

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 18/7/2023



NÚMERO 10

## ENTREVISTA A FONDO ANDRÉS FERRARO

“Escribir con tu cabeza puesta  
en tu audiencia es fundamental”

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN: CREATIVANDO

## PERFILES DEL MES:

MANUEL G. GARCÍA,  
GARAZI SÁNCHEZ,  
JUAN LUIS PONS RUBIO

## LA ESTRATEGIA DE LA TUMBONA POR JORGE SUÁREZ

UNA PRODUCCIÓN DE  
linkedGROWING

# El rincón del estratega

---

## La estrategia veraniega de la tumbona

Estamos en época veraniega y, quien más, quien menos se desactivará de su rutina profesional en estos días. Habrá gente ya desconectada y otra esperará a más adelantado el verano. En cualquier caso, en todas esas situaciones se cumplirá la misma premisa. Y es que todo el mundo buscará sus momentos de desconexión profesional. Y eso implica también a nuestro día a día en LinkedIn.

Pongámonos en situación de tumbona. Estamos descansando y en muchos casos con móviles al lado, leyendo y mirando cuestiones. ¿Está LinkedIn activo en esos casos? Si nos llega un mensaje de un contacto, una notificación de un comentario a una publicación nuestra o de una mención en otra publicación, ¿cómo debemos operar?

Pues antes de nada, si hemos llegado a esa situación es que no hemos suspendido nuestra cuenta durante ese tiempo de ¿inactividad?. Esa sería una estrategia de desconexión total. Ojo en todo caso con el posible aluvión de notificaciones y mensajes que pueden llegarnos cuando reactivemos la cuenta.

Pero si no la hemos suspendido y tenemos la app activa en nuestro móvil, la estrategia sería la de desconexión relajada. ¿Ese mensaje es tan importante como para retrasar nuestro siguiente chapuzón? ¿Esa notificación es tan urgente que hace que se caliente nuestro refrigerio veraniego? A seguir disfrutando de las vacaciones y como dice el dicho: Be calm, my friend...



Por [Jorge Suárez](#)



# Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## Creativando, actividades y experiencias a medida para equipos de trabajo

### A QUÉ SE DEDICA CREATIVANDO:

- Team Building 2.0 (pej: Camareros locos, Catapultas, Aventura GPS....)
- RSC (pej: 4x4 solidario, Trash Challenge, Cadena solidaria...)
- Temáticas (pej: Casino Party, Fiesta Rural, Juego de Tronos...)
- Experiencias (pej: Cata de aceite, Discovery Van, Team Quizz...)



### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 1.119
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/creativandoeventos/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Estefanía Guerrero Mayo](#), [Jaime Carvajal Besada](#), [Alberto Castrelo](#), [Rafa Borrego](#)
- Hashtags usados: #rsc #teambuilding #eventos #equipos #eventoscorporativos



## Segmentación estratégica en LinkedIn Ads

Uno de los principales errores que se suelen cometer, cuando se segmentan campañas de linkedin Ads, es no tener un objetivo concreto con cada campaña.

No hablo de escoger si un anuncio de carrusel o de vídeo, o si debes mandar un mensaje privado. Me refiero a no crear una estrategia que te permita atacar la parte alta del embudo, la media y la baja.

De esta manera, podrás ir creando una campaña sólida, a medida que vas haciendo que los potenciales clientes vayan por el embudo. LinkedIn tiene muchas herramientas para ayudarte en estas labores, y simplemente has de saber cómo y cuál usar en cada momento.

- **Para la parte alta:** no tengas miedo por empezar con una campaña no muy segmentada, haciendo uso del video + Imagen, habilitando Audience Network para llegar aún a más gente y usando el pixel de seguimiento de LinkedIn para captar datos. Ya serán los propios usuarios, con sus acciones en tu publicidad, los que se autocualificarán. Incluso puedes empezar asignando el 100% del presupuesto de las campañas a esta cuestión algunas semanas, para ayudar a optimizar el presupuesto y ganar cuanto más data mejor.
- **Para la parte media:** Opciones como las audiencias Look Alike, que se muestre a gente que ya hizo interacción con tu anuncio de la parte alta, te dará buenos resultados en el medio del embudo. No olvides apoyarlo con algún contenido útil, o algún regalo para obtener más datos de gente posiblemente interesada en tu producto.
- **Para la parte baja:** campañas de remarketing a emails determinados, a gente que ya visitó tu web, o que ya tienes en tu CRM, junto con look alike, puede dar unos resultados muy potentes.

