

The background features a dark blue gradient with a subtle, intricate network pattern of thin white lines and small dots, resembling a digital or neural network structure.

verne

Comunicación e Innovación

Directiv@s Digitales de Comunicación 2024

Un estudio que analiza el desempeño digital de los gerentes de comunicación de las 200 empresas con mejor reputación del país.

Índice:



Aproximación metodológica	04
Objetivos y metodología	05
Variables e indicadores de evaluación	06
Resultados	
Top Directivos Digitales	08
Comportamiento Digital	11
Temas Directivos Digitales	15
Insights del estudio	17



Aproximación Metodológica

Conoce el objetivo, metodología y criterios de evaluación de la investigación.



Objetivo

Analizar el desempeño digital de los 200 gerentes de comunicación que lideran las empresas que forman parte del Ranking Merco (Sectores) 2023.



Muestra

Como marco muestral se consideró el listado de Ranking Merco Empresas Sectores 2023
- 200 gerentes de comunicación o cargos afines



Metodología

Investigación de escritorio (desk research) de carácter descriptivo, enfocándose en una evaluación sistemática a través de plataformas digitales para analizar criterios como presencia, liderazgo y consistencia de marca, conversación y comunidad de los directivos.

6

Meses de
Análisis

200

Directivos
Analizados

+6000

Publicaciones en
LinkedIn + Twitter

+475k

Interacciones
en LinkedIn y
Twitter

Tiempo de recolección de información:
Diciembre 2023 – Mayo 2024

FRAMEWORK para evaluar a Directivos Digitales – 2024

15%

Criterio 1: Presencia

Posicionamiento en Google
(primera página, imágenes,
noticias, videos)

Posicionamiento en videos
Youtube

Activos digitales (Web o Blog,
LinkedIn, X, Tiktok)

Presencia en Plataformas de IA
Gen
Chat GPT 4, Perplexity y Gemini

40%

Criterio 2: Liderazgo y Consistencia de Marca



Contenido Propio

Consistencia

Directiv@ como
embajador de marca

Perfil consistente

30%

Criterio 3: Conversación



Interacciones

Respuesta a comentarios

15%

Criterio 4: Comunidad



Volumen de
publicaciones

Constancia Y
Frecuencia
publicaciones

Tamaño de comunidad

Puntaje del líder =

(Presencia 15%) + (Liderazgo 40%) + (Conversación 30%) + (Comunidad 15%)

Sectores Analizados

SECTORES	N° EMPRESAS
AFP	4
AGROINDUSTRIAL	4
ALIMENTACIÓN	11
ASEO, COSMÉTICO Y PERFUMERÍA	11
AUTOMOTRIZ	4
AUTOSERVICIOS	3
BANCARIO	10
BEBIDAS	8
CEMENTERAS	3
CENTROS COMERCIALES	4
CONSULTORÍA	9
EDUCACIÓN	12
ENERGÍA	5
FARMACÉUTICO	5
FINANCIERO	4
GASTRONOMÍA	7
HOTELERÍA	5
INDUSTRIAL	6

SECTORES	N° EMPRESAS
INFRAESTRUCTURAS, CONSTRUCCIÓN	2
LOGÍSTICA	6
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3
MINERO	17
PESCA	3
PETRÓLEO Y GAS	7
QUÍMICO	1
RETAIL ESPECIALIZADO	8
SALUD	3
SEGUROS	4
SERVICIOS PÚBLICOS	2
SERVICIOS VARIOS	6
SIDERÚRGICO	2
TECNOLÓGICO, ELECTRÓNICA DE CONSUMO	11
TELECOMUNICACIONES	4
TEXTIL	2
TRANSPORTE AÉREO	3
TRANSPORTE TERRESTRE	1



1. Top de Directiv@s Digitales de Comunicación

¿Quiénes son los directivos de comunicación con mejor desempeño digital?



