

# LA GACETA AZUL

“TU GUÍA PROFESIONAL PARA NO PERDERTE EN LINKEDIN”



MARTES 26/05/2026  
NÚMERO 41

## ENTREVISTA A FONDO

Carlos Penalva:  
“Escribir en LinkedIn  
es un desahogo con el  
que doy respuestas  
mordaces a muchas  
cosas”

## EMPRESAS QUE SE MUEVEN EN LINKEDIN

Bollo Natural Fruit,  
huella natural

## PERFILES DEL MES

Alexandre Ruzafa  
Eva Ballester  
Manuel Montalvo Parga

## ESPACIO DE PODCAST

Llamadas  
incansables: Noelia  
Sierra y Elena  
Corrales

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

UNA PRODUCCIÓN

linked**GROWING**

# El rincón del estratega

## El gran mercadillo de la IA llega a LinkedIn

La IA no ha irrumpido en nuestras vidas, no, se ha instalado con su propio mercado de aplicaciones y soluciones de lo más variadas y, prácticamente para cualquier tipo de necesidad profesional.

Desde nuestra vertiente profesional podemos tener ya la idea de un bazar donde hay cualquier tipo de solución basada en inteligencia artificial que nos podrá hacer la vida más fácil. Y si lo extrapolamos a LinkedIn, diríamos que también para todo tipo de usuario en esta red. Veamos ejemplos.

Desde usuarios con un comportamiento básico y simple en LinkedIn. Herramientas como [Use.ai](#) pueden ayudar a crear posts mecánicos de usar y tirar a partir de una simple noticia. O incluso darte redacciones de tu sección “Acerca De” en tu perfil.

Pongamos que somos usuarios que buscamos en esta red un lucimiento personal. Herramientas como [aiselfi](https://aiselfi.es/) nos generan fotos de perfil chulas. O [Mew Design](https://mew.design/) nos puede trabajar banners atractivos.

Si somos de esa gente que busca cosas curiosas o extravagantes, podemos probar con herramientas como [Journey](https://journey.snipki.de/) para crear mapas de trayectoria profesional.

Y si somos estratégicos trabajando en esta red usar aplicaciones como [Crystalknows](https://www.crystalknows.com/) analizando personalidades de contactos, o [Kling.ai](#) para generación de vídeos de altísima calidad.

Ejemplos para cualquier usuario sacados del mercadillo de IA que tenemos delante...



Por [Jorge Suárez](#)

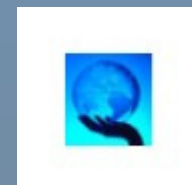
# Grupos de interés en LinkedIn

## Grupos del mundo Seguros

El sector de los seguros está magníficamente representado en el entorno de LinkedIn. Y, por supuesto, en grupos muy específicos donde los profesionales de esta temática pueden compartir e intercambiar información sectorial. Aquí os dejamos algunos ejemplos de esos foros específicos relacionados con el mundo asegurador.

### Global Insurance Network

- Número de miembros: 131.101
- Perfiles administradores: [Anuraag Sunder](#), [CPCU](#), [MSID](#), [Nancy Miller](#)



### Independent Life and Health Insurance Agents

- Número de miembros: 51.142
- Perfiles administradores: [Danny Greeson](#), [Phil Hill](#)

### Otros grupos de interés

- [Profesionales de Seguros y Trabajos en el sector](#): 19.755 miembros
- [Global Insurance Professionals](#): 180.748 miembros
- [Gerencia de Riesgos y Seguros](#): 5265 miembros

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

# A little bit of everything

## Educación emocional en el trabajo

A menudo hablamos de rendimiento, resultados y eficiencia en el trabajo. Menos de cómo nos sentimos cuando recibimos una decisión que cambia nuestra rutina, estabilidad o sensación de control sin haber sido siquiera consultad@s.

Las decisiones de negocio impuestas a trabajador@s (cambios sin aviso, reorganizaciones opacas, expectativas contradictorias) son experiencias emocionales.

La empresa enseña, con cada decisión, la relación que hay entre la organización y su gente.

