

Ser líder en tiempos de crisis

Presentamos el TOP CEO Digital Perú 2021

Management. Nunca como ahora ha sido necesario escuchar a los líderes empresariales del país y vaya que ha sido un reto conocer sus mensajes. En esta coyuntura, Día 1 y Café Taipá analizan sus 'performances' en el ámbito digital, el ecosistema de la nueva normalidad.

MILTON VELA
Director general de Café Taipá

CÉSAR IBARGÜEN
Director de cuentas de Café Taipá

Convertirse en un "CEO activista", es decir, un líder que toma una posición pública en el ámbito político y social, es una necesidad en estos tiempos de crisis y, más incluso, cuando muchos aún no tienen claro su propósito. En esa coyuntura, este 2021 el liderazgo online de los ejecutivos top en el Perú tuvo una mayor dificultad. Este es el séptimo año en el que presentamos el ranking TOP CEO Digital Perú. Encontramos un mayor reto para la gestión de la marca personal. Y es que, como hemos dicho, en un contexto de

crisis como el que vivimos en el país, callar ya no es una zona de confort.

Es así que, frente a silencios iniciales, comprensibles y necesarios, muchos directivos dieron un paso hacia adelante en tres grandes temáticas: [1] las acciones de sus empresas, [2] el contexto de la pandemia y, sobre todo, [3] la coyuntura política y social.

marcar aquellas enfocadas en la seguridad de sus trabajadores, de los clientes, y el apoyo a diversos sectores sociales afectados por el COVID-19. No importaba si en Twitter una parte de la comunidad tuviera una posición de amenaza, muchos líderes aprendieron a compartir y gestionar su comunicación en medio de las críticas.

Debido a las elecciones presidenciales, la prudencia fue la posición inicial. LinkedIn se convirtió en el espacio más común, dado que su 'core' se centra en temas profesionales y de gestión del talento; en Twitter, en cambio, el panorama era complejo y

COMUNICAR EN CRISIS

El primer año de la pandemia sirvió para afrontar un retador 2021. Los directivos, que antes principalmente hablaban de las acciones de sus empresas, pasaron a re-

UNA PERFORMANCE DIGITAL A TONO CON LA PANDEMIA

Top 10 CEO digital (presencia y contenido 2021)

■ Presencia (puntaje) ■ Índice de contenidos (puntaje) ■ Puntaje final (puntaje) ● Puesto 2021 (puntaje) ● Puesto 2020 (puntaje)



Muestra del estudio

MUESTRA FINAL EJECUTIVOS

REFERENTES

PERU TOP Publications
600 CEO de las 10 empresas con mayor facturación (33 sectores)

café taipá
125 CEO de las 10 empresas con mayor facturación (13 sectores)

+ 10 Ejecutivos que no figuran en lista de Perú Top Publications, seleccionados mediante encuesta en Twitter y LinkedIn

135 ejecutivos analizados en el Estudio Top CEO Digital Perú



polémico.

Desde agosto, cuando empezamos el estudio de campo para el ranking, los directivos manifestaban el anhelo de que la situación en el Perú mejore, poniendo por delante principios ciudadanos. Fueron, en general, más 'frontales' que en el 2019. Y es que, si en situaciones críticas los líderes no se manifiestan, la omisión no favorecerá su perfil.

CUATRO CRITERIOS

Desde el 2018, el ranking Top CEO Digital Perú dejó de analizar solo la presencia

digital de los ejecutivos, ya que si no se tomaba una posición -aunque sea mínima- en las redes sociales, no se podía hablar de un verdadero liderazgo en la transformación cultural de las empresas.

Así, definimos cuatro criterios que serían los pilares estándar en adelante, y que describimos enseguida.

LIDERAZGO: Es decir, contenidos que inspiren a toda su comunidad, y no solo a su equipo. Advierte el cambio, comparte su visión, promueve la buena cultura corporativa.

MANAGEMENT: Contenidos que refuerzan su posicionamiento como líder a cargo de una compañía. Demuestra que es experto en su tema, y tiene la autoridad para hablar de ello.

MARCA: Apoya las acciones de su empresa, la menciona siempre. Menciona a sus colaboradores cuando el centro de la acción es la marca corporativa.

RESPONSABILIDAD: Promueve el comportamiento ético y las causas sociales. Destaca temas como la transparencia, y toma posición en coyunturas sociales y políticas, de manera alturada.

SECTORES MÁS ACTIVOS

Nuevamente, el sector financiero destacó de lejos: 12,4

Top 10 referente digital (presencia y contenido 2021)

- Presencia (puntaje)
- Índice de contenidos (puntaje)
- Puntaje final
- Puesto 2021 (puntaje)
- Puesto 2020 (puntaje)



Mariana Rodríguez Risco
(Presidenta)
Empresarios por la Educación

17,8
1,00 I
17,8

1 2



Inés Temple
(Presidenta)
LHH DBM Peru & Chile

20,0
0,83 I
16,5

2 1



Luciana Olivares
(CEO)
BOOST

19,0
0,85 I
16,2

3 4



Carla Olivieri
(CEO)
Aktiva

15,5
0,98 I
15,1

4 6



Percy Marquina
(Director General)
Centrum PUCP

17,5
0,83 I
14,4

5



Javier Calvo Pérez
(Co-founder)
qAIRa

15,2
0,83 I
12,5

6 3



Cristina Quiñones
(CEO & Founder)
Consumer Truth

18,8
0,65 I
12,2

7 5



Urpi Torrado
(CEO)
Datum Internacional

11,8
0,85 I
10,0

8 9



Daniel Falcón
(CEO)
Neo Consulting

15,1
0,45 I
6,8

9 7



Liliána Alvarado
(Directora)
UTP Escuela de Postgrado

14,5
0,45 I
6,5

10 8

¿Cómo se determina el puntaje final?

