917	0,9129
v23	37,575	3,861	0,7520	0,9162
v24	37,770	3,723	0,6857	0,9225
v25	37,540	3,868	0,7417	0,9168
v26	37,593	3,802	0,8581	0,9099
v27	37,690	3,803	0,7028	0,9190

## Confianza factor legal

Alfa de Cronbach = 0,9724

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total				Alfa de Cronbach
	Desv.Est. ajustada	Desv.Est. ajustada	Correlación por elemento	Correlación múltiple	
v28	12,518	3,462	0,9277	0,8844	0,9643
v30	12,500	3,423	0,9588	0,9248	0,9553
v31	12,548	3,470	0,9286	0,8677	0,9640
v32	12,367	3,575	0,9094	0,8316	0,9698

## Confianza por grupos de Interés

### Grupos de valor

Alfa de Cronbach = 0,9863

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total				Alfa de Cronbach
	Desv.Est. ajustada	Desv.Est. ajustada	Correlación por elemento	Correlación múltiple	
v2	63,17	23,52	0,9048	0,8861	0,9855
v3	63,42	23,74	0,8856	0,9550	0,9856
v4	63,32	23,71	0,8652	0,9180	0,9857
v5	63,28	23,77	0,8447	0,9596	0,9858
v6	63,51	23,69	0,9215	0,9656	0,9854
v7	63,66	23,96	0,6945	0,8713	0,9867
v8	63,45	23,70	0,9004	0,9318	0,9855
v9	63,53	23,81	0,8218	0,8879	0,9860
v10	63,47	23,65	0,8761	0,9535	0,9857
v11	63,21	23,71	0,9338	0,9670	0,9853
v12	63,32	23,69	0,9244	0,9788	0,9854
v13	63,36	23,77	0,9085	0,9353	0,9855
v14	63,62	23,76	0,8087	0,8545	0,9861
v15	63,38	23,77	0,9031	0,9488	0,9855
v16	63,40	23,76	0,8881	0,9530	0,9856
v17	63,08	23,99	0,8049	0,8581	0,9861
v18	63,47	23,96	0,7313	0,8596	0,9864
v22	63,47	23,75	0,8804	0,9527	0,9856
v23	63,30	23,81	0,8185	0,8659	0,9860
v26	63,42	23,82	0,8836	0,9283	0,9856
v28	63,30	23,69	0,9079	0,9593	0,9855
v30	63,40	23,72	0,9230	0,9739	0,9854
v31	63,36	23,70	0,8907	0,9626	0,9856
v32	63,15	23,97	0,7490	0,8715	0,9863

## Usuarios

Alfa de Cronbach = 0,9656

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Desv.Est. ajustada	ajustada		
v2	76,50	10,82	0,9281	* 0,9615
v4	76,33	11,22	0,6509	* 0,9652
v6	77,50	10,69	0,7106	* 0,9665
v8	76,50	10,82	0,9281	* 0,9615
v10	76,83	10,72	0,9593	* 0,9609
v11	76,33	11,09	0,8887	* 0,9630
v12	76,17	11,27	0,5958	* 0,9657
v14	77,00	10,81	0,7717	* 0,9639
v15	76,33	11,09	0,8887	* 0,9630
v16	76,33	11,09	0,8887	* 0,9630
v17	76,17	11,27	0,5958	* 0,9657
v19	76,33	11,34	0,4185	* 0,9672
v20	76,83	11,44	0,1934	* 0,9696
v26	76,67	10,65	0,9421	* 0,9612
v27	76,83	10,72	0,9593	* 0,9609
v28	76,50	10,82	0,9281	* 0,9615
v29	76,50	10,82	0,9281	* 0,9615
v31	77,17	10,80	0,7414	* 0,9647
v32	76,17	11,14	0,8458	* 0,9636

