

**Categorías Blue Talent  
In Cansables  
Edición 2026**



# 1. Foto de perfil

## Nos vale SI:

- ✓ No es la simple foto de perfil, para cubrir el expediente.
- ✓ Es llamativa, tiene ese toque de decir "anda, mira tú..."
- ✓ Y, por supuesto, cumple unos mínimos de calidad.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es una cutrez en términos de calidad.
- ✗ No nos dice na... Ni fu ni fa al ver a esa persona.
- ✗ Y, por supuesto, no tiene cosas raras (más de una persona en la foto, logos, etc...).



## 2. StoryTelling

### Nos vale SI:

- ✓ No es un post cualquiera, es ese texto que lees y dices ¡¡¡Wowww!!!.
- ✓ Es un post escrito estéticamente y que se lee de carrerilla.
- ✓ Y que se ve, se percibe, que ha calado en la audiencia.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Es un post aburrido, sin gancho.
- ✗ Es un post de autobombo, sin llegar a atrapar más allá de las hazañas contadas.
- ✗ Y, aunque no siempre, tampoco suele ser un post con grandísima acogida.



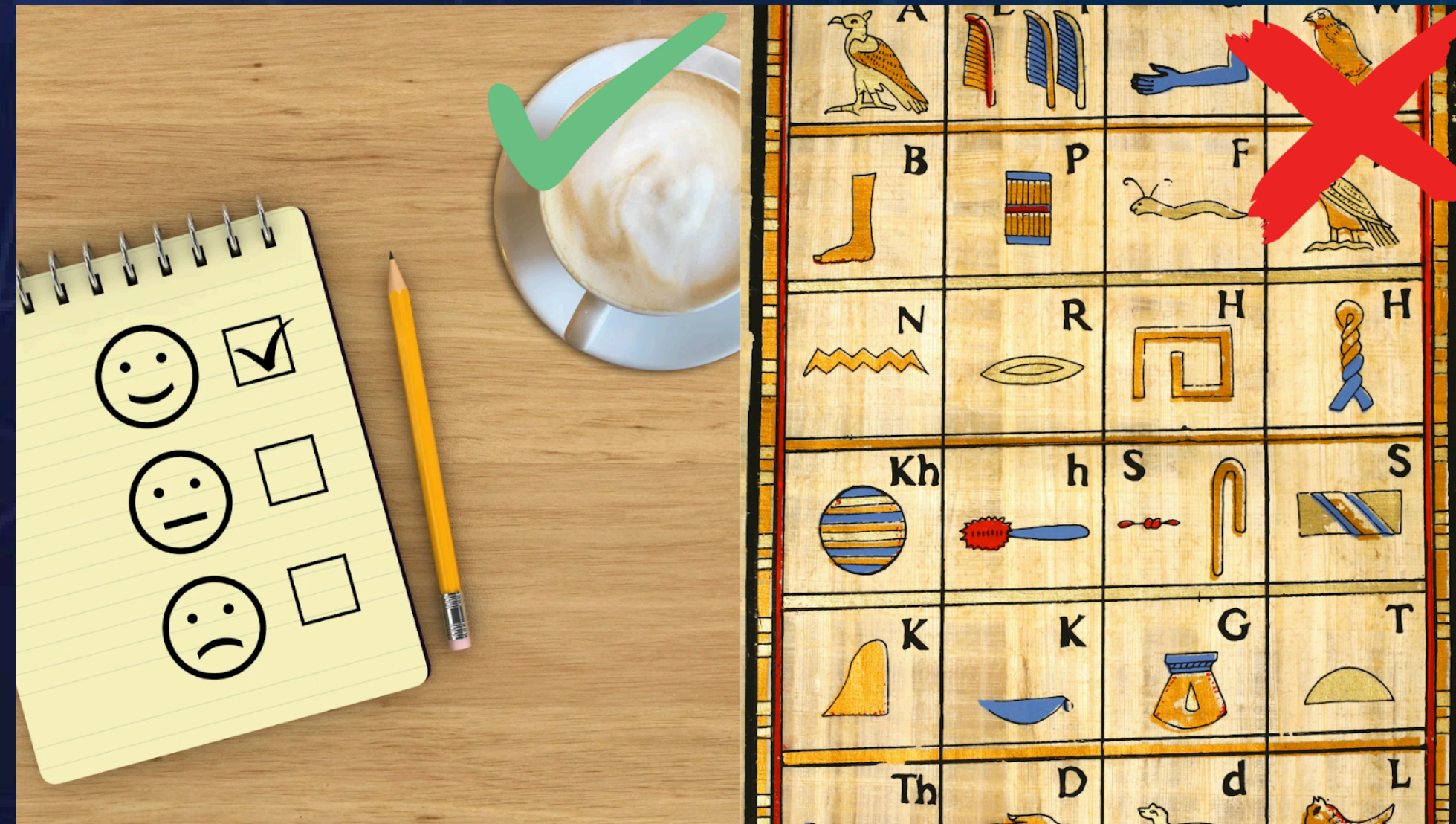
# 3. Encuesta

## Nos vale SI:

- ✓ Es una encuesta que está consiguiendo impacto, no cuatro amigos votando.
- ✓ Está motivada y tiene un copy previo que llama la atención.
- ✓ Tiene una pregunta fácil de interpretar y respuestas sencillas.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es una encuesta muy técnica, casi un jeroglífico, que no llega al gran público.
- ✗ No tiene un copy introductorio o, si lo tiene, es muy simplón.
- ✗ Y si no tiene un impacto meritorio, pues cómo que tampoco nos llama la atención.



## 4. Post fotográfico

### Nos vale SI:

- ✓ Se trata de un post con fotos o diseños creativos e innovadores.
- ✓ Son fotos (una o varias) naturales o creadas por inteligencia artificial.
- ✓ Las fotos o creatividades son coherentes con el copy del post.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Es un post con una creatividad de frase motivadora sin más.
- ✗ Se trata de un post con foto/s pero sin copy detrás (o prácticamente inexistente).
- ✗ Son fotos típicas de asistencia a eventos, impartiendo ponencias, etc...



## 5. Podcast

### Nos vale SI:

- ✓ Se trata de un podcast consolidado y con trayectoria.
- ✓ Su autor o autores tienen una presencia coherente y atractiva en LinkedIn.
- ✓ Los episodios del podcast son publicados en posts en LinkedIn.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Es un podcast experimental, sin una frecuencia ni constancia de emisión.
- ✗ Sus creadores tienen una presencia testimonial en LinkedIn.
