



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

– **TELECOM** ESCUELA  
TÉCNICA **VLC** SUPERIOR  
DE INGENIERÍA DE  
TELECOMUNICACIÓN

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Técnica Superior de Ingeniería de  
Telecomunicación

Diseño y desarrollo de una página web para un diseñador  
gráfico en base a estrategias de marketing digital

Trabajo Fin de Grado

Grado en Tecnología Digital y Multimedia

AUTOR/A: Martínez Soler, Irene

Tutor/a: Guerola Navarro, Vicente

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024



## RESUMEN

En la era digital actual, la presencia online es esencial para cualquier negocio, especialmente para los diseñadores gráficos que desean destacarse en un mercado competitivo. Este Trabajo de Fin de Grado se enfoca en el diseño y desarrollo de una página web para un diseñador gráfico, integrando indicadores de marketing digital para maximizar su originalidad y atractivo para el público objetivo.

El proyecto se centra en la creación de una plataforma web que no solo exhiba el portafolio del diseñador, sino que también incorpore elementos de marketing digital para aumentar su visibilidad y atraer a nuevos clientes. Desde la implementación de técnicas de SEO hasta la utilización de estrategias de contenido y diseño centradas en el usuario, el objetivo es crear una experiencia online memorable que impulse la marca del diseñador y genere interacción con el público objetivo.

Este enfoque multidisciplinario involucra la aplicación de habilidades de diseño web, conocimientos de marketing digital y comprensión de la psicología del usuario para garantizar una experiencia de usuario óptima.

## PALABRAS CLAVE

- Diseño gráfico
- Página web
- Marketing digital
- Presencia online
- SEO
- Experiencia de usuario
- Branding personal



## ABSTRACT

In the current digital era, online presence is essential for any business, especially for graphic designers who aim to stand out in a competitive market. This Bachelor's Thesis focuses on the design and development of a website for a graphic designer, integrating digital marketing indicators to maximize its originality and appeal to the target audience.

The project focuses on creating a web platform that not only showcases the designer's portfolio but also incorporates elements of digital marketing to increase its visibility and attract new clients. From the implementation of SEO techniques to the utilization of user-centered content and design strategies, the goal is to create a memorable online experience that boosts the designer's brand and generates interaction with the target audience.

This multidisciplinary approach involves the application of web design skills, digital marketing knowledge, and understanding of user psychology to ensure an optimal user experience.

## KEYWORDS

- Graphic design
- Website
- Digital marketing
- Online presence
- SEO
- User experience
- Personal branding



## RESUM

En l'era digital actual, la presència en línia és essencial per a qualsevol negoci, especialment per als dissenyadors gràfics que desitgen destacar en un mercat competitiu. Aquest Treball de Fi de Grau es centra en el disseny i desenvolupament d'un lloc web per a un dissenyador gràfic, integrant indicadors de màrqueting digital per maximitzar la seva originalitat i atractiu per al públic objectiu.

El projecte es centra en la creació d'una plataforma web que no només exhibisca el portafoli del dissenyador, sinó que també incorpore elements de màrqueting digital per augmentar la seua visibilitat i atraure nous clients. Des de la implementació de tècniques de SEO fins a la utilització d'estratègies de contingut i disseny centrades en l'usuari, l'objectiu és crear una experiència en línia memorable que impulse la marca del dissenyador i genere interacció amb el públic objectiu.

Aquest enfocament multidisciplinari implica l'aplicació de habilitats de disseny web, coneixements de màrqueting digital i comprensió de la psicologia de l'usuari per garantir una experiència de usuari òptima.

## PARAULES CLAU

- Disseny gràfic
- Lloc web
- Màrqueting digital
- Presència en línia
- SEO
- Experiència de l'usuari
- Branding personal

## RESUMEN EJECUTIVO

La memoria del TFG del Grado en Tecnología Digital y Multimedia debe desarrollar en el texto los siguientes conceptos, debidamente justificados y discutidos, centrados en el ámbito de las tecnologías digitales y multimedia.

CONCEPT (ABET)	CONCEPTO (traducción)	¿Cumple? (S/N)	¿Dónde? (páginas)
1. IDENTIFY:	1. IDENTIFICAR:		
1.1. Problem statement and opportunity	1.1. Planteamiento del problema y oportunidad	S	7-8
1.2. Constraints (standards, codes, needs, requirements & specifications)	1.2. Toma en consideración de los condicionantes (normas técnicas y regulación, necesidades, requisitos y especificaciones)	S	8-10
1.3. Setting of goals	1.3. Establecimiento de objetivos	S	9, 41
2. FORMULATE:	2. FORMULAR:		
2.1. Creative solution generation (analysis)	2.1. Generación de soluciones creativas (análisis)	S	41-53
2.2. Evaluation of multiple solutions and decisionmaking (synthesis)	2.2. Evaluación de múltiples soluciones y toma de decisiones (síntesis)	S	27-37, 41-64
3. SOLVE:	3. RESOLVER:		
3.1. Fulfilment of goals	3.1. Evaluación del cumplimiento de objetivos	S	65-66, 68
3.2. Overall impact and significance (contributions and practical recommendations)	3.2. Evaluación del impacto global y alcance (contribuciones y recomendaciones prácticas)	S	66-67, 69-71



# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>7</b>
1.1. Contextualización del tema.....	8
1.2. Objetivos del trabajo.....	9
1.3. Relación con el grado en Tecnología Digital y Multimedia.....	9
1.4. Justificación de la propuesta.....	11
<b>2. Justificación del negocio.....</b>	<b>13</b>
2.1. Análisis del macroentorno.....	13
2.1.1. Factores Político-Legales:.....	14
2.1.2. Factores Económicos:.....	15
2.1.3. Factores socioculturales.....	16
2.1.4. Factores tecnológicos.....	17
2.1.5. Factores ecológicos.....	18
2.2. Análisis del microentorno.....	19
2.3. Matriz DAFO.....	25
<b>3. Marco teórico.....</b>	<b>27</b>
3.1. Conceptos de diseño gráfico.....	27
3.2. Fundamentos del marketing digital.....	28
3.3. SEO en diseño web.....	29
3.4. Experiencia de usuario.....	33
3.5. Redes Sociales.....	35
3.6. Herramientas utilizadas.....	37
<b>4. Diseño y desarrollo de la página web.....</b>	<b>41</b>
4.1. Análisis de las necesidades del diseñador gráfico.....	41
4.2. Wireframes y diseño visual de la página.....	42
4.2.1. Prototipo de la web.....	42
4.2.2. Diseño de la web con Figma.....	44
● Índice.....	45
● Sobre mí.....	47
● Portfolio.....	49
● Servicios.....	50
● Contacto.....	51



4.3. Desarrollo del sitio web.....	53
4.3.1. Archivos JavaScript: Menu.js y Footer.js.....	53
4.3.2. Archivos HTML.....	57
4.3.3. Archivos CSS.....	58
4.3.4. Servidor con Python.....	63
<b>5. Resultados.....</b>	<b>65</b>
5.1. Evaluación cualitativa de la experiencia del usuario.....	65
Participante 1.....	66
Participante 2.....	66
5.2. Análisis de la efectividad de las estrategias de marketing implementadas.....	66
<b>6. Conclusiones.....</b>	<b>68</b>
6.1. Recapitulación de los objetivos alcanzados.....	68
6.2. Limitaciones del estudio y posibles áreas de mejora.....	69
<b>7. Referencias.....</b>	<b>72</b>
<b>8. Anexo de contenidos ilustrativos.....</b>	<b>74</b>

## **1. Introducción**

En la era actual de la digitalización, la presencia en línea se ha vuelto un activo indispensable para cualquier negocio que aspire a destacarse en un mercado cada vez más competitivo. Esta transformación digital ha permeado todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, redefiniendo la forma en que interactuamos, consumimos información y realizamos transacciones comerciales.

El sector del diseño gráfico no ha sido ajeno a este cambio. Los diseñadores gráficos, como profesionales creativos, se han visto desafiados a adaptarse a un panorama donde la visibilidad y la accesibilidad en línea son cruciales para su éxito. En este contexto, surge la necesidad de explorar y aprovechar las herramientas del marketing digital para potenciar la presencia y el impacto de estos profesionales en la web.

En la intersección entre la creatividad visual y la presencia digital, reside una oportunidad fundamental para los diseñadores gráficos de destacar y prosperar en un mercado cada vez más competitivo y globalizado. En la era actual, crear una página web personalizada se ha convertido en una herramienta esencial para estos profesionales, no solo como escaparate para su trabajo y como un medio para establecer su marca, ampliar su alcance y conectarse eficazmente con su audiencia.

La naturaleza misma del diseño gráfico implica una expresión visual única y distintiva. Sin embargo, en un mundo donde la primera impresión es a menudo digital, la ausencia de una presencia en línea puede ser equivalente a la invisibilidad en el mercado. Una página web bien diseñada y estratégicamente desarrollada no solo sirve como un portafolio digital, sino como un espacio donde el diseñador puede contar su historia, mostrar su estilo y demostrar su experiencia de manera impactante y memorable.

Además, en un entorno donde la competencia es cada vez más intensa y la atención del público es un recurso escaso, una página web bien optimizada puede ser la clave para diferenciarse y captar la atención de clientes potenciales. Desde la implementación de técnicas de SEO para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda hasta la integración de elementos interactivos y experiencias de usuario inmersivas, una presencia en línea efectiva puede ser un factor determinante en el éxito profesional de un diseñador gráfico.

Más allá de su función como una herramienta de marketing y promoción, una página web puede servir como un centro de operaciones digital, facilitando la comunicación con clientes existentes, la generación de leads y la gestión de proyectos. En un mundo donde la conexión y la colaboración en línea son cada vez más comunes,

una plataforma digital bien diseñada puede ser la piedra angular de una carrera exitosa como diseñador gráfico en el siglo XXI.

Este Trabajo de Fin de Grado se propone explorar y desarrollar una página web personalizada para un diseñador gráfico, con el objetivo de mejorar su presencia en línea, potenciar su marca, ampliar su alcance y abrir nuevas oportunidades en un mercado digital cada vez más evolucionado.

### ***1.1. Contextualización del tema.***

En un entorno donde la comunicación y las interacciones comerciales se han trasladado cada vez más al ámbito digital, la presencia online se convierte en un imperativo para aquellos que desean destacarse en el competitivo campo del diseño gráfico. En este sentido, la evolución tecnológica y las nuevas dinámicas del mercado han generado la necesidad para los diseñadores gráficos de establecer una presencia efectiva en línea, donde puedan exhibir su trabajo, atraer a potenciales clientes y consolidar su marca.

En el contexto presente, la marca emergente pertenece a una estudiante de diseño gráfico en su segundo año de estudios. Con una creciente experiencia en el campo del diseño, reconoce la importancia de comenzar a establecer su presencia en línea para expandir su alcance y oportunidades profesionales. Consciente de que su portfolio es su presentación en la industria, ha decidido tener una página web que exhiba diseños y trabajos anteriores, y que refleje su estilo único y su enfoque creativo.

Por lo tanto, en este Trabajo de Fin de Grado, se busca diseñar y desarrollar una página web desde cero para Mijy Designs, la marca de la diseñadora. Teniendo en cuenta la importancia de la presencia online en el mercado actual, se enfoca en la integración de indicadores de marketing digital para maximizar la originalidad y el atractivo de la página web para su público objetivo, así como maximizar la visibilidad de la página web y garantizar su capacidad para destacarse entre la competencia y captar la atención de potenciales clientes.

Además, una de las motivaciones para la realización de este TFG es la conexión personal entre la estudiante y la diseñadora gráfica para la que se está creando la página web, ya que son amigas. Por lo tanto, existe un interés personal en querer ayudar en los primeros pasos de la diseñadora en el mundo profesional, contribuyendo así al desarrollo y crecimiento de su proyecto de marca de diseño gráfico.

### **1.2. *Objetivos del trabajo.***

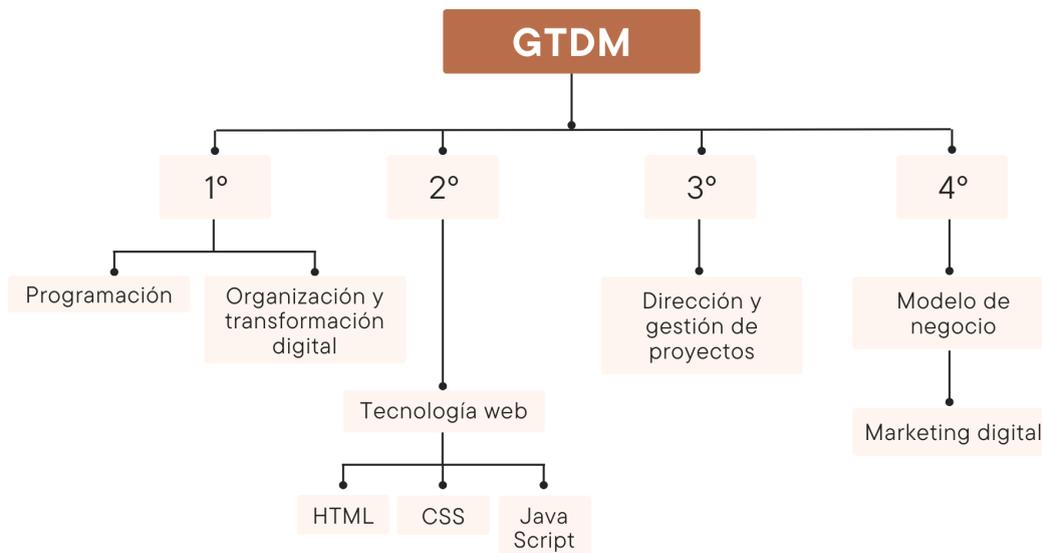
Los objetivos a corto plazo de este trabajo consisten en diseñar y desarrollar una página web atractiva y funcional para Mijy Designs. Esto implica la integración de indicadores de marketing digital para maximizar su visibilidad y atractivo ante el público objetivo. Además, se planea implementar técnicas de SEO para mejorar la clasificación de la página en los motores de búsqueda y ampliar su alcance. Asimismo, se busca garantizar una experiencia de usuario óptima mediante estrategias de diseño centradas en el usuario y la psicología de este.

En cuanto a los objetivos a largo plazo, se pretende consolidar la presencia de Mijy Designs como un referente en el campo del diseño gráfico, aumentando su reconocimiento en el mercado y fortaleciendo su marca. Esto implicará la expansión de su base de clientes, captando nuevos clientes y manteniendo relaciones sólidas con los existentes. Además, se buscará la mejora continua de la página web mediante retroalimentación de usuarios y adaptación a las tendencias del mercado, para mantener su relevancia y eficacia en el tiempo.

### **1.3. *Relación con el grado en Tecnología Digital y Multimedia.***

La página web de la UPV define al grado en Tecnología Digital y Multimedia como: “Grado que forma profesionales enfocados a dar solución a la actual transformación digital de la sociedad, con especial énfasis en los sistemas multimedia. En él se abordan todas las etapas de vida de un contenido digital: creación, distribución y explotación”.

En este Trabajo de Final de Grado se está creando nuevo contenido digital y asegurándonos de su distribución y explotación exitosa. Para lograr todo esto, el grado en Tecnología Digital y Multimedia nos proporciona los conocimientos necesarios mediante las asignaturas impartidas a través de los cursos.



**Gráfico 1: Asignaturas del Grado de Tecnología Digital y Multimedia**

Ahora bien, las asignaturas más esenciales para este trabajo en definitiva son Tecnología Web y Modelo de Negocio:

En Tecnología Web, se dan los fundamentos para desarrollar páginas web, siendo los tres lenguajes fundamentales para crear sitios web: HTML, cuyas siglas significan Lenguaje de Marcado de Hipertexto, y un lenguaje basado en etiquetas para crear la estructura en la que se organiza la información de la página y su contenido; CSS, para estilo y diseño; y JavaScript, lenguaje de programación usado para agregar interactividad y dinamismo a la web. Estos conceptos se explicarán con más profundidad más adelante.

En cuanto a Modelo de Negocio, aprendemos que, en el entorno empresarial, la eficaz gestión, organización y dirección de los procesos actuales y futuros es fundamental. Además, es crucial realizar un análisis exhaustivo de la competencia, el mercado y posibles eventualidades para tomar decisiones que maximicen los beneficios y satisfagan a nuestros clientes. Para ello, se aprenden diferentes técnicas o herramientas de análisis de entorno, como son: PESTEL (factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales), las 5 fuerzas de Porter, y DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

Además, en esta asignatura también es importante su parte de marketing digital, que es la clave en este trabajo para el posicionamiento, generar tráfico y crear conocimiento sobre la marca.

