



# verne

Comunicación e Innovación

Informe 2025

# Ranking Directiv@s Digitales Energía, Minería e Hidrocarburos.

Estudio que da a conocer el desempeño digital de los directivos peruanos de los sectores de energía, minas e hidrocarburos.

# Índice:

→

<b>Aproximación metodológica</b>	04
Objetivos y metodología	05
Variables e indicadores de evaluación	06
<b>Resultados</b>	
Ranking Directivos Digitales Energía, Minería e Hidrocarburos	7
Ranking Directivos de Comunicación Energía, Minería e Hidrocarburos	12
Resultados de comportamiento digital	16
<b>Conclusiones</b>	21
Conclusiones y aprendizajes	22



## Aproximación Metodológica

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



## Objetivo

Analizar el desempeño digital de los 100 gerentes generales y 60 gerentes de comunicación de empresas del sector de energía, minería e hidrocarburos en Perú.



## Muestra

Se eligió como marco muestral los listados de las empresas asociadas a la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, Sociedad Peruana de Hidrocarburos y la Asociación Peruana de Energías Renovables.



## 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.



**Tiempo de recolección de información:**  
**Mayo 2025 – Octubre 2025**

# FRAMEWORK para evaluar a Directivos Digitales – 2025

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 =**

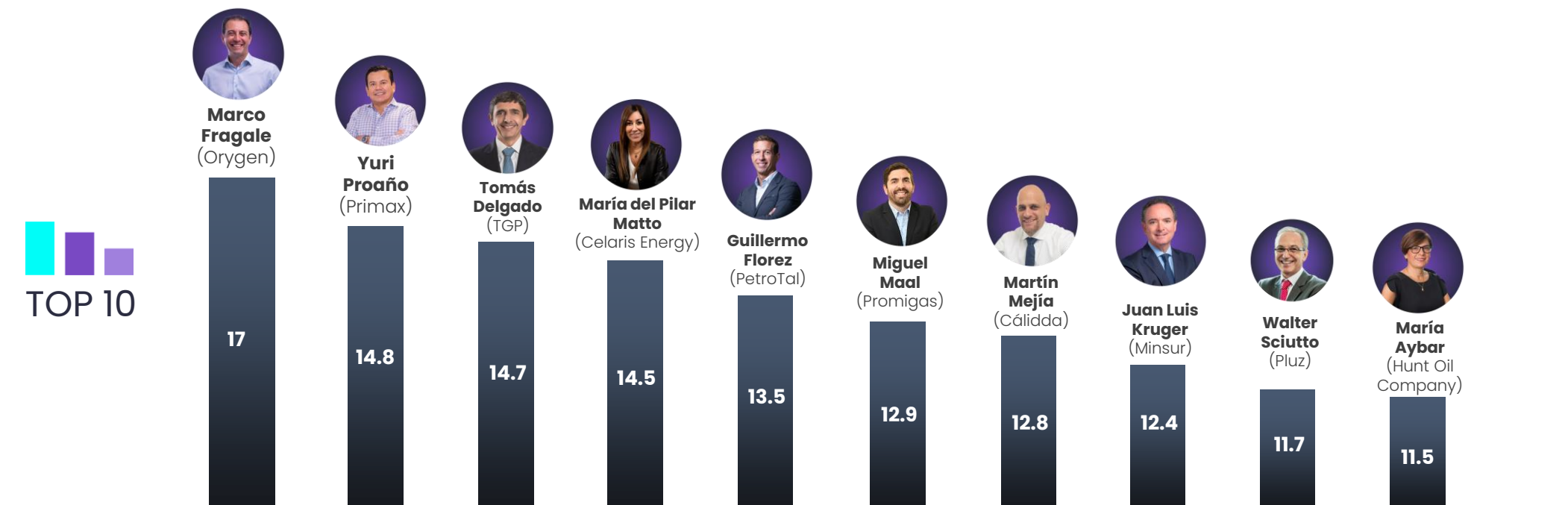
( Presencia 15%) + ( Liderazgo 40%) + ( Conversación 30%) + ( Comunidad 15%)



# 1. Ranking de Directivos Digitales Energía, Minería e Hidrocarburos

¿Quiénes son los gerentes generales con mejor desempeño digital?

