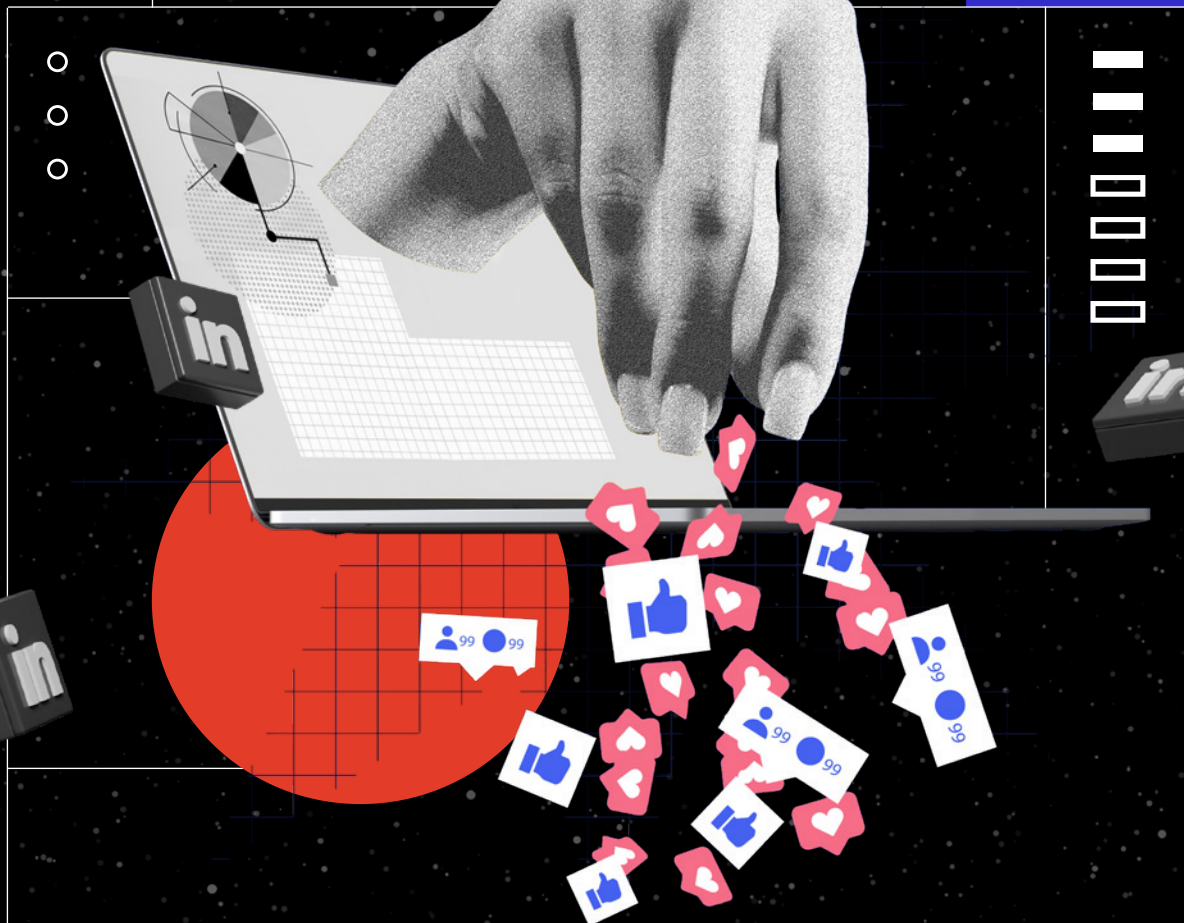


**Edición
Limitada.**



2025

RANKING **B** **LÍDERES** **2** **B**

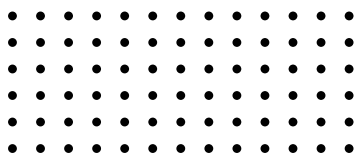
Presencia e Interacción Digital en LinkedIn

Cada vez más, y con mayor frecuencia, la visibilidad digital se ha consolidado como un factor decisivo para la credibilidad y el crecimiento de las compañías que operan bajo un modelo B2B. La presencia de sus principales ejecutivos en una red como LinkedIn fortalece la proyección corporativa y genera vínculos de confianza que impactan directamente en la competitividad y el desarrollo de nuevos negocios.

En esa línea, los líderes B2B son, en la práctica, la primera línea de representación de sus organizaciones. Desde su rol como socios principales, gerentes generales o directores ejecutivos, asumen la voz y la imagen de la compañía que dirigen. Y, en un segmento en el que la confianza y la reputación valen tanto como los productos o servicios ofrecidos, el capital simbólico de estos líderes resulta clave para sostener relaciones sólidas y duraderas con clientes, pares y partners estratégicos.

La edición 2024 del **Ranking Líderes B2B** demostró el valor de visibilizar la influencia digital de 40 líderes en cuatro categorías estratégicas. El ranking tuvo eco en medios de negocios y gremios empresariales, y abrió un debate sobre la necesidad de profesionalizar la gestión de la marca personal en entornos digitales. Ese precedente marcó un antes y un después en la manera en que el sector B2B peruano entiende el rol de LinkedIn como plataforma de posicionamiento.

Sobre esa base, el **Ranking 2025** da un paso adelante: actualiza la metodología, refuerza el foco en la consistencia y el engagement auténtico, y ofrece una radiografía precisa de cómo los ejecutivos más representativos del país en el entorno B2B construyen su liderazgo digital en un ecosistema cada vez más competitivo.



NUESTRO PROPÓSITO

En **Edición Limitada** concebimos este ranking como una herramienta para visibilizar a quienes, desde el segmento B2B, aportan conocimiento e influyen de manera tangible en el ecosistema empresarial. La edición 2024 probó que era posible medir con rigurosidad la interacción y la relevancia de los ejecutivos B2B en LinkedIn, y su éxito confirmó que existía una necesidad latente de reconocer a estos líderes en un espacio que parecía haber pasado desapercibido por otros rankings de presencia digital.

En esta línea, el propósito de la edición 2025 es doble: consolidar esa primera experiencia como referente anual para el sector, y ofrecer una guía renovada que ayude a identificar prácticas efectivas de comunicación en LinkedIn. De esta manera, destacamos perfiles que rara vez figuran en otros listados de reputación online, pero que cumplen un papel estratégico en el posicionamiento y el crecimiento de sus compañías.