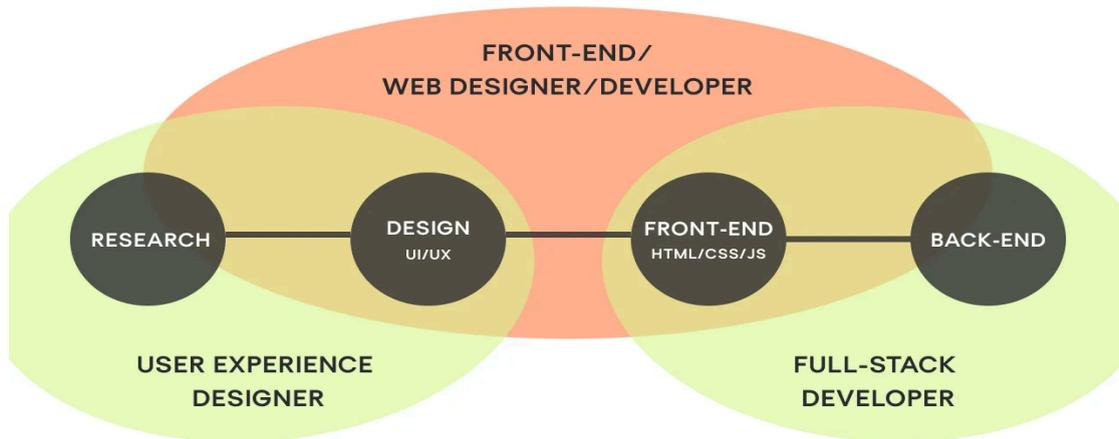
#### **1.4. Justificación de la propuesta.**

Una de las razones más significativas que me llevó a elegir este tema radica en el profundo interés que he desarrollado hacia él a lo largo de mi carrera universitaria. Dentro de todas las disciplinas y materias que he podido estudiar, este ámbito ha captado mi atención. Se distingue por permitir un espacio para la creatividad, especialmente en lo que respecta al diseño de páginas web, donde puedo explorar y plasmar mis ideas de una manera más artística y expresiva.

Este proyecto que emprendo ahora representa para mí más que un simple trabajo académico. Constituye un desafío personal, un punto de inflexión donde pongo a prueba mis habilidades, y me planteo si poseo la capacidad y la destreza necesarias para adentrarme en el mundo del diseño UX/UI y el desarrollo frontend. Es un camino que se presenta como un desafío y una oportunidad para crecer profesional y personalmente.

Mi motivación hacia este campo se ha fortalecido tras mi experiencia en prácticas profesionales en la empresa Capgemini. Durante este periodo, tuve la oportunidad de desempeñarme como desarrolladora frontend en un proyecto de construcción de una página web.

Además, trabajar con herramientas como Figma para el diseño de la interfaz de usuario fue una experiencia que despertó aún más mi interés por el diseño UX/UI. Este enfoque más centrado en la experiencia del usuario y la interacción con la interfaz me resultó intrigante y desafiante, lo que me llevó a considerar seriamente la posibilidad de continuar mi formación académica mediante un máster especializado en este campo.



*Gráfico 2: Áreas del desarrollo web*

## ***2. Justificación del negocio.***

Para este apartado, se harán análisis estratégicos para evaluar la posición actual del mercado del diseño gráfico y trabajar en torno a ello. Estos análisis se realizan para entender las fuerzas internas y externas que impactan en el sector y así desarrollar estrategias para el crecimiento de la marca. Para ello, se llevarán a cabo los análisis tanto del macroentorno como del microentorno y se realizará la matriz de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

### ***2.1. Análisis del macroentorno.***

El macroentorno se refiere a todas las variables externas que influyen en la operación de una empresa, pero que están fuera del control de la actividad comercial directa. Estos factores impactan no solo a las empresas, sino también a la sociedad en general.

En este segmento, procederemos a llevar a cabo un análisis estratégico del entorno externo en el que operará Miji Designs. Utilizaremos el análisis PESTEL, una herramienta esencial para evaluar la posición estratégica de la marca mediante diversos factores:

- **Político-Legales:** Incluyen legislación relacionada con el impulso empresarial, leyes de protección ambiental, políticas fiscales, normativas sobre comercio internacional, regulaciones laborales, fomento o restricción de actividades específicas comerciales, industriales o financieras, y la estabilidad política.
- **Económicos:** Dentro de los factores económicos consideramos la evolución del Producto Interno Bruto (PIB), tasas de interés, masa monetaria, inflación, desempleo, ingreso disponible, distribución de recursos, nivel de desarrollo y ciclos económicos.
- **Socioculturales:** Se incluyen factores como cambios demográficos, distribución de ingresos, movilidad social, cambios en estilos de vida, consumo, nivel educativo y patrones culturales.
- **Tecnológicos:** Estos factores engloban la inversión pública en investigación, el interés de la industria por la tecnología, la obsolescencia tecnológica, la madurez de tecnologías establecidas, el desarrollo de nuevos productos y la rapidez con la que se transmiten las innovaciones tecnológicas.

### **2.1.1. Factores Político-Legales:**

No existen factores políticos que afecten directamente al sector del diseño gráfico en España, pero bien es cierto que las políticas llevadas a cabo por el Gobierno afectan a la economía en su conjunto y, por tanto, de una manera indirecta, a este sector.

Las leyes que regulan la actividad económica para poner en marcha un negocio, son: Ley de Sociedades de Capital, Ley de Impuestos sobre Sociedades, Ley del Impuesto sobre el Valor Añadido, Ley de Marcas, Ley de Protección de Datos, Ley de Propiedad Intelectual, entre otras.

Para el contexto del diseño gráfico, nos centramos en dos leyes en concreto:

- RDL 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual:

En particular, son relevantes el artículo 1, que indica que la propiedad intelectual nace con la creación de la obra; el artículo 2, que especifica el contenido del derecho, y los artículos 14 y 17, que destacan los derechos de autor.

Esto explica como los derechos de autor son conferidos automáticamente cuando se crea una obra original. No se requiere el registro de la obra ni el uso del símbolo de derechos de autor (©) para establecer estos derechos. Si se produce una infracción, el registro de una obra ofrece una mayor protección legal y simplifica la defensa de los derechos. En el campo del diseño gráfico, esto abarca elementos como logotipos, ilustraciones, arte gráfico, tipografías y otros componentes visuales. La legislación sobre derechos de autor otorga al creador del diseño gráfico la autoridad para controlar el uso de su obra. Esto significa que la reproducción, distribución, o exhibición pública sin la autorización del autor están prohibidas. Quienes violen estos derechos podrían enfrentar sanciones legales y daño reputacional por usar un diseño sin autorización.

Es importante tener en cuenta que los derechos de autor se extienden tanto a diseños gráficos impresos como digitales. En el ámbito digital, donde la difusión de información es rápida, proteger nuestras creaciones contra usos no autorizados es crucial.

- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas:

En particular es relevante el artículo 4, que explica el concepto de Marca: “Podrán constituir marcas todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del

producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para:

- a) distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y
- b) ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular”.

### **2.1.2. Factores Económicos:**

La situación económica supone un factor clave para la evolución de las empresas hoy en día. Los efectos de los conflictos bélicos actuales se reflejan significativamente en la fluctuación de los precios que provoca una inflación cada vez más acelerada en España y Europa. La crisis surge en un momento en que la economía global todavía no se ha recuperado completamente de los efectos de la pandemia.

A continuación, vamos a analizar una serie de indicadores económicos los cuales nos van a dar una visión de la evolución de la economía:

El Producto Interior Bruto (PIB) es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un precio determinado. Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país.

Para el 2024, se prevé que la economía modere su ritmo de crecimiento hasta el 1.4%

El Índice de Precios de Consumo (IPC) es una medida estadística de la evolución de los precios de los bienes y servicios que consume la población residente en viviendas. Al igual que la inflación, el IPC permite ver el aumento del coste de la vida en una economía.

Según los datos del IPC de marzo de 2024, la inflación repunta: la interanual pasa del 2,8% al 3,2% y la subyacente, aunque parece moderar su crecimiento al pasar del 3,5 % al 3,3% anual, pues crece mensualmente. De esta forma, el IPC crece un 0.8% mensualmente y la subyacente 0.5%. Todo esto hace que la inflación haya subido un 18.14%, mientras que la subyacente un 15.74%.

Los ciclos económicos describen las variaciones recurrentes en la actividad económica que experimentan las economías a lo largo del tiempo, comprendiendo cuatro fases principales: expansión, pico, contracción y recuperación.

**Expansión:** En esta fase, el consumo y la producción crecen debido a los bajos tipos de interés, lo que lleva a un aumento del PIB y de los beneficios empresariales.

**Pico:** La economía alcanza su máximo crecimiento, pero enfrenta limitaciones de producción y aumento de costos, lo que puede llevar a la inflación y a un aumento de los tipos de interés por parte de los bancos centrales.

**Contracción:** Caracterizada por la reducción del gasto del consumidor y los beneficios empresariales, resultando en una caída en el valor de las acciones y una reducción general del PIB.

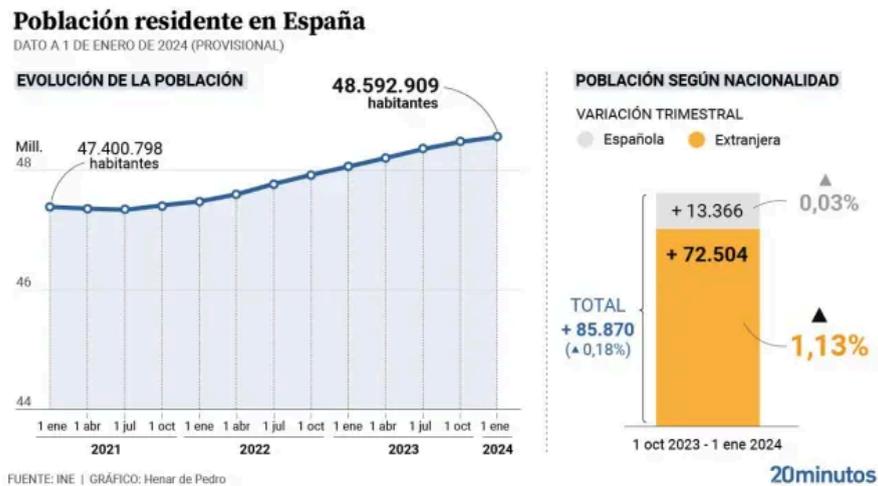
**Recuperación:** La economía mejora desde su punto más bajo, impulsando un aumento en la producción, el empleo y el consumo.

Todo esto puede tener un impacto en el mercado del diseño gráfico: durante las recesiones (fase de contracción) las empresas suelen reducir sus presupuestos de marketing para ajustarse a la disminución general del gasto. Esto afecta directamente la demanda de servicios de diseño gráfico, ya que hay menos proyectos de marketing y publicidad en los que trabajar. Así, los diseñadores gráficos pueden experimentar una disminución en la carga de trabajo y los ingresos durante estos períodos. Por el contrario, en las fases de expansión y recuperación, la demanda de estos servicios tiende a aumentar junto con el crecimiento económico y el aumento del gasto en marketing.

### **2.1.3. Factores socioculturales.**

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) la población española se situó en 48.592.909 habitantes el 1 de enero de 2024, suponiendo un aumento de 85.870 personas respecto al cuarto trimestre de 2023, siendo la Comunidad Valenciana la que experimentó uno de los mayores aumentos de población (0.41%).

De esta manera, nos situamos con un total de 23.807.546 hombres, 24.785.363 mujeres y 6.491.502 extranjeros.



**Gráfico 3: Población residente en España**

La cultura es fundamental en el diseño gráfico, no solo proporcionando identidad a una comunidad y como fuente vital de inspiración e influencia en la creación y percepción de mensajes. Comprender y adaptarse a los valores culturales es esencial para que los diseños resuenen con su público, permitiendo conexiones profundas y éxito en mercados globales.

Los valores y la identidad cultural pueden guiar el contenido de los mensajes gráficos y emplear símbolos que fortalezcan la pertenencia comunitaria. Además, la historia y tradiciones son recursos clave que enriquecen el diseño con elementos que conectan al público con su herencia. En un contexto social, es crucial considerar las variadas normas y sensibilidades culturales para lograr una comunicación efectiva y respetuosa.

La globalización y la tecnología han aumentado la interacción entre culturas, elevando la importancia de ser sensibles a las percepciones culturales en cada campaña. Para los diseñadores gráficos, entender estas dinámicas culturales es crucial para desarrollar campañas publicitarias exitosas y para formar relaciones significativas con audiencias internacionales y diversificadas.

#### **2.1.4. Factores tecnológicos.**

En los últimos años, el campo de la informática ha evolucionado rápidamente, en especial en una sociedad cada vez más digital donde los usuarios demandan información clara y efectivamente transmitida. Esto ha generado una revolución en el diseño gráfico, que ahora debe adaptarse a la entrega de mensajes que no solo sean impactantes y técnicamente correctos, sino también rápidos de asimilar.

El diseño gráfico se ha visto directamente influenciado por las nuevas tecnologías, lo que ha cambiado la forma en que se abordan los proyectos de diseño. Ahora, elementos como el movimiento, el sonido, la interactividad y una variedad de medios forman parte del proceso creativo, enfatizando la importancia de un enfoque colaborativo que integra diseño, mensaje y receptor. Además, la transformación de las herramientas y plataformas, como el uso de software de autoedición e Internet, ha abierto nuevas posibilidades para redefinir soluciones de diseño.

Esta transición hacia lo digital ha permitido a los diseñadores ahorrar tiempo y recursos, haciendo su trabajo más eficiente gracias al uso de software especializado. Sin embargo, la creatividad, el conocimiento de técnicas y metodologías, así como una comprensión efectiva de los lenguajes visuales, son esenciales para alcanzar resultados valiosos. Los diseñadores deben fusionar su conocimiento artístico con habilidades técnicas para crear obras originales y adecuadas para su producción y difusión a gran escala.

Finalmente, en la era digital, es crucial que los diseñadores integren sus conocimientos y técnicas, desde el concepto inicial hasta la metodología y la experimentación, para resolver problemas de comunicación visual de manera efectiva y profesional. Esto demuestra que la computadora es solo una herramienta en el proceso creativo, siendo fundamental la capacidad del diseñador para administrar y aplicar técnicamente su visión artística en cada proyecto.

#### **2.1.5. Factores ecológicos.**

Las sociedades industrializadas modernas han llegado a reconocer que el desarrollo económico no puede lograrse a cualquier costo. Son conscientes de que el sostenimiento de una sociedad del bienestar requiere, entre otras cosas, una gestión adecuada y minuciosa de los problemas ambientales.

El cambio climático, impulsado por la actividad industrial, no solo está incrementando la frecuencia de desastres naturales, sino que también está afectando una parte significativa de nuestros recursos, poniendo en peligro la sostenibilidad. La explotación excesiva de recursos energéticos limitados está provocando diversas convulsiones geopolíticas. Por estas razones, se ha vuelto imperativo tomar medidas políticas para prevenir un deterioro mayor de esta situación.

En el sector del diseño gráfico, existen algunos conceptos y principios que están cada vez más concienciados con el impacto ambiental y por ello son opciones más responsables. Estos son: el Eco-Diseño y el Diseño sostenible.

El eco-diseño es una metodología orientada a minimizar el impacto ambiental de un producto a lo largo de su ciclo de vida. Esto incluye optimizar el uso de materiales, minimizar residuos, reducir el consumo energético y mejorar la eficiencia en los procesos de producción. Implica seleccionar materiales reciclables y biodegradables, optimizar el uso de tintas, reducir el consumo de papel, y buscar eficiencia en los procesos de producción para disminuir tiempo y recursos utilizados.

El diseño sostenible busca minimizar el impacto ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida y equilibrar el uso de recursos naturales con las necesidades humanas. Este enfoque considera no solo los efectos ambientales, sino también los impactos sociales y económicos de un producto o servicio. Implica el uso de materiales reciclados o biodegradables y la creación de diseños que respondan a las necesidades de las personas y comunidades, considerando la diversidad cultural y las demandas de diversos grupos sociales de manera inclusiva.



**Gráfico 4: Análisis del macroentorno**

## **2.2. Análisis del microentorno.**

El microentorno engloba aquellos factores que influyen de manera inmediata en los resultados de la empresa y su análisis está orientado al estudio de los clientes potenciales, la competencia, los intermediarios y los proveedores. Este análisis es fundamental puesto que las pequeñas empresas pueden influir sobre él al definir estrategias para atraer clientes y competir.



**Gráfico 5: Fuerzas de Porter**

Una empresa debe asegurar su rentabilidad a largo plazo, aunque no es un objetivo fácil de alcanzar ya que el mercado está evolucionando constantemente. Para ello, Michel Porter describe 5 fuerzas que influyen directamente sobre la competitividad del sector:

#### 1. Poder de negociación de los clientes

Los clientes son el agente más importante para una empresa, ya que de su demanda depende la supervivencia de esta. El poder de negociación de los clientes se da siempre que se encuentren en ventaja respecto a la empresa proveedora de servicios o bienes.

Existen los siguientes factores determinantes para tener en cuenta:

- Exceso de oferta sobre la demanda.
- Monopsonio.
- Volumen grande de la compra.
- Productos sustitutos.
- Conocimiento del mercado.
- El cliente puede producir el mismo producto.
- Menos diferenciación de productos.

