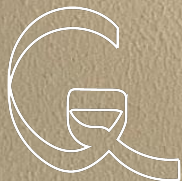


LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 24/03/2026
NÚMERO 39

ENTREVISTA A FONDO

Diego Acedo:
“Figuras actuales y
relevantes del deporte
profesional pueden aportar
mucho en LinkedIn.”

EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN

Palletways Iberia, servicio
expres de mercancía
paletizada

PERFILES DEL MES

Sara Jiménez
Álvaro Triano
Susana Gilabert Plaza

ESPACIO DE PODCAST

¿Conocéis el podcast más incansable?

EL RINCÓN DEL ESTRATEGA

Por Jorge Suárez

Y las secciones de José Martín, María Hernández, Araceli Higuera, Alberto Blanco, Talento In-Cansable...

UNA PRODUCCIÓN
linkedGROWing



El rincón del estrategia

LinkedIn, el paraíso del engagement

¿Cuál es el mejor formato para generar interacción en posts en LinkedIn? ¿Cómo consigo tener más impacto en mis publicaciones? Preguntas sempiternas que siempre surgen en una conversación en la que se habla del rendimiento y visibilidad del contenido en esta red.

Se hicieron, se hacen y se harán estudios sesudos, con mayor o menor muestreo de posts, sectores y usuarios. Y en todos ellos habrá conclusiones variadas y bien explicadas. Sin embargo, todos, todos los estudios tendrán siempre un denominador común: los resultados que muestran son totalmente temporales y sujetos a la arbitrariedad de lo que marque la dictadura del algoritmo en un momento concreto.

¿Quiere decir eso que no prestemos atención a los estudios de este tipo? No, para nada. Especialmente si están tan bien organizados y trabajados como el que nos comparten desde la plataforma Buffer y que se detalla en este interesante artículo: <https://marketing4ecommerce.net/linkedin-reina-del-engagement-en-redes-sociales-instagram/>.

Como datos más interesantes, y ciñéndonos a estos momentos, destacar que LinkedIn es la red social con mayor tasa de engagement, por delante del resto de redes.

Además, es una red que premia muy mucho la respuesta a comentarios en tus posts (hasta un 30% de incremento). E igualmente hace hincapié en que ahora (insisto en el ahora) el formato que más engagement está consiguiendo en LinkedIn son los carruseles, llegando a triplicar casi el de vídeos o imágenes.

Este es el escenario actual del engagement. Dentro de un tiempo, será otro. Prestaremos atención...



Por Jorge Suárez

Grupos de interés en LinkedIn

Grupos Industria Minería-Metalurgia

Una nueva entrega de sectores profesionales con presencia en LinkedIn. Abarcamos en esta ocasión una muestra de un sector primario, como es el mundo de la minería, combinada con una actividad más ligada al sector secundario, como es el sector metalúrgico.

Dos sectores muy relacionados y con presencias interesantes en forma de grupos, como os mostramos.

Society for Mining, Metallurgy & Exploration Group

- Número de miembros: 43.009
- Perfiles administradores: [Tarek Aoun](#), [Shalea Hardison](#), [Talal Owen](#)

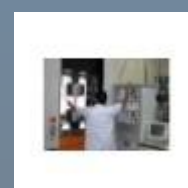


Metallurgy & Material Science

- Número de miembros: 72.547
- Perfiles administradores: [Keyur Tandel](#)

Metallurgy jobs

- Número de miembros: 13.878
- Perfiles administradores: [Jithin Pushpahasani](#)



Otros grupos de interés

- [METALURGIA & METALLURGY](#): 1438 miembros
- [SECTOR METALURGIA , PROVEEDORES Y EMPRESAS](#): 2992 miembros
- [Metalurgia extractiva](#): 1855 miembros

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

A little bit of everything

Celebraciones de pega

Cada año, el día internacional de la mujer llega con un lema nuevo. Cambia el mensaje, cambian las palabras clave y cambian también los gestos. Hace unos años se popularizaron las fotos con las manos formando símbolos que pretendían representar apoyo, sororidad o compromiso. Al principio me parecieron una buena idea. Visibilizar importa. Los símbolos ayudan a transmitir ideas clave.

