

Los expertos en Marketing Digital son creativos, tienen capacidad de análisis y pensamiento crítico, se comunican bien y aportan al crecimiento de las organizaciones.

ESCRIBE: MILAGROS VERA COLENS ILUSTRACIÓN: NADIA SANTOS

TU MUNDO ONLINE

“El marketing digital es importante porque permite a las empresas adecuar sus estrategias a los cambios que la tecnología ha generado sobre el proceso de compra, así como multiplicar sus oportunidades de negocios”, explica Yolanda Valle, directora de la carrera de Administración y Marketing de la Universidad ESAN.

Según Valle, por medio de las estrategias y tácticas de esta disciplina se genera interacción entre el cliente y la empresa. Además, se puede posicionar la marca, impulsar un mayor índice de ventas y medir el impacto de sus acciones.

Por ejemplo, la plataforma de hospedaje Airbnb usó canales digitales y el marketing basado en emociones para pro-

mover la marca, llegar a nuevos usuarios, incrementar las reservas, generar 500 millones de visitas a su página web y un aumento de 500% en la actividad de redes sociales.

UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

“Las empresas peruanas de todo tamaño y de casi todos los sectores demandan el uso de canales virtuales para llegar a sus consumidores. Ello porque cada vez son más digitales y la tendencia es que consuman y pasen más tiempo en canales *online*”, asegura David Cruz, docente de la Carrera de Marketing de la Universidad de Lima.

Cruz añade que, según el informe The 2022 Marketing Jobs Report de LinkedIn, Marketing Digital es la profesión de mayor demanda en el mundo y una de las cinco más pedidas y mejor pagadas de Latinoamérica.

Inclusive, se han creado nuevas posiciones relacionadas con esta carrera: gerente de Marketing Digital, especialista en redes sociales, especialista en Optimización de Motores de Búsqueda (SEO) y Marketing de Motores de Búsqueda (SEM), director creativo, redactor de contenido, especialista en UX, especialista en Analítica, etc.

La alta empleabilidad se traduce también en salarios. De acuerdo con el portal Punte en Carrera, un profesional

TU PERFIL

Marca la casilla si tu respuesta es “sí”.

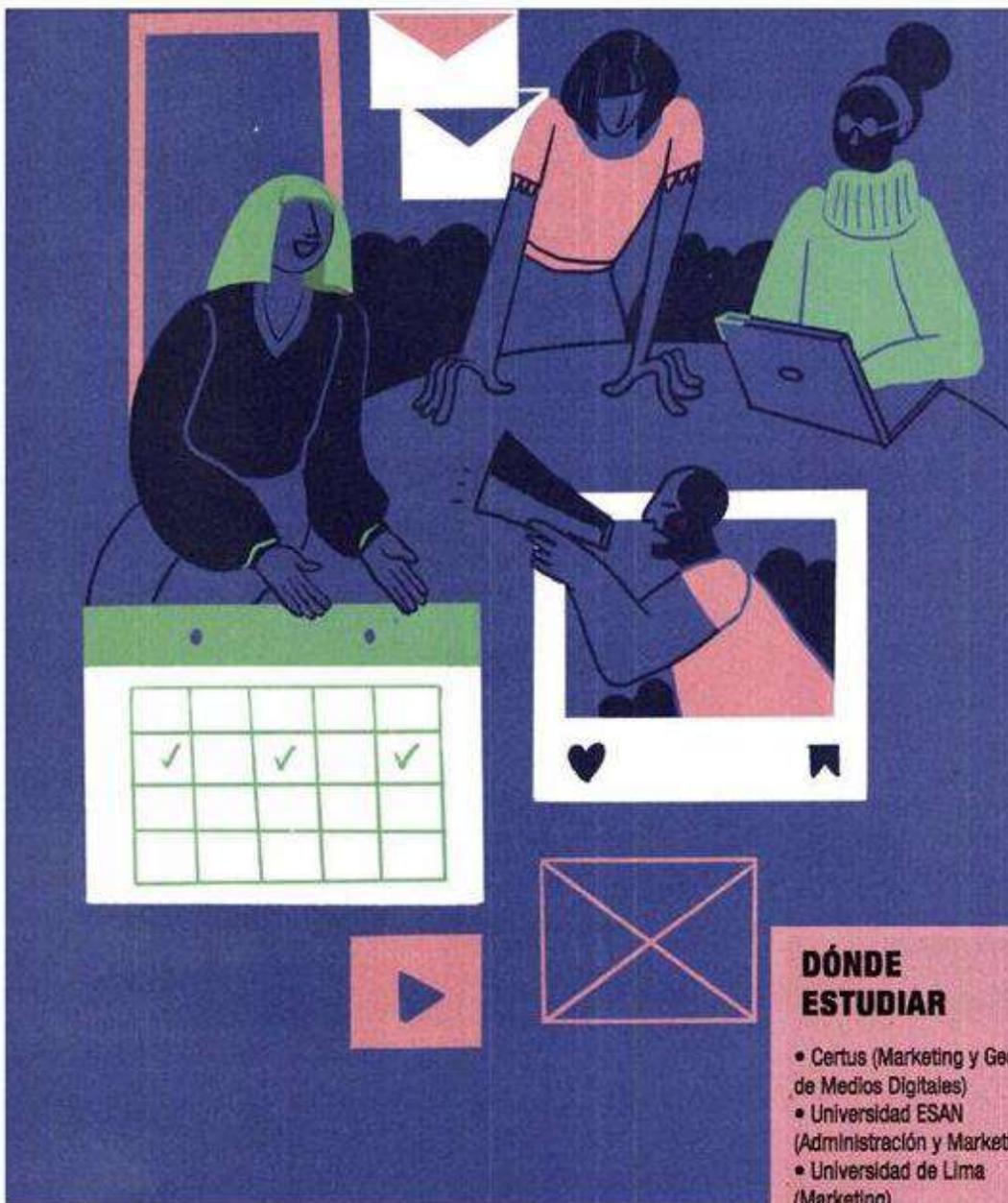
- ¿Eres imaginativo y disfrutas creando cosas nuevas?
- ¿Te interesa la investigación?
- ¿Recopilas y analizas datos para tomar decisiones y resolver problemas?
- ¿Eres comunicativo y sociable?
- ¿Te adaptas con facilidad a los cambios y a los nuevos entornos?
- ¿Cuentas con habilidades de redacción?
- ¿Estás interesado en mantener un aprendizaje constante?

