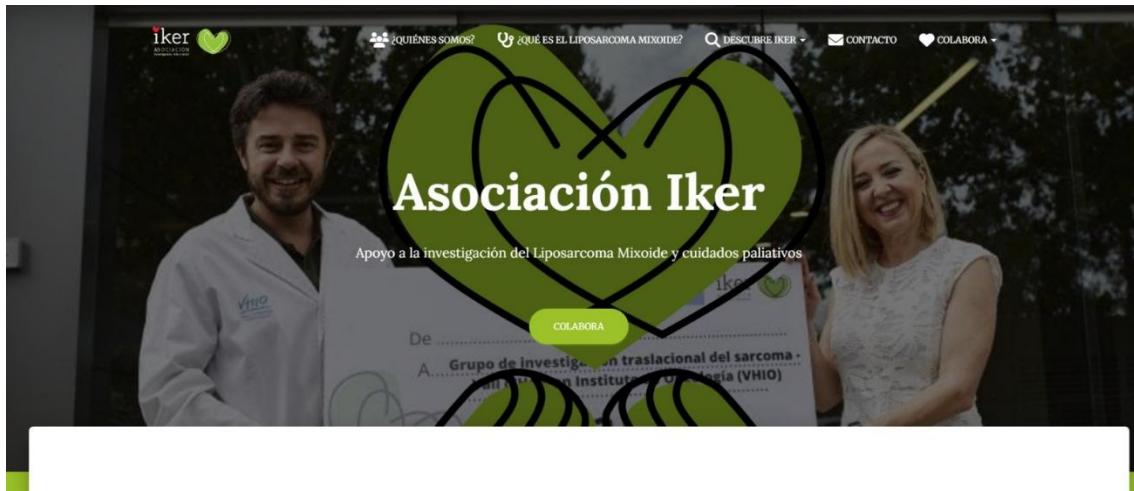


---

# Propuesta de Página Web para la Asociación Iker

---

**Trabajo realizado por el equipo “TeamCode404”**



16 DE DICIEMBRE DE 2025  
CUARTO DE INGENIERÍA INFORMÁTICA

# ÍNDICE

1.	Contexto: Descripción General del Proyecto.....	2
2.	Análisis de Requisitos .....	3
3.	Hosting .....	4
4.	Estrategia de Posicionamiento: Definición de Palabras Clave, SEO y AEO .....	6
5.	Evolución de Nuestra Propuesta.....	10
6.	Resultado Final.....	12



## Equipo formado por:

- Hugo Albandeja Merino
- David Aragón Rodríguez
- Eduardo Francisco Ariza Reillo
- Alberto Díaz-Maroto Ortiz
- José Carlos Fernández Verdejo

# 1. Contexto: Descripción General del Proyecto

La Asociación Iker nació en septiembre de 2021 como un proyecto sin ánimo de lucro motivado por la experiencia personal. Su misión principal se estructura en dos pilares fundamentales: impulsar la investigación del liposarcoma mixoide mediante la financiación de proyectos científicos y promover los cuidados paliativos, brindando apoyo directo y acompañamiento a pacientes y familiares.

## Situación de Partida

Antes de nuestra intervención, la asociación contaba con una web funcional, pero con áreas de mejora significativas. A nivel visual, la paleta de colores plana y la calidad de las imágenes no transmitían el mensaje con la fuerza necesaria, y existían desajustes en la maquetación. A nivel de contenido, la estructura no dejaba claro qué es la enfermedad ni sus efectos, y faltaba una explicación clara sobre las distintas formas de contribuir.

## Objetivo de la Solución

Desde TeamCode404 hemos desarrollado una solución adaptada a los estándares modernos. El objetivo no es solo renovar el "look" del portal para darle un aspecto más moderno y dinámico, sino crear una herramienta eficiente que permita gestionar donaciones, suscripciones de socios y venta de merchandising, garantizando que el mantenimiento sea sencillo para el personal de la asociación.



## 2. Análisis de Requisitos

Para garantizar el éxito del proyecto, hemos definido una serie de requisitos funcionales y no funcionales basados en las necesidades detectadas:

### Requisitos Funcionales (Experiencia del Usuario/Colaborador)

- **Métodos de Pago:** Integración de Bizum, tarjeta y transferencia bancaria.
- **Vías de Colaboración:** Facilidad para hacerse socio (suscripción recurrente), realizar donaciones puntuales o inscribirse como voluntario.
- **Tienda Solidaria:** Capacidad para adquirir productos de merchandising.
- **Comunicación:** Acceso directo a redes sociales (Instagram/Facebook) y sección de información, con respuestas a las preguntas que le pueden surgir al usuario.
- **Contacto:** Tener una forma directa y sencilla de ponerse en contacto con la Asociación.