- ✗ Los episodios generados no se promocionan en posts en esta red.



## 6. Banner de Perfil

### Nos vale SI:

- ✓ Es algo estético, creativo, innovador... Vamos, que hay “curro” detrás.
- ✓ Tiene una relación directa profesional con lo que vamos a leer en el perfil.
- ✓ Y, por supuesto, impacta visualmente por las fotos, diseños, textos o lemas.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Estamos cubriendo el expediente con una foto de una puesta de sol, unas montañas, etc...Vamos, sin relación con tu “yo profesional”.
- ✗ Es algo repetido y sin ese toque personal (pej. típico banner corporativo que tiene más gente).
- ✗ Y, por supuesto, si ni siquiera tienes algo qué subir a tu banner, ¿qué esperas qué valoremos?.



# 7. Innovación

## Nos vale SI:

- ✓ Introduce una solución nueva o diferente a un problema existente.
- ✓ Aporta un cambio significativo en la forma de hacer las cosas.
- ✓ Hace uso de tecnología, creatividad o nuevos enfoques para generar valor.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Repite lo que ya existe sin aportar una mejora clara o diferencial.
- ✗ Es solo un cambio estético o superficial.
- ✗ Se basa únicamente en descuentos, promociones o acciones puntuales sin continuidad.



## 8. Destacado de Perfil

### Nos vale SI:

- ✓ Por supuesto, si se tiene creada la sección “Destacado” en el perfil.
- ✓ Es una sección variada mostrando hitos relevantes profesionales de la persona.
- ✓ Y, por supuesto, no únicamente centrado en los posts más recientes o impactantes.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Esa persona no ha creado la sección siquiera. Será que no tiene cosas importantes qué mostrar 🤔.
- ✗ Tiene una sección solamente rellena con sus posts más impactantes, sin más variedad (no vídeos, no enlaces, no presentaciones, no fotos...).
- ✗ Y, por supuesto, cuando sólo refleja hitos muy recientes aunque hubiera tenido cuestiones destacadas hace meses o años.



## 9. Empresa

### Nos vale SI:

- ✓ Por supuesto, si la empresa la tiene creada (que sí, que hay muchas que ni la tienen...).
- ✓ Está configurada de forma atractiva con información detallada, banner, lema...
- ✓ Y, por supuesto, está creada y tiene actividad reciente y constante de posts.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Es una empresa que no tiene página o, lo que es peor, tiene un perfil personal “enmascarado” de página.
- ✗ Sí, está creada pero de aquella manera (sin información detallada, no tiene banner, etc...).
- ✗ Y, por supuesto, si no tiene actividad ninguna o bien muy esporádica o de hace mucho tiempo.