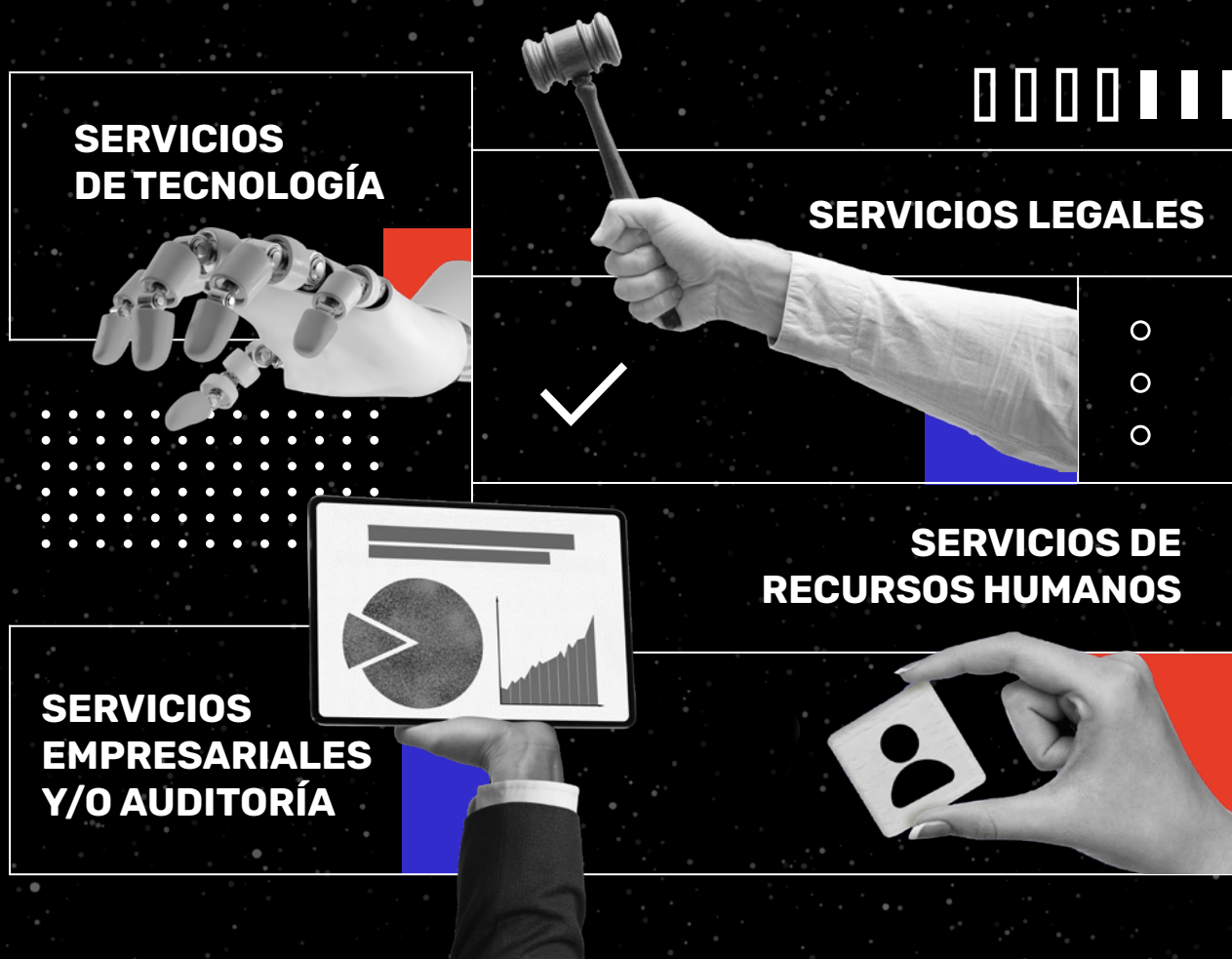
METODOLOGÍA Y CRITERIOS

El **Ranking Líderes B2B 2025** se configuró bajo una metodología que busca reflejar con mayor rigurosidad el performance de los líderes empresariales B2B que desarrollan su presencia digital a través de LinkedIn. Para la edición 2024 se aplicó una fórmula basada en 14 variables con diferentes ponderaciones, que fue pionera en rankear a los ejecutivos según su alcance, volumen de publicaciones, tipos de formatos y nivel de interacción. Esa base permitió visibilizar por primera vez la magnitud de la influencia digital en el sector B2B.

Para la edición 2025, la experiencia acumulada y el análisis de casos específicos permitieron optimizar la fórmula, con el fin de reducir el peso de indicadores pasivos, como el número de seguidores, y darle mayor protagonismo a la actividad sostenida y al engagement auténtico. La consistencia de publicación se incorpora como variable independiente y se eliminan factores poco representativos, como el repost simple sin valor agregado.



**El ranking se divide en cuatro categorías
que giran alrededor del ámbito
estrictamente B2B:**



Estos rubros se eligieron porque reflejan con claridad la dinámica de un mercado donde la generación de confianza, la especialización y el liderazgo de pensamiento son tan importantes como la oferta de servicios.

El cálculo del puntaje final de los ejecutivos rankeados se basa en la normalización de cada variable contra los **máximos del universo 2025**, aplicados de forma consistente en todas las categorías. Esto asegura la comparabilidad y que los puntajes coincidan entre los cuatro rubros elegidos y el top 10 consolidado.

Además, se aplicaron **penalizaciones** para la inactividad (**-90%** de reducción si no hay publicaciones en el periodo analizado, **-50%** si sólo existen 1 o 2 post) y **bonificaciones** que premian buenas prácticas: **+5%** por usar al menos un formato de alto engagement (imagen, video o enlace) y **+10%** cuando las reacciones promedio superan las 100 por publicación. En conjunto, la metodología 2025 conserva la rigurosidad del modelo anterior y prioriza la constancia, la relevancia del contenido y la interacción genuina frente a métricas más generales.

SECTORES NO CONSIDERADOS

Al igual que el año pasado, el ranking de 2025 se centra únicamente en los sectores cuya operación está orientada de manera exclusiva al segmento B2B. Existen otros rubros que, si bien desarrollan actividades y negocios entre empresas, tienen como eje principal al consumidor final. Incluirlos podría distorsionar el resultado, ya que el comportamiento digital de los líderes de empresas con un alto componente B2C responde a lógicas de comunicación distintas a las de un entorno estrictamente B2B.

En esta edición se excluyeron las siguientes categorías:

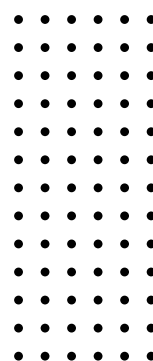
 Banca y Finanzas	 Consumo masivo
 Seguros y Reaseguros	 Retail
 Salud	 Energía
 Educación	 Telecomunicaciones

La decisión responde a mantener la comparabilidad entre ejecutivos de industrias donde la influencia personal en LinkedIn tiene un peso estratégico real sobre la generación de confianza y oportunidades de negocio. De cara a futuras ediciones se evalúa la incorporación de otros sectores, siempre que la naturaleza de su operación se ajuste al propósito central del ranking: destacar el liderazgo digital en un ecosistema auténticamente B2B.



PERÚ THE TOP

10.000



El primer filtro para seleccionar a los ejecutivos analizados en este ranking fue el análisis de **PERÚ THE TOP 10.000**, publicación de referencia que lista a las empresas del país según su nivel de facturación. Este criterio asegura que el universo de estudio esté conformado por compañías representativas dentro de sus respectivos sectores.

A partir de este listado se tomaron a las 50 empresas de mayor facturación en cada una de las cuatro categorías seleccionadas: **Servicios de Tecnología, Servicios Legales, Servicios Empresariales y Servicios de Recursos Humanos**. Con ello se garantizó que los líderes evaluados provengan de organizaciones con relevancia comprobada en el mercado.

