

# Entretelones

## Desde líderes de *startup* a multinacionales: Quiénes son los 30 CEO más influyentes de LinkedIn en Chile

• IGNACIO FLORES DE LA MAZA

Pertencen al mundo del *retail* (23,3%), la banca (16,7%) y empresas tecnológicas (13,3%). Comentan sobre actualidad, innovación y propósito. No hay mujeres y destacan figuras de distintos grupos etarios y trayectorias. La agencia Alta Comunicación elaboró en exclusiva para "El Mercurio" el primer *ranking* con los directores ejecutivos (CEO, por su sigla en inglés) más influyentes en la red LinkedIn en Chile.

La plataforma de contenido corporativo es la preferida por las empresas para posicionar su marca entre la industria y se ha convertido en un espacio amigable y seguro para compartir ideas. "LinkedIn es una red social colaborativa, con niveles de crítica muy bajos, lo que permite tener conversaciones constructivas y verdaderamente colaborativas", destacó el director de contenidos en el área de Reputación Digital de Alta, Miguel Ortiz.

Mantener un perfil activo en LinkedIn permite generar reconocimiento y ofrece un espacio para demostrar habilidades como empresario, más allá de lo profesional. Al enseñar métodos de trabajo innovadores, mostrar el ambiente laboral o comentar sobre temas de actualidad, los CEO se pueden posicionar como líderes en el mercado. "Crece en visibilidad, autoridad y credibilidad al interior de su sector", expresó Ortiz. El *ranking* de Alta detectó que solo el 52% de ellos tiene una presencia activa en la plataforma, publicando regularmente.

El estudio tomó los perfiles y publicaciones de los CEO de las 100 empresas líderes del *ranking* Merco 2024 —que mide la reputación corporativa de las empresas que operan en nuestro país—, revisando más de 1.500 posts en LinkedIn. Para los resultados, midieron el desempeño de cada líder considerando la interacción en la red social a través del estatus del perfil, reacciones, comentarios, comparti-



Roberto Alvo, CEO de Latam Airlines.



Francisco Ruiz-Tagle, CEO de CMPC.



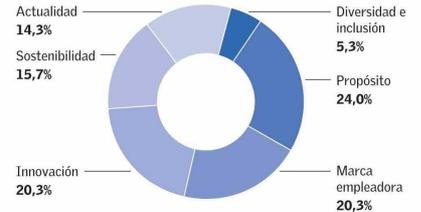
Matías Muchnick, cofundador y CEO de NotCo.

### El listado de los 30 líderes

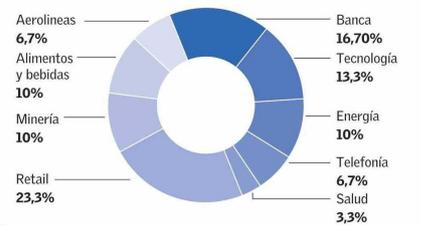
CEO	Empresa	
1	Roberto Alvo	Latam
2	Matías Muchnick	NotCo
3	Francisco Ruiz-Tagle	CMPC
4	Alan Meyer	Mercado Libre
5	Mike Henry	BHP
6	Eugenio von Chrismar	Banco BCI
7	Iván Arriagada	Antofagasta Minerals
8	Antonio Büchi	Entel
9	Eduardo Ebensperger	Banco de Chile
10	Sebastián Tagle	Soprole
11	Alejandro Arze	Sodimac
12	Rodrigo Silva	Coopeuch
13	Roman Blanco	Latam
14	Alejandro González	Falabella
15	José Manuel Moller	Algramo
16	Andre Gailey	Itaú
17	David Kahn	PepsiCo
18	Sergio Rademacher	Microsoft
19	Eduardo Pérez Marchant	Parque Arauco
20	José Ignacio Dougnac	SKY Airline
21	Oscar Muñoz Cofré	Green Glass
22	Patricio Hidalgo	Anglo American
23	Arturo Natho Gamboa	Copec
24	Rodrigo Camacho	Nestlé
25	Martín Vaca	Wom Chile
26	Eduardo della Maggiora	Betterfly
27	Cristián Barrientos	Walmart Chile
28	Cristián Piera	Clínica Alemana
29	Cedric Moller	Casasideas
30	José Ignacio Escobar	Colbún

Fuente: Alta Comunicación (2025)

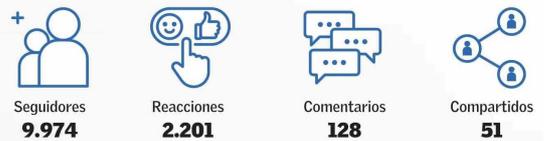
### Los principales contenidos que publican



### Principales industrias del top 30



### Promedios de interacciones del top 10



EL MERCURIO

dos y cantidad de seguidores. De esta manera, consiguieron un listado con los 30 más influyentes.

"Quiénes integran el *ranking*, más allá de su cantidad de seguidores, son líderes que realmente están abriendo conversaciones, poniendo temas sobre la mesa e interactuando activamente con sus comunidades", explicó el director de Contenidos.

Encabezan la lista el CEO de Latam, Roberto Alvo; Matías Muchnick, fundador y CEO de NotCo, y Francisco Ruiz-Tagle, de CMPC. "Los top 3 del *ranking* son grandes casos de éxito. Vale la pena tener a la vista sus respectivas estrategias en redes sociales", comenta Ortiz.

Dentro de las estrategias que observó en esos perfiles, Ortiz detalla que en esos tres casos se evidencia un esfuerzo por "darles *storytelling* a sus publicaciones, con testimonios en primera persona y mostrando el *backstage* de sus roles como líderes empresariales".

Otra de las claves para influenciar en la red social

es la interacción. Responder los comentarios y compartir contenido de calidad, con información útil, permiten una mayor atracción. "LinkedIn es una red social amable y colaborativa, donde los contenidos generan conversaciones reales, que son un aporte para las audiencias", explicó Aleister Quezada, periodista investigador de Alta.

### ¿Y las mujeres?

Un aspecto que llama la atención es la ausencia de mujeres en el *ranking*. Respecto a esto, Quezada explica que se debe a que la investigación analiza los perfiles de los 100 CEO del *ranking* de empresas Merco 2024, en el que solo figuran 10 mujeres.

De hecho, la brasileña Débora Matos, CEO de Coca-Cola, es la primera mujer que aparece en ese listado, ubicándose en el puesto número 32.

Esta es la primera vez que Alta rea-

liza un *ranking* de este tipo y espera repetirlo anualmente para poder ir comparando sus resultados e ir detectando cambios en las tendencias. "Esperamos que la *data* sea un incentivo para que los líderes sigan compartiendo contenido de valor", señaló el periodista investigador.

El estudio reveló que aunque el 89% de los CEO Merco tiene LinkedIn, solo un 52% publica contenido de manera regular. Propósito (24%), Marca empleadora (20%) e Innovación (20%) son los principales temas de los que hablan los líderes empresariales. "El denominador común de estas líneas de contenido es la reputación que aportan a la marca, en un mundo cambiante y altamente competitivo", señala Quezada.

Llama la atención que temas de diversidad e inclusión se encuentran en el último lugar, lo que representa un 5,3% y refleja una tendencia sobre este tipo de conversaciones que hace algunos años se tomaban la agenda.



DAVID ALARCÓN BERTZLER