# 10. Marca personal

## Nos vale SI:

- ✓ Por supuesto, tiene una estrategia de contenido clara y que llama la atención.
- ✓ Además es un profesional que aporta valor e interactúa activamente.
- ✓ Y, por supuesto, mantiene esa autenticidad y coherencia con el tiempo.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es un profesional que le da a todos los palos a la hora de publicar, para que nos entendamos.
- ✗ Por un lado en su perfil se define de una manera y en su contenido de otra distinta.
- ✗ Y, por supuesto, si no es constante y auténtico en su contenido e interacciones.



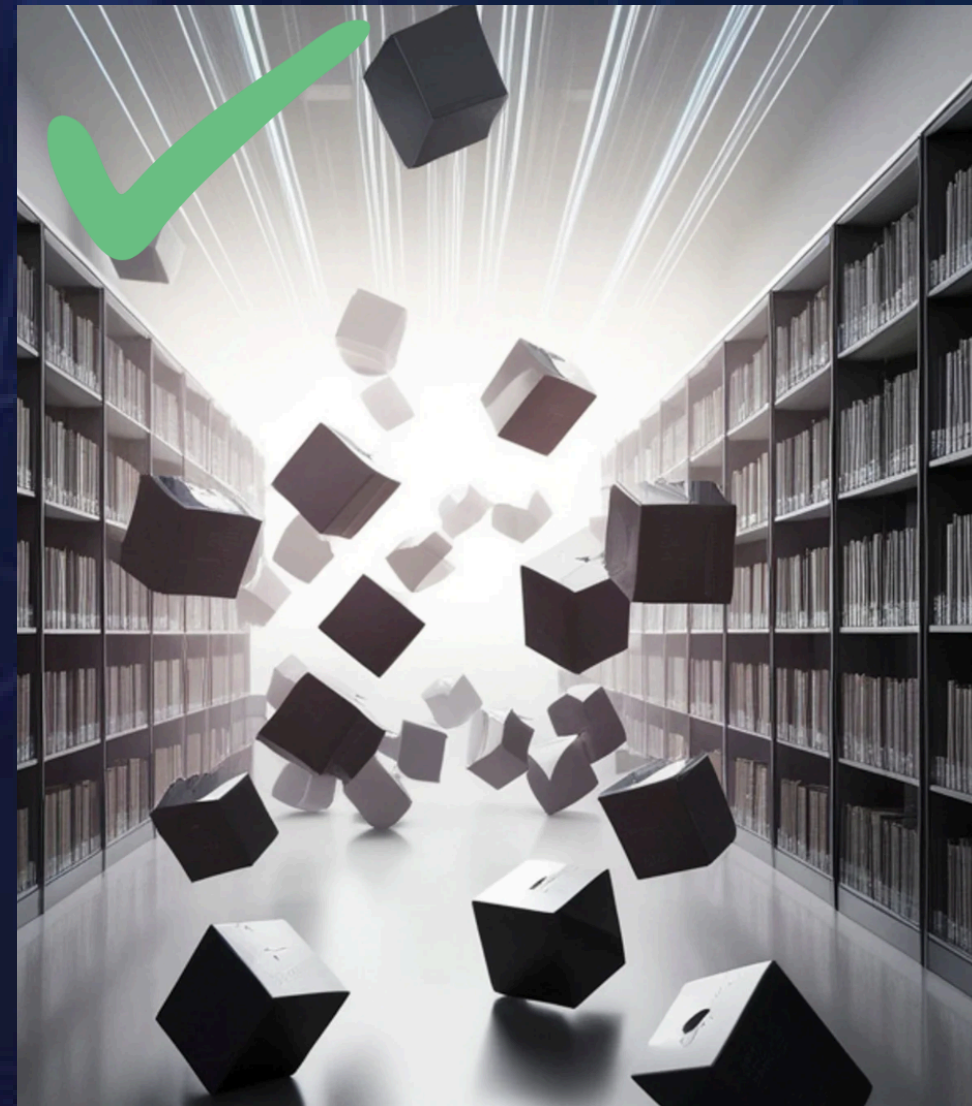
# 11. Disruptivo

## Nos vale SI:

- ✓ Se trata de contenido que es más que diferente o innovador.
- ✓ Hablamos de aquellos posts que te vuelven la cabeza loca (en el buen sentido) al acabar de leerlos.
- ✓ Y, por supuesto, que pueda incorporar alguna creatividad que hacen exclamar algo como ¡¡¡Wowww!!!.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Hablamos de contenido que pasa sin pena ni gloria por nuestro radar.
- ✗ Incorpora alguna creatividad que sería ingeniosa para su creador. Pero sólo para esa persona...
- ✗ Y, por supuesto, si es un post bien escrito y estructurado pero le falta ese plus de ruptura.



