

COMUNIDAD DIGITAL

Desarrolla tus habilidades digitales
y amplía tu campo laboral



Identidad y Marca Personal para el Empleo

24 de marzo 2026, 10 am – 13 am

COMUNIDAD DIGITAL

Desarrolla tus habilidades digitales
y amplía tu campo laboral



Adecco
Learning & Consulting

Wifi WLR_Cantizal
Usuario: cantizal
Contraseña: Cantizal01

Identidad y Marca
Personal para el empleo

24 de marzo 2026, 10 am – 13 am

Bienvenida al Curso

Tu Transformación Profesional Comienza Aquí

Bienvenidos a este curso práctico de Identidad y Marca Personal para el empleo **NIVEL MEDIO**

Curso para personas en búsqueda activa de empleo o mejora profesional. Trabajaremos juntos tu identidad profesional, tu marca personal y tu presencia digital para que salgas con un perfil claro, coherente y visible en el mercado laboral.

Información del Curso

Duración: 3 horas intensivas

Modalidad: Presencial con acceso a Internet

Formador: Mariano Puerta, Formador Certificado y Homologado.

Entidad: Ayuntamiento de Las Rozas · Proyecto Comunidad Digital American Towers

Requisitos: Dispositivo móvil y acceso a internet



Documentación: Al terminar, podréis descargar esta presentación mediante un QR

Bienvenida

¿A quién va dirigido este curso?



En búsqueda activa o mejora profesional

Personas que están buscando empleo o quieren dar un salto en su carrera. No importa en qué etapa te encuentres: este curso es para quien quiere avanzar con intención.



Ya usas herramientas digitales básicas

Tienes CV online, usas portales de empleo y conoces LinkedIn. No partimos de cero: construimos sobre lo que ya tienes para optimizarlo al máximo.



Sientes que no destacas suficiente

Tu perfil existe, pero no genera el impacto que merece. Quieres ganar claridad, foco y visibilidad para diferenciarte de perfiles similares y llegar a las oportunidades correctas.

¿Qué vas a aprender en este curso?

01

Definir tu identidad profesional

Clarificarás quién eres como profesional, qué te hace diferente y cuál es tu propuesta de valor real.

02

Construir tu marca personal

Aprenderás a proyectar una imagen coherente con tus objetivos laborales, tanto online como en persona.

03

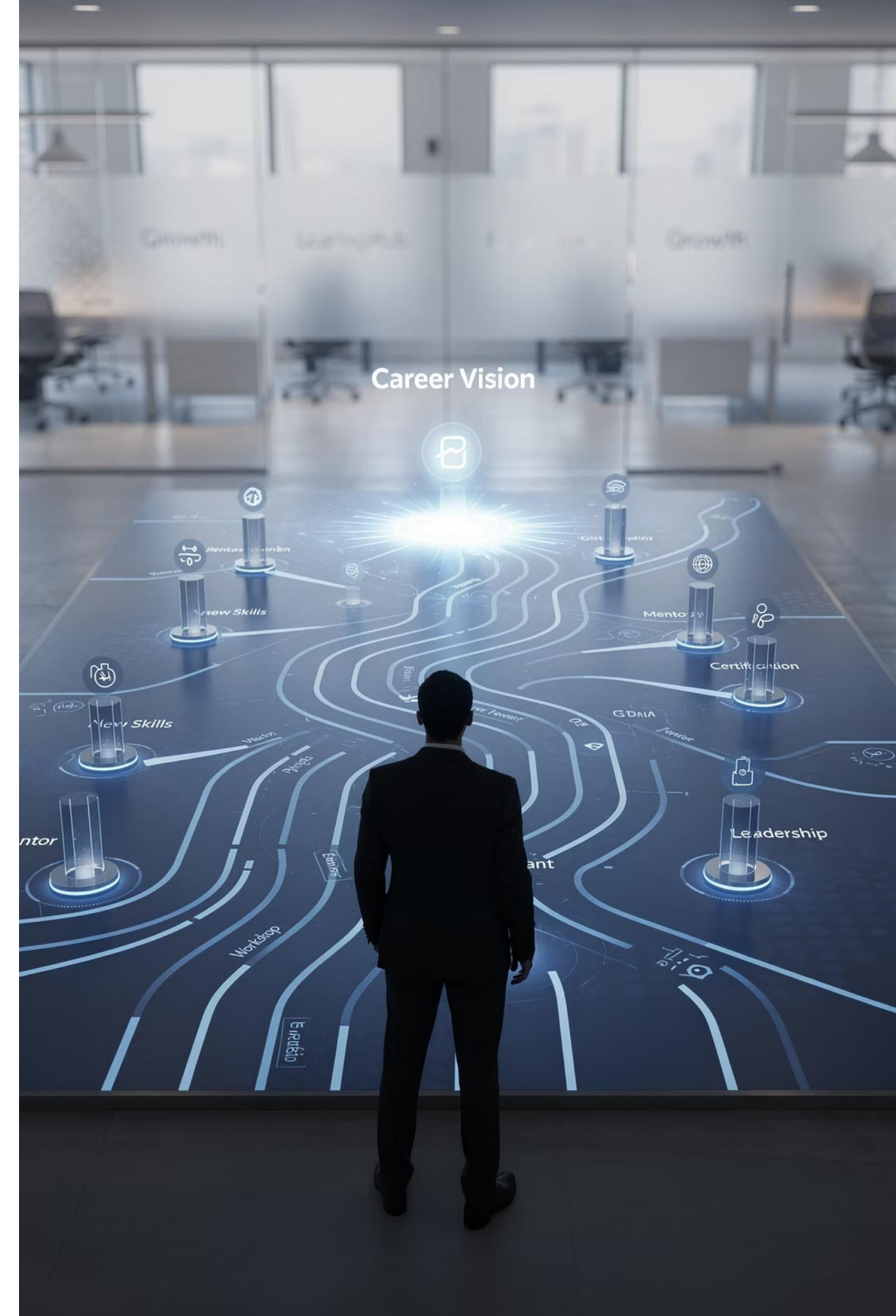
Optimizar tu perfil de LinkedIn

Con un enfoque estratégico, no solo estético. Cada sección de tu perfil tendrá un propósito claro.

04

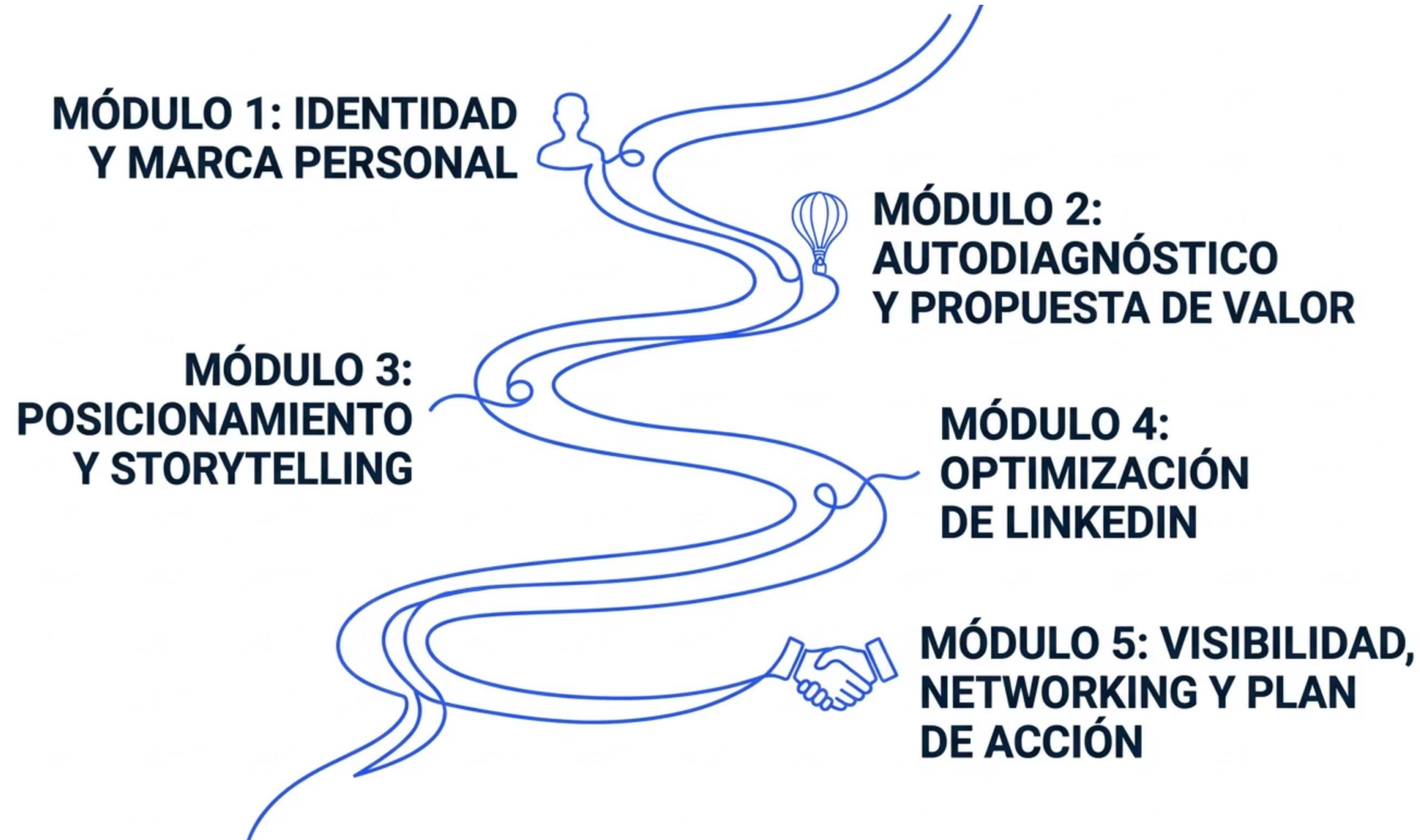
Comunicar tu experiencia de forma diferenciadora

Aprenderás a contar tu historia con claridad y con impacto en entrevistas, networking y tu perfil digital.



Tu recorrido en este curso

Este curso está estructurado en 5 módulos progresivos, cada uno construye sobre el anterior. Juntos forman un sistema completo de identidad y visibilidad profesional.



El Futuro del Empleo: Más Allá del Prestigio Universitario

Ryan Roslansky, CEO de LinkedIn, destaca las verdaderas claves del éxito profesional en la era digital.

Los mejores puestos de trabajo de los próximos años no estarán marcados por haber estudiado en las universidades más prestigiosas, sino por la capacidad de adaptación, el aprendizaje constante y el dominio de la inteligencia artificial.

— Ryan Roslansky, CEO de LinkedIn (El Confidencial, 5 de octubre de 2025).



Capacidad de Adaptación

Resiliencia y flexibilidad ante los cambios del mercado.



Aprendizaje Constante

Curiosidad y proactividad para adquirir nuevas habilidades.



Dominio de IA

Conocimiento y aplicación de herramientas de inteligencia artificial.



El secreto para no quedarte atrás en tu carrera

No necesitas ser el mejor en una sola cosa. Necesitas ser muy bueno en varias combinadas. Así es como los profesionales más valiosos del mercado construyen su ventaja competitiva — y tú también puedes hacerlo.

SKILL STACKING

MODULO 0



¿Qué es el Skill Stacking?

El Skill Stacking es la estrategia de combinar habilidades de distintos ámbitos para aumentar tu valor profesional de forma exponencial. No se trata de acumular certificados ni de convertirte en experto absoluto en todo. Se trata de crear una combinación que sea [difícil de reemplazar](#).

✗ Lo que NO es

- Acumular cursos sin aplicarlos
- Convertirse en experto de todo
- Aprender al azar sin estrategia
- Buscar el título perfecto

✓ Lo que SÍ es

- Crear una combinación única y potente
- Ser muy bueno en varias áreas clave
- Conectar conocimientos de forma estratégica
- Generar un perfil difícil de replicar

Combinaciones que generan valor real

La magia no está en cada habilidad por separado — está en cómo las conectas. Estas combinaciones son ejemplos de perfiles híbridos con una demanda creciente en el mercado actual.



Marketing + Datos + Storytelling

Conviertes números en narrativas que venden. El profesional que entiende datos Y sabe comunicarlos es prácticamente irremplazable en cualquier empresa.



Programación + Negocio + Comunicación

El técnico que habla el idioma del negocio vale mucho más que uno que solo sabe programar. Puentes entre mundos = valor multiplicado.



Diseño + Psicología + IA

Crear experiencias que funcionan porque entiendes cómo piensa el usuario y usas las herramientas del futuro. Una combinación que pocas personas tienen.

💡 Recuerda: La clave no es cada habilidad aislada. La clave es la combinación estratégica que formas con ellas.

Por qué esto importa ahora más que nunca

El mercado laboral está cambiando a una velocidad sin precedentes. Las empresas ya no buscan especialistas cerrados — buscan perfiles híbridos capaces de conectar múltiples disciplinas.

73%

Empresas buscan perfiles híbridos

Según informes recientes de LinkedIn y el Foro Económico Mundial

2x

Mayor empleabilidad

Los profesionales con combinaciones de habilidades tienen el doble de ofertas relevantes

40%

Roles nuevos en 5 años

El 40% de los trabajos del futuro aún no existen — los perfiles híbridos se adaptan mejor



La regla de oro del Skill Stacking

Una habilidad sola suma

Si eres bueno en diseño, puedes conseguir trabajo como diseñador. Tu valor es lineal: a más experiencia, algo más de salario. Eres uno más entre muchos especialistas.

Diseño

= Diseñador

Combinada, **multiplica su valor**

Si eres bueno en diseño Y entiendes psicología del usuario Y manejas herramientas de IA, tu valor no se suma — se multiplica. Te conviertes en un perfil único y escaso.

Diseño + Psicología + IA

= Perfil único e irremplazable

Cómo construir tu Skill Stack: 5 pasos

Esta es la hoja de ruta para construir tu combinación de habilidades de forma estratégica, progresiva y con impacto real en tu carrera.



1. Parte de tu base actual

¿En qué eres bueno hoy? Identifica tus habilidades actuales con honestidad. Esa base es tu punto de partida — no hay que empezar de cero.



2. Añade habilidades complementarias

Busca habilidades que potencien lo que ya sabes y que tengan demanda real en el mercado. No aprendas al azar — aprende con intención.



3. Prioriza habilidades transferibles

Comunicación, pensamiento crítico y adaptabilidad son las habilidades que funcionan en cualquier industria y potencian todo lo demás.



4. Crea combinaciones únicas

Ahí está tu ventaja competitiva real. El objetivo es diseñar una combinación que pocas personas tengan — y que el mercado necesite.



5. Aplica, crea y demuestra

No acumules más cursos. Crea proyectos reales, prueba tus habilidades combinadas y demuestra resultados. La práctica es lo que convierte el conocimiento en valor.

Las habilidades transferibles: el pegamento de tu stack

Estas habilidades son el multiplicador oculto de cualquier combinación. No importa en qué industria o rol estés — estas habilidades siempre suman valor y conectan el resto de tu stack.



Comunicación

La habilidad más demandada en todos los sectores. Saber explicar ideas complejas de forma clara, tanto por escrito como en persona, multiplica el impacto de todo lo que sabes.



Pensamiento Crítico

La capacidad de analizar información, cuestionar supuestos y tomar decisiones bien fundamentadas. En un mundo saturado de datos, quien piensa mejor decide mejor.



Adaptabilidad

El mercado cambia constantemente. Quienes se adaptan rápido a nuevas herramientas, metodologías y contextos tienen una ventaja duradera que ningún curso puede dar.



Colaboración

Trabajar efectivamente con otros, especialmente en equipos multidisciplinarios, es una habilidad que potencia todas las demás y abre puertas que el talento solo no puede abrir.

Ejercicio práctico: Diseña tu propio Skill Stack

Piensa ahora y cuando vuelvas a casa, dedica 10 minutos a completar este ejercicio. Es el primer paso real hacia construir tu ventaja competitiva.

1

¿Cuál es tu habilidad principal hoy?

Escribe la habilidad en la que más destacas actualmente. Puede ser técnica (programación, diseño, análisis) o soft (liderazgo, ventas, comunicación). Sé específico.

2

¿Qué 2 habilidades complementarias quieres desarrollar?

Piensa en habilidades que potencien la primera. Usa como guía: ¿qué haría que mi perfil fuera más completo y difícil de reemplazar en mi sector?

3

¿Qué habilidad transferible necesitas fortalecer?

De comunicación, pensamiento crítico y adaptabilidad — ¿cuál es tu punto más débil? Esa es la que más necesitas trabajar ahora mismo.

4

¿Cómo vas a demostrar tu combinación?

Define un proyecto, portfolio, contenido o iniciativa concreta donde puedas aplicar y mostrar tu stack. Sin aplicación no hay valor demostrable.



Tu valor no está en una habilidad. Está en cómo las conectas.

El concepto

Skill Stacking = combinar habilidades estratégicamente para crear un perfil único e irremplazable

La realidad

El mercado busca perfiles híbridos. Una habilidad suma — combinadas, multiplican

La acción

5 pasos: base → complementarias → transferibles → combinaciones únicas → aplicar y demostrar

No se trata de saber más. Se trata de combinar mejor. Empieza hoy — tu stack más valioso está a un paso estratégico de distancia.

MÓDULO 1 · INICIO

Identidad y Marca Personal en el Mercado Laboral Actual



¿Qué es la marca personal?

La definición que importa

Tu marca personal es la huella que dejas en la mente de los demás a nivel profesional. No es solo "lo que dices que eres", sino lo que otros perciben de ti cuando interactúan contigo, leen tu perfil o escuchan hablar de ti.

Existe aunque no la trabajes. La cuestión no es si tienes marca personal, sino si la gestionas conscientemente o la dejas al azar.

