

PRESENTAMOS EL TOP CEO DIGITAL PERÚ 2024

## Liderazgo y el reto de la coherencia

Café Taipá presenta el ranking en el que se destaca la participación de los CEO en la actividad digital, empleando nuevos criterios de análisis. LinkedIn sigue liderando como la red social preferida.

MILTON VELA  
CEO - Café Taipá

SANDRA DE LA CRUZ  
Project Manager - Café Taipá

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito empresarial está transformando la manera en que los líderes enfrentan los desafíos actuales. En un panorama, cargado de riesgos y también de oportunidades, se exige a los CEO peruanos una gestión ética e innovadora, mientras abordan los retos de una crisis social y el auge de la ciberdelincuencia.

En esta incertidumbre es cuando más humanidad se espera de las empresas, donde no será el logo, sino un rostro que represente a la compañía, el que genere más confianza. En este contexto, ¿cuáles son los nuevos retos que enfrentan los directivos más importantes del país cuando gestionan su marca y reputación en Internet? La respuesta la compartimos en el estudio Top CEO

Digital Perú, que ya cumple 10 años, reafirmando el compromiso de analizar cómo los líderes empresariales peruanos utilizan sus canales online para fortalecer su reputación en función de sus organizaciones.

**Resultados obtenidos**  
En equidad de género, el 11.3% de los CEO evaluados este año, son mujeres, marcando un aumento respecto al 8% registrado en el 2023. Sobre las redes preferidas, LinkedIn sigue siendo líder con un 93%, seguida de Facebook (49.6%), X (32.2%) y TikTok (7%).

Los sectores con menos presencia son: Infraestructura (5,33 puntos) Teleco-

municaciones (5,76 puntos) y Extractivas (4,25 puntos) En cuanto a la percepción desde la IA, a la pregunta que le hicimos a la Inteligencia Artificial Gemini y Chat GPT: ¿Qué tan confiable es (nombre del CEO)? Las herramientas arrojaron que 99.13% lo eran, y un 1.74% no.

Quienes no son confiables se les vincula con corrupción o problemas ambientales de sus empresas.

Sobre los temas de contenidos, en los cuatro territorios temáticos que nuestro estudio considera: liderazgo, management, embajador de marca y responsabilidad (principios éticos, compromiso ciudadano) hemos encontrado marcadamen-

tro importante en momentos de crisis. La menor presencia de los CEO no termina siendo estratégica. Es importante remarcar que en ambos casos hemos valorado la presencia del directivo más que la actividad a través de contenidos, donde definitivamente es LinkedIn la plataforma más importante. Respecto a la presencia de CEO por sector, sobre un total de 20 puntos, en promedio los de mejor presencia pertenecen a los sectores de Finanzas (12.2 puntos), Educación (8.63 puntos), Consultoría (8.71 puntos).

Los sectores con menos presencia son: Infraestructura (5,33 puntos) Teleco-

municaciones (5,76 puntos) y Extractivas (4,25 puntos) En cuanto a la percepción desde la IA, a la pregunta que le hicimos a la Inteligencia Artificial Gemini y Chat GPT: ¿Qué tan confiable es (nombre del CEO)? Las herramientas arrojaron que 99.13% lo eran, y un 1.74% no.



te la preferencia por los dos primeros.

Asimismo, los directivos de las empresas que más facturan han dejado de ponerle foco a contenidos que los acerquen a tomar posición en causas sociales y ciudadanas o temas éticos, solo el 48% de sus contenidos responden a este territorio.

Ahora se enfocan más en temas de management (86%) de sus contenidos, y sobre todo liderazgo (91%).

Cabe anotar que una publicación puede abarcar más de un territorio temático. El 81% de los contenidos consideraban también el rol de embajador de marca.