El siguiente paso fue identificar a los voceros principales de esas compañías. Se consideraron cargos como CEO, gerente general, socio principal, managing partner, country manager o presidente de directorio, de acuerdo con la estructura de cada organización. En el caso de Legal, donde una misma firma reúne a más de un socio principal de alta visibilidad, el análisis incluyó hasta dos representantes por empresa.

Este enfoque permitió construir un mapa diverso y representativo del liderazgo B2B en el Perú, asegurando que la muestra esté conformada por ejecutivos cuya influencia digital se apoya en la solidez y relevancia de las compañías que dirigen.

PRESENCIA E INTERACCIÓN

Luego de aplicar el filtro de facturación de **PERÚ THE TOP 10.000**, el siguiente paso fue analizar los perfiles de LinkedIn de los principales ejecutivos de cada categoría. El objetivo fue medir, en base a datos objetivos, la visibilidad y la capacidad de interacción de cada líder en el periodo evaluado: del **1 de septiembre de 2024 al 31 de agosto de 2025**.

El modelo considera un conjunto de variables que reflejan tanto el **alcance** como la **actividad sostenida** y el **engagement auténtico** de cada ejecutivo. Para evitar distorsiones, cada variable se normalizó en función de los **valores máximos del universo 2025**, garantizando la comparabilidad entre ejecutivos con comunidades de distinto tamaño y asegurando la coherencia entre los puntajes de cada categoría y el ranking consolidado.

El puntaje final se calculó a partir de las siguientes ponderaciones:

SEGUIDORES Alcance de la comunidad de cada líder.		30%
NÚMERO TOTAL DE POSTS	15%	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN 10%
constancia y regularidad en la generación de contenido.		
INTERACCIONES PROMEDIO		
Reacciones	12%	Comentarios 12%
		Compartidos 6%
Indicadores que muestran el nivel de resonancia e influencia real de las publicaciones.		
FORMATOS DE ALTO ENGAGEMENT		
Imágenes	4%	Videos 2%
		Enlaces 2%
OTROS FORMATOS RELEVANTES		
Posts de texto	4%	Documentos 3%
		Artículos 3%
REPOSTS CON VALOR AGREGADO publicaciones en las que el ejecutivo añade un comentario o reflexión propia al contenido compartido.		3%

Cada variable fue ponderada según su peso asignado. El resultado final se multiplicó por un **factor de escala (×1.000)** para facilitar la comparación entre ejecutivos y consolidar los resultados en un ranking único.

Además, se implementó un sistema de **penalizaciones y bonificaciones** para reflejar la calidad del liderazgo digital:

- **Penalizaciones:** -90% del puntaje en caso de inactividad total y -50% cuando la actividad es mínima (1 o 2 publicaciones en el año).
- **Bonificaciones:** +5% por utilizar al menos un formato de alto engagement (imagen, video o enlace) y +10% por superar las 100 reacciones promedio por publicación.

En conjunto, esta metodología premia la constancia, fortalece la relevancia del contenido y prioriza la interacción genuina frente a métricas superficiales. De esta manera, el **Ranking Líderes B2B 2025** ofrece una radiografía precisa de cómo los líderes B2B en el Perú están construyendo hoy su influencia digital en LinkedIn.



CASOS NO CONSIDERADOS

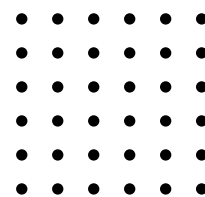
Es importante precisar que no se incluyeron en este ranking los siguientes perfiles:

- **Líderes cuyas empresas no pasaron el primer filtro según su facturación.**
- **Líderes sin una cuenta activa en LinkedIn.**

Para mayor transparencia, explicamos a detalle la fórmula.

FÓRMULA EN

10 PASOS



PASO 1 – PERIODO Y UNIVERSO DE ANÁLISIS

Se definió el periodo **1/sep/2024 – 31/ago/2025** y se construyó el universo a partir de **PERÚ THE TOP 10.000** (top 50 empresas por categoría). Se identificaron los principales voceros por empresa (CEO, gerente general, managing partner, etc.).

PASO 2 – REVISIÓN DE PUBLICACIONES COMPLETAS

Se revisaron todas las publicaciones de cada ejecutivo en LinkedIn dentro del periodo, clasificándolas por formato: texto, imagen, video, enlace, documento, artículos y repost con ideas propias. No se consideraron los repost sin comentarios.

PASO 3 – EXTRACCIÓN DE DATOS EN BRUTO

De cada ejecutivo se recogieron **14 variables**, entre las que destacan el número de seguidores, total de posts, frecuencia de publicación, reacciones promedio, comentarios promedio, compartidos promedio y el uso de cada formato.

PASO 4 – IDENTIFICACIÓN DE MÁXIMOS DEL UNIVERSO 2025

Se determinó el valor máximo observado por variable en todo el universo (ej. 43.194 seguidores, 179 posts, 448 reacciones promedio, etc.). Estos valores se usaron como **denominadores de normalización**.

PASO 5 – NORMALIZACIÓN DE CADA VARIABLE

Los valores individuales de cada ejecutivo se dividieron entre el máximo del universo, transformándolos en fracciones comparables entre 0 y 1.

PASO 6 – PONDERACIÓN DE VARIABLES

Cada valor normalizado se multiplicó por el peso asignado:

- Seguidores (30%), Posts totales (15%), Frecuencia (10%),
- Reacciones (12%), Comentarios (12%), Compartidos (6%),
- Texto (4%), Imagen (4%), Video (2%), Enlace (2%), Documento (3%),
- Repost con ideas propias (3%), Artículos (3%).



PASO 7 – SUMA DEL PUNTAJE BASE

Se sumaron los valores ponderados, obteniendo un **puntaje base** que refleja el desempeño sin ajustes adicionales.

PASO 8 – PENALIZACIONES POR INACTIVIDAD

El puntaje base se multiplica por un factor según el nivel de actividad:

- 0 publicaciones = reducción al 10% (–90%).
- 1–2 publicaciones = reducción al 50%.
- 3 o más = sin penalización.

PASO 9 – BONIFICACIONES POR BUENAS PRÁCTICAS

Se aplican incrementos en dos casos:

- **+5%** si el ejecutivo usó al menos un formato de alto engagement (imagen, video o enlace).
- **+10%** si el promedio de reacciones supera las 100 por publicación.

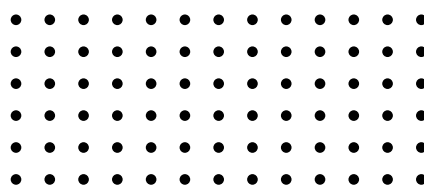
PASO 10 – ESCALAMIENTO DEL RESULTADO

El puntaje ajustado se multiplica por **x1.000** para facilitar la lectura y consolidar el ranking.