Pero con el paso del tiempo algo chirría. Los problemas no se resuelven. Los gestos se repiten sin que la realidad cambie, no hay impulso y sólo distracción. Hemos encontrado una forma cómoda de parecer alineados sin incomodarnos demasiado y sin cambiar nada.

Regularmente muchas mujeres cuentan en redes que les piden participar gratis en eventos, mesas redondas o charlas. No es algo que solo les ocurra a mujeres, pero no ocurre igual a todo el mundo. Sucede más a menudo cuando el trabajo se da por hecho, cuando se confunde visibilidad con recompensa y cuando se espera gratitud en lugar de condiciones justas.

No es un problema de eventos. Es un problema de valor percibido. Me gusta que la gente hable del trabajo emocional y la preparación invisible.

Por eso, más allá de los lemas y de las fotos con gestos aprendidos, quizá este día invite a otra cosa. A revisar prácticas. A pagar por el trabajo (como el de los médicos). A reconocer contribuciones. A preguntar en lugar de asumir. A pasar del símbolo al gesto concreto.

La igualdad no se demuestra una vez al año ni con una pose frente a la cámara. Se practica en decisiones pequeñas y repetidas. En lo que se valora. En lo que se nombra. En lo que se cuida.

Y eso no cabe en una foto, pero cambia realidades.

Menos postureo y más resultados. Feliz día de la mujer.

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

Palletways Iberia, servicio exprés de mercancía paletizada

A QUÉ SE DEDICA Palletways Iberia:

Con más de 30 años de experiencia ofrecen servicios de distribución exprés de mercancía paletizada a una amplia variedad de empresas e industrias, consolidándose como la red más grande y fiable de Europa. Operan en 25 países con más de 400 miembros y 23 hubs.

Su red está compuesta por más de 400 empresas independientes que distribuyen su carga paletizada a través de un modelo radial. Este modelo, además de ser eficiente y sostenible, reduce significativamente las distancias recorridas para entregar los pallets y minimiza los espacios vacíos en los camiones.



DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 5.000
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/palletways-iberia/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Aleix Figueras](#), [Carmen Casals](#), [Sergio de la Cruz](#), [Alfonso Martínez](#), [Javier García Sansano](#)

