

Reset de LinkedIn en 7 días

Para exportadores dominicanos de agro que quieren aparecer frente a compradores internacionales

Reset de LinkedIn en 7 días

Para exportadores agro dominicanos



~1 hora al día · termina el viernes

Antes de empezar

Llevamos cinco meses desde el lanzamiento de DominicanSources, una agencia de inteligencia comercial del lado de los exportadores, y una plataforma de sourcing para compradores internacionales. Gestionamos desde el inbound (cómo los compradores te encuentran) hasta el outbound (identificar compradores con datos aduanales y contactarlos por ti).

Cuando arrancamos no teníamos audiencia en LinkedIn. Cero seguidores, cero engagement, cero idea de qué publicar. Publicábamos cuando se nos ocurría, en formatos que nos parecían bonitos, sin saber si servía o no.

En cinco meses publicamos más de 30 posts, probamos dos campañas pagadas, y medimos cada métrica semana por semana. Algunos posts funcionaron de manera muy específica, otros fallaron por completo. Esta guía es lo que aprendimos haciéndolo desde adentro de la industria agro dominicana.

Qué vas a lograr con esta guía en 7 días

Vas a tener tu Página de empresa lista, tu perfil personal optimizado, y tu primer post publicado siguiendo un ritmo que valida tu cuenta ante el algoritmo de LinkedIn. No es estrategia aérea, son acciones específicas con horarios específicos.

Una cosa importante antes de empezar

LinkedIn es solo una de las palancas para vender. Es una forma más para que cuando un comprador internacional te googlee o le pregunte a ChatGPT por exportadores dominicanos, encuentre evidencia de que existes. Ese es el objetivo: aparecer cuando alguien te busque.

El cierre de ventas pasa después, en WhatsApp, email, o llamada. Esta guía no promete cerrar tu próxima venta en 7 días — promete que tu Página y tu perfil estén listos para que el comprador serio te tome en serio cuando llegue.

DÍA 0

Solo si no tienes Página de empresa todavía

Tiempo: 20 minutos

Si tu empresa ya tiene Página en LinkedIn, salta directo al Día 1.

Si no tienes:

1. Entra a [linkedin.com/company/setup/new](https://www.linkedin.com/company/setup/new)
2. Llena los campos básicos: nombre de empresa, sector (Food Production o Agriculture según tu producto), tamaño (1-10, 11-50, 51-200), tipo (Self-employed o Privately Held), URL del sitio web si tienes
3. Sube tu logo (cuadrado, mínimo 300x300 píxeles)
4. Sube un banner provisional (foto real de finca o planta de empaque)
5. Click "Create Page"

Lo que pongas hoy lo vas a refinar el Día 2. No sobrepienses los campos.

Si no tienes logo profesional, sube algo provisional (texto sobre fondo limpio, puedes hacerlo en ChatGPT o Canva en 5 minutos). Es mejor una Página activa con logo provisional que no tener Página.

DÍA 1

Define tu meta, tu comprador, y haz audit

Tiempo: 30 minutos

Antes de tocar nada, define dos cosas.

1. Tu meta concreta en 90 días

Una sola frase. Ejemplos reales:

- "Que cuando un comprador en Holanda googlee mi empresa, encuentre mi Página y un perfil personal que se vea profesional."
- "Tener mi primer DM de un comprador internacional que llegó por LinkedIn."
- "Que mi equipo comercial pueda mandar la Página de la empresa o mi perfil como tarjeta de presentación y se vea como una operación seria."

No "ser influencer" o "tener 10,000 followers". Metas concretas, terminadas con palabras concretas.

2. Tu comprador objetivo

Tres campos específicos:

- **País o región:** EEUU, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Canadá. Elige 1 o 2 máximo.
- **Tipo de empresa:** Importador-distribuidor, retailer, foodservice, procesador. Elige 1 o 2.
- **Tamaño:** Pequeño (PYME importadora), mediano (distribuidor regional), grande (cadena retail). Elige 1.

Ejemplo: *"Importador-distribuidor, Países Bajos o Bélgica, mediano (entre 10 y 50 empleados)."*

Esto va a anclar todo lo demás. Sin esto, no sabes qué cambiar en tu perfil porque no sabes a quién le estás hablando.