Si respondiste “sí” a la mayoría de estas preguntas, puedes considerar estudiar esta carrera.

EN LA CANCHA.

Los especialistas en marketing digital dominan las estrategias *online*.





de Marketing en el Perú gana S/2.690 en promedio. A mayor *expertise* y capacitación, la cifra se incrementa.

APRENDIZAJE

Freddy Linares, profesor de Marketing de la Universidad del Pacífico, detalla que el curso de Marketing Digital de esta casa de estudios presenta un *toolkit* completo de tecnologías. “A lo largo del semestre, los participantes conocen

no solo el alcance de cada herramienta, sino también su relación con otras aplicaciones y casos de uso”.

El curso asigna a cada equipo de estudiantes una empresa para realizar una auditoría digital. Los participantes recaban información sobre los objetivos y principales problemas de la organización para darle solución con las tecnologías aprendidas en clase.

DÓNDE ESTUDIAR

- Certus (Marketing y Gestión de Medios Digitales)
- Universidad ESAN (Administración y Marketing)
- Universidad de Lima (Marketing)
- Universidad del Pacífico (Marketing)
- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Administración y Marketing)
- USIL

Según Katherine Muñoz, docente de la carrera de Administración y Marketing de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, los estudiantes pueden obtener una mención en Marketing Digi-



MI EXPERIENCIA

Gabriel Kuncar

Egresado de la carrera de Marketing de la Universidad de Lima y jefe de Marketing Digital en BNP Paribas Cardif

“ En BNP Paribas Cardif nos enfocamos en mejorar la *performance* de la venta digital y en la creación de ecosistemas de servicios. A la par, desarrollamos estrategias digitales para generar mayor fidelización. El equipo que lidero incluye a un analista de marketing y cuento con dos agencias que me ayudan con el soporte.

Con la pandemia, las empresas se han visto obligadas a reinventarse. A partir de ese momento, hasta los negocios más pequeños fueron conscientes de la importancia de las herramientas digitales.

Anteriormente trabajé como coordinador de e-commerce en Inca Rail. Me encargaba de mejorar el rendimiento de las plataformas y de posicionar el contenido de la web en motores de búsqueda como Google. La estrategia de marketing digital tenía como objetivo atraer tráfico y mejorar la experiencia de compra de los clientes”.

tal. La cual integra cinco cursos dictados en convenio con Google para conocer las herramientas de marketing digital, marketing de contenidos, e-commerce, mobile marketing y analítica digital. //