

# PRESENCIA DE LOS CEO EN REDES SOCIALES

Una mirada 360° desde la voz de líderes empresariales y otros profesionales

Agosto 2024

Elaborado por



**Datum**  
internacional

&

**umu**  
marketing & content lab

# TABLA DE CONTENIDOS

Introducción	03
Sección 1 Conocimiento sobre los CEO	06
Sección 2 Presencia en las redes sociales	07
Sección 3 Uso de redes sociales	09
Sección 4 Rol e impacto	11
Sección 5 Creación y gestión de contenido	13
Sección 6 Desafíos en las redes sociales	18
Recomendaciones	21

Estudios y artículos de escala mundial exponen el impacto positivo y la creciente importancia de investigar sobre la presencia de los CEO en las redes sociales



**Raconteur**

HR TECHNOLOGY FINANCE MARKETING LEADERSHIP

LEADERSHIP

## Should CEOs be on social media?

A proactive online presence can help leaders achieve deeper and more authentic relationships with customers and employees alike

**sproutsocial**

## CEOs on social media who are using it right

**the helm**  
Thought Leadership Strategies & News

 Caroline Carter-Smith · October 12, 2023

### Complete Guide To Social Media For CEOs



**SPRINGER LINK**

[Home](#) > [Eurasian Business Review](#) > [Article](#)

## The power of social media: effects of CEO tweets on stock performance

Regular Article | Published: 23 February 2024

(2024) [Cite this article](#)

# Top CEO Digital Perú 2022 ¿Cómo se desempeñan los ejecutivos en redes sociales?



En Perú, desde hace unos años se ha empezado a explorar más sobre el desempeño de los ejecutivos en redes sociales

Con miras a seguir construyendo conocimiento, se ha realizado un estudio con los CEOs y profesionales de diversas industrias para concebir una mirada completa sobre el rol que estos líderes empresariales cumplen en las redes sociales

PLUS | EMPRESAS

## Ranking de directivos digitales 2023: lo que los CEO tienen para decir

Lidera la lista Violeta Orozco, CEO de Konecra Perú, por segundo año consecutivo. Estudio revela que se ha elevado la frecuencia con que los gerentes comparten contenido propio en LinkedIn.



SEGÚN ESTUDIO 'DIRECTIVOS DIGITALES 2024' DE VERME COMUNICACIÓN E INNOVACIÓN

### Ejecutivos postean hoy más en LinkedIn, pero responden menos que hace un año

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

Top 10 - Ranking directivos digitales 2024

Rank	Nombre	Empresa	Seguidores
1	Fernando Espinoza	BBVA	19,331
2	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	16,414
3	Juan Antonio Basso	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	15,311
4	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	13,811
5	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	12,811
6	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	11,811
7	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	10,811
8	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	9,811
9	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	8,811
10	Mano Fajana	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	7,811

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

**MEJORA LABORAL**  
 Asimismo, el 34% de los directivos que se desempeñan en comunicación y tecnología en Perú, en que este año se elevó a 23%.

# Definición de grupos objetivo

Ejecutivos y profesionales



Ejecutivos, profesionales, gerentes y directores de área o departamentos, usuarios de LinkedIn, emprendedores, miembros de asociaciones empresariales

Los CEO



CEO, directores, gerentes generales, alta dirección u otro perfil clave similar como Managing Director o Country Manager, y que sean usuarios y cuenten con presencia en redes sociales.

