

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 19/09/2023

NÚMERO 11

## ENTREVISTA A FONDO SONIA PASCUAL GRANADOS

“LinkedIn es una rutina más de mi día a día  
como consultar el mail”

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN: BEDFORD&BAILEY

## PERFILES DEL MES:

ALBERTO ABOLAFIA MARROQUINO,  
ELENA GALANTE MARCOS,  
ALVARO VILLAN

COPYWRITING &  
STORYTELLING  
POR EVA ORTIZ

UNA PRODUCCIÓN DE  
linkedGROWing



# El rincón del estratega

---

## El potencial de los mensajes en LinkedIn

Un mensaje puede usar más que palabras para captar la atención de nuestros objetivos en LinkedIn. Prestaciones y formatos adicionales que pueden dar ese plus a un mensaje y marcar la diferencia entre caer en el olvido o llamar definitivamente la atención de nuestros contactos.

Partimos de la premisa inicial de que un mensaje es una vía directa de comunicación con nuestros contactos. Cierto es. Pero no lo es menos que como en toda comunicación debemos buscar fórmulas que capten la atención. Y cada vez más LinkedIn nos hace más versátiles los mensajes con posibilidades como añadir materiales adjuntos, fotos o incluso emojis o GIFS. Todo ello usado con sentido común da mucho más juego a nuestros mensajes.

Y si encima usamos la versión móvil de LinkedIn, podemos enviar notas de voz de hasta un minuto, lo cual bien usado, es una gran ayuda.

Todo es poco para afinar la puntería con una de nuestras tácticas de estrategia más potente. El ataque de la caballería de LinkedIn: los mensajes...



Por [Jorge Suárez](#)



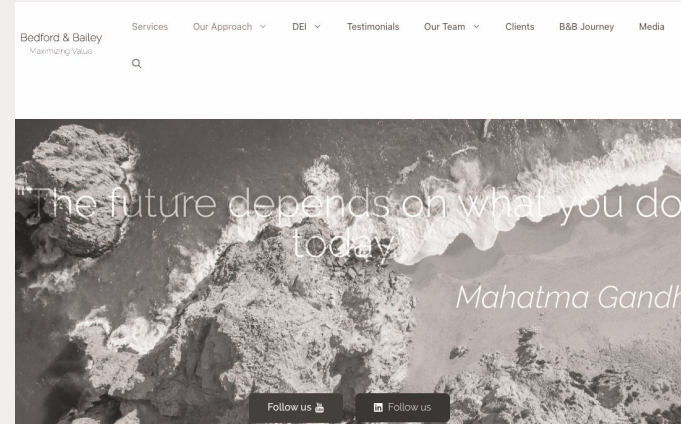
# Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## Bedford&Bailey, maximizando el talento profesional

### A QUÉ SE DEDICA BEDFORD&BAILEY:

- Búsqueda ejecutiva
- Programas de Coaching ejecutivo
- Desarrollo organizacional
- Acciones en pro de la diversidad, igualdad e inclusión
- Planes de carrera



### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 7.941
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bedfordbailey/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Blanca Meseguer](#), [Javier Cuesta](#), [Federico de la Torre](#), [Gutiérrez](#), [Fernando Arístegui](#)
- Hashtags usados: #salario, #coaching, #careercoaching y #careeradvancement

## Presupuesto mínimo para LinkedIn Ads

Esta, es otra de las preguntas más frecuentes que me hacen. Así que, en este número, voy a intentar ayudaros con esta cuestión, si es que estáis pensando utilizar LinkedIn Ads como canal de captación.

Lo primero que hay que tener en cuenta, es que LinkedIn es más caro que otras plataformas por norma general. Si, sé que en otras ocasiones he dicho que se pueden hacer campañas efectivas con poco presupuesto. Y no es mentira. Pero eso no quita, que el CPC medio en LinkedIn, sea más caro que su contrapartida en GAds, por ejemplo. Por norma general, cuanto más arriba de la escala jerárquica de la empresa quieres subir, más caro suele ser el CPC. Por una combinación de, escasez de personas y de que estas personas entran con menos frecuencia a LinkedIn. Lo que encarece las pujas por los slots que ellos ven en LinkedIn de publicidad.