Cuando todo se decide de forma unilateral, el aprendizaje es claro: aquí se obedece, no se participa. Nuestros gatillos se activan: incertidumbre, sensación de injusticia, falta de control...

Después nos piden iniciativa y compromiso, innovación.. y ¿quién se compromete donde sentimos que nuestra voz no cuenta?

El sentido de pertenencia y la seguridad psicológica no cuenta sólo en talleres y la encuesta anual. Se construyen en momentos: cómo se comunica una decisión difícil, cómo se gestiona un desacuerdo, cómo responde un/a líder cuando alguien cuestiona algo importante.

Escuchar no ralentiza el negocio, evita errores caros.

Bienestar y productividad no compiten, se complementan. No hace falta conseguir que la plantilla esté de acuerdo en cada decisión, hace falta tratar a la gente con respeto.

Aparte de por sus resultados, las empresas también se miden por cómo hacen sentir a quienes los consiguen.

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.



FOL ALACEN FIGUEROA

# Empresas que se mueven en LinkedIn

## Bollo Natural Fruit, huella natural

### A QUÉ SE DEDICA Bollo Natural Fruit:

Entidad de referencia nacional e internacional en el sector de la fruta fresca, siendo el principal operador nacional de limón y de cítricos BIO. Aportan una importante presencia en el mercado en otras categorías como la naranja, la clementina, el pomelo, el melón y la sandía.

Nacimos en 2019, gracias a la integración de empresas familiares de tradición agrícola, aunque con orígenes centenarios. Desde entonces, han seguido creciendo de manera orgánica, gracias a su apuesta por la calidad, la excelencia y a través de la integración de otros agentes clave del sector.



### DATOS EN LINKEDIN:

- Seguidores en página en LinkedIn: 12 mil seguidores
- Página de empresa en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bollo-natural-fruit/>
- Perfiles interesantes a seguir: [Antonio Alarcon Alzugaray](#), [Juan Manuel Fernández Cabezudo](#), [Eudoxia de la Peña Galiano](#), [Cristina Puchades](#), [Luis Bolaños Cruzado](#)