# Ranking Directiv@s Digitales Energía, Minería e Hidrocarburos 2025



Fuente: Verne.la

El ranking destaca a los 10 directivos líderes en desempeño digital en el sector de energía, minería e hidrocarburos. Marco Fragale, CEO de Orygen, encabeza la lista con 17 puntos, destacándose por la construcción de contenido consistente en el sector energía. El directivo también tiene una óptima presencia en el ecosistema digital y un alto engagement. Le sigue Yuri Proaño de Primax (14.8) quien es un claro embajador de Primax. Destaca por su presencia y por compartir las iniciativas y logros de la marca. En tercera posición, Tomás Delgado de TGP (14.7) sobresale por la comunicación de los proyectos y desafíos del gas natural en el país.

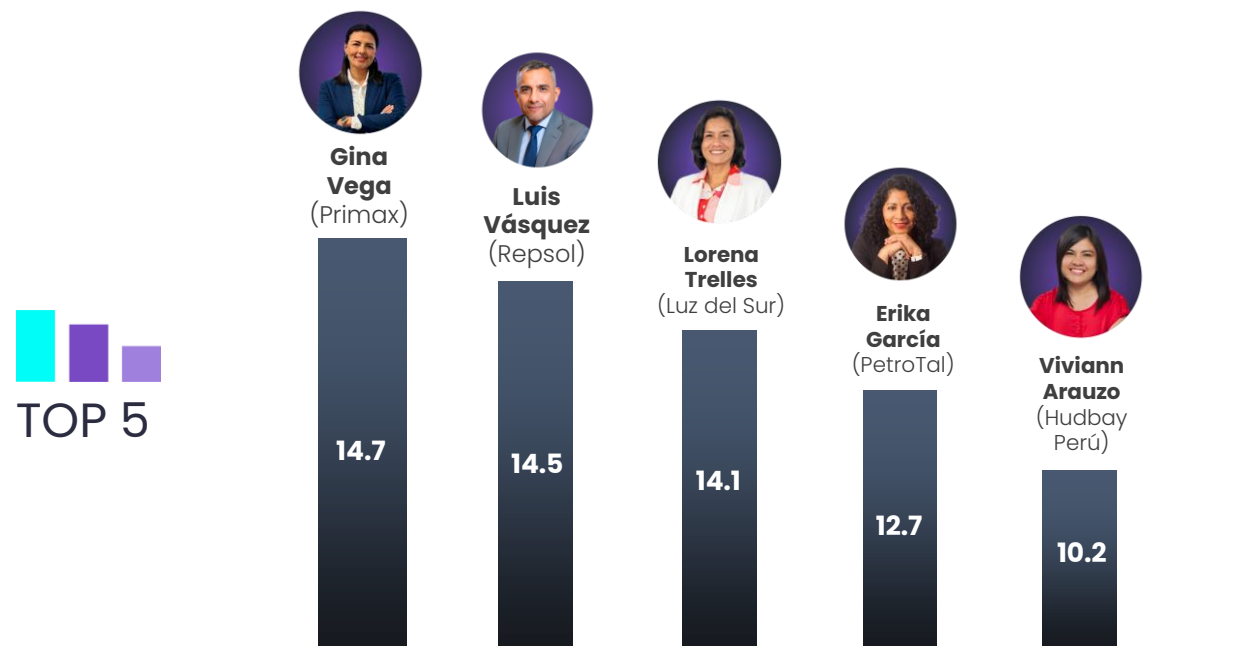




## 2. Ranking de Directivos Digitales de Comunicación Energía, Minería e Hidrocarburos

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

# Ranking Directiv@s Digitales de Comunicación Energía, Minería e Hidrocarburos 2025



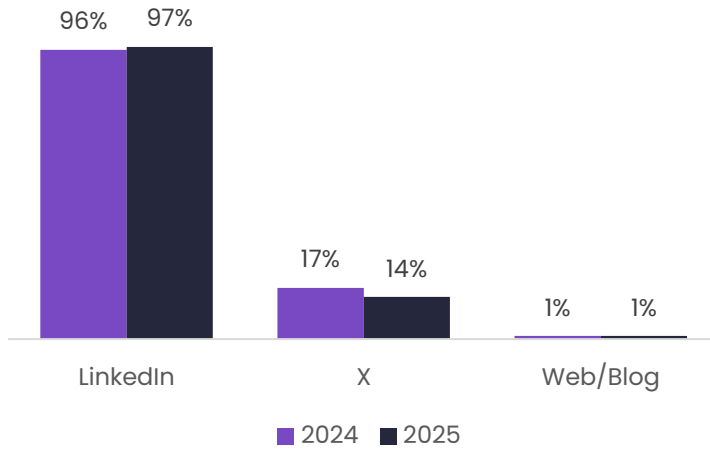
Fuente: Verne.la

