

La importancia del Marketing Digital y el Diseño Gráfico en la era digital: un enfoque hacia la interacción de Estudiantes y el Mercado Empresarial en la ciudad de Sucre

Autor

Lic. Gerson Dajalma Ayala Rivamontán

Instituto de Investigaciones del Hábitat, Facultad de Arquitectura y Cs. del Hábitat, Universidad de San Francisco Xavier, Carrera de Arte y Diseño Gráfico.

Introducción

En la actualidad, el entorno empresarial se encuentra inmerso en un contexto altamente competitivo a nivel global, donde la adopción y uso efectivo de estrategias de Marketing Digital se ha vuelto fundamental para el éxito de las organizaciones (Ahmad et al., 2016). El Marketing Digital se refiere a la utilización de internet, tecnologías digitales y medios en línea como plataformas para conectar con el mercado objetivo, promover productos y servicios, así como construir y mantener relaciones con los clientes (Kim & Ko, 2012) (Appel et al., 2020).

El mundo digital ofrece una serie de ventajas y oportunidades para las empresas, ya que permite llegar a audiencias masivas y segmentadas de manera más precisa y efectiva (Chauhan & Pillai, 2013). Las tecnologías digitales han revolucionado la forma en que las empresas se comunican con sus clientes, brindando la posibilidad de interactuar de forma bidireccional, personalizada e instantánea (Chang et al., 2015). El marketing digital abarca diversos canales y medios, como sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles, correos electrónicos, publicidad en línea, entre otros, que permiten a las organizaciones llegar a su mercado objetivo de manera más directa y eficiente (Appel et al., 2020) (Rodrigues et al., 2023).

El entorno de la ciudad de Sucre, no ha sido ajeno a estos efectos, ya que se han generado en las nuevas generaciones, cambios comportamentales, desde un punto de vista de usuarios digitales, lo que ha generado la necesidad de comunicar visualmente de una manera más estructurada y estratégica, las ofertas de productos y servicios, en un entorno digital, como son las Redes Sociales.

Contexto

El marketing digital hoy en día, no podría sobrevivir sin diseño gráfico, ello resume la importancia del diseño gráfico para la consecución de estrategias y objetivos planteados por las organizaciones. Actualmente vivimos en un entorno competitivo para las empresas a nivel global, y el entorno empresarial de la ciudad de Sucre no es ajeno a esta realidad; como en todo cambio, siempre existen individuos u organizaciones afectadas, en este caso, los medios de comunicación tradicionales como la radio, la prensa y la televisión han sufrido el impacto de la migración a nuevas tecnologías como

parte del avance de medios digitales (atraves del internet)(Salem & Salem, 2021).

Por ello hoy en dia, por la efectividad con la que se puede seleccionar y segmentar al mercado al cual que se quiere llegar, a cobrado gran importancia, en los medios digitales, estando el mercado mas de 3 horas al dia conectados a medios digitales, principalmente las Redes Sociales(Melo & Statista, 2023).

Tomando en cuenta lo mencionado, y considerando la formacion profesional competitiva y con experiencias que desamos consolidar en los estudiantes; en el marco de generar Proyectos de Extensión e interacción, la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca, a través de la carrera de Arte y Diseño Gráfico, dependiente de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat, se ha logrado consolidar convenios, con empresas lideres en sus rubros, como la Time & Coffee (empresa dentro del rubro cafetero) y el Instituto Gastronómico de las Americas (IGA) en su feria de emprendimientos FIGA, mismo que tiene proyeccion Nacional.

Ambas organizaciones expresaron su la necesidad de generar estrategias de marketing digital, a traves de composiciones graficas y audiovisuales, para conectar con su publico por medio de redes sociales.

Los estudiantes de la carrera de Arte y Diseño Gráfico, como parte de la interaccion con las empresas, generaron propuestas graficas y audiovisuales, como resultado de una evaluacion del entorno de cada organizacion, aplicando metodologias inductivas y analiticas, que le permitieron concluir con un analisis FODA, y estos resultados les permitieron determinar claramente las principales necesidades visuales y de comunicaci3n, que debian generar para sus medios digitales.