TOP 20

Ranking Directiv@s Digitales de Comunicación 2024



Gina Vega
PRIMAX

15.3



Marco Estacio
ARCA CONTINENTAL
LINDLEY

14.5



Eduardo Venegas
ISM

13.8



Carlos Castillo
NTT DATA

13.5



Nelson Alvarado
BBVA

13.2



Alicia Martínez
PLUZ ENERGÍA

12.5



Luciana Caravedo
CALIDDA

12.1



Lorena Trelles
LUZ DEL SUR

11.9



Laura Villanueva
MIBANCO

11.5



Samantha Meyer
SIDERPERU

10.8



Carlos Alarco
ENGIE

10.7



Rocio Espinoza
LAP

10.1



Olín Plácido
LATAM AIRLINES

9.9



Mijail Tupayachi
STATKRAFT

9.4



Patricia Cortez
RÍMAC SEGUROS

9.3



Bertha Vallejos
BELMOND

9



Liliana Huarcaya
INTERBANK

8.9



Joaquín Gonzáles
GLORIA

8.8



Lourdes Parada
TEXTIL DEL VALLE

8.7



Viviann Arauzo
HUBBAY MINERALS

8.4

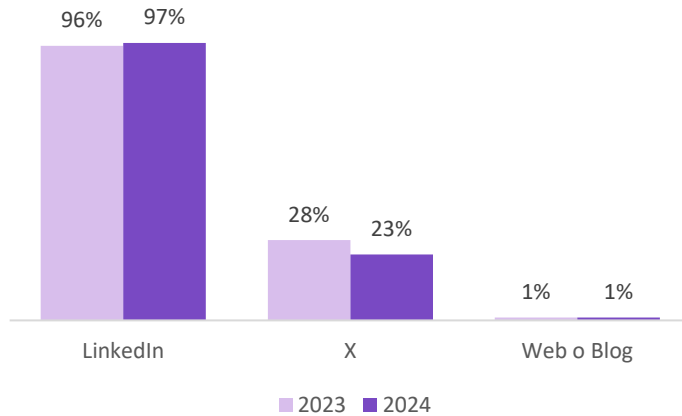
Fuente: Verne.la



2. Comportamiento Digital

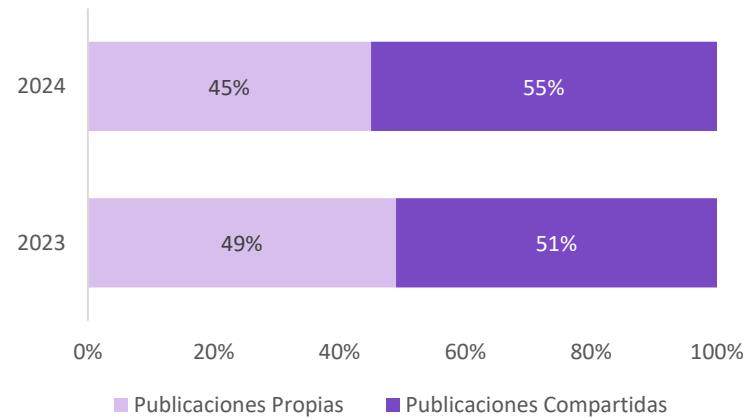
¿Cuál es el comportamiento digital de los directivos de comunicación más importantes del país?

Activos Digitales que tienen los Directivos de Comunicación



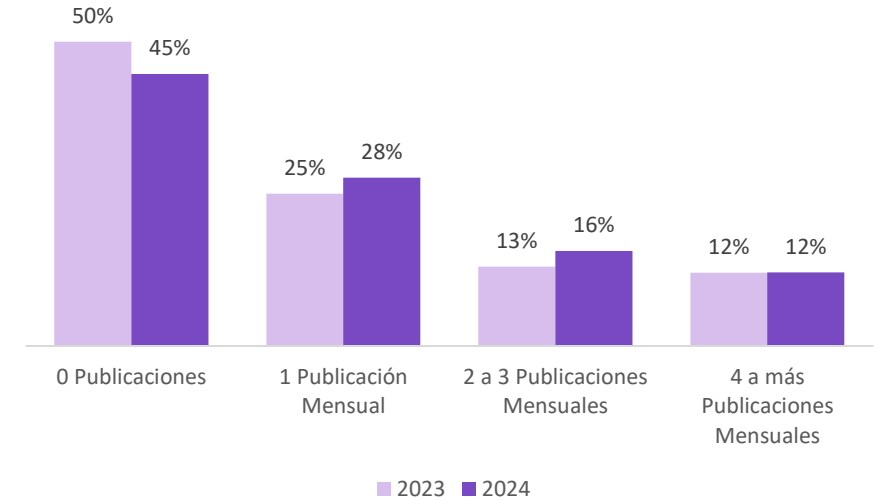
Casi la totalidad de los directivos de comunicación tiene un perfil en LinkedIn sin embargo el uso de la plataforma X sigue disminuyendo en 2024.