ANÁLISIS DE LOS

40



Los resultados del **Ranking Líderes B2B 2025** muestran que los 40 principales líderes empresariales de las cuatro categorías evaluadas cuentan con un promedio de 10.738 seguidores en LinkedIn, aunque la mediana —el punto medio real del grupo— se sitúa en 7.685 seguidores. Esto significa que, si bien algunos ejecutivos destacan con cifras muy altas que elevan el promedio, la mayoría se concentra en torno a los 7.000 a 8.000 seguidores, reflejando una comunidad sólida y especializada más que masiva.

En el periodo analizado (del 1 de septiembre de 2024 al 31 de agosto de 2025) publicaron en promedio **36 posts al año**, alrededor de **3 publicaciones mensuales**.

En términos de interacción, cada publicación recibió en promedio **129 reacciones, 16 comentarios** y fue compartida **3 veces**. Frente al **Ranking B2B 2024**, se observa un crecimiento relevante en tres frentes:

Posts por ejecutivo:	Comentarios por post:	Reacciones por post:
+38% (de 26 a 36)	+129% (de 7 a 16)	+70% (de 76 a 129)

Esto refleja que los ejecutivos B2B siguen liderando la conversación empresarial en LinkedIn, utilizando la plataforma como un espacio estratégico para proyectar autoridad, interactuar con sus comunidades y fortalecer sus marcas personales. El crecimiento sostenido en publicaciones e interacciones confirma que LinkedIn se consolida como la red de referencia para los líderes corporativos peruanos, en especial en sectores como consultoría, tecnología y servicios profesionales.

En cuanto a formatos, se confirma una preferencia por piezas con **imagen** y por el **repost con ideas propias**. En el año, el Top 40 acumuló **484 publicaciones con imagen** (39 de 40 líderes usaron este formato) y **499 repost con ideas** (35 líderes). En un segundo grupo aparecen los **enlaces** (115 publicaciones; 23 líderes) y el **video** (71 publicaciones; 15 líderes). Los **documentos** (61 publicaciones; 14 líderes) y los **artículos** (4 publicaciones; 3 líderes) muestran menor uso, mientras que el **texto puro** suma 29 publicaciones (empleado por 16 líderes).

Al observar los extremos se evidencia que la dispersión es amplia: **7 ejecutivos** superaron los **20.000 seguidores** y algunos publicaron más de **100 posts** en el periodo, mientras que otros apenas alcanzaron un dígito de publicaciones o sostienen comunidades menores a **1.000 contactos**. Aun así, la **fórmula 2025** mitiga las asimetrías al premiar la constancia y el engagement de calidad, de modo que perfiles con audiencias más acotadas, pero con mejor desempeño relativo en sus respectivos sectores, logran posiciones competitivas en el consolidado.



SERVICIOS DE TECNOLOGÍA



La categoría muestra un dinamismo creciente en LinkedIn. Los 10 ejecutivos con mayor puntaje promedian las **43 publicaciones en el año** (frente a 22 en 2024), y cuentan con una comunidad cercana a **11.000 seguidores en promedio**. Además, sus contenidos alcanzan un nivel de interacción significativo: cada post recibe en promedio **132 reacciones, 15 comentarios** y es compartido casi **2 veces**.

En este grupo destaca **Alba San Martín (Cisco)**, quien se posiciona en el primer lugar con más de **25.000 seguidores y 53 publicaciones**, la mayoría en formato de repost con ideas propias. Su estrategia le permite combinar alcance, frecuencia y un nivel de engagement sostenido, consolidándose como la líder digital del sector tecnológico en 2025.

Le siguen **Carlos Calderón (Vixora)** y **Emilio Fantozzi (Excellia)**, ambos con estrategias de publicación constantes y comunidades sólidas que los ubican en los primeros lugares del ranking. **Rogelio Fernández (PayU)** y **Juan Carlos Zevallos (IBM)** completan el grupo de mayor visibilidad, mientras que **Mario Rodríguez (Microsoft)** y **Carlos Niezen (KasNet)**, refuerzan la presencia de grandes multinacionales en la lista.

El Top 10 se completa con **Hugo González (Ricoh)**, **Sangram Sahoo (TCS)** y **Marcelo Castiglione (SONDA)**, quienes consolidan la diversidad de estilos de liderazgo digital en el sector.

Este desempeño confirma que la fórmula 2025 premia la constancia y la conversación de calidad. Los líderes mejor posicionados combinan volumen de publicaciones con altos niveles de engagement, estableciendo referencias claras para la comunicación ejecutiva en el ámbito tecnológico.

|||||



SERVICIOS DE TECNOLOGÍA



302

1



Alba San Martín



Senior Director / Channels
Cisco Systems Latin America

|||||

2  300 ... Carlos Calderón Gerente General / Vixora	3  296 ... Emilio Fantozzi CEO / Excellia	4  246 ... Rogelio Fernández Country Manager / PayU Perú
--	--	---

5  241 III Juan Carlos Zevallos General Manager / IBM Perú, Ecuador y Bolivia	6  233 III Mario Rodríguez Gerente General / Microsoft Perú	7  232 III Carlos Niezen CEO / KasNet
--	--	--

8  227 ... Hugo González Country Manager / Ricoh Perú	9  208 ... Sangram Sahoo Country Manager / TCS Perú	10  200 ... Marcelo Castiglione CEO / SONDA
--	--	--

SERVICIOS EMPRESARIALES

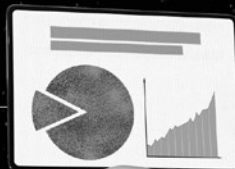
En este segmento la presencia en LinkedIn muestra un alto grado de consolidación. Los 10 ejecutivos mejor posicionados alcanzan en promedio **11.596 seguidores** y realizaron cerca de **39 publicaciones** en el periodo, lo que refleja un esfuerzo sostenido por mantener visibilidad digital. Cada publicación generó en promedio **145 reacciones, 20 comentarios** y casi **4 compartidos**, cifras que en varios casos duplican los resultados observados en 2024.



El liderazgo en la categoría corresponde a **Augusto Gutiérrez (Gleeds Perú)**, quien combina una comunidad amplia con una notable constancia en sus publicaciones, lo que le permite obtener el mayor puntaje de la categoría. Muy de cerca se encuentra **Paulo Pantigoso (EY Perú)**, referente histórico del sector (2024), cuyo alcance y engagement consolidan su influencia digital. En tercer lugar aparece **Javier Hoyle (NTT Data Perú)**, con niveles de interacción muy superiores al promedio, lo que lo posiciona como un líder de conversación en el rubro de consultoría y servicios corporativos.

En el resto del Top 10 destacan ejecutivos de firmas de auditoría, consultoría y gestión como **Apoyo Comunicación, WSP, Apoyo Consultoría, PwC, Arellano Consultoría y MACE**. Su presencia activa confirma que la consultoría empresarial está transitando hacia un escenario donde el liderazgo digital se convierte en una ventaja competitiva clara frente a sus pares del mercado.

