

MERCO

EMPRESAS

17 OCTUBRE
RESULTADOS
2024



#UNAL

Dirección Nacional de Planeación y Estadística



**MERCO (MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN
CORPORATIVA)
MERCO EMPRESAS Y LÍDERES
RESULTADOS 2024**

La **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (UNAL)** en el ranking de **MERCO EMPRESAS Y LÍDERES 2024** ocupó el **PUESTO 23** en el listado de las **200 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA EN EL PAÍS**, descendió 4 puestos con relación a la medición del año anterior.

<https://www.merco.info/co/ranking-merco-empresas>

- **Análisis e Investigación**, es una de las empresas más importantes en el ámbito de la investigación de mercados con sede en España y es la encargada de elaborar el **Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO)**.
- El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), es una de las **herramientas de referencia en Iberoamérica en la medición de la reputación corporativa de las empresas**, tanto desde el punto de vista de la opinión pública como de las propias organizaciones mediante la aplicación de encuestas.
- **MERCO elabora ocho (6) monitores**: Merco Empresas, Merco Líderes, Merco Talento, Merco Marcas Financieras, Merco Consumo, Merco Responsabilidad Social y mejor Gobierno Corporativo y **tiene presencia en 19 países**.
- Merco para esta edición del ranking publicó el listado de las **200 empresas con mejor reputación corporativa en el país**, como resultado de las encuestas de percepción de múltiples stakeholders.
- Para esta edición 2024 logró **84.383 encuestas**, presentando 5.496 encuestas más que la edición anterior.

- En la edición 2024 del ranking Merco Empresas, fueron nominadas **13 universidades** colombianas.
- La Universidad Nacional de Colombia participa en esta medición desde el año 2009 y en esta edición ocupa el **puesto 23** del listado de las 200 empresas con mejor reputación corporativa y pierde el liderazgo que tuvo durante nueve (9) años en el sector Universidades - Educación Superior, ubicándose en el segundo puesto después de la Pontificia Universidad Javeriana.

1. METODOLOGÍA

MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) ya es uno de los monitores de referencia en el mundo, basado en una metodología multistakeholder (grupos de interés o partes interesadas) compuesta por 6 evaluaciones y 26 fuentes de información.

La medición de reputación tiene dos miradas, una dirigida a la **identidad corporativa**, relacionada con la trayectoria, cultura y estrategia organizacional y la otra mirada está centrada en el **reconocimiento**, el cual es establecido por los grupos de interés de cada una de las empresas a través de las encuestas.

El ranking mide diferentes sectores como el agroindustrial; de alimentos y bebidas; aseguradoras; cajas de compensación; cementeras; educación superior; financiero; industrial, petrolero y de telecomunicaciones, entre otros. También evalúa la gestión ambiental, la internacionalización, las tecnologías, además del apoyo y bienestar de los empleados y su percepción de la empresa.

Las 6 evaluaciones (encuestas a las partes interesadas) que se realizan para llegar a los resultados del ranking, son las siguientes:

No.	Parte interesada	Peso %
1	Directivos: pertenecientes a la alta dirección de las empresas que facturan más de 30M USD.	22%
2	Analistas financieros: puntúan de 0 a 100 los resultados económico-financieros, la solvencia y la calidad de la información económica de las empresas.	6%
	Periodistas de información económica: puntúan de 0 a 100 la transparencia informativa y la eficacia en la comunicación corporativa.	6%

No.	Parte interesada	Peso %
	Gobierno: GOBIERNO - ADMINISTRACIÓN. Miembros del gobierno, de la administración y parlamentarios de los partidos más representativos puntúan de 0 a 100 el compromiso ético, transparencia y buen gobierno.	6%
	ONG: puntúan de 0 a 100 el compromiso con la comunidad y la responsabilidad social y medioambiental.	4%
	Sindicatos: puntúan de 0 a 100 la calidad laboral.	4%
	Asociaciones de consumidores: puntúan de 0 a 100 la calidad del producto-servicio y el respeto a los derechos del consumidor.	4%
	Catedráticos de universidad: puntúan de 0 a 100 la calidad de la gestión empresarial, la estrategia competitiva y la innovación.	4%
	Social media managers: puntúan de 0 a 100 la eficacia de la gestión en comunicación digital, la ética y la innovación.	3%
3	Merco consumo: La población valora la reputación comercial de las empresas en función de 10 variables: trayectoria, calidad-precio, calidad, innovación, ética, empatía, compromiso ecológico, compromiso social, atractivo para trabajar y buena para invertir.	10%
4	Merco talento: trabajadores, estudiantes universitarios, egresados, directivos de recursos humanos y expertos headhunters identificaron las mejores empresas en Colombia.	10%
5	Merco digital: se evalúan canales propios, medios digitales, influencers y usuarios.	7%
6	Evaluación de méritos: técnicos de Análisis e Investigación verifican directamente mediante un “cuestionario de méritos” la reputación atribuida a cada empresa, con más de 200 indicadores que cada uno de las organizaciones debe diligenciar para lograr el posicionamiento en el ranking.	14%