Los cuatro pilares de tu marca

- Lo que sabes: tu conocimiento, formación y expertise.
- Lo que haces: tus acciones, proyectos y resultados concretos.
- Cómo lo comunicas: tu discurso, tu perfil, tu presencia digital.
- Cómo te comportas: tu actitud, tus valores y tu coherencia en el día a día.

Identidad profesional vs. marca personal

A menudo confundimos estos dos conceptos, pero entender la diferencia es clave para trabajarlos correctamente.

Identidad Profesional

Quién eres por dentro. Tu experiencia, tus competencias, tu trayectoria, lo que sabes hacer. Es el contenido real de tu perfil profesional.

Es el punto de partida: sin claridad interna, no puedes proyectar nada coherente hacia fuera.

Marca Personal

Cómo se percibe todo eso desde fuera. Es la imagen que construyes en la mente de reclutadores, compañeros y contactos profesionales.

Es el resultado: una vez tienes claridad interna, la marca personal es la forma en que la proyectas y comunicas.

 Recuerda: Identidad = contenido. Marca personal = percepción. Necesitas las dos, en ese orden.



La realidad del mercado laboral actual

72%

Reclutadores buscan en
LinkedIn

Antes de contactarte o
entrevistarlos, los
reclutadores investigan tu
presencia digital.

6s

Tiempo medio en un CV

Un reclutador dedica
apenas 6 segundos a una
primera lectura de tu
currículum.

70%

Empleos por contactos

Se estima que hasta el
70% de los empleos se
cubren a través del
mercado oculto y
contactos.

El gran cambio: de "saber" a "saber mostrar"

El mercado laboral ha cambiado profundamente. Ya no basta con tener la formación adecuada o los años de experiencia correctos. Hoy, tu presencia digital pesa tanto o más que tu CV impreso.

Existe una sobreoferta de candidatos con perfiles técnicamente similares. Los reclutadores tienen poco tiempo y muchísima información que procesar. En ese contexto, quien sabe comunicar su valor tiene una ventaja enorme.

La diferencia ya no es solo "saber", sino "saber mostrar" lo que vales de forma clara, creíble y diferenciadora.

El candidato invisible vs. el candidato visible

- Mismo nivel técnico
- Mismos años de experiencia
- Mismo sector

La diferencia: uno gestiona su marca personal. El otro no.

¿Por qué importa tu marca personal en la búsqueda de empleo?



Destacas en procesos saturados

Una marca personal bien trabajada te diferencia cuando hay decenas de candidatos con un perfil similar al tuyo. No compites por precio, compites por valor.



Generas confianza antes de la entrevista

Los reclutadores toman decisiones antes incluso de conocerte. Un perfil coherente y profesional transmite seriedad y credibilidad desde el primer clic.



Accedes al mercado oculto

Las mejores oportunidades no siempre se publican. Una marca visible te permite recibir propuestas a través de LinkedIn o de tu red de contactos, sin necesidad de buscarlas activamente.



Inviertes en tu empleabilidad

La marca personal no solo te sirve para el trabajo de ahora, es una inversión a medio y largo plazo. Cuanto antes empieces, más sólida será tu reputación profesional.

Mitos frecuentes sobre la marca personal

Hay mucha confusión alrededor de este concepto. Vamos a desmontar los más habituales.

✗ "Es solo para influencers o emprendedores"

Falso. Cualquier profesional, sea autónomo, empleado o en búsqueda de empleo, tiene una marca personal y puede beneficiarse de gestionarla bien.

✗ "Es postureo en redes sociales"

Falso. La marca personal no consiste en aparentar lo que no eres. Al contrario: se basa en autenticidad, coherencia y valor real aportado.

✗ "Solo cuenta el contenido que publico"

Falso. Tu marca personal se construye con tus acciones, tu actitud, tu forma de relacionarte y el valor que aportas, dentro y fuera de las redes sociales.

📌 La realidad: tu marca personal son tus acciones, tu coherencia y el valor que aportas, en cada contexto, cada día.

Actividad 1: Tu punto de partida

¿Para qué sirve esta actividad?

Este ejercicio inicial no tiene respuestas correctas ni incorrectas. Su función es darte un punto de referencia claro. Al final del curso, podrás comparar y ver cuánto has avanzado.

Responde estas preguntas ahora mismo:

1. ¿Qué tres palabras crees que te definen como profesional hoy?
2. ¿Qué te gustaría que pensara un reclutador después de ver tu perfil?
3. ¿Cuál crees que es tu mayor fortaleza profesional en este momento?
4. ¿Qué crees que te frena a la hora de destacar?

Apunta tus respuestas. Las necesitarás para ejercicios posteriores.

Cierre · Módulo 1

Lo que te llevas del Módulo 1

Concepto claro

Entiendes qué es la marca personal y por qué es diferente a la identidad profesional.

Punto de partida

Tienes tus primeras respuestas escritas sobre quién eres y cómo quieres ser percibido.

Contexto real

Conoces la realidad del mercado laboral y por qué la visibilidad es tan importante como la competencia técnica.

Mentalidad correcta

Has desmontado los mitos más comunes y estás listo para trabajar con una perspectiva estratégica y auténtica.

MÓDULO 2

Autodiagnóstico y Propuesta de Valor

En este módulo respondemos las tres preguntas esenciales: ¿Quién soy como profesional? ¿Qué apporto diferente? ¿Para quién tiene sentido lo que ofrezco?



Objetivos del Módulo 2

Al terminar este módulo, tendrás una visión mucho más clara y concreta de tu perfil profesional real, y dispondrás de un primer borrador de tu propuesta de valor.

→ Clarificar tus competencias

Identificarás con precisión tus habilidades técnicas y blandas, separando lo que sabes hacer de lo que haces con excelencia.

→ Formular tu propuesta de valor

Construirás una respuesta clara y concreta a la pregunta: ¿por qué debería contratarte alguien?

→ Identificar fortalezas y áreas de mejora

Un diagnóstico honesto y sin juicios que te ayuda a tomar mejores decisiones sobre cómo posicionarte.

→ Iniciar tu narrativa profesional

El autodiagnóstico es el material con el que construirás tu historia profesional en módulos posteriores.

Autodiagnóstico: ¿Quién eres profesionalmente?

Las preguntas que debes responder

- ¿En qué roles has trabajado? (puestos, sectores, contextos, tamaño de empresas)
- ¿Qué tareas repites y te salen bien de forma natural, casi sin esfuerzo?
- ¿Qué tipo de problemas sueles resolver con más facilidad?
- ¿Qué te reconocen compañeros, jefes o clientes de forma recurrente?
- ¿En qué momentos te sientes más eficaz y motivado en el trabajo?

¿Por qué es tan importante esto?

Muchas personas no pueden explicar bien lo que hacen porque nunca se han parado a analizarlo. Este ejercicio de introspección es la base de todo lo demás.

No se trata de recordar un CV, sino de entender el patrón de valor que has generado a lo largo de tu trayectoria.

Competencias técnicas vs. competencias blandas

Competencias Técnicas (Hard Skills)

Son las habilidades específicas aprendidas: herramientas, software, metodologías, idiomas, procesos concretos de un sector. Son medibles y verificables.

Ejemplos: Excel avanzado, gestión de proyectos con Jira, contabilidad analítica, diseño en Figma, atención al cliente en inglés.



Competencias Blandas (Soft Skills)

Son habilidades relacionadas con la forma en que te relacionas, comunicas y gestionas situaciones. Son más difíciles de medir pero enormemente valoradas.

Ejemplos: liderazgo, resolución de conflictos, adaptabilidad al cambio, comunicación asertiva, pensamiento crítico, organización.

- ❏ Clave: Las competencias blandas suelen ser las que marcan la diferencia entre dos candidatos con el mismo nivel técnico. Trabájalas con la misma seriedad.

¿Cuáles son tus competencias más valiosas?

No todas las competencias tienen el mismo peso. Lo importante no es solo qué sabes hacer, sino qué sabes hacer bien, con resultados y de forma consistente.



1

Nivel básico

Lo conoces y puedes aplicarlo con supervisión o apoyo. Es funcional pero no diferenciador.

2

Nivel medio

Lo aplicas con autonomía en situaciones habituales. Es un activo sólido en tu perfil.

3

Nivel avanzado

Lo dominas, generas resultados y podrías enseñarlo. Aquí están tus ventajas competitivas reales.

4

Nivel experto

Es una fortaleza reconocida por otros. Forma parte central de tu propuesta de valor profesional.

Actividad: Matriz de Competencias

Cómo hacer la matriz

1. Lista completa: anota todas tus competencias técnicas y blandas sin filtrar (apunta entre 10 y 15).
2. Valóralas: clasifica cada una como básico, medio o avanzado.
3. Marca tus top 5: elige las cinco que consideras tus principales fortalezas reales.
4. Identifica 1–2 a reforzar: competencias que podrían potenciar mucho tu perfil si las mejoras a corto plazo.

Consejos para hacerla bien

- Sé honesto contigo mismo: ni inflado ni excesivamente humilde.
- Piensa en evidencias reales para cada competencia: ¿puedes dar un ejemplo concreto?
- Consulta descripciones de ofertas laborales de tu sector para completarla.
- Pide feedback a alguien de confianza si te bloqueas.
- Esta matriz se convertirá en la base de tu LinkedIn y tu CV.

Análisis DAFO Personal

El análisis DAFO no es solo una herramienta de empresa. Aplicado a tu perfil profesional, te da una visión estratégica de dónde estás y hacia dónde puedes ir.



El objetivo del DAFO no es juzgarte, sino tomar decisiones con información. Cada cuadrante te da pistas sobre cómo posicionarte y qué comunicar en tu marca personal.

Del DAFO a la acción: ¿qué hacer con cada cuadrante?

Fortalezas → Comunícalas

Son el núcleo de tu propuesta de valor. Asegúrate de que aparecen en tu titular de LinkedIn, tu "Acerca de" y tu discurso en entrevistas.

Debilidades → Géstionalas

No las ignores, pero tampoco te paralices. Decide cuáles merece la pena trabajar ahora y cuáles puedes compensar con otras fortalezas.

Oportunidades → Apunta a ellas

Orienta tu posicionamiento hacia los nichos o sectores donde tu perfil tiene más encaje y más posibilidades de destacar.

Amenazas → Anticípate

Conocer lo que puede restarte valor te permite adaptarte antes que la competencia. La formación continua es tu mejor respuesta.

¿Qué es una propuesta de valor profesional?

La pregunta que debes poder responder

¿Por qué debería contratarte a ti y no a otra persona con un perfil similar?

Tu propuesta de valor profesional es tu respuesta a esa pregunta. No es un eslogan vacío, es una promesa basada en hechos, experiencia y resultados concretos que puedes demostrar.

Los tres ingredientes clave

- Tu especialidad: en qué área o función destacas
- Tu enfoque: cómo abordan los retos de forma diferente
- Los resultados: qué tipo de impacto concreto generas para quien te contrata

Una buena propuesta de valor es clara, creíble y diferenciadora. Tiene que sonar a ti.

Fórmula práctica de propuesta de valor

📄 Fórmula base: "Soy [rol/profesión] especializado en [área/enfoque] y ayudo a [tipo de empresa/persona] a [resultado concreto]."

Esta fórmula es un punto de partida, no una camisa de fuerza. Lo importante es que comuniqué con claridad qué haces, para quién lo haces y qué consigues.

Ejemplo 1 · Perfil administrativo

"Soy administrativo especializado en gestión de datos y ayudo a pymes a organizar su información para tomar decisiones más rápidas y fiables."

Ejemplo 2 · Perfil de atención al cliente

"Soy especialista en atención al cliente con experiencia en entornos digitales y ayudo a empresas de e-commerce a reducir incidencias y mejorar la fidelización."

Ejemplo 3 · Perfil de marketing

"Soy coordinadora de marketing digital especializada en contenidos y ayudo a marcas B2C a aumentar su visibilidad orgánica y su comunidad online."

Claves para una buena propuesta de valor



¿Se entiende fácil?

Si necesitas explicar tu propuesta de valor, no está bien construida. Debe ser comprensible en una sola lectura.



¿Es concreta?

Evita palabras genéricas como "dinámico", "proactivo" o "polivalente". Usa términos específicos que describan tu trabajo real.



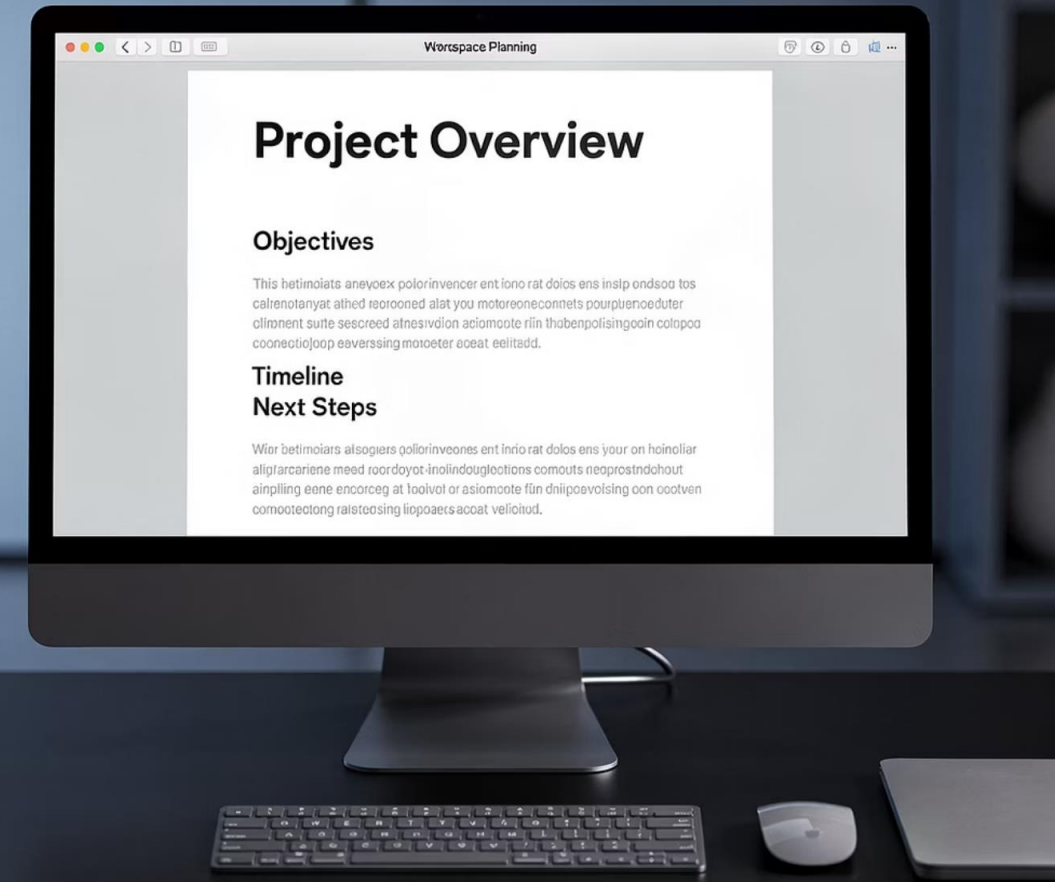
¿Es creíble?

Tiene que estar basada en experiencias reales que puedas demostrar. Nada que no puedas sostener con un ejemplo concreto.



¿Suen a ti?

La mejor propuesta de valor es la que te representa de verdad. No copies formatos, adáptalos a tu voz y tu estilo.



Actividad: Escribe tu propuesta de valor

Tiempo estimado: 15 minutos

Escribe al menos 3 versiones distintas de tu propuesta de valor usando la fórmula como base.

Una vez las tengas, compártalas con alguien de confianza y observa cuál entiende mejor, cuál le parece más creíble y cuál te representa mejor a ti.

Checklist de evaluación de cada versión

- ¿Aparece claramente mi especialidad o área de expertise?
- ¿Se identifica a quién ayudo o para quién trabajo?
- ¿Menciona algún resultado o impacto concreto?
- ¿Se entiende sin conocer mi sector?
- ¿Podría usarla como titular de LinkedIn?
- ¿Me siento cómodo diciéndola en voz alta en una entrevista?

Errores comunes al escribir la propuesta de valor

Ser demasiado genérico

"Soy un profesional con experiencia en el sector." Esto no dice nada. Cualquiera podría escribirlo. Añade especificidad real.

Intentar incluir todo en una sola frase

Si eres bueno en muchas cosas, elige las más relevantes para tu objetivo actual. La claridad es más poderosa que la exhaustividad.

