

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 28/04/2026  
NÚMERO 40

## ENTREVISTA A FONDO

Diana Sampedro:  
“Me sorprende lo generosa que es mucha gente compartiendo conocimiento en LinkedIn”

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN

Holaluz, la revolución de los tejados

## PERFILES DEL MES

Elena García Felipe  
David Garrido Leal  
Alejandro López Gómez

## 3 señales de que tu campaña está “quemada”

Por Alberto Blanco

## ¿Utilizas redes o te utilizan ellas a ti?

Por Araceli Higuera

Y las secciones de José Martín, Jorge Suárez, Espacio de Podcast, Talento In-Cansable...

UNA PRODUCCIÓN  
linked**GROWING**

# El rincón del estratega

## Cómo la IA nos ayuda (o no) en nuestros perfiles

Esconderte bajo tierra ante la avalancha de la IA en nuestras vidas no es una opción. Y si lo llevamos al terreno de LinkedIn, pues tres cuartos de lo mismo.

Ahora bien, ¿debemos empaparnos hasta el tuétano de todas las opciones de IA y dejar de tener criterio propio en todo lo concerniente a nuestra gestión en LinkedIn? Pues indicaría que no, por supuesto que no.

Por ejemplo, vayamos a nuestra primera carta de presentación en esta red, nuestro perfil. Si nos ponemos a configurar nuestro escaparate en esta red nos encontraremos que la IA ya nos sugiere cosas (redacción de titular, redacción de Acerca De..).

Es en estos apartados donde muchas veces nos vemos tentados a dejarnos influir por una redacción propuesta interesante (a priori) de la IA. Recomendable leer y volver a releer lo que nos sugiere. ¿Realmente está dando con el clavo la redacción propuesta de estos apartados? Tengamos en cuenta que son dos apartados muy expositivos y personales (especialmente el Acerca De) y por ahí la IA lo tiene más complicado para disfrazar esa vestimenta y lenguaje personal.

Ahora bien, donde sí puede ayudar (y mucho) es en otras secciones como las visuales, de foto y banner de perfil. Y es que la evolución que estamos viviendo con herramientas como AiSelfi (para generar fotos de perfil) o plataformas tipo Gemini, ChatGPT y similares que te pueden crear banners combinados y muy visuales sí que puede aportar y plasmar visualmente ideas y conceptos que hasta ahora solo estaban en nuestras mentes.

La IA ya es parte esencial de nuestra mochila profesional. Eso sí, la ruta la seguiremos marcando nosotros.



Por Jorge Suárez

# Grupos de interés en LinkedIn

## Grupos enfocados a Medicina

El mundo de la medicina y todos sus profesionales relacionados también tiene su reflejo en LinkedIn.

Desde grupos muy generales del amplio campo de la medicina hasta grupos muy concretos de especialidades y áreas definidas.

Aquí os dejamos alguna muestra de los grupos en los que pululan profesionales de este ámbito.

### Health & Medicine: Physicians, Doctors, Dentists, Nurses, Pharmacists & All Health Sciences

- Número de miembros: 230.115
- Perfiles administradores: [Araceli Canda](#), [April Custodio](#), [Marlon Mercado](#)



### Healthcare Professionals | Doctors Network | Internal Medicine | Obstetrics and Gynecology

- Número de miembros: 274.820
- Perfiles administradores: [Manjusha P](#)

### Otros grupos de interés

- [Medicina del Trabajo Contemporánea](#): 8308 miembros
- [American Association of Integrative Medicine](#): 13.211 miembros
- [Medicina del Deporte](#): 5446 miembros

# A little bit of everything

## ¿Utilizas redes o te utilizan ellas a ti?

Últimamente leo muchas críticas sobre las redes sociales y cómo las utilizamos. Que si la gente sólo mira y no publica ni comenta, que si el contenido es de IA, que si la gente no es auténtica, sólo hablando de éxitos. Que si nuestro alcance ha caído en picado y es mejor cambiar nuestro perfil diciendo que somos hombres.

