

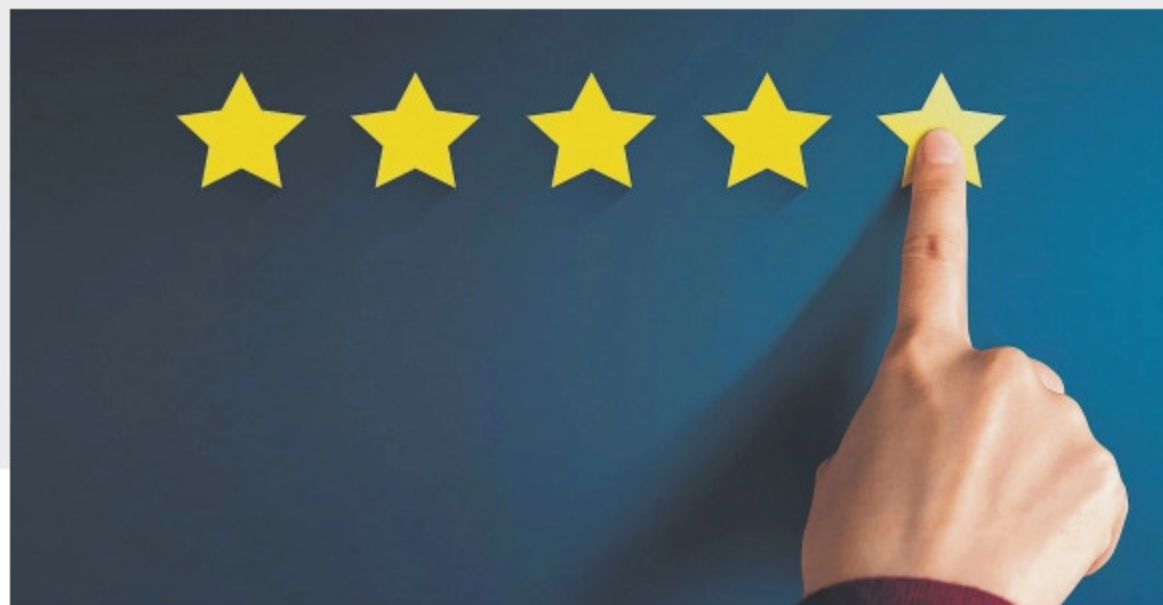
RANKING MERCADO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

Las 100 empresas y líderes de mejor reputación de Uruguay

La segunda edición del ranking mercado revela que las compañías tienen potencial para crecer a pesar del contexto adverso que trajo el COVID-19

SILVANA NICOLA
Viernes, 18 Diciembre 2020 04:00

Compartir esta noticia



Mercado Empresas y Líderes tiene sus ganadores 2020. **Mercado Libre**, **Banco Itaú**, **Conaprole**, **Antel**, **Banco Santander**, **Coca Cola**, **Salus**, **Hospital Británico**, **Unilever** y **Tienda Inglesa** conforman el Top 10 y son las compañías de **mejor reputación de Uruguay**.

Ranking general de empresas con mejor reputación 2020 MERCADO

Ranking 2020	Empresa	Puntuación
16º	FARMASHOP	7184
17º	SAMSUNG	7163
18º	GOOGLE	7143
19º	MCDONALD'S	7138
20º	MICROSOFT	7112
21º	TRES CRUCES	7013
22º	LABORATORIO ROEMMERS	7010
23º	PUNTA CARRETAS	6957
24º	TA-TA	6887
25º	DHL	6846
26º	IBM	6777
27º	NESTLÉ	6756
28º	UNIVERSIDAD ORT	6745
29º	BBVA URUGUAY	6703
30º	MERCEDES BENZ	6694

* No figuraba entre las 100 primeras empresas del ranking de 2019

A Flourish data visualization

En tanto, el listado de los 100 líderes empresariales mejor valorados es encabezado por **Carlos Lecueder (Montevideo Shopping)**, **Nicolás Jodal (Genexus)** y **Orlando Dovat (Zonamerica)**, quienes repiten el logro de 2019. El **Ranking Mercado de Reputación Corporativa local**, también integra en sus primeros puestos a **Horacio Vilaró (Itaú)**, **Rafael Hermida (Mercado Libre)**, **Enrique Baliño (Xn Partners)**, **Verónica Raffo (Ferrere)**, **Pablo Rosselli (Exante)**, **Ariel Burschtin (PedidosYa)** y **Nicolás Herrera (Guyer & Regules)**.

Ranking general de líderes y puntuaciones MERCADO

Ranking 2020	Líder	Empresa	Puntuación
1º	CARLOS ALBERTO LECUEDER	MONTEVIDEO SHOPPING	10000
2º	NICOLÁS JODAL	GENEXUS	9947
3º	ORLANDO DOVAT	ZONAMERICA	8404
4º	HORACIO ANTONIO VILARO	BANCO ITAU	7574
5º	RAFAEL HERMIDA	MERCADO LIBRE	6378
6º	ENRIQUE BALIÑO	XN PARTNERS	6177
7º	VERÓNICA RAFFO	FERRERE	5994
8º	PABLO ROSSELLI	EXANTE	5770
9º	ARIEL BURSCHTIN	PEDIDOSYA	5705
10º	NICOLAS HERRERA	GUYER & REGULES	5618
11º	CHRISTOPHER JONES	TA-TA	5561
12º	ALVARO GARCÍA	PEDIDOSYA	5528
13º	MARTIN SORROSAL	FARMASHOP	5485
14º	FELIPE (PIPE) STEIN	NOTABLE PUBLICIDAD	5477
15º	JORGE OTTAVIANELLI	BANCO SANTANDER	5466

A Flourish data visualization

MIRA TAMBIÉN Lecueder, Jodal y Dovat: el difícil arte de liderar en un año crítico

Empresas y empresarios destacados surgen de Merco, un monitor corporativo de referencia en Iberoamérica que evalúa la reputación de negocios desde el año 2000 y que se realizó por segundo año consecutivo en **Uruguay** (los ganadores de 2020 participaron de un evento virtual de premiación debido a la pandemia).