El ranking destaca a los 5 directivos de comunicación en los sectores energía, minería e hidrocarburos. Gina Vega, de Primax, lidera con 14.7 puntos, sobresaliendo por ser embajadora de la marca y comunicar las acciones de sostenibilidad que desarrollan desde la organización. En segunda posición, Luis Vásquez (14.5) se distingue por compartir su mirada de las diversas iniciativas que se realizan desde Repsol. También suele comunicar su participación en eventos, tanto del sector como de distintos stakeholders, donde genera reflexiones sobre el sector. Lorena Trelles de Luz del Sur (14.1) ocupa el tercer lugar, destacando por su enfoque en comunicar proyectos tanto de la organización a la que representa como sus proyectos personales.



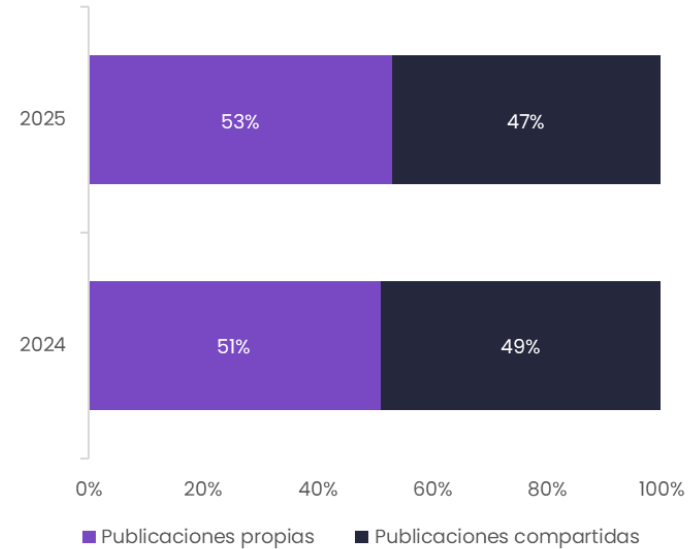
## 2. Resultados de comportamiento digital

## Activos Digitales que poseen l@s Directiv@s



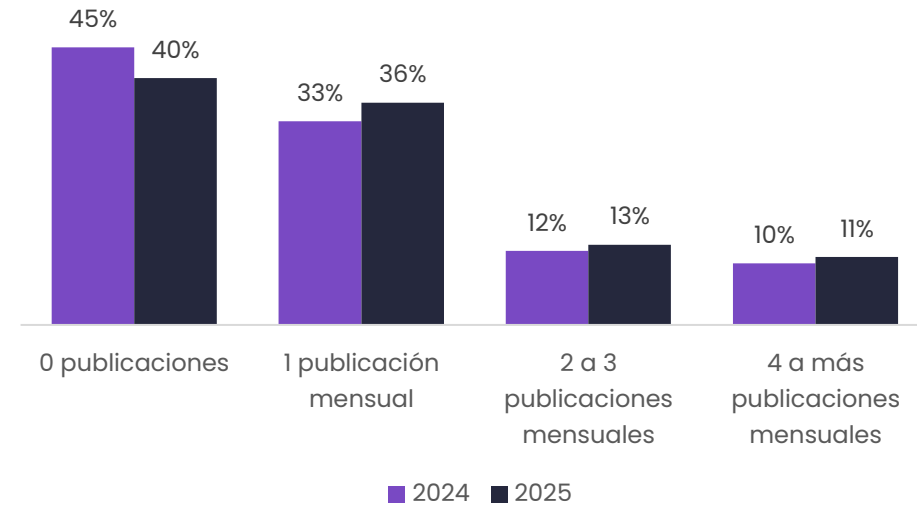
Casi la totalidad de los directivos digitales tiene un perfil en LinkedIn, siendo esta la red de preferencia para comunicar la cultura de las empresas que representan. La red social X sigue disminuyendo en 2025.