### Requisitos Funcionales (Gestión Interna)

- **Automatización:** Vinculación con Instagram para que la sección de "Actividades y Eventos" se actualice automáticamente.
- **Gestión de Tienda:** Capacidad para añadir, eliminar y modificar productos de merchandising fácilmente.
- **Panel de Administración:** Acceso restringido para gestionar contenidos sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

### Requisitos No Funcionales (Técnicos y Diseño)

- **Identidad Visual:** Respeto a la paleta de colores, el logo y la caricatura original de la asociación.
- **Transparencia:** Implementación de un contador animado y visible en la página principal que muestre el dinero recaudado.
- **Usabilidad:** Interfaz intuitiva, diseño adaptable y alta disponibilidad.

### 3. Hosting

Hemos realizado un análisis exhaustivo de la infraestructura técnica actual de la asociación y hemos estudiado diversas alternativas del mercado. El objetivo principal ha sido encontrar un equilibrio entre rendimiento técnico y sostenibilidad económica, dado que cada euro ahorrado en infraestructura es un recurso que puede destinarse directamente a la investigación y los cuidados paliativos.

A continuación, detallamos el estudio comparativo realizado:

#### Situación Actual: SiteGround

- **Análisis:** Es la referencia actual en calidad técnica; ofrece un panel intuitivo y herramientas de velocidad magníficas que garantizan una carga rápida.
- **Inconveniente Detectado:** Consideramos que su modelo de precios es excesivo teniendo en cuenta la misión de la web. El coste de renovación suele multiplicarse drásticamente respecto a la oferta inicial, lo que implica pagar por una potencia de servidor que la página actual no llega a aprovechar realmente.

#### Alternativas Evaluadas

- **Webempresa (La opción de seguridad):**
  - *Pros:* Es una opción muy sólida si la prioridad absoluta fuera la seguridad extrema, con reglas muy estrictas anti-hackeo.
  - *Contras:* Para una web como la vuestra, que necesita subir fotos de eventos y materiales divulgativos, sus planes básicos ofrecen poco espacio en disco. Además, el coste es superior a otras opciones por unas medidas de seguridad que, aunque excelentes, pueden estar sobredimensionadas para una web que no gestiona datos críticos de alto riesgo.
- **Raiola Networks (La opción de soporte):**
  - *Pros:* Su punto fuerte es el trato humano, ofreciendo soporte telefónico en español, lo que brinda tranquilidad ante problemas técnicos.
  - *Contras:* Su panel de control (cPanel) tiene una interfaz más antigua y su precio es superior a las opciones *low-cost*. Básicamente, se paga un extra por la disponibilidad telefónica. Esta opción se consideraría viable si la web escalara mucho en el futuro.
- **LucusHost (El término medio):**
  - *Pros:* Ofrecen buen soporte, transparencia en precios y buen rendimiento.

- *Contras:* No destaca excesivamente en precio (como Hostinger) ni en marketing (como SiteGround). Es una opción segura, pero existen mejores alternativas en relación coste-beneficio.
- **Hostinger (La opción recomendada):**
  - *Pros:* Es la opción que más se ajusta a la realidad actual de la Asociación Iker. Ofrece una tecnología más que suficiente para mostrar información, procesar donaciones y gestionar la tienda de merchandising. Su precio es imbatible si se contrata a largo plazo.
  - *Contras:* Su soporte no es tan inmediato ni telefónico, pero dado que la web no sufrirá cambios críticos diarios, es un riesgo perfectamente asumible a cambio del gran ahorro económico.

### **Recomendación Estratégica**

Nuestra recomendación firme es **migrar a Hostinger**. Esta decisión se basa en un análisis coste-beneficio que favorece la sostenibilidad del proyecto sin comprometer su calidad técnica.

- **Coste Mensual Estimado:** El plan "Premium" de Hostinger, que cubre sobradamente las necesidades actuales (incluyendo la gestión de donaciones y la tienda de merchandising), ofrece una tarifa promocional de aproximadamente **2,49 € al mes** al contratar el periodo inicial de 4 años.
- **Proyección a Futuro:** Incluso tras finalizar la oferta inicial, el precio de renovación se sitúa en torno a los **9,99 € al mes**, una cifra que sigue siendo altamente competitiva en el mercado actual para las prestaciones ofrecidas.