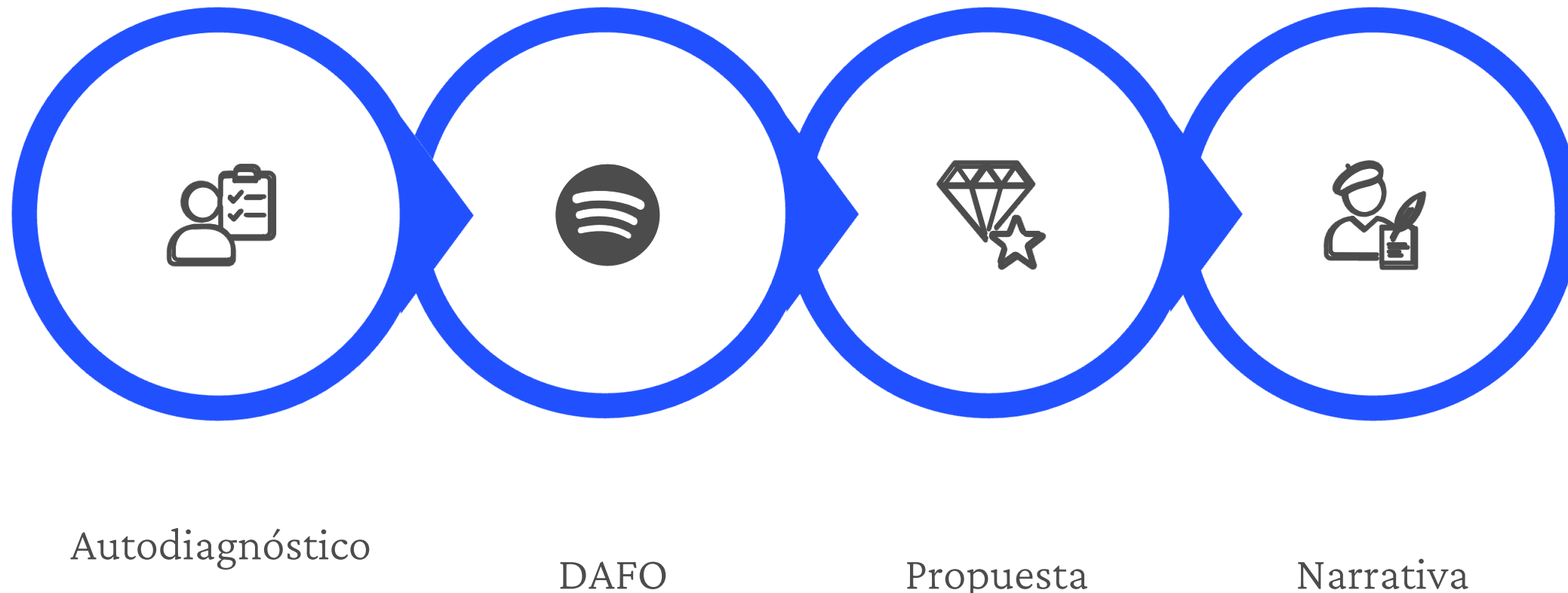
Hablar solo de ti, no del valor que aportas

La propuesta de valor no es una autobiografía. El foco debe estar en qué consigues para quien te contrata, no solo en lo que tú tienes.

Usar lenguaje corporativo vacío

Palabras como "sinergia", "orientado a resultados" o "apasionado" sin evidencias no aportan nada. Busca palabras que sean tuyas de verdad.

Del autodiagnóstico a la propuesta de valor: el proceso completo



Este proceso no es lineal: a medida que avances en el curso, irás refinando cada paso. La propuesta de valor que escribas hoy mejorará cuando trabajes el posicionamiento y el storytelling en el módulo 3.

Cierre · Módulo 2

Lo que te llevas del Módulo 2

Autoconocimiento profesional

Una visión más clara y estructurada de tus competencias, fortalezas y áreas de mejora.

Tu propuesta de valor

Un primer borrador claro y concreto listo para usar en LinkedIn, tu CV y entrevistas.

Tu análisis DAFO

Una herramienta estratégica para tomar decisiones informadas sobre tu posicionamiento y desarrollo.

Base sólida

El material con el que construirás tu titular, tu "Acerca de", tu discurso y tus historias profesionales.



MÓDULO 3

Posicionamiento y Storytelling Profesional

Vamos a traducir tu propuesta de valor en mensajes claros y relatos que conecten.
Objetivo: que puedas explicarte con seguridad y naturalidad en cualquier contexto profesional.

Objetivos del Módulo 3

→ Definir tu posicionamiento profesional

Decidir conscientemente cómo quieres ser percibido, para qué tipo de roles y en qué tipo de empresas.

→ Preparar tu presentación profesional

Construir un guion base claro y adaptable para entrevistas, networking y cualquier contexto donde necesites explicarte.

→ Aprender a contar tu historia con impacto

Dominar las técnicas básicas de storytelling profesional para que tu trayectoria resulte memorable y relevante.

→ Garantizar coherencia en todos tus canales

Que tu discurso, tu LinkedIn y tu CV cuenten la misma historia de fondo, de forma consistente y sin contradicciones.

¿Qué significa posicionarte profesionalmente?

Posicionarte no es inventarse un personaje ni exagerar lo que eres. Es tomar una decisión consciente sobre cómo quieres ser percibido en el mercado laboral y orientar todos tus mensajes en esa dirección.

Muchas personas no se posicionan y dejan que otros lo hagan por ellas, con resultados impredecibles. Posicionarte bien es enfocar tu realidad, seleccionar lo más relevante de tu perfil y comunicarlo de forma consistente.

Las preguntas clave:

¿En qué tipo de rol quieres que piensen cuando alguien mencione tu nombre?

¿Para qué tipo de empresas o proyectos quieres ser una referencia?

Posicionarte NO es...

- Fingir ser alguien que no eres
- Mentir sobre tu experiencia
- Pretender que eres experto en todo

Posicionarte SÍ es...

- Elegir en qué quieres destacar
- Orientar tu comunicación hacia tu objetivo
- Ser la opción más clara para un perfil concreto

Preguntas clave para definir tu posicionamiento

Antes de construir cualquier mensaje, necesitas tener claras estas respuestas. Tómate tiempo para reflexionarlas con honestidad.

¿Qué problemas disfrutas resolviendo?

No qué puedes hacer, sino qué te genera energía hacer. El entusiasmo real es percible y diferenciador.

¿Con qué tipo de proyectos te sientes más cómodo?

Entornos pequeños vs. grandes empresas, proyectos cortos vs. largos, trabajo autónomo vs. en equipo. Conocerte aquí evita mal encajes.

¿Qué sector o tipo de empresa te interesa?

No necesitas estar solo en un sector, pero sí saber hacia dónde orientas tu energía principal en este momento.

¿Qué 3 palabras clave quieres asociar a tu nombre?

Estas palabras son el núcleo de tu posicionamiento. Deben aparecer en tu titular de LinkedIn, en tu "Acerca de" y en tu discurso en entrevistas.

Actividad: Define tus 3 palabras clave profesionales

¿Para qué sirven?

Las palabras clave son el ADN de tu posicionamiento. Son los términos que reclutadores buscan en LinkedIn, los que definen tu perfil y los que querrás repetir de forma coherente en todos tus canales.

Elige palabras que sean a la vez relevantes para tu sector, auténticas para ti y diferenciadoras frente a otros perfiles similares.

Proceso para elegir las bien

1. Escribe 10 palabras que crees que te definen como profesional.
2. Contrasta con ofertas de empleo de tu sector: ¿qué términos aparecen más?
3. Filtra a 5 palabras que estén en la intersección entre lo que tú eres y lo que el mercado busca.
4. Elige las 3 más potentes y úsalas de forma consistente.



Ejemplo: "Gestión de proyectos · Metodologías ágiles · Mejora de procesos"

Storytelling profesional: por qué las historias funcionan

El problema con las listas de tareas

La mayoría de los CVs y perfiles de LinkedIn son listas de tareas: "Responsable de X", "Gestionaba Y". Este formato no conecta emocionalmente, no se recuerda y no diferencia.

Por qué las historias funcionan mejor

El cerebro humano está cableado para procesar y recordar historias. Una historia bien contada genera contexto, emoción y credibilidad. Hace que el reclutador entienda no solo qué hiciste, sino por qué importa.



La estructura de una buena historia profesional



Contexto

¿Dónde estabas? ¿Cuál era la situación? ¿Qué reto o problema había que resolver? Establece el escenario en 1–2 frases.



Resultado

¿Qué mejoró? ¿Qué impacto tuvo? Si tienes datos (porcentajes, tiempos, cifras), úsalos. Los números dan credibilidad y peso a tu historia.



Acción

¿Qué hiciste tú concretamente? No el equipo, no la empresa: tú.
¿Qué decisiones tomaste? ¿Cómo abordaste el problema?



Aprendizaje

¿Qué aprendiste de esa experiencia? Este último paso muestra madurez profesional y capacidad de reflexión, cualidades muy valoradas.

Tipos de historias que interesan a un reclutador



Historia de logro

Algo que hiciste que generó un impacto positivo medible. Muestra tu capacidad de generar resultados. Es la historia más poderosa y la que más debes preparar.



Historia de aprendizaje

Un error o fracaso y lo que aprendiste de él. Muestra madurez, honestidad y capacidad de mejora. Los reclutadores la valoran mucho más de lo que crees.



Historia de cambio

Cómo afrontaste una transición importante: cambio de sector, de rol, de empresa, de país. Muestra resiliencia, adaptabilidad y que los cambios te han hecho crecer.

Cómo añadir datos a tus historias

Los datos transforman una historia genérica en una historia creíble y memorable. No hace falta tener cifras exactas, pero sí dar una idea de escala e impacto.

Sin datos (débil)

"Mejoré el proceso de atención al cliente y los clientes quedaron más satisfechos."

Con datos (poderoso)

"Rediseñé el proceso de resolución de incidencias, reduciendo el tiempo de respuesta de 48 a 24 horas, lo que mejoró la satisfacción del cliente en un 30% según las encuestas trimestrales."

Tipos de datos que puedes usar

Porcentajes de mejora, tiempos reducidos, volúmenes gestionados, número de personas coordinadas, presupuestos manejados, proyectos entregados, clientes atendidos. Cualquier cifra que dé contexto.

Preparando la respuesta a "Háblame de ti"

Por qué es tan importante esta pregunta

Esta pregunta abre prácticamente todas las entrevistas. Es tu oportunidad de marcar el tono, demostrar que tienes un discurso preparado y dirigir la conversación hacia tus puntos fuertes.

Duración ideal: 60–90 segundos. Ni tan corto que parezca que no sabes qué decir, ni tan largo que aburras.

Estructura en tres bloques

- Quién eres hoy: tu rol actual o más reciente, tu especialidad y tu propuesta de valor en una o dos frases.
- 2–3 hitos relevantes: los momentos clave de tu trayectoria que son más relevantes para ese puesto concreto.
- Qué buscas ahora: por qué estás en ese proceso y qué te motiva de esa empresa o rol. Conecta tu pasado con su futuro.

❏ Evita repetir el CV punto por punto. Selecciona y adapta lo más relevante para cada puesto.

Ejemplo práctico: antes y después

Versión sin preparar

"Pues... llevo trabajando en administración unos 8 años. Empecé en una empresa pequeña haciendo de todo, luego estuve en otra más grande... Tengo experiencia con Excel y con gestión de proveedores y eso. Ahora estoy buscando cambio porque en mi última empresa hubo recortes."

Versión con storytelling y posicionamiento

"Soy administrativa con 8 años de experiencia en gestión operativa y control de proveedores. Durante los últimos 4 años en una empresa de distribución logré reducir los tiempos de cierre contable en un 20% implementando nuevos flujos de trabajo. Ahora busco un proyecto donde pueda aportar esa visión de mejora de procesos, y vuestra empresa me ha llamado especialmente la atención por vuestro enfoque en eficiencia operativa."

Actividad: Tu mini-presentación profesional

La tarea

Escribe una versión corta de "Quién soy y qué apporto" en 5–6 frases siguiendo la estructura de tres bloques: quién eres hoy, 2–3 hitos clave y qué buscas ahora.

Después, ensáyala en voz alta al menos tres veces. La diferencia entre leerla y decirla es enorme.

Checklist de autoevaluación

- ¿Es clara desde la primera frase?
- ¿Menciona algún resultado o logro concreto?
- ¿Es coherente con tu propuesta de valor del módulo 2?
- ¿Suena natural y auténtico cuando lo dices en voz alta?
- ¿Dura entre 60 y 90 segundos?
- ¿Termina conectando con lo que buscas ahora?



Storytelling para LinkedIn y tu perfil digital

El storytelling no es solo para entrevistas. Tu perfil de LinkedIn es el lugar donde tu historia profesional vive de forma permanente y donde más reclutadores la van a leer.



El titular: tu primera frase

No pongas solo tu puesto y empresa. Usa el titular para comunicar tu especialidad y el valor que aportas. Es lo primero que ven todos.



El "Acerca de": tu historia resumida

Esta sección es tu oportunidad de hablar en primera persona y contar quién eres, qué has hecho y adónde vas. Usa los elementos de storytelling que has aprendido.



La experiencia: logros, no tareas

En cada puesto, en lugar de listar responsabilidades, describe 2–3 logros concretos con datos si es posible. Contextualiza, menciona tu acción y el resultado obtenido.

La coherencia como elemento diferenciador

El problema de la incoherencia

Muchos profesionales tienen un discurso en entrevistas, un CV con un enfoque diferente y un LinkedIn que parece de otra persona. Esta incoherencia genera desconfianza, aunque no sea intencional.

Si tu titular dice "especialista en marketing digital" pero tu CV solo muestra trabajos en atención al cliente, el reclutador se confunde. La confusión mata las oportunidades.

Los tres pilares de la coherencia

- Mismo mensaje de fondo: tu propuesta de valor debe resonar en todos tus canales.
- Mismas palabras clave: los términos de tu posicionamiento deben aparecer en tu titular, tu "Acerca de", tu CV y tu discurso oral.
- Sin contradicciones: fechas, puestos y mensajes deben cuadrar exactamente entre todos tus canales.

Coherencia omnicanal: el mapa de mensajes



Todos tus canales deben apuntar al mismo mensaje central. La coherencia no significa repetir lo mismo exactamente, sino que todo esté alineado con una misma idea de quién eres y qué aportas.

Errores frecuentes de posicionamiento y storytelling

✗ Intentar gustar a todo el mundo

Un posicionamiento demasiado amplio no conecta con nadie. Es mejor ser la opción perfecta para un tipo de empresa que una opción aceptable para todas.

✗ Usar jerga sin explicar el valor

"Profesional orientado a resultados con visión estratégica y enfoque multidisciplinar." Suena bien, pero no dice nada. Concreta siempre con ejemplos reales.

✗ No preparar las historias con antelación

Las mejores historias profesionales no se improvisan en el momento. Se trabajan antes, se practican y se adaptan según el contexto de la entrevista o conversación.

✗ Ignorarla perspectiva del que escucha

Tu historia debe responder a la pregunta implícita del reclutador: "¿Por qué me importa esto a mí?" Adapta siempre el foco de tu relato al interés del interlocutor.

Adaptar el mensaje según el contexto

Una buena marca personal no es rígida: se adapta al contexto sin perder su esencia. Aprende a modular tu mensaje sin perder coherencia.



LinkedIn

Versión más completa. Puedes extenderte y usar la primera persona para humanizar el mensaje.



CV

Versión estructurada. Logros concretos, datos, formato limpio. Menos narrativa, más impacto directo.



Entrevista

Versión oral y personalizada. Adapta tus historias al puesto y la empresa. Sé conversacional, no recites.



Networking

Versión breve (30-60 seg). Sé directo, claro y curioso. El objetivo es abrir conversación, no dar un discurso.

El elevator pitch: tu mensaje en 30 segundos

¿Qué es el elevator pitch?

Es una versión ultra-resumida de tu presentación profesional. Imagina que te encuentras con alguien interesante en un evento o en el ascensor y tienes 30 segundos. ¿Qué le dices?

No es un discurso de ventas. Es una presentación natural que genera curiosidad y abre conversación.

Estructura del elevator pitch

1. Quién eres en una frase: rol y especialidad.
2. Qué valor aportas: el beneficio concreto para quien te escucha.
3. Un dato o ejemplo que lo haga creíble.
4. Cierre abierto: algo que invite a seguir la conversación.

📄 Ejemplo: "Soy logopeda especializada en dislexia en adultos. Ayudo a profesionales a mejorar su lectura y escritura para que rindan mejor en entornos exigentes. ¿Trabajas con equipos donde la comunicación escrita sea crítica?"

Actividad: Tu banco de historias profesionales

Un banco de historias es tu colección personal de anécdotas y ejemplos profesionales listos para usar. No esperes a una entrevista para recordarlos: prepáralos ahora.

Historia 1: Tu mayor logro

Elige la experiencia donde generaste más impacto. Aplica la estructura: contexto, acción, resultado, aprendizaje. Escríbela completa.

Historia 2: Un reto superado

Una situación difícil que gestionaste bien. Muestra tu capacidad de mantener la calma, tomar decisiones y aprender bajo presión.

Historia 3: Trabajo en equipo

Un ejemplo donde colaboraste con otros para conseguir un resultado. Muestra habilidades relacionales y tu papel concreto en el equipo.

Historia 4: Un cambio o transición

Cómo afrontaste un cambio importante (de empresa, sector, rol). Muestra adaptabilidad y que aprendes de cada etapa.

Storytelling y autenticidad: el equilibrio perfecto

El riesgo de "vender demasiado"

El storytelling tiene un lado oscuro cuando se usa para exagerar o falsear. Los reclutadores experimentados detectan rápidamente cuando un discurso está inflado o no es auténtico.

La mejor estrategia es siempre la honestidad bien presentada: contar la verdad de forma estratégica, seleccionando lo más relevante y comunicándolo con claridad y confianza.

La autenticidad como ventaja competitiva

En un mercado donde todos intentan "venderse bien", quien es auténtico destaca. La coherencia entre lo que dices y lo que eres genera una confianza que ningún discurso ensayado puede replicar.

Tu historia real, bien contada, siempre será más poderosa que la historia perfecta inventada.

Preguntas difíciles en entrevistas: prepara tu respuesta

El storytelling te prepara no solo para "Háblame de ti" sino también para las preguntas que más incomodidad generan. Veamos cómo abordarlas.

¿Cuál es tu mayor debilidad?

Elige una debilidad real pero que no sea crítica para el puesto. Añade siempre qué estás haciendo para mejorarla. Muestra autoconocimiento y actitud de crecimiento.

¿Por qué dejaste tu último trabajo?

Sé honesto pero constructivo. Nunca hables mal de un jefe o empresa. Enmarca la razón en términos de búsqueda de crecimiento, nuevos retos o mejor encaje con tus objetivos.

¿Dónde te ves en 5 años?

