

Entretelones

Magdalena Piñera, Gina Ocqueteau y Josefina Montenegro entran al ranking de las 30 mujeres más influyentes de LinkedIn

• MARÍA JESÚS COLOMA

Hitos laborales, reflexiones, experiencias, historias personales son algunos ejemplos del tipo de contenido que se puede encontrar en LinkedIn, la red social profesional que conecta a las personas y empresas creando oportunidades laborales, pero que también se instala con fuerza a la hora de crear una marca personal y que las mujeres cada vez aprovechan más.

ALTA Comunicación, en alianza con WoomUp, dio a conocer —en exclusiva para “El Mercurio”— el segundo ranking de las 30 mujeres más influyentes de LinkedIn en Chile en que analizaron el perfil de más de 700 ejecutivos con presencia activa en la plataforma. “Las mujeres, mucho más que los hombres, poseen una gran capacidad para abrir conversaciones: lo hacen con un lenguaje cercano, horizontal y compartiendo aspectos de su vida personal. Son expertas en involucrar y movilizar a sus comunidades. Además de publicar su propio contenido, saben formar redes colaborativas, aprovechan LinkedIn para tejer vínculos

estrechos y de confianza. Interactúan y se etiquetan entre ellas permanentemente”, señala Andreina Guariguata, directora de Reputación Digital en ALTA Comunicación. Y agrega que un buen ejemplo de esto es que las 30 mujeres del ranking 2025 formaron un grupo muy cohesionado, de amistad; tienen un grupo de WhatsApp y se reúnen periódicamente a compartir experiencias. Adelanta, de hecho, que están escribiendo un libro en el que contarán sus historias. “Las mujeres utilizan LinkedIn de manera muy estratégica para potenciarse mutuamente”.

En esta oportunidad aparecieron nuevos rostros en la lista como la presidenta de SQM, Gina Ocqueteau; la presidenta de la Fundación Piñera Morel, Magdalena Piñera; la directora de empresas Josefina Montenegro; la gerenta general de Banchile AGF, Gabriela Gurovich, y la presidenta de DBS, Dominique Rosenberg.

El primer lugar nuevamente fue para la empresaria y emprendedora Alejandra Mustakis, quien también entró al ranking en esta oportunidad, y en tercer lugar estuvo Denisse Goldfarb, CEO y fundadora de The People Future. De hecho, los posteos con más reacciones fueron de ellas tres.

El de Mustakis fue una reflexión más personal de comienzos de año, publicación que tuvo más de 500 “Me gusta” y una treintena de comentarios. En el caso de Abad ocurrió cuando publicó que asumiría el puesto de directora de Enfermería en la Clínica Alemana, posteo que recibió más de 1.700 likes y cientos de comentarios. Goldfarb, en tanto, hizo una publicación respecto a la cultura organizacional, tema del que ella habla en un curso que imparte en el MBA de la UC.

Carolina García, de BHP, se ubicó en el puesto número cuatro y la presidenta de la Asociación de AFP, Paulina Yazigi, en el quinto lugar, tras subir 8 puestos en comparación con el ranking del año pasado.

Minería, banca, servicios financieros y retail son las principales industrias a las que pertenecen las líderes ejecutivas. Y esta vez aparecieron también fundaciones.

De acuerdo con las cifras del

Segundo ranking de las 30 líderes ejecutivas en LinkedIn

				
1	2	3	4	5
Alejandra Mustakis	Sonia Abad	Denisse Goldfarb	Carolina García	Paulina Yazigi
Empresaria y emprendedora	Clínica Alemana	The People Future	BHP	Asociación de AFP
↕		↘ 1	↘ 1	↗ 8

Posición actual	CEO	Empresa	Cuanto se movieron
6	María Francisca Yáñez	Coca Cola Andina	↗ 3
7	Catalina Hormazábal	Parque Arauco	
8	Macarena Vargas	Codelco	
9	Andrea Halabi	Pedidos Ya	↗ 7
10	Sofía Arrigoni	Arrigoni Ambiental NFU	
11	Fabiola Espíndola	BHP	
12	Carmen Cisternas	Fundación Belén Educa	
13	Bernardita Mazo	Mercado Libre	↗ 6
14	Camila Cembrano	Mercado Libre	
15	Ema Yoshikawa	Kaufmann Chile	↘ 1
16	Sandra Guazzotti	Ready 2 Digital	↘ 8
17	Dominique Rosenberg	Empresas DBS	
18	Magdalena Piñera	Fundación FPM	
19	Katharina Jenny	Grupo Antofagasta Minerals	↘ 14
20	Roberta Valenca	Multiexport SA	↘ 12
21	Gloria Maldonado	ENAP	↘ 10
22	Gina Ocqueteau	SQM	
23	Amparo Cornejo	Teck Resources Limit	↘ 3
24	Paula Meléndez	Banco Santander	
25	María Dolores Lasen	SOCOVESA	
26	Magda Zapata	L'Oréal	↗ 2
27	Natalia Lidijover	OTIC SOFOFA	↘ 9
28	Gabriela Salvador	Vantrust Capital	↘ 16
29	Gabriela Gurovich	Banchile AGF	
30	Josefina Montenegro	Directora de empresas	