## Constructor, Contratista de obra o consultor

Alfa de Cronbach = 0,9674

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Desv.Est. ajustada	ajustada		
v4	71,50	13,50	0,7901	* 0,9654
v6	71,60	13,59	0,8600	* 0,9645
v8	71,30	13,57	0,7844	* 0,9654
v10	71,20	13,51	0,8996	* 0,9639
v11	71,00	13,42	0,8500	* 0,9645
v15	71,00	13,42	0,8500	* 0,9645
v16	71,00	13,42	0,8500	* 0,9645
v17	70,80	13,73	0,7901	* 0,9655
v18	71,20	13,43	0,8855	* 0,9639
v19	71,30	13,60	0,8580	* 0,9645
v20	71,30	13,45	0,8227	* 0,9649

v21	71,10	13,88	0,6680	*	0,9669
v26	71,10	13,74	0,8489	*	0,9650
v27	71,00	14,02	0,5635	*	0,9680
v28	70,80	13,97	0,6188	*	0,9675
v29	71,00	13,42	0,8500	*	0,9645
v31	71,20	13,94	0,4472	*	0,9698
v32	70,70	13,65	0,7732	*	0,9656

## Entidades públicas

Alfa de Cronbach = 0,9647

Estadísticas de elementos omitidas

Variable omitida	Correlación total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Media total	Desv.Est. ajustada		
v1	114,50	14,35	0,2019	* 0,9664
v2	114,63	13,54	0,8535	* 0,9621
v3	114,88	13,64	0,7815	* 0,9628
v4	114,75	13,57	0,8311	* 0,9623
v5	114,38	14,28	0,3835	* 0,9653
v6	114,88	13,65	0,7708	* 0,9629
v7	115,13	14,13	0,6243	* 0,9640
v8	114,63	13,87	0,7837	* 0,9626
v9	114,50	14,12	0,4419	* 0,9654
v10	115,00	13,44	0,9064	* 0,9615
v11	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v12	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v13	114,38	14,01	0,9858	* 0,9623
v15	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v16	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v18	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v19	114,38	14,04	0,5864	* 0,9642
v20	114,75	13,57	0,8311	* 0,9623
v21	114,50	13,77	0,9270	* 0,9615
v22	114,50	13,77	0,9270	* 0,9615
v23	114,63	13,55	0,9848	* 0,9606
v24	114,50	13,77	0,9270	* 0,9615
v26	114,63	13,87	0,7837	* 0,9626
v30	114,25	14,25	0,6025	* 0,9645
v31	114,75	13,32	0,9641	* 0,9609
v32	114,38	14,04	0,5864	* 0,9642

## Gente IDU

Alfa de Cronbach = 0,9650

Estadísticas de elementos omitidas

Variable	Correlación total		Correlación por elemento	Alfa de Cronbach
	Media total	Desv.Est. ajustada		

omitida	ajustada	ajustada	elemento	cuadrada	Cronbach
v1	139,32	13,73	0,4075	0,5275	0,9666
v2	138,96	13,82	0,5483	0,7443	0,9646
v3	139,04	13,63	0,7194	0,7908	0,9635
v4	139,26	13,47	0,7421	0,8275	0,9635
v5	138,89	13,74	0,6859	0,7587	0,9638
v6	139,05	13,62	0,6906	0,7007	0,9637
v7	139,60	13,52	0,6074	0,6659	0,9650
v8	139,42	13,45	0,6813	0,7285	0,9643
v9	138,96	13,71	0,7143	0,7554	0,9636
v10	139,06	13,63	0,6787	0,7463	0,9638
v11	138,84	13,69	0,8030	0,9452	0,9632
v12	138,84	13,70	0,7880	0,9478	0,9633
v13	138,98	13,65	0,7965	0,8469	0,9631
v14	139,14	13,56	0,7228	0,7669	0,9635
v15	138,84	13,74	0,8291	0,9397	0,9633
v16	138,86	13,74	0,7723	0,9201	0,9635
v17	138,88	13,73	0,7671	0,7916	0,9635
v18	139,39	13,56	0,5897	0,7090	0,9650
v19	138,92	13,81	0,6047	0,6711	0,9643
v20	138,97	13,71	0,6810	0,7530	0,9638
v21	138,96	13,71	0,6566	0,7557	0,9640
v22	138,95	13,59	0,8036	0,8325	0,9630
v23	138,86	13,70	0,7898	0,7936	0,9633
v24	139,05	13,66	0,6059	0,7276	0,9644
v25	138,82	13,76	0,6889	0,7612	0,9638
v26	138,88	13,68	0,8243	0,8694	0,9631
v27	138,97	13,65	0,7360	0,8306	0,9634
v28	138,90	13,64	0,7822	0,8136	0,9632
v30	138,83	13,76	0,7217	0,8284	0,9637
v31	138,92	13,74	0,7201	0,8019	0,9637
v32	138,75	13,87	0,6447	0,8534	0,9643

