



MERCO

EMPRESAS Y LÍDERES

**19 OCTUBRE
RESULTADOS
2023**





**MERCO (MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA)
MERCOS EMPRESAS Y LÍDERES
RESULTADOS 2023**

La **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (UNAL)** en el ranking de **MERCO EMPRESAS Y LÍDERES 2023** ocupó el **PUESTO 19** en el listado de las **100 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA EN EL PAÍS**, descendió 2 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 (MERCOS).
- El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOS), 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.
- **MERCOS elabora ocho (8) monitores**: Merco Empresas, Merco Líderes, Merco Responsabilidad ESG, Merco Talento, Merco Talento Universitario, Merco Consumo, Merco Digital y Merco Salud **y tiene presencia en más de quince países**: España, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Bolivia, Brasil, México, Perú, Costa Rica, Panamá, Uruguay, Portugal, Italia, y en proceso en Guatemala y Paraguay.
- Merco publica anualmente desde el año 2000, el listado de las **100 empresas con mejor reputación corporativa en el país**, como resultado de las encuestas de percepción de múltiples stakeholders.
- Para esta edición 2023 logró 78.887 **encuestas**, presentando 5.052 encuestas menos que la edición anterior.

- En la edición 2023 del ranking Merco Empresas, fueron nominadas **6 universidades** colombianas.
- La Universidad Nacional de Colombia participa en esta medición desde el año 2009 y en esta edición ocupa el **puesto 19** del listado de las 100 empresas con mejor reputación corporativa y mantiene el primer puesto en el sector Universidades - Educación Superior.

1. ESTRATEGIAS DE MEJORA

MERCO es un monitor reputacional basado en la aplicación de encuestas a diferentes públicos, los cuales están invitados a que a través de su percepción y/o conocimiento valoren a la Universidad Nacional de Colombia de una manera integral en aspectos como:

- Gestión económica
- Calidad de sus productos y servicios (egresados notables, información socioeconómica de los egresados)
- Gestión de comunicaciones hacia sus clientes
- Gestión del Talento Humano (clima sociolaboral, inclusión, bienestar, salud y seguridad)
- Responsabilidad social y medioambiental (consumo de recursos, huella de carbono)
- Investigación y Desarrollo (Objetivos de Desarrollo Sostenible)
- Innovación e Internacionalización

La reputación es un tema que influye en la credibilidad y calidad de los productos y servicios, que para la Universidad Nacional de Colombia se configuran principalmente en nuestros **EGRESADOS**, además de los proyectos de investigación y extensión que se desarrollan para y con las comunidades en diferentes sectores.

Con relación a nuestros **EGRESADOS**, es fundamental que la UNAL tenga información de:

- Su situación laboral (empleabilidad)
- En qué sectores se encuentran trabajando
- Cuáles son los rangos de salarios en los que se ubican
- Si el desempeño laboral es acorde al estudio realizado
- Y se requiere de la identificación de **EGRESADOS NOTABLES** que están incidiendo en la política pública, se ubican en los niveles de alta dirección de las empresas, generando conocimiento que cambia la ciencia y la tecnología en todos los sectores, principalmente.

Por lo anterior, una estrategia de mejora debe estar dirigida a revisar la encuesta que se aplica a los egresados, si comprende la información requerida por la institución, la aplicación (tiempo y cobertura) y las estrategias para lograr una mayor respuesta de la misma. No sólo el Programa Nacional de Egresados debe estar involucrado en el diseño de esa estrategia sino también todas las oficinas de egresados de las sedes.

Adicionalmente, es importante con relación al **CLIMA SOCIOLABORAL**, valorar las acciones emprendidas como los talleres de fortalecimiento de las competencias blandas, las charlas de salud ocupacional y las actividades realizadas para el conocimiento y apropiación del código de ética, lo anterior debido a que se presentan **FACTORES EN LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL** que no se tienen en cuenta, como:

- El desarrollo profesional y la promoción interna
- La motivación y el reconocimiento
- Que la empresa tenga buena imagen/reputación en la sociedad
- Capacidad de la empresa para atraer talento
- El grado de compromiso de los trabajadores
- El grado en que sus trabajadores recomiendan la empresa como lugar de trabajo
- Satisfacción de trabajar en la empresa (Índice de satisfacción del empleado)

Los anteriores factores son tenidos en cuenta en la medición del ranking MERCO y la UNAL no presenta resultado alguno sobre ellos y con relación a los factores en los que sí presenta medición, los resultados no superan los 50 puntos de un total de 100 posibles, como se ve en la siguiente gráfica:

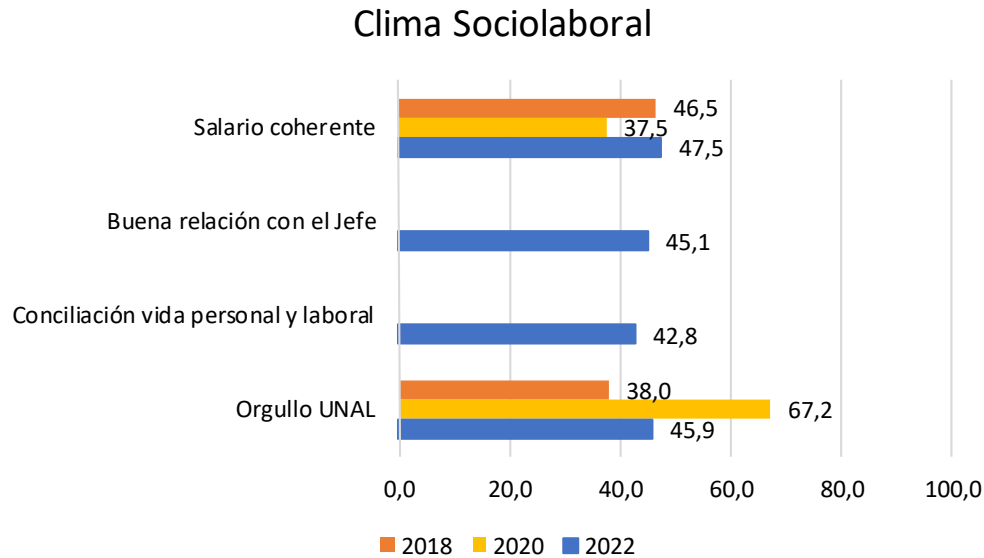


Figura 1. Puntaje de los factores evaluados en la encuesta de clima laboral UNAL, 2018-2022

Un factor clave que ha tomado fuerza desde la pandemia y que va de la mano con el bienestar de los empleados en entornos seguros y agradables, es el **TRABAJO REMOTO**, definido como aquel que se lleva a cabo desde una ubicación, ya sea casa u otra, que no sea las oficinas de la empresa.

Los líderes empresariales que participan de los monitores de MERCOCO, aseguran que los niveles de productividad en la mayoría de los casos crecieron o no se vieron afectados por el desempeño de sus colaboradores de manera remota.

Los resultados positivos que ha producido el trabajo remoto han obligado a las compañías a rediseñar cómo y dónde se labora y la mejor prueba fue el periodo de pandemia que demostró que los trabajadores están listos para migrar a un modo de trabajo remoto o semi presencial.

Una de las variables que MERCOCO contempla incorporar en su monitor Merco Talento, es el concepto de **FELICIDAD**, mediante el cual se les preguntará a los trabajadores propios de la Universidad:

- Te sientes bien con el tipo de trabajo que realizas
- Tienes un buen ambiente de trabajo
- Consideras que tu trabajo se reconoce
- Estás creciendo profesionalmente
- Te sientes feliz en tu trabajo de manera global

En el aspecto de buen ambiente de trabajo se contemplan las políticas de trabajo remoto y las opciones que brinda el empleador para que los empleados pueden trabajar donde se sientan cómodos y el bienestar que esto genera no sólo de manera individual sino también familiar y social.

Así mismo, es pertinente que la jerarquía organizacional que mantiene la Universidad sea evaluada con criterios de eficiencia y cumplimiento de propósitos, lo anterior implica un análisis de cargos, perfiles y cargas laborales.

El proceso de Gestión de Talento Humano de la UNAL debe establecer mediciones y acciones que contribuyan al mejoramiento del clima sociolaboral en la institución.

2. METODOLOGÍA

MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) es ya uno de los monitores de referencia en el mundo, basado en una metodología multistakeholder (múltiples actores) compuesta por 6 evaluaciones y 27 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 (partes interesadas encuestadas – stakeholders) 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%

No.	Parte interesada	Peso %
	Periodistas de información económica: puntúan de 0 a 100 la transparencia informativa y la eficacia en la comunicación corporativa.	6%
	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%
	Expertos en Responsabilidad Social: Evalúan cinco variables: comportamiento ético; transparencia y buen gobierno; responsabilidad con los empleados; compromiso con el medio ambiente y el cambio climático; y contribución a la comunidad.	
	Líderes de opinión: Evalúan el liderazgo y la transferencia reputacional.	
3	Merco digital: se evalúan canales propios, medios digitales, influencers y usuarios.	7%
4	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%
5	Merco talento: trabajadores, estudiantes universitarios, egresados, directivos de recursos humanos y expertos headhunters identificaron las mejores empresas en Colombia.	10%
6	Evaluación de méritos: técnicos de Análisis e Investigación verifican directamente mediante un “cuestionario de méritos” la reputación atribuida a cada empresa, siguiendo criterios homologados con los principales índices.	14%

RECOPIACIÓN 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.