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

Talento Incansable 2026

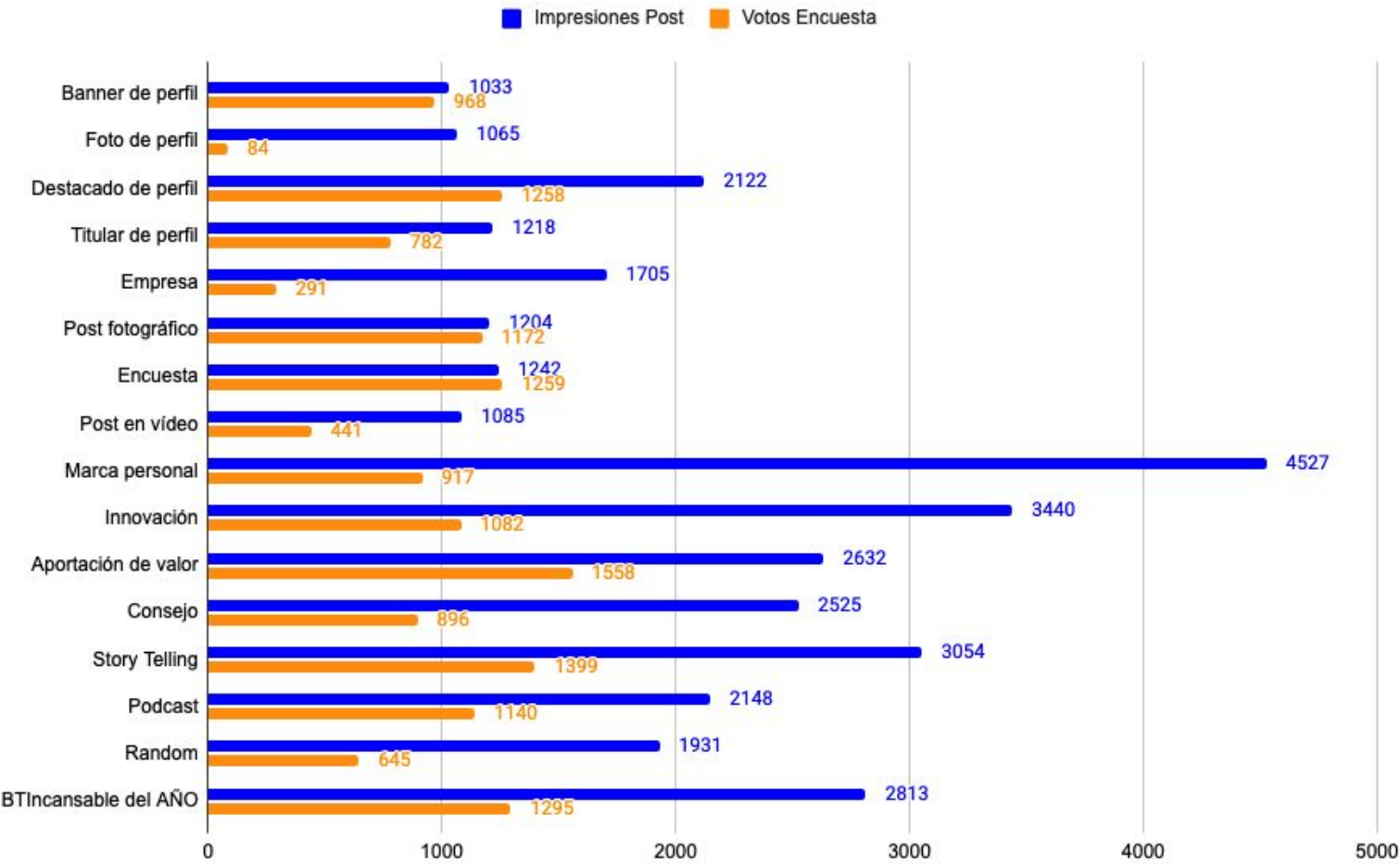


En este mes queremos mostraros estadísticas impactantes al máximo.

Y es que os dejamos los datos de las encuestas para decidir los ganadores de cada categoría de todo el año 2025.

Datos que muestran a las claras el creciente impacto en impresiones y la elevadísima participación de la comunidad de LinkedIn.

Impresiones Post y Votos Encuestas Finales 2025



Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

“Figuras actuales y relevantes del deporte profesional pueden aportar mucho en LinkedIn.”

Titular en LinkedIn: Coach Deportivo | 18 años contando historias en MARCA | Acompaño a futbolistas a crecer mental y emocionalmente para rendir desde la confianza

Objetivo en LinkedIn: Conectar con profesionales del deporte y seguir aprendiendo sobre cómo acompañar mejor a los deportistas.

Número de marzo en el que vamos a juntar dos elementos que, desde fuera, muchas veces se ven inmiscibles: deporte y LinkedIn. Y lo vamos a hacer de la mano de un gran profesional que los une con la mejor de las alquimias: Diego Acedo.



Diego Acedo

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

“El deportista profesional necesita sentirse escuchado.”

LKG: Diego, un profesional como tú con una amplia trayectoria cubriendo el mundo del deporte ha visto muchos acontecimientos y conocido a muchos deportistas en sus horas más altas. Pero para llegar a esas alturas han tenido un camino nada sencillo, en la mayoría de los casos. ¿Tal vez conocer y ayudar en ese camino es lo que te anima a desarrollar tu faceta de coach en este sector?

DA: Sin duda, me encanta esta pregunta porque permite unir dos caminos que parecían distintos, pero que a día de hoy dan mucho sentido a mi vida. El periodismo deportivo me ha permitido conocer a muchos deportistas.