Esta optimización reduce drásticamente los gastos operativos fijos de la web, permitiendo que la diferencia económica se destine directamente a lo verdaderamente importante: la investigación y el apoyo a los pacientes.



## 4. Estrategia de Posicionamiento: Definición de Palabras Clave, SEO y AEO

Para garantizar que la Asociación Iker llegue a quienes realmente necesitan su ayuda (pacientes, investigadores y colaboradores), hemos diseñado una estrategia integral de posicionamiento digital dividida en tres ejes fundamentales.

### Definición y Reorientación de Palabras Clave

El análisis de las palabras clave actuales revela que la web transmite a los buscadores que su prioridad es la recaudación económica, dejando en un segundo plano su verdadera misión asistencial y científica:

- **Diagnóstico:** El análisis de densidad de palabras clave reveló que los términos predominantes están casi exclusivamente orientados a la captación de fondos ("hazte socio", "donar", "voluntario"). Por el contrario, los términos que definen la causa ("liposarcoma mixoide", "investigación", "cuidados paliativos") tienen una presencia residual, inferior al 1% o incluso inexistente en los primeros niveles de lectura.
- **Nueva Estrategia:** Proponemos reorientar el contenido para posicionar términos médicos y de apoyo como "liposarcoma mixoide", "investigación", "apoyo a pacientes" y "cuidados paliativos". Esto atraerá tráfico cualificado de personas que buscan ayuda o información, quienes son más propensas a vincularse emocionalmente con la causa y colaborar a largo plazo.

Densidad de palabras clave			
Número total de palabras: 364. <a href="#">Ver todos</a>			
Palabra clave	Encontradas en	Repeticiones	Densidad
hazte		13	3.57%
más		10	2.75%
saber		9	2.47%
socio		7	1.92%
del		6	1.65%
contacto		6	1.65%
voluntario		6	1.65%
dona		6	1.65%
colabora		6	1.65%
blog		6	1.65%

Total de frases de 2 palabras: 35. [Ver todos](#)

Total de frases de 2 palabras: 35. [Ver todos](#)

Palabra clave	Encontradas en	Repeticiones	Densidad
saber más	9	4.95%	
hazte socio	7	3.85%	
voluntario contacto	6	3.30%	
hazte voluntario	6	3.30%	
dona hazte	6	3.30%	
socio dona	6	3.30%	
colabora hazte	6	3.30%	
blog colabora	6	3.30%	
eventos blog	6	3.30%	
y eventos	6	3.30%	

Total de frases de 3 palabras: 29. [Ver todos](#)

Palabra clave	Encontradas en	Repeticiones	Densidad
hazte voluntario contacto	6	4.95%	
dona hazte voluntario	6	4.95%	
socio dona hazte	6	4.95%	
hazte socio dona	6	4.95%	
colabora hazte socio	6	4.95%	
blog colabora hazte	6	4.95%	
eventos blog colabora	6	4.95%	
y eventos blog	6	4.95%	
actividades y eventos	6	4.95%	
somos actividades y	6	4.95%	

## Estrategia SEO (Search Engine Optimization)

Nuestro objetivo es mejorar la visibilidad orgánica en Google mediante correcciones técnicas y de contenido:

- **SEO On-Page (Contenido y Estructura):**

- *Meta-etiquetas:* Hemos detectado la ausencia crítica de *Meta Descriptions* en la web actual, lo que provoca que Google muestre fragmentos de texto aleatorios, reduciendo los clics. Implementaremos descripciones con llamadas a la acción claras.
- *Títulos:* Optimizaremos los títulos de página (actualmente genéricos) para incluir la palabra clave principal de la enfermedad.
- *Estructura:* Mejoraremos la jerarquía de encabezados (añadiendo H3 inexistentes actualmente) y ampliaremos la extensión de los textos, ya que el recuento actual (aprox. 300 palabras) es insuficiente para posicionar temas informativos complejos.