3. Audit screenshot

Saca screenshot de:

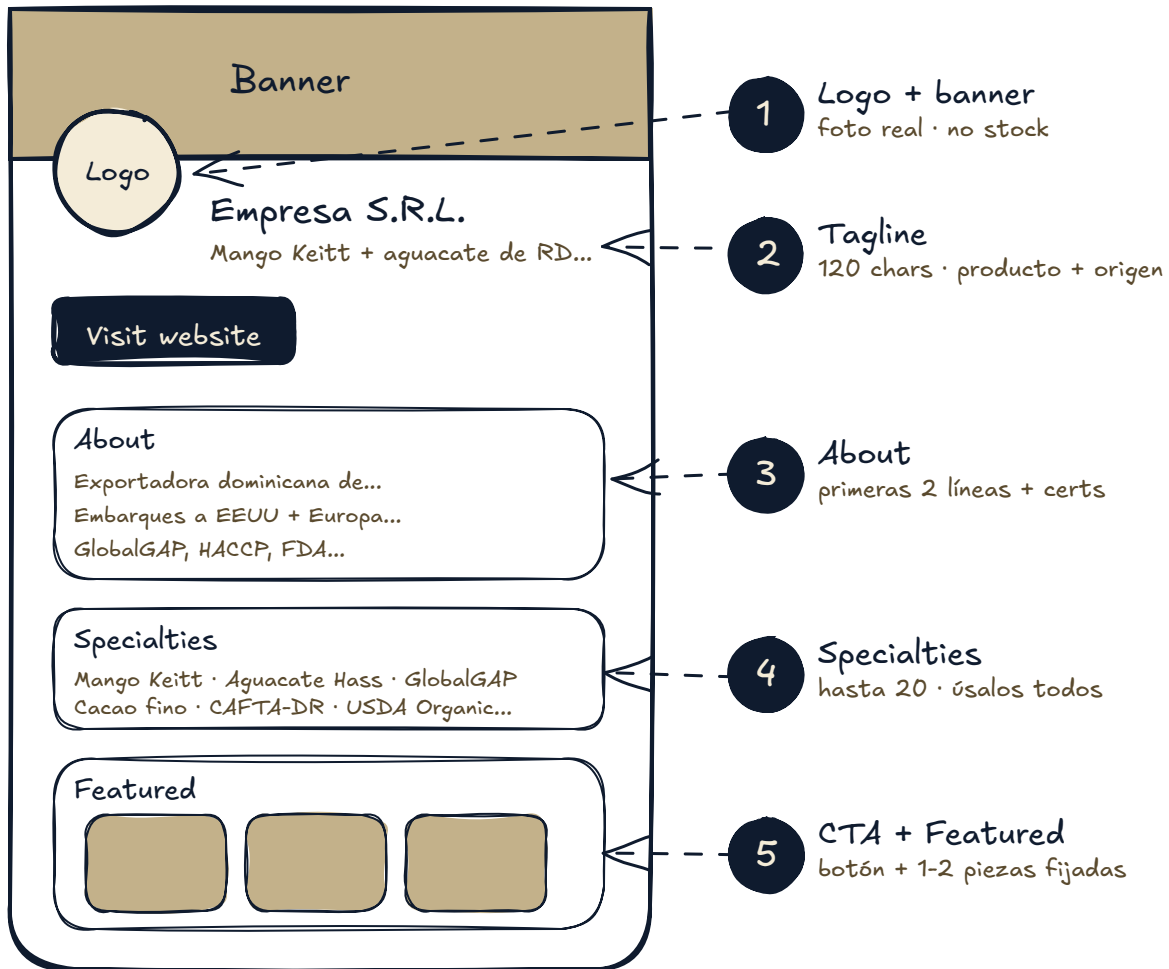
- Tu Página de empresa como la ve un visitante (modo incógnito en Chrome)
- Tu perfil personal como lo ve un visitante (modo incógnito)

Guárdalas. Vas a comparar el viernes.

Fix Página de empresa

Tiempo: 45 minutos

Anatomía: Página de empresa



Cinco arreglos en orden de prioridad.

Arreglo 1 · Logo + banner (10 min)

Logo: alta resolución, fondo limpio. Si tu logo no se lee a 60x60 píxeles (tamaño en feed), no sirve. Mejor un texto limpio sobre fondo claro que un logo borroso.

Banner: foto real de la finca, planta de empaque, o producto en cosecha. Los compradores B2B detectan fotos genéricas en dos segundos y bajan tu credibilidad.

Arreglo 2 · Tagline (5 min)

LinkedIn te deja 120 caracteres debajo del nombre. Combina producto, origen, y diferenciador.

Mal: *"Comprometidos con la excelencia agrícola dominicana."*

Bien: *"Mango Keitt + aguacate Hass de RD. Contenedores completos a EEUU + Europa. GlobalGAP."*

Arreglo 3 · About / Acerca de (15 min)

Reglas duras:

- 1. Las primeras dos líneas** dicen qué exportas, desde dónde, a quién. Esto es lo único que aparece sin que el visitante haga click en "ver más".
- 2. Tu lista de productos con especificaciones.** Si exportas Keitt, dilo. Si exportas calibres 8 al 10, dilo. Los compradores buscan por especificación.
- 3. Certificaciones por nombre completo.** GlobalGAP, HACCP, FDA, IFS, USDA Orgánico, FSVP. Cada cert es una palabra clave por la que un comprador filtra.
- 4. Volumen mensual o capacidad anual.** Descalifica compradores que no encajan, atrae a los que sí.