Como resultado de la interaccion, se obtuvieron resultados muy satisfactorios para las organizaciones, como los que se ven a continuacion:



Fuente: Propuestas de estudiantes de Arte y Diseño Grafico para RRSS

Las actividades fueron desarrolladas por equipos de trabajo, elegidos aleatoriamente, y aplicando la metodologia de design thinking como proceso de trabajo que ayuda a los equipos a desarrollar su creatividad, misma que logro desarrollar ideas innovadoras siguiendo un proceso en sus cinco etapas: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, dentro de las propuestas que fueron generando.



Fuente: Propia, fotografías Feria de Emprendimientos Gastronomicos FIGA

El beneficio principal fue para los estudiantes, que tras la experiencia vivencial concluyeron que es necesario que se conozca al cliente con el que se va a trabajar, entender cual es la necesidad de comunicación, estudiar a la competencia y habiendo analizado los antecedentes de comunicación se pudieron establecer los objetivos y premisas de diseño.

Por lo tanto el diseñador gráfico tiene como deber establecer un estilo visual que sea novedoso y logre impactar al usuario (mercado meta) de acuerdo al perfil que tenga este y que debeir alineado de los valores e identidad que quiera proyectar la empresa.



Fuente: Propia, fotografías Visita y explicacion Time & Coffe

Conceptos

El Marketing Digital, es una disciplina del marketing que se enfoca en la promoción y comercialización de productos y servicios utilizando medios digitales. Se basa en la utilización de canales en línea, como sitios web, redes sociales, motores de búsqueda, correos electrónicos y aplicaciones móviles, para establecer una comunicación efectiva con el mercado objetivo (Ahmad et al., 2016). El objetivo principal del marketing digital es atraer, involucrar y retener a los clientes, así como fomentar la lealtad a través de estrategias y tácticas específicas adaptadas al entorno digital (Rodríguez Estrada & Davis, 2015).

El Diseño Gráfico, es una disciplina creativa y visual que implica la creación y combinación de elementos visuales, como imágenes, tipografías, colores, formas y símbolos, para comunicar mensajes de manera efectiva. En el contexto del Marketing

Digital, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental al permitir la creación de una identidad visual coherente y atractiva para una marca, producto o servicio. A través del diseño gráfico, se busca generar conexiones emocionales y captar la atención del público objetivo, transmitiendo de manera clara y atractiva los valores, mensajes y propuestas de una organización (Rodríguez Estrada & Davis, 2015).

La relación entre el Marketing Digital y el Diseño Gráfico, son dos áreas que están estrechamente interrelacionadas y se complementan entre sí en el contexto de la comunicación y promoción en línea (Mitrović et al., 2020). El diseño gráfico desempeña un papel crucial en el marketing digital al permitir la comunicación visual efectiva y atractiva en los diferentes canales y medios digitales (Chauhan & Pillai, 2013).

El diseño gráfico en el marketing digital se centra en la creación de elementos visuales que captan la atención del público objetivo, transmiten los mensajes clave de la marca o producto, y generan una conexión emocional con los clientes potenciales (Kim & Ko, 2012). Esto incluye el diseño de logotipos, imágenes para redes sociales, banners publicitarios, infografías, interfaces de usuario de aplicaciones móviles y sitios web, entre otros.

El diseño gráfico también desempeña un papel importante en el desarrollo de una identidad de marca sólida y coherente en el entorno digital (Rowley, 2004). El diseño de un logotipo distintivo, la selección de una paleta de colores y tipografías consistentes, y la creación de elementos gráficos que reflejen la personalidad y los valores de la marca, son aspectos cruciales en la construcción de una identidad visual sólida en el marketing digital.

Además, el diseño gráfico también influye en la experiencia del usuario en los diferentes canales y medios digitales (Kapoor et al., 2018) (Akram et al., 2022). El diseño de interfaces intuitivas y atractivas en sitios web y aplicaciones móviles, por ejemplo, contribuye a mejorar la usabilidad y la satisfacción del usuario, lo que a su vez impacta positivamente en la percepción de la marca y en la generación de conversiones y ventas.

