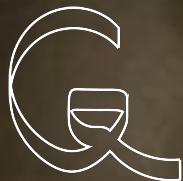


# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 27/01/2026  
NÚMERO 37

ENTREVISTA A  
FONDO

**Bruno Moioli:**  
“LinkedIn es un espacio  
para pensar en voz alta,  
no para parecer infalible.”

**¡¡¡NUEVA SECCIÓN!!!  
LA TRASTIENDA DE  
LO QUE SOMOS**

Por María Hernández

**POTENCIANDO  
EL TALENTO**

Por Rubén Prada

**EMPRESAS QUE SE  
MUEVEN EN LINKEDIN**

ENAR, Envoltentes  
Arquitectónicas

**PERFILES DEL  
MES**

**Lucía Ballester Bellver  
Luis Alfonso  
Mariam Veiga**

Y las secciones de José Martín, Araceli Higueras, Alberto Blanco,  
Jorge Suárez, podcast y Talento In-Cansable...

UNA PRODUCCIÓN

**linkedGROWiNG**

# El rincón del estratega

## LinkedIn, ¿foco de posts basura?

Depende. Me vais a permitir que inicie la disertación con mi mitad gallega.

Y es que en este debate podemos elegir dos vías para trabajar una respuesta ordenada.

Por un lado, será la respuesta fácil, aquella que se deja llevar por lo primero que salta a nuestra vista en LinkedIn: el muro. Nos encontramos en ese contexto con un sinfín de publicaciones ordenadas y mostradas, ¿por quién?. Pues sí, lo habéis adivinado, por el malvado algoritmo azul.

Si seguimos bailando en LinkedIn al ritmo de lo que nos marque o sugiera el algoritmo, acabaremos como patos mareados. Y cabreados. Que si lo único que leo son post sin sustancia, que si todo está hecho con IA, que si solo leo gente quejándose de no se qué... Vamos, y que si la abuela fuma.

Hasta aquí, la respuesta sencilla a la pregunta planteada.

La otra contestación iría por la opción de buscarse la vida, de no fiarse solo del scroll en el muro. Se trataría de buscar publicaciones en perfiles de gente que nos interesan, filtrar publicaciones por palabras o términos que nos interesen, buscar en páginas de empresas o grupos que sean nuestro público target. Vamos, currárselo y dejar a la abuela con sus manías y vicios insanos.

Claro, el segundo camino exige constancia, esfuerzo, estrategia y demás cosas de las que hablamos en este rincón.

Arrimaros a esta esquinita que queda todavía sitio y seguimos hablando...



Por Jorge Suárez

# Grupos de interés en LinkedIn

## Grupos sector Moda

LinkedIn no es una red que pase de moda. Y una industria como la textil que genera tanto negocio no puede dejar de estar en esta pasarela tan importante.

Uno de sus escaparates es a través de grupos específicos, de los que os dejamos una pequeña muestra en este número.

### Fashion Marketing & Digital Media Group (FMG): A Meeting Place for Fashion & Marketing Professionals

- Número de miembros: 185.820
- Ejemplo de publicación recomendada:  
[https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7391886360787308544?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rc\\_m=ACoAAAc9T7kBsDbUclHYJho4Nc2S-bMaBiamGQ4](https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7391886360787308544?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rc_m=ACoAAAc9T7kBsDbUclHYJho4Nc2S-bMaBiamGQ4)
- Perfiles administradores: Jonathan Sheriff, Natalie (Nata) Bibeau



### Moda retail / Fashion retail



- Número de miembros: 11.695
- Ejemplo de publicación recomendada:  
[https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7417026794286891008?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rc\\_m=ACoAAAc9T7kBsDbUclHYJho4Nc2S-bMaBiamGQ4](https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7417026794286891008?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rc_m=ACoAAAc9T7kBsDbUclHYJho4Nc2S-bMaBiamGQ4)
- Perfiles administradores: Jose Luis Pavía Cervera

### Otros grupos de interés

- MODA RESEARCH group - Fashion Professionals only: 20.336 miembros
- Trabajar en Moda: 15.455 miembros
- Fashion Retailers: 136.372 miembros

# A little bit of everything

## Soltemos la culpa

Feliz año nuevo :)

¿Cómo empiezas tú el año? Yo voy asiduamente al gimnasio y una de las cosas que más me molesta son las manadas de gente que se presenta en enero para *poner a prueba* sus propósitos de año nuevo.