## LinkedIn – Publicaciones propias vs compartidas



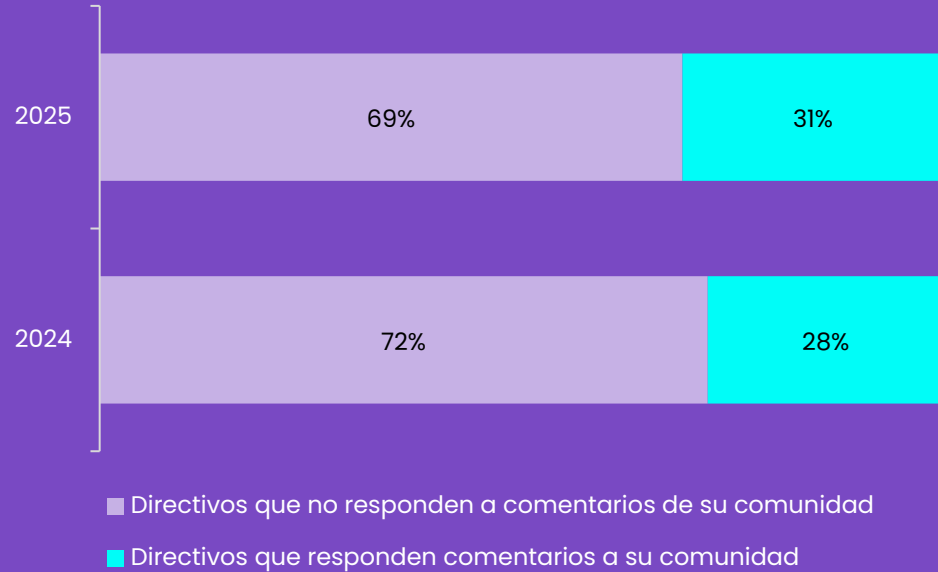
Las publicaciones en LinkedIn muestran un equilibrio entre contenido propio y compartido en 2025, con una tendencia a aumentar el contenido propio respecto al 2024

## Frecuencia de publicaciones mensual en LinkedIn



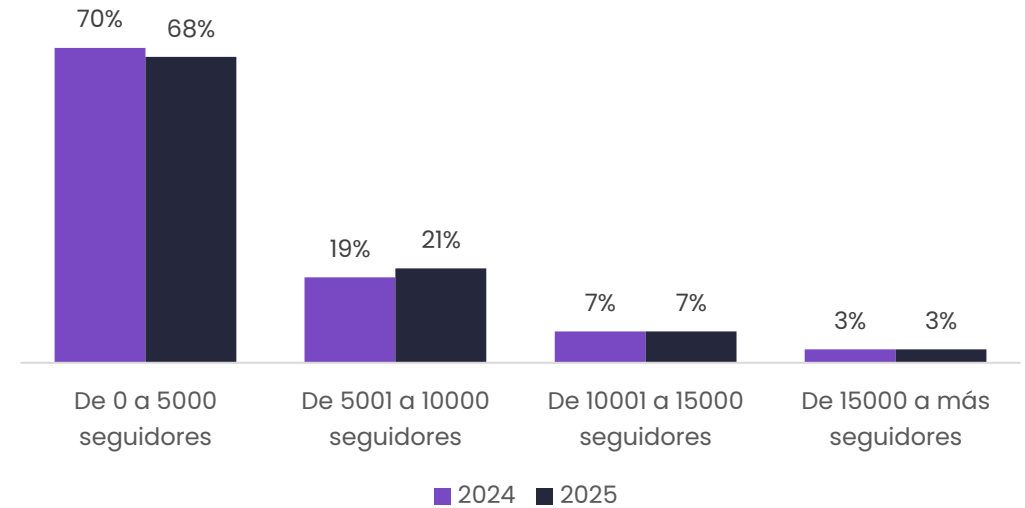
En 2025, la actividad en LinkedIn ha aumentado ligeramente, donde el 36% de los directivos publica al menos una vez al mes. Sin embargo el número de directivos con Frecuencia óptima aún es baja (11%)

