

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 14/11/2023

NÚMERO 13

## ENTREVISTA A FONDO ELENA CRUZ

“La comunidad creada en LinkedIn  
es mucho más sana que en otras redes”

## PERFILES DEL MES:

ANA MARÍA SILES FERNÁNDEZ,  
ZAHARA CUENCA LÓPEZ Y  
EDUARDO ELÚA SAMANIEGO

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN:

ARRABAL-AID  
INCLUSIÓN SOCIAL Y LABORAL

MÁS QUE  
1000 PALABRAS  
POR DIEGO TÉLLEZ

UNA PRODUCCIÓN DE  
linkedGROWiNG



# El rincón del estratega

## Crear o no crear una newsletter en LinkedIn

Esa sería la cuestión, en modo shakespeariano. Pero no se trata tanto de si me lleva mucho crear una newsletter o no. El proceso en sí es muy sencillo, previa activación en nuestro perfil del “Modo para creadores de contenido”. El tema complicado viene una vez creada la susodicha newsletter.

Y es que una newsletter va a exigir alimentación de contenido con la periodicidad que establezcamos (semanal, quincenal o mensual, por ejemplo). Pero hay que darle de comer. No se trata por lo tanto de algo puntual que creamos para generar un contenido en extensión (similar a un artículo) sino de una herramienta que tenemos que dedicarle tiempo y esfuerzos. Si eso lo tenemos claro, estaría bien definir el contenido con cierta antelación para que no nos pille el toro a la hora de planificar el siguiente número. Eso mínimo.

Por otro lado, si se tiene claro el lanzamiento, tenemos una gran ventaja en el primer número. Y es que en esta primera ocasión, LinkedIn notificará a toda nuestra red de contactos el lanzamiento y, seguramente, sirva para conseguir un primer número interesante de suscriptores.

A partir de ahí, trabajo estratégico y contenido del bueno para que vuestra audiencia vaya subiendo. Ánimo si dáis el paso porque puede mereceros la pena...



Por [Jorge Suárez](#)



# Empresas que se mueven en LinkedIn

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## Arrabal-AID, inclusión social y laboral

A QUÉ SE DEDICA Arrabal-AID:

- Empleo
- Emprendimiento
- Formación
- Inclusión
- Innovación Social
- Participación Ciudadana
- Movilidad Internacional



DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 5.163
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/arrabal-aid/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Esther Gaona Álvarez](#) [Fabian Fdez Díaz](#) [Minerva Montañez del Rio](#) [Montse Martos Navarro](#) [Anabel Vilar Iruela](#)
- Hashtags usados: #ofertadeempleo #IT #Digitaltransformation #inclusión #empleo #emprendimiento



# Ventajas de la Neurodiversidad

---

## La Neurodiversidad aporta... pero requiere consideración

La legislación laboral en el Reino Unido (Equality Act 2010) protege la diversidad.

Los empleados tenemos derecho a que las organizaciones hagan “ajustes razonables”, por ejemplo eliminando barreras arquitectónicas, cambiando la intensidad de la luz, la temperatura, ofreciendo tecnología asistiva o flexibilidad.

La sociedad trabaja para incluirnos a todos, incluso cambiando las definiciones y el lenguaje.

La neurodiversidad ahora se explica así “Las diferencias neurológicas son el resultado de una variación normal y natural en el genoma humano”. No es una enfermedad ni condición.

Hay campañas y proyectos para animar a gente a buscar ocupación (sólo un 15% de autistas diagnosticados en el Reino Unido tienen empleo) y para animar a organizaciones a cambiar procesos de selección, inducción, gestión... Para atraer y retener talento diverso.

Tengo ganas de ver esta evolución y una mejor convivencia entre todos.



Por [Araceli Higuera](#)

## Historias y videos de gatitos

¿Has probado a usar el storytelling en tu cuenta personal o de empresa de LinkedIn? Tu perfil podría ser un lugar plagado de creatividad y emoción, si cuentas historias de tu contexto laboral.