LinkedIn – Publicaciones propias vs compartidas



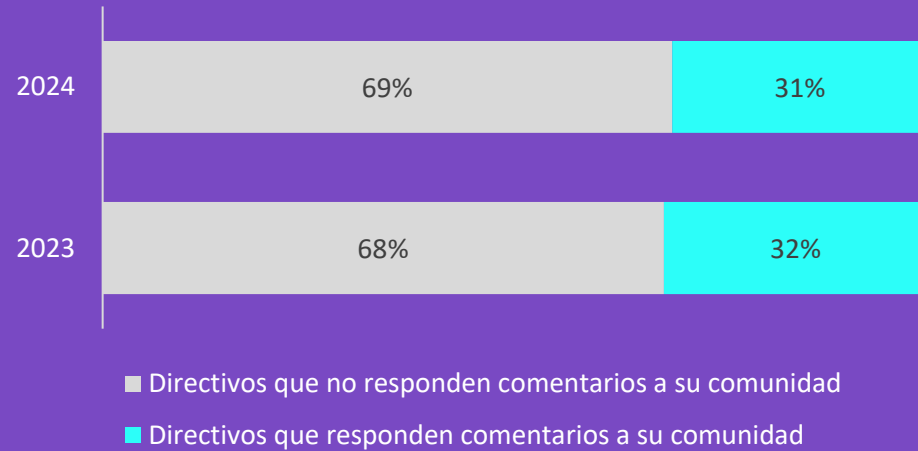
Se observa una ligera disminución en el porcentaje de publicaciones propias, del 49% en 2023 al 45% en 2024.

Frecuencia de publicaciones mensual en LinkedIn de los Directivos de Comunicación



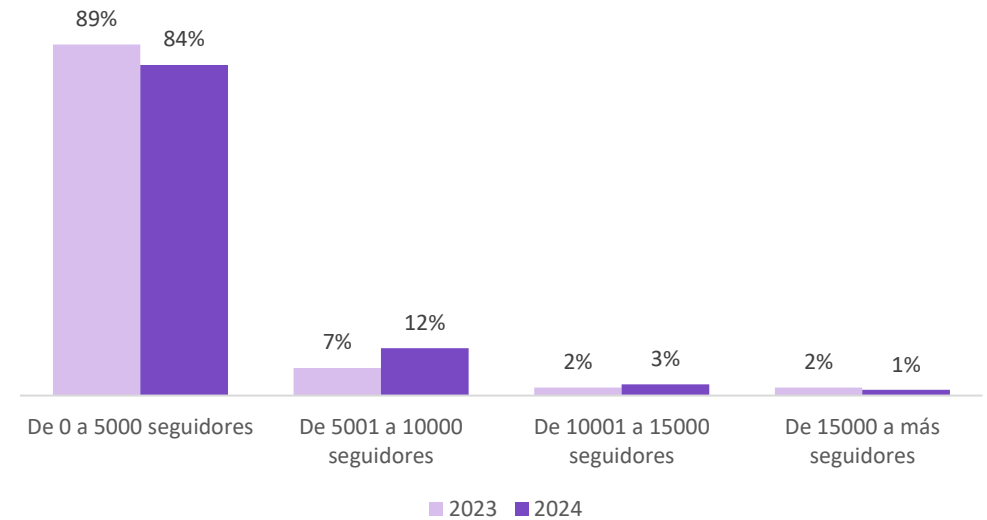
En 2024, la actividad en LinkedIn ha aumentado. Sin embargo, se mantiene la misma cantidad de directivos de comunicación que publican más de 4 veces al mes.

Bidireccionalidad – Respuesta a comentarios en LinkedIn



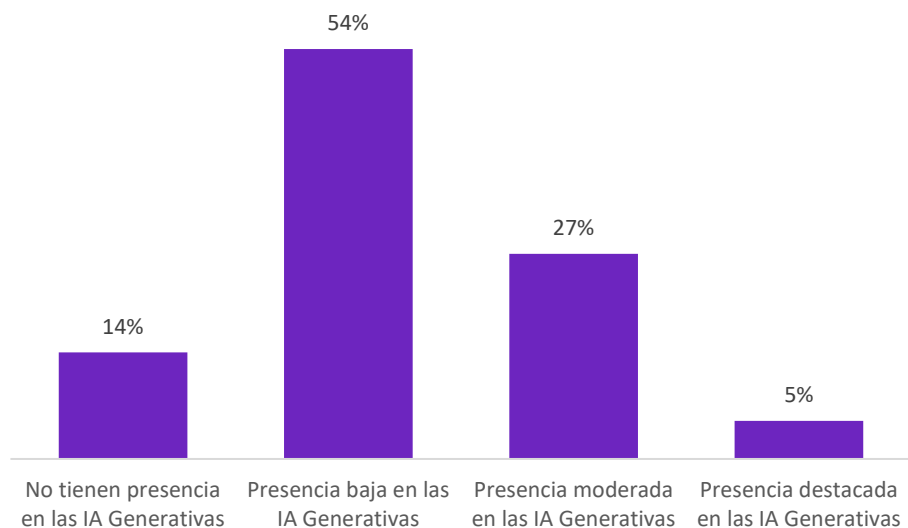
En 2024, los directivos de comunicación han presentado una bidireccionalidad similar al año 2023, donde solo alrededor del 31% responde a los comentarios de su comunidad.