Más info en [gestion.pe](http://gestion.pe)

ASPECTOS A DESTACAR

### Notas claves del estudio

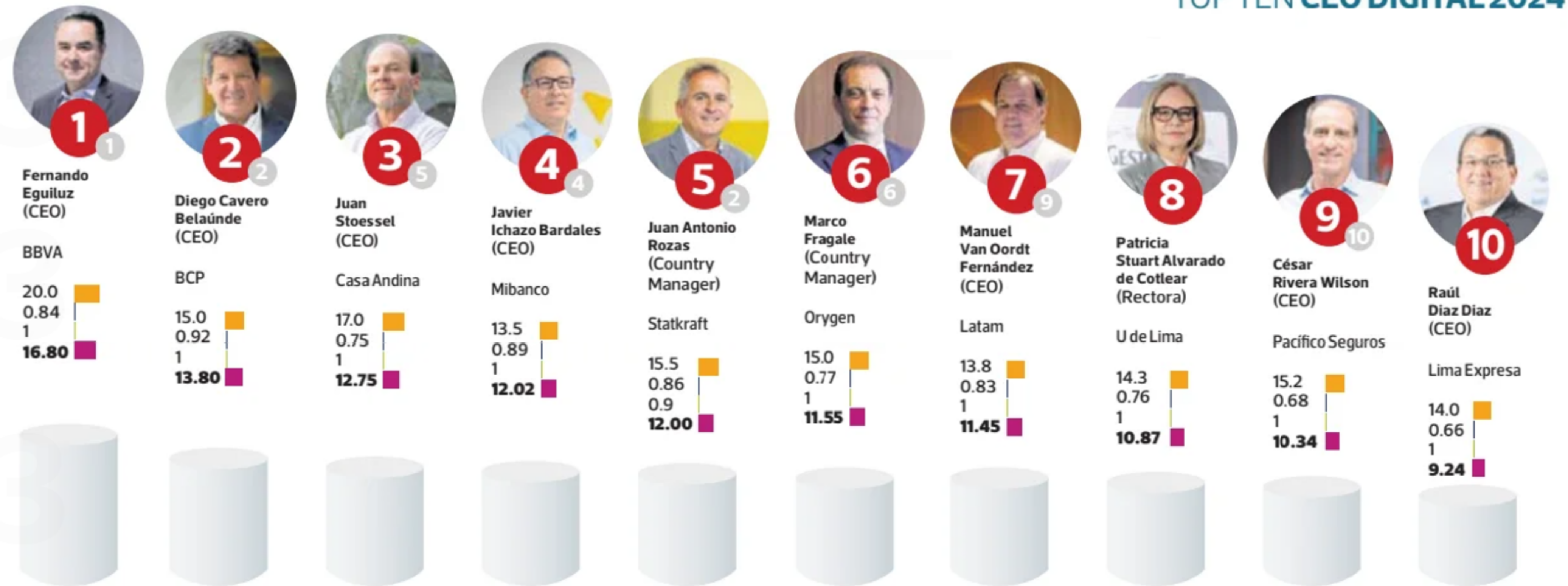
Es importante anotar que en los 10 años que venimos realizando el estudio, el sector que sigue destacando es el financiero. En el estudio, cuatro directivos pertenecen al sector, tres de bancos: Fernando Eguiluz (BBVA), Diego Caveró (BCP), Javier Ichazo (Mibanco). Dos sectores siempre han tenido una presencia limitada por el performance online de sus CEO: telecomunicaciones y extractivas. Ello llama la atención

porque el sector financiero nunca ha estado en una zona de confort, definitivamente enfrentan bastantes riesgos en Internet, pero sus directivos sí están presentes en medio de ello. En cambio, las empresas mineras y los operadores telefónicos siguen siendo bastante cautos, perdiendo oportunidades para gestionar mejor la confianza de sus compañías. Después de cuatro años, el top 10 de CEO vuelve