RECOPILACIÓN DE DATOS

Los resultados para el posicionamiento tanto de las empresas como de los líderes dependen del número de nominaciones que obtengan en las encuestas realizadas a los grupos de interés y el análisis ponderado de los indicadores que cada empresa remite a través del formulario que comprende más de 200 indicadores sobre los siguientes aspectos:

1. Resultados económicos financieros
2. Calidad de la oferta comercial
3. Talento Humano
4. Ética y responsabilidad corporativa
5. Dimensión internacional de la empresa
6. Innovación

Las encuestas que realiza MERCO EMPRESAS están diseñadas para que las partes interesadas reconozcan y valoren la labor de la institución y el cumplimiento de los compromisos establecidos, y así exista una satisfacción de las expectativas esperadas por parte de los stakeholders.

La propuesta de MERCO es la de realizar una Evaluación integral de las instituciones:



Figura 1. Número de perspectivas y fuentes de información del monitor Merco Empresas 2024

El proceso de elaboración del ranking es el siguiente:



Figura 2. Proceso de elaboración del ranking Merco Empresas 2024

Las encuestas se aplican durante el periodo de febrero a junio de cada año.

Las fuentes de información son las siguientes:

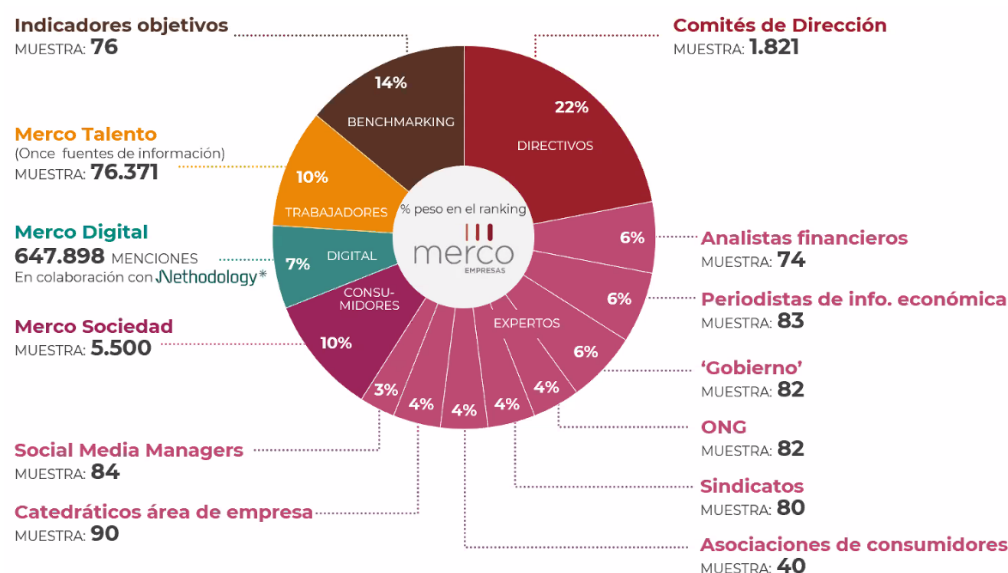


Figura 3. Total de encuestas por grupo de interés para la elaboración del ranking Merco Empresas 2024

Para el informe de resultados de Merco Empresas y Líderes 2024 en Colombia, fueron realizadas **84.383 encuestas** entre directivos empresariales, analistas financieros, sindicatos, periodistas, empleados de las empresas, asociaciones de consumidores, estudiantes universitarios, entre otros.

2. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

El ranking MERCO Empresas y Líderes listó las **200 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA EN EL PAÍS**, en el cual la Universidad Nacional de Colombia para el 2024 ocupó el **puesto 23** descendiendo cuatro (4) lugares con relación a la medición del año anterior, con un puntaje total de 6.629 puntos, la tendencia se presenta a continuación:

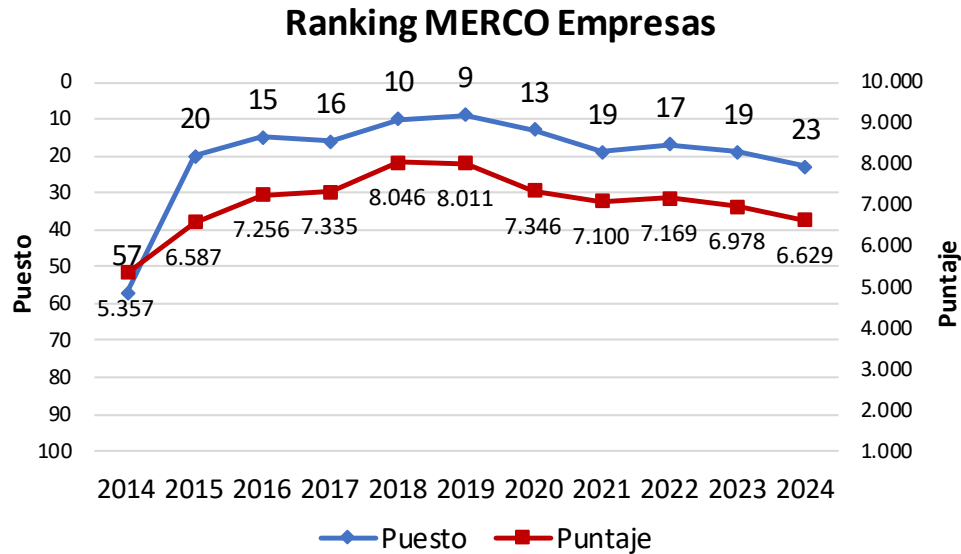


Figura 4. Puesto y puntaje de la UNAL en el ranking Merco Empresas, 2014-2024

En Colombia, en el **sector de la educación superior**, la Universidad Nacional de Colombia pierde el primer puesto y pasa al segundo lugar, después de la Pontificia Universidad Javeriana.

Las universidades tanto públicas como privadas empezaron a ser nominadas por los stakeholders desde el año 2008 y desde ese momento su posicionamiento permanece, la Universidad Nacional de Colombia se ubicaba en el puesto 57 en 2014 y en esta edición se ubica en el puesto 23 avanzando 31 lugares.

La evolución en el posicionamiento del top 5 de las universidades colombianas en el ranking de Merco Empresas se presenta a continuación:

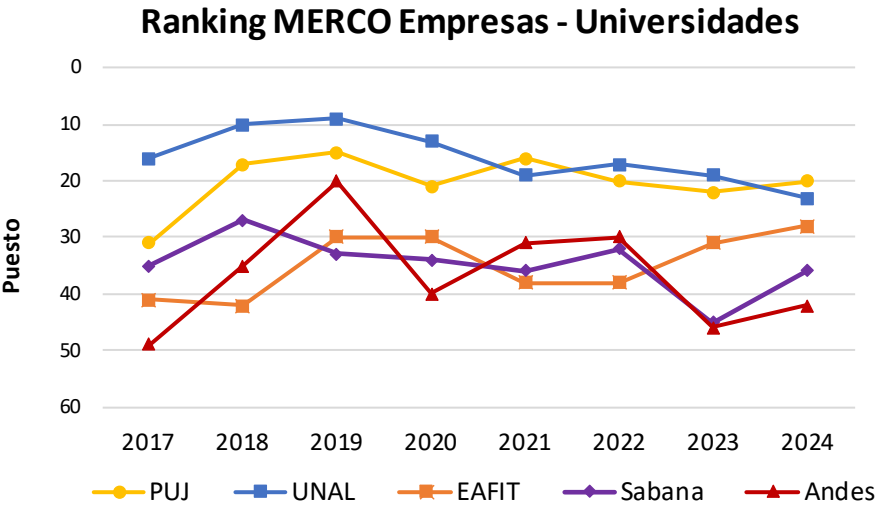


Figura 5. Posicionamiento top 5 de las universidades colombianas según el ranking Merco Empresas, 2024