Plantilla mínima:

[Empresa] es una exportadora dominicana de [productos específicos con variedades]. Embarcamos contenedores completos a [mercados] desde [año]. Manejamos [volumen mensual o anual]. Certificaciones: [lista completa].

Productos:

· [Producto + variedades + calibres]

· [Producto + variedades + calibres]

Contacto: [email] / [WhatsApp]

Arreglo 4 · Specialties (10 min)

LinkedIn te deja hasta 20 specialties. Úsalos todos. Mezcla:

- Productos por nombre + variedad: *Mango Keitt, Aguacate Hass, Cacao fino*
- Términos de comercio: *export, sourcing, B2B produce, container shipments*
- Geográficos: *Dominican Republic, Caribbean, CAFTA-DR*
- Certificaciones: *GlobalGAP, FDA registered, USDA Organic*

Estos son los términos por los que LinkedIn te indexa internamente, y por los que la Inteligencia Artificial te encuentra cuando un comprador les pregunta por exportadores dominicanos.

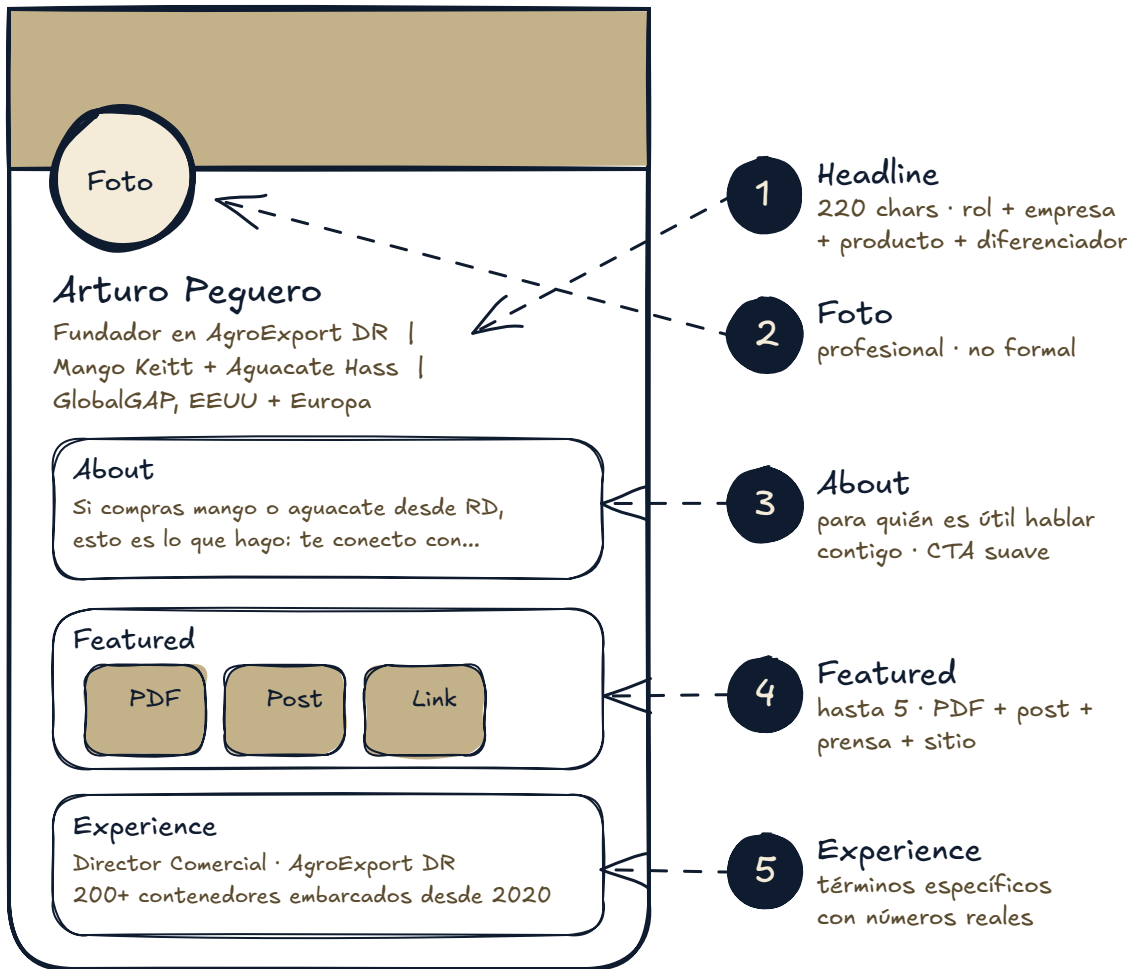
Arreglo 5 - Custom CTA + Featured (5 min)

- **Custom CTA button:** "Visit website" si tienes sitio web. "Contact us" si no.
- **Featured section** (debajo de About): fija 1–2 piezas. Si tienes blog post, ficha de producto en PDF, o video corto de tu planta de empaque, fija eso. Si no tienes nada, déjalo vacío.