En el contexto del diseño gráfico, este tiene un nivel de competencia elevado, ya que hay muchas empresas dedicadas a estas actividades, además de marcas propias y autónomas, por lo que los clientes tienen opciones de dónde elegir adquirir el producto. Además, al no tratarse de un servicio de primera necesidad o consumo

constante, hace que el comprador se beneficie al tener un mayor poder de negociación.

Generalmente, el sector del diseño gráfico opera bajo demanda. Los clientes suelen pedir cotizaciones a varias empresas, buscando equilibrar el costo con la calidad según sus requerimientos. Así, la presencia de intensa competencia permite al cliente influir en la relación calidad-precio. Además, dado que los productos o servicios son necesarios pero sustituibles, el cliente posee una ventaja al negociar con la empresa.

Por todo esto, se considera que el poder de negociación de los clientes es medio-alto.

## 2. Amenaza de nuevos competidores

Para que el riesgo de que nuevos competidores ingresen al mercado sea bajo, es crucial que existan barreras de entrada fuertes. En un sector donde no hay barreras, los precios se definen únicamente por la competitividad de la industria, y no importa tanto el número de empresas presentes, sino que prevalece la ley de oferta y demanda.

La presencia de barreras de entrada implica también la existencia de costes hundidos, que son aquellos costos iniciales necesarios para entrar en el sector y que no se recuperan si la empresa decide salir. Estos costos desalientan a las empresas de entrar en un mercado solo para obtener un beneficio temporal y luego retirarse, aumentando así la vulnerabilidad del sector.

Siguiendo esta lógica, se puede concluir que cuanto más fácil es entrar a competir en una industria, mayor es la amenaza de nuevos competidores. Michael Porter identificó algunas barreras específicas que pueden surgir para limitar la entrada de nuevos actores en el mercado:

- Economías de escala.
- Capital invertido.
- Diferenciación.
- Reducción de costes.
- Acceso a la distribución.
- Políticas gubernamentales.

Otro aspecto que considerar son las barreras de entrada relacionadas con la curva de aprendizaje. Los competidores ya establecidos poseen ventajas como experiencia acumulada, conocimiento profundo del sector y habilidades eficientes, que representan un desafío para los nuevos entrantes.

Respecto a las barreras legales, como se mencionó anteriormente, el sector del diseño gráfico no cuenta con una regulación exhaustiva, lo que facilita la entrada de nuevos actores en este mercado.

En el caso de Miji Designs, como nueva marca que aspira a establecerse en el sector, su presencia se percibe como una amenaza potencial para los competidores existentes. Esto es ventajoso ya que la amenaza de entrada de nuevos competidores es considerablemente alta debido a la baja inversión necesaria para iniciar en el campo y la limitada regulación del sector. Esta situación posiciona favorablemente a Miji Designs para introducirse y competir en el mercado del diseño gráfico.

### 3. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores se refiere a la capacidad que tienen estos agentes económicos de influir en las empresas a través de la venta de materias primas, bienes o servicios. Este poder se manifiesta cuando el proveedor tiene una influencia significativa en las decisiones de compra de la empresa. Un proveedor puede ejercer esta influencia de diversas maneras, como incrementando los precios, reduciendo la calidad o limitando la disponibilidad de sus productos.

En el sector del diseño gráfico existen dos tipos de proveedores:

- Proveedores de materiales.
- Proveedores de servicios.

Dado que se trata de una nueva marca autónoma, los proveedores de materiales constituirán un eslabón crucial en la cadena de suministro. Estos proveedores incluyen a aquellos que suministran equipos esenciales, materiales de oficina y otros bienes directamente relacionados con la actividad de la marca. La selección cuidadosa de estos proveedores será fundamental para asegurar la calidad y la eficiencia en la producción y ofrecimiento de servicios. Además, existe una amplia oferta de estos servicios de donde elegir.

Además, las herramientas fundamentales para la operación, como los programas de diseño digital, tales como Photoshop, ya tienen un precio establecido en el mercado que no variará. Así que esto no representa una amenaza, ya que se puede prever y planificar el costo asociado a estas herramientas esenciales sin enfrentar incertidumbres significativas.

Por lo tanto, se puede considerar que el poder de negociación de los proveedores es bajo.

#### 4. Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que pueden satisfacer las mismas necesidades que los que se ofrecen. A medida que aumenta el número de productos sustitutos en el mercado, el atractivo de la industria tiende a disminuir. Si estos bienes alternativos emergen y logran satisfacer las necesidades de los consumidores, la amenaza para la industria original crecerá.

Recientemente, a finales de 2022, se ha observado un notable avance en la Inteligencia Artificial Generativa (IAG), lo cual ha transformado el modelo de negocio en diversas industrias, incluido el mundo del diseño gráfico. La Inteligencia Artificial Generativa emplea algoritmos avanzados y redes neuronales que procesan y aprenden de textos e imágenes para luego generar contenido nuevo y único. Este es el corazón de una pequeña revolución: la capacidad de crear contenido original a partir de datos ya existentes, extendiéndose también al ámbito del diseño gráfico.

Hoy en día, todos los programas de diseño incorporan alguna forma de inteligencia artificial en sus funcionalidades o herramientas. Por ejemplo, Adobe ha desarrollado su propia plataforma de inteligencia artificial, Adobe Sensei, que es utilizada en muchos de sus productos dirigidos a diseñadores, como Photoshop, Illustrator e InDesign.

Dentro de la comunidad de diseñadores, las opiniones sobre el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el diseño están divididas. Algunos consideran que la IA representa una amenaza debido a varias razones. Una preocupación principal es la pérdida de empleos, ya que la automatización de tareas que anteriormente requerían intervención humana podría disminuir las oportunidades laborales en ciertas áreas del diseño. Otro temor es la pérdida de creatividad, donde se argumenta que un uso excesivo de la IA podría llevar a algunos diseñadores a acomodarse, perdiendo así originalidad en sus trabajos. Además, la falta de control es un factor significativo, puesto que las herramientas de IA pueden tomar decisiones de manera autónoma, haciendo que algunos diseñadores se sientan incómodos por la falta de dominio sobre el proceso de diseño.

Sin embargo, es crucial reconocer que la IA, en sí misma, no es una amenaza per se. La inteligencia artificial tiene el potencial de inspirar y ampliar la creatividad, siempre que se utilice conforme a buenas prácticas. A pesar de su capacidad para automatizar ciertos aspectos del diseño, detrás de cada proyecto impulsado por IA es esencial dirigir una mente creativa. Por lo tanto, bien aplicada, la IA puede ser una herramienta útil para mejorar tanto la eficiencia como la creatividad en el proceso de diseño.

Podemos concluir que la inteligencia artificial (IA) es un arma de doble filo. Aunque muchas personas podrían usarla como un sustituto para los servicios de un diseñador gráfico, también se presenta como una herramienta valiosa para los propios diseñadores. Así, mientras que la IA puede representar una competencia en ciertos aspectos, también ofrece oportunidades para mejorar y optimizar el trabajo creativo.

Por lo tanto, se puede decir que la amenaza de productos sustitutivos en el contexto de la IA en el diseño gráfico es media.

## 5. Rivalidad entre competidores

Según Porter, esta quinta fuerza es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores y la más importante en una industria porque ayuda a que una empresa tome las medidas necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado a costa de los rivales existentes.

El sector del diseño gráfico se integra en su mayoría por pequeños empresarios y artesanos con recursos limitados, lo que dificulta su capacidad para competir. Paralelamente, existen grandes empresas y estudios de diseño que disponen de más empleados, recursos y herramientas de trabajo. Esta disparidad en recursos y capacidad contribuye a una menor rivalidad en el sector, dado que los pequeños empresarios no pueden competir individualmente contra las grandes corporaciones.

La dinámica de crecimiento del sector también influye en el nivel de rivalidad. Cuando el sector está en expansión, muchos de sus integrantes experimentan crecimiento. Actualmente, el sector del diseño gráfico está en una fase de desarrollo y crecimiento, pero la situación económica general no favorece este crecimiento. Las dificultades económicas que enfrentan muchas familias pueden reducir el consumo de estos productos.

Además, la alta personalización de los productos y la diferenciación entre ellos permiten que los clientes elijan basándose en sus necesidades específicas, más que en el precio. Esto añade un elemento adicional que puede influir en la competencia dentro del sector, permitiendo a empresas de todos los tamaños encontrar su nicho de mercado.

Por lo tanto, se puede considerar que el nivel de rivalidad entre competidores es medio.



**Gráfico 6: Análisis del microentorno**

### 2.3. Matriz DAFO.

Antes de tomar cualquier decisión, es importante realizar un diagnóstico de Miji Designs mediante la matriz DAFO en la cual se analizan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la nueva marca emergente. El principal objetivo de un análisis DAFO es ayudar a encontrar factores estratégicos críticos y usarlos en beneficio. Se basa en dos pilares básicos: análisis interno y externo.

- **Análisis Interno:** Este análisis se enfoca en identificar las fortalezas y debilidades de la empresa. Las fortalezas se refieren a los recursos y habilidades que la empresa ha desarrollado y que la distinguen de la competencia, destacando aquello que domina mejor. Por otro lado, las debilidades son aquellos aspectos en los cuales la empresa tiene una posición menos favorable comparada con sus competidores.
- **Análisis Externo:** Este análisis busca identificar y evaluar las oportunidades y amenazas presentes en el mercado. Las oportunidades pueden incluir posibles mercados o nichos de negocio que la empresa podría explotar, mientras que las amenazas son los factores externos que podrían comprometer la supervivencia de la empresa.



**Gráfico 7: Matriz DAFO**

### **3. Marco teórico.**

Este marco teórico es la base sobre la que se estructura la investigación y desarrollo del Trabajo de Fin de Grado (TFG). En esta sección se profundizarán los conceptos clave y teorías que sustentan el diseño y desarrollo de la página web para Miji Designs, y las estrategias de marketing digital asociadas que se implementarán en el proyecto.

#### **3.1. Conceptos de diseño gráfico.**

El diseño gráfico es una disciplina centrada en la integración de elementos visuales para comunicar mensajes, emociones o ideas de manera efectiva. Utiliza técnicas de comunicación visual, gráfica y textual para producir imágenes que sirven a propósitos publicitarios, informativos, emocionales, persuasivos y artísticos. Más que solo crear imágenes atractivas, el diseño gráfico es una herramienta esencial en cualquier plan de comunicación, digital o no, diseñada para alcanzar objetivos específicos, especialmente en el ámbito comercial.

La importancia del diseño gráfico se fundamenta en la capacidad humana de procesar información visual para comprender el mundo. A través del diseño gráfico cuidadosamente ejecutado, se puede garantizar que los mensajes visuales sean claramente recibidos y entendidos por los espectadores, influyendo así en su percepción de la realidad.

La transformación digital ha cobrado una relevancia extraordinaria en nuestros tiempos, repercutiendo significativamente en diversas áreas, incluido el diseño gráfico. Este campo ha experimentado una evolución profunda gracias a la integración de tecnologías digitales, que han facilitado el uso de una amplia gama de herramientas digitales y nuevas técnicas. Estos avances han permitido crear diseños más atractivos y efectivos, logrando un mayor alcance, el desarrollo de nuevas habilidades y fomentando la interdisciplinariedad.

En este contexto digital moderno, el diseño gráfico es un canal de comunicación poderoso, capaz de transmitir ideas complejas sencillas y efectivas, esencial para que las marcas construyan y mantengan una identidad digital sólida y coherente, aspecto conocido como branding o identidad de marca. Una parte crucial del branding de una empresa es su identidad visual, que incluye desde el logotipo hasta los colores corporativos. Esta identidad visual, cuidadosamente desarrollada y gestionada por diseñadores gráficos, es fundamental en cómo el público percibe una marca.

### **3.2. Fundamentos del marketing digital.**

El Marketing Digital es el conjunto de estrategias orientadas a promover una marca en el internet, diferenciándose del marketing tradicional en su empleo de canales y métodos que permiten el análisis de resultados en tiempo real. En la era tecnológica actual, comprender los fundamentos del Marketing Digital es esencial para descubrir formas innovadoras de conectar con tu audiencia y fomentar el crecimiento digital de tu marca.

Al igual que el marketing tradicional se estructura alrededor de las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción), el Marketing Digital se fundamenta en las 4F: flujo, funcionalidad, feedback y fidelización.

1. **Flujo:** El término "flujo" se refiere a cómo la interactividad de un sitio web y las redes sociales de una empresa pueden enriquecer la experiencia de los clientes. A menudo, el contenido en el sitio web de una marca o en sus redes sociales constituye el primer punto de contacto con potenciales clientes. Por lo tanto, es crucial causar una excelente primera impresión.
2. **Funcionalidad:** Cuando se trata de la navegación en un sitio web, es crucial que esta sea intuitiva, sencilla, cómoda y útil para los usuarios. Si la página resulta complicada de navegar, es muy probable que los visitantes se desanimen y decidan no adquirir sus productos o servicios.
3. **Feedback:** Es crucial prestar atención a lo que los clientes tienen que decir. Incorporar el feedback de los clientes es vital en todas las áreas de un negocio. En la era digital actual, gracias a la tecnología, estamos más conectados que nunca, lo que facilita el acceso a los comentarios de los consumidores de manera casi instantánea. Establecer una relación sólida entre la marca y los usuarios mediante la escucha activa es fundamental para desarrollar una reputación online positiva y cultivar una base de clientes satisfechos y leales.
4. **Fidelización:** Determinará si el cliente está interesado en mantener una relación duradera con la marca. La fidelización está vinculada al marketing de contenidos. Esto significa que, para cultivar clientes leales, es esencial generar contenido valioso de manera constante en el sitio web y redes sociales, manteniendo así el interés de los usuarios por el contenido relacionado con la marca, producto o servicio.

Pero ¿cómo se implementan estos fundamentos en la práctica? Existen diversas estrategias para aplicar el marketing digital eficazmente, entre ellas destacan: el SEO, que engloba todas las tácticas y estrategias destinadas a mejorar la visibilidad

y el posicionamiento de un sitio web en los motores de búsqueda de manera orgánica; y las redes sociales, que se han convertido en una de las herramientas más efectivas para promocionar una marca en la actualidad.

### **3.3. SEO en diseño web.**

El SEO, o "Search Engine Optimization" (Optimización para Motores de Búsqueda), es el proceso de mejorar la visibilidad y el posicionamiento de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes motores de búsqueda, como Google, Bing, y Yahoo!. La finalidad del SEO es atraer un mayor volumen de tráfico relevante hacia el sitio web de manera natural, sin el uso de publicidad pagada.

Este proceso implica una serie de técnicas y estrategias que incluyen:

#### **1. Optimización On-Page:**

Se refiere a todas las modificaciones que se pueden realizar directamente dentro del sitio web para mejorar su posicionamiento. Esto incluye la optimización de contenidos, el uso correcto de etiquetas HTML, la estructura de URLs, la optimización de imágenes y la mejora de la velocidad de carga de la página.

El diseño y desarrollo web efectivos son fundamentales en la optimización para motores de búsqueda (SEO), orientados a posicionar un sitio web en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda. La integración de SEO desde las primeras etapas del proceso de diseño y desarrollo es crucial para evitar retrabajos y maximizar la eficacia del sitio. Además, una correcta implementación de SEO y un diseño web bien pensado no solo mejoran la visibilidad y funcionalidad del sitio, sino que también aumentan significativamente la satisfacción del usuario, transformando visitas en interacciones significativas y, finalmente, en conversiones.

Es vital que cada página cuente con un título único y una descripción meta que incorpore las palabras clave relevantes. Estos elementos son esenciales para que los motores de búsqueda y los usuarios comprendan rápidamente el contenido y la relevancia de la página, fomentando así una mejor clasificación y mayores tasas de clic.

Antes de iniciar la construcción del sitio, es imprescindible planificar detalladamente su estructura y arquitectura. Esto asegura que el contenido esté organizado de manera lógica tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda, facilitando la navegación y la indexación. Una estructura clara y jerárquica ayuda a

los rastreadores de los motores de búsqueda a entender mejor la temática del sitio y su pertinencia respecto a las consultas de búsqueda.

El diseño debe centrarse en satisfacer eficaz y agradablemente las necesidades del usuario, lo que incluye garantizar tiempos de carga rápidos y ofrecer una experiencia de usuario coherente en todos los dispositivos. La interfaz de usuario debe ser visualmente atractiva y funcional, prestando especial atención a los elementos visuales como colores y tipografía. Además, el uso estratégico de imágenes, complementadas con 'texto alternativo', es crucial para mejorar la accesibilidad y la indexación de los motores de búsqueda.

Finalmente, la elección del nombre de dominio debe ser intuitiva y reflejar el contenido del sitio, incorporando idealmente las principales palabras clave para mejorar la relevancia en las búsquedas. Es fundamental seleccionar tecnologías compatibles con los motores de búsqueda y evitar aquellas, como Flash, que dificultan la indexación del sitio por parte de los buscadores.

## **2. Optimización Off-Page:**

Son las actividades que se llevan a cabo fuera del sitio web para mejorar su posición en los motores de búsqueda. Esto generalmente implica la construcción de enlaces (link building) de otros sitios web de alta autoridad que apunten hacia tu sitio, lo cual mejora la autoridad de dominio de tu página.