No tienes que llenar tus anuncios de mensajes y CTAS de "¡cómprame ya!" para obtener resultados. Los buenos marketers saben cuándo incluir un CTA directo, y cuándo un CTA más estratégico.

Pero esto, lo veremos en el siguiente número de La Gazeta Azul. ¡Feliz verano!



Por [Alberto Blanco](#)





# Cuidemos de nuestra salud

---

## Utiliza las dimensiones de nuestra salud para aprender a cuidarla

Presta atención a todas estas dimensiones: física, emocional, social, ocupacional, ambiental, intelectual y espiritual.

Y cuídate con unos consejos muy sencillos:

- Conecta - cuida de tus relaciones
- Mantente activ@
- Sigue aprendiendo - potencia tu sentido de logro y confianza
- Sé amable - en el día a día y ofreciendo nuestro tiempo para participar en causas (haz voluntariado),
- Sé consciente - vive el presente, disfruta del presente, planifica tus acciones

Nuestro bienestar es tangible y está en gran parte a nuestro alcance. Nuestra productividad y satisfacción están relacionadas con nuestro bienestar. Cuidate y prepárate para conseguir lo que te propongas, en tu vida personal o profesional.

Contáctame 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](#)

## Tu nivel de vida, ¿te ayuda?

Cuando decidimos hacer un cambio profesional, debemos prepararnos para que vengan curvas. Y es posible encontrarnos con la encrucijada entre mantener nuestro nivel de vida actual y ahorrar para gastos imprevistos. Mantener ciertas comodidades, como salidas, vacaciones y una vida social activa, puede convertirse en un obstáculo para nuestro crecimiento, ya que necesitamos ingresos suficientes para sostener ese estilo de vida.

Es crucial reconocer cuándo debemos hacer sacrificios y ajustarnos el cinturón para generar capital que nos permita implementar cambios significativos. Esto implica tomar decisiones financieras sabias, ahorrar y crear recursos para invertir en educación, mentores o desarrollo de habilidades.

Debemos encontrar un equilibrio entre disfrutar del presente y tener capacidad financiera para implementar cambios y crecer en el futuro.

Es importante evaluar si nuestro nivel de vida actual limita nuestro crecimiento. No significa renunciar por completo a todas las comodidades, sino tomar decisiones conscientes y priorizar metas a largo plazo sobre gratificaciones instantáneas.

¿Has considerado si tu nivel de vida actual limita tu crecimiento? ¿Qué estás dispuesto a hacer para pasar al siguiente nivel?



Por [Rubén Prada](#)



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “Escribir con tu cabeza puesta en tu audiencia es fundamental”

**Titular en LinkedIn:** Coach Ejecutivo en #comunicación. Consultor, entrenador y formador en empresas y organizaciones. Storyteller, Mentor, Speaker. #Redactor #Madrid #ristretter

**Temas que suele tratar:** #mediacoaching, #comunicación, #hablarenpublico, #coachingejecutivo y #capitacionempresarial

En un entorno donde estamos bombardeados de información de miles de sitios, es fundamental saber hacer llegar tu mensaje para impactar. Lo que toda la vida se conoce como comunicación. Ahí es dónde destacan y aportan valor profesionales que pueden ayudar a otras personas a desenvolverse en campos como la comunicación, la oratoria en público o la facilidad de contar relatos atractivos. Hablamos con un experto auténtico en estas materias como es Andrés Ferraro.

**LKG:** Andrés, empecemos hablando de comunicación y en un entorno como LinkedIn. ¿Cómo percibes qué se comunica en esta red y cuáles son las cosas que más te chirrían cuando lees contenido en LinkedIn?



[Andrés Ferraro](#)

# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**AF:** Es interesante porque si bien todos hablan de un “perfil definido” para comunicar en LinkedIn, no siempre es lo que ocurre... Muchas veces hay sistemas de venta agresiva o demasiado inquisidora, que aleja el objetivo de crecimiento profesional, que muchos buscamos para compartir, hacer networking, crecer en marca personal y hacer negocios, si cuadra.

**LKG:** Si analizamos tu perfil y tus capacidades, vemos que trabajas mucho la faceta de hablar en público. Seguro que te habrás encontrado en tu dilatada trayectoria con casos curiosos de grandes profesionales con el hándicap de la exposición en público. ¿Nos cuentas al respecto anécdotas o situaciones que hayas trabajado?

