

BUSCANDO A UN CEO 'CONECTADO'

Los ejecutivos top aún deben recorrer un largo camino para ser los líderes de sus empresas en las redes. Todavía son pocos los que están online, pese a que el perfil de sus empresas lo requiere.

El mundo online—aquel que transcurre entre las redes sociales— todavía es ajeno a los CEO peruanos. Esto es lo primero que se concluye del **Ránking Top CEO Perú Online** que elabora **Café Taipá**, Consultores en Reputación y Márketing. La mayoría de los CEO aquí aún no están ‘conectados’ como se esperaría que lo esté un grupo de ejecutivos de su nivel, nada menos que representantes de las más importantes empresas de nuestro país y, por eso, expuestos al escrutinio público. Pero esto tiene una explicación, por supuesto.

La realidad es irrefutable. Según el estudio de **Café Taipá**—que en el 2015 analizó la performance online de 174 CEO peruanos— solo un poco más de 40 de estos ejecutivos top tiene Twitter, y hay incluso algunos a quienes, por falta de previsión, otros usuarios de la red les han creado cuentas sin previo aviso [ni permiso]. “Apenas el 20% de los CEO peruanos tiene sus cuentas debidamente protegidas—es decir, se han asegurado de que las redes sociales con sus nombres no sean apropiadas por extraños— el resto, hoy mismo, puede ser suplantado por cualquiera”, nos dice Milton Vela, director general de **Café Taipá**.

¿Qué razones evitan la ‘conexión’ de los CEO peruanos? En principio, todo indica que hay todavía una reticencia a exponerse en el mundo online. Ojo que no es algo que ocurre solo en nuestro país. Vela comenta que en Estados Unidos, por ejemplo, el 60% de los CEO carece de una presen-

cia importante en las redes, algo que sucede también en España. Pero para un ejecutivo top no hay escapatoria; de nada sirve estar ‘offline’.

“El CEO de una empresa es un personaje público lo quiera o no. Está expuesto de todas maneras porque los medios van a hablar de él, siempre van a mencionarlo, entrevistarlo, y van a recoger lo que se diga de su compañía en la red”, apunta la cabeza de **Café Taipá**. También es una cuestión de imagen y transparencia, añade. “Estamos en un momento de

“EL CEO ES UN PERSONAJE PÚBLICO LO QUIERA O NO. ESTÁ EXPUESTO PORQUE LOS MEDIOS VAN A HABLAR DE ÉL”.

“ESTAMOS EN UN MOMENTO DE HUMANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL QUE SE TIENEN QUE CONECTAR CON LA SOCIEDAD”.

*TOP. El ránking elaborado por **Café Taipá** se hizo sobre la base de 174 CEO de empresas peruanas.*

humanización de las empresas en el que se tienen que conectar con la sociedad en tiempo real. Casos como problemas ambientales para las mineras o temas de responsabilidad social empresarial tienen un correlato inmediato en las redes y los CEO peruanos deben poder responder a ello, por lo menos, estar en línea para enterarse”.

A TIRO DE 'TUIT'

Hay por suerte un grupo de

nuestros CEO que puede servir de ejemplo de cómo debe ‘conectarse’ un ejecutivo top, de cuál puede ser una performance online ideal. El ránking de **Café Taipá** fue liderado—el año pasado— por Inés Temple, presidenta ejecutiva de **LHH-DBM Perú** y **LHH Chile**. Otros ejecutivos nacionales como **Hernán Chaparro**, gerente general de **GfK Conecta**; **Fernando Zavala**, CEO de **UCP Backus & Johnston**; y **Alba San Martín**, gerenta general de **Cisco Perú** y **Bolivia**, también lideraron la tabla.

¿Qué hicieron ellos para ubicarse en el top 10 de los CEO más conectados? Primero, están presentes en todas las redes. Segundo, comparten contenido relevante con frecuencia y, tercero, tienen control máximo de todos sus activos online. “Esto no es difícil, apenas requiere de 10 a 15 minutos por día”, aclara Vela a **Día.1**. En el otro extremo de la tabla, los CEO de las empresas de telecomunicaciones en nuestro país lucen escondidos. Una paradoja.

EL RÁNKING DE CEO POR SECTORES

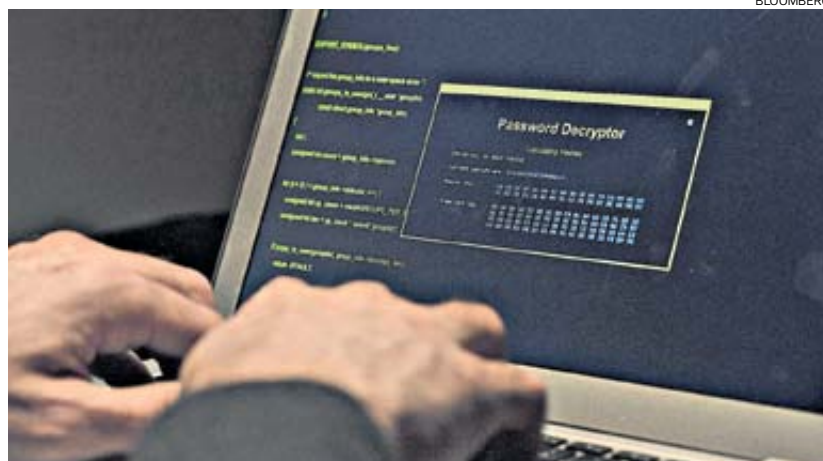
RICHARD HIRANO / ARCHIVO



*Inés Temple lidera el ránking de **Café Taipá**.*

Si se disgrega el ránking de **Café Taipá por sectores, podrá apreciarse que son los CEO de consultoras—coach y recursos humanos— y de las empresas de investigación, encuestadoras y de consumo masivo, los que lideran.**

Otros sectores como educación, publicidad y marketing, banca y tecnología también figuran en el top. En el caso de las firmas de telecomunicaciones, la mayoría figura al final de la tabla.



ATENCIÓN. Si un CEO no cuida sus redes sociales puede sufrir una suplantación.

BLOOMBERG