Las redes sociales representan una herramienta poderosa y eficaz en el SEO off-page. La presencia activa y estratégica en redes sociales no solo aumenta la visibilidad de una marca, sino que también fomenta el intercambio y la distribución de contenido, lo que puede generar más enlaces entrantes y, en consecuencia, fortalecer la autoridad del sitio web.

## **3. Investigación de palabras clave:**

Consiste en identificar y analizar las palabras o frases clave que los usuarios ingresan en los motores de búsqueda cuando buscan información relacionada con los productos, servicios o contenido del sitio web. El objetivo es optimizar el contenido del sitio usando esas palabras clave para mejorar su relevancia y visibilidad.

Para comenzar, es fundamental tener claros los objetivos del sitio web. En el caso de Miji Designs, el objetivo principal es atraer clientes interesados en servicios de diseño gráfico.

Como se puede ver, este es un campo que genera mucho interés y es ampliamente buscado en internet debido a su relevancia y aplicabilidad en diversas áreas del mercado.



**Gráfico 8: Frecuencia de búsqueda de la palabra clave "diseño gráfico"**

En el análisis, identificamos temas generales relacionados con los servicios que puede ofrecer un diseñador gráfico, tales como diseño de logos o identidad de marca, y los usamos para generar las potenciales palabras clave. Hay varias herramientas que se pueden utilizar para encontrar palabras clave específicas y su relevancia en el mercado, como Google Keyword Planner, Ahrefs o Ubersuggest.

La frase "diseño de logos" se clasifica como una palabra clave de "cola media". Este tipo de palabra clave está en el punto intermedio entre las palabras clave de alta competencia y búsqueda (palabras clave de cabeza o short-tail) y las palabras clave más específicas y menos competitivas (palabras clave de cola larga o long-tail).

Las palabras clave de cola media generalmente consisten en frases de 2 a 3 palabras y ofrecen un equilibrio entre el volumen de búsqueda y la especificidad. En este caso, "diseño de logos" es específico en términos de los servicios ofrecidos (diseño de logos) pero no llega a ser tan detallado como una palabra clave de cola larga, como "diseño de logos personalizados para pequeñas empresas".

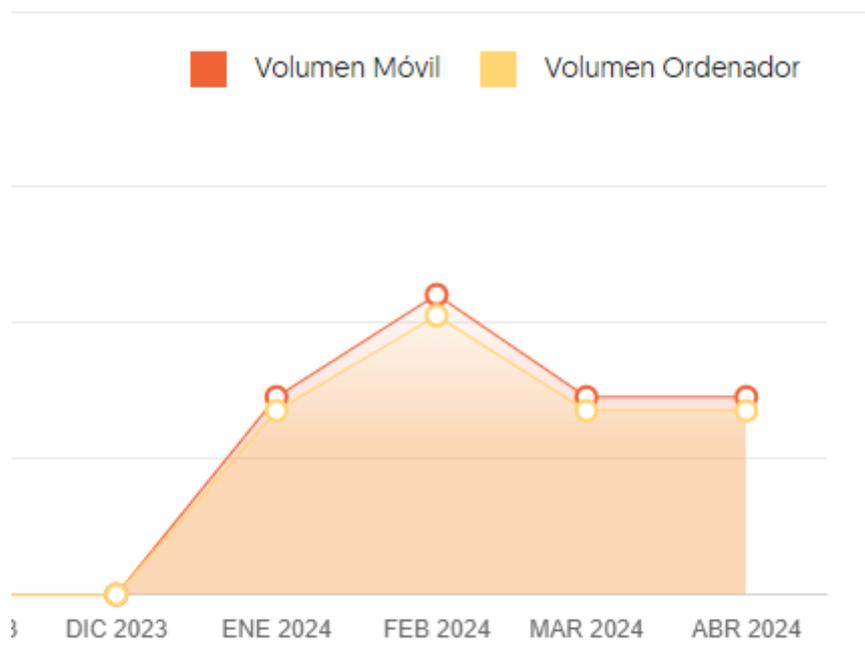
Este tipo de palabra clave puede ser muy efectiva para atraer tráfico más cualificado al sitio web sin enfrentarse a la misma cantidad de competencia que las palabras

clave de cabeza, como "diseño" o "logos", que son extremadamente competitivas, pero menos específicas y potencialmente menos relevantes para un público objetivo específico.



**Gráfico 9: Análisis de la palabra clave "diseño de logos"**

El volumen de búsquedas indica el número promedio de veces que los usuarios buscan esta palabra clave específica en un motor de búsqueda cada mes. Un volumen de búsquedas de 2.900 significa que la palabra clave es relativamente popular y genera un buen número de búsquedas mensuales, lo que sugiere que hay un interés significativo en este tema o servicio.



**Gráfico 10: Volumen de búsqueda de la palabra clave "diseño de logos"**

Por otro lado, el SEO difficulty es una métrica normalmente escalada de 0 a 100 e indica lo difícil que sería para una nueva página web clasificarse en los primeros resultados de los motores de búsqueda usando esta palabra clave. Un 60 es una dificultad moderadamente alta, aunque esperada por el volumen de búsqueda tan elevado, por lo que sería mejor buscar palabras clave alternativas que tengan una dificultad un poco más baja sin una disminución elevada del volumen de búsqueda.

Otra opción sería considerar palabras clave de cola larga que, al ser más específicas, generalmente tienen menos competencia.

### **3.4. Experiencia de usuario.**

La experiencia de usuario, o UX (User Experience), se define como la experiencia de las personas al interactuar con los productos, servicios o cualquier aspecto de la empresa. El principal objetivo de la UX es ofrecer soluciones que no solo sean agradables y atractivas, sino también intuitivas y eficientes, asegurando así una experiencia satisfactoria con la marca.

En la actualidad, los consumidores buscan soluciones rápidas y simples que satisfagan sus necesidades y resuelvan sus problemas. Por ejemplo, estudios indican que existe un 53% de probabilidad de que los usuarios de dispositivos móviles abandonen una página web si esta tarda más de tres segundos en cargar. También destacan que el 88% de los consumidores en línea afirman que no regresarían a un sitio web después de una mala experiencia de usuario.

Por ello, es crucial que cualquier empresa con presencia online asegure que su sitio web no solo sea útil y relevante, sino también fácil de usar.

Es esencial reconocer y evaluar las diversas variables que influyen en la experiencia de los usuarios al interactuar con sitios o aplicaciones web. Generalmente, estas experiencias se pueden clasificar en tres tipos principales, cada uno con características específicas que afectan de manera distinta la percepción del usuario.

- Experiencia de navegación:

La experiencia de navegación en un sitio web abarca todos los aspectos relacionados con cómo un visitante se mueve y se orienta dentro de las páginas y la estructura lógica que las conecta. Es fundamental asegurar una navegación fluida y coherente para evitar tales inconvenientes y mejorar la satisfacción del usuario.

- Experiencia de usabilidad:

Las experiencias de usabilidad se centran en cómo interactúan los usuarios con los elementos de un sitio web, como botones, barras de desplazamiento y videos. Es fundamental que estos elementos funcionen correctamente y cumplan con las expectativas del usuario. Además, es importante asegurarse de que el sitio sea responsivo y accesible.

- Experiencia sensorial:

La experiencia sensorial engloba a los elementos que impactan los sentidos del usuario, como los colores, la disposición de los elementos, los sonidos y las animaciones. Estos componentes pueden tener un efecto muy positivo en la experiencia del usuario si se utilizan adecuadamente para enriquecer la interacción. Sin embargo, si se descuidan o no se alinean con las necesidades de los visitantes, pueden resultar en impactos negativos. Es esencial manejar estos recursos con cuidado para asegurar una experiencia satisfactoria para el usuario.

Por lo tanto, el diseño web debe centrarse en el usuario para garantizar que su experiencia sea única y satisfactoria, motivando así su regreso a la página web. Para asegurar que los tres tipos de experiencias en UX —usabilidad, accesibilidad y funcionalidad— sean efectivos, es crucial prestar atención meticulosa a los elementos empleados en la creación de una interfaz de usuario. Esto incluye innovación en el diseño y una navegación intuitiva.

Para lograr una experiencia de usuario óptima en diseño web, es esencial entender las tareas y metas de los usuarios que visitan la página, así como identificar su principal objetivo en ese momento. Comprender estos aspectos nos permite diseñar una interfaz que no solo cumpla con sus necesidades, sino que también enriquezca su interacción con el sitio.

Para ello, respondemos a las siguientes preguntas sobre posibles usuarios que visitarían la página web de Miji Desings:

**1. Quiénes son los usuarios que llegan hasta ahí:**

Los usuarios pueden ser individuos o empresas de diversos sectores que necesitan servicios de diseño gráfico para mejorar su comunicación visual. Esto incluye startups que buscan desarrollar su identidad de marca, empresas establecidas que desean renovar su imagen, o incluso organizaciones sin fines de lucro que necesitan material gráfico para campañas específicas.

**2.Cuál es su principal objetivo:**

El principal objetivo de estos usuarios es obtener diseños de alta calidad que cumplan con sus necesidades específicas de comunicación y marketing. Buscan que estos diseños contribuyan a mejorar la percepción de su marca, comunicar efectivamente su mensaje y atraer a su público objetivo.

**3. Qué les mueve a cumplir ese objetivo, es decir, motivaciones:**

Las motivaciones pueden variar desde el deseo de aumentar la visibilidad de la marca, mejorar la interacción con los clientes, hasta impulsar ventas o donaciones.

Estos usuarios están motivados por la necesidad de tener un impacto visual fuerte y coherente que pueda traducirse en resultados concretos para su negocio o proyecto.

#### 4. **Cuántas tareas deben cumplimentar hasta conseguir ese objetivo:**

Los usuarios deben definir sus requisitos de diseño, seleccionar una diseñadora gráfica cuyos estilos y capacidades se alineen con sus necesidades, colaborar en el proceso de diseño mediante la revisión y aprobación de borradores, y finalmente implementar los diseños en sus canales de comunicación. Cada una de estas etapas puede requerir múltiples tareas y ajustes para alinear perfectamente el resultado con sus expectativas.

#### 5. **Qué información necesitan hasta llegar a cumplir su objetivo final:**

Los usuarios necesitan información clara sobre el proceso de diseño, ejemplos de trabajos anteriores de la diseñadora, costos y opciones de paquetes de diseño, tiempos de entrega estimados y términos de servicio. Además, es crucial que entiendan cómo pueden colaborar eficazmente durante el proceso para asegurarse de que el producto final cumpla con sus expectativas.

### **3.5. Redes Sociales.**

Las redes sociales han transformado profundamente Internet, consolidándose como herramientas esenciales para la comunicación, el entretenimiento y el marketing. En un mercado en constante evolución, es crucial que las empresas se adapten y manejen estas plataformas eficazmente. Se ha demostrado que las empresas con una presencia activa en redes sociales no solo incrementan sus ventas, sino que también fortalecen la lealtad de sus clientes y atraen a nuevos consumidores, aspectos fundamentales para su crecimiento y competitividad.

Consecuentemente, mantener una presencia efectiva en redes sociales es vital para cualquier negocio. Más allá de captar clientes y promover la marca, permite conectar con el público y mostrar el lado humano de la empresa. Es vital que tanto pequeñas empresas como autónomos mantengan una actividad constante en estas plataformas, independientemente de su sector, para aumentar su visibilidad y fortalecer las relaciones con los consumidores.

Además, las redes sociales desempeñan un rol crucial en el posicionamiento web. La publicación de contenidos de calidad y su correcta difusión pueden aumentar significativamente el tráfico hacia la página web. Esto mejora la posición del sitio en

los resultados de búsqueda de Google, ampliando la visibilidad y el alcance de la empresa en el entorno digital.

Para maximizar los beneficios de las redes sociales, es esencial diseñar una estrategia de marketing digital efectiva. Esta estrategia debe incluir un análisis exhaustivo del público objetivo, la elección de las plataformas más adecuadas y el desarrollo de contenido atractivo y relevante para los seguidores. Al hacerlo, se generará conciencia de marca, se incrementarán los leads y las ventas, y se fomentará la lealtad hacia la marca.

- Instagram.

Para las pequeñas marcas, Instagram se ha convertido en mucho más que una plataforma para compartir imágenes. Es un espacio donde pueden contar historias visuales y conectar emocionalmente con su audiencia a través de contenido visualmente atractivo y consistente. Utilizando publicaciones regulares, las marcas pueden mostrar sus productos de manera creativa y destacar sus características únicas. Esto no solo impulsa el interés de los seguidores, sino que también fortalece la identidad de marca y construye una comunidad en torno a ella.

Funciones como Stories y IGTV ofrecen a las marcas la oportunidad de compartir contenido más dinámico y personalizado. Las Stories, en particular, permiten un enfoque más informal y auténtico, donde las marcas pueden mostrar el lado humano de su negocio, compartir momentos detrás de escena y ofrecer vistas previas exclusivas de productos. Esto fomenta la interacción directa con los seguidores y refuerza la relación marca-cliente.

Otra característica clave de Instagram para las pequeñas marcas es la capacidad de etiquetar productos en las publicaciones. Esto facilita a los clientes el acceso directo a la compra, convirtiendo la plataforma no solo en un escaparate visual, sino también en un canal efectivo para la venta directa. Además, las colaboraciones con influencers y las asociaciones estratégicas con otras marcas pueden ayudar a las pequeñas empresas a ampliar su alcance y llegar a nuevas audiencias de manera efectiva.

- X (antiguamente Twitter)

X es una herramienta esencial para el crecimiento en el mercado digital. Esta plataforma permite comunicarse de manera instantánea y directa con la audiencia a través de tweets concisos y efectivos. Se utiliza esta rapidez para compartir actualizaciones sobre productos y servicios, así como para promocionar ofertas especiales y eventos. La estrategia de hashtags juega un papel crucial, ya que ayuda a las marcas a aumentar su visibilidad y atraer a usuarios interesados en temas específicos relacionados con sus productos.

Además de la promoción, las pequeñas marcas aprovechan Twitter para el servicio al cliente, respondiendo rápidamente a consultas y comentarios de los clientes. Esta interacción directa no solo resuelve problemas de manera eficiente, sino que también construye relaciones más sólidas y duraderas con los consumidores. La plataforma también se utiliza para participar en conversaciones relevantes dentro de la industria, lo que permite a las marcas establecer su autoridad y demostrar su conocimiento en su campo.

### **3.6. Herramientas utilizadas.**

En este apartado se detallarán las tecnologías web seleccionadas para el diseño y desarrollo de la página web. La elección de estas herramientas no solo responde a las necesidades técnicas del proyecto, sino también a su capacidad para optimizar el proceso de diseño y desarrollo, garantizando así un producto final eficiente y de alta calidad. Las herramientas principales que se utilizarán en este proyecto son Figma y HTML, CSS y JavaScript.

A continuación, se describirá cada una de estas herramientas, explicando su función específica dentro del proyecto y cómo contribuyen al logro de los objetivos establecidos.

- FIGMA: Figma es una plataforma de diseño de interfaces orientada especialmente a diseñadores web, así como a especialistas en experiencia de usuario (UX) y en interfaz de usuario (UI). Esta herramienta se diseñó para facilitar el diseño de sitios web y aplicaciones móviles ya que permite diseñar desde prototipos y wireframes hasta interfaces completas. Cualquier elemento que requiera una interfaz gráfica puede ser diseñado eficazmente con Figma, lo que la convierte en una opción ideal para proyectos de diseño. Además, cuenta con una serie de características que suponen una ventaja para sus usuarios:
  - Aplicación basada en web.
  - Librería de componentes.
  - Código CSS de los componentes.
  - Plugins.
  - Interfaz simple e intuitiva.

Mediante Figma, se crearán los wireframes de la página web, los cuales servirán como una guía esencial durante el proceso de desarrollo del código. Estos proporcionarán una estructura visual clara que facilitará la implementación y el ajuste de los elementos de la interfaz en las etapas subsiguientes del proyecto.



*Ilustración 1: Logo de Figma*

- HTML: HTML, que significa Lenguaje de Marcado de Hipertexto, es un lenguaje de programación utilizado para definir y describir la estructura y el contenido de las páginas web. Este lenguaje ordena los datos a través de etiquetas HTML, permitiendo categorizar, definir y describir su propósito dentro de una página web. Indica a un navegador web qué son los diferentes elementos en la página y cómo deben organizarse cuando se carga. Al ser un lenguaje basado en texto, dirige al navegador sobre cómo mostrar todos los componentes de una página, tales como texto, imágenes y otros elementos multimedia.

Este lenguaje de marcado es fundamental para crear páginas estáticas que pueden incluir texto, encabezados, tablas, listas, imágenes, enlaces y más. Para obtener mejores resultados, HTML se utiliza en conjunto con CSS, que se encarga del estilo visual, y JavaScript, que añade interactividad y funcionalidad a las páginas.