Después de casi dos décadas cubriendo el deporte profesional, he visto muy de cerca lo que viven los deportistas cuando se apagan los focos. Cuando me he acercado a ellos he visto lo importante que es que se sientan escuchados, no solo por lo que hacen en el campo, sino también por la persona que hay detrás. Aquí es donde entra el coaching y ese acompañamiento a los deportistas, para que no solo tenga espacio su identidad como deportista, sino también la persona que hay detrás.

Hoy acompaño sobre todo a futbolistas que quieren trabajar su parte mental para competir con más confianza, gestionar mejor los momentos difíciles y rendir desde un lugar más equilibrado. Igual que un futbolista entrena su físico o su técnica, también puede entrenar su mente.

MARCA RADIO MARCA CLUB MARCA Accede Menú

Fútbol

'El juego por dentro': Patri Psicóloga y la importancia de entrenar la mente en el fútbol de élite

Escúchalo gratis en Spotify, Ivoox, Apple Podcast, Omny, MARCA.com y Radio MARCA

Lamine Yamal, en un partido con el FC Barcelona.

DIEGO ACEDO

Diego Acedo • 1er Coach Deportivo | 18 años contando histor... 2 semanas •

¿Qué pasa por la cabeza de un futbolista de élite?

En el segundo episodio de 'El Juego por Dentro', videopodcast de [Marca Unidad Editorial](#) hablamos con [Patri Psicóloga](#), una pionera en el trabajo mental en el deporte en España.

Patri nos explica por qué entrenar la mente y las emociones es tan importante como la preparación física:

✅ La psicología debería ser parte del cuerpo técnico, no un lujo. ... más

14 2 comentarios · 1 vez compartido

Recomendar Comentar Compartir

Añadir un comentario...

Más relevantes

(Sha)².nk € • 2º Digital Growth & Marketing | Hea... 2 semanas

Qué conversación tan necesaria y poderosa

Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

“Todas las entrevistas exigen su trabajo previo.”

LKG: Por supuesto, esta entrevista es un poco como el dicho del cazador cazado. El periodista entrevistado, en este caso. Por cierto, pregunta de “periodistas” a periodista. ¿Cuál ha sido la entrevista más complicada que has tenido que trabajar y cuál ha sido la más sencilla a la que te has enfrentado?

DA: Cualquier entrevista requiere su trabajo previo, hay muchas que me han costado a la largo de mi carrera. En cuanto a las más fáciles, serían aquellas que te proponen desde fuera, ya sea por su interés o por algún acto publicitario. Lamentablemente, estas son las que más se suelen dar en los últimos tiempos en el periodismo, porque los protagonistas ya no son tan accesibles.

De esas entrevistas fáciles, recuerdo una que hice a Andrés Iniesta, que era la imagen de una película por eso pude entrevistarle (jaja), sino sería algo poco probable tener acceso a uno de los futbolistas más importantes de la historia de España, por eso gol que nos dio el Mundial en el 2010.

En cuanto a las difíciles, recuerdo una que hice con Ronaldinho donde me costó mucho, porque estuve detrás de él mucho tiempo. Llevaba un tiempo trabajándola, porque íbamos a coincidir en un partido benéfico donde el genio brasileño era la estrella invitada. Muchas horas hablando con los de la organización, que me lo habían prometido pero llegó el día y estaba con un séquito que le acompañaba a todas partes y no había forma. Seguí su rastro durante muchas horas, hasta que me colé literalmente al vestuario, después de jugar el partido. Ahí tuve la oportunidad de estar a solas con él.



Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

“Creo que el deporte profesional tiene mucho que aportar a LinkedIn”

LKG: Si vamos a circular por el entorno de LinkedIn, te queremos trasladar varias cuestiones. La primera tiene doble vertiente. Por un lado, basada en de dónde te viene el interés como profesional por esta red. Y, derivada de la primera, si crees que el mundo del deporte profesional necesita un acelerón en presencia y gestión en LinkedIn.

