

# CEVISAMA



## FERIA VALENCIA

## Índice

ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN.....	3
Público Objetivo.....	3
DAFO.....	4
Eventos Similares.....	5
Finalidad de la campaña.....	5
DISEÑO.....	6
Diseño en Figma.....	6
Diseño en MJML.....	9
TEST CON USUARIOS.....	12
Selección de muestra.....	12
Feedback.....	12
DATOS.....	13
Diseñar BBDD.....	13
Modelo ER.....	14
CORREOS.....	18
Desarrollo y envío de correos.....	18
Personalización del correo MJML.....	22
INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES.....	23
CONTROL DE VERSIONES CON GITHUB.....	25
CONCLUSIÓN Y POSIBLES MEJORAS.....	26

## ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN

Antes de iniciar con el boceto y pasar a escribir el código MJML, tenemos que analizar y planificar a quien nos vamos a dirigir, cuál es nuestro objetivo, que puntos clave debemos tener en cuenta, y tras eso, pasaremos al diseño.

### Público Objetivo

En Cevisama, la feria líder del sector cerámico y de equipamiento de baño en España, acuden profesionales del sector como empresas de distribución, prescriptores y grandes grupos de compra.

El público general son:

- Empresas del sector cerámico: fabricantes y distribuidores de cerámica, azulejos, baldosas, revestimientos, entre otros.
- Profesionales del equipamiento de baño: empresas que ofrecen soluciones para el baño, como sanitarios, duchas, bañeras, griferías, etc.
- Proveedores de la industria: empresas que suministran maquinaria, materiales, herramientas, servicios y soluciones tecnológicas para el sector.
- Empresas de diseño e interiorismo: estudios de diseño, arquitectos, interioristas, que buscan nuevas tendencias y productos para sus proyectos.
- Promotores inmobiliarios: empresas que buscan materiales y soluciones para sus proyectos de construcción.
- Grandes grupos de compra: retailers y cadenas de tiendas que buscan proveedores para sus establecimientos.
- Académicos e investigadores: personas interesadas en las últimas tendencias, innovaciones y desarrollos del sector.

En resumen, Cevisama es un evento clave para la industria cerámica, donde profesionales, empresas y proveedores se dan cita para hacer networking, crear nuevas relaciones comerciales y detectar nuevas vías de negocio.

## DAFO

Para saber en que enfocarnos a la hora de diseñar el MJML tenemos que primero establecer a quien nos interesa atraer, quienes son nuestro rivales, nuestras fortalezas u oportunidades, y para ello lo mejor es hacer un sistema DAFO para ver objetivamente cada parte:



Estudiando el DAFO, nos damos cuenta de que lo importante es dejar el mensaje del correo muy claro, sin atosigar, para conseguir atraer a los empresarios, y de paso a más visitantes, aunque no es nuestro público principal.

## Eventos Similares

Eventos similares a Cevisama incluyen otras ferias internacionales dedicadas a la cerámica, arquitectura y equipamiento de baño y cocina.

Eventos similares:

- **Cersaie** (Bologna, Italia): una feria internacional de cerámica y equipamiento de baño, similar a Cevisama.
- **FIMMA + Maderalia** (Valencia): una feria internacional de la madera y la construcción, que complementa la oferta de Cevisama con productos y servicios relacionados.
- **Babykid Spain + FIMI** (Valencia): una feria internacional de productos infantiles y puericultura, que también puede ser de interés para diseñadores y profesionales del sector.
- **Hábitat** (Valencia): una feria internacional de decoración, diseño de interiores y arquitectura, que complementa la oferta de Cevisama con soluciones de diseño y mobiliario.
- **Iberflora** (Valencia): una feria internacional de plantas y flores, que puede ser de interés para diseñadores que utilizan plantas en sus proyectos de arquitectura e interiorismo.

## Finalidad de la campaña

La finalidad de este correo es informar a las empresas del sector de que contamos con un gran número de visitantes (compradores) por lo que deberían participar en el evento como expositores, ya que es una gran oportunidad. Esa sería la llamada a la acción, que participen.

Aunque yo he pensado en atraer también a posibles visitantes que reciban el correo, así conseguimos más visibilidad.