Para mi enero no es un examen y soy más partidaria de la constancia (a lo largo del año) que de la épica en el mes de enero.

Dicen que tenemos dos tipos de motivaciones principales: cuando ‘huimos’ de algo o cuando ‘deseamos’ algo.

Si eres de esas personas que se siente culpable de los excesos de navidad y, sin hábito ni aprecio por el deporte, se castiga con unos regímenes de ejercicio insostenibles, te animo a redirigir tus pensamientos hacia el deseo y que sueltes la narrativa de la culpa, la vergüenza y el castigo.

Introduce objetivos humanos sobre lo que te importa y aporta, olvídate de fórmulas rápidas transformadoras. Olvídate de la velocidad y la perfección, oriéntate hacia pequeños hábitos que de manera incremental te acerquen hacia tus objetivos (recuerda: usando el deseo) y busca una fórmula sostenible de la que puedas aprender, para corregir el rumbo e integrar aprendizajes cuando decaigas.

Incluye la corrección de rumbo (la corrección de los fallos) en el proceso, para que tu trayectoria no se vea invalidada. No somos perfectos y no buscamos la perfección, buscamos microcambios que aporten continuidad y progreso a escala real.

Apúntate al gimnasio siquieres, a mí me encanta el ejercicio físico y lo recomiendo :) no pretendo disuadir a nadie.

Te deseo que te apuntes por deseo y que continues yendo todo el año :)

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



# Empresas que se mueven en LinkedIn

## ENAR, innovación y tecnología en fachadas

### A QUÉ SE DEDICA ENAR:

ENAR es una ingeniería y consultoría española especializada en fachadas tecnológicas.

Fundada en 1999, ENAR ha ido adquiriendo una sólida experiencia en el desarrollo de sistemas de fachada novedosos y altamente tecnológicos, buscando siempre la máxima eficiencia conjugada con las más altas prestaciones de la envolvente.

Además de colaborar con importantes estudios de arquitectura, ENAR ha trabajado para algunas de las ingenierías más importantes del país en proyectos de relevancia internacional en África y Asia.

The screenshot shows the ENAR website's homepage. On the left, there is a teal sidebar with the ENAR logo. The main header features the text "ENAR envolventes arquitectónicas" and "architectural envelopes". Below the header is a navigation menu with links to "ENAR", "Servicios", "Experiencia", "Proyectos" (which is highlighted in red), "Compromiso", "Noticias", and "Contacto". The main content area displays a grid of ten project thumbnails, each with a small image, the project name, and the location. The projects shown are: Bodega Le Dôme (BURDEOS), Hotel Villa Magna (MADRID), Oasiz (MADRID), Park & Palace (MADRID), Campus Madnum (MADRID), Metro Doha RLS (DOHA), Torre Europa (MADRID), Serrano 88 (MADRID), Edificio KOI (MADRID), and AROBÓREA (MADRID).

### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 3.000
- Página de empresa en LinkedIn: Aldous Bio:  
<https://www.linkedin.com/company/enar-consulting/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Jesús Manuel Cerezo Miguel](#) | [Jacobo P-Campomanes Guibert](#) | [Santiago Quevedo Egaña](#) | [Ana Gallego](#) | [Miguel Ángel Núñez Díaz](#)

Por Redacción LinkedGrowing

# Potenciando el talento

## Actitud, actitud, actitud

En la búsqueda de empleo, tu actitud pesa más que tus títulos y tu experiencia. Suena incómodo (y lo es), pero es real: lo que más frena a mucha gente no es el mercado... es el ego.