**SUMMARY**

**Title** Asociación Iker – ASOCIACIÓN Investigación, vida y amor  
55 characters

**Description** Description is missing!

**Keywords** Keywords are missing!

**URL** https://asociacioniker.org/

**Canonical** https://asociacioniker.org/

**Robots Tag** MAX-IMAGE-PREVIEW:LARGE

**Author** Author is missing.

**Publisher** Publisher is missing.

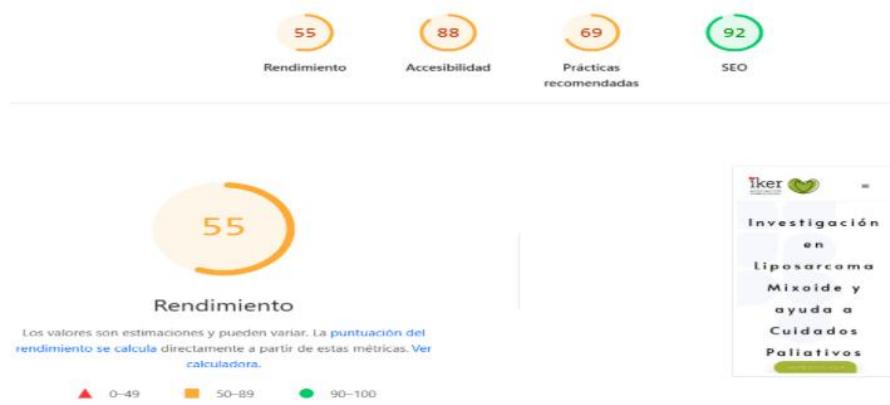
**Lang** es

H1	H2	H3	H4	H5	H6	Images	Links
1	4	0	0	0	0	3	62

[Robots.txt](#) | [Sitemap.xml](#)

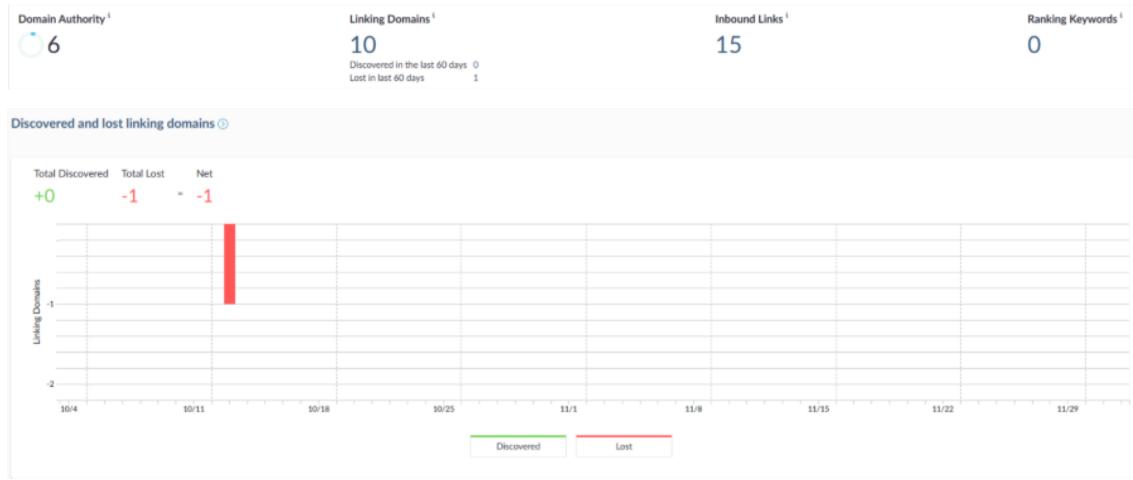
- **SEO Técnico (Rendimiento y Seguridad):**

- *Velocidad Móvil:* Aunque la versión de escritorio es rápida, la versión móvil actual presenta un rendimiento deficiente (puntuación 55/100) con un tiempo de carga visual (LCP) de 11,5 segundos, lo cual es crítico para retener al usuario. Nuestra nueva solución optimizará la entrega de imágenes para solucionar este problema.
- *Seguridad:* Implementaremos las cabeceras de seguridad (actualmente inexistentes, calificación "F") para proteger a los usuarios frente a vulnerabilidades.



- **SEO Off-Page (Autoridad):**

- La autoridad de dominio actual es baja (DA 6) y el perfil de enlaces está estancado. La estrategia se centrará en la creación de contenido de alto valor (guías o estudios) que sirva de "cebo" para conseguir enlaces de autoridad provenientes de universidades u hospitales, mejorando así la reputación digital de la asociación.



## Estrategia AEO (Answer Engine Optimization)

Dado el auge de las Inteligencias Artificiales (como ChatGPT o Gemini) como motores de respuesta, es vital adaptar la web para que estas herramientas "entiendan" y citen a la Asociación Iker.