Luego están las adicciones, las obsesiones con las métricas (¿cuántos 'likes', cuántas reacciones? ... para l@s que están al día con los cambios de algoritmo - no es mi caso).

Lo que yo le pido a las redes es que me muestre contenido que me interesa (de la gente con la que estoy conectada), y mi experiencia personal es que LinkedIn me enseña cada vez más comentarios y contenido promocionado o de terceros de lo que me gustaría.

Lo que me gusta es leer, incluso participar en discusiones donde presentamos diferentes perspectivas y experiencia de lo que nos ha funcionado o nos preocupa. En general diría que utilizo las redes en una fase inicial del aprendizaje social, y luego llevo a otros terrenos conversaciones e intercambios más profundos. Es decir, no encuentro necesario discutir todo en público (aunque sí en grupo con otras personas), no creo que tengamos que estar constantemente demostrando 'algo' que esté a la vista.

¿Qué tal si en vez de criticar, reflexionamos un poco más y experimentamos con otras maneras de utilizar las redes? Os animo a actuar con más autonomía y claridad de propósito.

Menos postureo (incluso en las críticas) y más acción. Al fin y al cabo, si queremos sacar provecho de estar conectad@s, tenemos que tener claro cuál es nuestro objetivo y cambiar nuestras acciones hasta que nos den el resultado que buscamos. Sino... como diría Einstein:

"Locura es hacer lo mismo una y otra vez y esperar resultados diferentes".

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

## Holaluz, la revolución de los tejados

### A QUÉ SE DEDICA Holaluz:

Compañía de luz y placas solares que impulsa la transición energética hacia un futuro renovable, sostenible y más justo.

Se proponen crear la mayor comunidad de energía verde de Europa, disruptando la manera de relacionarse con la energía. A través de su Revolución de los Tejados proponen un cambio estructural: transformar el actual modelo de generación –centralizado y no renovable– hacia una red descentralizada de energía limpia, descarbonizada y de kilómetro cero. Han logrado evitar la emisión de más de 2,7 millones de toneladas de CO2e desde sus inicios contribuyendo a la consecución de 9 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.



hola luz Tarifas luz Tarifas gas Placas solares Empresas Productores Misión Blog 900 67 07 07 Calcular tarifa de luz

Tarifas de luz en Holaluz  
**Las tarifas de luz que te hacen la vida fácil**

En Holaluz no solo te ofrecemos tarifas de luz competitivas, también un compromiso con la energía renovable.

Fuimos la primera eléctrica online con energía 100% verde y, eligiendo cualquiera de nuestras tarifas, no solo ahorras energía, también contribuyes a avanzar en la transición energética.

**¿Quieres más información?**  
Déjanos tu número y un asesor virtual te llamará ahora:  
Número de teléfono:  
  
 Acepto recibir información comercial sobre productos y servicios de Holaluz.  
**Contactar con un Asesor Virtual**

**¿Prefieres llamar tú? Es gratis**  
**900 67 07 07**  
Estamos de lunes a jueves, de 9 a 19 h.  
Viernes y vísperas de festivo de 9 a 15 h.

### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 52 mil seguidores
- Página de empresa en LinkedIn:  
<https://www.linkedin.com/company/holaluz-com/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Carlota Pi Amorós](#), [Alba Fernández Rivera](#), [María Jesús Pérez Santos](#), [Toni Moreno Quiros](#), [Enrique Maestre Jarque](#)