Arreglo perfil personal del fundador o dueño

Tiempo: 60 minutos

Anatomía: perfil personal



Por qué este día es más largo que el Día 2:

A menos de 1,000 seguidores, tu Página de empresa es prácticamente invisible. LinkedIn distribuye contenido de Páginas al 5% de tus seguidores en la primera pasada. Los perfiles personales alcanzan 5-10x más feed que las Páginas a la misma escala (análisis del algoritmo de LinkedIn 2026, SocialInsider y GrowLeads).

Tu perfil personal es el motor. La Página es el ancla.

Arreglo 1 · Headline (10 min)

Los 220 caracteres más importantes de tu perfil. Aparecen debajo de tu nombre en cada post, comentario, mensaje, y resultado de búsqueda.

Estructura recomendada:

[Rol] en [Empresa] | [Producto específico] desde [origen] | [Diferenciador]

Ejemplos:

- *Fundador en AgroExport DR | Mango Keitt + Aguacate Hass desde RD | GlobalGAP, embarques a EEUU + Europa*
- *Director Comercial en Cacao Dominicano | Cacao fino de aroma, contenedor completo | Trazabilidad lote-a-finca*

El comprador escanea, no lee. Ve rol, empresa, producto, diferenciador antes de hacer click.

Arreglo 2 · Foto (10 min)

- Profesional, no formal. Foto en planta de empaque o en finca funciona mejor que una foto en saco y corbata.
- Solo tú, no fotos grupales.
- Ojos visibles, sonrisa moderada.

Si tu foto actual es de hace cinco años, cámbiala. Si es una foto social cropeada, cámbiala. Si no tienes ninguna, sácate una hoy con celular contra una pared limpia. Diez minutos.

Arreglo 3 · About / Acerca de (25 min)

Reglas:

- 1. Primera línea:** para quién es útil hablar contigo. No tu biografía. Ejemplo: *"Si compras mango, aguacate o frutas tropicales desde República Dominicana, esto es lo que hago: te conecto con exportadores verificados y manejo la operación comercial. Cinco años en exportación dominicana de agro."*
- 2. Tres bullets concretos,** no párrafos largos:
 - Qué exportas y a qué mercados
 - Volumen, capacidad, certificaciones
 - Cómo trabajar contigo (email, WhatsApp, formulario)

3. Línea final con CTA (call to action, en inglés o llamado a acción) suave: *"¿Buscas un proveedor verificado de RD? Escríbeme directo o agenda una llamada de 15 minutos."*

Lo que NO va:

- Tu CV completo (eso vive en Experiencia)
- Universidad y postgrado (eso vive en Educación)
- "Apasionado por..."
- Frases motivacionales

Arreglo 4 - Featured section (10 min)

La sección más sub-utilizada de LinkedIn. Justo debajo del About te deja fijar hasta 5 piezas.

Qué fijar, en orden de prioridad:

1. Un PDF descargable (ficha de producto, catálogo, caso de cliente)
2. Tu mejor post de los últimos 60 días
3. Link a un artículo de prensa donde te mencionaron
4. Link al sitio de tu empresa
5. Link a recomendación o testimonio si tienes

Si no tienes nada, esta semana es buen momento para crear un PDF: ficha de tu producto principal con 5 datos (variedades, calibres, temporada, certificaciones, contacto). 30 minutos.

Arreglo 5 - Experience (5 min)

Rol actual. Reescríbelo en términos específicos.

Mal: *"Director Comercial. Responsable de ventas internacionales."*

Bien: *"Director Comercial. Exporto contenedor completo de mango Keitt y aguacate Hass a EEUU (Florida, NJ) y Europa (Países Bajos, España). Manejo desde la oferta inicial hasta seguimiento post-embarque. 200+ contenedores embarcados desde 2020. Certificación GlobalGAP renovada anualmente."*