SERVICIOS EMPRESARIALES



1



448

• • • Augusto Gutiérrez



Country Director / Gleeds Perú

• • • • •

2 444 • • •	3 361 • • •	4 286 • • •
Paulo Pantigoso Country Managing Partner / EY Perú	Javier Hoyle Gerente General / NTT Data Perú	Milagros Avendaño Gerente General / Apoyo Comunicación

5 234 • • •	6 227 • • •	7 204 • • •
Virgilio Gonzales Country Manager / WSP Perú	Rolando Arellano Presidente / Arellano Consultoría	Gianfranco Castagnola Presidente de Directorio / Apoyo Consultoría

8 180 • • •	9 172 • • •	10 171 • • •
Orlando Marchesi Country Senior Partner / PwC Perú	Oscar Caipo Head of LATAM / MACE	Vanessa Yupari Gerente General / Tgestiona

Este sector conserva un perfil más moderado en comparación con otras categorías, aunque con señales claras de especialización en contenidos. Los 10 ejecutivos con mayor puntaje promedian los **7.265 seguidores** y alrededor de **14 publicaciones en el año**. Cada post alcanza en promedio **59 reacciones, 6 comentarios** y poco más de **1 compartido**, cifras que, aunque menores a las de Tecnología o Servicios Empresariales, reflejan una conversación constante con audiencias específicas.

El liderazgo le corresponde a **Ignacio Brain (Michael Page)**, quien concentra un puntaje destacado gracias a la combinación de comunidad, frecuencia y engagement. Le siguen **Óscar Villagómez (Computrabajo)** y **Juan Pablo Gajate (Tawa)**, ambos con estrategias que priorizan la generación de contenido especializado en reclutamiento y gestión de talento. También sobresale **Eduardo Dancourt (Prosegur Cash)**, con una participación digital sostenida dentro de un sector tradicionalmente más reservado.



El resto del Top 10 reúne a líderes de empresas de servicios de empleo temporal, outsourcing y consultoría, entre los que figuran **Juan Carrasco (Overall)** y **Marco Nicoli (Manpower)**. Aunque sus comunidades son más acotadas, su visibilidad digital contribuye a reforzar su presencia en un espacio donde la marca personal y la autoridad técnica son factores diferenciadores.

SERVICIOS DE RECURSOS HUMANOS

312



... Ignacio Brain

Director Ejecutivo / Michael Page

|||||

2  187 ... Oscar Villagómez Country Manager / Computrabajo Perú	3  184 ... Juan Pablo Gajate Co-Founder, Partner & Director / Tawa Consulting	4  163 ... Eduardo Dancourt Director General / Prosegur Cash
---	---	--

5  145 III Juan Carrasco CEO Corporativo Overall - LATAM & España	6  78 III Marco Nicoli Director / Manpower Perú	7  53 III Freddy Ames CEO & President / Grupo Coopsol
---	---	---

8  29 ... Irina Karbonova Gerente General / Obiettivo Lavoro Los Andes	9  25 ... Lida Polo Gerente General / Salesland	10  2 ... Santiago Moure VP Operations & Projects LATAM / Adecco
--	---	--

Esta categoría confirma la alta competitividad de los líderes de estudios jurídicos en LinkedIn. Los 10 primeros ejecutivos promedian **14.114 seguidores** y registran cerca de **29 publicaciones en el año**. Sus contenidos generan en promedio **135 reacciones, 10 comentarios** y casi **4 compartidos** por publicación, cifras que reflejan una capacidad creciente de convocatoria digital en un sector históricamente más reservado en redes profesionales.

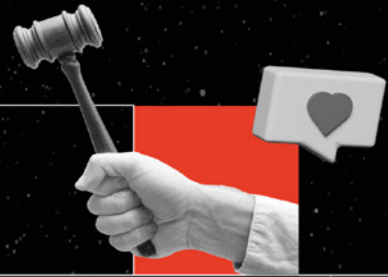


En esta edición, **Jorge Toyama (Vinatea & Toyama)** volvió a obtener el mayor puntaje absoluto del ranking. Sin embargo, con el objetivo de abrir espacio a nuevos referentes en la categoría, este 2025 es reconocido como **Premio Especial** debido a que sigue siendo el único ejecutivo que excede en resultados a todos sus pares B2B.

El liderazgo visible en la categoría lo asume **Mauricio Olaya (Muñiz)**, con **13.000 seguidores y 47 publicaciones** que promediaron **154 reacciones, 14 comentarios y 6 compartidos**. Su desempeño lo posiciona como referente de conversación en el sector legal corporativo. Le sigue **Luis Vinatea (Vinatea & Toyama)**, con una comunidad sólida y un puntaje que refleja su consistencia en publicaciones y capacidad de engagement.

En el resto del Top 10 figuran socios de firmas de gran trayectoria como **DLA Piper, Rebaza Alcázar & De Las Casas, Bullard Falla Ezcurra, Rodríguez Angobaldo, CMS Grau, Garrigues y Barreda Moller**, lo que confirma que la influencia digital se consolida como un activo estratégico en la práctica legal, tanto para atraer talento como para posicionar temas clave en la agenda empresarial.

SERVICIOS LEGALES



316

1



• • • **Mauricio Olaya**



Líder en M&A Perú / Estudio Muñiz

• • • • •

2



224

• • •

Luis Vinatea

Socio / Vinatea & Toyama

3



213

• • •

Sergio Barboza

Co-Managing Partner / DLA
Piper Perú

4



201

• • •

Alberto Rebaza

Managing Partner / Rebaza,
Alcázar & De las Casas

5



194

• • •

Alfredo Barreda

Managing Partner / Barreda Moller

6



176

• • •

Thomas Thorndike

Partner / Garrigues

7



165

• • •

Huascar Ezcurra

Socio / Bullard Falla & Ezcurra

8



158

• • •

Fernando Rodríguez

Socio Principal / Rodríguez
Angobaldo

9



122

• • •

Juan Carlos Escudero

Socio / CMS Grau

10



120

• • •

Rafael Boisset

Managing Partner Peru / Philippi
Prietocarrizosa Ferrero DU & Uria

RANKING CONSOLIDADO

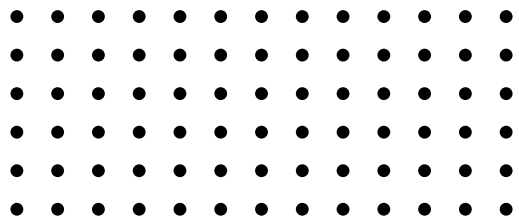
El análisis del **Top 10 consolidado** revela una distribución equilibrada entre **Servicios Empresariales** y **Servicios Tecnológicos** cada uno con un **40%** de los líderes destacados, mientras **Servicios Legales** y **Recursos Humanos** aportan **10%** de ejecutivos.

En esta edición, **Jorge Toyama (Vinatea & Toyama)** volvió a obtener el mayor puntaje absoluto del ranking, repitiendo su liderazgo del 2024. Sin embargo, pasa a la sección de **Premios Especiales**, lo que permitió la incorporación de un nuevo ejecutivo en el Top 10 consolidado.

Es importante precisar que las métricas de Jorge Toyama sí fueron consideradas en la metodología, ya que aportaron varios de los valores máximos de referencia utilizados en la normalización de variables y en la construcción de la fórmula 2025 de todas las categorías y del ranking consolidado.