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

# Talento Incansable 2026

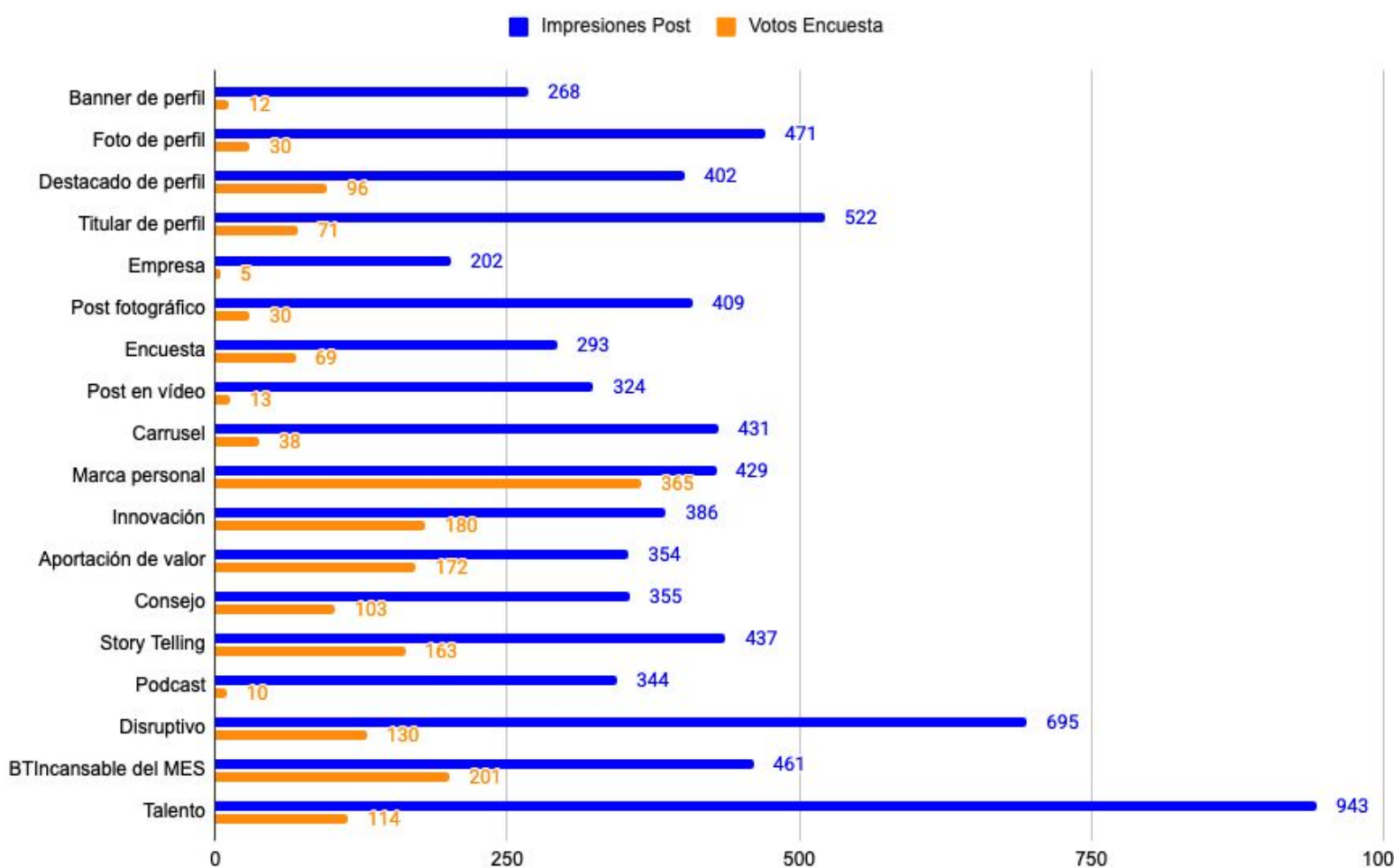


En este pasado mes de marzo tuvimos otro barrido de talento incansable con posts y perfiles de lo más interesante.

Y así lo recogieron los resultados de las distintas encuestas.

Marca Personal fue la categoría más votada y Talento la que registró mayor número de impresiones.

Impresiones Post y Votos Encuestas Marzo 2026



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

“Me sorprende lo generosa que es mucha gente compartiendo conocimiento en LinkedIn.”

Titular en LinkedIn: ♦ Gestiono tu LinkedIn con gusto (y tú te dedicas a tu negocio) ♦ Freelance Bilingual Copywriter ♦ Ghostwriter ♦ Marca Personal ♦ Autora del libro Baby English ♦

Objetivo en LinkedIn: Hacer que lo disfrutes y le saques partido como yo y más.

