



■ Reuniones Maratónicas

Que las reuniones de Sonapesca y sus asociados, a raíz del terremoto y posterior maremoto que afectó a las instalaciones pesqueras, sobre todo en la VIII región, fueron realmente maratónicas. Esto, porque en un principio, la comunicación vía telefónica o celular entre las autoridades de la entidad y los empresarios de esta industria resultó imposible, por la caída generalizada en las redes. De hecho, la recopilación del estado de daño fue poco a poco, mientras se reestablecía lo anterior, la conectividad vial y los suministros básicos. Muchos tuvieron que recurrir a mensajes de texto, correos electrónicos e incluso, recados por Twitter o Facebook.

■ Amnesia de la Concertación

Fue impresionante cómo, en la tramitación del bono-marzo, primera iniciativa legislativa del nuevo Gobierno, los parlamentarios de la Concertación abogaron por la clase media. Habría sido bueno que hubieran mostrado el mismo entusiasmo cuando fueron Gobierno.

Reunión Acalorada

La junta de accionistas de Blanco y Negro, sociedad controladora del club Colo Colo, que fue celebrada el pasado 15 de marzo, puso a prueba la paciencia del director y presidente de la junta, Cristián Varela. Fuera de lo calurosa que se tornó a media mañana la carpa instalada a un costado de la Casa Alba, los ánimos al interior se agitaron. En un principio, los dardos de los accionistas iban en conjunto contra Varela y la empresa, pero al poco andar comenzaron a surgir discrepancias entre los propios accionistas, situación que le demandó un esfuerzo más que mayor al director para poder enfriarla.



MKTWEB — Tres años asesorando a micro y pequeñas empresas en marketing vía internet.

“Llevamos tres años realizando distintas operaciones de mercadeo en representación de nuestros clientes, empleando la red internet como campo de acción. Aprovechamos cada elemento, escenario y posibilidad que la red ofrece”, afirmó Ricardo Arévalo, director ejecutivo de Mktweb.

Enfatizó en la relevancia de internet como plataforma publicitaria y de interacción con el mercado, sobre todo para las micro y pequeñas empresas: “Los gerentes de pequeños negocios o de empresas en su etapa de partida, tienen la posibilidad de realizar diversas acciones, tanto de captación de clientes como de gestión de actuales y potenciales, a costos accesibles en relación a los medios y operaciones tradicionales, retornando la misma tasa de efectividad”.

Señaló algunas operaciones concretas que realizan para sus clientes, que hoy conforman las prácticas más utilizadas: “Como medios promocionales, actualmente aprovechamos las plataformas de búsqueda de información como Google, redes sociales altamente recurrentes como Facebook y la gestión de bases de datos a través de e-mail”.

Por otra parte, “implementamos una serie de elementos sobre la web que permiten a nuestros clientes interactuar con su público. Hemos configurado servicios bien definidos en estas áreas, con propuestas económicas diseñadas para micro y pequeñas empresas. Éstas son las operaciones más demandadas, dado el excelente retorno y la posibilidad de medir resultados al instante y on-line”.

Sobre el futuro, Arévalo es escéptico a quedarse estático frente a los cambios, incluso en el corto plazo. Agrega que es imperativo evolucionar cada día, experimentando y aprovechando las nuevas tecnologías que nacen y se masifican: “La industria de la informática y medios tecnológicos cambia a un ritmo mucho más acelerado que las demás, generando rápida obsolescencia, pero también nuevas oportunidades en cortos periodos de tiempo. Por eso nuestro espíritu se basa en estar alerta y en la rápida adaptación, dando respuesta a la necesidad de nuevos servicios y operaciones, conforme evoluciona la industria”.