Pero vamos al grano. LinkedIn recomienda no menos de 25€/día para una campaña. Pero es una media incluyendo esos CPCs más elevados, por lo que 760€ al mes por campaña, no es lo que realmente necesitas gastar.

En mi experiencia, si lo que buscas es una campaña enfocada a la parte alta del embudo, con 450€ o 500€ suele ser suficiente para impactar profesionales cualificados, que no directivos. Eso son, tan sólo 15-16€ al día.

Como ves, no tienes que gastarte mucho más, para empezar a tener tráfico cualificado desde LinkedIn Ads. ¡Nos vemos en la próxima Gaceta Azul!



Por [Alberto Blanco](#)

# El abogado del diablo

---

## Cultiva el arte del disenso y oirás la voz de la gente

El disenso puede ser abierto/transparente o tácito.

Se produce disenso cuando: expresamos una opinión diferente a la de la mayoría, planteamos preguntas/expresamos preocupaciones o criticamos – desarmamos cosas «para reconstruirlas de una mejor manera».

Dedícale tiempo a disentir, y a escuchar (no sólo oír, aunque hay que empezar por oír), para indagar, para que tod@s podamos procesar lo comunicado.

Considera crear una cultura de retroalimentación temprana y «genuina», que haya la oportunidad de revisar el trabajo por pares, hacer pruebas... y dialogar, reflexionar, aprender..

Antes de invertir mucho en productos e ideas, antes de apegarnos al trabajo, ya sea como individuo o como organización, acostumbémonos a hacer preguntas: al principio para aclarar el propósito y el proceso que queremos seguir, al final para asegurarnos de que hemos hecho lo correcto y lo hemos hecho bien. Acostumbémonos al dialogo, no sólo a las presentaciones, para permitir que la audiencia también haga preguntas y aporte.

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](#)

## Herramientas de IA para buscar empleo (1)

Las herramientas de inteligencia artificial (IA) ofrecen una valiosa ayuda en la creación de currículums vitae (CVs) y en la búsqueda de empleo. Aquí tienes algunas que te pueden servir como ayuda.

Las herramientas de IA pueden analizar CVs existentes y proporcionar sugerencias para optimizarlos. Esto incluye mejoras en la estructura, la elección de palabras clave y el formato para que el CV sea más atractivo para los empleadores y los sistemas de seguimiento de aplicaciones.

Te dejo 3 de las más interesantes, explora sus posibilidades y dime qué te parecen:

- 1) [Rezi](#): El creador de CV's más inteligente con tecnología de Chat- GPT.
- 2) [Jobscan](#): El optimizador de CVs para conseguir más entrevistas.
- 3) [Canva Resume Builder](#): El creador de CV's más visual y creativo.

Siempre ten en cuenta que estas herramientas te ayudan a dar forma a tu CV, una vez que tienes claro el objetivo profesional que quieres perseguir. Pero éste lo tienes que clarificar por ti mismo.



Por [Rubén Prada](#)

# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “LinkedIn es una rutina más de mi día a día como consultar el mail”

**Titular en LinkedIn:** Responsable Comunicación Redes Sociales CEOE Campus - Proyecto PROMOCIONA - Proyecto PROGRESA - Proyecto PROACTIVA  
#TrabajamosEnDigital #FondosEuropeos #SoyProgresa

**Temas que suele tratar:** #talento #liderazgofemenino #competenciasdigitales

La comunicación ha cambiado mucho en los últimos tiempos, especialmente con el uso cotidiano de las redes sociales. Ha cambiado a nivel individual y, por supuesto, también a nivel corporativo en el mundo de las relaciones de las empresas. Hoy nos acercamos hasta una profesional que en ese entorno está muy habituada trabajando desde una entidad como CEOE Campus. Nos acompaña Sonia Pascual, responsable de comunicación en redes sociales, de CEOE Campus.