Fuente: ALTA Comunicación

Las mujeres, mucho más que los hombres, poseen una gran capacidad para abrir conversaciones: lo hacen con un lenguaje cercano, horizontal y compartiendo aspectos de su vida personal. Son expertas en involucrar y movilizar a sus comunidades”.

ANDREINA GUARIGUATA
DIRECTORA DE REPUTACIÓN DIGITAL EN ALTA COMUNICACIÓN

ranking, las 30 mujeres más influyentes tienen en promedio 28 mil seguidores, más de 2.300 reacciones por posteo, 203 comentarios y 62 compartidos por cada posteo.

“Las mejores publicaciones suelen ser aquellas que com-

parten contenido original y de calidad, con información útil. Los usuarios de LinkedIn utilizan la plataforma principalmente para aprender de otros referentes y abultar su agenda de contactos, lo que les abre posibilidades concretas de po-

En momentos de estancamiento es cuando más necesitamos visibilizar liderazgos femeninos, generar referentes y construir redes que impulsen a otras”.

GRACIA DALGALLARRANDO
CEO DE WOOMUP

tenciar sus propias carreras profesionales”, comenta Guariguata.

También suelen tener buen resultado aquellas publicaciones con un storytelling potente. “Las historias que hablan de éxitos o fracasos, contadas en

primera persona, con aprendizajes concretos e inspiradores”, agrega.

Uso de la inteligencia artificial impacta en una menor autenticidad

A diferencia del año anterior, en esta nueva edición del ranking hubo mayor uso de inteligencia artificial en la redacción y estructura de las publicaciones, lo que abre un debate sobre el riesgo de perder autenticidad y real alcance. “Se pueden encontrar muchas publicaciones redactadas íntegramente por agentes virtuales, lo que impacta directa y negativamente en la credibilidad y la reputación de esas personas”, reflexiona Guariguata.

De hecho, explica que el algoritmo de LinkedIn está exigiendo contenido original y propio. “Los mensajes automatizados se han convertido en ruido o basura digital, información que nadie consume. El desafío actual en la comunicación digital es ganar visibilidad y autoridad compartiendo contenido de valor”.

Pese a los números del ranking y el impacto que tienen las mujeres en esta red social, aún queda camino. En efecto, en el recuento de los 30 CEO más influyentes de Chile hubo solo una mujer presente: la CEO de Coca-Cola, la brasileña Débora Mattos, quien se ubicó en el puesto 27 de esa lista.

“Las mujeres ocupan el 21% de cargos de directorios en empresas IPSA Chile. Esta cifra se estancó el año pasado. En cargos de gerencia, las mujeres apenas representan el 26%. Ambos datos son muy preocupantes. Sobre todo considerando que somos mayoría en la educación superior y que cuando salimos al mercado laboral quedamos estancadas en niveles de entrada”, dice la directora y CEO de WoomUp, Gracia Dalgallarrando.

En esa línea, indica que la ONU advierte que nos demoraremos 130 años en alcanzar la igualdad de género. “Claramente, no podemos conformarnos”.

Y agrega que el aporte que hacen las diferentes ejecutivas del ranking es clave para disminuir la brecha de género en el mundo empresarial. “En momentos de estancamiento es cuando más necesitamos visibilizar liderazgos femeninos, generar referentes y construir redes que impulsen a otras. No es tiempo de descansar; es tiempo de acelerar, porque si no, corremos el riesgo de retroceder”, indica Dalgallarrando.



TOD FERTAS



SCHULZ
COMPRESORES DE AIRE
Versiones de Tornillos y Pistón, Lubricados, Oil Free, Autónomos.
SECADORES, FILTROS, ESTANQUES



PROYECTOS - VENTAS - ARRIENDOS
REPUESTOS Y SERVICIOS MULTIMARCA
+56 22 666 09 09 - www.servicomp.cl
SERVICOMP
REPRESENTANTE OFICIAL EN CHILE