A veces no nos hace falta ir muy lejos, geográficamente hablando, para dar con mentes talentosas y más que merecedoras de una portada en nuestro gacetero mensual. No nos movemos de nuestra sede en Gijón para encontrar a una gran profesional que, eso sí, nos hará viajar lejos profesionalmente. Veréis y leeréis por qué. Conozcamos más las múltiples caras profesionales de Diana Sampedro Sánchez.



[Diana Sampedro Sánchez](#)

# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “¿Posts aburridos con IA? Si los hay, y sin IA también”

**LKG:** Diana, como si de una muñeca matrioshka se tratara, vamos a presentar las distintas capas profesionales que atesoras. Hablemos en primer lugar de tu casi media mitad profesional, ese lado bilingüe que atesoras y que tiene un color muy reconocible en tu marca. Ese lado pink. Tell us more...

**DSS:** Comenzó en mis twenties, vestía mucho de rosa, mis amigos de facultad me llamaban Pinky, en EEUU siguió la story. Es un color que representa parte de mi personalidad, suave y que contrarresta otra más potente que es azul y roja (unidas son purple).

**LKG:** Siguiendo viendo capas profesionales con las que nos sorprendes, nos encontramos con la faceta de copywriter. Un trabajo con el que te sientes como pez en el agua. ¿Cómo ves el presente y el futuro del copywriting con todo lo que acontece, IA mediante?

**DSS:** Escribo desde niña, en diarios, carpetas, agendas, post-its, cartas que enviaba, llevo muchos años disfrutándolo. La IA a veces me “escucha” alguna idea que le muestro, y siempre le doy mi toque pink, luego casi siempre no le hago mucho caso. ¿Qué hacen otros copys? pues imagino que como yo seguir disfrutando de cada palabra escrita, es un gustazo jugar con las palabras, emocionar, conectar...¿Posts aburridos con IA? Si los hay, y sin IA. No gustamos a todos, ni la IA ni los humanos.

**Diana Sampedro Sánchez** • 1er

✦ Gestiono tu LinkedIn con gusto (y tú te dedicas a tu negocio) ...  
[Ver mis servicios](#)  
 3 semanas • 🌐

Este Domingo 22 me paso por un espacio especial para hablar de comunicación que sí que conecta. ... más

**CO-CREADORES**  
PRESENTA



**LILIANA RAMIREZ**  
DIGITAL MARKETING  
MARKETING VERSE



**DIANA S**  
COPYWRITER Y GESTIÓN REDES  
SOCIALES  
FIND YOUR PINK

**DE INVISIBLE A VISIBLE: EL PODER DEL COPYWRITING EN TU MARCA PERSONAL.**

**Domingo 22 Marzo**

**17h | ESPAÑA  
10h | PERÚ  
9h | MEX**

con **Diana Sampedro Sánchez** y 1 persona ...

 María Hernández Blanco y 26 personas más

7 comentarios

# Entrevista a fondo


Por Redacción LinkedGrowing

## “Me llegan y hago llegar por LinkedIn e IG conexiones para trabajar, clientes”

**LKG:** Vamos adentrándonos en el mundo de las redes sociales, Diana. Habrá gente que te localice fácilmente por LinkedIn y otra gente por Instagram. ¿Cómo ha sido tu desembarco en ambas redes sociales y qué te aportan profesionalmente?

**DSS:** LinkedIn es un lugar fantástico de conexión con otros professionalpeople como digo yo; me sorprende lo generosa que es mucha gente compartiendo conocimiento. Llegué hace años y de forma activa hace 4 a ambas redes. En IG tengo 2 cuentas: @babyenglishdiana para el tema bilingüismo no nativo y clases de inglés/español y @pin.kidiana para marca personal y redes. Me llegan y hago llegar por LinkedIn e IG conexiones para trabajar, clientes, y hago mucho networking en ambas.

**LKG:** Ya centrándonos en LinkedIn, y aprovechando la coyuntura, comentamos para quien no lo sepa, que precisamente este mes es el de tu bautismo de fuego en el equipo de LinkedGrowing, colaborando en distintos aspectos. ¿Cómo abor das esta nueva capa matrioshka profesional?