DA: Me viene desde hace unos 3 años, donde me di cuenta de que tenía que trabajar mi marca personal. Así que no había mejor escenario que esta maravillosa red llena de profesionales.

Me ha permitido conocer gente maravillosa, entre la que incluyo a Jorge Suárez y su maravillosa familia de LinkedGrowing, al igual que los que pude conocer de invitados en el podcast, entre otros y muchos más profesionales de los que puedo aprender cada día. Es cierto, que el deporte necesita un acelerón importante.

Es verdad que hay figuras deportivas españolas importantes como Pau Gasol y Rafa Nadal o el propio Iniesta, haciendo una gran labor de divulgación de los valores del deporte que son tan necesarios y aportan tanto a la vida profesional y empresarial.

Creo que el deporte profesional tiene mucho que aportar a LinkedIn porque comparte muchos retos con el mundo empresarial: gestión de la presión, liderazgo, trabajo en equipo o mentalidad ante la adversidad. Sin embargo, echo de menos que figuras actuales y relevantes del mundo del deporte estén más presentes en esta red, seguro que tendrían mucho que aportar.



Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

“Cada vez es más complicado distinguir talento en LinkedIn porque hay mucho nivel.”

LKG: Dato interesante para nuestra audiencia. Y es que, en otra de tus facetas (o ratos libres), te dedicas a valorar como parte del jurado a los finalistas de los premios que organizamos: los Blue Talent InCansables. ¿Qué te parece todo el torrente de talento azul que os dejamos al jurado todos los años?

DA: Desde que decidistéis contar conmigo, lo he disfrutado mucho, y me siento muy privilegiado de formar parte del jurado, para mí es todo un honor.

Me parece brillante el trabajo que hacéis, de cazatalentos porque no es fácil encontrar esos perfiles que brillan tanto y, que en cada edición son todavía más originales y sorprendentes que los anteriores. Os quiero felicitar aquí por la idea tan innovadora que tuvisteis y también daros la enhorabuena por el éxito de la última edición en Sevilla y que demuestra el trabajo bien hecho, al igual que no paráis de crecer.

¿Qué será lo próximo? Porque cada vez estáis poniendo el listón más alto, al igual que para el jurado que echamos nuestro tiempo para deliberar y dar los votos, cada vez es más complicado porque hay mucho nivel.



Entrevista a fondo

Por Redacción LinkedGrowing

“El formato de LinkedIn me permite ser más reflexivo y emocional.”

LKG: Por último, Diego, y poniéndonos en tu faceta de redactor de contenido (en LinkedIn, por supuesto), nos gustaría que nos contaras qué formato de publicaciones te gustan más a la hora de postear. Y, ya puestos, aquellos que te cuestan un poco o no les pillas el punto.

DA: El que más me gusta es el texto, soy poco original en este sentido, me gusta mucho escribir y el formato de LinkedIn me permite ser más reflexivo y emocional, que en un texto periodístico donde estás más limitado en el espacio. Por eso lo disfruto mucho.

Otros formatos que me gustan son los carruseles, que llevan un tiempo más de elaboración, por eso no los publico con tanta frecuencia, pero es un formato que aporta mucho valor y que resulta interesante para contar una historia.

Respecto a los que menos uso, reconozco que no me he atrevido con el vídeo ni tampoco con las encuestas, y es algo que me gustaría usar más porque permite conectar con otros perfiles y generar conversación y muchas interacciones.



La trastienda de lo que somos

Gente que ilumina. Gente que apaga

Hay días en los que te levantas con el depósito lleno. La vida encaja, las ideas se encienden y los proyectos te reclaman, y es que, la energía, al final, no viene solo del café ni de las vitaminas. Viene de sentir que lo que haces tiene sentido. Pero también hay días en los que, sin saber muy bien cómo, te notas con la energía drenada como si hubiera una rendija por la que se escapa tu claridad e tu impulso, y lo curioso es que muchas veces esa rendija **aparece después de estar con ciertas personas o en ciertos entornos**. No hace falta que nadie te critique o te haga un feo. A veces basta con una presencia que te deja revuelta, con una conversación que te deja rumiando, con una sensación que no sabes explicar pero que reconoces en el cuerpo.