# Talento Incansable 2026

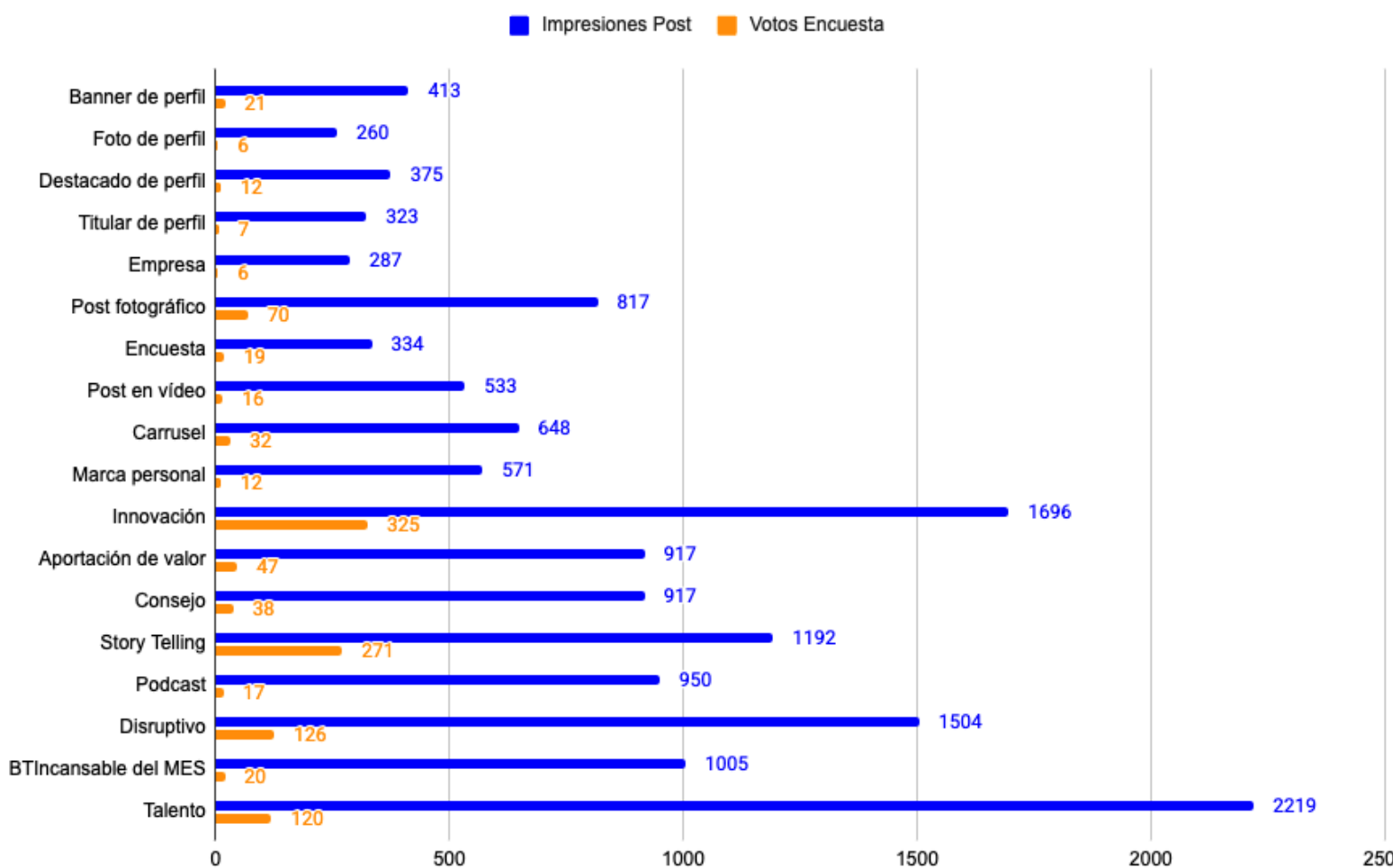


Nuevo mes que sumamos de talento incansable. Y con votaciones muy reñidas y encuestas muy visitadas.

Se lleva la palma en cuanto a visitas de las categorías la de TALENTO con más de 2.200 impresiones.

Y en cuanto a número de votos, hasta 325 votaron para elegir al ganador en la categoría de INNOVACIÓN.

Impresiones Post y Votos Encuestas Abril 2026



# Entrevista a fondo

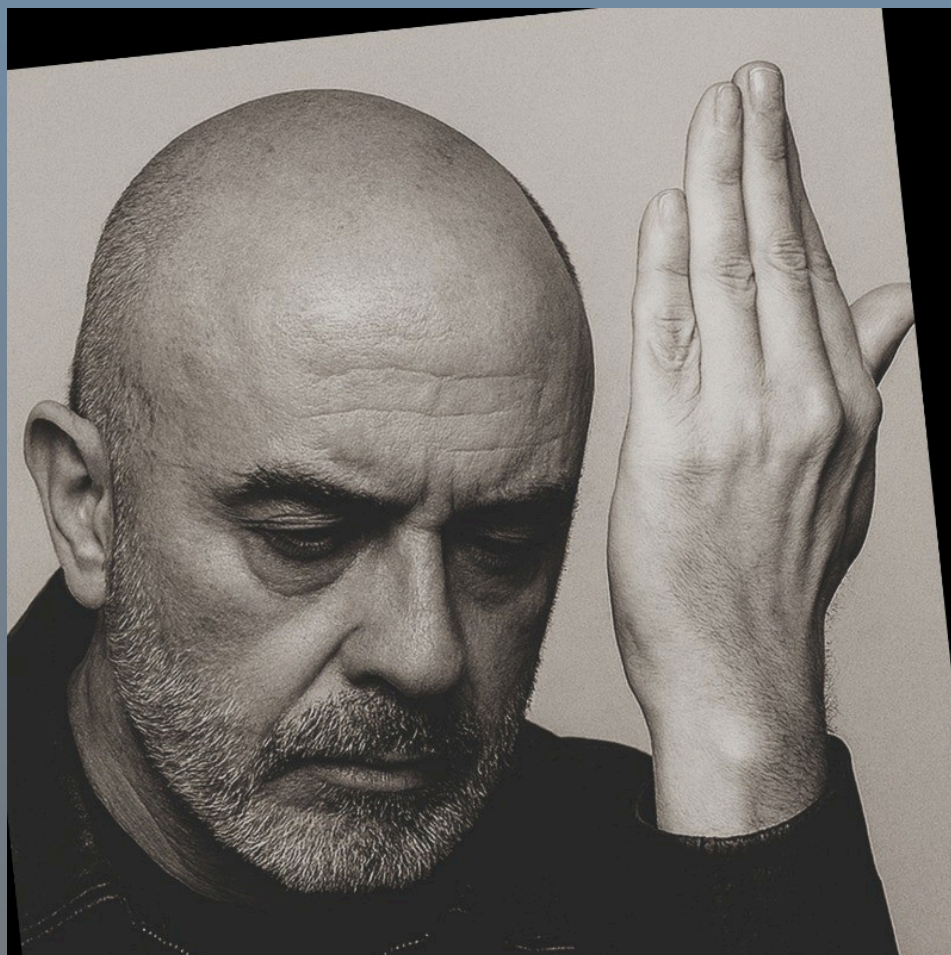
Por [Redacción LinkedGrowing](#)