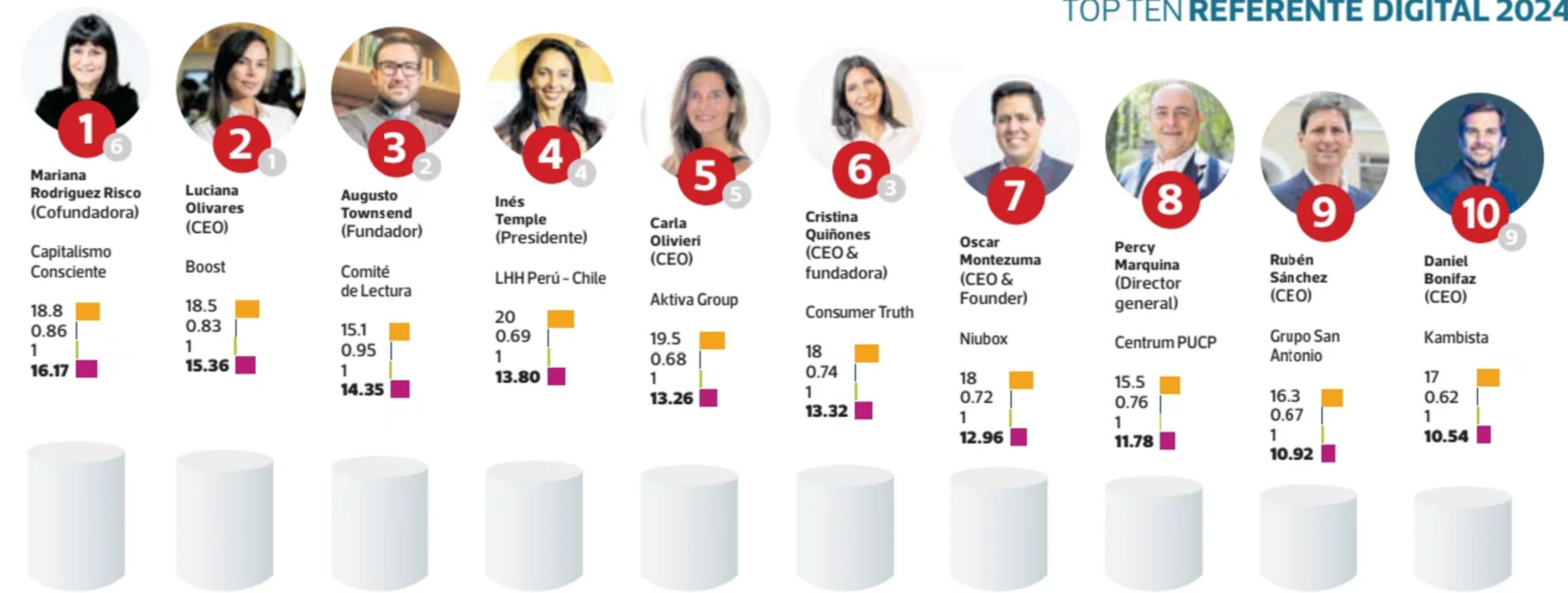
a tener a una mujer, Patricia Stuart (rectora de la Universidad de Lima). Curiosamente la última directiva que figuró en nuestro ranking fue Marisol Suárez en 2020, también del sector educación, cuando era CEO de la UPC. Justamente la ausencia de mujeres CEO en las empresas que más facturan, fue una razón para que consideremos el ranking de referentes, donde hay directivas, muchas de ellas fundadoras de sus empresas, que tienen una notable gestión de su marca y reputación personal.

## PERFORMANCE DIGITAL (Presencia de contenido 2024)

● Puesto 2024 (puntaje) ● Puesto 2023 (puntaje) ■ Presencia (puntaje) ■ Índice de contenidos (puntaje) ■ Índice de propósito ■ Puntaje final



### TOP TEN CEO DIGITAL 2024



### TOP TEN REFERENTE DIGITAL 2024

Muestra del estudio 720 CEO de las empresas con mayor facturación en el Perú del Ranking de Perú Top Publications.

115 Muestra final ejecutivos peruanos

+20 directivos referentes propuestos por la comunidad online según la convocatoria de Café Taipá.

¿Proceso de análisis? -Presencia online de manera manual -Valor de contenidos: A través de la IA con prompts desarrollados en Café Taipá. Y posterior verificación manual de resultados

Ficha técnica - Periodo de recolección: Estudio realizado del 22 de octubre al 20 de noviembre del 2024. - Datos recogidos: De mayo a octubre 2024.