Veo muchas veces a profesionales brillantes que, cuando el proceso se pone exigente, priorizan la comodidad: se ofenden por un feedback, interpretan una entrevista como un examen “indigno” o actúan como si ya no estuvieran para “según qué cosas”.

La actitud no significa aceptar cualquier condición ni tragarse lo que sea. Significa tener hambre profesional, humildad estratégica y foco. Significa entender que un “no” no es una humillación, es información. Que adaptar tu discurso no es rebajarse, es ser inteligente. Que empezar por un rol puente puede ser la jugada más rápida para volver al tablero.

Nunca olvidaré lo que me dijo un director general de una farmacéutica: “Si para sacar adelante a mi familia tengo que trabajar haciendo hamburguesas en el Burger King, lo haré.” Sin dramas ni superioridad. Esa es la actitud: responsabilidad, flexibilidad y cero excusas.



Por Rubén Prada Urdaneta

# Talento Incansable 2025

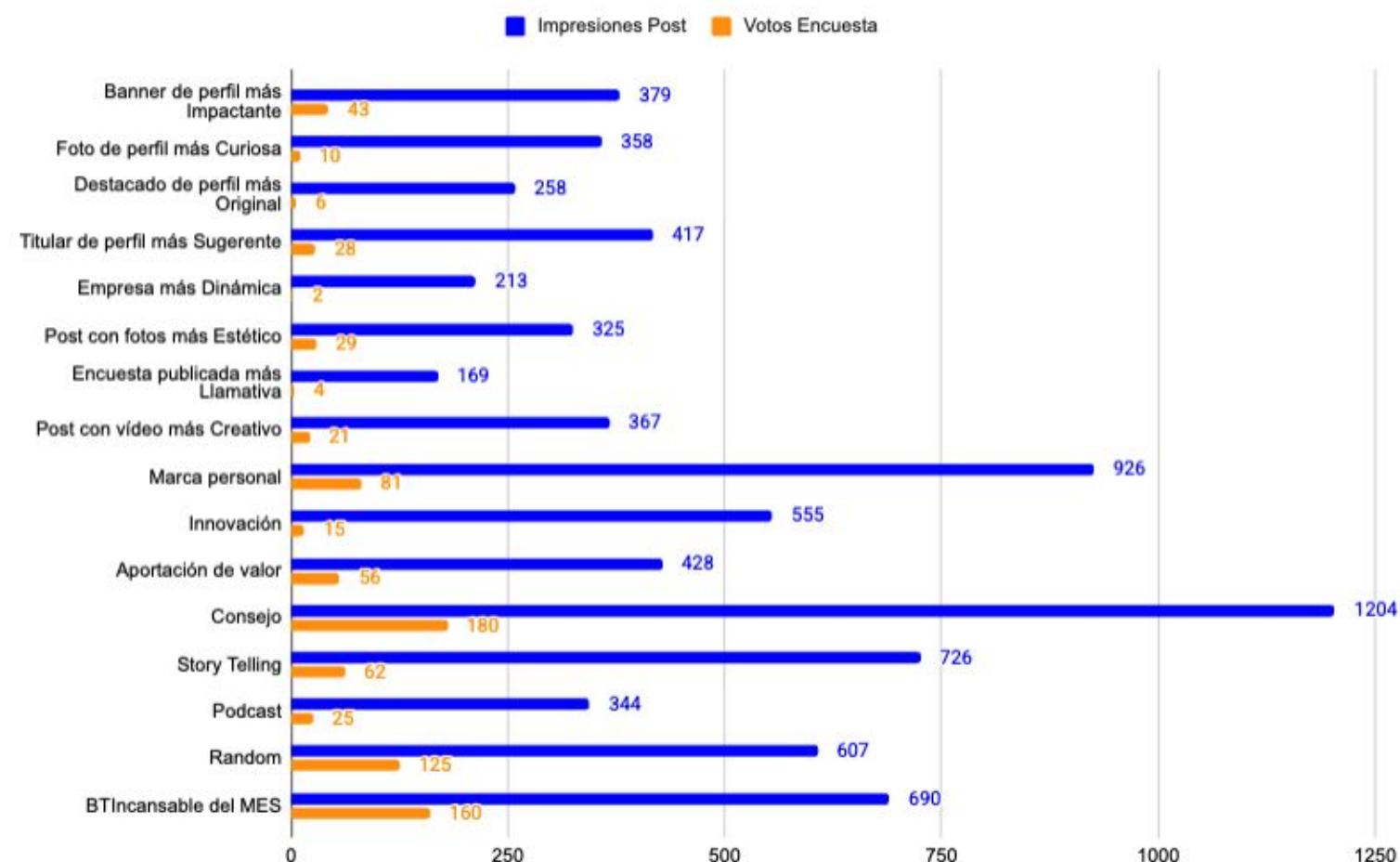


En diciembre también recopilamos talento. Y las encuestas se publicaron los días... ¡sí, 1 y 2 de enero! Una muestra más de que la búsqueda de talento incansable no para...

## Algunos datos:

- Impresiones de las votaciones: en este mes la categoría de Consejo fue la más vista: 1.204 impresiones.
- Participación: igualmente esta categoría fue la más votada (180 votos).

Impresiones Post y Votos Encuestas Diciembre



# Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

**“Sin autoliderazgo, cualquier intento de liderar a otros queda limitado.”**

Titular en LinkedIn: Entreno y Desarrollo las Competencias de INTELIGENCIA EMOCIONAL para lograr RESULTADOS ÓPTIMOS / Dr. Psicología / Coach / Psicoterapeuta / Escritor x7

Objetivo en LinkedIn: Posicionarme como referente en autoliderazgo e inteligencia emocional para profesionales y organizaciones que buscan liderazgo sólido y sostenible.

Inauguramos el año en la Gaceta Azul con una conversación que sienta las bases perfectas para empezar 2026 con propósito.

