

NEGOCIOS EN LÍNEA

Los profesionales del Marketing Digital detectan nuevas oportunidades de negocio y proponen soluciones para un consumidor cada vez más exigente y preparado.

ESCRIBE: SUZETTI HANANEL. ILUSTRACIÓN: KELLY VILLARREAL

Si bien el marketing como tal existe hace más de 100 años, la corriente digital se inició en los años noventa. Durante este corto periodo de tiempo, hemos visto cómo se ha transformado gracias a la aparición de las redes sociales y el desarrollo de nuevas y mejores aplicaciones. Ellas, junto a las diversas herramientas digitales que han surgido desde entonces, han cambiado por completo el panorama. Hoy, el marketing digital es clave para la supervivencia de las empresas, dado el contexto

en el que vivimos.

Por ejemplo, el comercio electrónico creció 400% durante los primeros 100 días de la pandemia en el país, según la Cámara de Comercio Electrónico; y AIB Perú declaró que, en Latinoamérica, 4 de cada 10 compras fueron de clientes nuevos.

“Esta coyuntura ha hecho que las empresas aceleren su proceso de transformación digital y se necesitan profesionales que puedan ayudarlas, porque no se trata solo de temas digitales, sino de transformación cultural, de mentalidad ágil y de adop-

ción de nuevos procesos, entre otros”, comenta Edwin Huaynate, docente de la carrera de Marketing de la Universidad de Lima.

ATERRIZANDO LA ESPECIALIDAD

Si eliges estudiar Marketing, primero te prepararás para comprender el entorno general. “Con este entendimiento, los alumnos son capaces de realizar estrategias de marketing digital y cumplir con los objetivos de una organización. El estudiante desarrolla habilidades de investigación, análisis, planificación y eje-



DÓNDE ESTUDIAR

- Pontificia Universidad Católica del Perú
- Universidad Científica del Sur
- Universidad de Lima
- Universidad de Ciencias y Artes de América Latina
- Universidad Esan
- Universidad Privada del Norte
- Toulouse Lautrec
- Universidad San Ignacio de Loyola
- Universidad Tecnológica del Perú

EN LA RED. En marketing digital necesitarás estar muy pendiente de la competencia y de las opiniones de tus consumidores.

NEGOCIOS. El comercio electrónico y los servicios de delivery serán más frecuentes a partir de este año. Los marketeros ponen especial énfasis en este aspecto.



PERFIL DEL ESTUDIANTE

Esta carrera es para ti si:

Eres observador.

Te interesa la tecnología y te gustan las redes sociales.

Te gusta trabajar en equipo.

Eres creativo y curioso.

Te gusta analizar y resolver problemas.

Te interesa aprender sobre el comportamiento humano y entender al otro.

cución de acciones por medio del manejo de herramientas digitales", explica Huaynate.

Además, durante toda la carrera, la creatividad y la capacidad de innovar son estimuladas constantemente. "Se inicia con cursos generadores de ideas basadas en la comprensión de las necesidades de los clientes, como Creatividad General, Creatividad para los Negocios y Design Thinking, para luego generar pruebas y prototipos y, finalmente, aprender a implementar todo esto en las organizaciones", explica Jorge Gil, director académico de Negocios e Innovación de

Toulouse Lautrec.

Cursos enfocados en analítica predictiva, inteligencia artificial, *e-commerce*, analítica de datos, *mobile marketing* y *machine learning* suelen ser parte de la malla curricular. "Sin embargo, nada de esto es efectivo realmente si no entiendes a tu usuario. El marketing digital no solo se trata de hacer publicidad o contenidos en redes sociales, sino de entender las necesidades, problemas y oportunidades del usuario en su mundo digital. Esas son las competencias más relevantes de hoy", sostiene Marco Vidal, director de la carrera de

Marketing e Innovación de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL).

OPORTUNIDADES

En esta especialidad, el puesto que se hizo más popular es el de *community manager*, pero existe una amplia variedad de cargos en los que podrías desempeñarte. Por ejemplo, un director de marketing online se encarga de la gestión de proyectos, y dirige y desarrolla unidades de negocio, mientras que un *social media manager* planifica la presencia en línea de una marca en redes sociales y diseña estrategias publicitarias para diversas plataformas.

Por otra parte, si te gusta analizar y estudiar escenarios y comportamientos del consumidor, quizá te interese ser un analista en marketing digital, que es el encargado de sugerir acciones para realizar campañas de marketing online exitosas. Podrás estudiar la carrera de Marketing y especializarte en lo digital.

“Las oportunidades laborales irán en aumento y se necesitarán profesionales que manejen tecnología, que tengan conocimientos de gestión de productos y servicios, que administren de manera estratégica la marca en medios digitales y más. Puestos como *digital marketing manager* (DMM), *digital marketing specialist* (DMS), *social media manager* (SMM) y *digital*

DÓNDE TRABAJAR

Agencias de marketing y publicidad

Empresas privadas en cualquier sector

Instituciones gubernamentales

ONG y organismos internacionales

Consultorías de comunicación

Asesoría independiente

“LAS OPORTUNIDADES LABORALES IRÁN EN AUMENTO Y SE NECESITARÁN PROFESIONALES QUE MANEJEN TECNOLOGÍA”.

content manager (DCM), entre otros, son oportunidades laborales que las empresas están empezando a demandar con mayor frecuencia”, afirma Huaynate.

Para tener éxito en esta especialidad, es importante entender primero los objetivos de negocio de las organizaciones para poder diseñar e implementar estrategias di-

giales creativas e innovadoras en un contexto en el que el consumidor tiene un gran conocimiento digital.

En la Universidad Tecnológica del Perú (UTP), los estudiantes de esta carrera se preparan para diseñar planes de marketing, usar herramientas tecnológicas digitales, aplicar estrategias en puntos de venta, planear el futuro comercial de una empresa con campañas de posicionamiento y fidelización, así como aprender negocios.

Por otro lado, algunos de los grandes retos de estos profesionales son aprender a filtrar la información valiosa, entender la evolución de los mercados y saber elegir seguir una tendencia o crearla. //

MOTIVACIÓN. Durante la carrera aprenderás a explorar los mercados y satisfacer sus necesidades.

