

**WSJ**  
 CONTENIDO LICENCIADO POR  
 THE WALL STREET JOURNAL

ALEXA CORSE, SUZANNE VRANICA Y  
 ANGEL AU-YEUNG  
 The Wall Street Journal

La directora ejecutiva de X Corp., Linda Yaccarino, se sigue tropezando con un problema: no siempre tiene la última palabra.

Eso quedó a la vista en X a principios de este año, cuando Yaccarino trató de llegar a un acuerdo con Visa. Su propósito era resolver dos problemas a la vez: recurrir a un asesor para que se comprometiera a gastar más en X, y asociarse con la marca financiera para crear un producto de pagos, parte de la visión de Elon Musk, el dueño, para hacer de X una "aplicación para todo" que ofrezca banca digital y más.

Yaccarino sostuvo conversaciones con Visa, según personas al tanto del tema, y presionó para anunciar un acuerdo en el segundo trimestre de este año.

Los ejecutivos de productos que se reportan a Musk se resistieron, y manifestaron que era prematuro para que X cediera parte del control a otra compañía sobre el diseño de un producto de pagos, según cercanos

al tanto de las deliberaciones. No hubo un acuerdo en el plazo que deseaba Yaccarino.

Cuando la ejecutiva se incorporó a la compañía de redes sociales de Musk en junio de 2023, tuvo la difícil tarea de reparar el negocio publicitario de la compañía, la fuente clave de ingresos, la que había recibido un fuerte golpe después de que Musk adquiriera la compañía en 2022. Incluso antes de la adquisición, Twitter no era muy rentable.

Al principio, Musk y Yaccarino señalaron que dividirían responsabilidades en la empresa, en la que ella manejaría las ventas y las operaciones cotidianas mientras que él supervisaría a los ingenieros. Al empresario multimillonario le desagradan los niveles de administración, no obstante, también depende de asistentes que pueden manejar las responsabilidades cotidianas, mientras él divide su tiempo entre seis compañías, entre ellas la fábrica de vehículos eléctricos Tesla y la empresa de cohetes SpaceX.

Las tensiones relacionadas con la división del trabajo en X están impidiendo algunas iniciativas fundamentales, entre ellas algunos esfuerzos en pro de un

No siempre tiene la última palabra:

# La jefa ejecutiva de X, Linda Yaccarino, lidia con las dificultades de compartir el poder con Elon Musk

Las tensiones en torno a la división del trabajo con Musk han obstaculizado algunas de las iniciativas de Yaccarino.

producto de pagos y la recuperación de los ingresos publicitarios. Y en X, algunos empleados debaten sobre a qué ejecutivo recurrir para tomar ciertas decisiones, según implicados al tanto del actuar de la compañía.

Yaccarino ha expresado que ella se beneficia con la oportunidad de trabajar con Musk. "¿Quién no desearía tener a Elon Musk a su lado para manejar un producto?" dijo en una conferencia el año pasado.

Mientras la dinámica de distribución de poder se desarrolla al interior de X, el drama político del año electoral ha activado la plataforma. En las últimas semanas, el debate entre el Presidente Biden y el expresidente Donald Trump, el intento de asesinato de este último y el retiro de Biden de la contienda presidencial demostraron que X —antes Twitter— sigue siendo

un lugar hacia el cual muchas personas se sienten atraídas en los grandes momentos. El desafío ahora es si X puede lograr que ese interés persista.

## Las complicaciones de Musk

Otro cambio en X en los últimos meses fue la reiterada participación de Steve Davis, uno de los asesores más cercanos de Musk y presidente de la empresa de construcción de túneles del magnate, Boring Co. Su presencia ha complicado aún más la situación entre Musk y Yaccarino.

Davis ha buscado formas de reducir más costos en X y ha examinado el desempeño de los empleados, según actuales, como también anteriores, miembros del personal. Entre las áreas de inspección, indicaron, ha estado el departamento de ventas de avisos de Yaccarino, donde los equipos en EE.UU. no lograron sus objetivos de ventas a princi-



Cuando Linda Yaccarino se unió a la empresa de redes sociales de Elon Musk en 2023, ella y el propietario de X dijeron que dividirían responsabilidades.

pios de este año.