Figura 2. Número de perspectivas y fuentes de información del monitor Merco Empresas 2023

El proceso de elaboración del ranking es el siguiente:



Figura 3. Proceso de elaboración del ranking Merco Empresas 2023

Las fuentes de información son las siguientes:

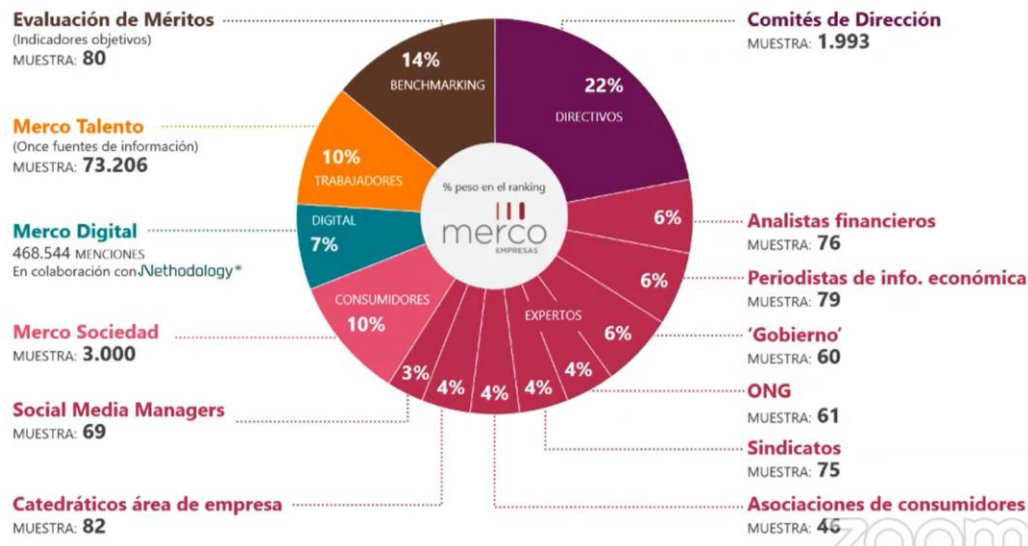


Figura 4. Número de encuestas logradas de partes interesadas para la elaboración del ranking Merco Empresas 2023

Para el informe de resultados de Merco Empresas y Líderes 2023 en Colombia, fueron realizadas **78.887 encuestas** entre directivos empresariales, analistas financieros, sindicatos, periodistas, empleados de las empresas, asociaciones de consumidores, estudiantes universitarios, entre otros.

3. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

El ranking MERCO Empresas y Líderes listó las **100 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA EN EL PAÍS**, en el cual la Universidad Nacional de Colombia para el 2023 ocupó el **puesto 19** descendiendo dos lugares con relación a la medición del año anterior, con un puntaje total de 6.978 puntos, la tendencia se presenta a continuación:

