

**PUNTO DE VISTA**

# CEOs activistas, ¿Stakeholders legítimos o abuso de poder?



—por GONZALO JIMÉNEZ—

**M**e declaro fanático de las cartas. Esas a la antigua, hoy extintas y que, desde el siglo XVIII, fueron la forma en que escritores, políticos y empresarios declararon amores, guerras o intercambiaron ideas de alto vuelo intelectual o bienes globales.

Aunque por razones muy distintas y quizás menos edificantes, los recientes debates, a través del diario o de los perfiles en redes sociales, por parte de altos ejecutivos de empresas en Chile, no nos dejan indiferentes.

Hace unas semanas leímos el “ya basta, Víctor”, espetado por el CEO de Colbún, José Ignacio Escobar, al gerente general de Enel, Víctor Tavera, debido a los cortes de luz en su barrio (Las Condes), cuando la capital presentaba hasta 600 mil clientes sin servicio debido a las lluvias. Acto seguido, señaló “no descansaremos hasta acabar con la concesión” de la firma de controladores italianos. En cosa de horas, circulaban los tuits borrados por Escobar antes de asumir el liderazgo de la empresa de los Matte, donde las emprendía contra el presidente Boric y el partido Comunista y se quejaba de tener que pagar impuestos.

Otra salida de libreto más reciente, que también generó debate, fue la que protagonizó Rodrigo Hübner, gerente general de Salfa Montajes, que publicó una carta en El Mercurio, quejándose de las demoras de Codelco en los pagos a sus proveedores y desmintiendo que la cuprífera cumpla en 20 días, como aseguró su presidente. Al día siguiente fue desautorizado por su propio superior, el CEO de Salfa Ingeniería y Construcción, Juan Manuel Irrarrázaval, quien aseguró que los dichos fueron “a título personal” y “no nos representan”.

Más allá de los bochornos, estos episodios nos dejan ciertas lecciones sobre pros y contra del activismo de los altos ejecutivos. Especialmente cuando se trata de temas polémicos – la política – porque siempre será más grato posicionarse, desde las causas más nobles o transversalmente aceptadas. Y es que el característico silencio de los

antiguos CEO dejó de ser rentable hace rato. Más aún, en un contexto de jóvenes que, sin necesariamente ser activos en temas políticos o medioambientales, toman decisiones asociando estrechamente las marcas a liderazgos visibles de quienes dirigen las empresas. Es decir, la balanza de su consumo se inclinará por aumentar o derechamente bloquear determinados productos conforme a su adherencia a la opinión de los CEOs portavoces.

Del punto de vista académico (Hambrick & Wowak, 2024; The Economist, 2021), se ha encontrado que el activismo de los CEO, tiene un corazón muy humano, impulsado por los valores personales de los ejecutivos y conlleva una apuesta por lograr el apoyo de los grupos de interés, particularmente empleados y clientes. Y que dicho activismo correlaciona positivamente con el grado de poder de los CEOs, con su fama y su narcisismo. Y que no deja de ser un *risky business* al contener el potencial de generar tanta adhesión e identificación, como repulsión y distancia de sus *stakeholders* claves.

Hace unos años, Andrónico Luksic se instaló como un empresario opinante tras asumir una activa identidad en X, ex Twitter, sorprendiendo a la opinión pública que estaba poco habituada a ese perfil. Más de alguno recordó por esos días el famoso “las prisas pasan, las cagadas quedan”, de Felipe Lamarca.

Poco después, el mismo Luksic debió guardar silencio por un tiempo debido a sucesivas polémicas, hasta que decidió volver recientemente. Asumir un rol público opinante en tiempos de alta volatilidad de la ciudadanía, implica entender también cuándo ha llegado el momento de callar o, incluso, abstenerse de convertir en letra toda esa furia que un corte de luz o un pago tardío de facturas se nos vino a la mente. Más aún si en nuestro pasado reciente tuvimos un perfil pistolero en nuestras redes sociales.

\* CEO Proteus Management & Governance y profesor de ingeniería UC