Con años de trayectoria en 15 países —entre ellos, España, Portugal, Italia, Colombia, Argentina, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Brasil, México, y Costa Rica— **Merco** está en proceso de expansión a otros países como Guatemala y Paraguay.

«El sentido del ranking es reconocer la buena reputación de las firmas uruguayas y premiarla, es reconocer la excelencia empresarial y apostar por tener empresas más fuertes económica y socialmente, que cuidan el talento y que son cada vez más éticas y comprometidas, son más innovadoras y más globales; en definitiva, por tener mejores empresas para un país más próspero y mejor», valoró **José María San Segundo**, CEO de Merco.

Preguntas y respuestas



Merco reconoce a las organizaciones y referentes de negocios más destacados.

Los resultados surgen tras un exhaustivo proceso que incluyó tres evaluaciones, 11 fuentes de información y 1.174 encuestas. La elaboración del ranking comenzó en junio cuando 200 directivos —de compañías que operan en Uruguay con facturación superior a US\$ 10 millones— respondieron el cuestionario de Merco. Estos integrantes seleccionaron las 10 empresas con mejor reputación (excluyendo la suya) y señalaron en cada una tres fortalezas y una debilidad entre 18 variables. Entre los valores se destacan resultados económicos financieros, calidad de la oferta comercial, talento, ética y responsabilidad corporativa. Las respuestas permitieron crear un ranking provisorio con las empresas de mejor reputación.

A la mirada de los directivos se le sumó la evaluación de 159 expertos (*stakeholders*). Analistas financieros, periodistas de información económica, integrantes del gobierno, responsables de Organizaciones No Gubernamentales (ONG), sindicatos, asociaciones de consumidores, catedráticos del área de empresas, social media managers, directores de comunicación y líderes de opinión respondieron a Merco.

Finalmente entre septiembre y octubre, 815 consumidores valoraron la reputación global de las empresas. Tras todo el proceso, el ranking global fue verificado por **KPMG**.

Las evaluaciones tienen un peso distinto para conformar el ranking definitivo: 31% corresponde a la evaluación de directivos, 57% aportan los expertos y 12% otros monitores.

«En plena pandemia, en Uruguay se sumaron *stakeholders* y hubo una participación superior a 2019», remarca **Jorge Pérez Esquivel**, **director General de Merco** para Argentina, Uruguay y Paraguay.

«Este año se subraya especialmente como fortaleza a las empresas más éticas y responsables», así como también un aumento de la calidad de la oferta, remarca Pérez Esquivel y agregó que debido al COVID-19 la dimensión internacional de las firmas decreció.

Según los directivos, aspectos como la solvencia, el valor de marca, el comportamiento corporativo ético son algunas de las fortalezas de las empresas que más sobresalieron este año. Por el contrario, los beneficios y el aumento de la calidad laboral quedaron en el debe

Recomendación de clientes, solvencia, valor de marca, potencial de crecimiento y el comportamiento corporativo ético son algunas de las fortalezas de las firmas que más sobresalieron en este último año, según la visión de los directivos.

En cambio, obtener mayores beneficios, aumentar la calidad laboral, fomentar el orgullo corporativo y desarrollar nuevos productos y servicios aún están en el debe.

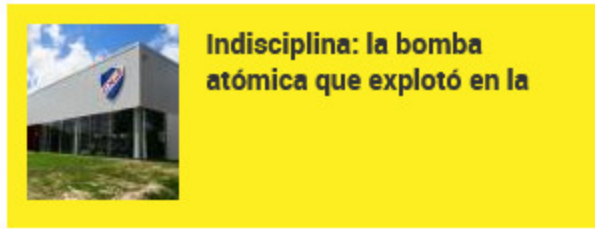
Del estudio también se desprende que la visión de los consumidores sobre el papel de las empresas en el marco de la crisis marca una tendencia más bien favorable. El 78,7% dijo mantener su opinión respecto a la empresa que valoró antes de la **pandemia**, mientras que un 15,8% manifestó que mejoró su percepción. Solo un 5,5% dijo que su opinión empeoró. El saldo positivo (10,3%) ubica a Uruguay en mejor posición que mercados como Argentina (6%) o España (4,5%).

Aunque el coronavirus influyó en operaciones y ventas, un gran aprendizaje que surge es que no puede afectar los principios de una empresa porque es momento de «hacer tangibles los valores corporativos y hacer crecer el capital social».

Según el director de Merco, estos tiempos son propicios para construir reputación y forjar el liderazgo. Aunque la situación actual genera problemas, también da oportunidad de demostrar la responsabilidad y el compromiso social.

«Hay que intervenir decididamente para demostrar nuestra capacidad y valor como agente social actuando responsablemente en ayuda de nuestros trabajadores y de la sociedad de la que formamos parte», señaló.

LAS MÁS VISTAS



Nuestra Comunidad



2,236
Comentarios publicados en El País semanalmente

Comentar