

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”

MARTES 23/5/2023

NÚMERO 08

## ENTREVISTA A FONDO LUIS FLORES

“No conozco red que no funcione para publicitarse, sino proyectos que no son para esa red”

## PERFILES DEL MES:

CARMEN M. CASTRAJÓN BARCO,  
OSCAR LUÍS MARRUENDA JUSTICIA  
Y MARTA SALA FERRETE

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN: INYCOM

TAN LEJOS,  
TAN CERCA  
COLOMBIA EN LINKEDIN,  
CON LOURDES LINARES

UNA PRODUCCIÓN DE  
linkedGROWING

# El rincón del estratega

## ¿Cómo aprovechamos los recursos que tenemos en LinkedIn?

Muchas veces nuestra estrategia tenemos que adaptarla a los recursos con los que contamos. Eso nos puede pasar en ocasiones si estamos trabajando con una cuenta básica en LinkedIn y queremos hacer prospección de posibles contactos interesantes jugando con las búsquedas. Y es que una limitación que tenemos en esta red si usamos cuenta básica es el número limitado de búsquedas que nos deja hacer LinkedIn. Además, hemos de tener en cuenta que no tendremos opción de guardar una búsqueda con los criterios y filtros que le hayamos puesto.

Sabiendo que LinkedIn funciona así hemos de estar preparados y usar todos los trucos que tengamos a nuestra mano. Si hemos llegado al límite mensual y LinkedIn ya solo nos da 3 resultados en nuestra búsqueda, tal vez nos ayude buscar por empresas y desde su página ir a ver los empleados. Otra opción puede ser sumergirnos en grupos y buscar dentro de ellos a miembros que nos interesen. Y como tercer truco, aprovechar mientras tengamos resultados en nuestras búsquedas y dar a la opción SEGUIR a esos contactos. Así los tendremos ya guardados como seguidores y siempre podremos entrar en sus perfiles y ver si los contactamos (con búsquedas limitadas o sin ellas).

Sabiendo nuestras posibilidades adaptaremos nuestras estrategias. Eso sí, siempre con mentalidad ganadora...



Por [Jorge Suárez](#)

# Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## Inycom, innovación y tecnología

### A QUÉ SE DEDICA INYCOM:

- Soluciones para la transformación digital
- Equipamiento y fungible
- Eficiencia energética, integración de energías renovables e hidrógeno verde
- Especialistas de integración de Apple en empresas



### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 14.200
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/inycom/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Ana Isabel Arenas Martín](#), [Rocío Álvarez Moret](#), [Andrés Vicente García](#)
- Hashtags usados: #tech #innovation #industry40 #InycomTeam #NADAL

## Incorpora LinkedIn Ads a tu 11 ideal

Un canal no tiene la obligación de ser autosuficiente. Igual que a un portero o defensa no se le mide por el número de goles que marca. Bien pensada y con el mensaje adecuado, una campaña en LinkedIn puede, por no mucho dinero, ser un gran efectivo para tu estrategia de marketing digital.

Hoy, os traigo algunas ideas de campañas de pago, que te permitan incluir a LinkedIn Ads en tu 11 inicial, y ganar campeonatos.

**Campañas de Alcance:** Se cobran a CPM, con lo que su coste siempre es más contenido. Si quieres empezar a llenar tu embudo, y atraer tráfico cualificado de profesionales a tu web, puedes meter mucha gente, por poco dinero, y a partir de ahí, ir trabajando con otros canales.

**Campañas de consideración:** Si ya tienes un CRM, o un listado de contactos profesional importante, por ejemplo antiguos prospectos que te dijeron "ahora no, puede que en el futuro", o que hace meses que no visitas. Hacer una campaña mensual de alcance y frecuencia no muy alta, a estos listados, puede ayudarte mucho a seguir en la cabeza de tu potencial cliente y que cuando tenga una necesidad, se acuerde de llamarte. Los contenidos útiles y relevantes para ellos, que faciliten su día a día, y te posicionen como una buena elección, serán de gran ayuda para ello.

**Campañas de remarketing:** Una campaña pequeña, de impacto a gente que ha visitado tu web corporativa, puede ser una gran idea, muy efectiva, si tienes bien configurado el pixel de seguimiento en tu web.