## ENCUESTAS ONLINE

Trabajo de campo realizado durante junio y julio 2024

136 entrevistas a ejecutivos



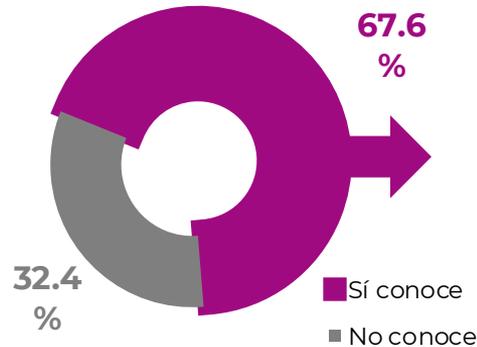
91 entrevistas a los CEO



# Conocimiento sobre los CEO

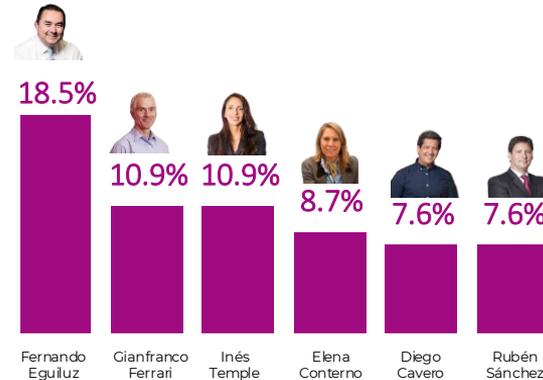
Percepción de ejecutivos y profesionales

¿Conoce algún CEO que sea activo en redes sociales?



Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales

¿Puede mencionar algún ejemplo que le haya llamado la atención?  
-entre quienes conocen los CEO activos en redes sociales-



NR/Otros: No se muestran porcentajes.

La mayoría de los ejecutivos y profesionales identifica a los CEO activos en redes sociales. Esto es sinónimo de que **los líderes empresariales están presentes en el radar digital de esta audiencia.**

# Presencia en redes sociales

## Importancia

Percepción de ejecutivos y profesionales

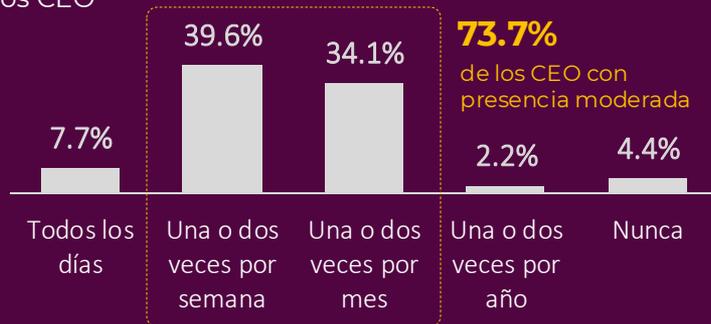


Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales

de ejecutivos y profesionales cree que es importante que los CEO tengan presencia en redes sociales

## Frecuencia

Percepción de los CEO



¿Con qué frecuencia crea contenidos en las redes sociales como representante de su empresa?

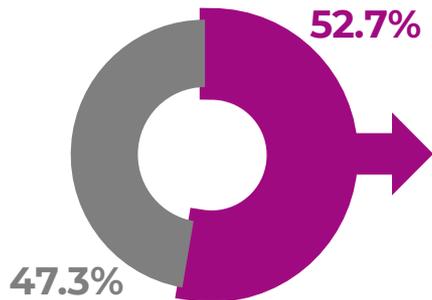
Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

Es importante que los CEO mantengan presencia activa, sin generar saturación. Así lo hace la mayor parte de los CEO, quienes publican de forma semanal o mensual en las redes para posicionar la marca y/o empresa que representan y acercarse a su audiencia.

# Presencia en redes sociales

## Percepción de los CEO

¿Esta frecuencia está alineada con una estrategia específica, sí o no?

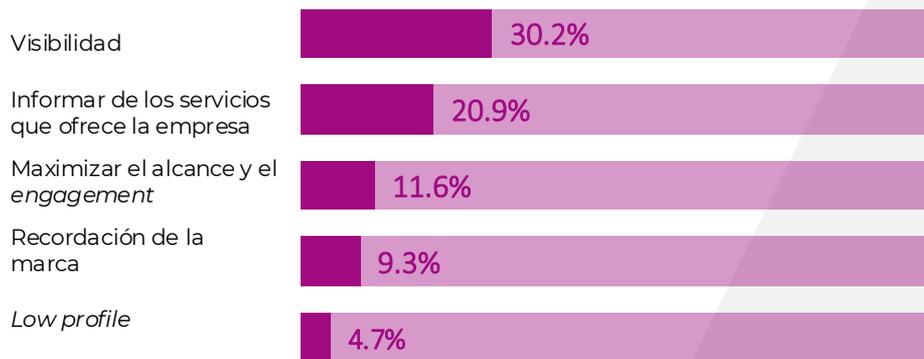


- Sí está alineada a una estrategia
- No está alineada a una estrategia

Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

¿En qué consiste esta estrategia?