Por ejemplo: episodios propios, de empleados o de clientes. Seguro que puedes contribuir esta red social con anécdotas, casos de éxito, logros, curiosidades, aprendizajes, etc.

Las publicaciones de consejos, eventos, herramientas y comerciales están bien. Pero, ¿y si en lugar de comunicarlas con un estilo informativo utilizas un estilo narrativo?

En Linked Growing recomendamos probar y es lo que hacemos con nuestros clientes para saber qué es lo que mejor funciona en cada caso. Si las historias gustan, seguimos por ahí. Y si no, cambiamos de formato: presentaciones, artículos, videos, etc.

Recuerda que, tanto en tu perfil como en tus publicaciones, te diriges a personas, así que ponlas en el centro de tus mensajes y prueba a sorprenderlas y a generar curiosidad.

Igual con imaginación puedes crear una literatura linkediniana con giros y personajes tan entrañables, que despiertes más interés que los videos de gatitos de otras redes sociales.



Por [Eva Ortiz](#)



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “La comunidad creada en LinkedIn es mucho más sana que en otras redes”

**Titular en LinkedIn:** Marca personal y comunicación 🟡 Blus Studio 💬 ¿Te invito a un e-coffee y lo que surja? 😊

**Temas que suele tratar:** #branding, #marcapersonal, #comunicación, #emprendimiento y #organización

**Objetivo en LinkedIn:** Conectar y compartir valor, ideas y oportunidades con otros profesionales y personas

En este mar de profesionales que es LinkedIn se oye comentar mucho por ahí sobre cómo destacar, cómo posicionarse, cómo ser más visible que el resto. Y muchas de esas cuestiones llevan asociadas el término “marca personal”. Un concepto que engloba muchas cuestiones y que no se construye de un día para otro. Por eso, desde La Gaceta Azul, queremos hablar con una profesional que vive por y para ese concepto, como es Elena Cruz:

**LKG:** Elena, quien vea tu perfil tiene muy claro que tienes dos conceptos muy ligados: marca personal y comunicación. Pregunta doble para empezar. Qué es peor, ¿tener una buena marca que no sabe comunicar o una buena comunicación de una marca mejorable?



[Elena Cruz](#)



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**EC:** En mi opinión no puedes tener una buena marca si no sabes comunicar. Todos tenemos una marca, pero no todos sabemos trabajarla bien. La marca (la huella que dejas) puede no ser nada que tú buscas con una mala comunicación. Y, siendo sinceros, las marcas siempre son mejorables. Por muy perfecta que sea una marca, si nos acomodamos donde está y no buscamos mejorarla (o reforzarla), se avecina desplome.

**LKG:** Esto de la marca personal habrá gente que lo vea como el Santo Grial, la búsqueda de la Atlántida. O simplemente, que no va con su ADN. ¿Todo el mundo en LinkedIn debería trabajar en pos de una marca personal de prestigio?

**EC:** Lo importante aquí es entender que todos tenemos una marca personal. Seamos conscientes o no, la trabajemos activamente o no. ¿Por qué? Porque la marca personal es la huella que dejamos en los demás, es la idea que tienen de nosotros, y es lo que la diferencia entre los que la trabajan y los que la dejan ser, es la diferencia entre los que tienen bajo control la imagen que proyectan, y los pocos les conocen o reconocen, y están constantemente en dudas sobre lo que piensan las personas (o los clientes) sobre ellos y lo que hacen.

**LKG:** Viendo tu perfil e incluso tu web (<https://www.elenacruz.es/>) está claro que un público al que te gusta dirigirte es el mundo emprendedor. ¿Cómo ves el profesional emprendedor y su relación con LinkedIn? ¿Dónde crees que hay más confluencia entre ambos y dónde no se pillan el tono?

**EC:** Hay de todo, pero cada vez veo más gente por aquí, cosa que me alegra muchísimo. Creo que no es una red para todo el mundo, igual que no lo son Instagram o Tiktok, por mucho que intenten meternos en la cabeza que son “the place to be”.