El límite lo pone tu imaginación, y el coste puede ser tan bajo como 350€/mes por campaña. Así que no hay excusa, si alguna vez has pensado probar el canal y hacer una cata de LinkedIn Ads.



Por [Alberto Blanco](#)



# El poder de los rituales

---

## Para qué sirven

La ceremonia de coronación de un nuevo rey (vivo en Inglaterra) no es el único ritual de nuestras vidas. La higiene personal, los saludos, el apareamiento, son otros ejemplos.

También lo son las 'ceremonias' de las metodologías ágiles. Admiro los resultados obtenidos **delimitando ventanas de tiempo**, son una gran cura para la parálisis por análisis y el perfeccionismo. Considero que la discusión de los Objetivos y la Definición de Hecho (Definition of Done) es extremadamente útil, para monitorizar el progreso y la conclusión.

Hay muchos beneficios para alcanzar niveles de competencia inconsciente. Cuando los procesos funcionan bien y los seguimos 'en piloto automático', podemos rendir con un gasto mínimo de energía o capacidad cognitiva.

Si nos enfocamos en los rituales grupales, inspiran un sentido de comunidad y, a menudo, alimentan un sentido de propósito.

Los rituales pueden dar a los grupos mucha estructura, orientación y gobierno.

Por otro lado, el lado oscuro de la previsibilidad ... puede conducir a la monotonía y ser una pérdida de tiempo (y alegría).

Contactame si buscas claridad, adopción de hábitos y estrategias para que puedas sacar adelante tu proyecto o tu carrera, aunque tengas poco tiempo o te haya faltado foco hasta ahora.



Por [Araceli Higuera](#)



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “No conozco red que no funcione para publicitarse, sino proyectos que no son para esa red”

**Titular en LinkedIn:** PPC Manager | Profesor de Publicidad digital | Podcaster en PPC Cast

**Temas que suele tratar:** #googleads, #facebookads y #marketingonline

**Objetivo en LinkedIn:** Estar al día del sector y captar leads

Dicen que siempre es bueno que hablen de ti, aunque sea para mal. Tal vez por eso muchos profesionales y empresas ven la publicidad y sus posibilidades como una apuesta que les puede dar mucho. Será interesante ir en casos como estos, a las fuentes del saber. Y en materia publicitaria y de cómo sacarle partido, encontramos en LinkedIn a Luis Flores, que de esto algo sabe:

**LKG:** Luis, publicidad. Un concepto, un término del que estamos continuamente rodeados y por todos lados. Y, por supuesto, también andando por redes sociales. ¿Se vende mucho por las redes, Luis?



[Luis Flores](#)

# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LF:** Se vende muchísimo. Ayer estaba cenando con mi pareja que estudió administración de empresas y publicidad y , mientras veíamos los anuncios de la tele, me decía “En el último estudio ha bajado la inversión en anuncios de la televisión, antes tenían un 80% de la cuota y ahora apenas llegan al 60-50” Y lo primero que pensé es que ese 40 o 50 me parece mucho.

Piensa que antes se veía la tele en el tiempo libre en casa, el móvil se usa en cualquier parte y si te fijas en el metro, en el bus... Todo el mundo tiene la cara pegada al móvil.

**LKG:** Especialista en Google Ads y Facebook Ads habrás visto intentar publicitar/vender de casi todo en estos lares. Cuéntanos cosas peculiares que te hayas encontrado...

**LF:** Fíjate que no es tan raro lo que anuncio, que al final puede ser casi cualquier cosa sino lo que triunfa. Eso si que te deja loco. Ver que hay proyectos increíblemente rentables en mundos cómo el de los monólogos, donde promocioné una academia. También promocioné una escuela de billar (de una modalidad muy concreta) o un Escape Room Do it Yourself para hacer en casa durante la pandemia.

**LKG:** De tanto publicitar en redes, has creado tu propia academia de formación (<https://academia.luisflores.pro/>). ¿A qué público buscas dirigirte con estos servicios que ofreces?