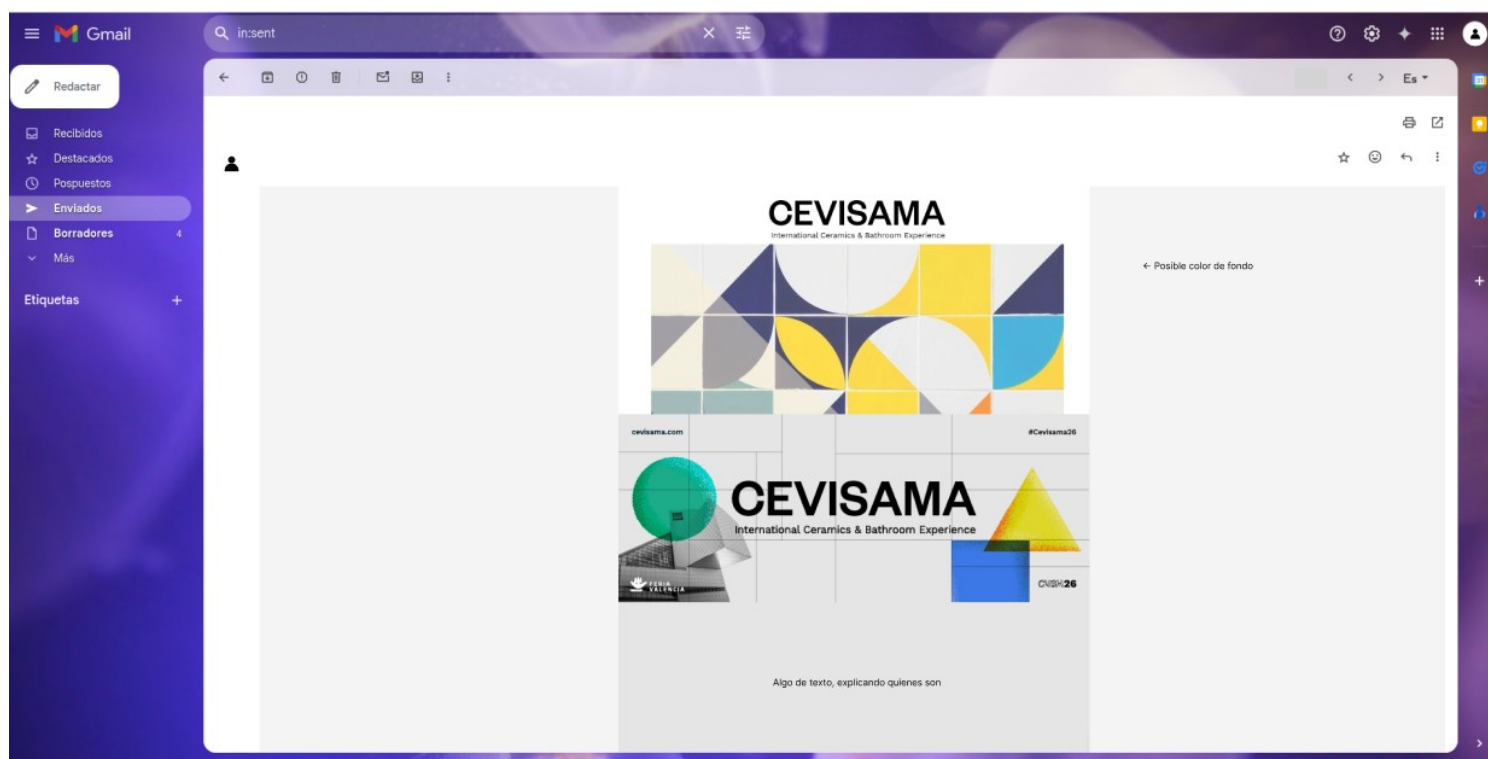


## DISEÑO

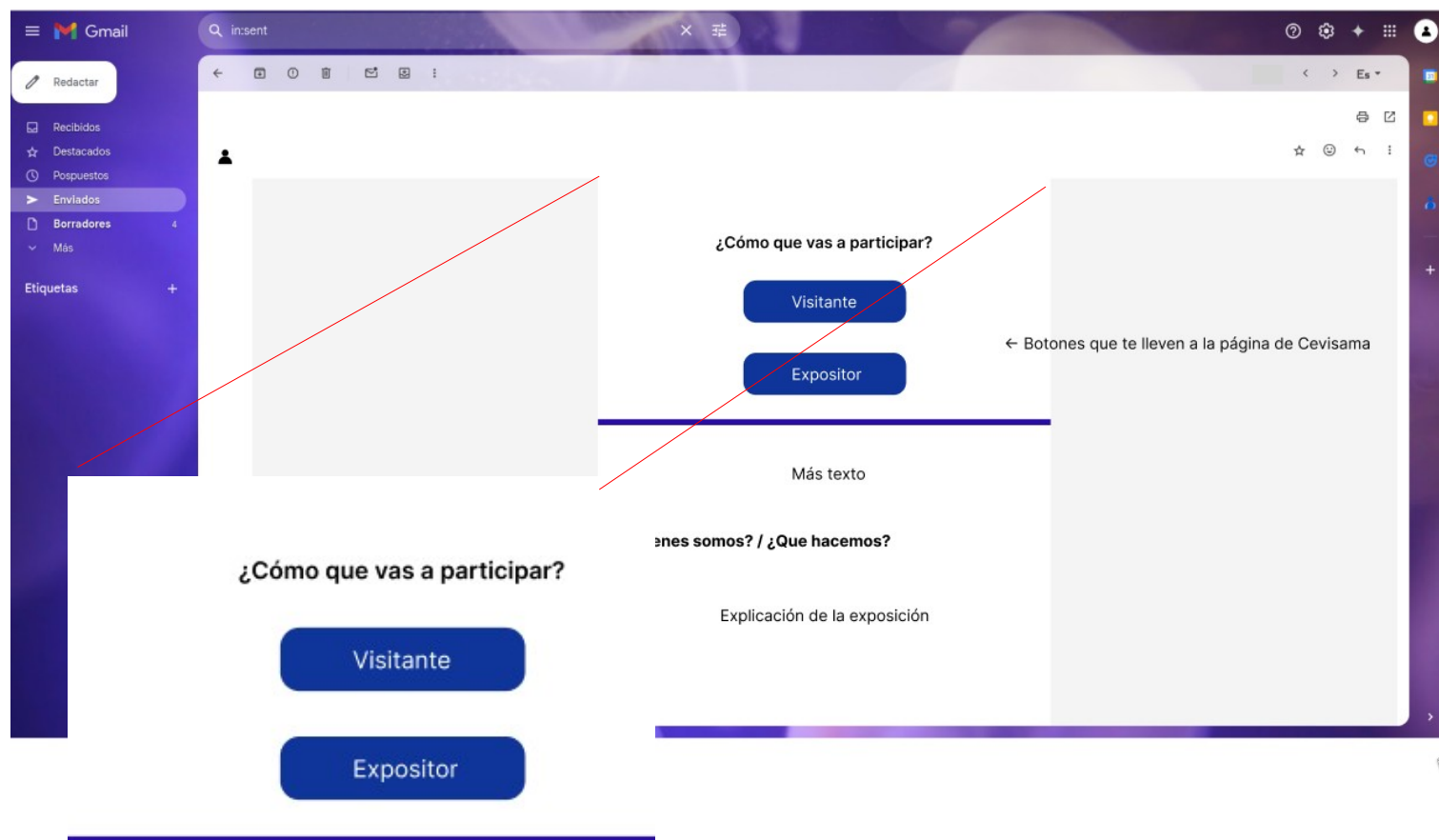
Ahora que tenemos claro a quien queremos atraer, empezamos con el diseño en FIGMA para estructurar primero como quiero hacer el MJML y luego ya pasaremos a escribir el código real.

### Diseño en Figma

La idea es que en la cabecera ya indique quienes son o la idea del correo en general, por ello pondré la imagen de Cevisama, con alguna otra imagen relacionada.