El liderazgo visible en el consolidado quedó en manos de **Augusto Gutiérrez (Gleeds Perú)**, seguido de **Paulo Pantigoso (EY Perú)** y **Javier Hoyle (NTT Data)**, quienes encabezan el podio con comunidades sólidas y un desempeño sostenido en publicaciones e interacciones. La lista se completa con ejecutivos de sectores diversos como **Muñiz, Michael Page, Cisco, Vixtora, Excellia, Apoyo Comunicación y PayU**, confirmando que el liderazgo digital en LinkedIn se distribuye entre firmas de consultoría, tecnología y servicios profesionales.

Este resultado refleja la consolidación de la consultoría empresarial como espacio dominante en LinkedIn, mientras que el avance de las compañías tecnológicas confirma un creciente protagonismo en la conversación digital B2B. La presencia de estudios jurídicos y del sector de Recursos Humanos, aunque con menor representación, muestra que su liderazgo digital depende de casos puntuales de gran alcance y engagement, más que de un ecosistema amplio y homogéneo.





TOP CONSOLIDADO



1

448



• • • Augusto Gutiérrez



Country Director / Gleeds Perú



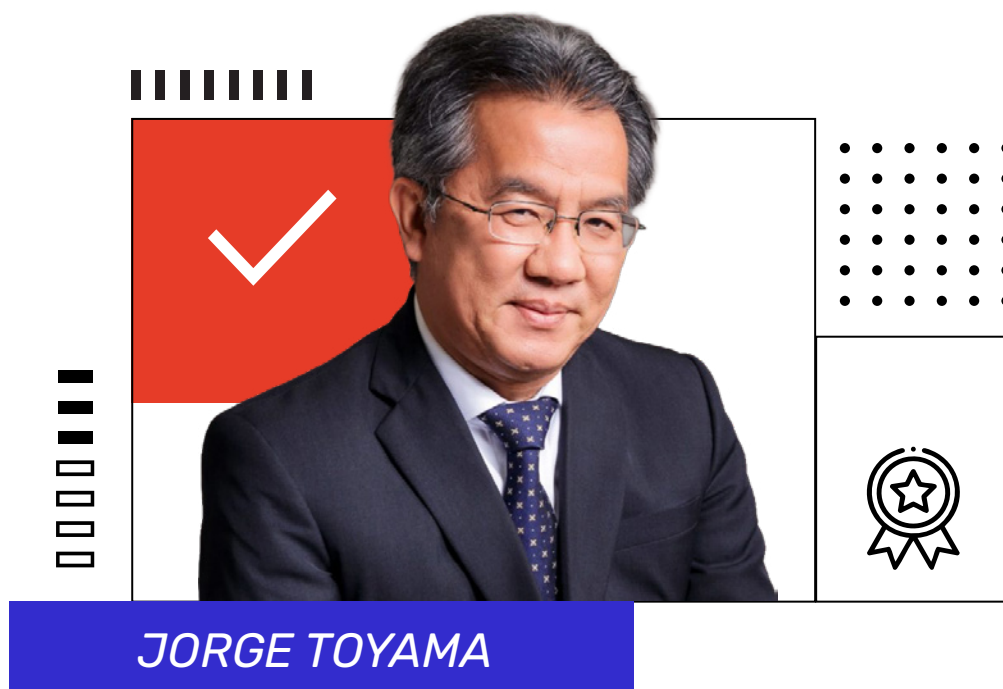
2 444 • • • Paulo Pantigoso Country Managing Partner / EY Perú	3 361 • • • Javier Hoyle Gerente General / NTT Data Perú	4 316 • • • Mauricio Olaya Líder en M&A Perú / Estudio Muñiz
---	---	---

5 312 • • • Ignacio Brain Director Ejecutivo / Michael Page	6 302 • • • Alba San Martín Senior Director / Channels Cisco Systems Latin America	7 300 • • • Carlos Calderón Gerente General / Vixora
--	---	---

8 296 • • • Emilio Fantozzi CEO / Excellia	9 286 • • • Milagros Avendaño Gerente General / Apoyo Comunicación	10 246 • • • Rogelio Fernández Country Manager / PayU Perú
---	---	---

PREMIOS ESPECIALES

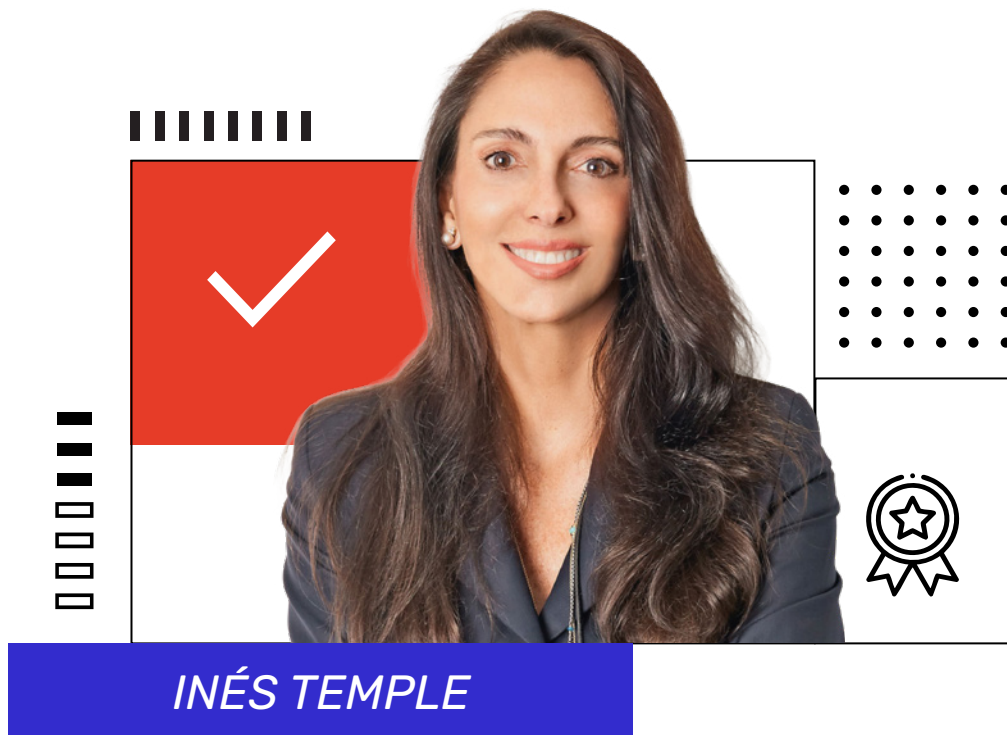
En la edición 2025 del Ranking Líderes B2B 2025 se decidió crear un apartado de Premios Especiales, destinado a reconocer trayectorias de líderes que, por su peso específico, trascienden la lógica de la competencia dentro de las categorías tradicionales.