DÍA 4

Tu primer post + el ritual de 60 minutos

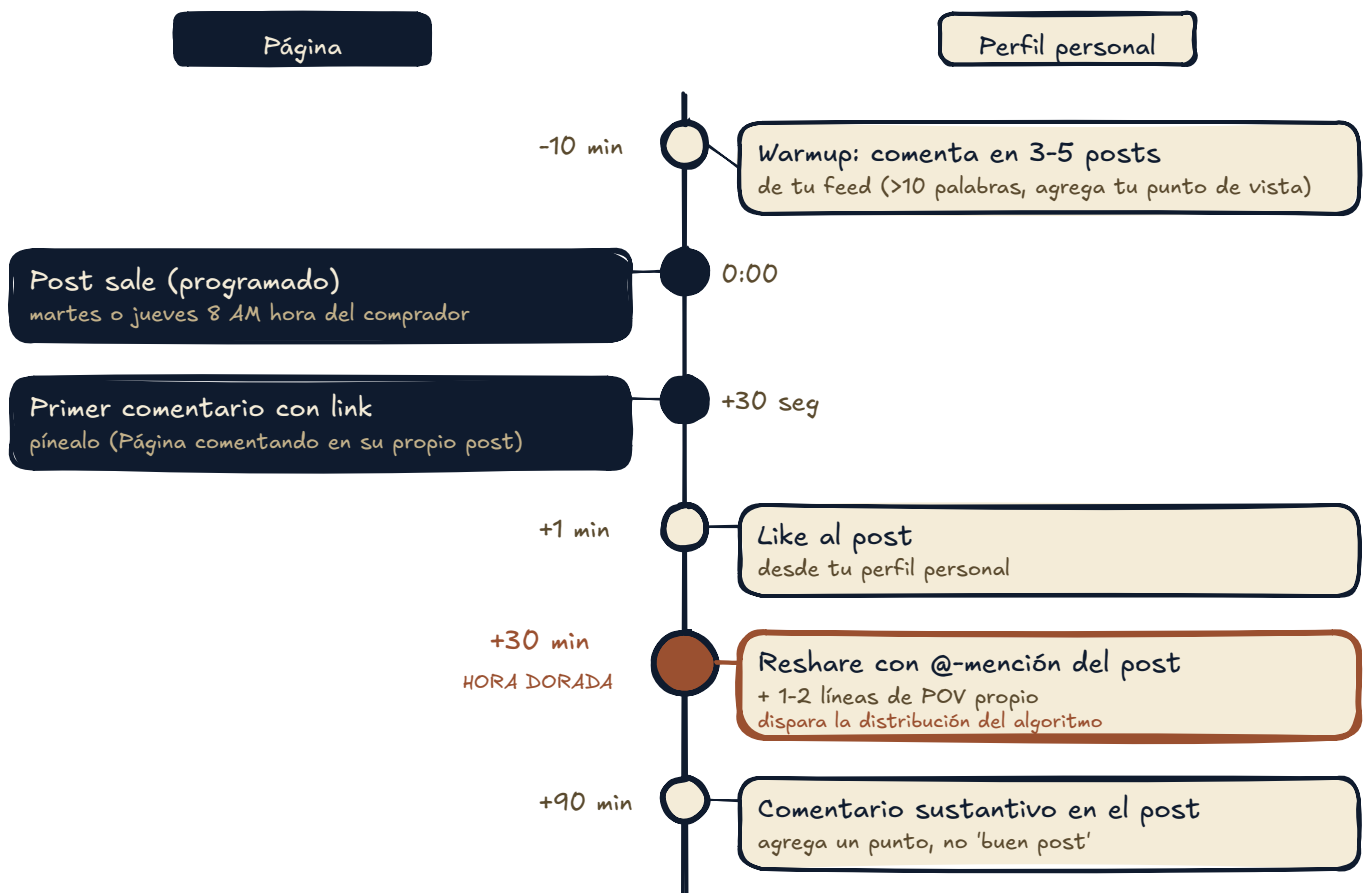
Tiempo: 90 minutos

Este es el día denso.

Por qué: el ritmo de los primeros 60 minutos después de publicar es lo que decide qué tan amplio LinkedIn distribuye tu post. Sin esta secuencia, el post se hunde aunque sea bueno. Con ella, se multiplica 5-10 veces.

Secuencia de 60 minutos

alrededor de cada post de la Página



Paso 1 · Escribe el post (30 min)

Elige UNO de los 3 pilares.

Pilar 1 · Cosecha o temporada en curso (50% de tus posts a futuro):

Esta semana arrancamos zafra de mango Keitt. Calibre 8 al 10. Lista para embarque desde el viernes próximo. Si están construyendo programa para junio, este es el momento.

[foto del lote saliendo de la finca]

Detalles en primer comentario.

Pilar 2 · Tras bastidores (25% a futuro):

Auditoría GlobalGAP renovada esta semana. Tercer año consecutivo. Ningún hallazgo crítico. Para los compradores que estaban esperando este check antes de cerrar programa: estamos listos.

[foto del auditor en la planta o del certificado]

Pilar 3 · La pregunta que tus compradores siempre te hacen (25% a futuro):

La pregunta que más me hacen compradores primerizos de mango dominicano: "¿cuál es la diferencia entre Keitt y Tommy Atkins?"

Tres puntos:

- 1. Pungencia y dulzor: Keitt es más dulce, menos fibroso. Tommy aguanta más viaje.*
- 2. Calibre: Keitt rinde calibres más grandes en RD. Tommy se va más pequeño.*
- 3. Ventana: Keitt es de junio a septiembre, Tommy de marzo a junio.*

¿Qué preguntas faltaron en esta lista? Déjalas abajo.

Elige UNO. No los 3. UNO.

Reglas para escribir:

- 150–200 palabras máximo
- Sin guiones largos (em dashes usados por la IA)
- Espacios entre líneas (LinkedIn castiga párrafos densos)
- 3–5 hashtags al final, no más
- Si tienes link, va en el PRIMER COMENTARIO, no en el post. LinkedIn castiga posts con links externos.

