



CAMBIO DE FOLIO

Diario El Día conmemora 82 años apostando a las nuevas tecnologías

Este martes, en dependencias de El Día, se realizó la simbólica celebración del cambio de folio con todos los funcionarios de la casa periodística y el equipo directivo presentes. En la instancia se lanzó además, la estrategia 2026-2030 que apunta a reconfigurar la manera en que el medio se relaciona con su audiencia.



Imagen del equipo que hace posible que hoy, El Día, llegue a todos los rincones de nuestra región.

CRISTIAN SILVA

FRANCO RIVEROS B. La Serena

Este martes, Diario El Día realizó la tradicional ceremonia de cambio de folio, con lo que festejó sus 82 años de trayectoria periodística. En un acto sencillo, pero a la vez significativo, estuvieron presentes todos los funcionarios que hacen crecer con su esfuerzo al medio.

En la ocasión, el director y gerente general, Francisco Puga Medina, resaltó la historia del matutino, que ha superado las 29.612 ediciones impresas y se ha fortalecido en las distintas plataformas en que está presente.

En la oportunidad, asimismo, se lanzó el concepto de omnicanal del

Grupo El Día, el que incluye a todas sus empresas asociadas. "El mensaje es claro: hoy tenemos que avanzar hacia una lógica multiplataforma. Nuestro medio es líder indiscutido en la región y también en la zona norte", destacó.

"Así lo reflejan nuestras audiencias y métricas: las personas que ingresan a nuestra web, interactúan en redes sociales, comparten contenidos por WhatsApp, reciben el diario por correo o compran el diario impreso en kioscos. También están quienes están suscritos y lo reciben todos los días en la mañana en sus casas, lo que hoy es un verdadero lujo", agregó.

En esa línea, sostuvo que "contamos con un vínculo muy fuerte con

nuestra audiencia, lo que tiene un enorme valor. Queremos proyectarnos hacia el futuro no solo desde el papel, sino desde una propuesta multiplataforma".

En cuanto a los desafíos para el periodo 2026-2030, explicó que éstos se estructuran en cuatro pilares. En primer lugar, la creación de un "hub de información", una especie de "isla de contenidos" desde donde se distribuirá la información hacia todas las plataformas.

Segundo, el desarrollo de un "brand content", con el objetivo "de contar historias para nuestros clientes y posicionarlos en sus audiencias". Además, figura el fortalecimiento del área de imprenta, con la producción

de ediciones especiales, revistas y otros trabajos impresos.

A lo anterior se suma el área de experiencias, "donde buscamos conectar con nuestra audiencia a través de iniciativas como desayunos con compromiso regional, ferias inmobiliarias y ferias laborales", puntualizó.

Por su parte, Lucía Díaz, editora general de Diario El Día, aseguró que "cumplir 82 años no solo refleja nuestra historia, sino también nuestra capacidad de evolucionar. Hemos crecido, diversificado nuestras plataformas y logrado conectar con nuevas audiencias, manteniendo siempre el compromiso con un periodismo cercano, riguroso y al servicio de la comunidad".