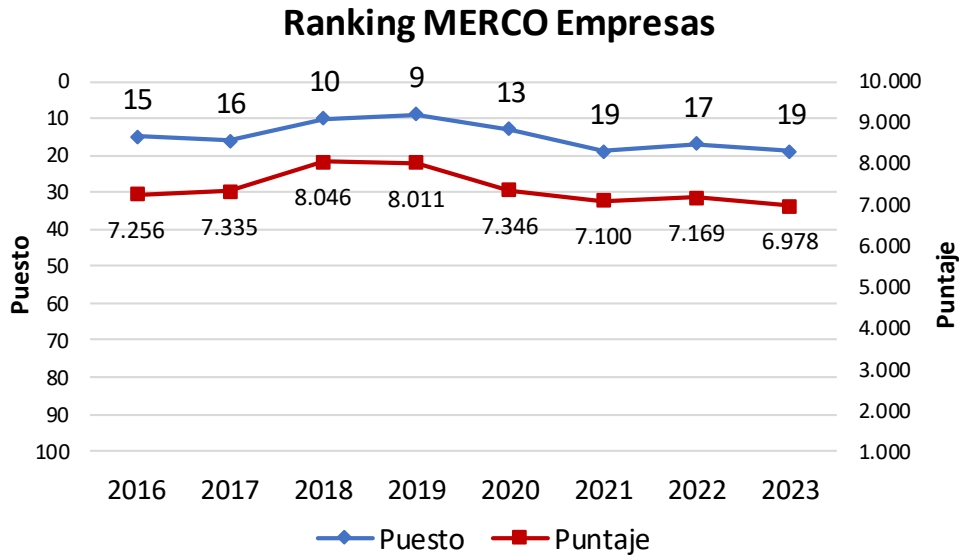


Figura 5. Puesto y puntaje de la UNAL en el ranking Merco Empresas, 2016-2023

En Colombia, en el sector educación superior, la Universidad Nacional de Colombia mantiene el primer puesto, seguida por la Pontificia Universidad Javeriana en el segundo lugar y la Universidad EAFIT en el tercer lugar.

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 ingresó al monitor en el puesto 45 y en esta edición se ubica en el puesto 19 mejorando 26 lugares desde 2009.

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

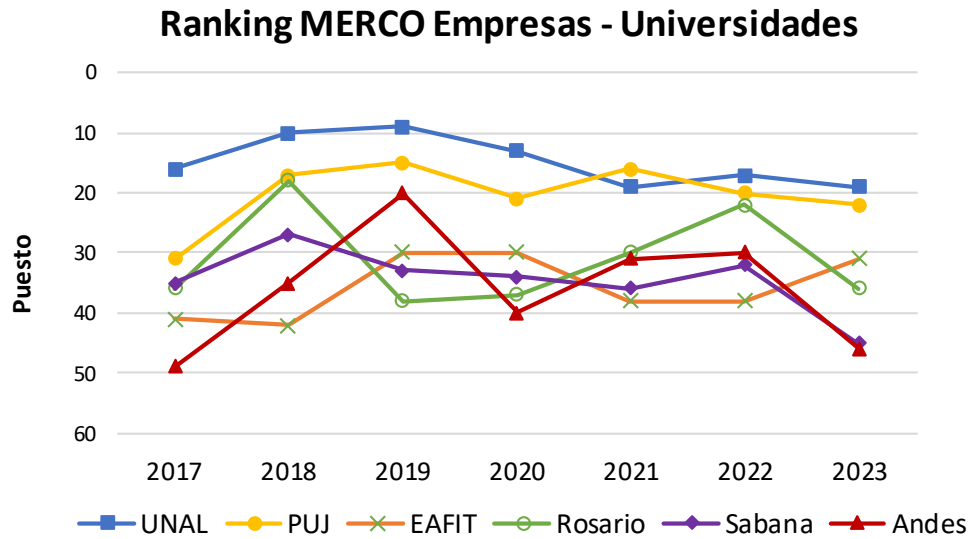


Figura 6. Posicionamiento de la UNAL comparativo con otras universidades según el ranking Merco Empresas, 2023

En general, las universidades han perdido lugares en su posicionamiento en el ranking de MERCOS EMPRESAS, exceptuando la Universidad EAFIT que ascendió 7 puestos en la edición 2023 del ranking.

A continuación, se presenta el comparativo 2022 y 2023 del posicionamiento de las universidades en el ranking Merco Empresas:

Tabla 1. Posicionamiento de las universidades en el ranking Merco Empresas, 2022-2023

Puesto Top 100	IES	Puesto 2022	Puesto 2023	Puntaje 2023
19	Universidad Nacional de Colombia	1	1 ↑	6.978
22	Pontificia Universidad Javeriana	2	2 ↓	6.866
31	Universidad EAFIT	6	3 ↑	6.355
36	Universidad del Rosario	3	4 ↓	6.073
45	Universidad de La Sabana	5	5 ↑	5.803
46	Universidad de Los Andes	4	6 ↓	5.771

Tabla 2.