A continuación, se presenta el comparativo 2023 y 2024 del posicionamiento de las universidades en el ranking Merco Empresas:

Tabla 1.
POSICIONAMIENTO DE LAS UNIVERSIDADES EN EL RANKING MERCO EMPRESAS, 2023-2024

Puesto 2023	Puesto 2024	UNIVERSIDAD	Puntuación 2024
22	20 ↑	Pontificia Universidad Javeriana	6.716
19	23 ↓	Universidad Nacional de Colombia	6.629
31	28 ↑	Universidad EAFIT	6.195
45	36 ↑	Universidad de La Sabana	6.019
46	42 ↑	Universidad de Los Andes	5.860
36	78 ↓	Universidad del Rosario	4.522
	109	Universidad de Antioquia	2.032
	122	Universidad Pontificia Bolivariana	1.920
	123	Universidad Externado de Colombia	1.912
	125	Universidad ICESI	1.868
	127	Universidad CES	1.827
	137	Universidad EIA	1.697
	180	INALDE	1.348

Tabla 2.
TOP 10 DE LAS EMPRESAS CON MAYOR REPUTACIÓN EN COLOMBIA

Universidad
Nacional
de Colombia

Puesto 2023	Puesto 2024	Empresa	Sector
1	1	Bancolombia	Financiero
3	2 ↑	Alpina	Alimentos y bebidas
2	3 ↓	Grupo Nutresa	Alimentos y bebidas
5	4 ↑	Bavaria	Alimentos y bebidas
6	5 ↑	SURA	Aseguradoras
4	6 ↓	Ecopetrol	Petroleras
8	7 ↑	Crepes & Waffles	Restaurantes y cafés
10	8 ↑	Grupo Argos	Conglomerado empresarial
9	9	Davivienda	Financiero
7	10 ↓	Grupo Éxito	Grandes superficies

Los resultados de las encuestas diligenciadas por los **MIEMBROS DEL GOBIERNO**, presentan que la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA** es la de mayor reconocimiento en el país:

Expertos

Miembros del 'Gobierno'

- Compromiso ético, transparencia y buen gobierno
- Compromiso con el país
- Compromiso social
- Compromiso medioambiental

Las tres empresas con
más reconocimiento

- 1° **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA**
- 2° **COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE**
- 3° **CREPES & WAFFLES**

Mientras que los resultados de las encuestas diligenciadas por los **DIRECTIVOS** de las empresas mantienen como la mejor empresa del país a **BANCOLOMBIA**:



Y para los **CATEDRÁTICOS UNIVERSITARIOS**, la mejor y más reconocida empresa en Colombia es **GOOGLE**:



3. REFLEXIONES DEL RANKING MERCO EMPRESAS

- Cada día cobra mayor importancia el **PROCESO DE COMUNICACIÓN Y LOS EQUIPOS DE COMUNICACIÓN** de las instituciones, es el medio mediante el cual se construye confianza en las partes interesadas y se fortalece la razón de ser de las organizaciones.
- Las empresas líderes en reputación son aquellas que cuentan con **EQUIPOS DE COMUNICACIÓN FUERTES**, lo que hace imprescindible una buena **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN** y un buen equipo para lograr el liderazgo reputacional.
- Debilitar los Equipos de Comunicación significa desproteger una de las partes que seguramente las instituciones necesitan mayor refuerzo debido a los **CRECIENTES NIVELES DE EXIGENCIA EN TRANSPARENCIA**, en la **PUBLICACIÓN DE RESULTADOS Y BENEFICIOS** a las comunidades y mayor **RESPONSABILIDAD SOCIAL**.
- La **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN** entorno a las partes interesadas, construyen una percepción de lo bien o mal de los resultados de la organización y estructura elementos críticos para la construcción por parte de esos grupos de interés de la **REPUTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN**.
- Los **EQUIPOS DE COMUNICACIÓN** no deben estar sólo al servicio de la alta dirección de las organizaciones o sólo al responsable máximo, porque eso desplaza a un segundo plano el despliegue de una **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN HOLÍSTICA** que es lo que realmente le interesa a los stakeholders.
- Una **BUENA COMUNICACIÓN** exige que los equipos vayan más allá de las noticias y/o contenidos generados y **EVALÚEN EL IMPACTO REPUTACIONAL EN LOS DIFERENTES PÚBLICOS OBJETIVOS**.