- **Estado Actual:** Al consultar a IAs sobre la asociación, las respuestas son vagas o dependientes del contexto, debido a la falta de estructuración de datos en la web.
- **Acción:** Implementaremos el marcado de datos estructurados Schema.org (específicamente las etiquetas de Organization y NGO), que actualmente no existen en el sitio. Esto permitirá que los motores de respuesta identifiquen inequívocamente a la asociación como una entidad benéfica legítima, facilitando que la recomiendan como fuente fiable de información sobre el liposarcoma y los cuidados paliativos.

Schema.org Documentation Schemas Validate About

Ejecutar nueva prueba ? aa cc

https://asociacioniker.org/

```

1 <!doctype html>
2 <html lang="es">
3 <head>
4   <meta charset="UTF-8">
5   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
6   <link rel="profile" href="https://www.org/cfn/11">
7   <title>Asociación Iker #03211: ASOCIACIÓN Investigación, vida y amor</title>
8 <meta name="robots" content="no-image-preview-large" />
9 <style>img{[size="auto", 1]{ [size="auto," 1]} { contain-intrinsic-size: 3000px 1500px }</i>
10 <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Asociación Iker Braguin: Feed de los comentarios" href="https://asociacioniker.org/feed/>
11 <script type="text/javascript">
12 /* <![CDATA[ */
13 window_emojiSettings = {"baseUrl": "https://v.s.w.org/images/core/emoji/16.0.1/\u27272\ufe0f", "ext":
14 /* This file is auto-generated */
15 !function(s,n){var o,i,e;function c(e){try{var t={supportTests:e,timestamp:(new Date).valueOf()};ses
16 /* ]]> */
17 </script>
18 <link rel="stylesheet" id="shb_styles-css" href="https://asociacioniker.org/wp-content/plugins/insta
19 style id="wp-emoji-styles-inline-css" type="text/css">
20 img_wp-smiley, img_emoji {
21   display: inline !important;
22   border: none !important;
23   box-shadow: none !important;
24   height: 1em !important;
25   width: 1em !important;
26   margin: 0 0.07em !important;
27   vertical-align: -0.1em !important;
28   background: none !important;
29   ...

```

No se ha detectado ningún elemento

## 5. Evolución de Nuestra Propuesta

Para garantizar una entrega de valor continua y adaptarnos a las necesidades de la Asociación, hemos utilizado la metodología ágil Scrum, organizando el trabajo en iteraciones semanales (Sprints). A continuación, detallamos la evolución del producto en cada fase:

### Fase 1: Infraestructura y Diseño Base (Sprints 1 y 2)

El inicio del proyecto se centró en establecer los cimientos tecnológicos y la identidad visual.

- **Sprint 1 (12/11 – 18/11):** Realizamos la instalación y configuración del entorno en WordPress. Se definió la primera aproximación visual y se integró la actualización automática de las publicaciones de Instagram.
- **Sprint 2 (19/11 – 25/11):** Desarrollamos las secciones informativas clave: “*¿Quiénes somos?*” y “*¿Qué es el Liposarcoma Mixoide?*”. Durante esta fase, detectamos que el diseño inicial no cumplía con las expectativas estéticas, por lo que tomamos la decisión estratégica de buscar una nueva plantilla que se ajustara mejor a la imagen de la asociación.



### Fase 2: Reestructuración y Funcionalidades de Usuario (Sprints 3 y 4)

Esta etapa fue crítica para definir la experiencia del usuario y la capacidad de colaboración.

- **Sprint 3 (26/11 – 02/12):** Ejecutamos una reestructuración total de la web con la nueva plantilla visual. Este cambio nos permitió recuperar retrasos y dejar terminadas la mayoría de las secciones informativas, adaptándolas a un diseño más profesional y limpio.
- **Sprint 4 (03/12 – 09/12):** Nos enfocamos en las herramientas de captación de recursos. Diseñamos la “*Tienda Solidaria*” para la venta de merchandising y

dejamos operativa la sección de “Contacto”. También iniciamos la maquetación de los formularios para hacerse socio y voluntario.

The screenshot shows the header of the Iker website with navigation links: 'Iker' (with logo), 'QUIÉNES SOMOS?' (with icon), '¿QUÉ ES EL LIPOSARCOMA MIXOIDE?' (with icon), 'DESCUBRE IKER' (with icon), 'CONTACTO' (with icon), and 'COLABORA' (with icon). Below the header, the title '¿Quiénes somos?' is centered. A paragraph of text follows, describing the association's mission. Three circular icons represent 'Investigación' (blue person icon), 'Vida' (green person icon), and 'Amor' (red heart icon). Below each icon is a brief description: 'Investigación' says 'Impulsamos la investigación para mejorar el conocimiento y tratamiento del Liposarcoma Mixoide.', 'Vida' says 'Acompañamos a pacientes y sus familias en cada etapa, fomentando una vida plena y significativa.', and 'Amor' says 'Nos une el amor por la investigación valiente y el cuidado compasivo, creando una comunidad de apoyo.'