**AF:** Claro! A ver...de Diego Maradona, a Barack Obama...de Fidel Castro al Papa Francisco...todos líderes mundiales, globales, que comunican (más allá de las cercanías ideológicas o personales) siempre, en todo momento y lugar... Por ejemplo, la mirada firme de Fidel Castro (estaba en Argentina, de pie junto a Hugo Chávez), y yo, a centímetros de él, con un micrófono. Fue la última aparición en público de Castro, porque luego se enfermó y sólo hacía fotos en privado.

Lo mismo con Mercedes Sosa (gran cantante argentina) quien mantuvo la tranquilidad, a centímetros del escenario, sentada en un pequeño sillón, para responderme algunas preguntas. O también, en lugares donde un ministro de economía argentino anunciaba grandes modificaciones al consumo y sistema bancario (que luego terminó en caos), y yo, allí escuchando, convirtiéndome en testigo involuntario de la historia contemporánea de un país. No es poco. jaja

**LKG:** El relato y cómo se cuentan las cosas pueden disparar nuestras posibilidades o llevar al traste nuestras expectativas profesionales. ¿Qué consejos nos darías para contar buenas historias en nuestros posts en LinkedIn, por ejemplo?

**AF:** Primero diría: saber a dónde voy.Cuál es el objetivo de lo que voy a escribir / publicar. Tener un plan (como un GPS imaginario de mi posteo). Después saber QUE voy a decir/escribir, CÓMO lo voy a contar o explicar, y A QUIEN le estoy hablando... Eso también modifica parte de mi mensaje. No dejar de lado una conexión emocional con ese texto o situación que estoy comunicando. No ser demasiado técnico, ni burocrático.

Menos es más. Y el origen de todo: sujeto, verbo, predicado...Lo último, escribir o contar algo con la “cabeza” puesta en la audiencia.



# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Y si a todo esto le añadimos la Inteligencia Artificial el cocktail puede ser de lo más sabroso. O explotarnos en las manos. ¿Hacia dónde nos lleva la IA en materia comunicativa, Andrés?

**AF:** Creo que nos lleva a caminos que tienen muchísimo para que podamos seguir aprendiendo, transformando nuestra forma de trabajar, de capacitar, de tratar a nuestros reportes o empleados, o a nuestros alumnos. No veo la IA como una amenaza, al contrario, lo vimos en la Universidad, donde pudimos “sacarle el jugo” para pensar ideas novedosas, tanto en texto o argumentaciones, como así también en imágenes o situaciones nunca vistas... La clave en la que creo: el secreto no está en lo que pueda responder un sistema o una automatización, el secreto está en la calidad de las preguntas, en la minuciosidad para los prompts, algo que sólo nosotros (los humanos) somos capaces de hacer desde la inteligencia, la emoción.

**LKG:** Y para terminar, y como usuario de LinkedIn, ¿qué te gustaría conseguir con tu presencia y gestión en esta red pongamos, dentro de un año, por ejemplo?

**AF:** Posicionamiento y confianza para mi tarea profesional de formación y capacitación en comunicación. A las herramientas que pongo a disposición, agrego mi capacidad “blanda” desde el Coaching Ejecutivo y por supuesto, la experiencia de haber estado y gestionado distintos formatos de comunicación exitosa multimedia (tanto en televisión, radio, podcast, o educación a distancia).

Busco eso, que mi método que creé, FOCUS (Fortaleza, Oportunidad, Coherente, Único y Sistemático) pueda ser aplicado en todas las áreas profesionales y corporativas. Allí radican todas estas aristas del buen comunicador. Desde la fortaleza me descubro, en cada oportunidad de conectar con los demás, siendo coherente. Soy único e irrepitible y hago de esa “distinción” una forma sistemática de conexión y comunión con los otros....

# Tan lejos, tan cerca...



LA GACETA AZUL

## República Dominicana en LinkedIn



- **Datos de usuarios en LinkedIn:** Hay aproximadamente 1.100.000 usuarios
- **Zona con más conexiones:** Santo Domingo (109.000), Santiago (60.000) y Puerto Plata (6.200)
- **Otras redes sociales usadas en Ecuador:** Facebook, Pinterest, Instagram. (Fuente: [yiminshum.com](http://yiminshum.com))
- **Lugar para visitar este verano:** Punta Cana
- **Perfiles de interés a seguir:** [Moisés A. Estévez T.](#) y [Elaine Nivar](#)