Socio de **Vinatea & Toyama**, es una de las figuras más influyentes del ámbito jurídico y empresarial en el Perú. Con una trayectoria consolidada en derecho laboral, ha sabido trasladar su liderazgo del mundo académico y gremial al espacio digital, convirtiéndose en una de las voces más consistentes y respetadas de LinkedIn. Su presencia combina rigor técnico, cercanía y reflexión estratégica, cualidades que lo han posicionado como un referente transversal dentro del ecosistema B2B.

Durante el periodo analizado (septiembre 2024 – agosto 2025) Toyama acumuló **43.194 seguidores** y publicó **119 veces**, con un promedio de **241 reacciones**, **16 comentarios** y **14 compartidos** por post. Estos indicadores, ampliamente superiores a los promedios del ranking, reflejan una comunidad activa y un nivel de engagement sostenido a lo largo del año.

Si bien volvió a obtener el puntaje más alto del ranking consolidado 2025 – repitiendo su liderazgo del año anterior –, se decidió reconocerlo en esta sección especial, a fin de darle espacio a nuevos ejecutivos dentro de la categoría legal y del consolidado general. Este reconocimiento reafirma su condición de líder indiscutible y consolida su rol como referente digital en el ámbito jurídico y empresarial, habiendo establecido un estándar de excelencia, consistencia y autoridad que sigue siendo el punto de referencia para las futuras generaciones de líderes B2B.



Presidenta de **LHH DBM Perú, LHH Chile y The SafeStorage Co.**, es una de las voces más influyentes del mundo ejecutivo B2B en América Latina. Reconocida en el listado **Bloomberg 500 más influyentes de la región**, incluida en el **Merco Top 25** y distinguida como **LinkedIn Top Voice**, Temple representa la combinación entre trayectoria empresarial, liderazgo femenino y autoridad digital.

Con una comunidad de **232.710 seguidores**, su presencia en LinkedIn trasciende cualquier parámetro sectorial. Durante el periodo analizado (septiembre 2024 – agosto 2025) publicó **148 veces**, con una estrategia que combina distintos formatos: **83 publicaciones con imagen, 24 repost con ideas propias, 14 videos, 15 artículos** y piezas adicionales en texto, enlace y documento. Esta variedad de formatos refuerza la consistencia de su comunicación y la cercanía con audiencias profesionales diversas.

Cada publicación generó en promedio **410 reacciones, 33 comentarios y 25 compartidos**, indicadores que se mantienen muy por encima de los líderes del ranking. Su comunidad, además, **equivale al 50% de todos los seguidores acumulados entre los 40 ejecutivos de todo el Ranking Líderes B2B 2025**, porcentaje que refleja la magnitud de su influencia dentro del ecosistema empresarial.

La inclusión de Inés Temple en los **Premios Especiales** responde a su condición de **vocera transversal del liderazgo B2B**. Su influencia no se limita a un sector específico, sino que abarca el conjunto del espacio empresarial latinoamericano, consolidándose como referente de credibilidad, reputación y pensamiento directivo en el entorno digital.

PERFILES DESTACADOS

En la edición 2025 del Ranking Líderes B2B 2025 se decidió crear un apartado de **Premios Especiales**, destinado a reconocer trayectorias de líderes que, por su peso específico, trascienden la lógica de la competencia dentro de las categorías tradicionales.

SERVICIOS DE TECNOLOGÍA

|||||||



Alba San Martín

La Senior Director de Cisco encabeza la categoría de Servicios de Tecnología en 2025. Su ingreso directo al primer puesto refleja la madurez de su estrategia digital y su capacidad para sostener una conversación constante con audiencias técnicas y ejecutivas. Con **25.179 seguidores** y **53 publicaciones** en el periodo (≈ 4 al mes), destaca el uso estratégico del repost con ideas propias —**42 de sus publicaciones**—, complementado con piezas en imagen y video. Cada post generó en promedio **67 reacciones**, **5 comentarios** y cerca de **1 compartido**, cifras que consolidan su presencia como referente en liderazgo femenino y transformación tecnológica. Su ascenso reafirma que la constancia y la coherencia de mensaje son hoy los factores decisivos para liderar la conversación B2B en tecnología.

|||||||



Carlos Calderón

El Gerente General de **Vixora** lidera la categoría gracias a una actividad sostenida a lo largo del año: realizó 179 publicaciones (≈ 15 al mes), lo que lo convierte en el ejecutivo más constante del sector. Su comunidad alcanza **12.508 seguidores** y cada publicación promedia **45 reacciones**, **2 comentarios** y **1-2 compartidos**. La estrategia de volumen y continuidad —apoyada en formatos de imagen y enlaces, además de repost con ideas propias— le permite maximizar los componentes de la fórmula vinculados a frecuencia y recurrencia, alcanzando el puntaje más alto de la categoría.



SERVICIOS EMPRESARIALES



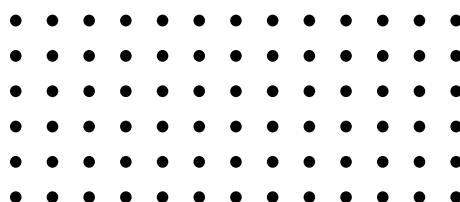
Augusto Gutiérrez

El Country Manager & Director de **Gleeds Perú** alcanza el primer lugar en la categoría de Servicios Empresariales tras haber ocupado el segundo puesto en 2024. Este ascenso refleja una estrategia de comunicación altamente estructurada y una frecuencia de publicación excepcional: **136 piezas en el periodo** (≈11-12 al mes), con promedios de **65 reacciones, 4 comentarios y 1.8 compartidos** por post. Con una comunidad de **20.247 seguidores**, su fórmula combina regularidad, cercanía profesional y uso versátil de formatos visuales, lo que potencia el impacto de su contenido especializado en gestión y sostenibilidad corporativa. La consistencia en su actividad digital lo posiciona como un caso de liderazgo consolidado en LinkedIn, donde la recurrencia y la claridad técnica han sido determinantes para escalar posiciones y consolidarse como una de las voces más reconocibles del sector empresarial peruano.



Paulo Pantigoso

El Country Managing Partner de **EY Perú** ocupa el segundo lugar con un perfil de gran alcance y altísimo engagement por pieza. Cuenta con **32.893 seguidores** y publicó **34 veces en el año** (≈3 al mes); cada publicación alcanzó en promedio **193,5 reacciones, 8,7 comentarios y 5,4 compartidos**. Aunque en 2024 encabezó el ranking en su categoría, la mayor actividad de otros líderes como Gutiérrez lo desplazó al segundo lugar, reafirmando que la constancia pesa cada vez más en la fórmula.