### **Fase 3: Refinamiento y Preparación Final (Sprint 5)**

En la recta final, nos centramos en los detalles que aportan confianza y transparencia de cara a la presentación oficial.

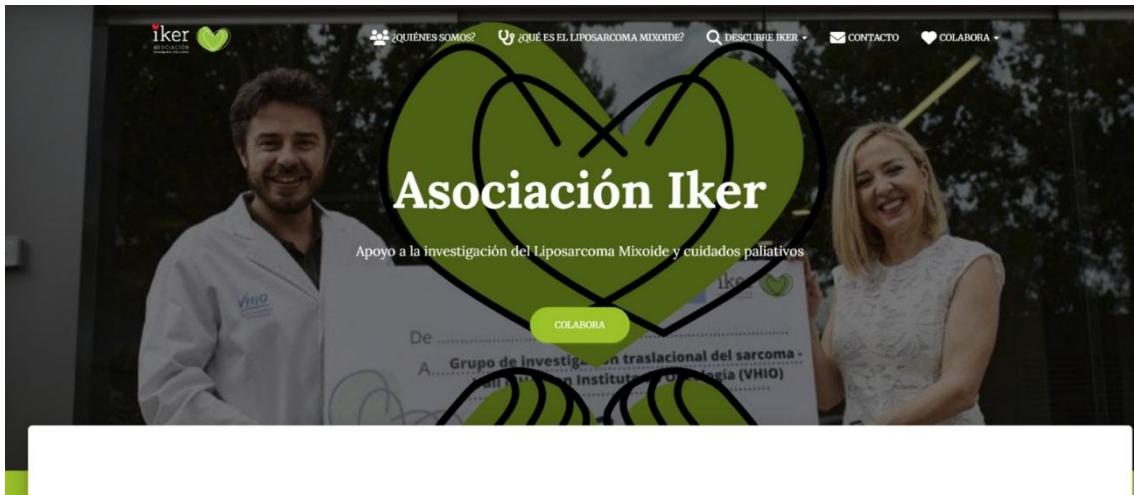
- **Sprint 5 (10/12 – 16/12):** Se finalizó la web para su entrega. Las mejoras incluyeron:
  - Transparencia: Inclusión de contadores dinámicos de recaudación y enlace a los estatutos en el pie de página.
  - Contenido Emocional: Añadimos la sección “*Historias que inspiran*” con testimonios reales y mejoramos “*Sobre nosotros*” con contenido multimedia.
  - Colaboración: Finalización funcional de todas las subsecciones de “*Colabora*” (formularios de socio, voluntario y donaciones).

Esta metodología iterativa nos ha permitido no solo construir una web, sino evolucionarla semana a semana para asegurar que el resultado final refleje fielmente la misión de “Investigación, Vida y Amor” de la Asociación Iker.

The screenshot shows the 'Sobre nosotros' section of the Iker website. It features a large image of a hand holding a red heart. At the top left is the 'Sobre nosotros' heading. Below it is a text block about working with the Hospital General Universitario de Ciudad Real. To the right is a large '7733€' with a plus sign above it, followed by the text 'Destinados a la visibilización de los cuidados paliativos y a la atención a pacientes y familiares en este contexto'. Further down is another large '12.000€' with a plus sign above it, followed by the text 'Aportados a la investigación sobre el liposarcoma mixoide'. At the bottom left is the text 'Vamos con fuerza a por el 2024.' and '¡Gracias a todos por hacerlo posible!'. The footer contains standard website links: 'Iker' (with logo), 'QUIÉNES SOMOS?' (with icon), '¿QUÉ ES EL LIPOSARCOMA MIXOIDE?' (with icon), 'DESCUBRE IKER' (with icon), 'CONTACTO' (with icon), and 'COLABORA' (with icon).