- CSS: CSS (Cascading Style Sheets), es un lenguaje de diseño para definir y crear la presentación de un documento estructurado escrito en HTML u otros lenguajes de marcado. CSS gestiona cómo se visualiza una página web ante el usuario, afectando aspectos como la disposición, los colores y las fuentes. El término "en cascada" se refiere a la capacidad de CSS de permitir múltiples hojas de estilo que influyen en una página, donde las reglas de una hoja de estilo pueden ser heredadas o sobrescritas por otras.

Con CSS, se pueden establecer reglas específicas que dictan cómo se deben mostrar los elementos en la página, manteniendo los comandos de estilo separados del contenido HTML. CSS también permite crear formatos visuales atractivos y coherentes que mejoran la experiencia del usuario en el sitio web. Funciona en tándem con HTML: mientras HTML organiza el contenido estructural, CSS se ocupa del formato visual, presentando los datos de manera estética y coherente a través de los navegadores.

Cuando un navegador carga una página web, interpreta el código HTML y lo traduce a un modelo de objetos del documento (DOM). CSS interactúa con este DOM, aplicando estilos a los elementos conforme a las reglas definidas en las hojas de estilo. Los selectores de CSS permiten modificar fácilmente el estilo de grupos específicos de elementos, manteniendo la coherencia visual y la identidad de marca en todo el contenido del sitio.

- JavaScript: JavaScript es un lenguaje de programación de alto nivel, orientado a objetos y ejecutado sobre todo del lado del cliente, en los navegadores web de los usuarios finales. Este lenguaje interpretado es esencial en el desarrollo web debido a su capacidad para agregar interactividad y dinamismo a las páginas web.

JavaScript ofrece funcionalidades que enriquecen la experiencia del usuario, compatible con todos los navegadores modernos. Entre estas, se incluyen la manipulación del Modelo de Objeto de Documento (DOM) para interactuar con y modificar elementos de la página web, el manejo de eventos, la comunicación asincrónica con servidores mediante AJAX, la creación de animaciones y la validación de formularios.

Gracias a su flexibilidad y dinamismo, JavaScript permite a los desarrolladores crear experiencias web interactivas y ricas en contenido. Es ampliamente utilizado en el desarrollo web para mejorar la funcionalidad de los sitios, haciendo la navegación en internet más atractiva y disfrutable para los usuarios. En resumen, JavaScript es una de las herramientas más poderosas y versátiles en el arsenal de cualquier desarrollador web.



*Ilustración 2: Logos de HTML, CSS y JavaScript*

Inicialmente, se contempló el uso del framework Angular para el desarrollo de la página web. Sin embargo, tras realizar investigaciones detalladas sobre la optimización para motores de búsqueda (SEO), se descubrió que Angular ofrece



opciones limitadas que no satisfacen completamente las métricas SEO necesarias. Además, se encontró que proporciona poca accesibilidad para los rastreadores de motores de búsqueda, lo cual podría comprometer la visibilidad y el rendimiento de la web en los resultados de búsqueda. Esta limitación resultó incompatible con los objetivos del proyecto.

## **4. Diseño y desarrollo de la página web.**

### **4.1. Análisis de las necesidades del diseñador gráfico.**

Antes de diseñar la página web de Miji Designs, es esencial definir claramente los objetivos para asegurar que la plataforma cumpla con las expectativas y sus necesidades como diseñadora gráfica. Esto incluye:

- Aumentar la visibilidad de Miji Designs.

Todo diseñador gráfico desea que su marca sea reconocida en el mercado y aumentar su visibilidad en internet. Esto se puede lograr mediante un sitio web sencillo, bien diseñado y optimizado para motores de búsqueda (SEO), lo que facilita que los clientes potenciales encuentren y accedan a los servicios que ofrece Miji Designs.

Para lograr esto, es necesario utilizar palabras clave relevantes, además de crear contenido de alta calidad y mantener una presencia activa en redes sociales como estrategias de marketing adicionales, que no solo mejoran el posicionamiento en los resultados de búsqueda, sino que también incrementan la interacción y el alcance de la marca.

- Atraer y retener clientes potenciales.

Una vez que los clientes han llegado y conocen la marca, es crucial que la página web tenga la capacidad de retenerlos y convertirlos en clientes fieles. Para ello, el sitio debe contar con una estructura intuitiva y fácil de navegar, utilizando llamadas a la acción (CTAs) claras y efectivas posicionadas en lugares clave. Estos incluyen formularios de contacto y enlaces directos a servicios específicos. Además, el diseño debe ser atractivo y motivar a los usuarios a explorar los servicios ofrecidos.

- Reflejar claramente la marca y los valores de Miji Designs.

Cada marca tiene una identidad visual que la define junto a unos valores marcados, y la página web debe ser una extensión de ellos. Todo esto está representado por el uso coherente de logotipos, una paleta de colores distintiva, tipografías y otros elementos gráficos que definan a la marca.

Además, es importante transmitir la filosofía de diseño y el enfoque único del diseñador gráfico, destacando sus habilidades, experiencia y proyectos anteriores para generar confianza y credibilidad entre los visitantes.

- Facilitar la interacción y comunicación con los clientes.

Comunicarse eficientemente con los clientes es crucial para el éxito de cualquier negocio, marca o empresa. La página web debe ofrecer varios canales de comunicación, como formularios de contacto, correos electrónicos y enlaces a redes sociales, para que los clientes puedan hacer consultas, solicitar presupuestos y colaborar fácilmente.

Todos estos aspectos imprescindibles se integrarán en la página web, tanto en el diseño como en su código, para asegurar un enfoque holístico que aborde todas las necesidades del diseñador gráfico. La implementación de estos elementos no solo servirá para aumentar la visibilidad de Miji Designs, sino que también consolidará su presencia en el mercado.

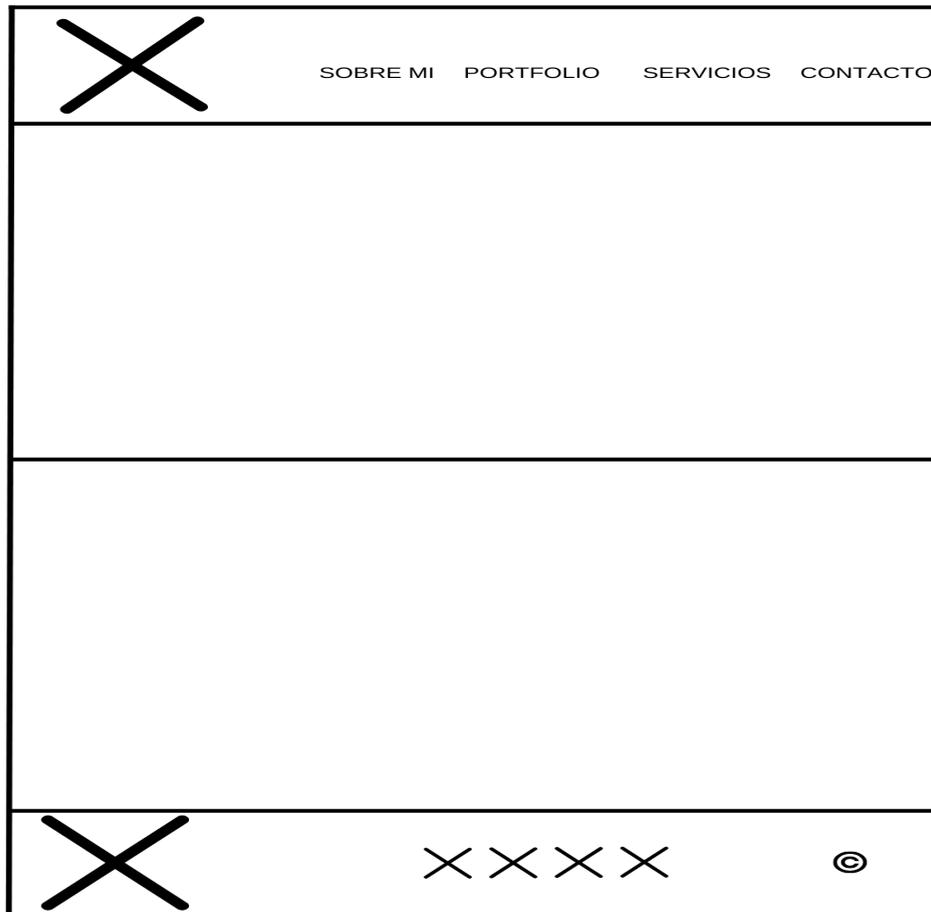
## ***4.2. Wireframes y diseño visual de la página.***

### ***4.2.1. Prototipo de la web.***

En este apartado, se explicará detalladamente el proceso de creación del diseño de la página web de Miji Designs, asegurando la integración de todos los indicadores de marketing digital asociados al diseño y desarrollo web previamente mencionados. Se detallarán los pasos específicos y las decisiones de diseño que se han tomado para lograr estos objetivos, desde la fase inicial de wireframing hasta la implementación del diseño visual final.

El uso de wireframes nos permite mantener una estructura consistente y bien organizada en todo el sitio web, lo que facilita tanto la navegación del usuario como el proceso de diseño. Esta representación esquemática servirá como guía fundamental durante el diseño de la web, asegurando que cada elemento se coloque de manera estratégica y funcional, priorizando siempre la funcionalidad en el diseño.

Comenzando con la idea general de la página web, se ha creado un wireframe representativo del aspecto general de cada página individual del sitio. Este wireframe ofrece una visión esquemática clara y detallada, destacando la disposición de los elementos principales y la estructura básica de las páginas. Al tener todas las páginas una estructura muy parecida, se garantiza que el usuario encuentre la navegación por el sitio web sencilla y lógica.



*Ilustración 3: Wireframe del diseño de la web*

El objetivo principal de este diseño es la funcionalidad. La página web se caracteriza por ser sencilla y fácil de navegar, combinando el scroll infinito y la paginación. Cada página está dividida en encabezado, pie de página y diferentes secciones donde se muestran los contenidos.

El scroll infinito permite al usuario obtener más información conforme navega hacia la parte inferior de la página, excepto que en este caso tiene un límite y no todo el contenido se encuentra en la misma página. Esto evita desventajas como el mal rendimiento o la dificultad para acceder a la información.

Por otro lado, la paginación, al ser un modelo más conocido y reconocible por los usuarios, permite que la navegación sea más sencilla. Este sistema reduce la incertidumbre del usuario, ya que desde el primer momento sabe con lo que se va a

encontrar, dándole un cierto control sobre la situación.

#### 4.2.2. Diseño de la web con Figma.

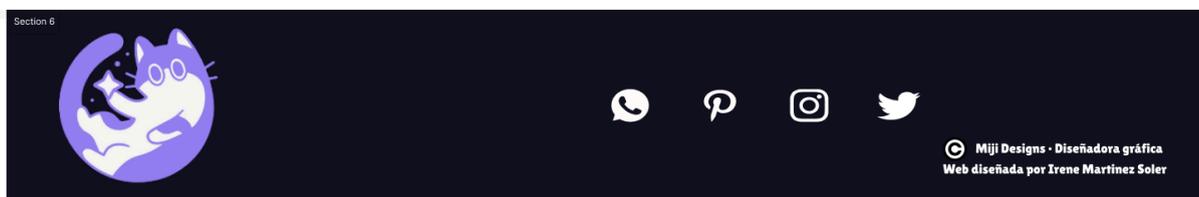
A partir de esta estructura, comenzamos con el diseño detallado de cada una de las páginas de la web: índice, sobre mí, portafolio, servicios y contacto, utilizando Figma. Todas las decisiones sobre el diseño se toman en este paso, para mantener un orden en el proyecto. El diseño de estas páginas será completo, no solo una guía esquemática, de modo que cuando llegue el momento de la implementación del código, solo sea necesario replicar fielmente el diseño establecido. Esto garantizará una transición fluida y eficiente del diseño a la programación, asegurando que la visión original se mantenga intacta.

El índice es la primera página que se muestra al entrar en la web. La primera vista incluye un encabezado y un pie de página, que se mantienen iguales en las demás secciones del sitio web. El encabezado contiene el imago tipo de Miji Designs, una combinación del isotipo y el logotipo de la marca, los cuales también funcionan por separado. Además, en el encabezado se encuentran los diferentes botones de navegación que redirigen a las otras páginas del sitio.



**Captura 1: Diseño del header**

En el pie de página se encuentra solo el isotipo, la parte simbólica de la marca que generalmente es reconocida sin el texto. Aquí también se incluyen los íconos de redes sociales conocidas: WhatsApp, Pinterest, Instagram y X (anteriormente conocido como Twitter), que son enlaces directos a las redes sociales de la diseñadora gráfica. Además, se incluye un aviso de copyright.



**Captura 2: Diseño del footer**

El diseño de estos dos apartados define claramente la identidad visual de la marca: los colores principales son morado, negro y beige, junto con sus variaciones, que se utilizarán en todo el sitio web. También se establece la tipografía y el logotipo. El uso de la paleta de colores definida de Miji Designs contribuye a la coherencia y mejora

la experiencia sensorial del usuario al visitar el sitio web. De esta manera, junto con los elementos visuales propios de la marca, Miji Designs se vuelve reconocible y distintiva.

- **Índice.**



Captura 3: Diseño del índice

El índice está dividido en tres secciones distintas:

En la sección inicial del sitio web, se presenta la primera impresión que experimentará el cliente al acceder al sitio. Esta área está diseñada para captar la atención del visitante de inmediato. Se divide en dos elementos principales: un título destacado que resume el servicio ofrecido por Miji Designs como diseñadora gráfica y un logotipo asociado. Esta combinación visual proporciona una introducción clara y atractiva al contenido del sitio.

Además, se incluye una llamada a la acción inicial que invita al usuario a explorar más allá. Esta llamada se materializa en forma de un botón que contiene un enlace directo a la tercera sección del índice del sitio web. Esta estrategia busca fomentar la interacción y la navegación activa del usuario desde el principio, guiándolo hacia secciones específicas que pueden ser relevantes para sus intereses. En conjunto, estos elementos trabajan en armonía para establecer una primera impresión sólida y orientar al visitante hacia el contenido principal del sitio.

En la segunda sección del sitio web, se ofrece un resumen conciso del apartado 'Sobre Mí'. Esta área está diseñada para brindar al usuario una visión general de quién es Miji Designs y por qué deberían confiar en ella como marca. Para lograr este objetivo, se presenta otro logotipo que refuerza la identidad visual de la marca.

En esta sección, se destacan las razones principales por las cuales el usuario debería confiar en Miji Designs. Se proporciona una breve descripción de los valores, la experiencia o cualquier otro aspecto relevante que contribuya a generar confianza en la marca. Esta estrategia tiene como objetivo establecer una conexión más cercana con el usuario y transmitir la credibilidad de Miji Designs como profesional en el campo del diseño gráfico.

Además, al igual que en la sección anterior, se incluye otra llamada a la acción que invita al usuario a explorar más sobre Miji Designs. Esta llamada a la acción está enlazada directamente al apartado 'Sobre Mí', facilitando al usuario el acceso a información más detallada sobre la marca y su trayectoria. En conjunto, estos elementos contribuyen a fortalecer la presencia en línea de Miji Designs y a fomentar una interacción más activa por parte de los visitantes del sitio web.

La tercera sección del sitio web presenta un resumen de los servicios ofrecidos por Miji Designs. Aquí, se destaca una breve descripción de los servicios principales que la marca proporciona a sus clientes. Esta sección está diseñada para brindar una visión general de las capacidades y especialidades de Miji Designs en el campo del diseño gráfico y la identidad visual.

Además, esta sección también incluye la última llamada a la acción de la página. Se trata de un botón que invita al usuario a ponerse en contacto con Miji Designs. Al hacer clic en este botón, el usuario será dirigido directamente a la sección de

contacto del sitio web. Esta estrategia busca fomentar la interacción del usuario y facilitar el proceso de comunicación entre los potenciales clientes y Miji Designs.

El índice está diseñado para que los usuarios no necesiten navegar por todo el sitio web si no lo desean o no tienen tiempo. Al incluir resúmenes de las páginas más importantes ('Sobre Mí' y 'Servicios'), los clientes pueden acceder rápidamente a la sección de contacto, agilizando el proceso de comunicación con la marca. Este enfoque asegura que los usuarios puedan encontrar fácilmente la información que buscan y tomar acciones rápidamente, mejorando así la experiencia de usuario y facilitando la interacción con Miji Designs.

- **Sobre mí.**



**Captura 4: Diseño del sobre mí**

La página 'Sobre Mí' está dividida en dos secciones:

- **Presentación Personal:** En esta sección, el sitio web presenta a Juli como la diseñadora gráfica detrás de la marca Miji Designs. Aquí, Juli comparte una descripción personal que abarca sus motivaciones, su trayectoria profesional y algunos detalles personales. La intención de esta presentación es establecer una conexión más íntima y cercana con los clientes y nuevos usuarios del sitio web.

Al ofrecer una visión más detallada de quién es Juli y qué la impulsa en su trabajo como diseñadora gráfica, Miji Designs busca generar confianza y empatía con su audiencia. Esta aproximación personalizada puede ayudar a los usuarios a sentirse más cómodos al interactuar con la marca y puede fomentar una relación más sólida y duradera.

