merco
LATAM

Resultados Merco Latam 2015-2016

2ª Edición

TRANSPARENCIA, INDEPENDENCIA y RIGOR de Merco
10 valores diferenciales

1. Merco, el monitor de referencia en España y Latinoamérica

Merco viene evaluando desde el año 2000 la reputación de empresas, líderes e instituciones y se ha convertido en **uno de los monitores de referencia en el mundo.**

Actualmente Merco se publica en España, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Brasil, México, Bolivia, Costa Rica y Panamá.

Entre sus principales monitores están Merco Empresas y Líderes, Merco Talento, Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo, Merco Consumo, Merco Marcas, Merco Ciudad y MRS-Merco Salud

2. ¿Quién está detrás de Merco?

Merco es un monitor propiedad de Merco S.L., compañía con unos fondos propios de en torno a 900.000 Euros que tiene como accionista mayoritario a Análisis e Investigación S.L.(AeI) (51%), primer grupo independiente de investigación de mercados de España y Latinoamérica. El resto de accionistas son Villafañe & Asociados (V&A) con un 35% y socios individuales con un 14%. **Los socios de Merco no pueden aparecer en los rankings.**

3. . Independencia: Merco se financia exclusivamente con la venta de informes confidenciales

Merco no recibe subvención o patrocinio ni público ni privado, y **se financia exclusivamente a través de la comercialización de informes confidenciales** a quienes libremente lo soliciten y, siempre, una vez publicados los resultados. Es un estudio "a riesgo" (no hay ninguna condición ni contratación previa), cuyos resultados económicos dependen exclusivamente del número de informes confidenciales vendidos.

Los informes recogen las valoraciones de los diferentes stakeholders sobre la empresa, estableciendo su perfil reputacional y analizando el reconocimiento que logra en los distintos públicos de interés comparativamente con el conjunto de empresas y con sus competidores.

4. El único monitor de reputación verificado en el mundo.

Merco es el único monitor de reputación en el mundo que asume el reto de ser verificado por una auditoria de reconocido prestigio internacional. ***"El seguimiento de la metodología para la elaboración del ranking de empresas con mejor reputación es objeto de revisión independiente por parte de KPMG según la norma ISAE 3000."***

5. Merco no hace consultoría.

Merco, para garantizar la independencia en sus evaluaciones, no hace consultoría; y tiene firmado un código ético con esta prohibición. Merco es uno de los pocos monitores del mundo que no realizan esta actividad, lo que se convierte en **un aval fundamental de su independencia.**

6. La participación en Merco depende exclusivamente del reconocimiento obtenido.

La participación en Merco no tiene coste para las empresas y depende exclusivamente del reconocimiento obtenido por la empresa entre los Directivos de las grandes empresas. Ninguna empresa puede ser incluida en el ranking provisional si no ha obtenido ese reconocimiento reputacional, ni podrá ser excluida si está entre las cien con más reputación en el país.

7. Un monitor multistakeholder

Merco hace un importante esfuerzo metodológico incluyendo distintos públicos en la evaluación (18 stakeholders en Merco empresas). La reputación es, por definición, multistakeholder y los monitores deben acercarse lo máximo posible a esa realidad. Además el incremento de evaluaciones y puntos de vista reduce la posible "injusticia" de la monitorización.

En el conjunto de países, España y Latinoamérica, se hacen 5.029 encuestas a altos directivos, más de 4.363 encuestas a expertos (periodistas, analistas, etc.), 21.683 encuestas a consumidores, 45.075 trabajadores de grandes empresas y 6.853 encuestas a universitarios y antiguos alumnos de escuelas de negocios.

8. Garantía en el trabajo de campo (encuestación).

Análisis e Investigación es el responsable del trabajo de campo de Merco, así como de la elaboración de los rankings, y realiza este trabajo cumpliendo los códigos ICC/Esomar, código internacional de prácticas para la publicación de resultados de sondeos de opinión pública, así como la L.O.P.D. Además, todos los datos que las empresas ceden a Merco son tratados confidencialmente.

Análisis e Investigación está certificado en la Norma ISO 20252 por Aenor.

9. Rigor: Control y supervisión de cuestionarios.

Merco aplica, de acuerdo a las normas propias de investigación de mercado y de las recomendaciones de KPMG, un amplio control de validez de los cuestionarios recibidos, eliminando todos los que no superen las normas de calidad (ver documento KPMG en la web Merco).