En esta edición hablamos con Bruno Moioli, doctor en Psicología, coach ejecutivo y una de las voces más influyentes en liderazgo, inteligencia emocional y autogestión.

Con más de 25 años acompañando a profesionales y organizaciones de primer nivel, Bruno nos invita a mirar hacia dentro para liderar mejor hacia fuera.

Una apertura de año que inspira y prepara el terreno para un 2026 lleno de crecimiento.



# Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

## *“Los equipos que cambian de verdad empiezan por dentro.”*

**LKG:** Bruno, llevas más de 25 años estudiando cómo pensamos, sentimos y actuamos. Si tuvieras que resumirlo en una frase ‘muy LinkedIn’, ¿cuál dirías que es el mayor autoengaño profesional que nos impide liderar mejor?

**BM:** Creer que liderar tiene que ver, sobre todo, con los demás. Ese es el gran autoengaño.

Muchos profesionales sitúan el inicio del liderazgo en el equipo: en motivar, influir o gestionar personas, cuando en realidad el primer nivel del liderazgo es el autoliderazgo. Liderar empieza por cómo te gestionas tú: cómo piensas, cómo reaccionas bajo presión y desde dónde tomas decisiones.

En mi experiencia diaria con personas en puestos de gerencia y liderazgo real, ese trabajo personal previo casi nunca se ha hecho de forma consciente y estructurada. A veces aparece de manera informal, pero muy pocos han recorrido ese primer escalón con profundidad. Y sin él, cualquier intento de liderar a otros queda inevitablemente limitado.

**LKG:** Nos parece muy interesante tu expertise habiendo trabajado para empresas tan dispares como Iberdrola, Airbus, Nintendo o el Betis. ¿Qué tienen en común los equipos que realmente se transforman y qué error repiten los que solo quieren ‘parecer’ que cambian?

Los equipos que se transforman empiezan por dentro.

Revisan cómo toman decisiones, cómo gestionan los errores y qué comportamientos se pueden expresar sin temor, y cuentan con líderes capaces de crear un mínimo de seguridad psicológica para que las personas hablen con franqueza.