- **Implicación en el Proceso de Diseño:** La segunda sección del sitio web se centra en resaltar el compromiso personal de Juli en todo el proceso de diseño. Aquí, se presentan varios ejemplos de diseños realizados en el contexto de la marca Miji Designs, lo que proporciona a los visitantes una muestra visual de la calidad y el estilo del trabajo de Juli.

El propósito de esta sección es transmitir la idea de que Juli estará presente activa y personalmente en cada etapa del diseño, desde la conceptualización hasta la implementación final. Esta implicación directa busca generar confianza y seguridad en los clientes potenciales, mostrándoles que su proyecto recibirá una atención personalizada y de alta calidad.

Además, la sección incluye una llamada a la acción estratégicamente ubicada que invita a los usuarios a explorar más a fondo los servicios ofrecidos por Miji Designs. Este botón de llamada a la acción enlaza directamente con el apartado de servicios del sitio web, donde los visitantes pueden obtener más información sobre las opciones disponibles y cómo trabajar con Juli en sus proyectos de diseño.

Una sección 'Sobre Mí' es crucial en una página web porque permite a los visitantes conocer mejor a la persona o equipo detrás de la marca. Esto humaniza la marca y crea una conexión emocional con los usuarios. Proporcionar información sobre la trayectoria profesional, motivaciones y valores personales puede generar confianza y credibilidad. Además, destacar la implicación personal en el proceso de trabajo asegura a los clientes que recibirán un servicio personalizado y dedicado, lo cual es especialmente importante en campos creativos como el diseño gráfico.

- **Portfolio.**



**Captura 5: Diseño del portfolio**

La página de Portfolio de Miji Designs presenta una sección única dedicada exclusivamente a mostrar los proyectos realizados hasta la fecha. Aquí, se exhiben diversos trabajos con el objetivo de resaltar la diversidad y calidad de los proyectos completados por Juli.

Los portfolios desempeñan un papel crucial en el ámbito del diseño gráfico, ya que permiten a los posibles clientes examinar ejemplos tangibles del trabajo realizado por el diseñador. Un portfolio bien estructurado y visualmente atractivo puede servir como una poderosa herramienta para demostrar las habilidades, creatividad y estilo único del diseñador, estableciendo así una impresión inicial sólida.

La importancia de un buen portfolio en la retención de clientes es significativa. Al presentar trabajos anteriores, los clientes potenciales pueden evaluar la consistencia y calidad del trabajo realizado, lo que contribuye a generar confianza en la capacidad del diseñador. Además, un portfolio variado puede resaltar la versatilidad del diseñador para adaptarse a diferentes estilos y necesidades, lo que amplía las posibilidades de atraer a una amplia gama de clientes.

- **Servicios.**

La página de Servicios de Miji Designs se divide en dos secciones principales:

- **Descripción de Servicios:** En esta sección se ofrece un vistazo detallado de los servicios que Miji Designs proporciona como marca de diseño gráfico. Entre los servicios destacados se incluyen:
  - **Diseño de Logotipos:** Creación de logotipos únicos y personalizados que representan la esencia de la marca del cliente.
  - **Identidad Visual:** Desarrollo de una identidad visual coherente y atractiva que incluye todos los elementos gráficos necesarios para una presentación profesional.
  - **Creación de Paletas de Colores Personalizadas:** Selección y combinación de colores que reflejen la identidad y los valores de la marca.
  - **Transformación de Ideas en Realidad:** Trabajo colaborativo con los clientes para dar forma y vida a sus ideas, asegurando que el diseño final cumpla con sus expectativas y necesidades.

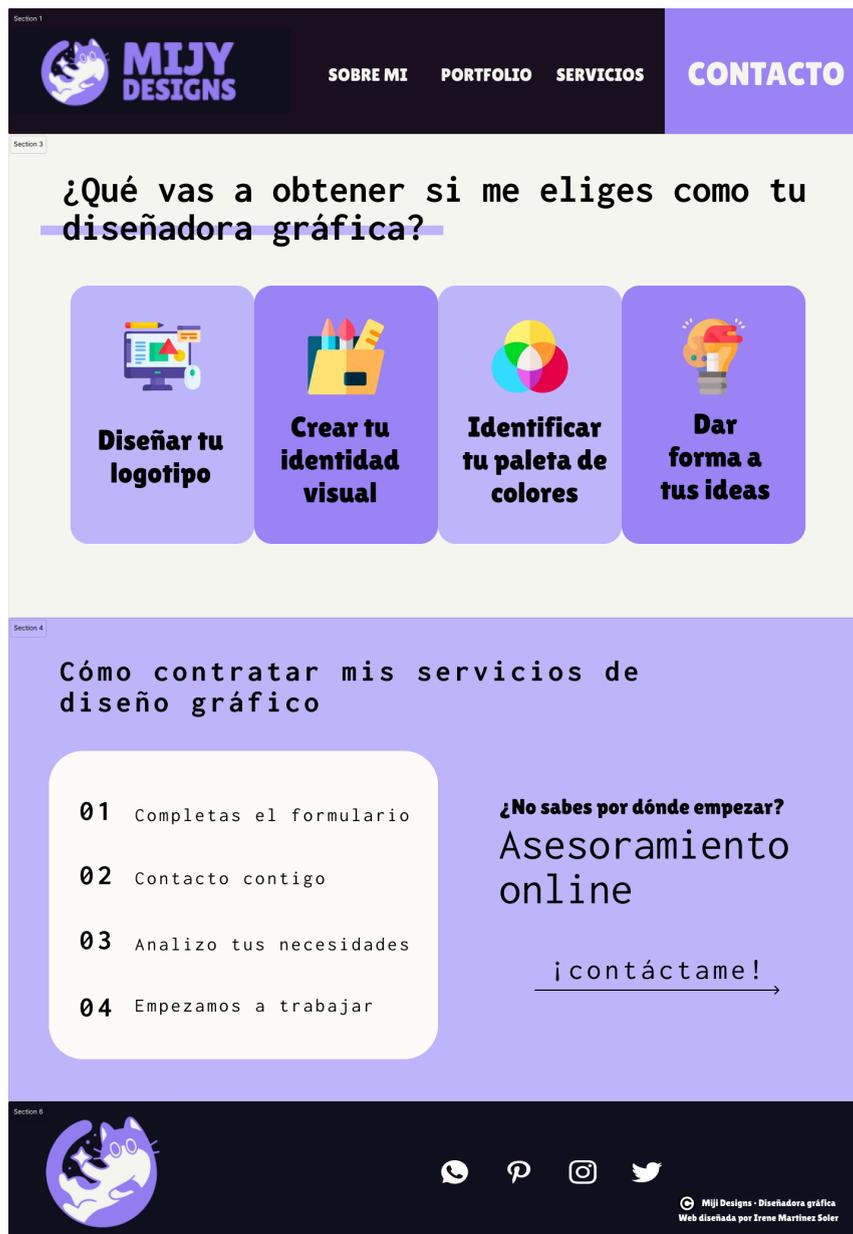
El objetivo principal de esta sección es proporcionar a los visitantes una comprensión clara de los servicios que ofrece Miji Designs y cómo estos pueden beneficiarlos.

- **Guía para Contratar Servicios:** La segunda sección actúa como una pequeña guía explicativa sobre cómo contratar los servicios de Miji Designs. Aquí se detalla el proceso paso a paso para asegurarse de que los usuarios no tengan dudas sobre lo que deben hacer si eligen trabajar con Miji Designs.

Además de describir el proceso de contratación, esta sección puede ofrecer asesoramiento adicional para aquellos usuarios que no estén seguros de qué servicio se adapta mejor a sus necesidades específicas.

Una llamada a la acción estratégicamente ubicada al final de la sección invita a los usuarios a tomar medidas y ponerse en contacto con Miji Designs para comenzar el proceso de contratación, lo cual fomenta la interacción con la marca.

La claridad en el proceso de contratación es fundamental para que los usuarios se sientan cómodos y seguros al elegir Miji Designs. Al proporcionar esta guía, se reduce la incertidumbre y se mejora la experiencia del usuario, lo que puede aumentar la tasa de conversión de visitantes a clientes.



Captura 6: Diseño de servicios

- **Contacto.**

La página de Contacto de Miji Designs está diseñada con una sola sección que se centra en facilitar el proceso de comunicación con los clientes potenciales.

La sección comienza con frases motivadoras como "¿Hablamos?" y "¡Escríbeme!", que invitan al usuario a contactar con Miji Designs de manera amigable y directa. Estas frases destacan la accesibilidad y la disposición de Juli, para comunicarse con los usuarios y entender sus necesidades.

A continuación, se encuentra el formulario de contacto, que está diseñado para ser simple y eficiente. El formulario incluye cuatro campos esenciales que recopilan la información justa y necesaria para que Miji Designs pueda iniciar el proceso de trabajo: nombre, que permite identificar al usuario; correo electrónico, que establece una vía de comunicación; servicio, que ayuda a entender el propósito del contacto; y mensaje, que permite que el usuario describa brevemente su solicitud de proyecto.

Este diseño minimalista asegura que los usuarios no se sientan abrumados por demasiados campos y puedan completar el formulario rápidamente, lo que aumenta la probabilidad de que se pongan en contacto. Al final, la página de Contacto está optimizada para crear una experiencia de usuario positiva, fomentando una comunicación fácil y directa con Juli, y estableciendo un primer punto de contacto efectivo que puede convertir visitantes en clientes.



Captura 7: Diseño de contacto

### **4.3. Desarrollo del sitio web.**

En el proceso de implementación de la página web, se lleva a cabo el desarrollo del código que dará vida a la interfaz y funcionalidades del sitio. Para ello, se utilizan lenguajes de programación como HTML, CSS y JavaScript, que permiten estructurar, estilizar y agregar interactividad a las páginas web.

En primer lugar, se realiza la estructuración de la página utilizando HTML (HyperText Markup Language). Se definen los elementos principales como encabezados, párrafos, listas, enlaces e imágenes, entre otros. Se establece una jerarquía adecuada y se asignan atributos para mejorar la accesibilidad y la indexación por parte de los motores de búsqueda.

El uso de CSS (Cascading Style Sheets) permite generar el diseño visual de las páginas web e interfaces de usuario. Con CSS, se aplican estilos a los elementos HTML, como colores, tipografías, márgenes, y disposiciones en la página. Esto asegura que la apariencia del sitio web sea coherente con la identidad visual de la marca y atractiva para los usuarios.

Finalmente, JavaScript se utiliza para agregar interactividad y dinamismo a la página web. Con este lenguaje, se pueden crear elementos interactivos, como formularios dinámicos, efectos de animación y la actualización de contenido en tiempo real sin necesidad de recargar la página.

Estos tres lenguajes, HTML, CSS y JavaScript trabajan juntos para construir un sitio web funcional, atractivo y fácil de usar, asegurando una experiencia de usuario óptima y alineada con los objetivos de Miji Designs.

#### **4.3.1. Archivos JavaScript: *Menu.js* y *Footer.js***

Inicialmente, se identifica un desafío en la implementación del encabezado y pie de página en cada página individual del sitio web. Replicar el código en cada archivo HTML resulta tedioso y poco práctico, además de ensuciar el código y restarle estética. Para abordar esta problemática y promover un código más limpio y modular, se decide definir dos 'web components': uno denominado 'Menu' y el otro 'Footer', haciendo uso de la API de Custom Elements de JavaScript. Estos componentes están diseñados para generar un menú de navegación y un pie de página que pueden ser fácilmente reutilizados en cualquier parte del sitio web, simplificando así el proceso de desarrollo y mejorando la mantenibilidad del código.

```
class Menu extends HTMLElement {
  constructor(){
    super();

    this.innerHTML = ``
  }
};

customElements.define('menu-component', Menu);

class Footer extends HTMLElement {
  constructor(){
    super();

    this.innerHTML = ``
  }
};

customElements.define('footer-component', Footer);
```

Captura 8: Web component de menu.js y footer.js

Los ‘web components’ definidos, en este caso, consisten en clases JavaScript llamadas ‘Menu’ y ‘Footer’, que heredan de la clase HTMLElement. Esta clase encapsula toda la lógica y el contenido del menú de navegación.

Dentro del constructor de las clases, se utiliza el método super() para llamar al constructor de la clase base HTMLElement. Luego, se asigna el contenido del menú de navegación y el pie de página a la propiedad innerHTML. Este contenido está definido como una cadena de texto que contiene el código HTML que representa el encabezado de la página web, incluyendo el logotipo, los enlaces de navegación y el estilo CSS asociado.

```
<body>
  <header id="main-header">
    <div class="container">
      <a id="logo-header" href="index.html">
        
      </a>

      <nav class="navbar">
        <ul>
          <li>
            <a href="about.html"> SOBRE MI </a>
          </li>
          <li>
            <a href="portfolio.html"> PORTFOLIO </a>
          </li>
          <li>
            <a href="servicios.html"> SERVICIOS </a>
          </li>
          <li class="li1">
            <a href="contacto.html"> CONTACTO </a>
          </li>
        </ul>
      </nav>
    </div>
  </header>
</body>
```

Captura 9: HTML de menu.js

```

<footer id="main-footer">
  <a id="logo-footer">
    
  </a>

  <div class="footer-nav">
    <ul>
      <li>
        <a class="link2" href="">  </a>
      </li>
      <li>
        <a class="link2" href="">  </a>
      </li>
      <li>
        <a class="link2" href="">  </a>
      </li>
      <li>
        <a class="link2" href="">  </a>
      </li>
    </ul>
  </div>

  <a class="copy">
    <p class="copyright">&copy; Miji Design | Diseñadora gráfica
    <br> Web diseñada por Irene Martínez Soler </p>
  </a>
</footer>

```

**Captura 10: HTML de footer.js**

Además del HTML, también se define el estilo CSS necesario para estilizar el menú de navegación y el pie de página. Este estilo se incluye dentro de la misma cadena de texto del innerHTML, utilizando etiquetas `<style>`.

```

<style>
body {
  margin: 0;
  padding: 0;
  font-family: Helvetica;
  color: #6666;
  background: #f2f2f2;
  font-size: 1em;
  line-height: 1.5em;

  padding-top: 80px;
}
#main-header {
  background: #13111f;
  color: white;
  min-height: 2em;
  width: 100%;
  left: 0;
  top: 0;
  right: 0%;
  position: fixed;
}
#main-header a {
  color: white;
}
#logo-header {
  float: left;
  padding: 1em 0 0 1.5em;
  text-decoration: none;
}

.container {
  display: flex;
  justify-content: space-between;
}
.navbar ul {
  margin: 0;
  padding: 0;
  list-style: none;
}
.navbar ul li {
  display: inline-block;
  line-height: 6em;
  padding-left: 1.5em;
}
.navbar ul li a {
  display: flex;
  padding: 0 0.8em;
  text-decoration: none;
  transition: all 0.3s linear;
  border-radius: 2em;
}
.navbar ul li a:hover {
  background: #9882f9;
}
.lil {
  background-color: #9882f9;
  padding-right: 1.5em;
}
a {
  font-weight: bold;
  font-family: "Lilita One";
}

```

**Captura 11: CSS de menu.js**

```

<style>
#main-footer {
  display: flex;
  justify-content: space-between;
  align-items: center;
  background: #13111f;
  color: white;
  height: 110px;
}

#logo-footer {
  float: left;
  padding: 5px 0 0 35px;
  margin: 0;
}

.footer-nav ul {
  display: flex;
  flex-direction: row;
  padding-right: 60px;
}

.footer-nav ul li {
  display: flex;
  line-height: 100px;
  padding-left: 20px;
}

.footer-nav ul li .link2 {
  padding: 0 10px;
  text-decoration: none;
}

.copy {
  padding-right: 25px;
  padding-top: 10px
}

.copyright {
  color: white;
  font-size: 70%;
  line-height: 15px;
}

.link2 img {
  width: 30px;
  height: 25px;
  padding-top: 10px;
}
</style>

```

**Captura 12: CSS de footer.js**

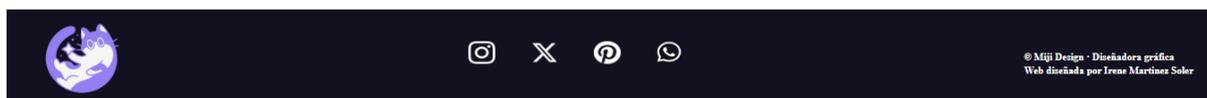
Finalmente, se registra el web component utilizando el método `customElements.define()`, donde se especifica el nombre del elemento personalizado ('menu-component') y la clase JavaScript asociada (Menu). Esto permite que el navegador reconozca y utilice el componente personalizado en el documento HTML.

```
<menu-component></menu-component>
```



**Captura 13: Header en la web**

```
<footer-component></footer-component>
```



**Captura 14: Footer en la web**

### 4.3.2. Archivos HTML.

Cada página del sitio web se representa mediante un archivo HTML individual, compartiendo elementos comunes que definen su estructura y contenido. Estos archivos HTML siguen un patrón unificado que incluye la declaración del tipo de documento (`<!DOCTYPE html>`), la especificación del idioma (`lang="es"`) para indicar que está en español, y la sección `<head>`.