**LKG:** Sonia, comunicar lo que hace y gestiona una entidad como CEOE Campus a través de su Campus, suponemos que dará para mucho. Y hacerlo a través de las distintas redes sociales será un trabajo arduo. ¿Qué características destacarías en esta gestión tan intensa?



[Sonia Pascual Granados](#)



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**SPG:** CEOE Campus somos la Escuela de Negocios de CEOE. Precisamente porque conocemos el día a día de las empresas, y qué necesidades tienen, hemos diseñado nuestras líneas de actuación, con proyectos y programas de formación acorde a la realidad empresarial. Estas líneas son Diversidad y Liderazgo, Sostenibilidad, Digitalización, Ecosistemas Empresariales y Programas Especializados.

La comunicación en redes sociales es un aprendizaje continuo. Desde mi experiencia, la característica a destacar sería la constancia, es una rutina más de mi día a día como consultar el correo electrónico. A nivel particular, como profesional es importante construir nuestra marca personal, y un excelente aliado es tener un perfil activo en redes sociales, donde compartir aspectos relevantes de nuestro trabajo, relacionarnos e interactuar con nuestra audiencia.

A nivel corporativo, es un entorno más en el que relacionarte con colaboradores, clientes, empleados, etc... Y por ello compartimos el día a día de CEOE Campus. Nuestro perfil refleja las novedades de nuestra web, de nuestros empleados, de los proyectos y programas desde que los ponemos en marcha, testimonios de nuestros alumnos, eventos, noticias, estudios y todo aquello que sea relevante en nuestras líneas de actuación.

**LKG:** Es de suponer que dais importancia a muchas redes, pero suponemos que LinkedIn compartirá un papel predominante en esa comunicación de la actividad de CEOE Campus, ¿es así o nos equivocamos?

**SPG:** CEOE Campus tiene perfil en LinkedIn, X (Twitter), Instagram y Youtube. Efectivamente LinkedIn es la red profesional que para nosotros tiene un papel predominante a la hora de comunicar, interactuar y establecer colaboraciones.

Como te comentaba antes, es fiel reflejo de nuestro día a día, y gracias a ello, ya son 4.234 las personas que nos siguen. Dentro de los proyectos que lideramos desde CEOE Campus, hay dos proyectos que tienen entidad propia en Redes Sociales: Proyecto Promociona y Proyecto Progresa. Y es en LinkedIn donde más cerca estamos de las mujeres y los mentores que ya han pasado por estos proyectos y de las futuras participantes. Ya son 5.974 las personas que nos siguen en Proyecto Promociona y 5.330 en Proyecto Progresa.



# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Vemos una página de empresa con mucha información y ya con un número interesante de seguidores (más de 4.200 seguidores actualmente). Y, por supuesto, también tenéis una actividad muy interesante en la misma. ¿Qué formatos para vuestras publicaciones usáis más habitualmente: texto con fotos, vídeos, presentaciones, enlaces a noticias, encuestas...?

**SPG:** Combinamos publicaciones propias de nuestra actividad y nuestros proyectos con noticias del sector y testimonios que muestran la experiencia de ser alumno de CEOE Campus. En mayor porcentaje empleamos el formato texto con foto, y en menor medida, videos. Siempre procurando que el formato se adecúe al contenido.

**LKG:** Sonia, en cuanto a tu red en LinkedIn andas rondando los 4.800 contactos en la actualidad. Suponemos que por tu cargo la mayoría serán invitaciones que te llegan a tu perfil. ¿Tienes algún criterio a la hora de seleccionar a las personas que te contactan o a las que contactas tú? ¿Cómo vas configurando esa red?