La relación entre el marketing digital y el diseño gráfico va más allá de la estética visual. El diseño gráfico también se utiliza estratégicamente para destacar los puntos fuertes de un producto o servicio, diferenciarse de la competencia y transmitir información de manera clara y efectiva. Mediante el uso de elementos visuales como gráficos, infografías y visualizaciones de datos, se puede simplificar la comunicación de información compleja y hacerla más accesible y comprensible para el público objetivo.

Reflexión

La interacción entre los estudiantes de Arte y Diseño Gráfico y las empresas involucradas en el estudio ha brindado una invaluable oportunidad de aprendizaje y aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el ámbito académico.

A través de este proceso de colaboración, los estudiantes han podido experimentar de primera mano los desafíos y oportunidades que surgen al enfrentarse a proyectos reales en el campo del marketing digital, con empresas e instituciones de la ciudad de Sucre.

La participación en la creación de propuestas gráficas y audiovisuales para las empresas ha permitido a los estudiantes poner en práctica los conceptos teóricos aprendidos en el aula, al tiempo que han desarrollado habilidades técnicas y creativas. Han tenido que analizar el entorno de cada organización, comprender las necesidades de comunicación y diseñar soluciones visualmente atractivas y efectivas para llegar al público objetivo.

Asimismo, la interacción con las empresas ha permitido a los estudiantes comprender la importancia de la investigación y el análisis previo para establecer los objetivos y premisas de diseño. Han tenido que estudiar a la competencia, analizar antecedentes de comunicación y considerar los valores e identidad que las organizaciones desean proyectar. Este enfoque basado en la investigación y la estrategia ha fortalecido su capacidad para tomar decisiones fundamentadas y crear diseños que cumplan con los objetivos planteados.

La interacción de los estudiantes de Arte y Diseño Gráfico con las empresas ha sido una experiencia enriquecedora que ha permitido la aplicación práctica de los conocimientos académicos y el desarrollo de habilidades clave para el campo del marketing digital. Han tenido la oportunidad de enfrentarse a desafíos reales, trabajar en equipos multidisciplinarios y aplicar metodologías de trabajo innovadoras.

Esta experiencia ha contribuido significativamente a su crecimiento personal y profesional, preparándolos para enfrentar los desafíos del mercado laboral y brindándoles una ventaja competitiva en su futura carrera.

Conclusión

La colaboración entre los estudiantes de Arte y Diseño Gráfico y las empresas en el campo del marketing digital ha arrojado resultados académicos y de experiencia altamente satisfactorios. A través del desarrollo de propuestas gráficas y audiovisuales, los estudiantes han logrado cumplir con los objetivos y necesidades de comunicación de las organizaciones involucradas, generando un impacto positivo en su presencia en línea y en la conexión con su público objetivo.

El análisis del entorno de cada empresa y la aplicación de metodologías de trabajo han permitido a los estudiantes comprender a fondo los desafíos y oportunidades del marketing digital en el contexto específico de cada organización. Han desarrollado habilidades para identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, comprender las tendencias del mercado y diseñar estrategias visuales efectivas.

Los resultados obtenidos demuestran la importancia del diseño gráfico en el marketing

digital. Los estudiantes han logrado crear propuestas gráficas y audiovisuales que han generado un impacto positivo en la imagen de marca, la visibilidad en línea y la conexión con el público objetivo. Han utilizado de manera estratégica elementos visuales, como colores, tipografías, imágenes y símbolos, para transmitir mensajes claros y atractivos que refuerzan la identidad corporativa de las empresas.

Además, el trabajo en equipos ha demostrado ser fundamental para el éxito de los proyectos. La colaboración entre estudiantes con diferentes habilidades y perspectivas ha permitido enriquecer las propuestas con ideas innovadoras y soluciones creativas. La aplicación de metodologías como el design thinking ha impulsado la generación de ideas, la exploración de múltiples enfoques y la creación de prototipos que luego se han evaluado y refinado.