**“Escribir en LinkedIn es un desahogo con el que doy respuestas mordaces a muchas cosas”**

Titular en LinkedIn: Formación para el empleo SSCE0110 / Cellist rookie / BTC Brutal Truth Consulting / HR

Objetivo en LinkedIn: Reducir la pátina de estiramiento a través del humor

Han tenido que pasar los 40 principales, como la famosa lista de éxitos musicales, para llegar a una entrevista de esas que no tienen una calificación fácil. Es más, diríamos que el profesional que tenemos al otro lado es imposible de etiquetar, de encasillar o de clasificar. Una rara avis, dirán algunos. Una especie profesional única y, tal vez, en riesgo de extinción. Por cuestiones como éstas, guarden estas próximas respuestas como si de un incunable se tratara. Hablamos y disfrutamos con Carlos Penalva....



Carlos Penalva

# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “No tengo claro si esta burbuja de IA explotará o implosionará”

**LKG:** Carlos, esta es la primera entrevista escrita que te hacemos desde LinkedGrowing. En nuestros archivos la gente podrá encontrar una video entrevista contigo, una intervención cara a cara en nuestro podcast La Factoría Azul. Y ahora, entrevistado con respuestas escritas en nuestra Gaceta Azul. Y parece que escribiendo te encuentras como pez en el agua. ¿O nos equivocamos?

**CP:** Más que escribir, es un asunto de soltar la imaginación sin miedo a las consecuencias. El medio es casi indiferente. Supongo que si fuera pintor o cineasta usaría otros medios que domino más. Para mi escribir es un desahogo sobre muchas cosas que suceden en este mundo y me permite darles una respuesta mordaz.

**LKG:** A ver, Carlos, hablemos de escritura natural y escritura “artificial”, vamos a decir así. Porque vivimos una era marcada últimamente por todo lo que rodea la IA. Y esto se extrapola a un lugar como LinkedIn. ¿Cómo ves que esto se está traduciendo en un entorno de desarrollo profesional como el de esta red?

**CP:** Estamos viviendo en una burbuja de IA y como no soy un especialista en la materia no sé si explotará o implosionará. Pero pronto sucederá algo que pienso que la pondrá en el sitio que le corresponde. Del uso se ha pasado rápidamente al abuso. Y eso traerá consecuencias en la forma de comunicarnos. Es más, ya está creando desconfianza en las relaciones humanas, cuando te planteas si con quien estás hablando es una persona o una máquina. No falta mucho para que nos hagan pasar el Test Voight-Kampff para distinguir si somos humanos.



# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

## “El humor y la ironía los he usado en LinkedIn para vender”

**LKG:** Siguiendo con LinkedIn, tienes una relación peculiar, por decirlo de algún modo, con esta red. Si pudiéramos recopilar el histórico de publicaciones de este hombre nos encontraríamos con distintas etapas de publicaciones, cuál pintor desarrollando su trayectoria. Podríamos hablar del mundo gatitos, de la época de la icónica Linkedener, de los post con canciones icónicas, a la última etapa de post OMG.. ¿Hay alguna estrategia detrás o todo va según sopla el aire profesional?

**CP:** Sí que hubo momentos de estrategia. Aunque ahora no. Hubo un momento que mi estrategia era diferenciarme a toda costa, con todo tipo de bromas que rompiesen los esquemas de los estándares de usabilidad de la red. Una vez una persona de las que se toman la red en serio para hacer social selling me preguntó si yo vendía algo. Y se sorprendió cómo utilizaba el humor y las ironías para vender. De hecho, cuando estaba plenamente en activo, usando esa técnica conseguí bastantes proyectos profesionales, incluso alguno internacional con bastante relevancia. Pero ahora no, ahora sólo me divierto. Como digo en mi objetivo, tan sólo quiero divertirme, hacer que la red sea más divertida y quitarle esa pátina de gente estirada. Aunque eso solo lo puedo hacer porque no estoy plenamente en activo.

**Carlos Penalva** · 1er  
Formación para el empleo SSCE0110 / Cellist rookie / BTC Brutal...  
4 días · 🌐

Menos mal que la IA todavía no puede leer nuestros cerebros, porque los filtros a veces fallan.



171

49 comentarios · 4 veces compartido

**Carlos Penalva** · 1er  
Formación para el empleo SSCE0110 / Cellist rookie / BTC Brutal...  
1 mes · 🌐

Si conoces el objeto de la foto para uso higiénico, tienes tres problemas severos: ... más



108

82 comentarios · 3 veces compartido

# Entrevista a fondo

Por [Redacción LinkedGrowing](#)

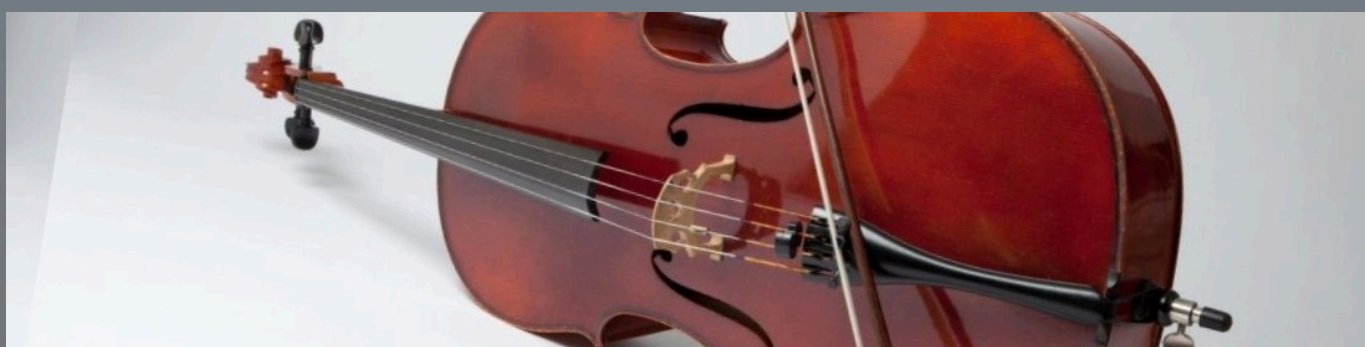
## *“Romper el hielo profesional y mostrar a la persona es mucho más agradable y necesario”*

**LKG:** Y si nos salimos de LinkedIn y alguien quiere saber quién es realmente en su faceta profesional Carlos Penalva, ¿cómo te definirías en cuanto a trayectoria, aptitudes y experiencias profesionales? Vamos, como si estuvieras contando tu CV...