**DSS:** Con el Corazón Azul . Comunicación y relaciones públicas, I mean...esa soy yo. El equipo que me recibe es sólido, cálido y con ganas. Me siento bien recibida y siento curiosidad, ilusión y motivación para aportar, y por supuesto crecer juntos: Crecimiento unido, conectado. LinkedGrowing...me encanta.



**Diana S** 

◆ Gestiono con gusto tu LinkedIn (y tú te dedicas a tu negocio) ◆  
Freelance Bilingual Copywriter ◆ Ghostwriter ◆ Marca Personal ◆  
Autora del libro Baby English ◆

 University of Massachusetts  
Amherst

pin.kidianas@gmail.com

# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “Blue Talent InCansables: gente chula haciendo cosas chulas y compartiendo”

**LKG:** Por último, Diana, y relacionado con la gestión en LinkedGrowing, pudiste asistir a la última Gala de los premios Blue Talent InCansables en Sevilla, profundizando en todo lo que hay detrás de estos premios. Si tuvieras que explicarle a un alienígena sobre estos galardones, lo que representan y sus perspectivas, ¿qué le destacarías al respecto?

**DSS:** Le diría, no te pierdas la próxima gala, te invitamos si quieres unirme, y díselo a tus compatriotas (pero que sean in-cansables también). Estos galardones son talento reconocido, valor ensalzado, y celebración pública y presencial de un trabajo digital, que no cesa, que no siempre se ve, que entusiasmo, une, anima, conecta. Y me parece muy cool que una consultora como LinkedGrowing de Gijón sea impulsora de esta iniciativa. Así que ese alienígena puede tener fe en el ser humano, aún hay gente chula haciendo cosas chulas y compartiendo. Juntos.



# Espacio de podcast

## Rafael y Beatriz, más conversaciones incansables

Seguimos compartiendo episodios del podcast de los premios Blue Talent InCansables.

Tras las dos primeras llamadas, seguimos con conversaciones sin desperdicio.

En la tercera entrega, Jose Martín conversa con Rafael Pérez Blanco, asesor de startups, estratega y una persona que se define como historiador del comportamiento humano. • Una conversación distendida sobre emprendimiento, miedo, liderazgo, cultura, cine, filosofía o cómo entender a las personas antes que los proyectos.

Y en la cuarta entrega, hablamos con Beatriz de Retes, profesional de ventas en el sector tecnológico y coach de carrera. Trataremos aspectos como salir de la zona de confort, construir una carrera profesional con propósito, vencer la vergüenza de exponerse en LinkedIn o cómo ayudar a otras personas a dar su siguiente salto profesional.

Sin duda, dos ejemplos de talento incansable a los que escuchar muy detenidamente.

[EP.03— Rafael Pérez Blanco](#)

[EP.04—Beatriz de Retes](#)



Por [Redacción LinkedGrowing](#)

# Marketing para principiantes

## 3 señales de que tu campaña está “quemada”

Hay campañas que empiezan funcionando bien... y poco a poco dejan de hacerlo. Y muchas veces, cuando un cliente te llama, ya llega tarde: ha revisado el presupuesto, ha mirado la segmentación y no entiende qué ha cambiado, si antes todo iba razonablemente bien.

La realidad es que una campaña puede desgastarse. Y suele avisar antes de caer del todo.

**Primera señal:** la frecuencia sube. Si impactas una y otra vez a la misma audiencia, acabarás tocando techo. Y si además los resultados empiezan a flojear, blanco y en botella: tu campaña ya no respira igual.

**Segunda señal:** el CTR cae poco a poco. No suele desplomarse de golpe. Simplemente, cada semana engancha menos. Ahí puede haber creatividad agotada, audiencia saturada o ambas cosas a la vez. Pero el mensaje ya no está entrando como antes.

**Tercera señal:** los leads empeoran. Sigues generando formularios o conversiones, pero baja la calidad. El mismo nivel de leads, pero menos intención real. Suele pasar cuando llevas mucho tiempo impactando a la misma audiencia: el público de calidad ya ha convertido, o ya te ha ignorado las suficientes veces. Los que quedan no son los mejores. Y ahí no basta con cambiar el anuncio.