El puntaje final obtenido por los CEO analizados por presencia y contenido se explica de la siguiente manera:



Puntaje 'Presencia Digital'

Índice por 'Contenido publicado'



'Presencia y Contenido'

FICHA TÉCNICA

Periodo: Estudio realizado del 5 al 30 de octubre del 2021. Datos recogidos: meses de agosto y septiembre del 2021. Muestra: Las empresas con mayor facturación por sector en el Perú según Perú TOP 10000. Recolección de data (Presencia online): Búsqueda manual en Facebook, Twitter, LinkedIn. Analistas de Investigación: Sandra De la Cruz, Álvaro Camino, Laly Arce, Jorge Vega, Sebastián Ferreira, Micaela Berastain. Todos los detalles de la metodología: cafetaipa.com. Disclaimer: Fernando Egulluz, Sergio Rincón, Marco Fragale y Mariana Rodríguez, han recibido consultoría de Café Taipá.

125

Directivos de empresas líderes por facturación son analizados en el ranking

La base de empresas se extrae del ranking Perú TOP 10.000.

11

Mujeres son parte del grupo de 125 directivos analizados

La cifra corresponde al 9% del total de líderes tomados en cuenta para este ranking.

puntos en promedio sobre un máximo de 20. Los directivos de los bancos se han mantenido en el ranking a pesar de las críticas. De hecho, el primer lugar, Fernando Egulluz, CEO del BBVA Perú, ha tenido una acción constante en Twitter y LinkedIn, con una temática centrada en la importancia de los valores.

Aunque un poco más atrás, otro sector que destacó fue el de consumo masivo, con 6,9 puntos en promedio. Aquí, Alfredo Pérez Gubbins, CEO de Alicorp, tuvo la gestión más destacada. Entró directamente al segundo lugar del ranking, tocando temas de liderazgo y 'management'.

Finalmente, el tercer sector top en el ranking es el de energía, con 5,1 puntos en

promedio. Marco Fragale, CEO de Enel, destacó por su foco en temas de ciudadanía, muy alineados a las actividades de su empresa, poniéndole énfasis también al liderazgo.

EL PODER DE LOS ECOSISTEMAS

¿Un Top CEO Digital debe ser el único embajador visible de su empresa? ¿Acaso un líder no es quien convoca e impulsa la presencia de su equipo en los diferentes espacios, como Internet? El ecosistema, entendido como una estructura que representa a un organismo, es cada vez más importante en el mundo corporativo. No bastará que el CEO tenga una presencia relevante, si es que no tiene la capacidad de hacer más visible la transformación de su empresa, a través de la presencia de su equipo.

Los casos que pueden servir de referencia, son el BCP y Mibanco. Junto a la presencia digital de Gianfranco Ferrari, CEO del BCP, y Javier Ichazo, CEO de Mibanco, tercer y quinto lugar, respectivamente, en el ranking 2021, se pueden encontrar más ejecutivos de diferentes niveles y áreas de sus empresas, interactuando con ellos o con la cuenta corporativa.

Un caso similar, aunque en menor escala, se da en Interbank, Enel y Backus. Nada mejor que los líderes de las empresas tengan una presencia que funcione como referencia para sus equipos, motivándolos a estar presentes en el mundo digital.

Un liderazgo femenino que es ejemplar

Espejo. En el ámbito de los referentes, las ejecutivas se posicionan en el top de la tabla, por el contenido de sus mensajes.

Para el estudio de liderazgo digital trabajamos con 125 directivos de las empresas que más facturan en el país, en 13 sectores diferentes, según Perú Top 10.000.

Sin embargo, hay ejecutivos notables en la gestión de su marca digital que, sin cumplir el criterio de facturación señalado, forman el ranking de referentes.

En el 2021, el primer lugar lo ocupa Mariana Rodríguez, presidenta de Empresarios por la Educación, con 17,8 puntos; seguida de Inés Temple, presidenta de

TAREA. HOY ES MOMENTO DE COMUNICAR Y DEJAR CLARA LA MISIÓN QUE SE TIENE.

hecho, es el pilar responsabilidad (asociado a temas ciudadanos y de realidad nacional) y el de liderazgo (transmisión de valores a toda la comunidad), lo que más podemos ver en sus publicaciones.

Esta es la pauta para seguir entre los directivos peruanos, y que realmente ya es una tendencia en el mundo. Hablar de nuestra empresa es importante, por supuesto. Demostrar que tenemos las competencias para el cargo de dirección y compartir el conocimiento, también. Pero, en contextos de crisis, la toma de posición

frente a la realidad nacional, y el refuerzo de valores culturales y ciudadanos hacia la comunidad, es lo que más se valorará en un directivo, y que repercutirá en la reputación de su empresa.

En tiempos en los que la desconfianza en las empresas y las instituciones en general es tendencia global, el silencio de los directivos no es la solución. Son tiempos de comunicar -con responsabilidad, por supuesto- y dejando clara la misión que se tiene. Los y las ejecutivas a cargo de las compañías deben demostrar que pueden ser líderes también en la sociedad.