Plantillas para copiar

Los tres pilares en formato listo para llenar. Copia, sustituye los corchetes con tus datos, publica.

Plantilla 1 · Cosecha o temporada en curso

Esta semana [arrancamos zafra / cerramos primer embarque del mes / abrimos ventana de calibre X].

[Producto + variedad + calibre + detalles concretos].

[Disponibilidad: desde cuándo, hasta cuándo].

[Foto del producto en finca o packaging].

Detalles en primer comentario.

#DominicanRepublic #FreshProduce #[producto] #B2BSourcing

Plantilla 2 · Tras bastidores

[Auditoría / certificación renovada / inversión en planta / entrenamiento de equipo / visita técnica].

[Qué pasó concretamente y por qué importa para el comprador].

[Línea sobre disponibilidad o capacidad post-evento].

[Foto del evento].

#DominicanRepublic #[certificación o tema] #FoodSafety #FreshProduce

Plantilla 3 · La pregunta que tus compradores siempre hacen

La pregunta que más me hacen compradores primerizos de [producto]:
"[la pregunta exacta]"

[Respuesta en 3 puntos numerados, 1-2 líneas cada uno]:

1. [Punto]
2. [Punto]
3. [Punto]

¿Otra pregunta que falta en esta lista? Déjala abajo.

#DominicanRepublic #B2BSourcing #[producto] #ImportExport

Paso 2 · Configura el horario

LinkedIn te deja programar posts. No publiques manualmente al azar. Programa para el siguiente martes o jueves a las:

| Mercado primario | Hora de publicar (AST) | Por qué |
|----------------------------------|------------------------|------------------------|
| EEUU costa este | 8:00 AM | Hora local de Miami/NJ |
| EEUU costa oeste | 11:00 AM | Hora local de LA/SF |
| Países Bajos / España / Alemania | 2:00 AM AST (programa) | 8 AM CET en destino |
| Reino Unido | 3:00 AM AST (programa) | 8 AM BST en destino |

Para Europa o Reino Unido: nunca publiques manual a las 2 AM. Escribe el post el día anterior (lunes o miércoles por la tarde) y prográmalo en LinkedIn para que salga solo a la hora correcta. Esto lo soporta el botón de "Schedule post" en el editor de publicación.

Martes y jueves son los días con mejor engagement en el 2026 (8.66% y 5.13% según SocialInsider) versus lunes y viernes (1-2%).

Paso 3 - La secuencia de 60 minutos

Esto es lo más importante de este día. Sin esto, lo de arriba no rinde.

Sigue la secuencia del diagrama arriba. Seis pasos, cuatro de los cuales son desde tu perfil personal y dos desde la Página. La regla mental: **la Página publica, el perfil personal amplifica.**

Por qué cada paso importa:

- **Warmup (-10 min):** LinkedIn lee la actividad reciente de tu perfil personal para decidir cuán amplio distribuye lo siguiente que toques. Diez minutos de comentarios sustantivos antes calientan tu cuenta. Comentarios de una línea ("great post") no cuentan; tienen que agregar punto de vista, mínimo 10 palabras.
- **Primer comentario con link (+30 seg):** los posts con link en el cuerpo pierden distribución. El link va en el primer comentario, pineado por la Página misma.
- **Reshare a los 30 min:** la "Hora Dorada" del algoritmo. LinkedIn decide cuán amplio distribuye un post en los primeros 60 minutos. Una reshare desde tu perfil personal en ese rango es lo que dispara la distribución (un perfil personal alcanza 5-10x más feed que la Página sola).
- **Comentario sustantivo (+90 min):** alimenta al algoritmo con engagement orgánico continuo durante la ventana de evaluación. No "buen post", agrega un punto propio.

Si tu post no tiene esta secuencia, recibe distribución mínima aunque sea bueno. Si la tiene, se multiplica.

Si no puedes hacer toda la secuencia ese día (estás en finca, sin señal, en una reunión): haz solo el **reshare a los 30 minutos** desde tu perfil personal. Es el único paso que de verdad mueve la aguja. El resto son afinaciones. Mejor publicar con reshare-solo que no publicar.

Paso 4 - Mide después

24 horas después de publicar, anota:

- Impresiones (visible en la analítica del post)
- Reactions, comentarios, shares de terceros (sin contar los tuyos)
- Vistas de perfil de tu perfil personal en ese día

Si tienes más de 2% de engagement rate (R+C+S dividido entre impresiones), funcionó. Si no, no pasa nada — el patrón se aprende publicando.

Si tu engagement se mantiene por debajo de 1% después de 4-6 posts: el problema no es la frecuencia, es el formato o el horario. Prueba cambiar de pilar (si vas con cosecha, prueba pregunta-de-comprador; si vas con bastidores, prueba cosecha). O cambia el día/hora (martes a jueves, 8 AM a 11 AM). La señal se acumula a través de varios posts, no aparece en uno.

