

“Los ejecutivos somos ciudadanos del mundo y es necesario serlo”

—Para este gerente, la cantidad de información a la que se tiene acceso ahora, no se traduce en gente informada. Para él, los errores son pasos ineludibles en una carrera.

DIANA MUJICA MAGUIÑA
dmujica@diariogestion.com.pe

No le preguntaré si esperaba que Ipsos llegara a ser una transnacional, pero ¿en qué momento tuvo claro que eso sucedería?

En 1999 cuando, salimos a bolsa porque habíamos crecido mucho, se hacía necesario que otros inversores llegaran. Así que la firma tenía que estar en el ojo público. Todos sabían de tus decisiones, de tus presupuestos.

¿Cómo fue el cambio?

Cambió mi vida. Empecé a ser observado, a estar en la agenda de los periodistas, a dar entrevistas y, ya ves, 14 años después aquí me tienes dándote esta entrevista, no hay escape (risas).

Cuando una empresa sale a bolsa, los inversionistas miran

mucho al CEO, si es impulsivo, malgeniado. ¿Hubo presión? Yo no soy impulsivo, eh (risas). Yo soy el CEO, pero somos una transnacional; hay todo un equipo detrás. Dicho esto, creo que sí hay una cierta presión que viene con esa exposición.

¿Cómo ha cambiado su rol como CEO con la modernidad? Creo que se puede explicar así. Yo fundé Ipsos hace 40 años. Viajé a EE.UU. por primera vez en 1980, pasados mis 30 años, porque la necesidad de moverse por el mundo no era tan frecuente. Hoy yo tengo cinco hijos, y todos

HOJA DE VIDA

Nombre: Didier Truchot.
País de origen: Francia.
Cargo: Fundador en 1975 de Ipsos y actual CEO.
Edad: 66 años.
Estudios: Sorbona de París.
Deportes favoritos: Basquetbol y fútbol.
Países con operaciones: 85.

conocen EE.UU., Londres. Ahora se piensa en dejar París y pasar un poco de tiempo en China. Ahora los ejecutivos somos ciudadanos del mundo y se hace necesario serlo.

¿Y cómo afronta los cambios? Pues aprendiendo día a día, y no es una frase. Aprendiendo de los errores que se pueden cometer. Y ese aprendizaje ha sido siempre. Hoy hay escuelas para ejecutivos, para management. Antes no había todas esas escuelas.

¿Cómo se asume la posibilidad del error? Si hay pasión, se puede aprender. Claro que habrá errores. Solo aquellos que no hacen nada, no los cometen. Lo mejor es aprender de ellos y aceptarlos. La idea es que no hay que repetirlos.

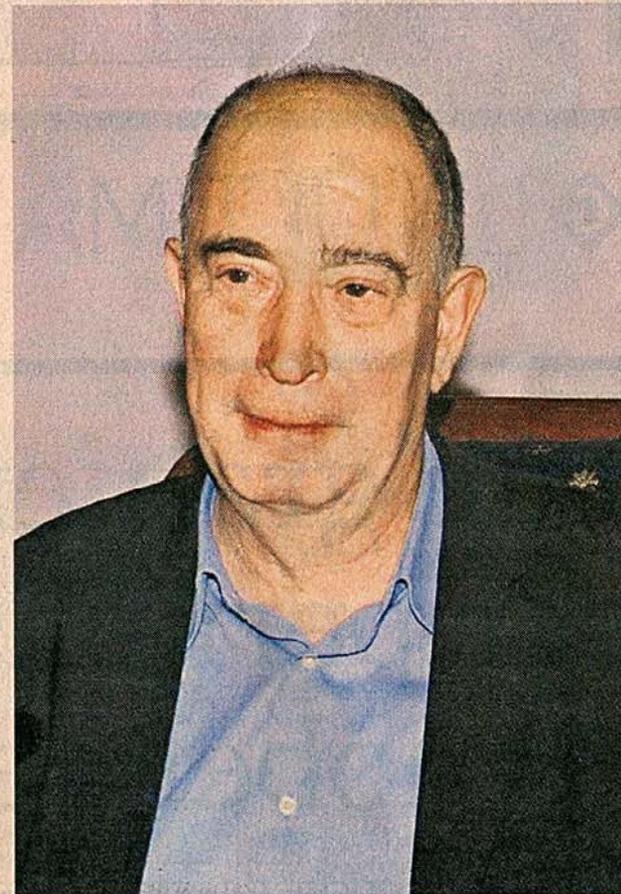
¿Por qué cree que hoy la información se ha hecho protagonista y hablamos de big data como la panacea? La información siempre ha estado ahí. La labor de Ipsos no es solo recopilarla y enten-

derla, sino entender las consecuencias de esa información en los negocios, en el entorno social. Ahora cuando se habla de big data, podemos decir que hay mucha más información, y eso es innegable, pero mayor información no quiere decir gente más informada. La necesidad de información se ha incrementado, pero también la necesidad de analizarla y hacer que tenga sentido.

¿Y las redes sociales? Me encantan, las adoro. No estoy en contra de ellas, ni creo que sean una amenaza para los negocios asociados a ellas.

¿Tiene Twitter o Facebook? No, es por mi posición. Como líder de una firma que se mueve en la investigación una opinión mía puede ser contraproducente. No significa que no la tenga, tengo una opinión sobre casi todo (risas), pero las comento con mi círculo más cercano.

¿Cómo reacciona Ipsos ante un político descontento con



Truchot es el jefe de 16 mil empleados alrededor del mundo. Dice que eso solo se logra confiando en los protocolos de su firma.

DIXIT

“Soy fanático del basquetbol y del fútbol, pero nunca hice un estudio de investigación para predecir resultados, aunque sí sobre los negocios en el deporte”.

Didier Truchot
CEO de Ipsos

los resultados y que los cuestiona?

Debe quedar muy claro que Ipsos no es parte de la política. Nuestra misión es dar información lo más correcta posible. Y se logra con resultados lo más cerca posible de lo real. Si sale un 60 y nosotros dijimos 40, tiene que haber gente enojada (risas), pero nosotros no hemos enfrentado ese tipo de situaciones.