## 6. Resultado Final

Tras un proceso de desarrollo iterativo y una reestructuración completa del diseño visual para adaptarnos mejor a la identidad de la asociación, la nueva plataforma integra todas las funcionalidades clave, desde la tienda solidaria hasta los contadores de transparencia o historias que inspiran, en un entorno optimizado y fácil de gestionar. En las siguientes capturas mostramos el aspecto definitivo de las secciones principales y la experiencia de usuario que hemos diseñado:



La Asociación Iker nace desde el amor más profundo a Iker y al ser humano. Esta entidad social ha sido constituida, sin ánimo de lucro, para apoyar la investigación en liposarcoma mixoide y la ayuda a cuidados paliativos. Somos pioneros en apostar por la investigación enfocada en este tipo de liposarcoma; contemplando, además, la importancia de los cuidados paliativos y el asesoramiento y acompañamiento en cada una de las etapas por las que el paciente, una vez diagnosticado, puede atravesar.

**Investigación**  
Impulsamos la investigación para mejorar el conocimiento y tratamiento del Liposarcoma Mixoide.

**Vida**  
Acompañamos a pacientes y sus familias en cada etapa, fomentando una vida plena y significativa.

**Amor**  
Nos une el amor por la investigación valiente y el cuidado compasivo, creando una comunidad de apoyo.

**Iker**

QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ ES EL LIPOSARCOMA MIXOIDE?** DESCUBRE IKER CONTACTO COLABORA

## Sobre nosotros

Trabajando mano a mano junto a la Unidad de Cuidados Paliativos del Hospital General Universitario de Ciudad Real, hemos financiado una exposición itinerante de fotografía para la visibilización y puesta en valor de los cuidados paliativos. Estas fotografías fueron realizadas con mucho cariño y talento por el fotógrafo Rafael Pradas.

En abril de 2023, comenzamos un proyecto de musicoterapia hospitalaria en la Unidad de Cuidados Paliativos del HGUCR gracias al impulso de una donación de La Caixa en Ciudad Real.

Con una ilusión indescriptible, el pasado 6 de julio de 2022, llevamos nuestra primera donación al Grupo de Investigación Traslacional del Sarcoma del Instituto de Oncología del Vall d'Hebron (VHIO), liderado por el Dr. César Serrano. En 2023 continuamos nuestra actividad en ese sentido, llevándoles una nueva donación de 4000 euros.

Vamos con fuerza a por el 2024.  
¡Gracias a todos por hacerlo posible!

**7733€**  
Destinados a la visibilización de los cuidados paliativos y a la atención a pacientes y familiares en este contexto

**12.000€**  
Aportados a la investigación sobre el liposarcoma mixoide

**Iker**

QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ ES EL LIPOSARCOMA MIXOIDE?** DESCUBRE IKER CONTACTO COLABORA

## Nuestra lucha

INFORMACIÓN

**¿Cómo Asesorar y Acompañar?**

Una vez diagnosticado el tumor, la sensación de incertidumbre y de soledad que un enfermo y sus familiares experimentan solo puede paliarse con **ASESORAMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO**. Nuestra asociación tiene como finalidad, en este ámbito, la [Leer más](#)

INFORMACIÓN

**¿Qué es el Liposarcoma Mixoide?**

El liposarcoma mixoide es un tipo de sarcoma de partes blandas, un cáncer poco frecuente que se origina en las células encargadas de producir grasa. Es uno de los subtipos más frecuentes de liposarcoma y [Leer más](#)

INFORMACIÓN

**¿Qué son los Cuidados Paliativos?**

Según el National Institute of Nursing Research de Maryland (Estados Unidos), los cuidados paliativos forman parte de un tratamiento integral para observar y tratar las molestias, los síntomas y el estrés de la enfermedad. No reemplazan el tratamiento primario. Su [Leer más](#)

**Iker**

QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ ES EL LIPOSARCOMA MIXOIDE?** DESCUBRE IKER CONTACTO COLABORA

## Historias que inspiran

**Alitzel Jaramillo Esquivel**  
Familiar de paciente

"Conocí a la Asociación IKER buscando información sobre el liposarcoma mixoide. A pesar de estar en México, la distancia no fue un impedimento; su respuesta fue inmediata y se convirtieron en una fuente de esperanza.

María no solo nos brindó herramientas para encontrar a los mejores médicos en CDMX y ayuda económica para gastos, sino también una contención emocional invaluable. Nos enseñaron la importancia de los cuidados paliativos y que el acto más grande de amor es saber dejar marchar. Gracias por su calidez, profesionalismo y por visibilizar este cáncer tan raro. IKER estuvo allí en todo momento."