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="es">
<head>
  <meta charset="UTF-8">
  <meta name="keywords" content="diseño grafico, identidad visual, diseño,
  logotipos, branding, web, social media, estetica visual">
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <meta name="description" content="Navega fácilmente por nuestro sitio web desde la página de inicio.">
  <title> Miji Designs </title>
  <link rel="stylesheet" href="style-index.css">
  <script src="Menu.js" defer</script>
  <script src="Footer.js" defer</script>
</head>
```

**Captura 15: Metadatos del HTML**

Dentro de la etiqueta `<head>` de este código HTML, se encuentran elementos esenciales para configurar y dar formato a la página web.

La etiqueta `<meta charset="UTF-8">` especifica el conjunto de caracteres utilizado en la página como UTF-8. Esto asegura que la página sea compatible con una amplia gama de idiomas y caracteres especiales.

Por otra parte, la etiqueta `<meta name="keywords" content="...">` proporciona una lista de palabras clave relevantes para el contenido de la página, que son utilizadas por los motores de búsqueda para comprender de qué trata la página y para indexarla correctamente en los resultados de búsqueda.

Siguiendo con la etiqueta `<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">`, especifica cómo debe escalar y ajustarse la página en diferentes dispositivos y tamaños de pantalla, lo cual es fundamental para garantizar una experiencia de usuario óptima en dispositivos móviles y de escritorio.

Finalmente, la etiqueta `<meta name="description" content="...">` proporciona una breve descripción del contenido de la página. Esta descripción se muestra en los resultados de búsqueda y puede influir en la tasa de clics de los usuarios.

El elemento `<title> Miji Designs </title>` define el título de la página que se muestra en la pestaña del navegador y en los resultados de búsqueda, y los

elementos `<link rel="stylesheet" href="style-index.css">`, `<script src="Menu.js" defer></script>` y `<script src="Footer.js" defer></script>` enlazan archivos externos de CSS y JavaScript. Estos archivos contienen reglas de estilo y funciones que son importantes para el diseño y la funcionalidad de la página.

La claridad y sencillez en la estructura del código HTML son cruciales tanto para el desarrollo web general como para la optimización en motores de búsqueda (SEO). Un HTML limpio y bien estructurado garantiza que el sitio web se renderice correctamente en diferentes navegadores y dispositivos, asegurando una experiencia consistente para todos los usuarios. Además, un HTML limpio contribuye a una mejor velocidad de carga de la página, un factor importante para el ranking en motores de búsqueda. Los sitios web que cargan rápidamente ofrecen una mejor experiencia al usuario, lo que puede reducir la tasa de rebote y aumentar el tiempo de permanencia en el sitio.

En términos de SEO, una estructura HTML clara y sencilla es fundamental para la correcta indexación del contenido por parte de los motores de búsqueda. Los rastreadores de motores de búsqueda como Google utilizan la estructura del HTML para entender y catalogar el contenido de la página web. Una estructura bien organizada facilita esta tarea, mejorando la visibilidad del sitio en los resultados de búsqueda. Por eso, el uso correcto de etiquetas HTML ayuda a definir la jerarquía y relevancia del contenido.

En el cuerpo del documento HTML hecho para la web de Miji Designs, se observa una estructura común en todos los archivos HTML de la página. Cada cuerpo se divide en secciones distintas utilizando la etiqueta `<section>`. Dentro de cada sección, se encuentran varios elementos `<article>`, los cuales representan el contenido específico de cada sección.

#### **4.3.3. Archivos CSS.**

Se crean archivos CSS individuales para cada archivo HTML, los cuales se enlazan mediante etiquetas de enlace (`<link>`) en el html.

```
<link rel="stylesheet" href="style-portfolio.css">
```

*Captura 16: Código de enlace del CSS*

El CSS desempeña un papel crucial en el desarrollo web, ya que el código HTML solo establece la estructura básica del sitio. Es el CSS el que permite que el sitio web tenga un aspecto atractivo y presentable al definir el estilo, el diseño y la apariencia visual de los elementos HTML.

Con CSS se pueden controlar diversos aspectos del diseño y la presentación de una página web, como los colores, la tipografía y las imágenes. En el caso de Miji Designs, se utiliza una paleta de colores específica compuesta por morado, negro y beige. El morado se usa principalmente para fondos y para destacar o resaltar palabras. El negro se emplea para el encabezado y el pie de página, así como para el color de la tipografía en general. El beige se utiliza exclusivamente para fondos y, en casos donde el negro es el color de fondo, el beige se aplica a la tipografía para asegurar una buena legibilidad.

Además de los colores, CSS permite definir el tipo y tamaño de la tipografía. Miji Designs utiliza 'Lilita One' como la fuente principal y 'Literata' como la fuente secundaria. También 'Courier New'. Estas elecciones tipográficas contribuyen a la identidad visual coherente y distintiva de la marca.

```
.serv1 div h4 {  
  font-family: "Lilita One";  
  font-weight: bold;  
  color: #000000;  
}  
  
.serv1 div h2 {  
  font-family: 'Courier New', Courier, monospace;  
  font-size: xx-large;  
}
```

*Captura 17: Código del style-index.css*

También permite controlar el tamaño y la disposición de las imágenes mediante las propiedades `width` y `height`. Estas propiedades determinan el ancho y la altura de las imágenes, respectivamente, permitiendo ajustar su tamaño para que se adapten adecuadamente al diseño de la página y aseguren una buena experiencia visual para el usuario.

El método más comúnmente utilizado para el diseño de páginas web es el Flexbox o Modelo de Caja Flexible. El Flexbox es una técnica de diseño en CSS que permite crear diseños flexibles y dinámicos al proporcionar un sistema de diseño bidimensional para el posicionamiento y alineación de elementos HTML. Permite distribuir el espacio disponible de manera uniforme entre los elementos y ajustar automáticamente su tamaño y posición según el contenedor.

Se utiliza `display: flex;` en el contenedor padre para activar el modelo de caja flexible y permitir que los elementos secundarios se comporten de manera flexible. Propiedades como `justify-content`, `align-items` y `flex-direction` se utilizan para controlar la alineación y distribución de los elementos secundarios dentro del contenedor.

Es adecuado afirmar que aproximadamente el 50% del código CSS está dedicado a Flexbox.

```
#content1 {
  display: flex;
  justify-content: space-between;
  align-items: center;
}

.cont {
  display: flex;
  flex-direction: column;
  justify-content: center;
  align-items: center;
}

#content2 {
  display: flex;
  justify-content: center;
  align-items: center;
  background: #C1B6FA;
}
```

```
.portfolio2 {
  display: flex;
  flex-wrap: wrap;
  justify-content: space-evenly;
  gap: 15px;
  margin-top: 25px;
}
```

*Captura 18: Flexbox en style-portfolio.css*

El padding y el margin son propiedades CSS independientes que se utilizan en conjunto con el Flexbox, pero no son exclusivas de él. Se utilizan para controlar el espacio alrededor de los elementos HTML. El padding define el espacio interno entre el contenido de un elemento y sus bordes, mientras que el margin define el espacio externo alrededor del elemento que afecta al espacio entre los elementos vecinos.

```
.crea {
  color: #000000;
  text-align: center;
  font-family: "Literata";
  font-size: 90px;
  line-height: 90%;
  padding-left: 75px;
  padding-right: 75px;
  margin-bottom: 45px;
  margin-top: 30px;
}
```

*Captura 19: Padding y margin en style-index.css*

Flexbox es especialmente útil para crear diseños de página más complejos y adaptativos, ya que permite que los elementos se reorganicen automáticamente en diferentes tamaños de pantalla. Por otro lado, las propiedades de padding y margin no son flexibles, lo que significa que el uso exclusivo de flexbox no siempre es suficiente para adaptar el contenido de manera adecuada a diferentes tamaños de pantalla. Para asegurar una correcta adaptabilidad, se utiliza la propiedad de CSS conocida como media query.

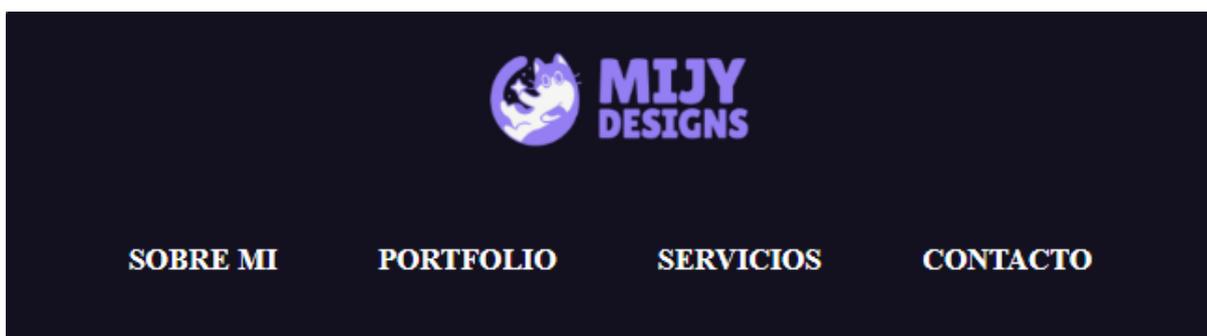
Las media queries permiten aplicar estilos CSS específicos según las características del dispositivo, como el ancho de la pantalla. Esto es fundamental para el diseño responsive, ya que permite ajustar el diseño y la disposición de los elementos en función del tamaño de la pantalla del usuario. Por ejemplo, se pueden cambiar los tamaños de fuente, reorganizar los elementos o ajustar los márgenes y el relleno para garantizar que la página web se vea bien y sea funcional en dispositivos móviles, tabletas y pantallas de escritorio.

```
@media (min-width:200px) and (max-width: 1220px) {
```

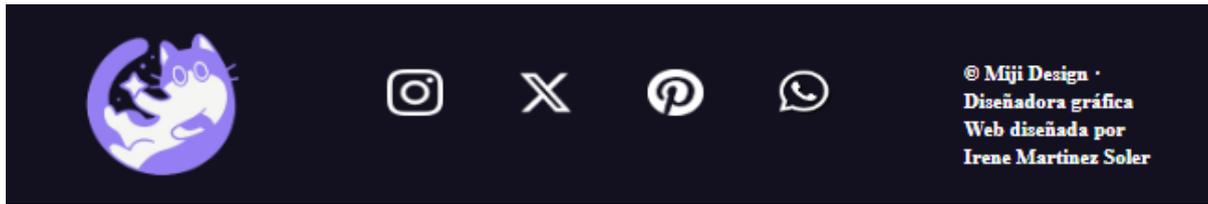
*Captura 20: Media query en CSS*

Al adaptar la página web para que funcione en cualquier tamaño de pantalla, ha sido necesario ajustar tanto el diseño como el código utilizando las media queries. Aunque la mayoría del código CSS estaba implementado con flexbox, lo que facilitó en gran medida el ajuste de la disposición de los elementos, todavía fue necesario modificar los paddings y tamaños. Flexbox es una herramienta potente para crear layouts flexibles, pero no controla completamente los márgenes internos (padding) y externos (margin) de los elementos.

Al adaptar el diseño para diferentes tamaños de pantalla, fue crucial ajustar estos valores para asegurar que los elementos mantuvieran una apariencia equilibrada y funcional. Esto incluía cambiar el tamaño de las fuentes y ajustar los anchos y altos de las imágenes y otros elementos, garantizando que todo se mantuviera proporcional y legible sin importar el dispositivo.



*Captura 21: Header adaptado*



Captura 22: Footer adaptado

Por último, CSS también se utiliza para crear diversos elementos desde cero, como cuadrados y flechas. Un cuadrado se puede crear simplemente estableciendo valores iguales para width y height y añadiendo un color de fondo.

```
.rectangle {  
  background: #000000;  
  border-radius: 25px;  
  width: 250px;  
  height: 60px;  
  display: flex;  
  align-items: center;  
  justify-content: center;  
}
```

Captura 23 Código del cuadrado en style-index.css

Para una flecha, se pueden utilizar bordes con diferentes colores y tamaños para formar la dirección deseada.

```
.flecha {  
  width: 110px;  
  height: 5px;  
  background-color: black;  
  position: relative;  
}  
.flecha:before {  
  content: "";  
  position: absolute;  
  top: -12px;  
  left: 110px;  
  width: 0;  
  height: 0;  
  border-top: 15px solid transparent;  
  border-bottom: 15px solid transparent;  
  border-left: 20px solid black;  
}
```

Captura 24: Código de la flecha en style-index.css

El elemento con la clase .flecha se visualiza como una barra horizontal negra. El pseudo-elemento :before se posiciona a la derecha de esta barra y forma un triángulo negro, creando la apariencia de una flecha apuntando hacia la derecha. La barra horizontal y el triángulo juntos conforman la flecha completa.

#### 4.3.4. Servidor con Python.

En esta sección, se detalla el proceso de desarrollo del servidor para la página web, utilizando el framework Flask de Python. Flask es un microframework ligero y flexible que permite crear rápidamente una aplicación web eficiente y escalable.

Para gestionar las solicitudes y la lógica del lado del servidor de la página web, se optó por usar Flask debido a su simplicidad y potencia. Flask proporciona las herramientas necesarias para construir un servidor robusto, capaz de manejar tanto peticiones simples como complejas, garantizando al mismo tiempo un desarrollo ágil y una integración fluida con otros componentes de la aplicación.

A continuación, se explicará en detalle cómo se configuró y desarrolló el servidor utilizando Flask.

```
import os
import requests
from flask_session import Session
from flask import Flask, jsonify, render_template, request, session
from flask_socketio import SocketIO, emit
```

*Captura 25: Módulos de server.py*

Primero de todo, se importan los módulos necesarios para la construcción del código del servidor: 'os', para interactuar con el servidor; 'request', para realizar solicitudes HTTP; y el módulo principal 'flask', para crear aplicaciones web. Además, Flask cuenta con dos extensiones: 'flask\_session', para gestionar sesiones en el servidor y 'flask\_socketio', para manejar WebSockets.

A continuación, se configura la aplicación Flask, creando una instancia.

```
app= Flask(__name__)
app.config["SECRET_KEY"] = os.getenv("SECRET_KEY")
app.config["SESSION_PERMANENT"] = False
app.config["SESSION_TYPE"] = "filesystem"
```

*Captura 26: App flask en server.py*

En la configuración se usa 'SECRET\_KEY', para obtener una clave secreta que mantenga la seguridad de las sesiones y cookies; 'SESSION\_PERMANENT' en false para que las sesiones no sean permanentes y 'SESSION\_TYPE' para indicar que las sesiones se almacenarán en el sistema de archivos.

Continuando con el código, se configuran los directorios donde se encuentran los archivos que conforman el sitio web y, finalmente, se definen las rutas.