**LF:** A personas que busquen empezar su formación en publicidad digital. Soy especialista en Google Ads, que fue una plataforma que me cautivó por ser la que con menor coste me ofrecía mejor rentabilidad y la mayoría de mis formaciones son de esta plataforma por esto mismo, porque me parece un buen medio de entrada.

# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Bien, y llegamos a la pregunta del millón, ¿qué tal la publicidad y LinkedIn? ¿Son miscibles? ¿Se puede sacar buen rédito a campañas de LinkedIn Ads?

**LF:** Ya pensaba que iba a escaquearme sin usar el comodín del publicista, pero no. Aquí va: “Depende” Al final, no conozco red que no funcione, sino proyectos que no son para esa red. Si tu público está en LinkedIn, tienes una oferta alineada y conoces a tu público...Debería funcionar. Ojo, es cierto que los costes suelen ser mayores que en otras plataformas, pero eso es buen indicador, hay alguien dispuesto a pagar ese precio.

**LKG:** Y para terminar, y ya como usuario de LinkedIn, ¿qué cuestiones o servicios optimizarías si tuvieras la potestad de llevar las riendas de esta red?

**LF:** La verdad es que me parece que funciona muy bien tal y cómo está. Es algo que no puedo decir de otras plataformas pero LinkedIn está en un punto lo suficientemente bueno para que funcione bien pero no tan bueno para que compliquen demasiado el algoritmo y corten el alcance orgánico cómo pasa en Instagram, por ejemplo. Si algo funciona, no tocaría nada 😊



# Tan lejos, tan cerca...



LA GACETA AZUL

## Colombia en LinkedIn



- **Datos de usuarios en LinkedIn:** Hay aproximadamente 11.500.000 usuarios
- **Zona con más conexiones:** Bogotá (2.970.000), Antioquia (1.000.000) y Atlántico (328.000)
- **Otras redes sociales usadas en Colombia:** Facebook, YouTube, Messenger, Tiktok e Instagram (Fuente: [es.statista.com](https://es.statista.com))
- **Perfiles de interés a seguir:** [Carlos Ibañez](#) y [Ana Maria Diazgranados](#)

**Carlos Ibañez** <sup>2º</sup>  
Director de Desarrollo de Negocios en Hypothalamus Artificial Intelligence  
Colombia · Información de contacto  
Más de 500 contactos

**EDUCATION FOR EMPLOYMENT**  
Acompaño a las personas en sus procesos de desarrollo y crecimiento profesional, evolucionando sus creencias personales, emocionales y sociales.  
[www.anadiagranados.com.co](http://www.anadiagranados.com.co)

**Ana Maria Diazgranados** <sup>1er</sup>  
→ Mentora Desarrollo de Carrera | Empleabilidad para la Vida | Educación para el Trabajo | Marca Profesional + Empleadora | Comunicación Estratégica | Talento | Mentora + Consultora LinkedIn | Speaker Bilingüe  
Temas que suele tratar: #linkedin, #empleabilidad, #marcapersonal, #comunicación y #desarrolloprofesional  
Bogotá, Distrito Capital, Colombia · Información de contacto



Por [Lourdes Linares](#)

## Hasta tu whatsapp importa

Cuando estás en búsqueda activa de empleo cada detalle importa, ¡incluso tu foto de perfil de WhatsApp! Puede sonar insignificante, pero tu foto de whatsapp es puede dar una información al reclutador que a lo mejor no quieres que tenga, y sin duda tiene un impacto en cómo te perciben los reclutadores.

Al elegir tu foto de perfil, primero asegúrate de tener una imagen nítida y de calidad. Evita las fotos borrosas o desenfocadas. Además, muestra una actitud positiva y profesional. Evita las fotos de fiestas o selfies demasiado informales. Opta por una sonrisa amigable y una pose segura.

Mantén la coherencia en tus fotos de perfil. Si tienes una foto seria y profesional en LinkedIn, procura que tu imagen en WhatsApp también sea acorde.

No tener foto también dice algo de ti, trata de evitarlo eso también.