Pero aquellos emprendedores que entienden que el objetivo de estos canales es tener visibilidad y presencia, y están en LinkedIn, es porque han entendido que es uno de los canales más fáciles y efectivos para diferenciarse, posicionarse en la mente de las personas, y hacer negocio, porque aunque LinkedIn esté conectando cada vez más con la parte “social” de ser una “red social”, sigue siendo una red social profesional, y hay muchísima más predisposición a generar oportunidades de negocios, compras, contrataciones, etc por aquí.

# Entrevista a fondo



LA GACETA AZUL

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Elena, vamos a comentar sobre LinkedIn un poco. Una red profesional en la que te mueves muy ágilmente, como se puede ver en tu contenido. ¿Cómo empezó Elena en esta red y cómo fue evolucionando?

**EC:** Empecé, imagino que como la mayoría, buscando trabajo. Mi perfil era un CV completamente estático y al que sólo entraba cuando había alguna novedad para actualizarlo. Pero, hace unos tres años, en el trabajo en el que estaba, me pusieron como –lo que ahora se entiende por– ghostwriter, que en el momento no era otra cosa que “ser la que estaba detrás de los perfiles, publicaciones, interacciones y chats privados” de los 3 socios de la empresa en la que trabajaba.

En ese momento, no teníamos ni idea ninguno de los 4 de que lo que estaba haciendo era trabajar su marca personal en esta red. Su objetivo era captar leads y yo simplemente hacía mi trabajo. Pero poco a poco fui cogiéndole el gustillo a eso de linkedin, y empecé a entrar en LinkedIn antes que en Instagram por las mañanas (soy millennial, así que este dato es muuuuy relevante).

De vez en cuando me iba lanzando a publicar alguna cosilla que me llamaba la atención, y aunque al inicio no era nada constante, y no interactuaba absolutamente nada, ahora estoy a diario por aquí, hablando con todo tipo de perfiles, creando oportunidades increíbles (para mí y para ellos, porque esa es la magia de compartir por aquí), y creciendo mi reconocimiento al punto de que hace un par de semanas, en un evento de networking, me reconocieron!! Eso sí que no me lo esperaba para nada, pero me sirvió para generar confianza en una persona con la que ahora estamos hablando de un posible proyecto, algo que, si no me hubiese reconocido, ni se habría acercado a saludarme, y nada de esto habría pasado.

Así que ha sido todo un camino súper natural y progresivo, pero ya estamos aquí, con una pequeña parcelita en esta plataforma sólo para mí, y yo convirtiéndola en una casa cada vez más grande y confortable.



# Entrevista a fondo

---

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**LKG:** Y para terminar, Elena, y viendo un poco tu camino y trayectoria en LinkedIn, ¿qué consejos daría a aquella gente que todavía no se anima a moverse en esta red, que les cuesta trabajo entablar relaciones, publicar, etc...?

**EC:** Al escuchar esta pregunta se me ha venido a la cabeza la frase: “si no suena a locura lo que haces, vas tarde”, y creo que define un poco el punto en el que está todavía LinkedIn. Está cambiando mucho (para mi, hacia un sitio súper interesante) y es un momento muy bueno en el que aún hay personas que te miran raro por querer crear contenido en esta red, pero eso significa que aún estás a tiempo de aprovechar esta oportunidad, porque es una oportunidad increíble a nivel profesional, y, sobre todo, es una apuesta a largo plazo para hacerte la vida más fácil ahora y en el futuro.

Porque que te conozcan y te reconozcan en cualquier otra de las redes sociales, es muchísimo más difícil, aquí solo hay un 10% de los usuarios activos creando contenido, la competencia es muchísimo más baja, y, además, la comunidad que se está creando es muchísimo más sana que en cualquier otra red social. Así que mi recomendación principal es que cojan un 10% del tiempo que dedican en su día a consumir contenido en cualquier red social, y que lo inviertan en crearlo.

Que no se paren a desarrollar un plan perfecto, con una estrategia súper pensada, ni una identidad visual bien definida. Todo eso va viniendo. Lo importante al inicio es lanzarse, exponerse, y sobre todo, ser natural y coherente con quienes son ellos mismos.