**CP:** Eso de contar mi CV es muy aburrido. Piensa que empecé a trabajar antes de los años 90 del siglo pasado y empezar a contar como hemos pasado de la máquina de escribir y el fax al uso de la IA es algo bastante retrógrado, de abuelo cebolleta. Me definiría más como un director de orquesta, de esos que se ponen al frente de la misma y enseguida nota cuando alguien está fuera de ritmo, pierde el compás o simplemente hacer que la orquesta se lo pase bien.

**LKG:** Por último, Carlos, que sabemos que eres muy curioso también, como buen amante de los felinos. Y fruto de esa curiosidad, sabemos que sigues muy de cerca los premios Blue Talent InCansables, que organizamos. Te pediríamos dos cosas para terminar esta entrevista. La primera, que nos digas sinceramente cómo ves esta iniciativa que sigues desde sus inicios. Y, la segunda, que nos des caña, criticando todo lo posible y mejorable, según tu ínclito punto de vista. Ahí es nada...

**CP:** Lo que ya es perfecto no se puede mejorar. ¡Jo, qué pelota soy! Pues sí claro que se puede mejorar pero creo que no sois vosotros, son vuestros participantes. Las personas que participan siguen con el miedo del qué dirán, no son auténticas por aquello de que prime esa estirada imagen profesional por encima de todas las cosas. Yo pienso al revés, que primero seamos personas y después, si se presta, seamos profesionales. Creo que soy la única persona en toda la red que he publicado sobre la importancia gastrointestinal de expulsar gases. ¡Qué fino ha sonado! Sí quería decir de la salud intestinal de soltar pedos. Pues lo hice desde la máxima profesionalidad, desde la importancia de la salud. Ya sabes, siempre hay alguien que salta diciendo que ‘esto no es apropiado para esta red profesional’. Bueno, pues cuando tenga divertículos en el colon que vaya a ver a un hechicero. Me he alargado, así que respecto a la iniciativa, creo que no solo es buena, hay que fomentarla más: romper el hielo de la barrera profesional y mostrar a la persona es mucho más agradable y necesario.



# Espacio de podcast

## Noelia y Elena, hablando con más talento incansable

Más talento que pasa por el podcast más incansable.

15 minutos de conversación con dos grandes profesionales que sirven para abrir dos nuevas ventanas al talento.

Por un lado, la conversación con Noelia da para tratar temas como la reinención profesional, la situación de salir de tu zona de confort o de cómo se trabaja en una empresa como LinkedIn, entre otras cuestiones.

Y con Elena, más tips talentosos sobre construcción de equipos, liderazgo o comunicación dentro de las empresas, por poner algunos de los temas hablados.

Como podéis leer, las conversaciones prometen. Queda escucharlas y empaparse de lo transmitido. Fácil, ¿no?

[EP.05 — Noelia Sierra](#)

[EP.06 — Elena Corrales](#)



Por [Redacción LinkedGrowing](#)

# Marketing para principiantes

## Cómo testear titulares sin complicarte la vida

Uno de los errores más habituales en LinkedIn Ads es pensar que hacer A/B testing es montar un laboratorio. Y no. Muchas veces, testear bien es bastante más simple: cambiar una cosa, medirla con calma y no tocar veinte botones a la vez.

El titular es uno de los mejores elementos para empezar. Es lo primero que el usuario interpreta y muchas veces decide, en décimas de segundo, si sigue leyendo o pasa de largo.

Pero ojo, y este es el primer error que suele verse: testear titulares no significa cambiar “Descubre” por “Aprende” y esperar milagros. Eso no es un test, es maquillaje.

Lo interesante es probar enfoques distintos:

Uno puede atacar al dolor: *“¿Tus campañas generan clics pero no leads?”*

Otro puede ir al beneficio: *“Convierte mejor tus campañas B2B en LinkedIn Ads”*

Y otro puede ser más directo: *“3 errores que están disparando tu CPL”*

Misma audiencia. Misma creatividad. Mismo objetivo. Solo cambia el ángulo del titular. Así sí puedes aprender algo.

Y muy importante: deja correr el test. Si tomas decisiones con cuatro clics y dos días de datos, no estás optimizando. Estás adivinando con una hoja de Excel abierta.