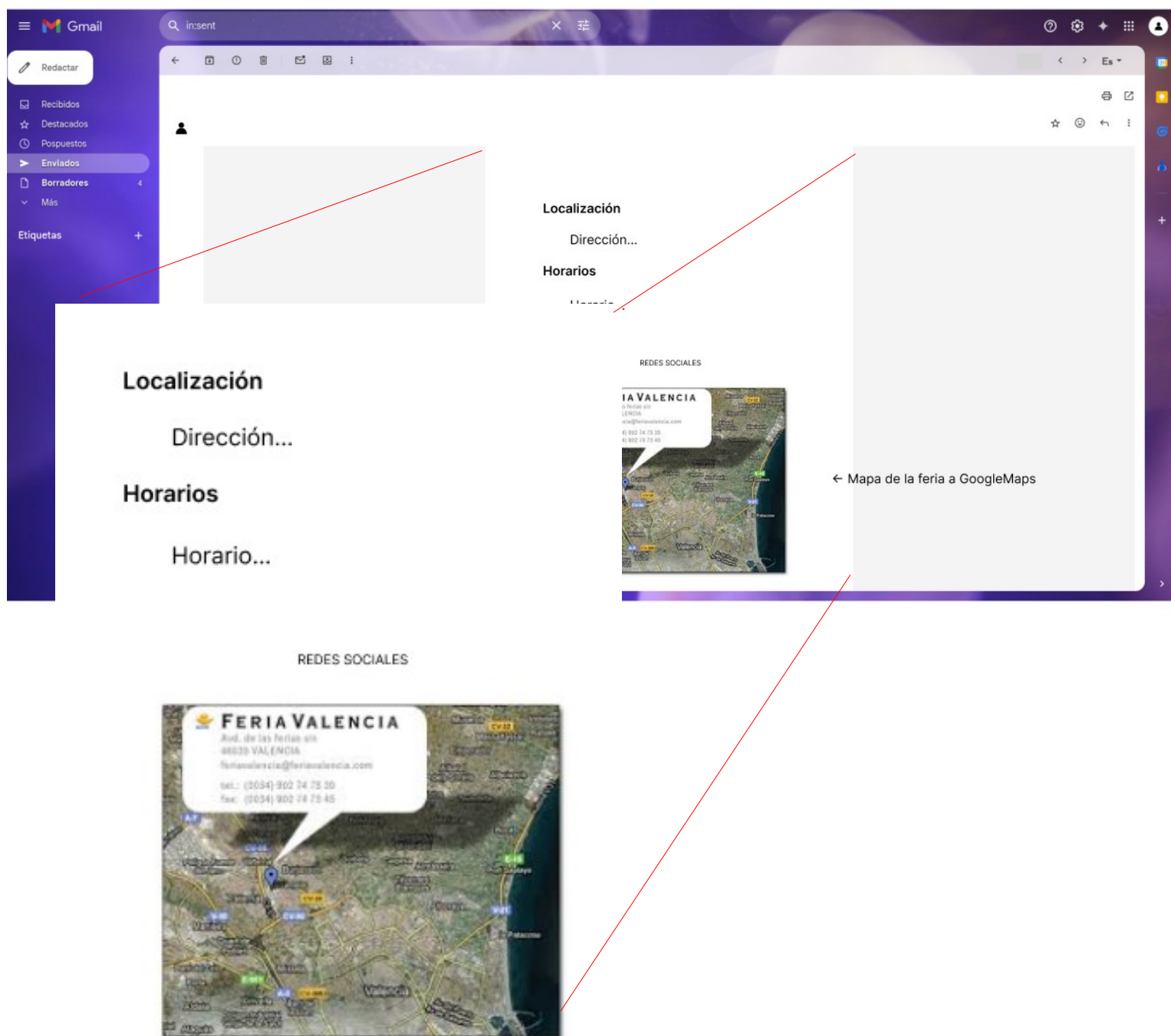


Tras eso, pondré dos botones, uno para los visitantes (compradores) y otro para los expositores (empresas) que llevará a la página oficial de Cevisama donde explica más que es cada uno y para apuntarte a participar.



Seguidamente, para los que no sepan de que va el evento, explicaré un poco sobre el tema y que hace cada uno.

Y al final, donde están situados, los horarios y un mapa con la ubicación para que se vea mejor, además de poner al final del todo sus redes sociales.





## Diseño en MJML

Al inicio, he colocado la marca de ambos, tanto del evento como de feria valencia, en el de la derecha es como se vería en el móvil y en el de la izquierda en el ordenador, haciendo más grande los logos para que se adapte según el dispositivo.

Luego la dirección donde se ubica el evento y la imagen de la cabecera que nos proporcionaba Feria Valencia, en la que me baso para los colores en el resto de la página.

### Desde el Móvil:



### Desde el PC:



Para las que no sepan de que va, añado una breve explicación del evento.

La explicación va más centrada en llamar la atención de empresas/expositores, por ello me enfoco más en ofrecer datos que puedan atraerlos.

10 - 25

## TEST CON USUARIOS

Siguiente paso importante, obtener una respuesta de usuarios reales de nuestro diseño, para ver si les gusta, si se entiende correctamente, si se visualiza, etc. y rediseñar si fuera necesario.

### Selección de muestra

He seleccionado a un grupo de gente, entre ellos tanto profesores como amigos y gente desconocida, para que la opinión fuera lo más sincera posible.

Para ello he creado un formulario que se mandaba a conjunto de mi correo de información del salón del cómic y en este se valoraba tanto el diseño como si se visualizaba todo correctamente.

Enlace al formulario → <https://forms.gle/U53hTuiUZvGvikycA>

### Feedback

Con las respuestas de los usuarios, he decidido hacer unos cambios para que fuese más entendible y llamativas algunas partes como:

- Texto **justificado**
- Color **amarillo** de la cabecera
- **Letras e icono** del principio no se visualizan correctamente

Y con esto hice el diseño que se ve finalmente.