**Team Code 404**  
Integrantes del equipo de desarrollo

"Para nosotros, desarrollar la plataforma digital de la Asociación Iker ha sido mucho más que un desafío técnico. Nuestro objetivo principal ha sido construir una herramienta sólida y eficiente que actúe como un verdadero motor para vuestros objetivos: dar visibilidad al liposarcoma mixoide y agilizar la llegada de recursos a la investigación y los cuidados paliativos.

Nos enorgullece enormemente formar parte de este proyecto y haber contribuido a que vuestro mensaje llegue alto, claro y sin barreras a quienes más lo necesitan. Gracias de corazón por la labor que hacéis."

The contact page features a large image of a desk with a laptop, a small potted plant, and a red wax seal on an envelope. On the left, there's contact information: "Ciudad Real, España, 13001", "Llámanos" (Phone: +34 669 01 62 63, Hours: L-V 10:00 a 13:00 y 16:00 a 18:00), and "Escríbenos" (Email: info@asociacioniker.org). A green sidebar on the right contains a form titled "Contacta con nosotros" with fields for Name, Surname, Email, and Message, followed by a "ENVIAR MENSAJE" button.

This page displays three products: a black t-shirt with a green heart logo (Camiseta, 15,00 €), a green hand fan (Abanico, 6,00 €), and a white mug with a green heart logo (Taza, 5,00 €). Each item has a detailed description and a "VER" button.

A detailed view of the white mug with the green heart logo. The price is 5,00 €. Below the image are two smaller versions of the mug.



Cantidad Mensual: \*

5€  10€  15€  Otra cantidad (especificar en importe)

Importe

Indique con qué cantidad desea colaborar:

Nombre y Apellidos \*

Nombre \_\_\_\_\_ Apellidos \_\_\_\_\_

localhost:10004/hazte\_socio

Nombre y Apellidos \*

Nombre \_\_\_\_\_ Apellidos \_\_\_\_\_

NIF/CIE/CIF \*

Teléfono \*

Nombre y Apellidos \*

Nombre \_\_\_\_\_ Apellidos \_\_\_\_\_

Correo Electrónico \*

⚠ Este campo es obligatorio.

Método de Pago \*

## **Implementaciones Futuras y Próximos Pasos**

Algunos elementos no han podido ser implementados para el día de presentar la solución, pero serán implementados en las próximas semanas en caso de ser la solución elegida para ser puesta en producción. Estos elementos son:

- **Integración Final de Pasarelas de Pago:** Actualmente, la web está preparada estructuralmente para recibir pagos. La siguiente fase implica la conexión técnica definitiva con las entidades bancarias para habilitar Bizum, PayPal y Pagos con Tarjeta en entorno real. Esto agilizará las donaciones impulsivas y facilitará la compra de merchandising.
- **Sección de Testamento Solidario:** Está planificada la incorporación de una sección específica (o modificación de la sección “*Dona*”) que permita la descarga directa de la documentación e información legal para incluir a la Asociación Iker en el testamento solidario.

## **Elementos Diferenciadores de Nuestra Solución**

El principal valor añadido de nuestra propuesta reside en una transformación visual y funcional completa. Hemos priorizado un diseño que no solo sea informativo, sino que ofrezca una experiencia de navegación agradable y profesional.

- **Estética Limpia, Moderna y Cuidada:** Frente a la apariencia anterior, que contaba con colores planos y elementos visuales desequilibrados, nuestra solución presenta un diseño actual y pulido. Hemos seleccionado un tema y una paleta de colores que transmiten serenidad y profesionalidad, asegurando que las imágenes y los textos se distingan y se lean con claridad.
- **Experiencia Dinámica y Atractiva:** Hemos eliminado el carácter estático de la web original introduciendo elementos dinámicos que retienen la atención del visitante, como el efecto Parallax (ilusión óptica donde elementos cercanos se mueven más rápido que los lejanos, creando una sensación de profundidad 3D) en las imágenes de cabecera de la página de inicio, logrando una sensación de profundidad y movimiento suave al navegar.

Este dinamismo se refuerza con los contadores animados en la sección “*Sobre nosotros*” y la integración automática de las publicaciones de Instagram, manteniendo la web siempre “viva” y actualizada.

- **Facilidad de Uso y Navegación Intuitiva:** La arquitectura de la web se ha rediseñado pensando en el usuario. Hemos creado una estructura de menús lógica y secciones intuitivas (“*Descubre IKER*”, “*Contacto*”, “*Colabora*”) que permiten al visitante encontrar lo que busca en pocos clics.