## Bidireccionalidad – Respuesta a comentarios en LinkedIn



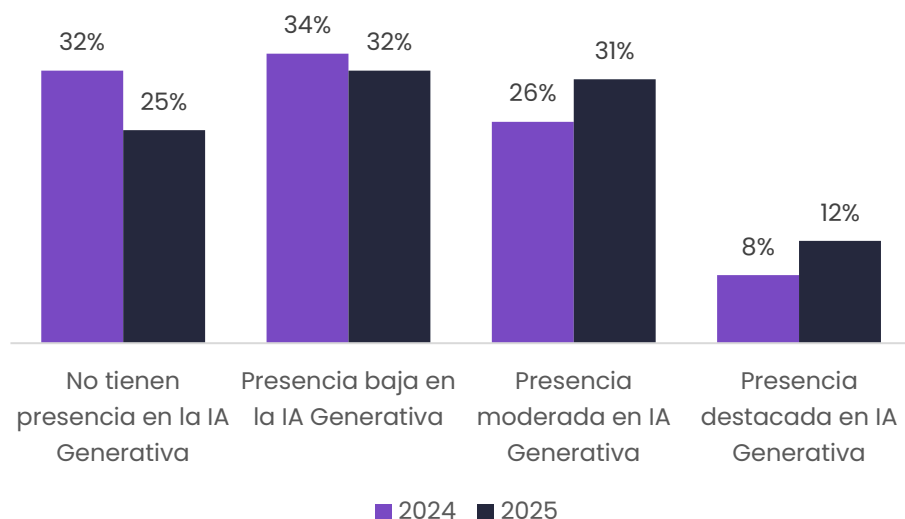
En 2025, el 31% de los directivos responden a comentarios en LinkedIn, reflejando un ligero aumento del 3% respecto al 2024, lo que representa una mejor interacción bidireccional con la comunidad.

## LinkedIn – Comunidad de Seguidores



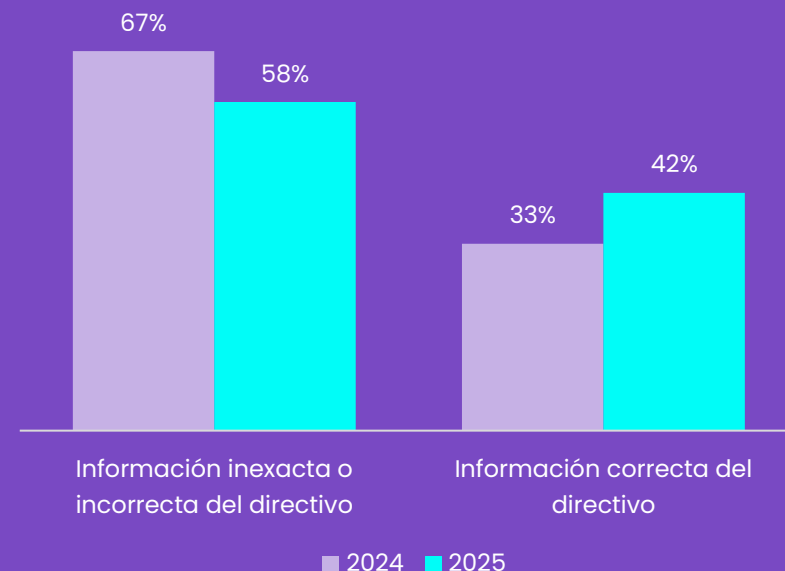
El tamaño de la comunidad de los directivos en LinkedIn ha crecido en 2025.  
El 31% de los directivos supera los 5000 seguidores.

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



En 2025 observamos que las plataformas de IA Generativa están mostrando más información de los directivos. Ahora el 43% tiene una presencia moderada o destacada en las IA's.