# Espacio de podcast



LA GACETA AZUL

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## El talento azul de otras latitudes (y 2)

Otros dos países más visitados en nuestro tour podcastiano. Nada menos que nos vamos hasta Argentina y Australia para conocer talento profesional y, que encima, se mueve por LinkedIn.

Os traemos dos episodio muy interesantes por todo lo que la charla dió de sí. Por un lado, una conversación con un profesional argentino del mundo de la educación y con una visión innovadora y muy práctica del universo de LinkedIn y que os dará qué pensar: Axel Jutoran.

Y, por otro lado, una conversación con la científica Isabel Núñez Lendo desde Australia. Una profesional que a través de su uso en LinkedIn ha viajado por medio mundo investigando y trabajando en temas tan interesantes como el mundo coralino en Australia.

No hay límites ni fronteras para un podcast sobre LinkedIn. Dos pruebas palpables y audibles más...



[Episodio 12 \(TP3\): Una visión de LinkedIn desde Argentina con Axel Jutoran](#)



[Episodio 18 \(TP3\): LinkedIn desde las Antípodas con Isabel Núñez Lendo](#)



# Perfiles del mes a seguir

Por [Redacción LinkedGrowing](#)



## Ana María Siles Fernández

Comunicación y divulgación de las TICs.  
Experta en Marketing. Transformación digital en Telefónica grandes empresas.  
Telefonica Creators LinkedIn



## Zahara Cuenca Lopez

Sr Marketing Lead 🦜 Strategic Marketer 🧠 Consumer Psychology 💖 NeuroMarketing



## Eduardo Elúa Samaniego

Fundador en CEO Institute. Temas que suele tratar: #curso, #leanstartup, #emprendedores, #designthinking y #emprendimiento

# Más que 1.000 palabras



LA GACETA AZUL

## La creatividad tiene muchas caras

El arte tiene muchas interpretaciones en todas sus expresiones. Ahí están las distintas escuelas y variantes que vemos en el mundo de la pintura o la escultura, por ejemplo.

Y si lo llevamos al mundo audiovisual de esta sección, encontraremos creatividades para todos los gustos. Usando técnicas más clásicas o más novedosas, pero siempre buscando atraer la atención de la audiencia.

En esta ocasión, os comparto un vídeo de una industria como la automovilística, que siempre busca captar la atención de sus modelos de coches. En este caso, Skoda lo ha conseguido de lleno...



Por [Diego Téllez](#)

# Pensando en alto

---

## Influencers de todo, morir de éxito

De momento, parece que en LinkedIn estamos a salvo frente la creciente amenaza de las personas relevantes para todo. Destacan en un ámbito de conocimiento y, de repente, lo mismo te aconsejan sobre psicología que sobre sus rutinas de limpieza facial.

Es la historia repetida. Encuentras contenido relevante. Sigues a la persona. Te aporta, le regalas likes, corazones, me gusta a diestro y siniestro. Celebración de ya somos 10K de seguidores, agradecimientos, sin vosotros no lo hubiera conseguido, bla bla bla....

Y llega el jzasca!

La desilusión profesional y la señal de que ese gran experto en su terreno ha vendido su alma al marketing, viene precedida por la frase: “muchos de vosotros me habéis preguntado por...” mi rutina de belleza, por dónde he comprado esto, por los electrodomésticos que utilizo... Y ahí empieza el declive, la cuesta abajo y sin frenos y no sólo la pérdida de seguidores, sino la pérdida de peso y autoridad profesional.

Esa misma que tanto cuesta conseguir. La que a base de publicaciones pico y pala, de aportar, de contribuir y de no salirte de tu ámbito de conocimiento por mucho que te hubiera gustado opinar sobre otra cosa. Sacrificas tu valor por contenido publicitado, pero sin que parezca que lo es (qué inocentes)

Por si acaso algún día saboreo las mieles del éxito en las redes, me voy a repetir lo de nunca digas de esta agua no beberé. Ya sabéis, si os ha gustado...¡no olvidéis darle a like y suscribirse a mi canal! ;-)



Por [Raquel Acón](#)



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN DE  
**linkedGROWING**