Muestra ambición pero realismo. Conecta tu respuesta con el tipo de rol y empresa donde estás. Demuestra que tienes un plan y que ese plan tiene sentido con lo que ofrecen.



Posicionamiento digital: tu huella online

Más allá de LinkedIn, tu posicionamiento digital incluye todo lo que aparece cuando alguien busca tu nombre en Google. Es parte de tu marca personal aunque no lo gestiones activamente.



Googléate

¿Qué aparece cuando buscas tu nombre?
¿Es coherente con la imagen que quieres proyectar?
¿Hay algo que debas actualizar o eliminar?



Optimiza tu LinkedIn

Es tu activo digital más importante. Un perfil completo, con foto profesional y titular estratégico, multiplica tu visibilidad ante reclutadores.

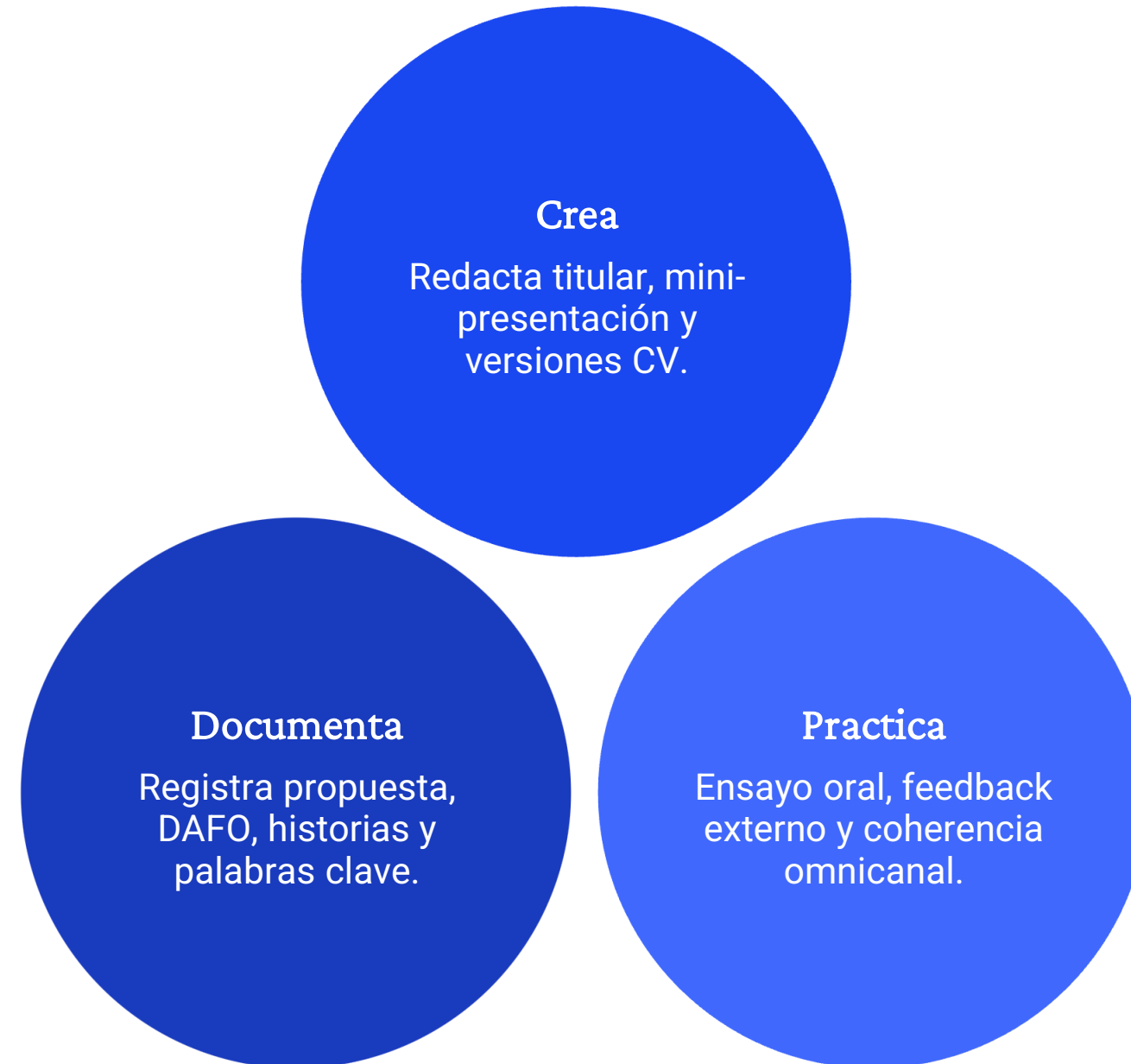


Considera un portfolio o web personal

Según tu sector, un portfolio online (trabajos, proyectos, artículos) puede ser un diferenciador enorme. No es obligatorio, pero suma mucho.

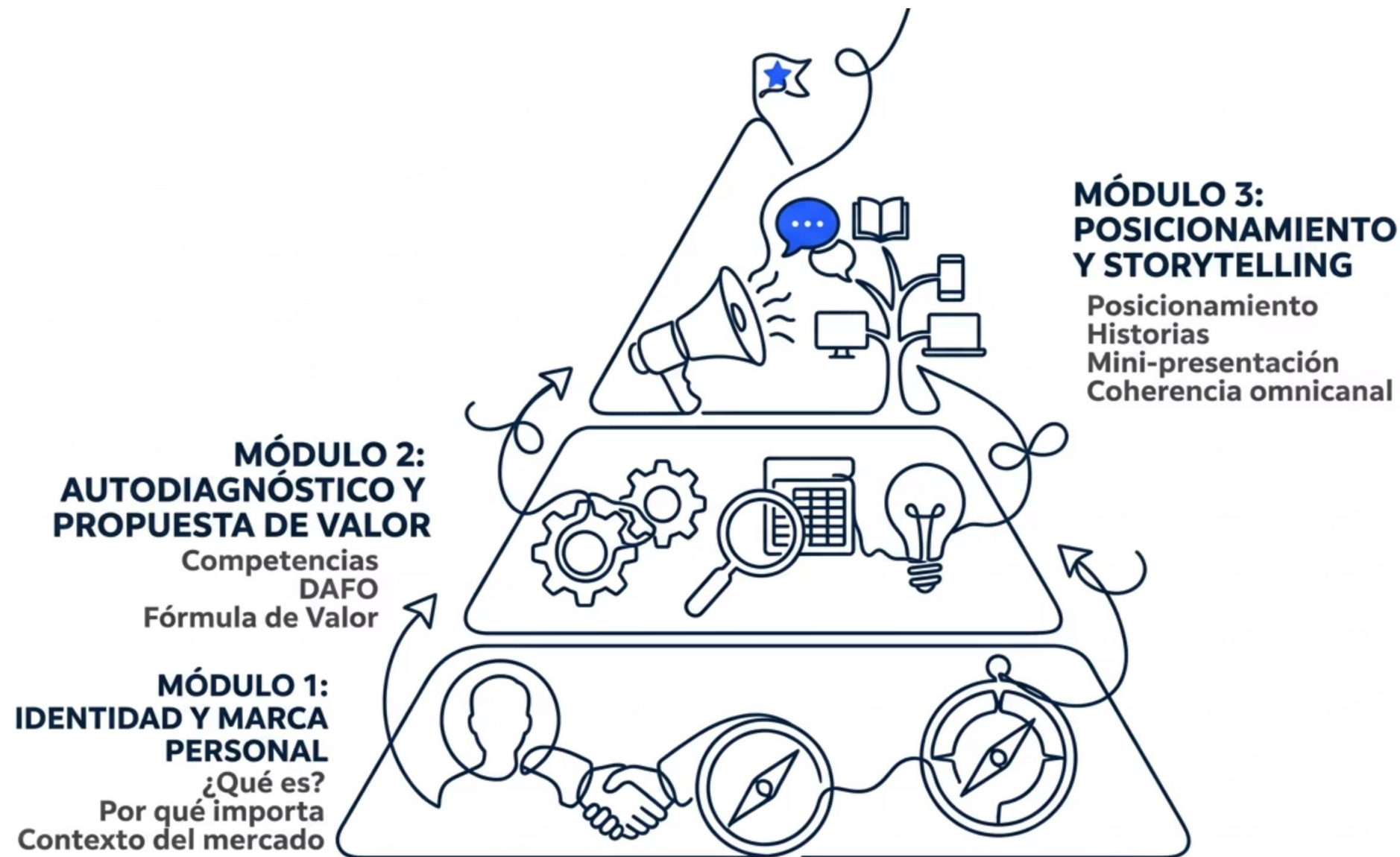
De la teoría a la práctica: tu plan de trabajo

Has recorrido los tres primeros módulos del curso. Ahora tienes los elementos fundamentales de tu marca personal. Es el momento de consolidar y preparar lo que viene.



Este plan no necesita semanas. Con el trabajo que has hecho en estos módulos, puedes tener los tres bloques completados en 2–3 días dedicando 1–2 horas diarias.

Resumen visual: los 3 módulos en perspectiva



Lo que diferencia a los profesionales que consiguen empleo

Lo que hacen la mayoría

- Mandan el mismo CV a todas las ofertas
- Tienen un LinkedIn desactualizado o incompleto
- No han reflexionado sobre su propuesta de valor
- Improvisan en entrevistas sin un discurso preparado
- No gestionan su red de contactos de forma proactiva

Lo que hacen los que destacan

- Adaptan cada candidatura al puesto y la empresa
- Tienen un LinkedIn estratégico y actualizado
- Conocen su propuesta de valor y la comunican con seguridad
- Preparan sus historias y su discurso antes de cada entrevista
- Construyen y cuidan su red de contactos de forma constante

📌 La buena noticia: todo lo que hace la diferencia se aprende y se practica. Eso es exactamente lo que estás haciendo en este curso.

Herramientas y recursos para seguir practicando



Practica frente al espejo o en video

Grábate respondiendo preguntas de entrevista. Ver y escuchar cómo te explicas es uno de los ejercicios más potentes para mejorar rápidamente tu comunicación.



Pide feedback a personas de confianza

Comparte tu propuesta de valor y tu mini-presentación con alguien que te conozca bien profesionalmente. El feedback externo revela puntos ciegos que tú no puedes ver.



Analiza ofertas de tu sector

Lee sistemáticamente las ofertas de empleo de tu área. Extrae las palabras clave más repetidas y contrasta con las que usas en tu perfil y discurso.



Escribe y refina cada semana

La marca personal se construye en iteraciones. Reserva tiempo semanal para revisar y mejorar tu propuesta de valor, tus historias y tu presencia digital.

Preguntas frecuentes de los alumnos

¿Y si tengo poca experiencia? ¿Puedo tener marca personal?

Absolutamente sí. La marca personal no depende de los años de experiencia sino de la claridad con la que comunicas tu valor. Alguien con 2 años bien comunicados impacta más que alguien con 15 años sin narrativa.

¿Cuánto tiempo lleva construir una marca personal sólida?

Los primeros resultados se notan en semanas. Una marca personal sólida tarda meses en construirse, pero cada pequeño paso tiene impacto inmediato en tu confianza y en cómo te perciben.

¿Qué pasa si cambio de sector o de rol?

La marca personal es flexible. Lo que aprendes sobre ti mismo (competencias, valores, fortalezas) es transferible. Solo necesitas reorientar el mensaje y adaptar las historias al nuevo contexto.



Reflexión final: el cambio empieza por la claridad

"No puedes controlarlo todo en un proceso de selección, pero sí puedes controlar cómo te presentas, qué comunicas y qué impresión dejas. Eso es exactamente lo que estás construyendo aquí."

Los tres módulos que hemos trabajado te han dado las bases más importantes: [saber quién eres](#), [saber qué vales](#) y [saber cómo contarlo](#). El resto es práctica, consistencia y confianza en el proceso.

Cierre · Módulo 3

Lo que te llevas del Módulo 3 y recuerda el Módulo 0, Skill Stacking

Posicionamiento claro

Sabes cómo quieres ser percibido, qué palabras clave te definen y para qué tipo de rol y empresa te orientas.

Tus historias profesionales

Tienes un banco de historias preparadas, estructuradas con contexto, acción, resultado y aprendizaje, listas para cualquier entrevista.

Tu mini-presentación

Un guion base de 60–90 segundos que responde a "Háblame de ti" con claridad, confianza y coherencia con tu propuesta de valor.

Coherencia omnicanal

Entiendes cómo alinear tu discurso, tu LinkedIn y tu CV para que todos cuenten la misma historia con el mismo impacto.

¿Qué viene en los módulos 4 y 5?

Módulo 4: Optimización de LinkedIn

Llevarás todo lo que has construido en estos tres módulos a tu perfil de LinkedIn. Trabajaremos cada sección con un enfoque estratégico: foto, titular, "Acerca de", experiencia, habilidades y recomendaciones.

Saldrás con un perfil que no solo existe, sino que trabaja por ti atrayendo las oportunidades correctas.

Módulo 5: Visibilidad, Networking y Plan de Acción

Aprenderás a aumentar tu visibilidad de forma activa y sostenible: cómo relacionarte con reclutadores, cómo construir y activar tu red de contactos, y cómo diseñar un plan de acción personalizado para los próximos 90 días.

Terminarás el curso con un plan concreto, medible y accionable para tu búsqueda de empleo.

Tu checklist de progreso: Módulos 1, 2 y 3

Antes de continuar al Módulo 4, asegúrate de tener completados estos elementos clave. Son la base sobre la que construirás todo lo que viene.

Módulo 1

- Tengo claro qué es la marca personal y cómo difiere de la identidad profesional
- He respondido las preguntas del punto de partida y las tengo anotadas
- Entiendo por qué la visibilidad es clave en el mercado laboral actual

Módulo 2

- He elaborado mi matriz de competencias técnicas y blandas
- He completado mi análisis DAFO personal
- Tengo al menos 3 versiones de mi propuesta de valor y he elegido la mejor

Módulo 3

- Tengo mis 3 palabras clave de posicionamiento definidas
- He preparado un banco de al menos 3 historias profesionales estructuradas
- Tengo mi mini-presentación escrita, ensayada y lista para usar



Tu marca personal empieza hoy

Has construido los cimientos de algo que te acompañará durante toda tu carrera. Una identidad clara, una propuesta de valor sólida y una forma de contarte que conecta. Esto no es el final del curso, es el inicio de tu transformación profesional.

Claridad

Sabes quién eres y qué valor aportas como profesional.

Mensaje

Tienes un discurso coherente, auténtico y diferenciador.

Acción

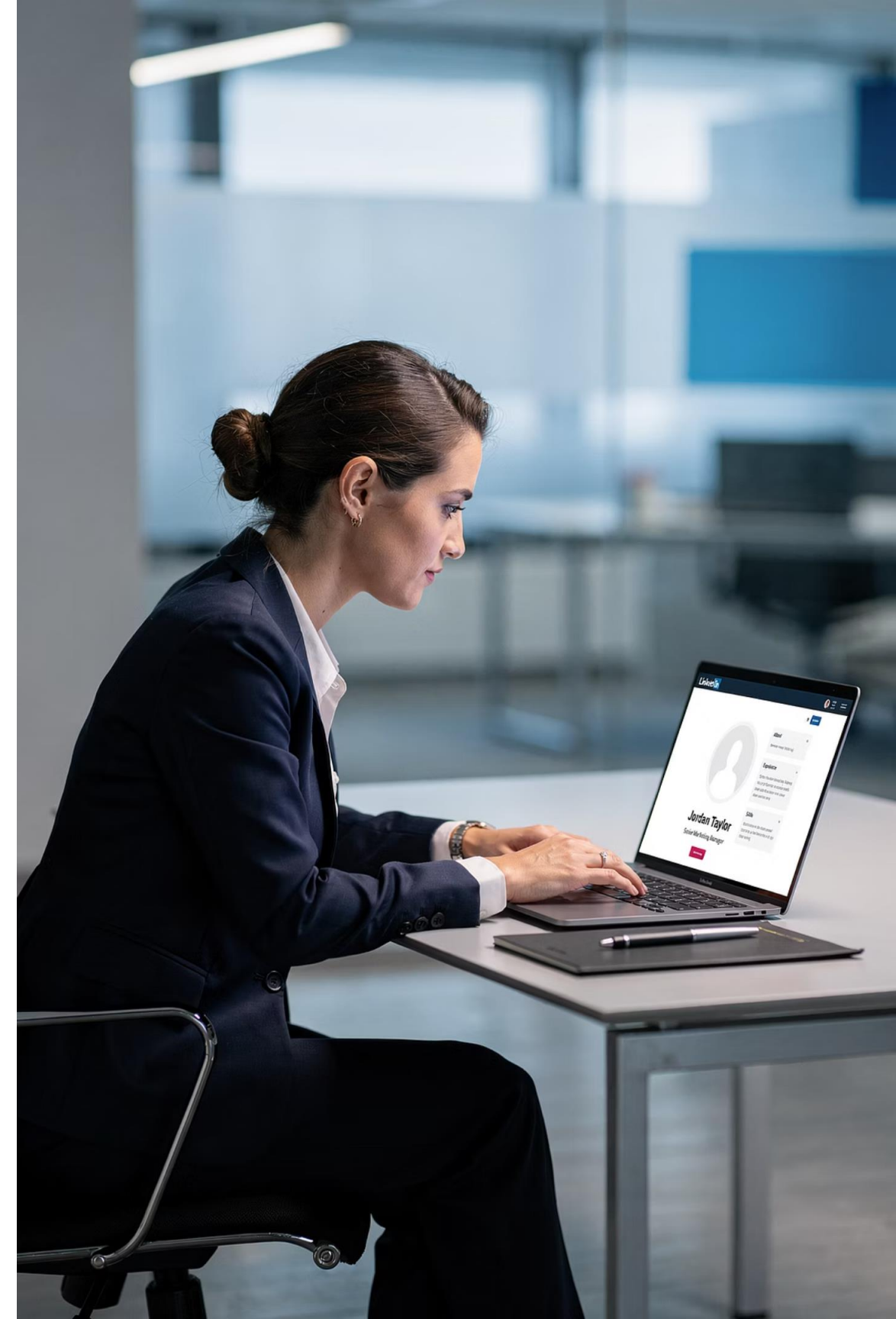
Tienes las herramientas para ejecutar tu estrategia de visibilidad.