La psicología tiene un nombre para esto: **regulación emocional externa**.

Y es que, cuando alguien no sabe gestionar lo que siente, busca sin querer que otro lo haga por él; y ese “otro”, si no está atento, puedes ser tú. Desde fuera puede parecer maldad, pero la mayoría de las veces se trata de hambre emocional. Y cuando alguien tiene hambre, busca alimento donde puede y el problema es que, si no te das cuenta, acabas pagando tú la factura energética. Hay casos evidentes como el que siempre te pide favores o el que te deja KO cada vez que aparece, pero hay algo más sutil que encuentras en ambientes que te apagan y personas que te desordenan por dentro sin que puedas señalar exactamente por qué. Pero el cuerpo lo sabe antes que la cabeza porque hay lugares donde respiras mejor y otros donde, sin saber por qué, te encoges un poco. Hay personas que te recargan solo con estar y otras que te dejan con la sensación de haber corrido una maratón emocional.

La buena noticia es que hay solución y pasa por **cerrar las puertas por las que se te escapa la energía**. En psicología, esas puertas suelen tener cuatro nombres:

- El **miedo**, que te hace ceder más de lo que puedes.
- La **envidia**, que te desconecta de tu propio valor.
- La **crítica** constante, que te desgasta por dentro.
- La **queja**, que te deja sin espacio para actuar.

Cuando esas puertas están abiertas, cualquiera puede entrar. Cuando están cerradas, tu energía deja de ser un recurso público. Pero quizá lo más importante es tomar conciencia de que la **mejor forma de que no te quiten energía** es no intentar tomar la de nadie. Cada vez que intentamos que otro nos valide o resuelva lo que no sabemos gestionar, estamos haciendo exactamente lo mismo que tememos que nos hagan.

La autonomía emocional es responsabilidad afectiva con una mismo y desde ese lugar más consciente, la energía deja de ser algo que se pierde sin querer... y empieza a ser algo que se cultiva.



Por María Hernández

Espacio de podcast

¿Conocéis el podcast más incansable?

Pues a partir de este número os garantizamos una cosa más: no os vais a cansar de escuchar este nuevo podcast.

Un podcast de conversaciones directas, humanas y sin filtros con las personas que están construyendo, compartiendo y aportando valor cada día dentro del ecosistema profesional de LinkedIn.

En cada episodio hay una llamada de 15 minutos a un talento incansable: emprendedores, creadores, líderes, profesionales o personas que están dejando huella.

Este podcast nace del ecosistema de los Blue Talent Incansables, un proyecto de LinkedGrowing que reconoce a las personas que aportan valor real dentro de LinkedIn.

Y para abrir boca, dos entrevistas que no dejarán indiferentes, precisamente a dos habituales articulistas de esta Gaceta. Disfrutad, disfrutad...

EP.01— La primera llamada incansable con Jorge Suárez

EP.02— Alberto Blanco: Marketing, IA y la verdad que nadie te dice sobre emprender



Por Redacción LinkedGrowing

Marketing para principiantes

El error de optimizar campañas demasiado pronto

Ya de vuelta de Sevilla. Ha sido impresionante y muy divertido compartir vuestras historias y experiencias. Ahora vamos al turrón...

Una de las cosas que más veo cuando reviso cuentas de LinkedIn Ads es lo mismo: campañas que han sido tocadas veinte veces... en la primera semana.

Se cambia la segmentación, el presupuesto, el copy, el anuncio. Todo. Y claro, luego me llaman porque “LinkedIn no funciona”.

El problema es que no se ha dejado a la campaña aprender.

Las campañas necesitan acumular datos para que el algoritmo entienda a quién mostrar los anuncios. Si cambias parámetros cada dos o tres días, reinicias ese aprendizaje constantemente. Es como intentar medir algo mientras estás cambiando el experimento todo el rato.

¿Significa esto que hay que dejar las campañas abandonadas? No. Pero sí tener paciencia.