SERVICIOS DE RECURSOS HUMANOS

|||||||



Ignacio Brain

El Director Ejecutivo de **Michael Page** consolida su liderazgo en la categoría de Recursos Humanos al mantenerse, por segundo año consecutivo, en el primer lugar. En 2025 alcanzó 23.017 seguidores y **publicó 51 veces**, triplicando su nivel de actividad frente al año anterior. Aunque su promedio de **50 reacciones** por publicación parece moderado en comparación con otros sectores, su constancia —**una publicación semanal sostenida**— y el enfoque en contenidos de talento, liderazgo y cultura corporativa refuerzan su autoridad en el ámbito HR. Su desempeño ilustra cómo una estrategia basada en disciplina y coherencia puede compensar la menor masividad del sector, que históricamente ha mostrado menor dinamismo en LinkedIn. Brain ratifica su posición como referente de comunicación ejecutiva en Recursos Humanos y demuestra que la continuidad es el componente más determinante en la fórmula 2025.

|||||||



Óscar Villagómez

El Country Manager de **Computrabajo Perú** ocupa el segundo lugar con un perfil de menor volumen, pero con fuerte engagement por publicación. Con **19.406 seguidores** y solo **7 posts** en el año, cada pieza generó en promedio **77 reacciones** y más de **3 comentarios**, superando incluso los niveles de 2024. Su caso evidencia que, en Recursos Humanos, el impacto puede lograrse tanto por constancia como por calidad puntual del contenido.



SERVICIOS LEGALES

|||||||



Mauricio Olaya

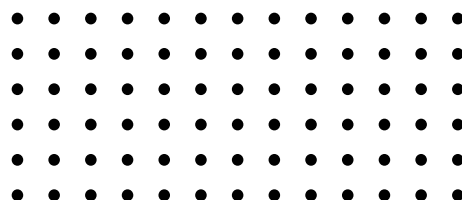
El líder en M&A Perú del **Estudio Muñiz** se consolida como una de las figuras más sólidas del ámbito jurídico digital en el país. Con una comunidad de más de **13.000 seguidores** y **47 publicaciones** en el periodo, Olaya duplicó sus cifras de interacción respecto a 2024: sus posts registran en promedio **154 reacciones**, **14 comentarios** y casi **6 compartidos**, lo que evidencia un salto cualitativo en engagement. Este crecimiento no responde solo a volumen, sino a una estrategia editorial sostenida que combina actualidad normativa y análisis empresarial, fortaleciendo su reputación entre audiencias jurídicas y corporativas. En el ranking de 2024 había ocupado el segundo lugar; su ascenso al primero confirma el impacto de una comunicación constante y orientada a valor, que trasciende la difusión de información técnica para posicionar liderazgo, criterio y presencia en el ecosistema legal peruano.

|||||||



Luis Vinatea

El socio de **Vinatea & Toyama** aporta una dinámica particular dentro del sector. Con **7.356 seguidores** y **15 publicaciones** en el año, su presencia digital se apoya en contenidos que logran una notable capacidad de circulación. Cada publicación registra en promedio **150 reacciones**, **13 comentarios** y, sobre todo, un promedio excepcional de **12 compartidos**, cifra que lo convierte en el ejecutivo con mayor nivel de viralización en la categoría legal.



PARTICIPACIÓN FEMENINA



La edición **2025 del Ranking Líderes B2B** confirma un reto pendiente: la baja representación femenina en los espacios de liderazgo digital. De los **40 ejecutivos** con mayor puntaje, **5 son mujeres (12.5% del total)**, todas ellas ocupando posiciones de dirección general en sus organizaciones.

En **Servicios de Tecnología**, **Alba San Martín** (Cisco Perú) lidera su categoría y ocupa el sexto lugar en el ranking consolidado, combinando una presencia constante con contenido técnico, formativo y de alto impacto.

En el segmento de **Servicios Empresariales**, destaca **Milagros Avendaño (Apoyo Comunicación)**, quien combina constancia y cercanía con su comunidad, y **Vanessa Yupari (Tgestiona)**, cuya gestión le ha permitido posicionarse como una de las líderes visibles en el ámbito corporativo. En **Recursos Humanos** figuran **Irina Karbonova (Obiettivo Lavoro Los Andes)** y **Lida Polo (Salesland)**, ejecutivas que han sostenido presencia digital en sectores altamente competitivos.

A esta presencia se suma, en la sección de **Premios Especiales**, **Inés Temple**, reconocida internacionalmente como una de las voces más influyentes en el ecosistema empresarial de Latinoamérica. Su inclusión refuerza la importancia de visibilizar a ejecutivas que trascienden los límites sectoriales y marcan pauta en la conversación B2B.

Estos casos muestran que, aunque minoritaria, la participación femenina en el ranking confirma el peso creciente de las mujeres en la construcción de liderazgo digital en el país.

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

Tras analizar el comportamiento digital de 40 líderes empresariales peruanos en LinkedIn, se identifican tendencias claras que explican el avance del liderazgo B2B en la plataforma. Los resultados permiten extraer aprendizajes útiles para fortalecer la visibilidad y la interacción de los ejecutivos en un entorno cada vez más competitivo.



Constancia con impacto. La experiencia 2025 confirma que el factor decisivo es la regularidad. Los líderes que mantuvieron una frecuencia de publicación continua alcanzaron mejores puntajes, incluso frente a colegas con comunidades más grandes. La constancia no implica saturación: se trata de mantener un ritmo predecible y relevante que consolide la autoridad digital del ejecutivo.



Diversidad de formatos. Aunque las imágenes y los repost con ideas siguen siendo los formatos más utilizados, los casos más exitosos incorporan también videos, enlaces o documentos, lo que multiplica el alcance y activa bonificaciones en la fórmula. Explorar esta diversidad permite enriquecer la narrativa y mantener el interés de la audiencia.



Conversación de calidad. El crecimiento de los comentarios promedio (+100% respecto a 2024) muestra que las audiencias valoran más la interacción auténtica que las métricas superficiales. Publicaciones que generan diálogo, reflexión o debate aportan un diferencial competitivo, al proyectar al líder como voz relevante en su sector.



Reconocimiento de la experiencia. LinkedIn funciona como una vitrina de autoridad profesional. Los perfiles mejor posicionados publican de manera constante y exhiben validaciones de aptitudes junto a trayectorias consistentes. Cuidar el perfil, desde la descripción hasta la coherencia de temas tratados, resulta clave para reforzar la marca personal.



Estrategia de base sólida. Antes de diseñar un plan de comunicación, es esencial auditar el propio perfil: foto y banner actualizados, resumen claro de experiencia y logros, y definición de áreas de interés. Este punto de partida asegura que cada publicación se inserte en una narrativa coherente y amplifique el posicionamiento del ejecutivo.

|||||||

En Edición Limitada reconocemos el papel decisivo que tienen las plataformas digitales en el posicionamiento de los líderes empresariales y en el crecimiento de sus organizaciones. Con esta convicción, presentamos por segundo año consecutivo el Ranking Líderes B2B, que se ha consolidado como un referente objetivo y transparente para evaluar la presencia digital de los principales ejecutivos del país.

El ranking 2025 reafirma nuestro compromiso con la rigurosidad metodológica y con la promoción de buenas prácticas de comunicación en entornos digitales.

Desde Edición Limitada alentamos a más ejecutivos a fortalecer sus marcas personales y a utilizar las redes profesionales como un espacio estratégico para conectar, inspirar y liderar.

Nuestro propósito sigue siendo el mismo: seguir ofreciendo herramientas que impulsen el impacto de los líderes B2B en el ecosistema empresarial peruano.

**Edición
Limitada.**