 Recuerda: vuelve a las preguntas de la Actividad 1 y compara tus respuestas de ahora con las del inicio. El cambio ya ha comenzado.

Módulo 4: Optimiza tu Perfil en LinkedIn

Vamos a trabajar sección por sección para que tu perfil sea tu mejor carta de presentación. El objetivo es claro: que LinkedIn trabaje por ti, incluso cuando tú no estás buscando activamente.

MÓDULO 4 DE 5



¿Por qué LinkedIn es tan importante hoy?

87%

Reclutadores activos

De los reclutadores usan LinkedIn para
encontrar candidatos

72%

Ofertas ocultas

De los puestos se cubren sin publicarse, a
través de la red

40M

Búsquedas diarias

De personas buscan empleo en LinkedIn cada
día en el mundo

Estos datos confirman que LinkedIn no es opcional en tu búsqueda de empleo. Es el escaparate profesional donde reclutadores y empresas te buscan antes incluso de que tú apliques a ninguna oferta.

LinkedIn en tu búsqueda de empleo

- Te encuentran sin que busques
Un perfil bien optimizado aparece en las búsquedas de reclutadores de forma orgánica, sin que tengas que aplicar a ninguna oferta.
- Genera credibilidad instantánea
Antes de cualquier entrevista, el reclutador ya habrá visto tu perfil. Lo que encuentre allí definirá su primera impresión real sobre ti.
- Multiplica las invitaciones
Los perfiles bien contruidos reciben entre 3 y 5 veces más invitaciones a procesos de selección que los incompletos o genéricos.



Las 6 piezas clave de tu perfil

Un perfil de LinkedIn efectivo no depende de una sola sección brillante, sino de la coherencia entre todas sus partes. Estas son las seis áreas que trabajaremos hoy:



Foto y portada

Tu primera impresión visual



Titular profesional

El texto que define cómo te ven



Acerca de

Tu historia y propuesta de valor



Experiencia y formación

Tu trayectoria con impacto real



Competencias

Las habilidades que te diferencian



Actividad y contenido

Tu presencia activa en la red



Foto y portada: primera impresión que no se olvida

✓ Una buena foto de perfil...

- Es reciente y reconocible como tú
- Tiene buena iluminación natural o de estudio
- Muestra fondo neutro o desenfocado
- Transmite cercanía y profesionalidad
- Eres tú solo, sin recortes de grupo

La portada (fondo)

Es el espacio más infrautilizado de LinkedIn. Aprovechalo para reforzar tu marca: añade tu sector, tus palabras clave, un mensaje breve o una imagen que hable de tu ámbito profesional.

- 📄 Consejo práctico: herramientas como Canva tienen plantillas gratuitas para portadas de LinkedIn en el tamaño exacto (1584 × 396 px).

El titular: mucho más que tu puesto

El titular es el texto que aparece bajo tu nombre en todos los sitios de LinkedIn. Es uno de los factores más importantes para que los reclutadores te encuentren, y también lo primero que leen cuando visitan tu perfil.

 Titular genérico (no hagas esto)

"Administrativo" · "Ingeniero" · "Comercial"
· "En búsqueda de empleo"

Estos títulos no dicen nada sobre lo que aportas y no ayudan a los algoritmos de búsqueda.

 Titular estratégico (estructura recomendada)

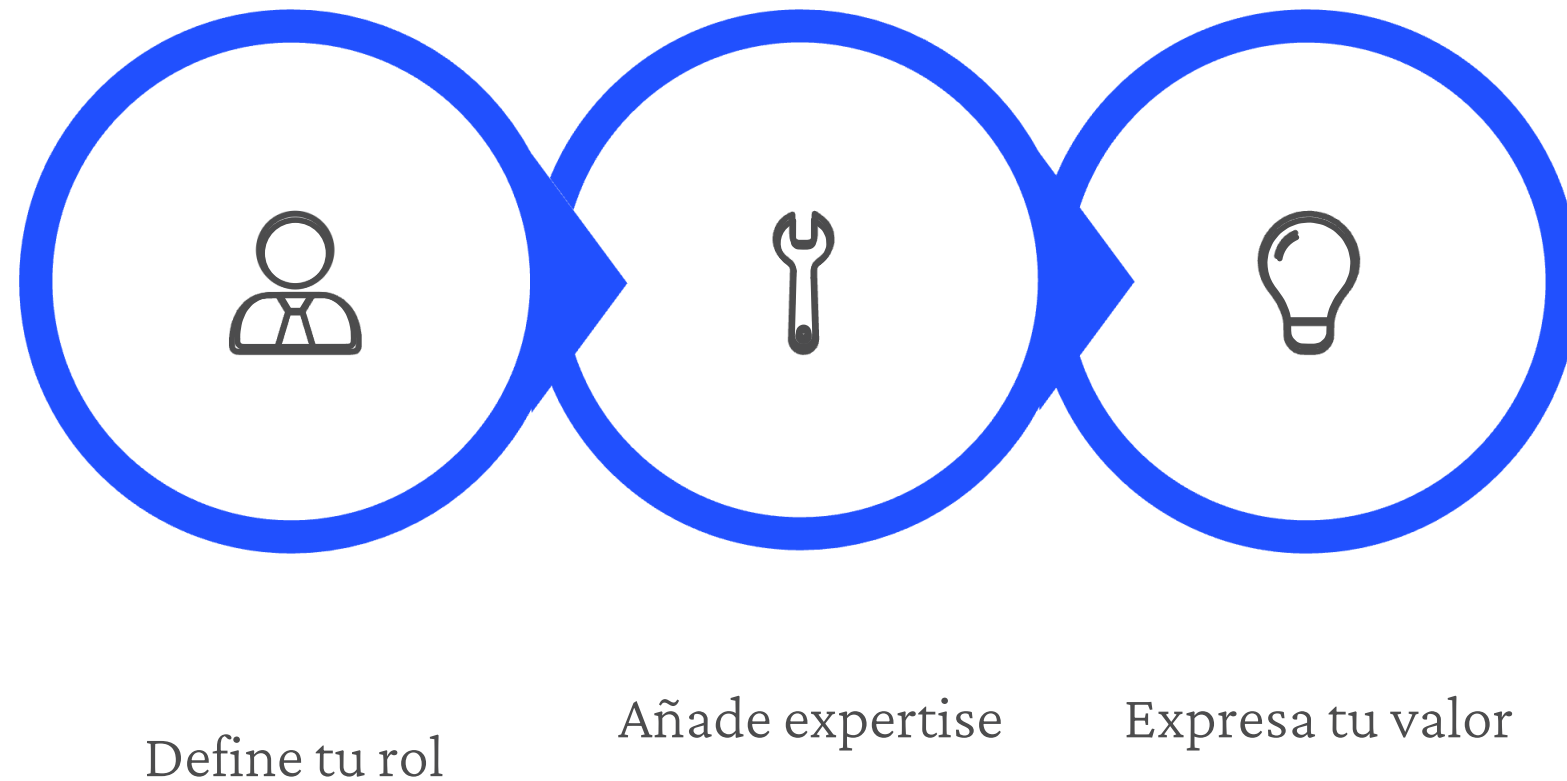
Rol + Especialidad + Valor que aportas
Ejemplo: *"Técnico de RRHH / Selección y Onboarding / Mejora de la Experiencia del Empleado"*

 Por qué es clave para las búsquedas

LinkedIn usa el titular para indexarte. Si un reclutador busca "selección de personal Madrid", tu titular debe contener esas palabras para aparecer en los resultados.

Ejercicio: escribe tu titular estratégico

Usa esta estructura como punto de partida. Prueba al menos tres versiones antes de elegir la definitiva.



- ❑ Escribe ahora mismo 3 opciones de titular en tu cuaderno o en el documento de trabajo del curso. Léelas en voz alta: ¿cuál suena más a ti y más relevante para los puestos que buscas?



El "Acerca de": tu resumen en primera persona

1 ¿Quién eres y qué haces?

Abre con una frase que defina tu perfil profesional de forma clara. No empieces con "Soy una persona apasionada..." — sé específico sobre tu ámbito y experiencia.

2 ¿Qué te diferencia?

Incluye tu propuesta de valor: qué problemas resuelves, qué habilidades destacan, qué resultados has logrado. Usa palabras clave de tu sector de forma natural.

3 ¿Qué buscas?

Cierra con una llamada a la acción suave: qué tipo de oportunidades o colaboraciones te interesan. Esto facilita que la persona adecuada sepa cómo puede ayudarte.

Ejemplo real de "Acerca de" bien escrito

"Llevo más de 8 años gestionando equipos de ventas en el sector retail, con especial foco en la formación y el desarrollo comercial. Me apasiona construir equipos que no solo venden, sino que fidelizan al cliente.

He liderado procesos de transformación en tres empresas distintas, logrando incrementos de facturación del 20–35% en los primeros 12 meses. Combino visión estratégica con trabajo de campo: estoy igual de cómodo en la sala de reuniones que en la tienda.

Actualmente estoy explorando nuevas oportunidades como Director Comercial o de Operaciones en compañías con vocación de crecimiento. Si crees que podemos trabajar juntos, escíbeme."

- ❏ Observa el tono: cercano pero profesional, en primera persona, con logros concretos y una invitación clara al final. Así debe sonar tu "Acerca de".

Experiencia profesional: logros, no solo tareas

La mayoría de los perfiles de LinkedIn describen *funciones*. Los perfiles que consiguen entrevistas describen *resultados*. Este es el cambio más importante que puedes hacer hoy.

Antes (funciones)

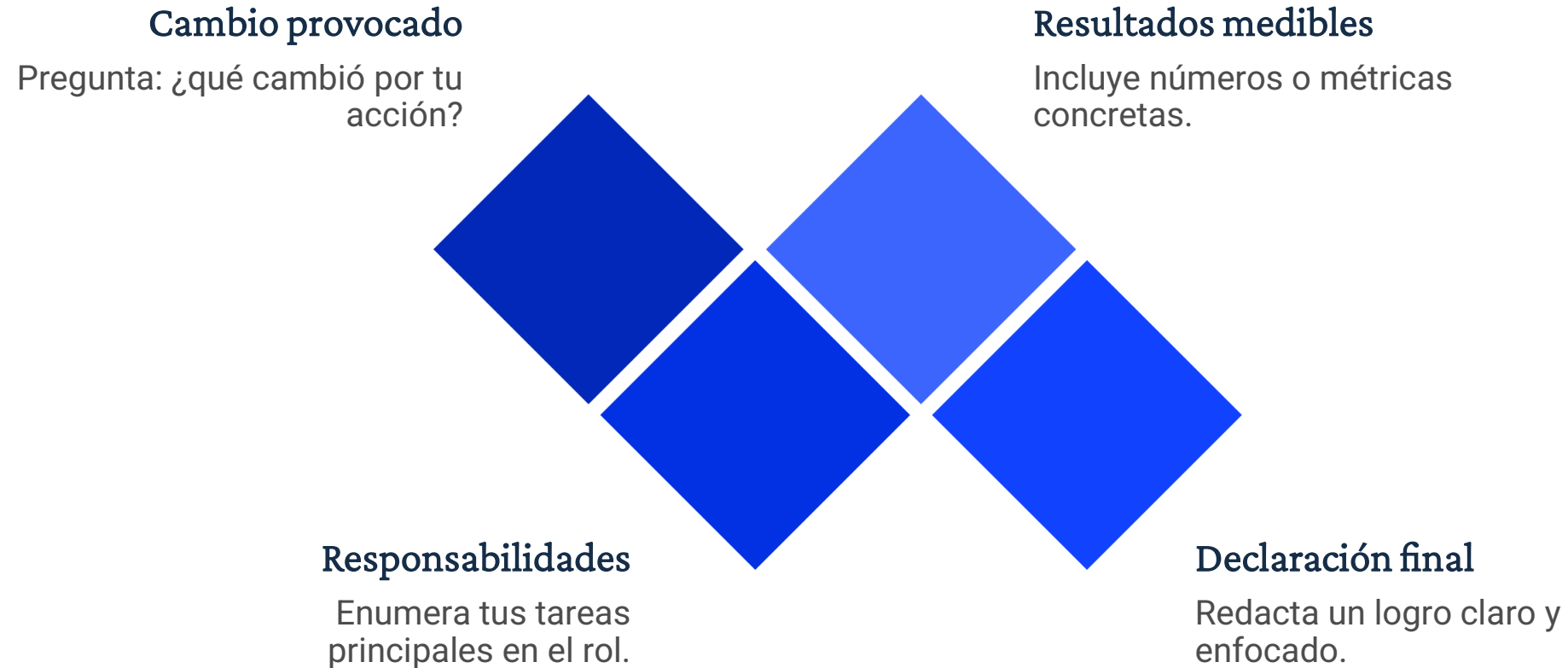
"Responsable de la gestión del archivo documental y atención a solicitudes internas del departamento."

Después (logros)

"Optimicé el sistema de archivo documental digital, reduciendo un 30% el tiempo de búsqueda de documentos y mejorando la eficiencia del equipo."

La fórmula es simple: situación + qué hiciste + resultado medible. No necesitas tener datos exactos: "significativamente", "en pocas semanas" o "reconocido por el equipo" también aportan valor.

Cómo transformar tus funciones en logros



Preguntas clave

- ¿Reduciste costes o tiempo?
- ¿Mejoraste algún proceso?
- ¿Formaste o lideraste a alguien?
- ¿Resolviste un problema difícil?
- ¿Fuiste reconocido por algo?

Verbos de impacto

- Lideré · Optimicé · Implementé
- Reduje · Aumenté · Mejoré
- Diseñé · Formé · Gestioné
- Coordiné · Desarrollé · Impulsé
- Resolví · Conseguí · Logré



Competencias en LinkedIn: elige con estrategia

LinkedIn permite añadir hasta 50 competencias, pero más no siempre es mejor. La clave está en seleccionar las más relevantes para los puestos que buscas y colocarlas en el orden correcto.



Competencias técnicas

Herramientas, software, idiomas, certificaciones. Ejemplo: "Excel avanzado", "CRM Salesforce", "Gestión de proyectos", "SQL". Son fáciles de validar y muy buscadas por reclutadores.



Competencias transversales

Habilidades interpersonales y de gestión. Ejemplo: "Liderazgo de equipos", "Comunicación efectiva", "Resolución de problemas". Equilibran tu perfil y muestran cómo trabajas.



Validaciones y endorsements

Pide a compañeros, colaboradores o superiores que validen tus competencias clave. Las competencias validadas tienen más peso en los algoritmos y más credibilidad para los reclutadores.

Recomendaciones que realmente suman

¿Por qué importan tanto?

Una recomendación bien escrita es como una referencia en diferido: el reclutador puede leer qué dicen de ti sin necesidad de llamar a nadie. Da credibilidad social a todo lo demás que describes en tu perfil.

¿A quién pedir que te recomiende?

- Jefes o responsables directos (alto impacto)
- Compañeros que vieron tu trabajo de cerca
- Clientes o colaboradores externos
- Personas de otros departamentos con quienes colaboraste

Cómo pedir una recomendación eficaz

No digas solo "¿me puedes recomendar?". Facilita el trabajo a quien te recomienda:

1. Recuérdale en qué proyecto o rol trabajasteis juntos
2. Sugiere 2–3 aspectos concretos que podría mencionar
3. Comparte el tipo de oportunidades que estás buscando
4. Agradece su tiempo y ofrécele lo mismo

Ejemplo de solicitud de recomendación

"Hola [Nombre], espero que estés bien. Estoy actualizando mi perfil de LinkedIn y me gustaría pedirte si podrías escribirme una recomendación.

Trabajamos juntos en [proyecto/empresa] durante [tiempo], y creo que tienes una perspectiva valiosa sobre mi forma de trabajar, especialmente en lo que respecta a [área concreta: gestión de clientes, organización del equipo, resolución de problemas...].

Si te es posible, me encantaría que mencionaras [1–2 aspectos específicos]. No hay ninguna prisa y entiendo perfectamente si no puedes.

¡Muchas gracias de antemano!"

- ❏ La clave es ser concreto y hacer el proceso fácil para la otra persona. Cuanto menos trabajo tenga que hacer, más probable es que te diga que sí — y que la recomendación sea buena.

Auditoría rápida: ¿cómo está tu perfil ahora?

Antes de hacer cambios, evalúa honestamente dónde estás. Usa esta lista de comprobación para identificar tus puntos de mejora prioritarios:

1

Foto y portada

¿Tu foto transmite profesionalidad y cercanía? ¿Tienes portada personalizada o sigue siendo la genérica de LinkedIn?

2

Titular

¿Tu titular va más allá del nombre del puesto? ¿Incluye palabras clave relevantes para los puestos que buscas?

3

Acerca de

¿Está relleno? ¿Se entiende quién eres, qué haces y qué buscas?
¿Suen a ti o a una plantilla genérica?

4

Experiencia

¿Cada puesto describe logros o solo funciones? ¿Hay métricas o resultados concretos al menos en alguno?



Actividad: cambios rápidos que puedes hacer hoy

01

Escribe 3 titulares alternativos

Usa la fórmula Rol + Especialidad + Valor. Léelos en voz alta y quédate con el que mejor suene. Actualízalo en tu perfil ahora mismo.

