

Escuela de Ingeniería Comercial releva en seminario la importancia del Marketing Digital



Para dar a conocer a la comunidad las nuevas herramientas y tendencias del marketing, con ejemplo de empresas consolidadas, la Escuela de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales (Face) de la Universidad del Bío-Bío organizó, a través de académicos y alumnos de segundo año de carrera, el XII Seminario de Marketing Digital: “Un click hacia el futuro del marketing”.

El decano de la Face, Benito Umaña, además de entregar el saludo de bienvenida, destacó y agradeció el trabajo de profesores y estudiantes, así como de los expositores.



Comenzando las ponencias, el publicista y socio fundador de la Agencia de Marketing Digital Adity, Nicolás Barrios, expuso las proyecciones y beneficios del marketing digital en el futuro. “Nos dimos cuenta que el mundo está cambiando, que cada día aparecen cosas nuevas y obviamente tenemos que ir adaptándonos a ello. El marketing digital permite segmentar mucho más a los clientes, y si conozco sus intereses será mucho más efectivo”, sostuvo el profesional.



Instaurando el sello local, el periodista y editor general del diario La Discusión de Chillán, Pedro Vicario, comentó cómo el medio de comunicación fue integrando las nuevas tecnologías al diario, logrando destacados resultados, sobre todo en las redes sociales. “Tenemos nuevos lectores, ya no estaba solamente el lector informado de 50 años, y por lo mismo se tuvo que pensar en tener más movimiento a nivel digital, noticias con distinto enfoque, más videos y galerías de fotos, con lo que llegamos a convertirnos en líderes a nivel local en lo referente a

tráfico web”, explicó el editor del diario creado en 1870.

Para dar término al seminario, se presentó la psicóloga y administradora del Centro Médico MedSalud, Denisse Riquelme, con “Las estrategias de marketing digital para Pymes, los beneficios del marketing de resultados”.