**BRUNO MOIOLI**

**SI NO ERES TÚ  
¿ENTONCES QUIÉN?**

**EL PODER DEL AUTOLIDERAZGO CON PROPÓSITO**

# Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

## *“Un líder que no tolera su vulnerabilidad crea entornos rígidos.”*

Los equipos que no se transforman suelen evitar ese terreno. Cambian procesos o estructuras, pero no se atreven a tocar dinámicas incómodas: silencios, miedos, relaciones de poder o errores no dichos. Sin espacios donde sea posible disentir y equivocarse, el cambio no arraiga; se sostiene solo mientras dura el impulso inicial.

LKG: Eres autor de siete libros y uno de ellos tiene prólogo del mismísimo Rafa Nadal ¡¡¡WoW!!!. Si tuvieras que elegir un valor de la esencia de Nadal que más falta hace hoy en los líderes ¿cuál crees que sería y por qué nos cuesta tanto entrenarlo?

La disciplina emocional.

No la disciplina de exigirse más, sino la de sostenerse cuando hay error, frustración o incertidumbre. Nadal no destaca solo por su talento, sino por su capacidad para convivir con la incomodidad sin negarla ni proyectarla hacia fuera.

En liderazgo ocurre algo parecido: cuando un líder no tolera su propia vulnerabilidad, acaba creando entornos rígidos, defensivos, donde equivocarse tiene un coste. Y ahí el rendimiento puede existir, pero nunca es sostenible.



# Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

**“No intentes quedar bien: intenta ser honesto.”**

LKG: En LinkedGrowing creemos que LinkedIn es un gimnasio mental de modo que, cuanto más entrenas tu comunicación, más fuerte se vuelve tu marca. ¿Qué papel ha tenido LinkedIn en tu visibilidad como psicólogo, coach y divulgador? ¿Qué recomendarías a quienes aún sienten vergüenza profesional al publicar?

He hecho de todo en LinkedIn, como casi todos.

Durante años también busqué, sin ser del todo consciente, reconocimiento y validación. Con el tiempo entendí que ese enfoque termina empobreciendo el discurso.

Hoy lo uso como un espacio de reflexión y coherencia profesional, donde poder pensar en voz alta sin tener que parecer infalible. Mostrar dudas bien formuladas, procesos reales y aprendizajes genera más conexión que cualquier mensaje impostado.

A quien siente vergüenza al publicar le diría esto: no intentes quedar bien, intenta ser honesto. La comunicación empieza a ser valiosa cuando no nace del miedo al juicio.



# Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

*“Seguir aprendiendo incluso cuando ese trabajo no se ve.”*

**LKG:** En tu último libro hablas mucho de autoliderazgo. Si mañana LinkedIn desapareciera (que no cunda el pánico, sólo es una distopía imaginaria), ¿qué tres hábitos mentales debería conservar cualquier profesional para seguir creciendo sin depender de los algoritmos que traen a nuestros perfiles los aplausos digitales?

Tres hábitos mentales: reflexión estructurada, autogestión emocional diaria y aprendizaje autodirigido. Pensar con método, no rumiar. Cuidar la estabilidad emocional en lo cotidiano, no solo cuando todo se desborda.

Y asumir el autoliderazgo como responsabilidad personal: revisar cómo impactas en otros, qué climas generas y qué espacios habilitas para que las personas puedan expresarse con seguridad. Seguir aprendiendo y ajustando el rumbo, incluso cuando ese trabajo no se ve.



# La trastienda de lo que somos

# Lo que dejamos para después

Cada año se repite lo mismo: 'Ahora sí..'; '..este año me pongo'; ¡mañana empiezo!' .. y mañana, como bien sabes, es ese mítico lugar donde van a morir todas las intenciones nobles. No es culpa tuya. Es culpa del cerebro, que es más vago que un gato al sol.

