

SEGÚN EL ÍNDICE DE CAFÉ TAIPÁ QUE ANALIZA PRESENCIA Y CONTENIDOS

TOP

10

ejecutivas peruanas con presencia digital

El 96.3% de las directivas de la muestra están presentes en LinkedIn y el 42.5% en Twitter; sin embargo, ello no implica que comuniquen constantemente en sus redes, según el último estudio Ejecutiva Digital 2023 de CAFÉ TAIPÁ.

MILTON VELA VALENCIA
Director general de CAFÉ TAIPÁ

CÉSAR IBARGÜEN
Director de cuentas de CAFÉ TAIPÁ

En el Día Internacional de la Mujer, se conmemora el trabajo por la participación femenina en la sociedad, buscando la igualdad de oportunidades. Esta labor se extiende, por supuesto, al sector empresarial. Para el caso de las ejecutivas en el Perú, el reto —y la oportunidad— es mayor. Hablamos de oportunidad porque en el contexto de crisis social y política en el que nos encontramos, la ausencia de liderazgos es tal, que pareciera que el país avanza en automático y sin muchos referentes visibles en el sector corporativo.

En un Perú, bastante polarizado, los y las líderes empresariales pueden ser quienes establezcan los puentes entre los extremos que dividen.

En esa línea, desde CAFÉ TAIPÁ presentamos los resultados del estudio Top Ejecutiva Digital Perú 2023, en que se revela una tendencia general en el empresariado peruano, que las lideresas pueden cambiar.

Aunque el 96.3% de las directivas de la muestra están presentes en LinkedIn y el 42.5% en Twitter, ello no implica que comuniquen constantemente en sus redes. En tiempos de incertidumbre para el país, la presencia activa online de las ejecutivas ya ha venido bajando desde el año 2022.

Es muy marcada la diferencia que hay entre los dos primeros lugares, Verónica Arbulú y Zelma Acosta-Rubio, y el resto de las ejecutivas del ranking. El puntaje promedio por presencia es de 11.67 puntos (sobre 20 máximos); sin embargo, al aplicar el criterio del índice de contenidos (constancia y valor de las publicaciones), el puntaje promedio baja a 5.95.

¿Qué mide el índice de contenidos?

Hace varios años que la presencia de una ejecutiva en las redes sociales dejó de ser un mérito. Si hablamos de ejecutivas que trabajan en las empresas líderes del país, es difícil que haya brechas en el acceso a la tecnología entre

sus directivos. Con respecto a brechas de género, realmente Internet es el espacio más democrático, donde salvo por parámetros internos de las empresas, las ejecutivas podrán comunicarse desde donde estén, al igual que los ejecutivos.

El índice de contenidos es la variable que se genera de la aplicación de cuatro criterios que se aplican en el análisis de la marca personal al medir el valor de las publicaciones: Liderazgo, Management, Embajadora de Marca y Responsabilidad (Ciudadanía).

La acción mínima que se puede esperar es que la ejecutiva hable de su empresa, como embajadora, lo cual es positivo, pero realmente no la hará trascender a menos que, a la vez, promueva una causa que, claramente, se requiere en el sector empresarial y en el Perú.

Tanto en el grupo de ejecutivas como en el de referentes, la dimensión embajadora de marca no define la mayoría de las temáticas (22.1% y 11% respectivamente), lo cual es positivo. Una lideresa empresarial debe ir con su propósito más allá de su empresa, para compartir otros valores y conocimientos con la menor cantidad de sesgos posible.

Para las ejecutivas, los te-

mas de management (30,1%) y liderazgo (27,2%) son los más importantes. Para las referentes es el liderazgo (34.2%) y el management (29.1%). Estos datos son muy importantes, porque indican que hablar de sus conocimientos profesionales, sus aprendizajes y acciones como directivas, pero también su visión y cultura corporativa —invitando a que su comunidad la siga—, son parte del foco de las publicaciones.

El gran pendiente es la dimensión 'responsabilidad', donde están temas como la ética, la ciudadanía, la toma de posición en contextos sociales. Para las ejecutivas, solo el 20,1% de sus contenidos se enfoca en estas temáticas; las referentes sí dan un paso más adelante y llegan al 25%. Y es que el contexto polarizado del país lleva a pensar dos veces o más en cómo y cuándo manifestarse, pero es preciso hacerlo.

Son muy pocas las directivas que alzaron la voz en diciembre 2022, por ejemplo, en los conflictos sociales y políticos por los que atravesó el país. En definitiva, quienes lo han hecho coincidentemente están en los primeros lugares del ranking, puesto que muchas frenaron sus publicaciones, en general, en la segunda quincena del mes de diciembre. En enero, el silen-



1.
Puntaje **12.72**

Verónica Arbulú
Gerente Legal y AACC
STATKRAFT PERU



2.
Puntaje **11.48**

Zelma Acosta-Rubio
VP de AACC y Legales
INTERBANK



3.
Puntaje **6.11**

Liliana Alvarado
Vicerrectora Académica
UTP



4.
Puntaje **4.80**

Marlene Negreiros
VP de Talento y Cultura
UNACEM



5.
Puntaje **4.57**

Luciana Canseco
Directora de CH & Sostenibilidad
SPSA



6.
Puntaje **4.33**

Verónica Valderrama
VP de RRRH
GOLDFIELDS



7.
Puntaje **4.03**

Milagros Paredes
Gerente de Desarrollo y Sostenibilidad - LAP



8.
Puntaje **3.95**

Jessica Carrión
Gerente de Marketing y Comunicación - CANVIA



9.
Puntaje **3.75**

María Luz Díaz
Gerente de Comunicación y Sostenibilidad - INRETAIL PHARMA



10.
Puntaje **3.71**

Andrea Sánchez-Salazar
Lider del Centro de Excelencia Lean Agil - BCP

cio fue casi general.