-entre quienes alinean su frecuencia en redes con una estrategia específica-



No responde: 14.0%

Total 100%. Base: 43 entrevistas a los CEO.

Aunque para más de la mitad de los CEO la frecuencia utilizada para mostrarse en redes no corresponde a una estrategia específica, quienes sí tienen alguna lo planean principalmente para tener visibilidad e informar sobre los servicios que ofrece la empresa.

# Uso de redes sociales

## Percepción de los CEO

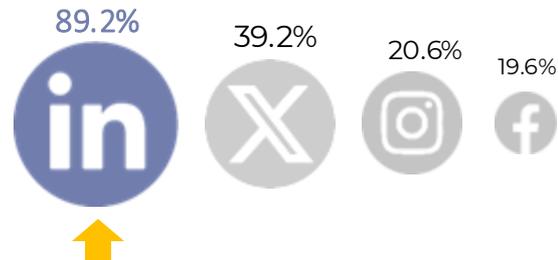
Y, de las redes sociales que es usuario, ¿cuál considera que es la más importante para usted?



Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

## Percepción de ejecutivos y profesionales

¿En qué redes sociales cree que los CEO deberían ser más activos?



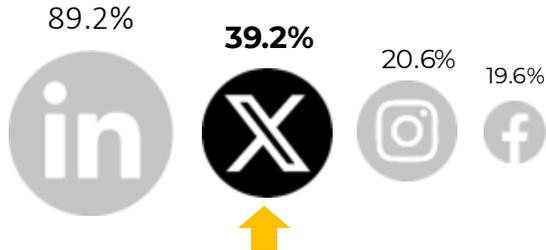
Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales

**LinkedIn** es la red social más importante y utilizada por los CEO y, a la vez, es el medio sugerido por los ejecutivos y profesionales para ver a estos líderes empresariales en actividad.

# Uso de redes sociales

## Percepción de ejecutivos y profesionales

¿En qué redes sociales cree que los CEO deberían ser más activos?



Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales

## Percepción de los CEO

¿De las redes sociales que es usuario, ¿cuál o cuáles son las que utiliza con más frecuencia?



Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

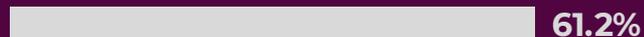
Después de LinkedIn, **la red social X** es un medio sugerido por los ejecutivos y profesionales para que los CEO se muestren más activos; sin embargo, los CEO no la utilizan con mucha frecuencia ni la consideran tan importante.

# Rol e impacto

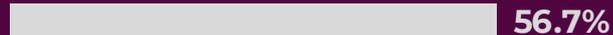
Percepción de ejecutivos y profesionales

La presencia de los CEO en redes sociales es percibida por los ejecutivos y profesionales como **una forma de mostrarse, acercarse y conectar con la audiencia.**

Aportar transparencia y confianza



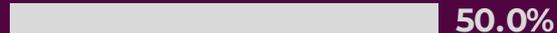
Liderazgo de pensamiento o líder de opinión



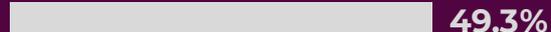
Cercanía con sus consumidores de la empresa



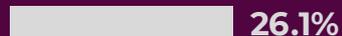
Construcción de marca



Generar impacto en la cultura



Atracción de talento



**¿Cuáles considera que serían las razones por las que los CEO deberían tener presencia activa en redes sociales?**

Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales



# Rol e impacto

Percepción de ejecutivos y profesionales

La presencia de los CEO en las redes sociales también repercute en la **percepción que los ejecutivos y profesionales construyen sobre la empresa que lidera dicho CEO**; así como, en **decisiones personales cuando se trata de postular a un nuevo trabajo**.

## Impacto en la imagen corporativa

¿La presencia en redes sociales de un CEO influye en la percepción y reputación de la empresa?