**SPG:** Mi red de contactos en LinkedIn es fruto de mi trayectoria profesional y la constancia del día a día. Creé mi perfil en 2008 y desde entonces he ido incorporando a contactos de mi entorno personal y de mi entorno profesional con los que me he relacionado en diferentes empresas y etapas: colaboradores, clientes, compañeros y amigos. De vez en cuando me dejo llevar por las sugerencias de LinkedIn.

Mi criterio es interactuar con ellos del mismo modo que lo harías si los tuvieras delante, de manera presencial, siendo respetuoso y cercano a la hora de celebrar sus éxitos, afrontar un cambio profesional, ayudar en la búsqueda de nuevas oportunidades, difundir sus proyectos personales, felicitar en su cumpleaños, comentar alguna publicación...



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Y para terminar, y como usuaria de LinkedIn, ¿qué es lo que más te gusta del uso y posibilidades de esta red? y, por el contrario, ¿qué es aquello que no te acaba de convencer o no le ves muchos usos?

**SPG:** LinkedIn ofrece cercanía e inmediatez para relacionarte con personas que en tu día a día no ves. Es otro escenario en el que compartir, informar e interactuar con tus colaboradores, tus clientes y tus propios compañeros, y mantener vivo ese contacto. A nivel particular es un escaparate excelente de tu perfil profesional, otra forma de mostrar tu evolución en lo que a conocimientos, aptitudes, formación y experiencia se refiere. A nivel corporativo surgen muchas sinergias y es una excelente fuente de información de lo que hacen empresas como tú, empresas de tu sector, empresas de tu entorno, y de conocer de primera mano la actividad de las empresas con las que te relacionas.

He visto la evolución de LinkedIn desde 2008, han sabido incorporar mejoras y evolucionar, de un modo muy acertado. Prueba de ello es cómo se desmarcó de redes similares que nacieron a la vez (Xing y Viadeo) y el posicionamiento que tiene hoy día. Entre las funcionalidades que ofrece, considero relevantes o al menos a mí me han facilitado su uso: programar publicaciones, las comunidades, el notificar/compartir publicaciones con empleados u otros contactos. En el otro lado, funcionalidades que a mí no me han servido de mucho, desde el perfil corporativo, el crear páginas de productos o más recientemente las newsletters.

Por buscarle alguna `pega´: a título particular mencionaría el uso comercial que algunas personas hacen de esta red social. No creo que sea culpa de LinkedIn, sino de una mala praxis de algunos profesionales, que mandan información comercial en el momento de aceptar su solicitud de amistad o incluso sin ser contactos de primer grado. Y a título corporativo, la limitación de LinkedIn en el número de personas y empresas que se pueden citar en una publicación. Han sido en contadas ocasiones, pero toparte con esta limitación a la hora de mencionar a los ponentes y entidades colaboradoras en un evento o en un curso, lo considero un aspecto a mejorar.

# Tan lejos, tan cerca...



LA GACETA AZUL

## Paraguay en LinkedIn



- **Datos de usuarios en LinkedIn:** Hay aproximadamente 577.000 usuarios
- **Zona con más conexiones:** Asunción (169.000), Ciudad del Este (16.000) y San Lorenzo (6.800)
- **Otras redes sociales usadas en Paraguay:** Facebook, Instagram, Twitter.  
(Fuente: <https://www.abc.com.py/>)
- **Perfiles de interés a seguir:** [Nancy Rejala](#) y [David Rodriguez Moreira](#)



Por [Lourdes Linares](#)



# Espacio de podcast

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## Charlando con influencers

Es cierto que en nuestro podcast no hacemos distinción entre la valía profesional de nuestros invitados. Todos los episodios los concebimos con la intención de que aporten sobre el lado azul de la gente que interviene y, entre todos, aprender y nutrimos más sobre LinkedIn.