Si hay impresiones, deja que el sistema trabaje. Observa CTR, coste por clic y comportamiento en la landing antes de tocar nada importante.

Optimizar demasiado pronto no es optimizar. Es interrumpir el proceso antes de que empiece a funcionar.

En campañas B2B, donde el volumen de datos es menor que en otras plataformas, esto es aún más importante.

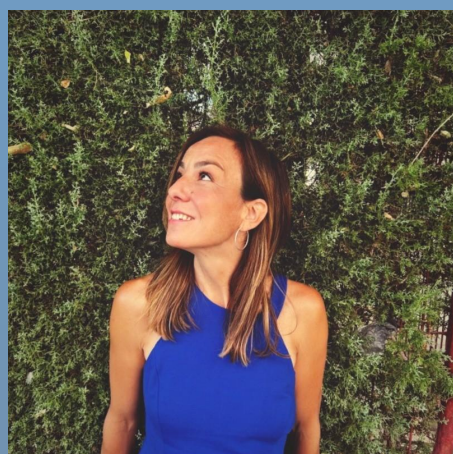
A veces, la mejor optimización que puedes hacer... es no tocar la campaña... todavía.

En la próxima edición, veremos el segundo mayor error que me encuentro en las campañas de LinkedIn Ads. ¡Hasta el próximo número!



Por Alberto Blanco

Perfiles del mes a seguir



Sara Jiménez

Ayudo a personas con enfermedades crónicas a recuperar su energía y salud digestiva – sin más años de síntomas sin respuesta.

Álvaro Triano

CopyRapper | Storytelling Under |
PeliCulera es mi hija | VPPE
(VideoPepino Professional Editor) |
CrewfuseART & Rap Louder -> mi
droja (raps)



Susana Gilabert Plaza

Directiva senior en Comunicación,
Estrategia y Liderazgo | Retail, Tecnología y
Ecosistemas Empresariales.

Por Redacción LinkedGrowing

Retailando...

Inditex tiene una marca trabajando solo para el Estado

Hay cifras que, cuando se miran con perspectiva, obligan a reflexionar. En 2025, el gigante textil español Inditex volvió a batir récords: casi 40.000 millones de euros de facturación y más de 6.200 millones de beneficio. Pero hay un dato menos comentado que dice mucho sobre cómo funciona nuestra economía. La contribución tributaria del grupo en España ronda los 2.600 millones de euros.

Curiosamente, esa cifra es muy similar a la facturación anual de una de sus marcas: Pull&Bear. Si uno lo simplifica, la imagen es potente. De todas las marcas del grupo —Zara, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti...— hay prácticamente una que trabaja entera para el Estado. No es una crítica a pagar impuestos. Las empresas deben hacerlo y es lógico que una compañía que gana tanto contribuya de forma significativa. La pregunta es otra.

¿Somos realmente conscientes de lo que significa que la mayor empresa de España genere para las arcas públicas el equivalente a todo el negocio de una de sus cadenas globales? Porque detrás de ese dato hay algo más profundo: la relación entre el tamaño del sector productivo y el tamaño del aparato público.

España vive hoy con una estructura institucional que nació con la Constitución de 1978, en un contexto económico, demográfico y tecnológico completamente diferente. En aquel momento no existía el comercio electrónico, la globalización era limitada, las empresas españolas apenas operaban fuera...

Hoy, en cambio, compañías como Inditex venden en decenas de países, gestionan cadenas logísticas globales y compiten con gigantes internacionales. Sin embargo, muchas de las estructuras administrativas que gestionan la economía siguen respondiendo a un diseño pensado hace casi medio siglo.

La reflexión no es ideológica. Es estructural. Si una sola empresa es capaz de generar para el Estado lo equivalente a todo el negocio mundial de una de sus marcas, quizá la pregunta no sea cuánto recauda el sistema. Quizá la pregunta sea otra: si el sistema que tenemos hoy es el que mejor encaja con la economía que ya tenemos.



Por Jose Martín



LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN

linkedGROWi**NG**