Testear titulares no va de buscar frases bonitas. Va de entender qué preocupación, beneficio o promesa mueve mejor a tu audiencia.

Pero también hay que contar, porque la herramienta requiere sus tiempos. Y más linkedin, donde la gente muchas veces no entra todos los días, si son perfiles ejecutivos...

¡Nos vemos en el próximo número!



Por Alberto Blanco

# Perfiles del mes a seguir



Alexandre Ruzafa

Turning brand complexity into clear, creative communication | 25+ years in Branding, Visual Communication | Generative AI | Speaker & Trainer | alexandrerezafa.com

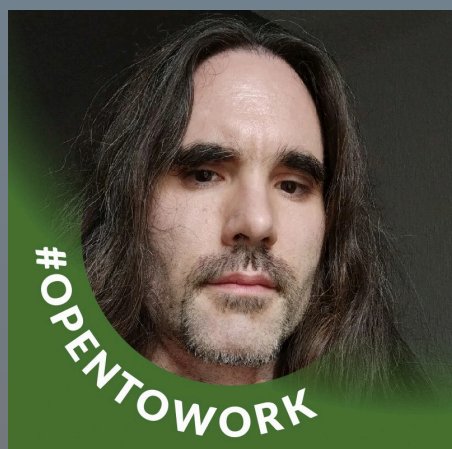
Eva Ballester

Transformo la rentabilidad de PYMES y empresas en crecimiento | CFO Externa | Finanzas + Tecnología + Formación I Consejo Asesor



Manuel Montalvo Parga

● “Analista Funcional” | “Incident Manager” orientado a operaciones & canales, plataformas digitales, “Scrum”, “Kanban”, “Waterfall”, “CORE”, “ERP”, “CRM”, “Agile” (🚫 VENTAS).



# Retailando...

## El retail que viene tendrá más canas y más humanidad

Durante años, el retail ha perseguido obsesivamente la modernidad, más pantallas, más automatización, más rapidez, más autoservicio, más impacto visual. En parte, tenía sentido.

El consumidor joven marcaba tendencias, impulsaba canales digitales y condicionaba gran parte de las estrategias comerciales, pero mientras el sector miraba hacia un lado, la sociedad cambiaba por otro. España envejece a gran velocidad, no hablamos únicamente de esperanza de vida, sino de peso económico, hábitos de consumo y transformación social. Dentro de apenas unas décadas, uno de cada tres españoles tendrá más de 65 años. Eso no es un dato demográfico más, es un cambio estructural que redefinirá el consumo.

El problema es que gran parte del retail todavía sigue diseñado para personas jóvenes, tiendas visualmente agresivas, procesos poco intuitivos, tipografías diminutas, apps complejas, cajas de autocobro que generan ansiedad a muchos clientes, atención cada vez más fría y menos humana. De ahí aparece una contradicción interesante: cuanto más tecnológico se vuelve el retail, más valor empieza a tener la cercanía, el consumidor sénior no solo compra productos, busca comodidad, tranquilidad, paciencia y confianza, busca sentir que entiende el proceso y que el proceso le entiende a él. Por eso creo que una de las grandes batallas del retail de los próximos años no será únicamente tecnológica, será emocional.

Las empresas que realmente entiendan este cambio no competirán solo en precio, competirán en experiencia humana, veremos supermercados más accesibles, espacios pensados para permanecer, atención más personalizada, servicios híbridos entre personas e inteligencia artificial y tiendas que funcionen también como puntos de relación social, esto último es importante.

Muchas veces olvidamos que, para gran parte de la población mayor, una tienda no es únicamente un lugar donde comprar. También puede ser conversación, rutina, contacto humano o incluso compañía.

Por eso el retail del futuro no gane únicamente por ser el más moderno, quizá gane quien consiga algo mucho más difícil: hacer sentir cómodas a las personas en un mundo cada vez más impersonal.



Por Jose Martín



---

# LA GACETA AZUL

UNA PRODUCCIÓN

linked**GROWiNG**