LinkedIn – Comunidad de Seguidores de los Directivos de Comunicación



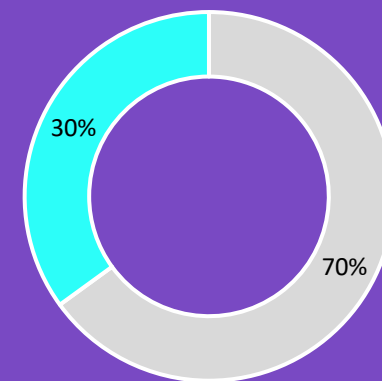
El tamaño de la comunidad de los directivos de comunicación en LinkedIn ha crecido: en 2024, uno de cada tres directivos supera los 5000 seguidores, mejorando respecto a uno de cada cuatro en 2023.

Presencia de los Directiv@s Digitales de Comunicación en plataformas de IA Generativa



Solo el 5% de los directivos muestra una presencia alta o destacada en las plataformas de IA generativa. Sin embargo, el 54% tiene una presencia limitada debido a una falta de suficiente interacción en el ecosistema digital.

Información del directivo de comunicación en las plataformas de IA Generativa



- Información inexacta o incorrecta del Directivo
- Información correcta del Directivo

Solo el 30% de la información de directivos en plataformas de IA generativa es correcta, afectada por la baja presencia digital que dificulta la indexación, homonimias que mezclan datos, y errores de alucinación de las herramientas de IA.

Fuente: Verne.la

Fuente: Verne.la



3. Temas Directivos Digitales de Comunicación

¿Qué conversan los directivos con mejor desempeño digital?

Temas publicados por los Directivos Digitales de Comunicación



Los temas abordados por los Directivos Digitales de Comunicación son amplios. En comparación de otros años de análisis, el directivo de comunicación se percibe como un embajador de marca, al compartir temas como proyectos de empresa, su participación en eventos y entrevistas.

Además, existe una tendencia de publicar sobre reflexiones personales, efemérides y temas relacionados a responsabilidad social y sostenibilidad



Principales Insights del informe

Insights del informe

- ✓ **Oportunidades de presencia en las plataformas de IA Generativa**
- ✓ **Presencia generalizada en LinkedIn y disminución constante en X**
- ✓ **Se mantiene la baja Interacción bidireccional de los directivos**
- ✓ **Crecimiento de comunidades digitales**
- ✓ **Proyectos de la empresa, reflexiones personales y participación en eventos y entrevistas es lo que más conversan los directivos de comunicación**

A medida que el comportamiento del consumidor digital evoluciona, las plataformas de IA generativa se están convirtiendo en una fuente importante de información. Una presencia limitada sobre los directivos de comunicación en estas plataformas puede perjudicar significativamente la reputación tanto del líder como de la empresa que representa.

La concentración de los directivos de comunicación en LinkedIn, junto con la reducción en otras plataformas, muestra una estrategia enfocada en maximizar el impacto donde obtienen mayores beneficios en términos de engagement y visibilidad de marca.

La interacción bidireccional de los directivos de comunicación se ha mantenido respecto al año anterior. Reforzar la participación no solo mejora la percepción pública de accesibilidad, sino que también fomenta una comunidad más comprometida y leal.

El crecimiento en el tamaño de las comunidades digitales refleja la expansión de la influencia online de los directivos. Sin embargo, la mayoría de los directivos sigue teniendo comunidades menores a 10 000 seguidores por lo que aún se debe trabajar en este indicador.

Conversar sobre estos temas fortalece la imagen y alinea los valores personales y profesionales, lo que es crucial para inspirar y retener el talento, además de atraer a clientes y socios que comparten estos valores.

The background features a dark blue gradient with a subtle, intricate network pattern of thin white lines and small dots, resembling a digital or molecular structure.

verne
Comunicación e Innovación