02

Reescribe el primer párrafo del "Acerca de"

Que responda a: ¿quién soy?, ¿qué hago?, ¿qué me diferencia? En 3–5 frases, primera persona, sin jerga corporativa.

03

Mejora una experiencia con un logro

Elige el puesto más reciente o relevante y añade al menos una frase que describa un resultado concreto que conseguiste.

04

Añade o reordena 3–5 competencias clave

Asegúrate de que las más relevantes para los puestos que buscas aparecen en los primeros puestos de la lista.

Haz que te encuentren: visibilidad del perfil

Tener un perfil perfecto no sirve de nada si está configurado para ser invisible. Revisa estos ajustes clave en tu cuenta de LinkedIn:

Perfil público activado

Ve a Configuración → Privacidad y asegúrate de que tu perfil es visible para todos, incluidos los que no tienen cuenta en LinkedIn.

"Open to Work" activado

Puedes mostrar el marco verde en tu foto (para todos) o activarlo solo para reclutadores (más discreto si tienes trabajo actual). Indica los tipos de puesto y ubicación que buscas.

Ubicación y sector bien definidos

Asegúrate de que tu ubicación refleja dónde estás dispuesto a trabajar. Añade el sector correcto: esto afecta directamente en qué búsquedas apareces.

Activa las estadísticas del perfil

En la sección "Analíticas" puedes ver cuántas personas han visitado tu perfil esta semana. Úsalo como indicador de si tus cambios están generando más visibilidad.

Palabras clave en LinkedIn: cómo usarlas bien

El algoritmo de LinkedIn funciona de forma similar a un motor de búsqueda: indexa las palabras que usas en tu perfil y las usa para mostrarte (o no) cuando alguien busca un perfil como el tuyo.



- ❑ Consejo: haz una lista de 10–15 palabras clave de tu sector y asegúrate de que aparecen de forma natural en al menos 3 de estas secciones. No las repitas artificialmente — LinkedIn penaliza el keyword stuffing.

El índice SSI: ¿cómo de fuerte es tu perfil?

¿Qué es el SSI?

LinkedIn tiene un índice interno llamado Social Selling Index (SSI) que mide la efectividad de tu presencia. Puedes consultarlo gratis en:

[linkedin.com/sales/ssi](https://www.linkedin.com/sales/ssi)

Se puntúa sobre 100 y evalúa cuatro dimensiones:

1. Establecer tu marca profesional
2. Encontrar a las personas adecuadas
3. Interactuar con información relevante
4. Construir relaciones duraderas

¿Por qué importa?

Aunque LinkedIn no confirma oficialmente que el SSI afecte a la visibilidad, los perfiles con SSI más alto tienden a aparecer más en las búsquedas de reclutadores. Es un buen termómetro de en qué áreas mejorar.

Objetivo realista

Un SSI de 60–70 puntos ya te coloca por encima de la mayoría de candidatos en búsqueda activa. No necesitas llegar a 100: céntrate en subir puntos donde estés más bajo.

Cierre del Módulo 4

Lo que te llevas de este módulo

 Un perfil más claro y coherente

Cada sección de tu LinkedIn ahora trabaja para transmitir una imagen profesional consistente y orientada a tu objetivo.

 Cambios concretos ya aplicados

No te has ido con buenas intenciones: has escrito tu titular, mejorado tu "Acerca de" y añadido al menos un logro real a tu experiencia.

 Una base sólida para la visibilidad

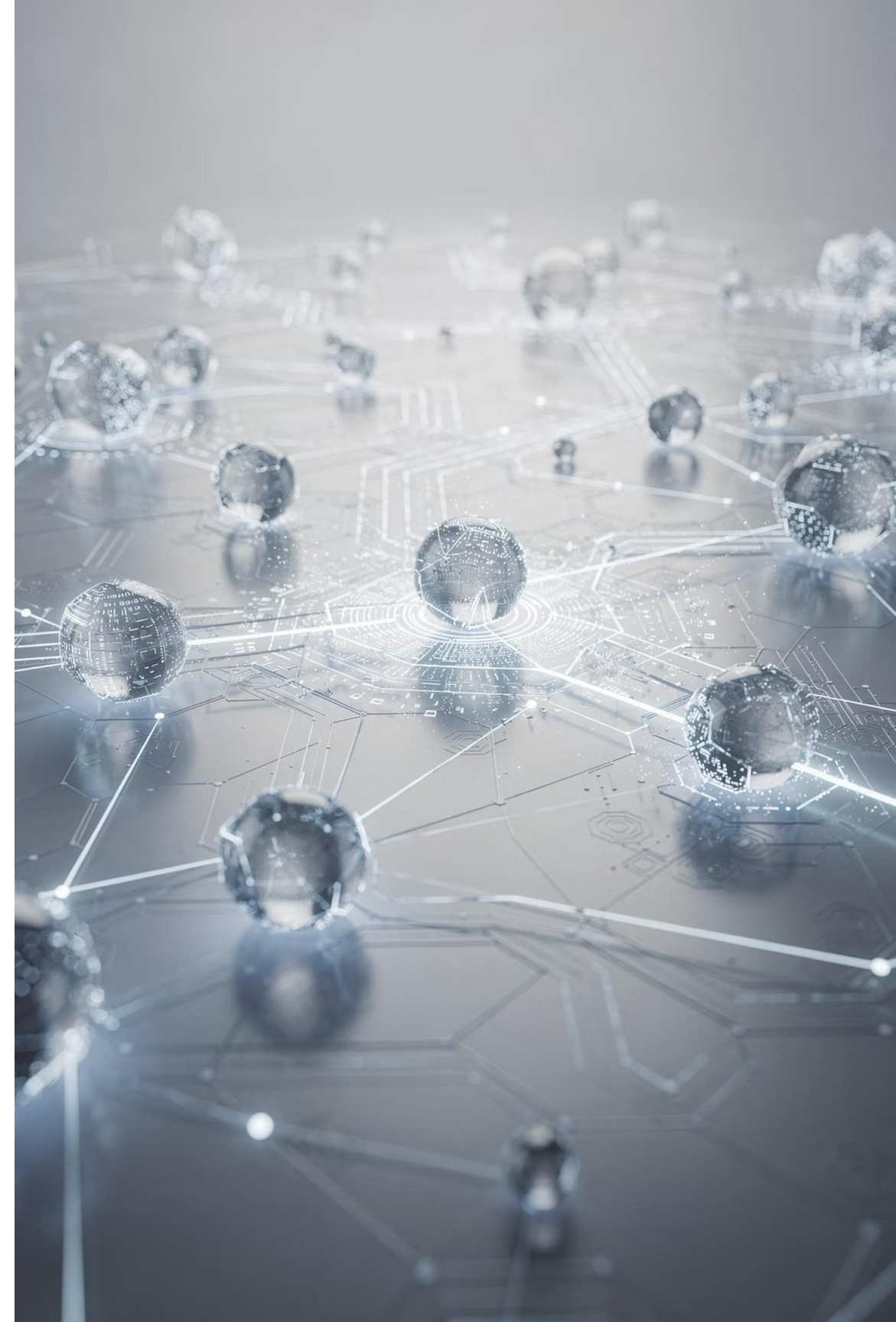
Con un perfil optimizado, ya estás listo para trabajar la parte más estratégica: hacerte visible y construir tu red. Eso es exactamente lo que haremos en el Módulo 5.



Módulo 5: Visibilidad, Networking y Estrategia de Marca Personal

Tienes claro quién eres, tienes tu propuesta de valor y tu perfil de LinkedIn está optimizado. Ahora toca el paso más importante: hacerte visible y construir relaciones que generen oportunidades reales.

MÓDULO 5 DE 5



¿Qué es la marca personal y por qué importa ahora?

La definición que importa

Tu marca personal es la percepción que tienen los demás sobre ti cuando no estás en la sala. Es lo que dicen de ti cuando les preguntan: "¿Conoces a alguien para este puesto?"

No es postureo, es estrategia

Construir marca personal no significa presumir ni publicar cada día. Significa ser consistente en cómo te presentas, qué sabes y qué valor aportas — de forma auténtica y sostenida en el tiempo.

El mercado oculto de empleo

El 70–80% de los puestos se cubren antes de publicarse, a través de referidos y redes. Una marca personal visible te pone en el radar de las personas que toman decisiones de contratación.

No se trata de "estar en todas partes"

El error más común

Muchas personas creen que para ser visibles en LinkedIn tienen que publicar cada día, estar en todos los grupos, comentar todo lo que se mueve y conectar con miles de personas. El resultado es agotamiento y abandono en pocas semanas.

La alternativa inteligente

Mejor poca actividad bien enfocada que mucha dispersión. La consistencia gana a la intensidad. Una publicación semanal durante 3 meses tiene más impacto que 10 publicaciones en una semana y luego silencio.

Los tres principios

- Foco: estar donde están las personas y empresas que te interesan
- Calidad: mejor una interacción genuina que diez vacías
- Consistencia: presencia regular y sostenible en el tiempo

Ideas de contenido para tu marca personal

No necesitas ser experto en marketing de contenidos. Solo necesitas compartir lo que ya sabes con honestidad y perspectiva propia. Estas son las categorías que mejor funcionan:



Aprendizajes profesionales

Algo que aprendiste en un proyecto, un error que cometiste y lo que te enseñó, o una lección de tu experiencia. Las historias personales auténticas generan mucho engagement.



Noticias de tu sector

Comparte un artículo o noticia relevante y añade TU opinión o reflexión. No te limites a compartir sin más: ese comentario propio es lo que te posiciona como experto.



Logros y proyectos

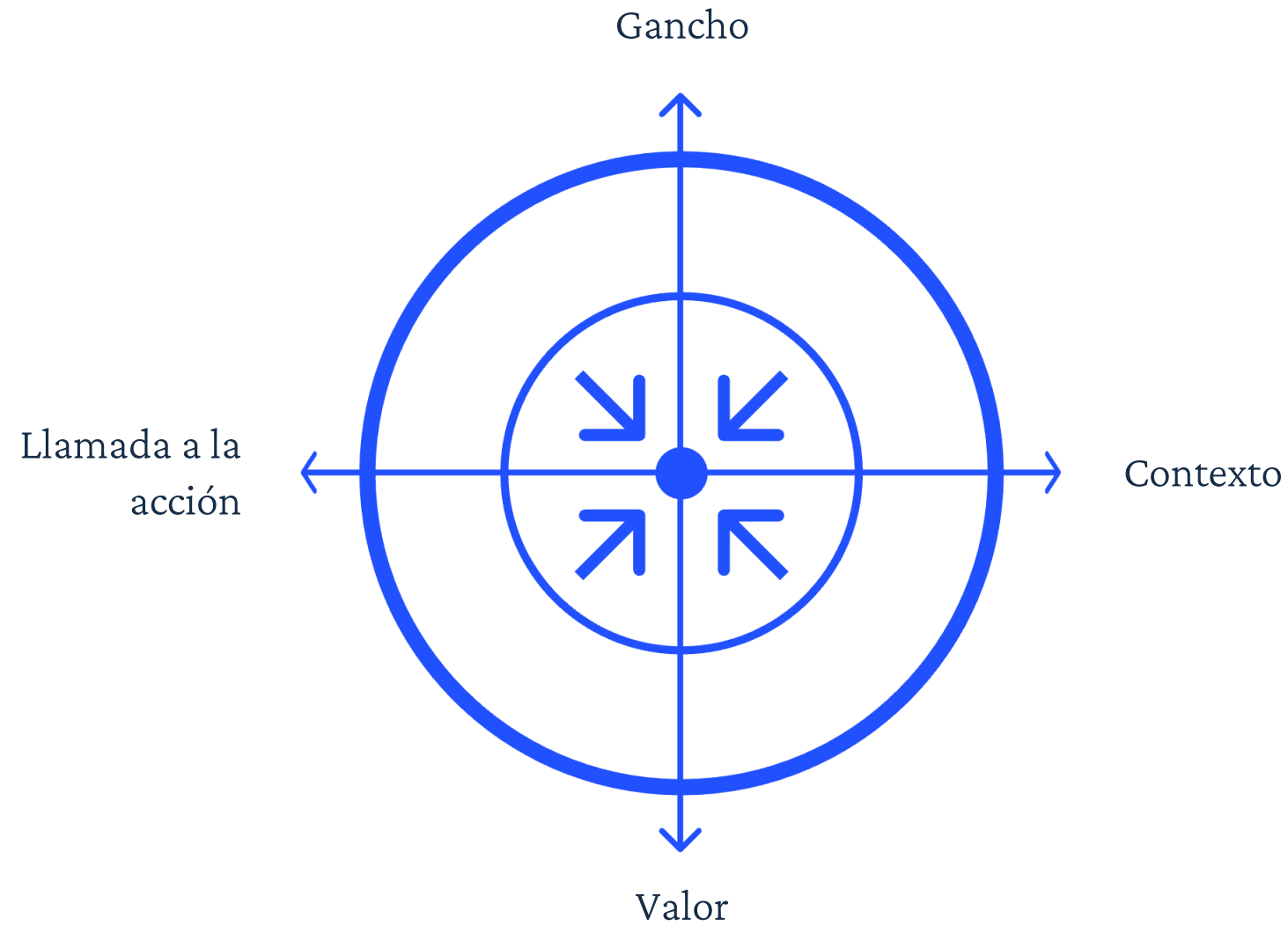
Cuando puedas, comparte resultados de tu trabajo: un proyecto finalizado, un hito alcanzado, un reto superado. Lo que compartes sobre tu trabajo real es tu mejor carta de presentación.



Recursos útiles

Recomienda un libro, herramienta, curso o podcast que te haya ayudado en tu trabajo. Aporta valor inmediato a tu red y te posiciona como alguien que aprende continuamente.

Cómo estructurar un buen post en LinkedIn



El gancho es todo

En LinkedIn solo se ven las primeras 2–3 líneas antes del "ver más". Si esas líneas no enganchan, nadie leerá el resto. Empieza con una pregunta, un dato sorprendente o una afirmación directa.

Formato que funciona

Párrafos cortos (1–3 líneas). Espaciado visual. Sin paredes de texto. Puedes usar emojis con moderación para separar secciones. Termina siempre con una pregunta o invitación.

Networking estratégico: construir red, no coleccionar contactos

Hay una diferencia enorme entre tener 2.000 contactos y tener una red de 500 personas que realmente te conocen, valoran tu trabajo y pueden ayudarte o recomendarte. El objetivo es lo segundo.

1

Identifica

Reclutadores de tu sector, profesionales en puestos a los que aspiras, compañeros de otras empresas

2

Conecta

Con mensaje personalizado, explicando por qué quieres conectar y qué tenéis en común

3

Mantén

Comenta sus posts, felicita logros, comparte su contenido. Las relaciones se nutren con pequeños gestos consistentes

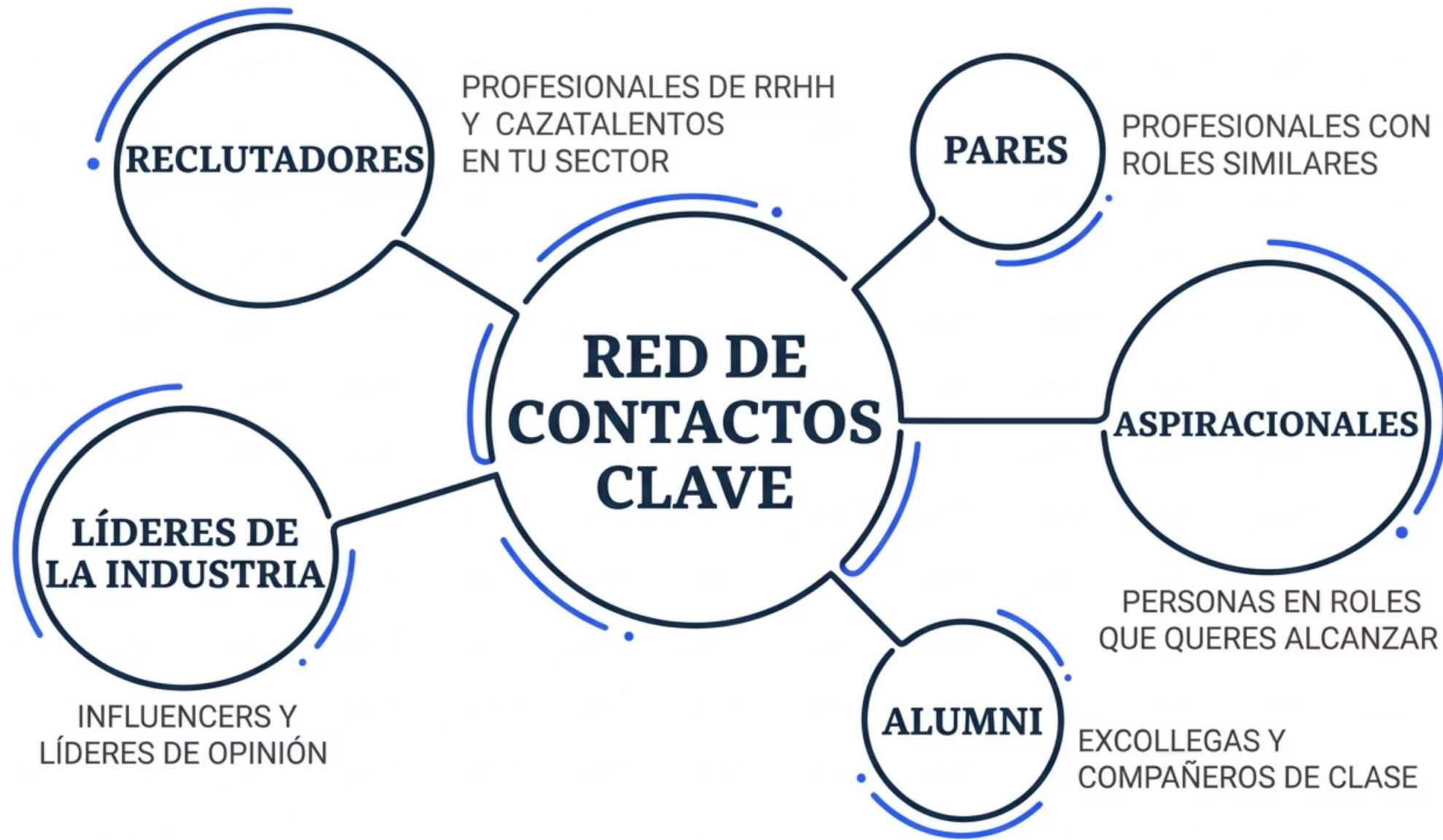
4

Cosecha

A medio plazo, las oportunidades llegan a través de estas relaciones: recomendaciones, avisos de puestos, presentaciones



A quién conectar: tu mapa de red estratégica



No necesitas conectar con todos al mismo tiempo. Empieza por los más accesibles (ex-compañeros, contactos conocidos) y ve ampliando progresivamente hacia reclutadores y referentes de tu sector.