## 12. Consejo

### Nos vale SI:

- ✓ Se trata de un post con consejo/s de aplicación práctica y profesional.
- ✓ Está estructurado de una forma concisa y leíble en LinkedIn.
- ✓ Y, por supuesto, en un formato adecuado y en línea con el consejo escrito.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Tal vez haya un consejo en el post pero se suda tinta china para deducirlo.
- ✗ Sí, tiene un consejo en el desarrollo del copy, pero no aporta nada la creatividad que acompaña.
- ✗ Y, por supuesto, que no sea un consejo random sacado de frases míticas o de sentencias de personajes célebres.



# 13. Post en vídeo

## Nos vale SI:

- ✓ Se trata de una grabación con sentido y coherencia.
- ✓ Tiene calidad en su edición (sonido, buena imagen, subtítulos, etc...).
- ✓ Y, sí, sería interesante que de alguna forma se vea que estás tú detrás (saliendo en el vídeo, hablando, etc...).

## NO nos vale cuando:

- ✗ Se trata de un vídeo RANDOM que circula por Internet y te lo has descargado para acompañar tu post.
- ✗ Es un vídeo en plan selfie sin ningún tipo de cuidado en la grabación y edición.
- ✗ Y, por supuesto, que tenga una coherencia con el intro que lo introduce.



# 14. Aportación de valor

## Nos vale SI:

- ✓ Se trata de un post bien construído y que, de guinda del pastel, aporta un valor añadido (herramienta, apps, eventos, etc...).
- ✓ Está inmerso en un post bien comunicado y con un formato adecuado y alineado al contexto.
- ✓ Y, por supuesto, viene de mano de un profesional contrastado y creíble en sus aportes y trayectoria.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es un post que aporta como valor añadido una noticia con más información, por ejemplo.
- ✗ Parece que da algo de valor el contenido pero la estructura del post no está alineada y es de relleno.
- ✗ Y, por supuesto, cuando la fuente creadora es un profesional con un historial “poco atractivo”, digamos.



# 15. Carrusel

## Nos vale SI:

- ✓ Se trata de un pdf bien organizado y creativo.
- ✓ Está configurado con un estilo atractivo y visualmente digerible.
- ✓ Y, por supuesto, que sea ligero para su digestión en LinkedIn y acorde al copy que lo introduce.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es una presentación sosa visualmente y no alineada a la marca personal que lo crea.
- ✗ Se trata de una enciclopedia con decenas de páginas.
- ✗ Y, por supuesto, que sea una presentación tuya, que se note tu toque y no sea una presentación agendada de otra fuente.



# 16. Talento

## Nos vale SI:

- ✓ Estamos hablando de posts relacionados con gestión del talento.
- ✓ Vienen de parte de profesionales especializados en el ámbito de RR.HH.
- ✓ Y, por supuesto, no sólo miramos el contenido. Interesante que dichos perfiles sean igualmente interesantes y alineados al contenido.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Son posts bien trabajados pero no hablan de talento, selección de personal o RR.HH.
- ✗ Sí, es un post de esta temática, pero deslabazado y sin una estructura llamativa.
- ✗ Y, por supuesto, tampoco nos llamará la atención si la creatividad que acompaña no está alineada al copy talentoso.



# 17. Titular de Perfil

## Nos vale SI:

- ✓ Es un texto donde se perciba quién eres profesionalmente de una forma clara a la primera lectura.
- ✓ Está estructurado con orden y coherencia y destacando tus puntos fuertes y especialidades.
- ✓ Y, por supuesto, que cuente a la audiencia qué vendes, qué ofreces, qué haces tú o tu empresa.

## NO nos vale cuando:

- ✗ Es un texto ininteligible incluso por gente con coeficiente intelectual por encima de la media.
- ✗ Sea más bien corto, escueto, limitándose a poner tu actual cargo en tal empresa.
- ✗ Y, por supuesto, que sea algo actualizado y alineado con el resto de información que figura en tu perfil.



## 18. Incansable del mes

### Nos vale SI:

- ✓ Es un profesional que en su ADN lleva el gen incansable.
- ✓ Se trata de un usuario que aporta contenido de forma constante y variado. Inasequible al desaliento.
- ✓ Y, por supuesto, tiene un perfil bien trabajado y optimizado, como no podía ser menos.

### NO nos vale cuando:

- ✗ Es un profesional estilo Guadiana. Hoy publico y dentro de una semana, tal vez...
- ✗ Sí, publica muy constantemente pero siempre lo mismo repitiéndose más que...
- ✗ Y, por supuesto, si su perfil está hecho unos zorros, pues poco más qué hablar...



[#talentoincansable26](#)