Verás, nuestro cerebro está diseñado para ahorrar energía, no para cumplir propósitos. ¿Te sorprende eso? Si es así, solo piensa en la cantidad de veces que pensaste en esa tarea que querías hacer (estudiar, escribir, empezar ese hobby) y vino tu voz saboteadora a susurrarte: "Uf, qué pereza. Mejor mañana. O pasado. O nunca, ¡ya si eso!"

Y tú le haces caso, porque eres una criatura optimista que cree que el lunes tendrá más ganas y más disciplina como si fuera a llegar por arte de magia una versión mejorada de ti mismo.

La procrastinación no es un defecto moral. Es una mezcla de miedo, optimismo ingenuo y un cerebro que preferiría comerse un bollo antes que enfrentarse a algo que le incomoda. Y aun así, cada año te prometes que esta vez será distinto, pero tú y yo sabemos que solo hay una manera de demostrarlo.

Si algo es importante, lo haces. Si no lo haces, no era tan importante. O no lo tenías claro. Piensa cómo puede cambiar tu perspectiva si anclas esto y lo traes cada vez que tratas de posponer algo que es importante para ti. Cuando toca arremangarse para afrontar un reto no vale motivación, ni la fuerza de voluntad. Lo que vale es tener esa claridad en el momento clave. Si sabes exactamente qué quieres y por qué, el cerebro deja de quejarse y la montaña se convierte en escalones. Uno detrás de otro te llevan a la cima.

Diez minutos bastan para engañar a tu pereza. Dite “solo diez minutos” y, cuando quieras darte cuenta, ya estarás en dentro de la inercia y ya no parece tan terrible. Encontrarás manuales que lo explican con estudios, experimentos y psicología, pero yo te lo resumo así: Si esperas a tener ganas, no lo harás. Si empiezas, las ganas llegan después.

Así que ya sabes.. Enero no es el mes de los propósitos. Es el mes de la verdad. El mes en el que el tiempo te pregunta, ¿qué vas a hacer con lo que te importa de verdad? Y no aceptará un 'hoy no...mañana' como respuesta :)



Por María Hernández

# Espacio de podcast

## Fórmulas de impacto e interés en LinkedIn

Triunfar en LinkedIn no tiene una fórmula establecida concreta. Eso sí, se puede extraer ese “triunfo” a distintas disciplinas profesionales. Y de lo más variopintas.

Buena prueba de ello son los distintos invitados que han ido pasando por nuestro podcast y que, a través de entrevistas interesantes, nos descubren su día a día y cómo lo plasman en LinkedIn.

Dos buenas muestras que rescatamos son las entrevistas con Luis Ignacio Vicente, un referente en innovación y tecnología y con Carmen Javaloyes, una marca personal bien referente en el mundo farmacéutico.

En ambos casos, dos fórmulas magistrales de contenido y profesionalidad a las que bien merece la pena aplicar el oído.

[Episodio 25 \(T5\): Luis Ignacio Vicente, innovación tecnológica de lujo circulando por LinkedIn](#)



[Episodio 28 \(T4\): Carmen Javaloyes, recetas de contenido saludable en LinkedIn](#)



Por [Redacción LinkedGrowing](#)

# Marketing para principiantes

## ¿Estás quedando mal como profesional?

Perdonadme que este mes, diserte en vez de educar, pero como llevo varios meses dando formaciones al respecto, quería comentar algo que estoy encontrando.

Me está sorprendiendo la velocidad de adaptación al uso de la IA, lo cual está bien, pero también arrastra al resto. Saber usar la IA es ya una expectativa; Si eres trabajador, porque tu empresa asumirá que puedes producir más en menos tiempo. Si estás buscando empleo, porque otros candidatos ya la usan y eso se traduce en productividad directa.

Pero aquí hay también un error de base: usar IA no te hace mejor profesional.

La IA acelera tareas, sí. Normalmente las más básicas, pero también introduce errores silenciosos, soluciones a medias y respuestas que “suenan bien” sin ser correctas. Y si no sabes hacer tu trabajo mejor que la IA, no puedes detectarlos.