Sobre esto, vale la pena recordar que el Barómetro de la Confianza 2023 de Edelman encontró que las expectativas con respecto a las y los directivos de las empresas es que tomen posición en temas como el trato a trabajadores, cambio climático, discriminación, brecha de la riqueza, inmigración. Como veremos, salvo el primer punto, todos los demás son temas más allá de la empresa.

Presencia por sectores

Tal como sucede en el estudio de CEO que hicimos en noviembre 2022, el sector financiero es el que más destaca entre las ejecutivas digitales. El puntaje promedio es 8,4 y las principales representantes son Zelma Acosta-Rubio (Interbank) y Andrea Sánchez Salazar (BCP). El siguiente sector es educación con 7,3 puntos, donde comandan Liliana Alvarado (UTP) y Patricia Stuart (U. de Lima). El tercer sector más importante en presencia es el de retail con 6,3 puntos en promedio, teniendo a Luciana Cansco (SP-SA) y Valeria Vásquez (Sodimac) adelante.

En cambio, los sectores con más ausencia del peso femenino son el extractivo, transportes y alimentos.

Contenidos por sectores

En el análisis de contenidos por sectores también figura el sector financiero y se le suma el de energía. Por ello, los dos primeros lugares en el ranking de ejecutivas. Un punto importante es que, globalmente, según Edelman, ambos sectores son los que tienen menos confianza, en contraste con el tecnológico, el de educación o alimentos, por ejemplo. Entre estos últimos encontramos, en el Perú, a Liliana Alvarado (UTP), pero a buena distancia de las mujeres en los primeros lugares del ranking.

El papel de las referentes

La base de nuestro estudio la define Perú Top 10,000, y su lista de las ejecutivas de las empresas que más facturan en el país. Hay muchas directivas referentes que no entran en la relación, pero consideramos clave reconocerlas por su trabajo y voz en el espacio online. Este año, Mariana Rodríguez encabeza la lista y recomendamos buscarla a ella y a todas las referentes, tanto en LinkedIn como en Twitter, porque son un ejemplo del trabajo de temas de liderazgo, donde el beneficio para sus empresas viene en consecuencia, pero no por la constante promoción de es-

tas. Es momento de las personas, de las mujeres, de las lideresas en el Perú.

¿Por qué tantos nuevos rostros en el ranking de ejecutivas?

Varios factores influyen en que solamente tres de las ejecutivas del ranking 2022, se mantengan en el 2023.

En el 2022, siete ejecutivas estaban por debajo de los cinco puntos en el ranking general. Su número de publicaciones ya era menor, por lo que su posición no era sólida.

A ello le sumamos que para el ranking 2023, el número de publicaciones fue aún menor para perfiles como el de Alicia Martínez, Laura Villanueva y Anthuanette Nomberto, por lo que salieron del top 10.

En los nuevos perfiles del ranking 2023, también encontramos que, desde el cuarto lugar, el puntaje general está por debajo de 5 puntos, no son posiciones sólidas. Pueden tener en promedio más de 10 puntos en presencia, pero si entra la variable de contenidos, su puntaje final se reduce a menos de la mitad por no tener muchas publicaciones.

Referente digital con mejor presencia y contenido online

- | | | |
|--|---|---|
| <p>1. Puntaje 16.56
Mariana Rodríguez-Risco
Presidenta
Empresarios por la Educación</p> | <p>2. Puntaje 14.33
Cristina Quiñones
CEO
Consumer Truth</p> | <p>3. Puntaje 13.00
Luciana Olivares
CEO
Boost Accelerator</p> |
| <p>4. Puntaje 12.03
Carla Olivieri
CEO
Aktiva Group</p> | <p>5. Puntaje 11.99
Leonie Roca
Presidenta
AFIN</p> | |



OPINIÓN

LAURA VILLAHERMOSA
Editora central de Contenidos



Líderes en la sombra digital

Para las mujeres, el desafío de tener una voz pública es mayor. Esto explica por qué las voces de las líderes en la esfera ejecutiva son menores en la última edición de este ránking y por qué lograr mayores puntajes en la dimensión responsabilidad del listado de ejecutivas digitales—que considera la toma de posición en contextos sociales—sigue siendo un tema pendiente para las ejecutivas referentes. Y es que la lupa bajo la que se analiza a las líderes tiene mayor graduación. Sucede en la esfera empresarial y, en mayor medida, en las muchas veces salvaje cancha de las redes sociales. Las mujeres nos hemos convencido de que nuestras opiniones “importan lo mismo” que las de los hombres, pero no todas queremos exponerlas a un especial escrutinio público en el que todavía quedan trazas misóginas. Porque cuando se trata de mujeres, en muchos casos no se juzga lo que se dice sino quién lo dice. Y mientras nos animamos a dar ese salto comunicacional—necesario y apremiante—las voces de las líderes que se atreven a opinar son especialmente valiosas, sobre todo en un contexto de sensibilidad social a flor de piel, en el que, según Milton Vela, la coyuntura política y social local ha silenciado la opinión no solo de muchas ejecutivas sino también de ejecutivos.