En resumen, tu foto de perfil de WhatsApp puede influir en la imagen que proyectas a los reclutadores. Elige una imagen clara, profesional y con actitud positiva. Mantén la coherencia en tus perfiles digitales y muestra tu personalidad de manera equilibrada. ¡Cuida los detalles, porque cada uno cuenta en tu camino hacia el empleo deseado!



Por [Rubén Prada](#)



# Espacio de podcast

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## La captación de talento en LinkedIn

Esa es una de las grandes virtudes de esta red. La facilidad y el acercamiento de talento para procesos de selección y departamentos de RRHH de empresas. De cómo se trabaja en ese aspecto y de las ventajas que una fuente de networking tan intensa como LinkedIn ofrece hablamos en diversos episodios de nuestro podcast.

De muestra os dejamos, por un lado, un episodio de la primera temporada con el programa dónde [Rubén Prada](#) nos da pautas importantes a tener en cuenta en procesos de selección y hablamos con [David Miguel Vicente](#), Key Account Manager de Visual Time. Y, por otro, uno más reciente de la tercera temporada, con la entrevista a [Miguel Rull](#), CEO de Talianz, entidad enfocada en unir talento de empresas y profesionales.



[Episodio 24 \(TP3\): Encontrando talento en LinkedIn con Miguel Rull](#)



[Episodio 9 \(TP2\): Potenciando el talento en LinkedIn](#)

# Perfiles del mes a seguir



LA GACETA AZUL

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



## [Carmen M. Castrejón Barco](#)

Activismo Delicado I Top 100 Mujeres Líderes Finalista I Acumen Fellow 2022 I Innovación Social con Perspectiva de Infancia

Temas que suele tratar: #impactosocial  
#innovacionsocial #humanidad  
#emprendimientosocial



## [Óscar Luis Marruenda Justicia](#)

Responsable de Contact Center en Clínica Baviera

Temas que suele tratar: #contactcenter,  
#actitudpositiva #gestiondeequipos y  
#liderazgopositivo



## [Marta Sala Ferrete](#)

Human Resources Business Partner en Angelini Pharma España

Temas que suele tratar: #communications,  
#humanresources #employerbranding,  
#agiletransformation #culturetransformation

# Más que 1.000 palabras

## ¿Vídeos más inteligentes?

La inteligencia artificial está ya dando mucho qué hablar. Y qué ver...

Dile lo que se te ocurra a ChatGPT, piensa en lo que quieras leer, diseñar, escuchar o ver. La inteligencia artificial te dará opciones hasta hace poco impensables.

El ejemplo que os traigo es un vídeo donde se ha pedido crear un anuncio comercial de una pizza. Todo, los textos, la música y el propio vídeo hechos por inteligencia artificial. ¿Qué más vamos a pedir?



Por [Diego Téllez](#)

# Copywriting & Storytelling



LA GACETA AZUL

## Desde 1854

Las fechas de creación de las empresas suelen utilizarse como **recurso de venta para resaltar la autoridad** y activar el sesgo de riesgo cero y el sesgo del superviviente, entre otros. Pero, ojo, puede ser un arma de doble filo, **puede ahuyentar a tus clientes**.

¿Por qué? Porque puede que tu cliente ideal busque **marcas nuevas**; que sea un cazador de tendencias; que prefiera empresas innovadoras compuestas por personas jóvenes; o que busque una propuesta de valor, donde los años de experiencia no tienen tanta relevancia para tomar la decisión de compra.

Por ejemplo, podemos contrastar marcas como **Tesla y Ford**. Cada uno tiene su público y quien compra un vehículo Tesla seguramente no lo hace motivado por los años que lleva en la industria de la automoción.

De ahí la importancia de conocer bien a tu audiencia para saber qué decirles en todo momento. Analiza si es una garantía para tu cliente que seas una empresa creada en la “prehistoria”, si valen más los recientes casos de éxito o si tienes una propuesta de venta única e irresistible. Es decir, **estudia bien a tu cliente**: lo que quiere y sus emociones.

Por este motivo, yo suelo decir que las plantillas que dan los “gurús” del marketing no siempre valen para todos los negocios. Lo ideal es crear tu propio discurso de venta centrado en tu objetivo, tu receptor y tu marca.



Por [Eva Ortiz](#)





---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE  
**linkedGROWING**