DÍA 5

Día light: lee 5 perfiles + únete a 3 grupos

Tiempo: 30 minutos

Hoy no publicas nada. Es día de observar y posicionarte.

Paso 1 · Lee 5 perfiles de exportadores (15 min)

Busca en LinkedIn 5 perfiles de exportadores de agro (dominicanos o de otros orígenes tropicales: Perú, México, Colombia, Brasil).

Para cada uno anota:

- Una cosa que hicieron bien que vas a copiar
- Una cosa que hicieron mal que vas a evitar

Esto te da vocabulario que compradores entienden, ejemplos de formato y tono que funciona, y catálogo de errores comunes.

Si tienes tiempo de sobra, conecta con 2–3 de ellos. Mensaje corto: *"Vi tu perfil, exportador de [producto] también desde [país]. Saludos desde RD."* No pidas nada. Conexión profesional. Suma con el tiempo.

Paso 2 · Únete a 3-5 grupos de la industria (15 min)

Los grupos de LinkedIn son un canal sub-utilizado para llegar a compradores que ya están buscando proveedores. Cuando posteas dentro de un grupo, tu post aparece en el feed de todos los miembros, no solo en el de tus seguidores. Para una Página sub-1,000 followers, ese alcance prestado vale más que muchos posts orgánicos.

Cómo buscar grupos: en LinkedIn search, filtra por "Groups" y prueba con keywords como:

- fresh produce · produce buyers · produce sourcing
- tropical fruit · mango · avocado importers · cacao trade
- food import · food sourcing · food procurement
- caribbean trade · latin american export
- Mercados específicos: dutch produce , uk fresh produce , german food trade

Criterios para unirse a un grupo:

- ≥500 miembros (grupos muertos no sirven)
- Posts recientes (revisa que haya actividad en los últimos 30 días)

- Composición de miembros: importadores, distribuidores, buyers (no solo otros exportadores como tú)
- No solo promocional (grupos donde todo el mundo solo se anuncia tampoco sirven)

Algunos grupos relevantes para arrancar (verifica composición actual antes de unirte):

- Fresh Produce Industry Discussion
- Produce Industry Network
- International Food and Agribusiness
- Caribbean Trade & Export Network
- Specialty & Tropical Produce Buyers

Únete a 3–5 hoy. **Solo únete, no postees todavía.** Lee 2–3 posts de cada grupo para entender el tono. Postear sin entender la cultura del grupo es la forma más rápida de ser ignorado o expulsado.

Tu primer post en uno de estos grupos lo programas para la semana 3–4, después de haber observado el patrón.

DÍA 6

Conecta con 10 compradores o exportadores de la industria

Tiempo: 40 minutos

Paso 1 - Envía 10 connection requests (30 min)

Busca en LinkedIn 10 personas que encajan en tu comprador objetivo (definido Día 1).

Usa LinkedIn Search con filtros:

- Title: Procurement Manager, Sourcing Manager, Category Manager, Buyer
- Industry: Food Production, Wholesale Import & Export, Wholesale Retail
- Country: el que definiste Día 1

Para cada uno: connection request con mensaje corto.

Plantilla:

Hola [nombre]. Vi que manejas sourcing de [producto] en [empresa o región]. Exporto [producto] desde RD y siempre busco estar conectado con compradores serios del sector. Saludos.

No trates de vender. No pidas reunión. No mandes catálogo. La conexión sola es el objetivo. El seguimiento llega después de aceptada la conexión, no antes.

LinkedIn tiene límite de ~100 connection requests por semana. **Cadencia realista:** 10/día la primera semana para arrancar tu red, después baja a 5/día sostenido. Diez/día sostenido es agotador y la mayoría de exportadores lo abandona en la semana 3. Mejor un ritmo más bajo que dure 90 días que uno alto que se rompa.

Paso 2 - Invita a tus conexiones aceptadas a seguir tu Página (10 min)

Este paso es el que casi todo el mundo olvida. Cada vez que una conexión nueva acepta, puedes invitarla manualmente a seguir tu Página de empresa. Lo hace el admin de la Página, no tu perfil personal, y es 100% gratis.

Cómo se hace:

1. Entra a tu Página de empresa como admin
2. En el menú lateral izquierdo, busca "Invite connections" (o "Invitar conexiones")

3. LinkedIn te muestra tus conexiones de primer grado que aún no siguen la Página
4. Marca a las que sean relevantes y dale "Invite"

Importante: LinkedIn te da un crédito de invitaciones que se regenera mensualmente (~250 por mes para la mayoría de Páginas). Cada invitación gastada se recupera solo cuando esa persona acepta. Si invitas a alguien que ignora la invitación, ese crédito se queda quemado por 14 días. Por eso solo invita a conexiones que de verdad encajan con tu audiencia objetivo, no a todo el mundo.