■ Nada ■ Levemente ■ Moderadamente ■ Mucho ■ Bastante



93.4%

de profesionales cree que la presencia de los CEO en redes sociales **influye en la percepción y reputación de la empresa**

## Influencia en la decisión laboral

¿La actividad de un CEO en redes sociales influiría en su decisión de trabajar en su empresa?

■ BTB Negativo ■ No influiría ■ TTB Positivo



84.6%

de profesionales cree que la actividad de los CEO **influiría positivamente en su decisión de trabajar en la empresa**

**BTB:** Sumatoria (% Podría influir negativamente + % Sí influiría negativamente)

**TTB:** Sumatoria (% Sí influiría positivamente + % Podría influir positivamente)

**Total 100%. Base:** 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales

# Creación de contenido

Percepción de los CEO

Los CEO consideran importante la creación de contenidos en redes sociales. Ya sea apostando por utilizar su propio criterio o siguiendo lineamientos de la empresa, ellos demuestran interés en mantener conexión con el público.

## Autoría y lineamientos

Cuando crea contenidos, ¿se basa en su propio criterio o sigue lineamientos de su empresa o de un tercero?



## Relevancia

¿Cuán relevante es para usted la creación de contenidos en redes sociales como representante de su empresa?



Totalmente irrelevante: 5.5%

Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

# Creación de contenido

Percepción de los CEO

Aunque los CEO se autoperciben, predominantemente, como consumidores de contenido, también crean contenido en las redes sociales y se sienten satisfechos con la presencia que han logrado.

## Autopercepción

¿Se considera más un consumidor o un creador de contenidos en las redes sociales?



## Satisfacción

¿Cuán satisfecho está con su presencia en redes sociales?



Totalmente insatisfecho: 2.2%

Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

# Creación de contenido

Percepción de ejecutivos y profesionales

En su opinión, ¿qué tipo de formato deberían utilizar principalmente los CEO en sus publicaciones en redes sociales para comunicarse de manera efectiva?

Entrevistas profesionales: Videos o publicaciones donde el CEO es entrevistado por otra persona, proporcionando un enfoque más formal y detallado



Infografías y datos visuales: Uso de gráficos y datos visuales para compartir información relevante sobre la empresa o la industria



Fotos con descripciones: Imágenes de eventos, reuniones o actividades cotidianas del CEO, acompañadas de texto explicativo



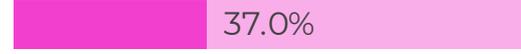
Videos tipo *selfie*: Grabaciones personales y espontáneas hechas por el mismo CEO, ofreciendo un enfoque más personal y directo a partir de historias y relatos sobre la base de su experiencia personal como alto directivo.



Publicaciones de solo texto: Actualizaciones escritas, como reflexiones, opiniones sobre la industria, o mensajes corporativos



Contenido interactivo: Publicaciones que invitan a la interacción, como encuestas, preguntas o debates sobre temas relevantes



Totales 100%. Base: 135 entrevistas a ejecutivos y profesionales.

Las entrevistas a los CEO son un formato altamente atractivo para los ejecutivos y profesionales, sobretodo, usuarios de LinkedIn. Este público valora videos y publicaciones con un enfoque formal y detallado. Además, los elementos visuales como infografías, datos y fotos que muestran la vida profesional cotidiana del CEO también son muy apreciados.