Cómo escribir un buen mensaje de conexión

El mensaje de conexión es tu primera impresión digital. Tiene que ser breve, personalizado y claro en su intención. Nunca uses el mensaje predeterminado de LinkedIn.

1

Preséntate brevemente

Una frase sobre quién eres y qué haces.
No tu vida entera, solo lo esencial para que sepan con quién hablan.

2

Explica el por qué

¿Por qué quieres conectar con esta persona en concreto? Un punto en común, algo que te interesó de su trabajo, o un interés sincero en su trayectoria.

3

Sé concreto y respetuoso

No pidas trabajo directamente en el primer mensaje. El objetivo es conectar, no vender. Si hay interés mutuo, vendrá la conversación.

📄 Ejemplo: "Hola [Nombre], he leído tu artículo sobre [tema] y me ha parecido muy interesante. Yo llevo años trabajando en [área similar] y me encantaría tenerte en mi red. Un saludo!"

Ejemplos de mensajes de conexión que funcionan

Para un reclutador

"Hola [Nombre], veo que trabajas en selección para el sector [X]. Estoy orientando mi carrera hacia [Y] y me encantaría tenerte en mi red por si en algún momento hay un encaje. ¡Gracias!"

Para un referente del sector

"Hola [Nombre], sigo tu contenido sobre [tema] desde hace tiempo y siempre aprendo algo. Sería un placer conectar contigo y seguir leyéndote de cerca."

Para un ex-compañero

"Hola [Nombre], qué alegría ver que sigues creciendo en [empresa/sector]. Han pasado unos años pero guardo muy buen recuerdo de cuando trabajamos juntos. ¡Conectamos!"

Participación activa: estar presente sin agobiar

La actividad regular en LinkedIn no requiere horas al día. Con 15–20 minutos bien invertidos, puedes mantener una presencia constante que genere visibilidad y relaciones de calidad.



El poder de los comentarios en LinkedIn

¿Por qué comentar es más poderoso que publicar?

Cuando comentas una publicación de alguien con muchos seguidores, tu nombre y perfil se muestran a toda su audiencia. Es visibilidad gratuita hacia personas que aún no te conocen.

Un buen comentario puede generar más impacto que una publicación propia, especialmente cuando estás empezando a construir tu presencia.

Cómo comentar bien

- Añade perspectiva propia, no solo "Totalmente de acuerdo"
- Comparte una experiencia relacionada en 2–3 líneas
- Haz una pregunta que prolongue la conversación
- Aporta un dato, recurso o ejemplo complementario
- Nombra a alguien que podría aportar también (con @)

📌 Meta semanal: 3–5 comentarios de calidad en publicaciones de personas influyentes en tu sector.

Más allá de LinkedIn: dónde más construir marca personal

LinkedIn es tu base, pero no tiene que ser tu único canal. Según tu sector y perfil, puede tener mucho sentido tener presencia en otros espacios digitales:

Portfolio digital

Si tu trabajo es visual o creativo (diseño, comunicación, marketing, arquitectura), un portfolio online es indispensable. Herramientas: Behance, GitHub Pages, Notion, Canva Sites.

GitHub

Para perfiles técnicos (desarrollo, datos, ingeniería), GitHub es el equivalente al portfolio: muestra tu código real, tus proyectos y cómo trabajas.

Blog o newsletter

Si tienes conocimiento que compartir en profundidad, un blog o newsletter posiciona tu autoridad en el sector de forma duradera. No necesitas publicar cada semana.

Comunidades online

Slack de tu sector, foros especializados, grupos de Discord o comunidades de práctica. Participar activamente en espacios donde están tus pares genera credibilidad y conexiones valiosas.

Marca personal fuera de lo digital

La marca personal no vive solo en internet. Cómo te comportas en reuniones, cómo tratas a tus compañeros, cómo resuelves problemas difíciles: todo eso construye (o destruye) tu reputación profesional.



Eventos y conferencias

Asistir a eventos de tu sector, aunque sea como oyente, te expone a personas clave y oportunidades que no existen online. Habla con ponentes, intercambia contactos, participa activamente.



Asociaciones y voluntariados

Participar en asociaciones profesionales, proyectos de voluntariado o grupos de trabajo demuestra valores y expande tu red de forma orgánica y con propósito.



Mentoría y aprendizaje compartido

Tanto si eres mentee(aprendiz, memorizado) o mentor, estas relaciones construyen reputación bilateral. Dar ayuda es tan poderoso para tu marca como recibirla.

Tu plan de acción: días 1 a 30

Fase 1 — Construcción de la base

01

Semana 1: Perfil 100% optimizado

Aplica todos los cambios del Módulo 4: foto, titular, "Acerca de", experiencias con logros, competencias ordenadas, configuración de visibilidad activada.

03

Semana 3: Primera publicación

Escribe y publica tu primer post en LinkedIn. Puede ser una reflexión sobre algo que aprendiste, una recomendación de recurso o una historia corta de tu carrera.

02

Semana 2: Activa tu red dormida

Recupera contactos que ya tienes pero con quienes no interactúas. Escríbeles un mensaje breve y genuino. No pidas nada, solo reconecta.

04

Semana 4: Primeras conexiones nuevas

Envía 5–10 invitaciones personalizadas a contactos estratégicos: reclutadores de tu sector, referentes, o personas en puestos que aspiras a tener.

Tu plan de acción: días 31 a 60

Fase 2 — Expansión y ritmo



1

Aumenta la cadencia de publicación

Si publicaste 1 vez a la semana el primer mes, intenta llegar a 2. La clave no es la frecuencia, sino la regularidad. Elige un día fijo para publicar y cúmplelo.



3

Inicia conversaciones privadas

Para las conexiones que ya llevan un mes en tu red: escríbeles un mensaje directo si tienes algo concreto que compartir o una pregunta genuina que hacerles.



2

Consolida el hábito de comentar

Dedica 10 minutos al día (no todos los días) a comentar 2–3 posts de personas relevantes. En 30 días habrás dejado más de 60 comentarios de calidad en tu sector.



4

Pide las primeras recomendaciones

Usando la plantilla del Módulo 4, contacta con 2–3 personas y pídeles una recomendación. Hazlo en este periodo, antes de olvidarlo.

Tu plan de acción: días 61 a 90

Fase 3 — Consolidación y medición

Consolida tus rutinas

- La actividad en LinkedIn ya no se siente como una tarea, sino como un hábito
- Tienes al menos 2 publicaciones propias bajo el cinturón y feedback de tu red
- Tu red activa ha crecido en 30–50 contactos estratégicos
- Has tenido al menos 2–3 conversaciones significativas con personas de tu sector

Mide y ajusta

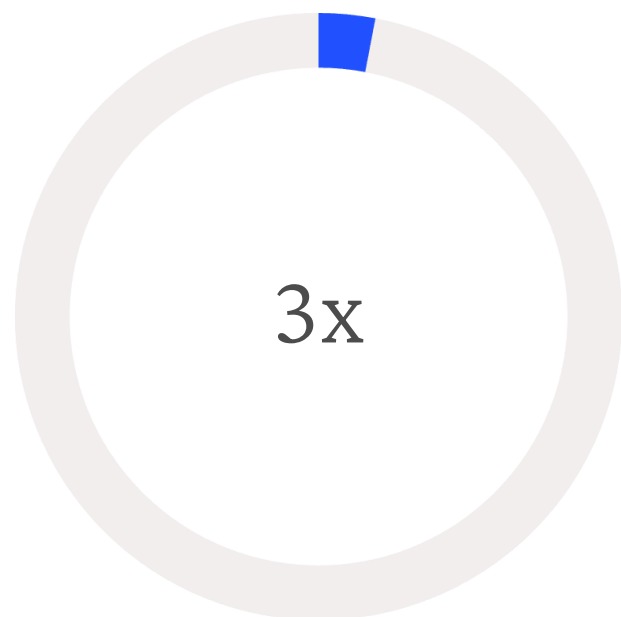
Al final del día 90, revisa:

- ¿Cuántas visitas recibe tu perfil a la semana vs. el día 1?
- ¿Has recibido mensajes de reclutadores o empresas?
- ¿Has sido invitado a algún proceso de selección?
- ¿Qué tipo de contenido ha funcionado mejor?

Con esos datos, ajusta tu estrategia para los próximos 3 meses.

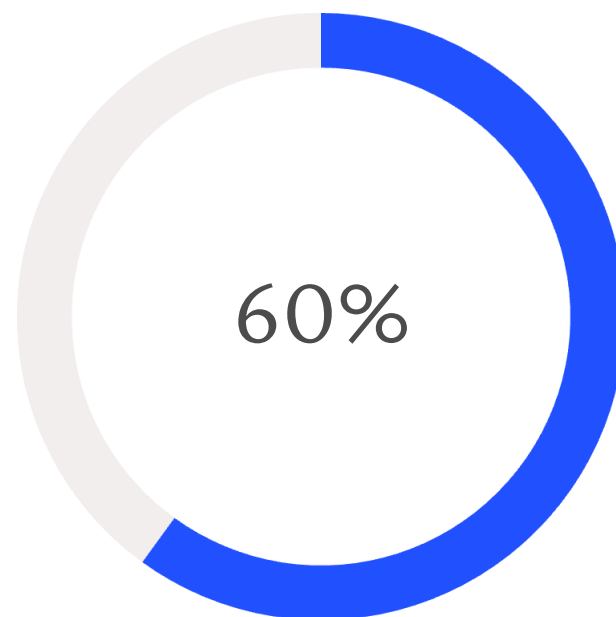
Indicadores: ¿cómo saber si tu marca personal mejora?

No esperes a tener una oferta de trabajo para saber si lo estás haciendo bien. Estos indicadores intermedios te dicen que vas por buen camino mucho antes:



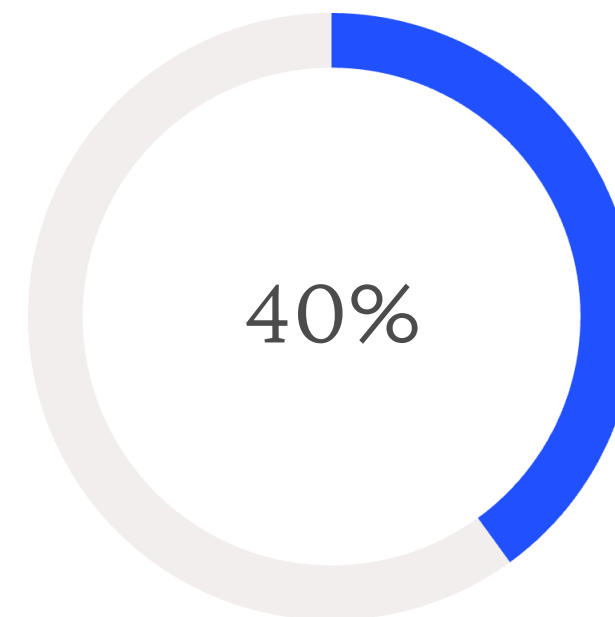
Visitas al perfil

Un perfil optimizado recibe entre 2 y 5 veces más visitas que uno sin trabajar



Mensajes de reclutadores

De los candidatos con perfil activo reciben al menos 1 contacto de reclutador al mes



Más entrevistas

Los candidatos con perfil SSI alto reciben significativamente más invitaciones a procesos

Más allá de los números: ¿la gente comenta tus publicaciones?, ¿alguien te ha dicho "vi que publicaste algo sobre X"?, ¿han llegado oportunidades que no esperabas? Esos son los indicadores cualitativos que más importan.

Errores frecuentes en LinkedIn (y cómo evitarlos)

Perfil incompleto

LinkedIn muestra porcentaje de completitud y los perfiles completos aparecen significativamente más en búsquedas. Rellena todas las secciones, incluyendo formación, idiomas y certificaciones.

Solo conectar, nunca interactuar

Una red que no interactúa contigo no sirve de nada. Necesitas estar presente, comentar, reaccionar. Las relaciones se construyen con consistencia, no con solicitudes de conexión.

Pedir trabajo directamente en el primer mensaje

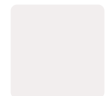
Es el equivalente digital a entrar en casa de alguien y pedirle dinero antes de presentarte. Construye la relación primero, el valor llegará después.

Publicar sin perspectiva propia

Compartir artículos sin comentario no aporta valor ni te posiciona. Siempre añade tu punto de vista: una reflexión, una duda, una experiencia propia relacionada.

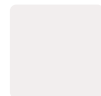
Cómo hablar con reclutadores en LinkedIn

Si un reclutador te escribe por LinkedIn, cómo respondas importa tanto como tu perfil. Aquí tienes las claves para gestionar esas conversaciones de forma estratégica:



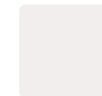
Responde siempre, aunque no te interese

Agradece el contacto y explica brevemente si no es el momento o el tipo de puesto que buscas. Los reclutadores tienen memoria larga. Quedar bien siempre es una inversión.



Pide información antes de comprometerte

No tienes que decir sí o no en el primer mensaje. Pregunta por el puesto, la empresa, el proceso. Así demuestras interés y tomas decisiones con información.



Muestra entusiasmo con criterio

Los reclutadores valoran a los candidatos que saben lo que quieren. Explica qué te interesa del puesto y por qué encaja con tu trayectoria. Eso diferencia al candidato activo del pasivo.

La propuesta de valor en conversaciones de networking

Cuando conectes con alguien nuevo o tengas una conversación de networking, necesitas saber presentarte en 30–60 segundos de forma clara y memorable. Esto es tu elevator pitch profesional.



- ❏ Practica tu elevator pitch hasta que suene natural, no memorizado. La meta no es recitar un guion, sino tener tan clara tu propuesta de valor que puedas adaptarla a cualquier conversación de forma espontánea.

Diseña tu rutina mínima en LinkedIn

La sostenibilidad lo es todo. Una rutina que dure 6 meses es infinitamente más valiosa que una explosión de actividad de 2 semanas. Diseña tu rutina en función de tu tiempo real, no del ideal.

Opción mínima (15 min/día, 3 días/semana)

- Lunes: revisar notificaciones + 1 comentario (5 min)
- Miércoles: publicar o comentar 2 posts (7 min)
- Viernes: revisar analíticas + 1 conexión nueva (8 min)

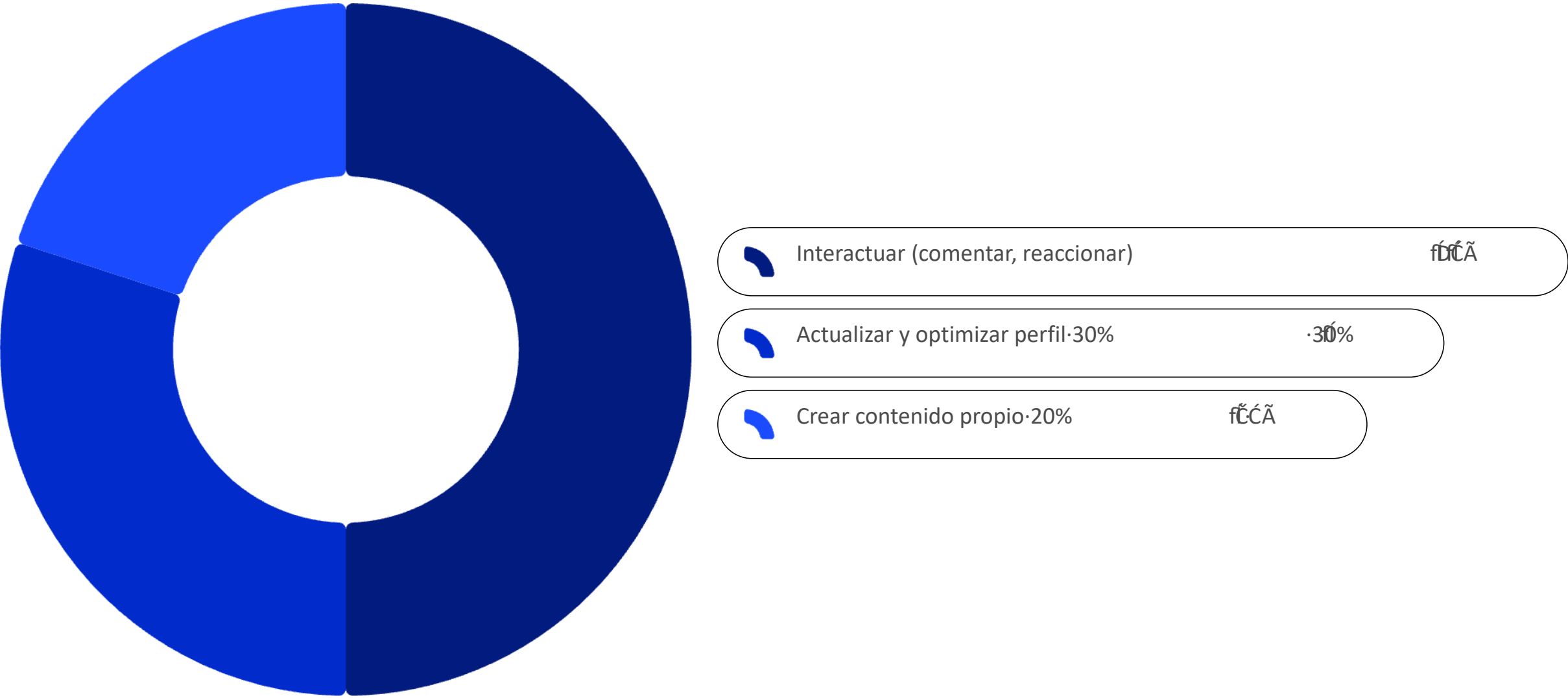
Opción intermedia (20 min/día, 4 días/semana)