TOP 20 DE LAS EMPRESAS CON MAYOR REPUTACIÓN EN COLOMBIA

Universidad
Nacional
de Colombia

Puesto 2022	Puesto 2023	Empresa	Sector
1	1	Bancolombia	Financiero
2	2	Grupo Nutresa	Alimentos y bebidas
3	3	Alpina	Alimentos y bebidas
5	4 ↑	Ecopetrol	Petroleras
6	5 ↑	Bavaria	Alimentos y bebidas
4	6 ↓	SURA	Aseguradoras
13	7 ↑	Grupo Éxito	Grandes superficies
8	8	Crepes & Waffles	Restaurantes y cafés
12	9 ↑	Davivienda	Financiero
14	10 ↑	Grupo Argos	Conglomerado empresarial
11	11	Nestlé	Alimentos y bebidas
39	12 ↑	Ramo	Alimentos y bebidas
13	13	Arturo Calle	Confección
18	14 ↑	Colombina	Alimentos y bebidas
11	15 ↓	Organización Corona	Industrial
14	16 ↓	Alquería	Alimentos y bebidas
21	17 ↑	Procafecol (Juan Valdez)	Restaurantes y cafés
12	18 ↓	Cementos Argos	Cementeras
17	19 ↓	Universidad Nacional de Colombia	Educación Superior
16	20 ↓	Postobón	Alimentos y bebidas

MERCO LÍDERES 2023

El ranking de líderes está compuesto por las encuestas realizadas principalmente a periodistas, analistas financieros, líderes de opinión y catedráticos, quienes nominaron a 822 líderes empresariales en Colombia, de ese total se listan solamente los 100 mejores para publicar el ranking.



Figura 7. Proceso de elaboración del ranking Merco Líderes 2023

La profesora **Dolly Montoya Castaño**, Rectora de la Universidad Nacional de Colombia, se posicionó en el **puesto 62** en el listado de los **100 líderes empresariales mejor valorados en Colombia**, descendiendo 32 lugares con relación al año anterior.

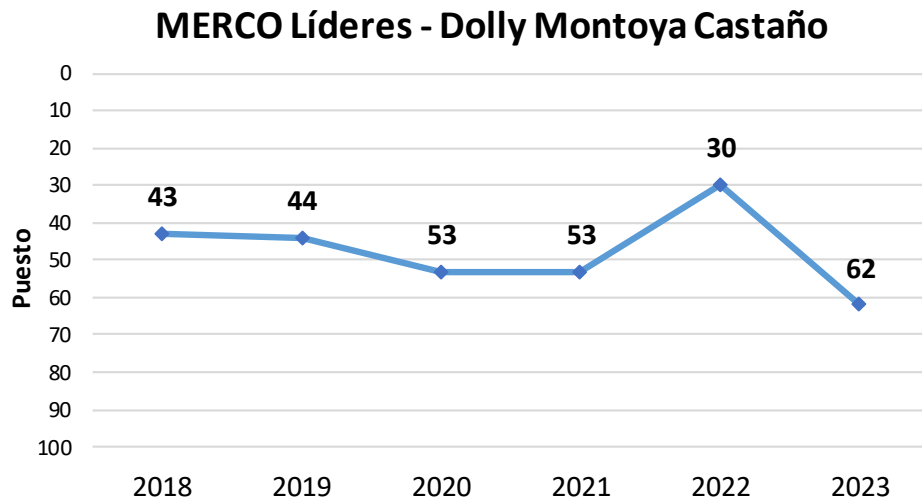


Figura 8. Posicionamiento de la Rectora de la Universidad Nacional de Colombia en el ranking Merco Líderes, 2018-2023

Cada año son más las mujeres reconocidas por su liderazgo en los altos cargos de las empresas, en el 2023 se cuenta con la nominación de 16 mujeres en el listado de líderes empresariales con mejor reputación en Colombia:

Tabla 3. Posicionamiento de las mujeres en el ranking Merco Líderes, 2023

Puesto 2023	Mujer Líder	Empresa
4	Beatriz Fernández	Crepes & Waffles
12	Camila Escobar Corredor	Procafecol
20	Juana Francisca Llano	Suramericana
26	Sylvia Escovar Gómez	Keralty
35	Claudia Patricia Restrepo	Universidad EAFIT
36	Brigitte Baptiste	Universidad EAN
41	Tatiana Mejía Casas	Koba -Tiendas D1
45	María Lorena Gutiérrez	Corficolombiana
61	Lina Monsalve Soto	Mercado Libre
62	Dolly Montoya Castaño	Universidad Nacional de Colombia
66	María Andrea Vargas	Natura Cosméticos
69	Mónica Contreras Esper	TGI
70	Claudia Bejarano Gutiérrez	Cerrejón
75	Raquel Bernal Salazar	Universidad de los Andes
82	María Fernanda Suárez	Banco Popular
85	Ángela María Hurtado Castro	JP Morgan