# Gestión del contenido

Percepción de los CEO

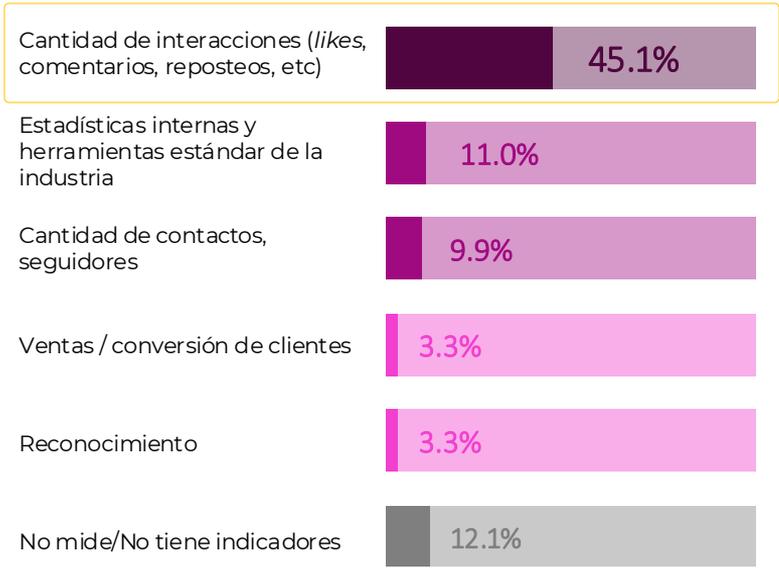
Aunque muchos los CEO indican que no utilizan métricas específicas para medir el éxito de su presencia en redes sociales, **le otorgan importancia a la cantidad de interacciones** (likes, comentarios y reposteos) que puedan percibir del público.



¿Utiliza alguna métrica o indicador específico para medir el éxito de su presencia en redes sociales?  
 Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

## Medición del éxito en redes

¿Cómo mide el éxito de su presencia en redes sociales?



No responde: 13.2%  
 Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

# Gestión del contenido

Percepción de los CEO

Si bien no existe una exigencia de parte del directorio o el área de comunicaciones de la empresa para que los CEO se muestren en las redes sociales, **su apoyo en la gestión de contenidos de los ejecutivos sería bien recibido y podría ser de utilidad** para mejorar la reputación tanto del CEO como de la empresa.



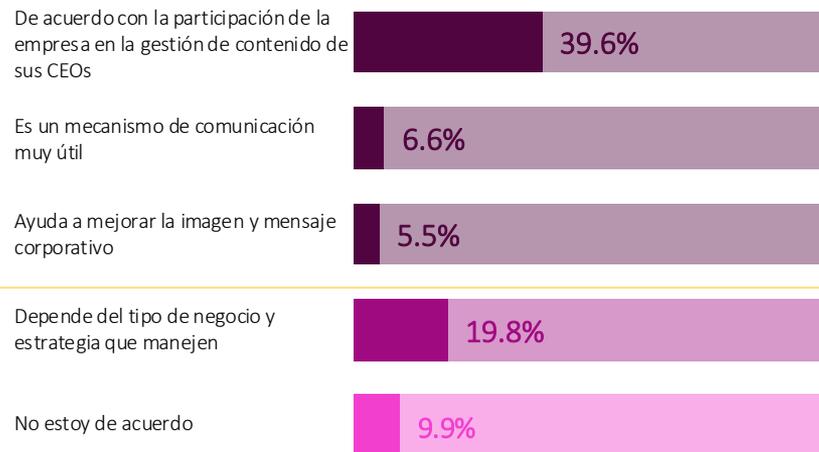
¿Su presencia en las redes sociales es una exigencia del directorio, una recomendación de DIRCOM/CMO, o una iniciativa propia?

Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

## Rol de la empresa en la gestión de contenido que publican los CEO

Muchas empresas optan por gestionar los contenidos de sus CEO, editorializando sus mensajes con el fin de mejorar la reputación del CEO y de la organización. ¿Cuál es su opinión al respecto?

**51.7%** de los CEO expresan una opinión positiva



No responde: 15.4%

Total 100%. Base: 91 entrevistas a CEOs.

# Desafíos en las redes

Percepción de los CEO

Mostrarse en redes es una actividad fundamental para muchos CEO. Sin embargo, gestionar su imagen y las comunicaciones podría tornarse un desafío, pues esto implica lidiar con el tiempo y desarrollar contenido atractivo, constante y coherente.