El valor, debemos entender, que ya no está solo en ejecutar, sino en saber definir bien el problema, dar contexto y validar el resultado. Si no sabes qué es una buena respuesta, cualquier resultado de la IA te parecerá válida. Y eso, en un entorno profesional, es peligroso. Las entregas a cliente serán basura, quedarás como un profesional mediocre que no sabe hacer su trabajo, en el mejor de los casos. Ni teuento cuando tus post huelean a IA desde lejos en las RRSS...

La IA no cambia la situación del cliente, ni muchas veces es capaz de realizar una tarea al nivel que un cliente nos exige para darle resultados, y en ese punto está la clave:

La IA no sustituye al profesional, ni su coste, pero expone al que no lo es.



Por [Alberto Blanco](#)

# Perfiles del mes a seguir



## Lucía Ballester Bellver

Periodista, fotógrafa y apasionada del contenido. Me encanta el arte, la literatura y la comunicación. Te ayudo a contar historias en 4 idiomas a través de la fotografía, los videos y las RRSS.

## Luis Alfonso

Un perfil bonito en LinkedIn no te hará rico. Ordenar tus finanzas y arriesgar quizás tampoco... pero te hará ganar más que un buen eslogan. | Consultor financiero | Estrategia adaptada a tus necesidades.



## Mariam Veiga

Mentora de negocios unipersonales | Diagnóstico, criterio y orden antes de escalar | Speaker y formadora

Por Redacción LinkedGrowing

# Retailando...

## El retail low cost y el cliente más pobre de la democracia

España es el cuarto país más poblado de la Unión Europea. Por tamaño y potencial, debería sostener una economía de consumo fuerte, con una clase media amplia y un retail capaz de generar valor, innovación y márgenes razonables. Sin embargo, el modelo que se ha consolidado en los últimos años es otro: un retail crecientemente low cost, basado en precio, volumen y márgenes cada vez más ajustados. No es una decisión estratégica del sector. Es una consecuencia directa de la renta disponible real de su población.

Hoy el consumidor no es más austero por convicción ni más racional por moda. Es más restrictivo porque vive con menos margen. Los ingresos nominales han subido, especialmente el Salario Mínimo Interprofesional, pero el consumo no lo determina el salario bruto, sino lo que queda después de pagar vivienda, suministros, alimentación e impuestos. Y ese “después” se ha encogido. La vivienda absorbe en muchas zonas más de un tercio del ingreso neto. La energía y los suministros han elevado su nivel base de gasto. La cesta de la compra se ha encarecido de forma estructural. Y la fiscalidad efectiva reduce aún más la capacidad real de decisión. El resultado es una compresión clara de la renta disponible. Hay un dato que explica mejor que ninguno el modelo de consumo actual: casi tres millones de personas reciben el Ingreso Mínimo Vital en España, y millones de hogares se encuentran en riesgo de pobreza o exclusión social. Esto no es un fenómeno marginal; es una parte estructural del mercado.

Un país donde una proporción relevante de su población depende de ayudas públicas no puede sostener un consumo fuerte y estable de valor añadido. Y el retail, como siempre, se adapta a la realidad del cliente. Por eso el retail low cost no es la causa del problema, sino el síntoma. Cuando el consumidor compara cada céntimo, reduce unidades, cambia de marca con facilidad y retrasa decisiones, el precio deja de ser una variable más y se convierte en la variable central. El relato pierde peso, la experiencia se relativiza y el margen se comprime. El mercado se polariza: por arriba, un segmento premium que resiste; por abajo, un retail masivo sometido a una presión constante. En medio, la gran perdedora es la clase media de consumo.

La pregunta incómoda no es cómo vender más, sino qué tipo de retail puede sostenerse en un país con una renta disponible tan limitada. Porque mientras el cliente sea estructuralmente más pobre, el retail no podrá dejar de ser low cost. No por falta de ambición, sino por pura aritmética.



Por Jose Martín



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN

linkedGROWiNG