Para sorpresa de muchos empleados, Yaccarino despidió a su asistente, Joe Benarroch, de X a principios de junio, según personas al tanto de la medida. Su partida se produjo mientras X enfrentaba una controversia por una nueva política de contenido para adultos y Davis estaba considerando recortar algunos puestos en el equipo de Yaccarino, entre otros problemas, según algunas de las personas. Benarroch fue una de las primeras contrataciones de Yaccarino cuando se incorporó a Twitter y había sido un estrecho lugarteniente de ella en NBCUniversal, donde trabajó anteriormente.

Davis, sobre cuya reciente participación en X informó anteriormente The Verge, fue una pieza clave en el impulso inicial de Musk para reformar en ese entonces Twitter después de la

adquisición. Davis encabezó los esfuerzos para reducir cientos de millones en costos, según una demanda que fue presentada por exempleados de Twitter por despido.

Musk comunicó este mes que estaba reubicando las sedes de dos de sus empresas, X y SpaceX, de California a Texas. X hizo planes para subarrendar el espacio excedente en su principal complejo de oficinas en San Francisco, dijeron personas al tanto de los planes en julio. Musk redujo drásticamente el personal de la compañía después de su adquisición, y citó desafíos financieros.

Musk a veces ha puesto obstáculos para impedir los planes de Yaccarino, como cuando canceló un acuerdo de video con el periodista Don Lemon o cuando les dijo a los asesores que boicoteaban X "váyanse a la ..."

El año pasado, el empresario multimillonario tomó la decisión de sacar los titulares de los enlaces porque creía que los titulares se vieran demasiado grandes. El personal de ventas había advertido internamente contra el cambio, y había aseverado que perjudicaría a las grandes cuentas como los medios noticiosos, según exempleados. Meses más tarde, X volvió a poner los titulares en un formato más reducido.

Yaccarino ha hecho otras asociaciones. Alcanzó un acuerdo este año con BetMGM para que fuera el socio en las apuestas deportivas en directo de X, un convenio que incluía que BetMGM aumentara su gasto en avisos en X y una comisión, según conocedores de los términos.

Ejecutivos de X han hablado con compañías de tecnología financiera, entre ellas Plaid y Mar-

geta, sobre diversas asociaciones posibles, según involucrados al tanto de las conversaciones. X también ha estado solicitando licencias para realizar transferencias de dinero en estados de todo el país, una medida clave para ofrecer funciones de pago.

## Desafíos publicitarios

Un desafío para Yaccarino es que mientras más tiempo pasen los avisadores fuera de la plataforma, más difícil será convencerlos de que regresen. Muchos han encontrado que sus avisos funcionan mejor en sitios como TikTok e Instagram, comentaron avisadores.

Durante los 12 meses hasta junio, el gasto en publicidad de las grandes agencias estadounidenses de gestión publicitaria digital en X bajó un 67% en comparación con el mismo periodo del año anterior, según la firma de medición Guideline.

Musk afirmó a principios de este año que los ingresos de publicidad y suscripción de X habían empezado a subir rápidamente, sin proporcionar cifras.

El negocio también ha tenido dificultades para atraer a usuarios, según datos independientes. Los usuarios diarios de aplicaciones móviles disminuyeron casi un 20% en el segundo trimestre en comparación con el cuarto trimestre de 2022, cuando Musk adquirió en ese entonces Twitter, de acuerdo con estimaciones de la firma de inteligencia de mercado Sensor Tower.

Las cifras internas de X muestran que su cantidad promedio de usuarios activos diarios en el mundo en el segundo trimestre fue de 250,8 millones, un aumento del 1,56% en relación al mismo trimestre de 2023, según un conocido al tanto de las cifras.

Yaccarino ha logrado cierta recepción positiva entre la gente de marketing en cuanto al contenido de videos que son compartidos en X por editores profesionales, como las ligas deportivas. La ejecutiva renovó un acuerdo este año entre X y National Football League que representa una importante atracción para los avisadores.

No obstante, esos esfuerzos no han compensado la caída considerable en el negocio de venta publicitaria de X. Varios ejecutivos de grandes agencias aseguran que no han visto un retorno a gran escala a X, y algunas marcas que han regresado están gastando menos que antes.

Siete meses después de su estallido de "váyanse a la ...", Musk adoptó un tono más conciliador durante una reunión de la industria publicitaria en Francia. Cuando le consultaron qué les diría a los avisadores que están considerando regresar a X, manifestó que creía que "valía la pena intentarlo".

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".