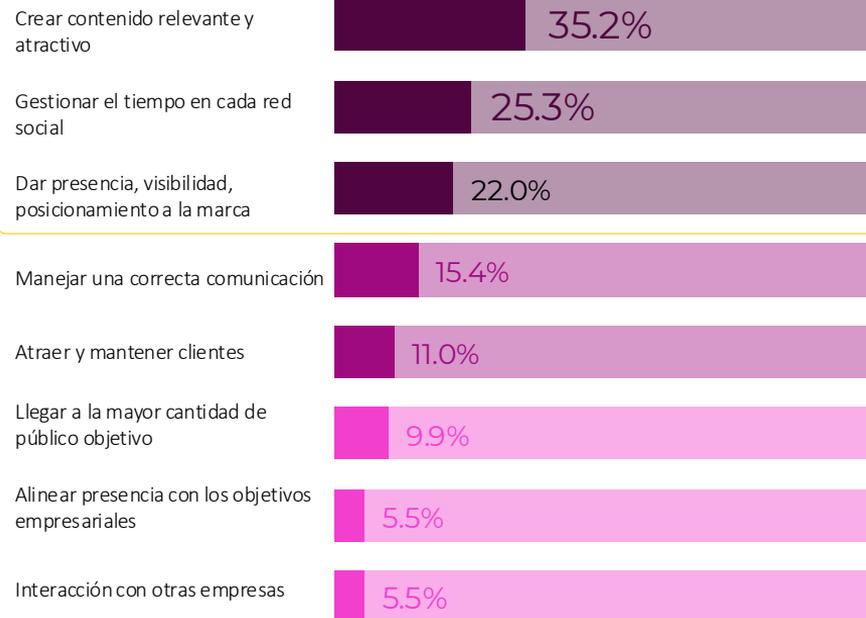


■ Sí es fundamental ■ No es fundamental

¿Considera fundamental su presencia en redes sociales como representante de su empresa?

Total 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO.

¿Cuáles son los principales retos que enfrenta al gestionar su imagen y comunicaciones a través de las redes sociales?



No responde: 15.4%

Total Múltiple. Base: 91 entrevistas a los CEO.

# Desafíos en las redes

Percepción de ejecutivos y profesionales

Los ejecutivos y profesionales son conscientes que ser un CEO activo en redes sociales es todo un reto. Identifican que **los principales desafíos están vinculados a la creación de contenido (estrategias) y la imagen que proyecta como CEO (autenticidad).**

¿Cuál considera que es el mayor desafío para un CEO en redes sociales?



Total 100%. Base: 136 entrevistas a ejecutivos y profesionales.

# Desafíos en las redes

Percepción de los CEO

Si bien casi la totalidad de los CEO está presente en las redes por **iniciativa propia**, en algunos casos los retos que enfrentan los invitan a **no descartar la posibilidad de contratar algún asesor o agencia** para gestionar el contenido y optimizar su presencia en redes.



¿Estaría dispuesto a contratar un asesor o agencia que lo ayude a gestionar su presencia en redes como representante de su empresa?

Totál 100%. Base: 91 entrevistas a los CEO



# Recomendaciones para fortalecer la presencia de los CEO en redes sociales



## OPTIMIZAR EL USO DE LINKEDIN

Se requiere un perfil completo y actualizado, en el que se destaquen logros y experiencias profesionales del CEO. Los usuarios atraídos por las publicaciones revisan los perfiles de sus líderes.



## ALINEAR LA PRESENCIA CON LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

La comunicación en redes sociales tiene que ser clara y consistente. Los mensajes y/o contenidos deben estar alienados a los valores y objetivos de la empresa.



## INCORPORAR ELEMENTOS (AUDIO)VISUALES

Es atractivo visualizar fotografías de reuniones, eventos y actividades cotidianas del CEO para humanizar la figura del líder profesional.



## MANTENER FRECUENCIA Y CALIDAD DE CONTENIDO

Asegurar una presencia constante es clave, puede ser una publicación semanal o quincenal. Necesario alternar los tipos de contenidos: infografías, videos, fotos de eventos, publicaciones textuales para captar la atención de la audiencia.



## INTERACTUAR CON LOS USUARIOS

La presencia no solo es mostrarse en redes sociales, sino también interactuar con los ejecutivos y profesionales usuarios. Es importante participar activamente en discusiones, comentar publicaciones de otros líderes y compartir contenido relevante de la industria a la que representa.

¡MUCHAS GRACIAS!

Elaborado por



**Datum**  
internacional

&

**umv**  
marketing & content lab