**Moisés A. Estévez T.**  
Profesional de Mercadotecnia con (MBA) Gestión Empresarial, Máster en G. P. Management (MGPM) Facilitador Docente, Coach. Con Experiencia en Puestos de Dirección, Gestión de Proyectos.  
Temas que suele tratar: #ventas, #gerencia, #areacomercial, #gestionempresarial y #marketingderedessociales  
Santiago, República Dominicana - Información de contacto



**Elaine Nivar - Comunicación estratégica, Responsabilidad Social**  
Desarrollo estrategias de comunicación y responsabilidad social que generan valor a las empresas y a sus stakeholders  
República Dominicana - Información de contacto  
Más de 500 contactos



Por [Lourdes Linares](#)



# Espacio de podcast

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

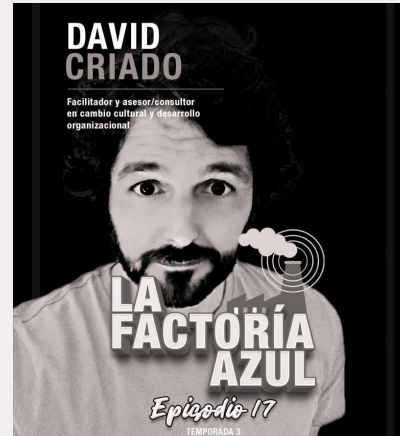
## El don de saber comunicar

Porque de un don se trata. Tener facilidad para hacer llegar un mensaje no es sencillo, ni mucho menos.

En nuestro podcast lo testamos habitualmente e intentamos sumergirnos en todo lo que se puede aprender en materia comunicativa de la mano de grandes profesionales.

A modo de ejemplo, os refrescamos estas tardes veraniegas con dos auténticas delicias de entrevistas. Por un lado, aprendiendo más sobre cultura y desarrollo de las organizaciones (no perderse al gran David Criado) y, por otra parte, conocer sobre las dimensiones de la comunicación humana (una auténtica Master Class con Marcelo Castelo).

Como suele decirse, a buen entendedor, pocos episodios de podcast bastan 😊



[Episodio 17 \(TP3\): Cambiando y aprendiendo en LinkedIn con David Criado](#)



[Episodio 13 \(TP3\): Así comunica en LinkedIn... Marcelo Castelo](#)

# Perfiles veraniegos a seguir



LA GACETA AZUL

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



## Garazi Sánchez

Amante del Océano. Surfista Profesional. Conferenciante. Directora y Productora del Documental VERGÜENZA.

Temas que suele tratar: #surf, #océanos, #naturaleza



## Manuel G. García

Director Adjunto en Turislab, Aceleradora Galega de Turismo

Temas que suele tratar: #startup, #turismo, #emprender, #innovacion, #tecnología



## Juan Luis Pons Rubio

Doctor en Biología. Dinamizador de Medio Ambiente. Fundador de #hivetourism - Turismo Sostenible

Temas que suele tratar: #sostenibilidad #turismosostenible, #medioambiente

# Más que 1.000 palabras



LA GACETA AZUL

## Stop motion, animación real

Esta técnica permite dar vida y movimiento a objetos estáticos que hasta entonces, eran inertes. Y es que tomando imágenes de la realidad misma, sin ser recreadas o generadas artificialmente, el stop motion aparenta (y de una forma muy lograda, como en el ejemplo del vídeo) movimiento. Y, hasta vida, podríamos decir.

Existen distintas técnicas desarrolladas (claymation, títeres, figuras de acción, modelos de arcilla/plastilina, cut-out, siluetas y pixelation) y todas ellas permiten generar creaciones super chulas. ¿No os parece?



Por [Diego Téllez](#)



# Copywriting & Storytelling



LA GACETA AZUL

## Vender sin vender

Este es el arte que algunas marcas desarrollan con sutileza, utilizando el recurso narrativo de las historias.

Es el caso de **Casa Tarradellas**. Basa sus spots publicitarios en hechos cotidianos, situaciones familiares que suceden en los hogares y diálogos coloquiales; de forma que los espectadores los identificamos con facilidad y los hacemos nuestros.

El **storytelling nos traslada a un contexto** en el cual podemos consumir el producto que nos muestran de manera natural. Nos sugieren que, más que un alimento, es una marca que **nos acompaña en los momentos importantes de nuestra vida**. Ahí es nada.

¿Que si funciona? La respuesta está en que lo lleva haciendo varios años. Para muestra, estos dos anuncios de 2016 y 2023.



Por [Eva Ortiz](#)



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE  
**linkedGROWING**