```
Session(app)
socketio= SocketIO(app)
fotos = os.path.join('static','assets')
app.config['UPLOAD_FOLDER'] = fotos
logo = os.path.join(app.config['UPLOAD_FOLDER'],'logo2.png')

@app.route("/")
def index():
    return render_template("index.html")

@app.route("/about")
def about():
    return render_template("about.html")

@app.route("/portfolio")
def portfolio():
    return render_template("portfolio.html")

@app.route("/servicios")
def servicios():
    return render_template("servicios.html")

@app.route("/contacto")
def contacto():
    return render_template("contacto.html")
```

*Captura 27: Rutas en server.py*

## **5. Resultados.**

En esta sección, se presentan los resultados obtenidos a partir de la implementación de las estrategias de marketing digital en la página web de Miji Designs.

Los resultados obtenidos ofrecen una visión sobre el desempeño de la página web y proporcionan una base sólida para proyectar su evolución futura, destacando áreas de éxito y oportunidades de mejora. A continuación, se detallan los hallazgos más relevantes y su implicación en el logro de los objetivos establecidos para Miji Designs.

### **5.1. Evaluación cualitativa de la experiencia del usuario.**

La evaluación cualitativa de la experiencia de usuario (UX) de una web implica recopilar información subjetiva y detallada sobre cómo los usuarios interactúan con el sitio web, sus percepciones, emociones y opiniones. La técnica de evaluación seleccionada para ello es un test de usabilidad.

El propósito de este test de usabilidad fue evaluar la navegación y la claridad del contenido del sitio web de Miji Designs. Los objetivos específicos eran determinar qué tan fácil es para los usuarios encontrar información sobre los trabajos previos de la diseñadora, entender su proceso de trabajo y contactarla para contratar sus servicios.

Se seleccionaron dos participantes para el test, ambos con un nivel básico a intermedio de conocimientos en internet y diseño gráfico. Los perfiles de los participantes reflejan a personas que han considerado o están considerando contratar servicios de diseño gráfico. Se les planteó el siguiente escenario: "Imagina que estás abriendo una nueva tienda de ropa y necesitas contratar a un diseñador gráfico para que te diseñe un logo. Tu tarea es navegar por este sitio web para encontrar ejemplos de trabajos previos, entender cómo trabaja el diseñador y contactarlo para contratar sus servicios."

Por lo tanto, tienen que completar tres tareas específicas:

1. Navegar hasta el portafolio para ver trabajos previos.
2. Encontrar información sobre el proceso de trabajo Miji Designs.
3. Contactar con la diseñadora.

Los participantes fueron observados y se les pidió que pensarán en voz alta mientras completaba las tareas asignadas.

### ***Participante 1***

- **Tarea 1:** Encontró el portafolio en 30 segundos, comentó que el menú principal era claro. Aunque a la hora de volver al índice, no le resultó obvio que el clicar en el logo en la barra de navegación conducía de vuelta al índice.
- **Tarea 2:** Encontró información sobre el proceso de trabajo en la sección ‘Sobre mí’ y en ‘Servicios’, pero mencionó que algunos detalles eran vagos, aunque sentía que la forma en la que estaba explicado era como un acercamiento personal.
- **Tarea 3:** Encontró la página de contacto rápidamente y comentó que el formulario de contacto era fácil de usar, aunque se equivocó a la hora de rellenar las casillas y puso los apellidos en la sección del correo electrónico.

El participante sugirió que sería útil tener una sección separada y más detallada sobre el proceso de trabajo. También comentó que en el portafolio debería haber explicaciones sobre los trabajos realizados.

### ***Participante 2***

- **Tarea 1:** Encontró el portafolio en 45 segundos sin ninguna dificultad.
- **Tarea 2:** Al principio no encontró la información sobre el proceso de trabajo, porque no encontraba evidente que la página permitía desplazarse hacia abajo en las páginas donde las secciones ocupaban la pantalla completa.
- **Tarea 3:** Encontró la página de contacto sin problemas y completó el formulario de contacto sin dificultades.

El participante sugirió incluir testimonios de clientes para aumentar la confianza en el proceso de trabajo.

## ***5.2. Análisis de la efectividad de las estrategias de marketing implementadas.***

El análisis de la efectividad de las estrategias de marketing digital implementadas para Miji Designs se basa en un supuesto de cómo le habrá ido a la marca en el futuro gracias a la página web desarrollada, teniendo en cuenta los objetivos y estrategias detalladas a lo largo del proyecto.

En el proyecto de desarrollo de la página web para Miji Designs, se implementaron diversas estrategias de marketing digital con el objetivo de mejorar la visibilidad de la marca, atraer y retener clientes, reflejar los valores de la marca y facilitar la interacción y comunicación con los usuarios. Estas estrategias incluyeron la optimización para motores de búsqueda (SEO), el diseño intuitivo del sitio web, el

uso coherente de elementos visuales y la incorporación de formularios de contacto eficientes y llamadas a la acción estratégicamente ubicadas.

La optimización para motores de búsqueda (SEO) se llevó a cabo mediante la incorporación de palabras clave relevantes en el código HTML y la creación de contenido de alta calidad. Además, se mantuvo una presencia activa en redes sociales para aumentar el alcance y la notoriedad de la marca. El diseño del sitio web se enfocó en ser intuitivo y fácil de navegar, con una estructura clara y llamadas a la acción (CTAs) ubicadas en puntos estratégicos para facilitar la interacción del usuario. Se prestó especial atención a la coherencia en el uso de la paleta de colores, tipografías y logotipos para transmitir la identidad de la marca de manera consistente. Asimismo, se incorporaron formularios de contacto eficientes para facilitar la comunicación entre los clientes y Miji Designs.

En un análisis futuro basado en estas estrategias, es previsible que Miji Designs haya experimentado un notable aumento en su visibilidad en línea. La eficaz implementación del SEO permitirá que la página web aparezca en los primeros resultados de búsqueda en Google y otros motores de búsqueda, atrayendo un mayor tráfico orgánico. La activa presencia en redes sociales habrá incrementado el alcance de la marca, permitiendo una mayor interacción con el público objetivo y fortaleciendo la notoriedad de Miji Designs.

El diseño intuitivo y la estructura clara del sitio web habrán facilitado la navegación y la interacción de los usuarios, incrementando la tasa de conversión de visitantes a clientes potenciales. Las llamadas a la acción efectivas habrán motivado a los usuarios a realizar acciones específicas, como solicitar servicios o ponerse en contacto con la empresa, lo que habrá resultado en un aumento en las consultas y solicitudes de servicio. La experiencia de usuario mejorada habrá contribuido a la retención de clientes, asegurando que los visitantes regresen al sitio y se conviertan en clientes recurrentes.

La coherencia en el uso de elementos visuales habrá reforzado la identidad de la marca, generando una imagen distintiva y reconocible que habrá ayudado a establecer una conexión emocional con los usuarios. Esta consistencia visual habrá generado confianza y lealtad hacia la marca, creando una base de clientes más comprometida y fiel.

Finalmente, la incorporación de formularios de contacto eficientes y llamadas a la acción motivadoras habrá facilitado la comunicación entre los clientes y Miji Designs. Esto habrá resultado en una mayor satisfacción del cliente y un aumento en la posibilidad de conversión de visitantes a clientes pagos. En conjunto, las estrategias de marketing digital implementadas habrán tenido un impacto positivo y significativo en el crecimiento y éxito de Miji Designs, contribuyendo a su consolidación como una marca sólida y confiable en el mercado digital.

## 6. Conclusiones.

### 6.1. Recapitulación de los objetivos alcanzados.

Antes de comenzar con el diseño y desarrollo de la página web, se realizó un análisis de las necesidades del diseñador gráfico, el cual se dividió en varios puntos clave: aumentar la visibilidad, atraer y retener clientes, reflejar los valores de la marca y facilitar la interacción. Durante el proceso de diseño y desarrollo del código, se han considerado cuidadosamente estos aspectos para asegurar que la plataforma cumpla con todos los objetivos establecidos. En esta sección, se recapitularán los objetivos alcanzados, evaluando cómo se han abordado y cumplido cada uno con las estrategias implementadas en el proyecto.

- **Aumentar la visibilidad de Miji Designs:**

La implementación de SEO mediante el uso de palabras clave relevantes en el código HTML, la creación de contenido de alta calidad exhibido en el portfolio y una presencia activa en redes sociales contribuye a mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda y aumentar la visibilidad en línea de Miji Designs.

La inclusión de enlaces directos a las redes sociales en el pie de página también ayuda a dirigir el tráfico hacia esos canales, lo que potencialmente aumenta la visibilidad y el alcance de la marca en diferentes plataformas.

- **Atraer y retener clientes potenciales:**

La estructura intuitiva y fácil de navegar del sitio web, junto con las llamadas a la acción (CTAs) claras y estratégicamente ubicadas en las secciones de las páginas de la web, facilita la interacción del usuario y puede aumentar la tasa de conversión de visitantes a clientes potenciales.

La inclusión de resúmenes de páginas clave como "Sobre Mí" y "Servicios" en la página de inicio agiliza el proceso de encontrar información relevante, lo que mejora la experiencia del usuario y aumentar la retención.

- **Reflejar la marca y los valores de Miji Designs:**

El diseño coherente y el uso consistente de elementos visuales como la paleta de colores distintiva de la marca, tipografías y logotipos ayudan a transmitir la identidad de la marca y establecer una presencia distintiva en línea.

La sección "Sobre Mí" personaliza la marca al presentar a la diseñadora detrás de Miji Designs, lo que puede generar confianza y conexiones emocionales con los usuarios.

- **Facilitar la interacción y comunicación con los clientes:**

El formulario de contacto simple y eficiente en la página de contacto, junto con las frases motivadoras que invitan a la comunicación, facilita a los usuarios el proceso de contacto con Miji Designs.

La inclusión de llamadas a la acción estratégicas en varias secciones del sitio web puede motivar a los usuarios a tomar medidas y ponerse en contacto con la marca, lo que mejora la interacción y la posibilidad de conversión.

Por lo tanto, el proyecto de creación de la plataforma web para Miji Designs se alinea perfectamente con los objetivos de aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes a través de elementos de marketing digital. La implementación de técnicas de SEO, la creación de contenido de alta calidad en el portafolio y la presencia activa en redes sociales son parte integral de esta estrategia. Además, el diseño y la estructura del sitio web se han orientado hacia una experiencia online memorable, centrada en el usuario, con el fin de impulsar la marca del diseñador y fomentar la interacción con el público objetivo. En conjunto, todas estas acciones convergen para cumplir con el propósito fundamental del proyecto: crear una presencia en línea sólida y atractiva que atraiga y retenga a nuevos clientes para Miji Designs.

## ***6.2. Limitaciones del estudio y posibles áreas de mejora.***

A pesar del esfuerzo y la dedicación invertidos en este estudio, es crucial reconocer las limitaciones que han afectado su realización y los resultados obtenidos. Este apartado aborda específicamente las limitaciones y las mejoras con respecto a la web.

La implementación de estrategias de marketing digital se vio restringida al diseño y desarrollo de la web, debido a la escasez de recursos para el hosting adicional necesario para explorar más estrategias. Además, el tiempo limitado para completar el estudio también influyó en la profundidad de análisis y la recolección de datos a largo plazo.

La principal restricción ha sido la falta de recursos financieros para el hosting de la web, lo que impidió que las estrategias de marketing digital se aplicaran más allá de

la fase de diseño y desarrollo. Sin un hosting adecuado, no fue posible implementar estrategias de marketing más extensivas que requieren un sitio web activo y accesible a largo plazo. Esta limitación afectó la capacidad del estudio para evaluar de manera completa y precisa el impacto de dichas estrategias.

Además, el tiempo asignado para el desarrollo de la web fue insuficiente para realizar un análisis exhaustivo y continuo. La prisa por cumplir con los plazos restringió la profundidad del análisis y la recolección de datos necesarios para una evaluación completa, lo que afectó la capacidad para realizar un seguimiento a largo plazo y evaluar adecuadamente el impacto de las estrategias de marketing digital aplicadas.

Para futuras investigaciones, es esencial considerar la obtención de recursos suficientes para el hosting de la web. Contar con un hosting adecuado permitiría implementar y evaluar una gama más amplia de estrategias de marketing digital y facilitaría la recolección de datos reales y continuos, mejorando así la precisión del análisis de impacto a largo plazo. Esta mejora proporcionaría una base más sólida para evaluar el rendimiento y la efectividad de diversas estrategias de marketing digital, ofreciendo insights más valiosos y aplicables para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas.

En relación con las posibles áreas de mejora dentro del proyecto, se identifican varias mejoras que podrían potenciar significativamente la experiencia del usuario y la efectividad del sitio. Una de las principales recomendaciones sería la implementación de una sección dedicada a preguntas frecuentes (FAQ). Esta sección permitiría ofrecer respuestas claras y rápidas a las consultas más comunes sobre los servicios ofrecidos, el proceso de trabajo y otros aspectos relevantes. Esta medida no solo facilitaría la navegación y la comprensión de los servicios, sino que también podría reducir la carga de consultas repetitivas.

Además, la incorporación de un blog representaría una oportunidad valiosa para enriquecer el contenido del sitio web. A través de la publicación regular de artículos informativos y noticias del sector, el sitio podría mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) y mantener a los usuarios actualizados y comprometidos. El contenido del blog podría abordar temas como tendencias en diseño web, consejos prácticos para mejorar la presencia en línea y estudios de casos de proyectos destacados, entre otros temas de interés para el público objetivo.

Otra mejora sugerida sería agregar detalles adicionales en el portafolio de proyectos. Implementar pop-ups informativos al hacer clic en cada diseño específico permitiría proporcionar una visión detallada del proceso de realización de cada proyecto. Esta medida no solo demostraría la metodología de trabajo y el nivel de

experiencia en cada caso, sino que también ayudaría a los visitantes a comprender mejor el valor agregado y la personalización de los servicios ofrecidos.

Finalmente, en la página de servicios, sería beneficioso incluir un apartado dedicado a testimonios de clientes satisfechos. Los testimonios son una herramienta poderosa para construir confianza y credibilidad entre los potenciales clientes, mostrando experiencias reales y satisfactorias con el servicio ofrecido. Destacar estas experiencias positivas puede influir positivamente en la decisión de nuevos clientes y fortalecer la reputación del negocio.

## 7. Referencias.

- [1] Documento BOE-A-1996-8930: <https://www.boe.es>
- [2] Documento consolidado BOE-A-2001-23093: <https://www.boe.es>
- [3] Brendon V. Ridge (2024). “La protección de derechos de autor en el diseño gráfico”. <https://www.mediummultimedia.com>
- [4] José María Rotellar (2024). “La inflación se acelera en España y Europa”. <https://www.libremercado.com>
- [5] Oriol Carreras Baquer (2023). “Perspectivas para la economía española en 2024: un año cargado de desafíos”. <https://www.caixabankresearch.com>
- [6] Ciclos Económicos, obtenido en <https://www.estrategiasdeinversion.com>
- [7] MAKMA (2023). “¿Cuál es la relación entre la cultura y el diseño gráfico?”. <https://www.makma.net>
- [8] Marbel Alonso. “El diseñador frente a la tecnología”. <https://foroalfa.org>
- [9] “Diferencia entre Eco-Diseño y Diseño Sostenible”, obtenido en <https://www.aidearte.com>
- [10] BMF Business school. “El poder de negociación de los clientes”. <https://bmfschool.com>
- [11] Brandemia (2024). “Inteligencia artificial aplicada al diseño gráfico, ¿herramienta o amenaza?”. <https://brandemia.org>
- [12] Ruth Castillo Fas. “Plan de negocio para una empresa dedicada al diseño y comercialización de productos promocionales, diseño publicitario y venta de cuadros clásicos ubicada en Manises”. <https://riunet.upv.es>
- [13] Miryam Pérez Martínez (2015). “Plan de negocio para una empresa de diseño gráfico situada en Valencia”. <https://riunet.upv.es>
- [14] Germán Garcés (2022). “Ventajas de usar Figma como herramienta de diseño UI”. <https://www.hiberus.com>

[15] Gustavo B. (2024). “¿Qué es HTML? Explicación de los fundamentos del Lenguaje de marcado de hipertexto”. <https://www.hostinger.es>

[16] Diego Santos (2023). “Introducción al CSS: qué es, para qué sirve y otras 10 preguntas frecuentes”. <https://blog.hubspot.es>

[17] María Coppola (2023). “Qué es JavaScript, para qué sirve y cómo funciona”. <https://blog.hubspot.es>

[18] Nelson Chacón (2024). “UX: guía completa sobre la experiencia de usuario”. <https://blog.hubspot.es>

[19] “¿Qué importancia tienen las redes sociales para PYMES y autónomos?”. <https://especialistaensocialmedia.com>

[20] Dimensiona (2020). “¿Qué es el SEO? Importancia del SEO en diseño y desarrollo web”. <https://www.dimensiona.com>

[21] Ricardo Mendoza Castro (2021). “7 tips de SEO para una nueva web”. <https://es.semrush.com>

[22] Diego Santos (2023). “Qué es el diseño gráfico, para qué sirve y ejemplos”. <https://blog.hubspot.es>

[23] “Diseñadores Gráficos: Clave en la Transformación Digital”. <https://cronuts.digital>

[24] Alexandra Carranza (2022). “Fundamentos del Marketing Digital: ¡Diseña campañas al estilo Philip Kotler!”. <https://www.crehana.com>

## **8. Anexo de contenidos ilustrativos.**

### **Índice de gráficos:**

Gráfico 1: Asignaturas del Grado de Tecnología Digital y Multimedia	10
Gráfico 2: Áreas del desarrollo web	12
Gráfico 3: Población residente en España	17
Gráfico 4: Análisis del macroentorno	19
Gráfico 5: Fuerzas de Porter	20
Gráfico 6: Análisis del microentorno	25
Gráfico 7: Matriz DAFO	26
Gráfico 8: Frecuencia de búsqueda de la palabra clave “diseño gráfico”	31
Gráfico 9: Análisis de la palabra clave “diseño de logos”	32
Gráfico 10: Volumen de búsqueda de la palabra clave “diseño de logos”	32

### **Índice de ilustraciones:**

Ilustración 1: Logo de Figma	38
Ilustración 2: Logos de HTML, CSS y JavaScript	39
Ilustración 3: Wireframe del diseño de la web	43

### **Índice de capturas:**

Captura 1: Diseño del header	44
Captura 2: Diseño del footer	44
Captura 3: Diseño del índice	45
Captura 4: Diseño del sobre mí	47
Captura 5: Diseño del portfolio	49
Captura 6: Diseño de servicios	51
Captura 7: Diseño de contacto	52



Captura 8: Web component de menu.js y footer.js	54
Captura 9: HTML de menu.js	54
Captura 10: HTML de footer.js	55
Captura 11: CSS de menu.js	55
Captura 12: CSS de footer.js	56
Captura 13: Header en la web	56
Captura 14: Footer en la web	56
Captura 15: Metadatos del HTML	57
Captura 16: Código de enlace del CSS	58
Captura 17: Código del style-index.css	59
Captura 18: Flexbox en style-portfolio.css	60
Captura 19: Padding y margin en style-index.css	60
Captura 20: Media query en CSS	61
Captura 21: Header adaptado	61
Captura 22: Footer adaptado	62
Captura 23 Código del cuadrado en style-index.css	62
Captura 24: Código de la flecha en style-index.css	62
Captura 25: Módulos de server.py	63
Captura 26: App flask en server.py	63
Captura 27: Rutas en server.py	64