## Apéndice D

### *Cálculo del índice de reputación considerando los indicadores complementarios*

Criterio	Reputación	Medición complementaria	Resultado	Resultado final
La Entidad implementa nuevos estándares o buenas prácticas	98,23%			98,23%
La Entidad es una organización que aprende y mejora continuamente	90,51%			90,51%
La Entidad es un buen sitio para trabajar	89,34%			89,34%
Los colaboradores de la Entidad entienden los problemas y asuntos del sector	95,74%			95,74%
La Entidad trabaja de forma legal y no por decisiones arbitrarias	91,79%			91,79%
La Entidad genera un buen balance entre transparencia y la confidencialidad	78,95%			78,95%
La Entidad coopera con Entidades del sector y la academia	93,62%			93,62%
Los productos de la Entidad son éticos	80,61%			80,61%
La Entidad genera una influencia positiva en la sociedad	79,56%			79,56%
La Entidad responde los requerimientos de información de forma efectiva y oportuna.	77,14%			77,14%
		Índice de transparencia y acceso a la información		
La Entidad es abierta y transparente	78,57%		1	89,29%
La Entidad aplica el principio de confidencialidad	78,57%			78,57%

Criterio	Reputación	Medición complementaria	Resultado	Resultado final
La Entidad es independiente de consideraciones políticas, del sector y los gremios	80,41%			80,41%
La Entidad mantiene su personal capacitado	77,97%			77,97%
La Entidad aplica los procedimientos legales de forma correcta	76,76%			76,76%
La Entidad innova en la solución de problemas	80,79%	Índice de innovación	0,425	61,65%
La Entidad está al día en la aplicación de innovaciones del sector	76,02%			76,02%
La Entidad es efectiva	80,87%	Índice de Desempeño institucional	0,9456	87,72%
La Entidad es líder en el sector	74,29%			74,29%
Los productos y/o servicios entregados son de alta calidad	90,16%			90,16%
La Entidad atiende, escucha y responde oportunamente las solicitudes que recibe de aquellos con quienes se relaciona	75,71%			75,71%
La Entidad fomenta la lucha contra la corrupción, lavado de activos y soborno	78,35%			78,35%
La Entidad es empática con las personas u organizaciones que tienen desventajas ante sus acciones	76,57%			76,57%
La Entidad cumple con lo que se compromete	76,57%			76,57%
La forma de trabajo de la Entidad es ética	78,06%			78,06%
La Entidad toma decisiones a su cargo que no generan cuestionamientos	74,74%			74,74%
La Entidad es íntegra	69,19%			69,19%

Criterio	Reputación	Medición complementaria	Resultado	Resultado final
Los colaboradores de la Entidad tienen alto nivel de habilidad en su profesión		66,32%		66,32%
La Entidad genera valor público en el mejoramiento de la calidad de vida		77,55%		77,55%
La Entidad genera acciones para mitigar el impacto ambiental y cambio climático		70,41%		70,41%
La Entidad tiene buena imagen y transmite respeto		65,14%		65,14%
<b>Resultado inicial</b>		<b>79,06%</b>	<b>Resultado con indicadores complementarios</b>	<b>79,90%</b>