Hazlo cada vez que aceptes nuevas conexiones (idealmente cada semana). Es el camino más barato y consistente para crecer la audiencia de tu Página.

DÍA 7

Plan las próximas 2 semanas + analítica básica

Tiempo: 45 minutos

Calendario de 2 semanas

4 posts · martes y jueves 8 AM



Mix recomendado por ciclo de 2 semanas:

2x Cosecha / temporada
50% del mix

1x Tras bastidores
25% del mix

1x Pregunta de comprador
25% del mix

Paso 1 · Programa 4 posts para las próximas 2 semanas (30 min)

Usa los 3 pilares en proporción aproximada:

- 2 posts de cosecha o temporada en curso
- 1 post de tras bastidores
- 1 post de pregunta-que-compradores-hacen

Días recomendados: martes y jueves. Mismo horario que Día 4.

Para cada uno, programa el post completo en LinkedIn (no lo dejes para el día). Eso libera tu tiempo el día de publicar para hacer el ritual de 60 min sin tener que escribir primero.

Paso 2 · Anota tu base (15 min)

Tres cosas a medir cada lunes:

- 1. Followers de Página de empresa** (en Analytics → Visitors)
- 2. Profile views de tu perfil personal últimos 7 días** (en "Who's viewed your profile")
- 3. Posts publicados últimos 7 días + engagement rate de cada uno** (calcula: R+C+S dividido entre impresiones)

Anota en un Sheet, en un cuaderno, donde sea. Lo importante es tener la base. En 30 días vas a ver si subieron.

No te obsesiones con métricas diarias. Los lunes una revisión de 15 minutos, eso es todo.

Día 8 y en adelante

Si llegaste hasta aquí: tu Página y tu perfil personal están listos. Tu primer post está publicado con ritmo. Tienes 4 posts más programados y una base anotada.

El costo de tiempo en estado-estable

Después del Día 7, mantener el ritmo cuesta:

- **~3 horas a la semana** si haces 2 posts con el ritual completo (escribir + programar + secuencia de 60 min x 2)
- **~1.5 horas a la semana** si bajas a 2 posts con solo el reshare a los 30 min (el paso que más rinde)
- **15 minutos los lunes** para anotar tu base (followers, profile views, engagement)

Si esas 3 horas semanales no te cuadran, la opción honesta es bajar a 1 post semanal con ritmo completo (~1.5 hrs) en lugar de 2 posts sin ritmo (que no te van a rendir).

El siguiente nivel

Lo que no cabe en 7 días:

- Configurar tu primera campaña pagada en LinkedIn (**TLA** — Thought Leader Ad, donde se promociona pagado un post desde tu perfil personal; o Sponsored Content desde la Página) con audiencia precisa
- Ritmo sostenido de 2 posts a la semana sin que te cueste el sábado pensar qué publicar
- Captura de leads (Lead Gen Forms, formularios en sitio, sincronización con email)
- Activar a tu equipo comercial para repostear y comentar
- Análisis mensual de qué está funcionando y qué no

Si quieres hacerlo tú mismo, te toma 3–4 meses aprenderlo a fondo. Esta guía te dio el reset; lo demás es práctica.

LINKEDIN SETUP PACK

Si quieres que te lo armemos:

- Auditoría completa de tu Página + perfil personal (la versión profesional de lo que hiciste Día 1)
- Optimización de ambos perfiles con copy hecho por nosotros
- Investigación de audiencia objetivo (qué compradores buscar, en qué países, con qué títulos)
- Identificación de los grupos de LinkedIn donde tus compradores están activos
- Calendario de contenido de 4 semanas con drafts listos
- Configuración + primer test de campaña TLA (Thought Leader Ad)
- Cómo automatizar la creación de contenido con IA
- Playbook de handoff para que sigas tú

Tiempo: 5-7 días · \$100 (tarifa de fundadores por tiempo limitado, \$197 estándar después)

¿Y después del Setup Pack? Si quieres que sigamos manejando el ritmo contigo (publicación, ritual, análisis mensual, gestión de campañas pagadas), ofrecemos un servicio mensual como continuación: **\$80-150/mes** según el alcance. No es obligatorio, pero está ahí si quieres que el ritmo no dependa de ti. Conversamos los detalles durante la entrega.

Escíbeme: info@dominicansources.com · WhatsApp +1-829-383-9472

Si prefieres hacerlo tú mismo con esta guía, perfecto, esa era la idea. La guía por sí sola funciona (lo comprobamos).

Sea cual sea el camino, el día 8 empieza el lunes próximo, no en tres meses.

DominicanSources

Sobre DominicanSources

Somos una agencia de Inteligencia Comercial para exportadores de agro. Manejamos el inbound (hacemos que los compradores te encuentren online) y el outbound (investigación de compradores con datos aduanales, calificación, e introducciones directas).

dominicansources.com · info@dominicansources.com

Reset de LinkedIn en 7 días · v1.0 · mayo 2026 · DominicanSources