- Lunes: revisar + 2 comentarios + 1 conexión
- Martes: publicar contenido propio
- Jueves: comentar 3 posts relevantes
- Viernes: mensajes directos + revisar métricas

Opción avanzada (30 min/día, 5 días/semana)

- Publicaciones 2–3 veces/semana
- 5+ comentarios diarios de calidad
- 2–3 conexiones nuevas cada día
- Conversaciones privadas activas

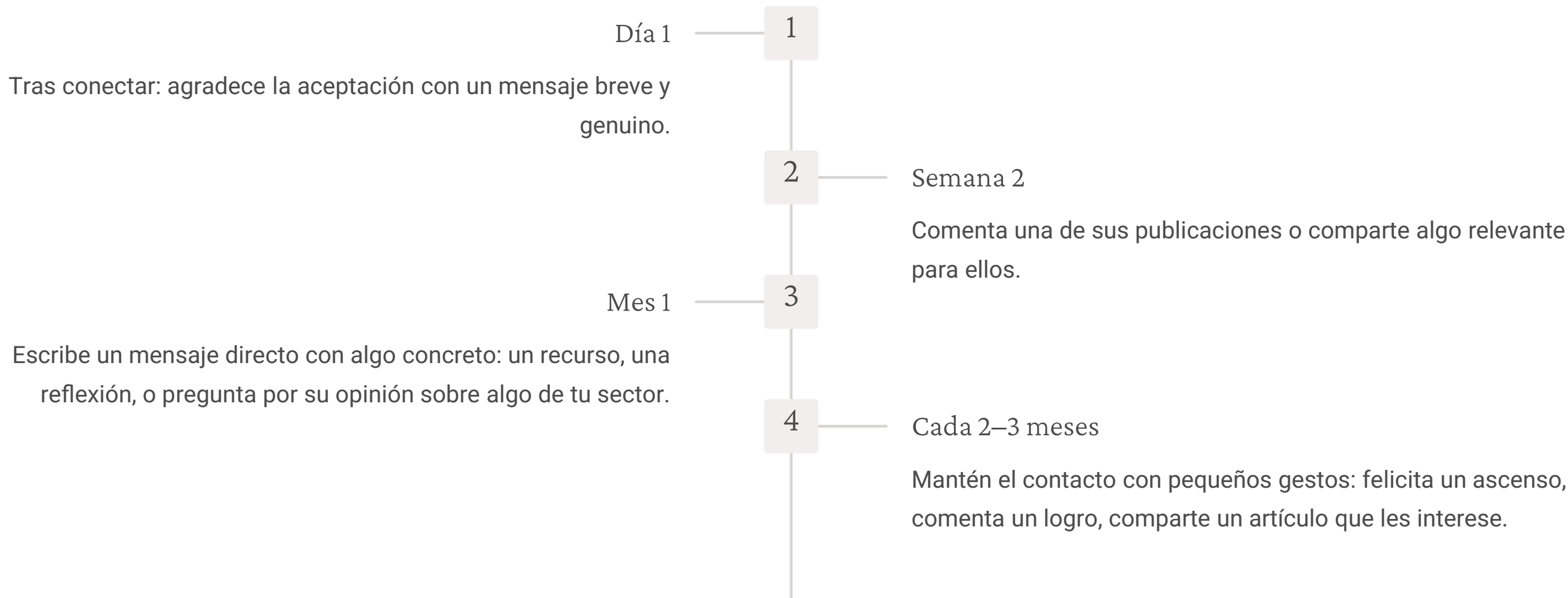
La distribución ideal de tu tiempo en LinkedIn



El 50% de tu tiempo debería ir a interacción: comentar, responder, reaccionar con criterio. Es donde más visibilidad se genera con menos esfuerzo.
El 30% a mantener tu perfil al día. Y solo el 20% a crear contenido propio — porque la calidad importa más que la cantidad.

Cómo dar seguimiento a tus contactos

Una de las habilidades menos practicadas del networking es el seguimiento. Muchas personas conectan, tienen una buena conversación y luego desaparecen. El seguimiento es lo que convierte contactos en relaciones.



Autenticidad: el activo más escaso en LinkedIn

"La gente no se conecta con perfiles perfectos. Se conecta con personas reales que comparten lo que saben, lo que aprenden y lo que les mueve."

LinkedIn está lleno de contenido genérico, inspiracional vacío y "mi empresa es la mejor". Lo que escasea — y lo que más atrae — es la autenticidad: compartir dudas reales, aprendizajes honestos, historias propias.

- ❏ No tienes que compartir tu vida personal. Pero sí puedes compartir la versión profesional de quien realmente eres: tus valores, tu forma de trabajar, lo que te importa. Eso es lo que construye una marca personal duradera.



Actividad: diseña tu estrategia de contenido

Antes de publicar nada, es útil tener un pequeño banco de ideas al que recurrir cuando no sepas qué compartir. Completa este ejercicio ahora:

1

3 temas en los que eres bueno

¿Sobre qué te preguntan tus compañeros?
¿En qué área has acumulado más experiencia o conocimiento? Esos son tus temas naturales de autoridad.

2

3 historias de tu carrera que podrías contar

Un reto que superaste, un error del que aprendiste, un proyecto del que estás orgulloso. Las historias propias son el contenido más auténtico y más compartido.

3

3 recursos que cambiarían algo a tu red

Un libro, herramienta, podcast o método que te ha ayudado en tu trabajo. Recomendarlo es fácil, útil para tu red y te posiciona como alguien generoso y actualizado.

Gestiona tu reputación digital más allá de LinkedIn

Cuando un reclutador o empresa recibe tu candidatura, lo primero que hace es buscarte en Google. Lo que encuentre en esa primera página define cómo llegas a la entrevista.

→ Busca tu nombre ahora mismo

Abre una pestaña de incógnito y busca "[Tu nombre] + [Tu sector]" en Google. ¿Qué aparece? ¿Qué querías que apareciera? La brecha entre esas dos respuestas es tu trabajo pendiente.

→ Controla tu primera página

Tu perfil de LinkedIn debe aparecer primero. Si no aparece, activa la visibilidad pública. Considera añadir otros canales (portfolio, blog) para reforzar tu presencia digital con contenido que controlas.

→ Limpia lo que no quieres que vean

Revisa tus perfiles en otras redes. Privacidad en lo personal, visibilidad en lo profesional. No hace falta borrar nada, pero sí asegurarte de que lo que está público refuerza la imagen que quieres proyectar.

Cómo manejar la búsqueda de empleo con discreción

Si estás buscando empleo mientras trabajas, la visibilidad en LinkedIn debe gestionarse con cuidado. Aquí tienes cómo hacerlo sin comprometer tu situación actual:

Herramientas de privacidad en LinkedIn

- "Open to Work" visible solo para reclutadores (no para tu empresa actual)
- Desactiva "Notificar a tu red sobre cambios en el perfil" antes de hacer cambios grandes
- Configura quién puede ver tu actividad en la red
- Gestiona si apareces en los resultados de búsqueda de personas de tu empresa

Actitud y comunicación

La discreción no significa pasividad. Puedes publicar contenido de valor, conectar con reclutadores y mantener conversaciones sin que nadie de tu empresa lo sepa, si gestionas bien la privacidad.

Y si alguien de tu empresa lo nota: tener un perfil activo y cuidado es señal de profesionalismo, no de deslealtad.

LinkedIn para cambiar de sector o de rol

Uno de los usos más poderosos de LinkedIn es facilitar transiciones profesionales: de sector, de función o de nivel. Pero requiere una estrategia diferente a la búsqueda convencional.



❑ Clave para la transición: no escondas tu historia pasada, reencuádrala. "Vengo de X y eso me da una perspectiva única para Y" es más potente que ignorar de dónde vienes.

La mentalidad del profesional visible

Dar primero. Luego llega.

El networking y la marca personal que funcionan se basan en una mentalidad de abundancia: compartir conocimiento sin esperar recompensa inmediata, ayudar sin llevar la cuenta, conectar personas aunque tú no salgas directamente beneficiado.

Los que dan, reciben más

Las personas que más oportunidades reciben en LinkedIn no son las que más piden. Son las que más aportan: comparten, responden, ayudan, conectan. Esa generosidad construye capital social real.

El largo plazo gana siempre

Una marca personal se construye en meses y años, no en semanas. Los que abandonan en el mes 2 nunca ven los resultados que llegan en el mes 5 o 6. La constancia es la ventaja competitiva más accesible.

La autenticidad es imparable

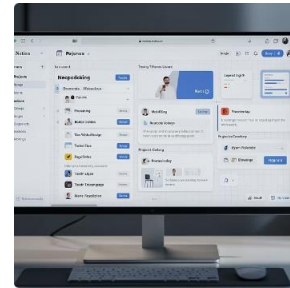
Puedes copiar estrategias, pero no puedes copiar a una persona. Tu historia, tus experiencias, tu forma de ver las cosas — eso es único. Compártelo sin miedo y encontrarás a las personas y oportunidades que resuenan contigo.

Herramientas útiles para gestionar tu marca personal



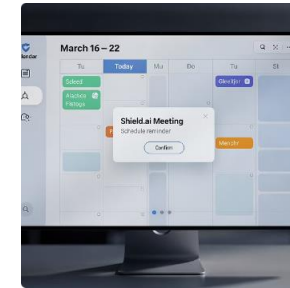
Canva

Para crear portadas de LinkedIn, imágenes para posts y materiales visuales de marca personal. Gratis y sin necesitar conocimientos de diseño.



Notion

Para organizar tu banco de ideas de contenido, llevar el registro de conexiones y gestionar tu plan de acción de 90 días en un solo lugar.



Google Calendar

Para bloquear tus sesiones de LinkedIn en el calendario como si fueran citas inalterables. Lo que no agenda, no ocurre.



LinkedIn Analytics

El panel de analíticas nativo de LinkedIn muestra visitas, impresiones y demografía de tu audiencia. Úsalo para ajustar tu estrategia cada mes.

JOBWINNER Verificador de LinkedIn <https://jobwinner.ai/es/>

Preguntas frecuentes sobre LinkedIn y marca personal

¿Con qué frecuencia debo publicar?

La respuesta honesta: la que puedas mantener durante 6 meses. Es mejor 1 vez/semana durante medio año que 5 veces/semana durante 2 semanas. Empieza con menos y escala cuando sea sostenible.

¿Debo conectar con personas que no conozco?

Sí, con criterio. Si hay un punto en común claro (mismo sector, misma formación, mismo tipo de rol), una invitación personalizada es perfectamente apropiada y generalmente bienvenida.

¿Y si no sé qué publicar?

Vuelve a tu banco de ideas. O simplemente comparte algo que leíste esta semana con una frase de tu opinión. No tienes que tener el contenido perfecto — tienes que tener el hábito.

¿Cuándo veré resultados?

En visitas al perfil, en 2–4 semanas. En contactos de reclutadores, en 1–3 meses. En oportunidades concretas, en 3–6 meses. Los mejores resultados son los que llegan sin que los estés esperando.

Casos reales: qué ha cambiado en otros candidatos

“

María, 34 años — Técnica de RRHH

"Cambié mi titular y reescribí el 'Acerca de' un domingo. El miércoles siguiente recibí el primer mensaje de un reclutador en 8 meses de búsqueda. No podía creerlo."

”

“

Carlos, 42 años — Responsable de Operaciones

"Empecé a publicar una reflexión semanal sobre gestión de equipos. Al mes y medio, el director de una empresa de logística me escribió para proponerme una entrevista. Nunca había aplicado allí."

”

“

Laura, 28 años — Diseñadora gráfica

"Añadí mis proyectos en el portfolio de LinkedIn y empecé a comentar en publicaciones de agencias. En 2 meses pasé de 0 visitas a más de 400 a la semana. Y conseguí mi primer cliente freelance."

”

El perfil de LinkedIn como documento vivo

Un error frecuente es pensar en el perfil de LinkedIn como algo que se hace una vez y se olvida. En realidad, es un documento vivo que debe evolucionar contigo y con tu búsqueda.

Actualizar

Cada vez que completes un proyecto, una formación o un logro relevante, añádelo. No esperes a "tener tiempo".

Crecer

Con cada iteración, el perfil es más fuerte, la red más grande y las oportunidades más frecuentes.



Medir

Revisa las analíticas cada 2–4 semanas. ¿Más visitas? ¿Menos? ¿Qué cambió?

Ajustar

Con los datos en mano, ajusta el titular, el "Acerca de" o la estrategia de contenido para mejorar resultados.

Conecta tu LinkedIn con el resto de tu búsqueda

LinkedIn no es un silo. Es el centro de un ecosistema de búsqueda de empleo que se refuerza a sí mismo cuando cada pieza está bien conectada.



Resumen visual: los 10 mandamientos del LinkedIn eficaz

01	02	03
Foto profesional y portada personalizada La primera impresión visual define si alguien sigue leyendo.	Titular con palabras clave y propuesta de valor Más allá del puesto: rol + especialidad + valor.	"Acerca de" en primera persona con llamada a la acción Cercano, claro y orientado a tu objetivo profesional.
04	05	
Experiencia con logros medibles No funciones, sino resultados: situación + acción + impacto.	Competencias ordenadas por relevancia y validadas Las más importantes arriba, pedidas al menos 2–3 endorsements.	

6. Recomendaciones específicas y recientes

Al menos 2–3 que hablen de cómo trabajas, no solo de que eras "buen compañero".

7. Visibilidad configurada correctamente

Perfil público, "Open to Work" activado, ubicación y sector bien definidos.

8. Actividad regular y consistente

Mejor 15 minutos tres días a la semana durante 6 meses que una maratón de actividad puntual.

9. Red estratégica, no masiva

Conexiones con propósito: reclutadores, referentes, pares, ex-compañeros reconectados.

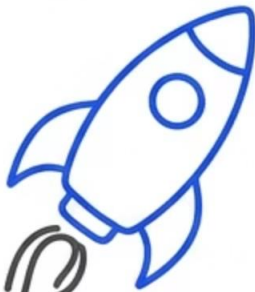
10. Actualización continua

El perfil es un documento vivo. Actualiza, mide, ajusta, crece.

Tu hoja de ruta completa: de hoy a 3 meses

Fase 1 Mes 1: Perfil Optimizado

Reactivar red, primera publicación,
5-10 conexiones estratégicas.



Fase 3 Mes 3: Medir Resultados

Consolidar rutinas, visitas perfil,
mensajes reclutadores, ajustar estrategia.



Fase 2 Mes 2: Más Contenido

60+ comentarios, primeras conversaciones
directas, pedir 2-3 recomendaciones.



Esta hoja de ruta no es rígida: es un punto de partida. Adáptala a tu ritmo, tu sector y tu situación personal. Lo importante no es seguirla al pie de la letra, sino tener un plan y avanzar.

Actividad final: tu compromiso personal

Antes de salir de este curso, escribe tu compromiso. No para nadie más: para ti. Estas tres preguntas te ayudarán a convertir lo que has aprendido en acción real:



¿Qué 3 acciones vas a hacer esta semana?

Sé específico: "Actualizar mi titular", "Publicar mi primer post", "Escribir a dos ex-compañeros para reconectar".
Concretarlo es el primer paso para hacerlo.



¿Cuándo y cuánto tiempo dedicarás cada semana?

Elige días y horarios reales, no ideales.
Bloquéalos en tu calendario ahora mismo, como si fueran reuniones de trabajo.



¿Cómo sabrás en 90 días que ha valido la pena?

Define 1–2 indicadores de éxito: más visitas al perfil, un mensaje de reclutador, una entrevista. Tener un objetivo concreto mantiene la motivación cuando el proceso se hace largo.

Lo que te llevas del curso completo

1



Un plan de visibilidad

Estrategia de 90 días para LinkedIn y networking

2



Un perfil de LinkedIn optimizado

Cada sección alineada con tu objetivo profesional

3



Un discurso preparado

Propuesta de valor, elevator pitch y mensajes de networking listos para usar

4



Una identidad profesional más clara

Sabes quién eres, qué aportas y hacia dónde vas — y sabes cómo comunicarlo



Próximo paso: La diferencia entre quien aprovecha este curso y quien no no es el conocimiento — es la constancia. La teoría ya la tienes. Ahora toca actuar, un pequeño paso cada día.



¡Enhorabuena por completar el curso!

Has llegado hasta aquí, y eso ya dice mucho de ti. Ahora tienes las herramientas, la claridad y el plan para destacar en el mercado laboral con autenticidad y estrategia.



Recuerda

La marca personal no se construye en un día. Se construye con pequeñas acciones consistentes a lo largo del tiempo.



Comparte

Cuéntanos tus avances. Cada pequeña victoria cuenta — y puede inspirar a alguien más en su propio proceso.



Actúa

Abre LinkedIn ahora mismo y haz el primer cambio. El momento perfecto para empezar es siempre hoy.

Hasta la próxima