La solución no suele ser complicarse más. Es aprender a leer las señales a tiempo: qué mirar, qué tocar y en qué orden. Porque una campaña que avisa siempre tiene arreglo. El error suele ser no saber escucharla.

Y si ya se te escapa de las manos, que puede ser oye, no pasa nada. Para eso están los profesionales.

¿Cuándo fue la última vez que revisaste la frecuencia de la tuya? ¡Hasta el próximo número!



Por Alberto Blanco

# Perfiles del mes a seguir



Elena García Felipe

| Consultora de Marca Personal | Coach de Gestión de Carrera | "Te ayudo a desarrollar tu Marca Personal para gestionar tu Carrera y tu Talento" | "Búsqueda de empleo consciente" |

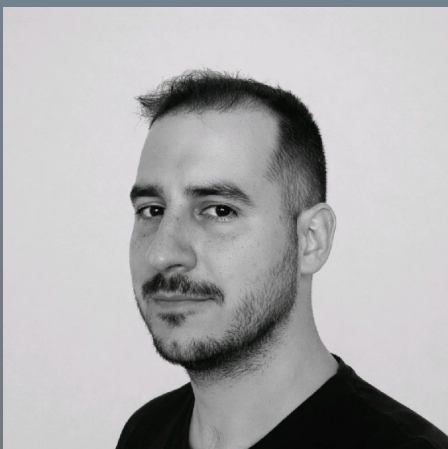
David Garrido Leal

Mentor de IA para autónomos y negocios innovadores | Consultorías y formación para que tu negocio digital brille | Creando empresas con Inteligencia Artificial desde mucho antes de ChatGPT



Alejandro López Gómez

AI Historical Creative / Divulgador de Historia con IA en YouTube / +130.000 en YouTube / Canal Historia Hispana



Por Redacción LinkedGrowing

# Retailando...

## Cuando los robots empiezan a correr

En Pekín no se ha celebrado únicamente una media maratón. Se ha ejecutado, en condiciones reales, una demostración de hasta dónde puede avanzar la robótica cuando se combina con inteligencia artificial y capacidad de aprendizaje continuo.

El dato es elocuente: en apenas un año, los robots humanoides han reducido su tiempo en más de dos horas. Lo relevante no es la marca en sí, sino la velocidad de mejora. En términos tecnológicos, no estamos ante una evolución lineal, sino ante una curva claramente exponencial.

Correr 21 kilómetros no es un gesto trivial. Implica resistencia, estabilidad, eficiencia energética y capacidad de adaptación a un entorno cambiante. Es, en esencia, la suma de múltiples competencias que hasta ahora considerábamos propias del ser humano en entornos físicos complejos. Por eso, el verdadero significado de esta carrera no está en el deporte, sino en lo que representa para sectores como la logística, la industria o el retail. El comercio siempre ha sido especialmente sensible a la optimización de costes operativos. A lo largo de su historia, ha adoptado cada innovación no por su novedad, sino por su capacidad de mejorar la eficiencia. Desde los sistemas de autoservicio hasta el auge del comercio electrónico, cada avance ha tenido un denominador común: reducir fricción y aumentar productividad.

La robótica humanoide encaja, por primera vez, en ese mismo patrón. No como una promesa futurista, sino como una posibilidad operativa. Cuando una tecnología es capaz de mejorar su rendimiento de forma tan acelerada, la cuestión deja de ser “si llegará” para convertirse en “cuándo será económicamente viable”. Y es en ese punto donde surge la verdadera reflexión. No se trata de sustituir personas, sino de entender cómo se redefinirán los roles en un entorno donde la eficiencia física ya no será exclusivamente humana.

Lo ocurrido en Pekín no es un espectáculo aislado. Es un indicador adelantado. Un recordatorio de que los cambios más profundos no suelen anunciarse de forma evidente, sino que se filtran a través de señales aparentemente ajenas a nuestro día a día.

El retail no cambiará cuando quiera, cambiará cuando no tenga otra opción.



Por Jose Martín



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN

linked**GROWiNG**