Desde el punto de vista académico, esta experiencia ha fortalecido la formación de los estudiantes en diversas áreas. Han adquirido conocimientos sólidos en marketing digital, comprendiendo su importancia en el entorno empresarial actual y dominando las estrategias y herramientas necesarias para su implementación. Han desarrollado habilidades en diseño gráfico, dominando los principios de composición, el uso de software especializado y la creación de elementos visuales impactantes.

Además, los estudiantes han adquirido habilidades de investigación y análisis, aprendiendo a comprender las necesidades y expectativas de los clientes, a investigar el mercado y a evaluar la efectividad de sus propuestas. Han mejorado su capacidad de comunicación y presentación, al interactuar con las empresas y presentar sus propuestas de manera clara y persuasiva.

En términos de experiencia profesional, esta interacción con las empresas ha brindado a los estudiantes la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un entorno real y de enfrentarse a desafíos reales del campo laboral. Han experimentado la importancia de la adaptabilidad y la flexibilidad, al trabajar con clientes con diferentes necesidades y expectativas. Han desarrollado habilidades de gestión de proyectos, al cumplir con plazos y requisitos específicos, y han mejorado su capacidad para trabajar en equipo y colaborar con profesionales de otras disciplinas.

En conclusión, la interacción de los estudiantes de Arte y Diseño Gráfico con las empresas en la ciudad de Sucre, en el ámbito del marketing digital ha sido una experiencia altamente enriquecedora desde el punto de vista académico y de experiencia profesional.

Los resultados obtenidos demuestran la importancia del diseño gráfico en el marketing digital, tanto en la construcción de una identidad visual sólida como en la mejora de la experiencia del usuario. Esta experiencia ha preparado a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mercado laboral, brindándoles una ventaja competitiva y consolidando su formación académica en el campo del marketing y el diseño gráfico.

BIBLIOGRAFÍA

Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. (2016). The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 331–336. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30133-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30133-2)

Akram, M. S., Malhotra, N., Goraya, M. A. S., Shareef, M. A., Malik, A., & Lal, B. (2022). User engagement on global social networks: Examining the roles of perceived brand globalness, identification and global identity. *Technological Forecasting and Social Change*, 181(December 2021), 121771. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121771>

Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>

Chang, Y. T., Yu, H., & Lu, H. P. (2015). Persuasive messages, popularity cohesion, and message diffusion in social media marketing. *Journal of Business Research*, 68(4), 777–782. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.027>

Chauhan, K., & Pillai, A. (2013). Role of content strategy in social media brand communities: A case of higher education institutes in India. *Journal of Product and Brand Management*, 22(1), 40–51. <https://doi.org/10.1108/10610421311298687>

Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>

Melo, M. F., & Statista. (2023). Más de tres horas diarias dedicadas a las apps. 25 de abril del 2023. <https://es.statista.com/grafico/29846/tiempo-medio-diario-que-usuarios-dedican-a-distintas-aplicaciones/>

Mitrović, K., Jakšić, A., & Spajić, J. (2020). The analysis of graphic design platforms used in social media marketing. *International Symposium on Graphic Engineering and Design*, 651–657. <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p74>

Rodrigues, D., Sousa, B., Gomes, S., Oliveira, J., & Lopes, E. (2023). Exploring Consumer Behavior and Brand Management in the Automotive Sector: Insights from a Digital and Territorial Perspective. *Administrative Sciences*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/admsci13020036>

Rodríguez Estrada, F. C., & Davis, L. S. (2015). Improving Visual Communication of Science Through the Incorporation of Graphic Design Theories and Practices Into Science Communication. *Science Communication*, 37(1), 140–148.
<https://doi.org/10.1177/1075547014562914>

Rowley, J. (2004). Online branding. *Online Information Review*, 28(2), 131–138.
<https://doi.org/10.1108/14684520410531637>

Salem, S. F., & Salem, S. O. (2021). Effects of Social Media Marketing and Selected Marketing Constructs on Stages of Brand Loyalty. *Global Business Review*, 22(3), 650–673. <https://doi.org/10.1177/0972150919830863>