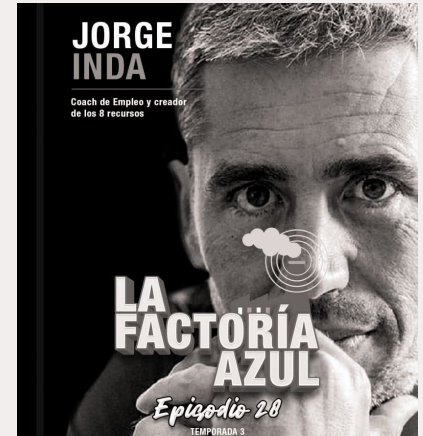
Dicho todo esto, queremos volver a acercar algún episodio en el que han pasado profesionales a los que podríamos clasificar con el calificativo de influencers.

Como diría aquél, a los números nos remitimos.. Y es que si os dáis una vuelta por los perfiles en LinkedIn de Héctor Barrionuevo (y ya qué decir si lo conocéis de Tik Tok) o por el del argentino Jorge Inda, automáticamente entenderéis el porqué de ese calificativo.

Con etiqueta o sin ella, nos han dejado dos episodios estupendos e imperecederos en nuestro podcast. Disfrutarlos...



[Episodio 1 \(TP3\): Descubriendo MIT \(Mentes Innovadoras Talentosas\)](#)



[Episodio 28 \(TP3\): Recursos de coaching para desplegar en LinkedIn con Jorge Inda](#)



# Perfiles del mes a seguir

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



## Alberto Abolafia Marroquino

Dpto. de Comunicación y Marketing  
Hospital Vithas Xanit. Asesor y profesor  
en Pharmanagement Business School.  
Profesional del Marketing y de la  
Comunicación



## Elena Galante Marcos

ESG Senior Advisor. Socia Directora en  
The Blue Plan Consultoria en  
Sostenibilidad. Directora Observatorio  
de Movilidad Sostenible-CES. Socia  
WAS (Women Action Sustainability).  
Madre de una niña y un niño  
maravillosos.



## Álvaro Villán

Profesor de Matemáticas & Tecnología |  
Escritor de libros | Perfil Internacional |  
Gestión de Supply Chain | Google  
Certified Educator Levels I y II |  
Asesoría Educativa | Sostenibilidad |  
SAP SME | Historia.

# Más que 1.000 palabras



LA GACETA AZUL

## La sostenibilidad en un vaso

Sí, a través una cosa tan trivial como es un vaso nos hablan desde Starbucks. Concretamente de su vaso reciclable y reutilizable.

Un vídeo que me ha encantado en cuanto a lo dinámico y ágil visualmente hablando y por cómo se centra todo el protagonismo en un objeto tan trivial y cotidiano como un vaso.

Otro ejemplo más de imaginación y creatividad bien traída visualmente. Y encima, con un buen ejemplo en pos de un mundo mejor.



Por [Diego Téllez](#)

# Copywriting & Storytelling



LA GACETA AZUL

## En septiembre, aguas mil

Si eres de las marcas que han dejado su LinkedIn abandonado durante los sofocantes meses de julio y agosto, y ahora en **septiembre pretendes generar visibilidad** torrencial como la de las lluvias de abril, he de decirte que el algoritmo linkediano te ha puesto, como poco, una vela negra.

Las redes sociales premian la constancia, como se premia en tantos ámbitos de la vida, y si mantienes cierta recurrencia de publicaciones en verano, levantar el *engagement* a la vuelta de vacaciones te costará menos. Por eso, quienes sabemos de estas cosillas, te recomendamos que **no abandones tus redes del todo**. Never!

Pero si es tu caso, vamos a darle alegría a tu perfil, Macarena. ¿Cómo? Con una **permanencia de calidad en LinkedIn**: leyendo, navegando por la interfaz, dejando comentarios en las publicaciones de otros perfiles, generando tu propio nuevo contenido con más regularidad de lo habitual, etc.

Vamos, lo que viene siendo recuperar el tiempo perdido.

Desde LinkedGrowing te animamos a hacer tus deberes para “la vuelta al cole” porque son efectivos. Te lo decimos nosotros que hemos resucitado cuentas más dormidas que un koala en un eucalipto.



Por [Eva Ortiz](#)



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE  
**linkedGROWING**