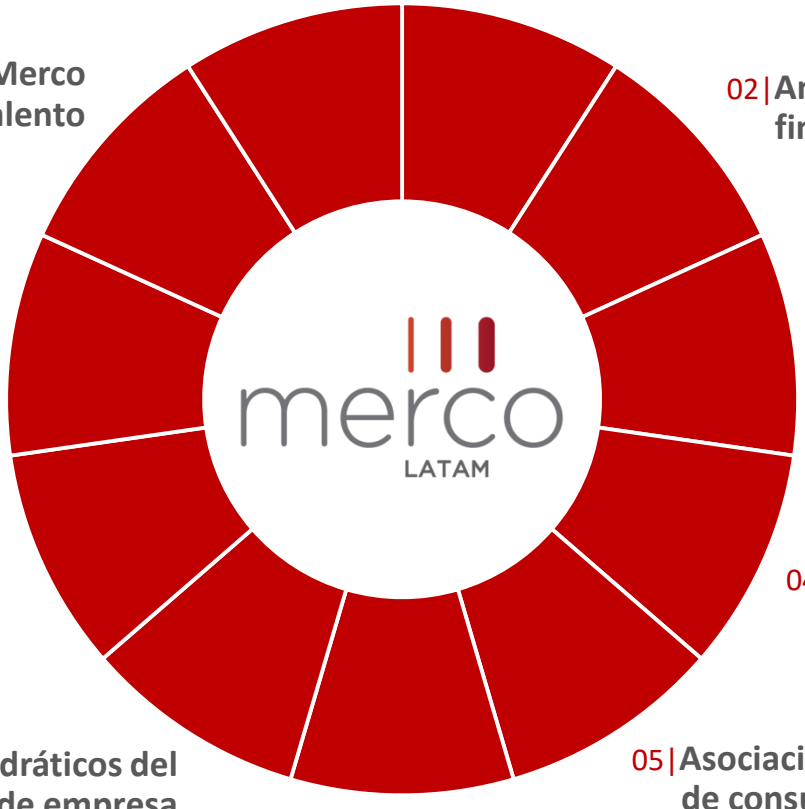
Los cuestionarios del estudio se guardan durante tres años y pueden ser comprobados por cualquier interesado una vez anonimizados.

10. Transparencia: La metodología es pública.

Toda la metodología de elaboración (universos, muestras, cuestionarios, tipos de encuestas, etc.), los procesos de cálculo y los pesos para calcular los rankings son públicos y se encuentran disponibles en la página web de Merco: **www.merco.info**

16 años contribuyendo a la reputación de las empresas en España y Latinoamérica

La metodología más completa del mundo



01 | Comités de Dirección

02 | Analistas financieros

03 | ONG

04 | Sindicatos

05 | Asociaciones de consumidores

06 | Periodistas de información económica

07 | Catedráticos del área de empresa

08 | Influencers y Social Media Manager

09 | Merco Consumo

10 | Merco Talento

11 | Evaluación de Méritos

12 | DIRCOM y Líderes de opinión

NOTA:
esta es la metodología global, cada país tiene sus adaptaciones

Ficha Técnica

PÚBLICOS	MUESTRA ESPAÑA Y LATINOAMÉRICA
Directivos	5.029
Analistas Financieros	601
ONG	515
Sindicatos	527
Asociaciones de Consumidores	481
PIE	550
Catedráticos	420
Influencers y SMM	245
Líderes de Opinión	426
Consumidores	21.683
Trabajadores, Universitarios, Alumni y Expertos en RRHH	51.928
Evaluación de Méritos	248

NOTA:
esta es la metodología global, cada país tiene sus adaptaciones

Proceso de Elaboración de Merco España - Latam

Se parte de las 100 empresas con mejor reputación de cada uno de los países donde se elabora Merco.

La puntuación de una empresa en cada país es consecuencia de los puntos obtenidos en el ranking correspondiente (puede obtener entre 3.000 y 10.000) y de las ponderaciones del país.

Las ponderaciones se calculan en función de la «dimensión» económica de cada país (P.I.B.) y de un factor de corrección para aminorar el efecto de las diferencias existentes entre los P.I.B. Este factor de corrección tiene como objetivo posibilitar que las empresas líderes de los países con menor P.I.B. puedan estar en el ranking 200.

Una vez ponderadas las puntuaciones, se suman las obtenidas por las empresas en los distintos países, obteniéndose la puntuación global *España-Latam*

En función de las puntuaciones globales se elabora el ranking limitándolo a las 200 empresas con más puntuación.

Finalmente, las puntuaciones de las empresas se ajustan al intervalo 3.000-10.000

1

Ranking general de las 200 empresas con mejor reputación Corporativa en España y Latinoamérica

Ranking Merco Latam

Ranking 2014	Ranking 2015	Empresa	Puntuación
1º	1º	COCA-COLA	10.000
2º	2º	NESTLÉ	9.873
3º	3º	UNILEVER	8.914
11º	4º	APPLE	8.706
6º	5º	P&G	8.319
5º	6º	GOOGLE	8.180
9º	7º	SAMSUNG	8.172
8º	8º	TELEFÓNICA	8.077
7º	9º	TOYOTA	7.946
4º	10º	MICROSOFT	7.939
10º	11º	IBM	7.494
12º	12º	SANTANDER	6.906
15º	13º	BBVA	6.829
14º	14º	KIMBERLY CLARK	6.629
13º	15º	NATURA	6.297
17º	16º	SONY	6.289
20º	17º	NOVARTIS	6.169
18º	18º	GRUPO VOLKSWAGEN	6.093
21º	19º	JOHNSON & JOHNSON	6.001
19º	20º	MAPFRE	5.995
16º	21º	3M	5.993
45º	22º	NIKE	5.718
22º	23º	MERCEDES BENZ	5.657
23º	24º	DANONE	5.646
25º	25º	GENERAL MOTORS	5.601

merco

MONITOR EMPRESARIAL DE
REPUTACIÓN CORPORATIVA

16 años contribuyendo a la reputación de las empresas

Síguenos en @mercoranking