## Información del directivo en las plataformas de IA Generativa



Actualmente, el 42% de la información sobre directivos en plataformas de IA generativa es precisa, lo que representa un incremento significativo respecto a 2024. Esta mejora se atribuye tanto al avance en la calidad de los modelos de IA generativa como al creciente nivel de participación de los ejecutivos en LinkedIn y otras redes profesionales, lo que proporciona fuentes de datos más actualizadas y confiables.

## Temas publicados por Gerent@s Generales de Energía



## Temas publicados por Gerent@s Generales de Minería



## Temas publicados por Gerent@s Generales de Hidrocarburos





### 3. Conclusiones y principales aprendizajes

¿Qué aprendizajes nos deja la investigación?



# Conclusiones

- ✓ Los directivos digitales de los sectores energía, minería e hidrocarburos mantienen una fuerte presencia en plataformas profesionales, con LinkedIn como canal dominante (97%). Aunque el crecimiento en contenido propio es modesto (53% en 2025 frente al 51% en 2024), esta tendencia gradual indica un interés creciente por desarrollar voces auténticas en lugar de limitarse a compartir contenido de terceros, diferenciando a los líderes más efectivos en el entorno digital.
- ✓ Los temas de sostenibilidad, descarbonización y transición energética se consolidan como pilares fundamentales en las comunicaciones de los directivos, especialmente en el sector de hidrocarburos, donde la participación en eventos y entrevistas sobre estos temas muestra un notable crecimiento. Esto refleja el compromiso del sector con responder a las preocupaciones sociales y ambientales actuales.
- ✓ La presencia de directivos en plataformas de IA generativa muestra una evolución significativa, con un 43% que ahora mantiene una presencia moderada o destacada (frente al 33% en 2024). La mejora en la precisión de la información (42% en 2025 vs 33% en 2024) refleja tanto el avance tecnológico de estas plataformas como el creciente interés de los líderes por gestionar su huella digital en estos espacios emergentes.
- ✓ Persiste una brecha de actividad entre los directivos más comprometidos digitalmente y aquellos menos activos. Aunque el 36% publica al menos mensualmente, solo un 11% mantiene una frecuencia óptima de 4 o más publicaciones mensuales. Los líderes del ranking como Marco Fragale (Orygen) y Gina Vega (Primax) demuestran que la consistencia y autenticidad en la comunicación digital es clave para construir una presencia influyente.

# Insights del informe

- ✓ **Oportunidades de crecimiento en plataformas de IA Generativa**
- ✓ **Consolidación de LinkedIn como ecosistema profesional prioritario**
- ✓ **Liderazgo temático en sostenibilidad y transición energética**
- ✓ **Brecha de optimización en constancia de publicaciones**

A medida que la presencia de directivos en plataformas de IA generativa aumenta (43% con presencia moderada o destacada en 2025), se abre una ventana estratégica para construir reputación en estos espacios emergentes. La mejora en la precisión de la información (42% en 2025) señala que estas plataformas están evolucionando como fuentes relevantes de información corporativa, creando una nueva dimensión para la gestión de la imagen ejecutiva. Además, el consumidor digital viene migrando sus búsquedas a estas plataformas

El incremento en la generación de contenido propio (53% en 2025) y la presencia casi universal (97%) en LinkedIn confirma su posición como plataforma esencial para los directivos del sector energético. Esta concentración de esfuerzos representa una estrategia enfocada en maximizar el impacto donde se obtienen mayores beneficios en términos de engagement y visibilidad de marca.

La predominancia de temas como sostenibilidad, proyectos empresariales y transición energética en las comunicaciones de directivos, especialmente en hidrocarburos, revela una alineación estratégica con las preocupaciones globales actuales.

A pesar del avance digital, persiste una oportunidad significativa de mejora en cuanto a la frecuencia óptima de publicaciones, con solo un 11% de directivos manteniendo un ritmo de cuatro o más comunicaciones mensuales. Los líderes del ranking demuestran que la consistencia en la comunicación es un factor determinante para construir autoridad digital duradera y maximizar el impacto de los mensajes corporativos.



verne

Comunicación e Innovación