## DATOS

En un proyecto de este tipo, también es importante tener una base de datos donde almacenar todos los correos de los usuarios, para más adelante, automatizar el envío de los mismos, para no tener que ir uno a uno mandando el correo.

Para ellos, crearemos una base de datos en MySQL.

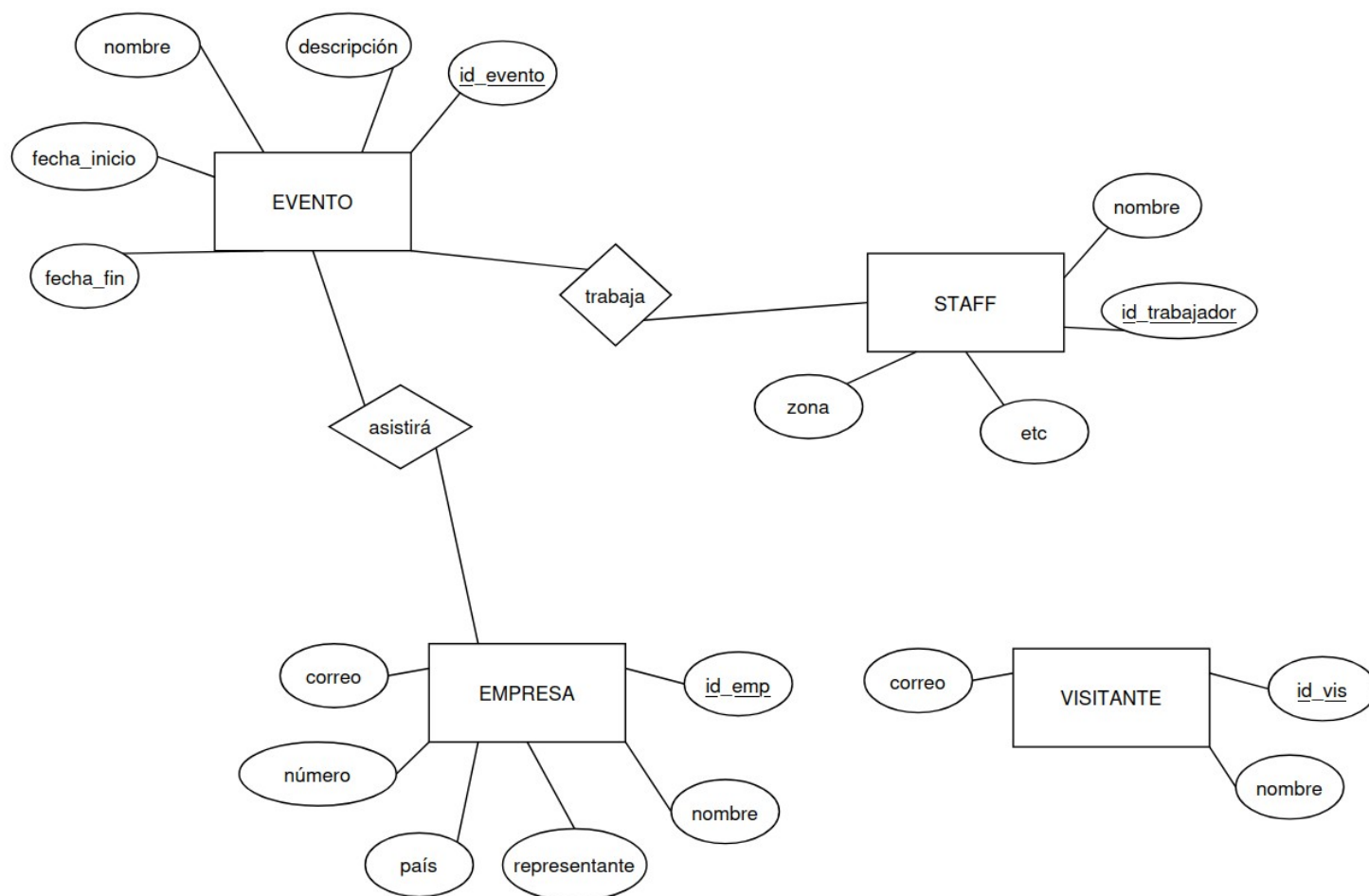


## Diseñar BBDD

Para nuestra base de datos crearemos diversas tablas:

- Los **empresarios**, donde guardaremos su correo, su número, al persona que lo representa cuando esta en el evento y, obviamente, el nombre de la empresa.
- Los **visitantes**, queremos saber sus correos y nombres, para mandarles el correo con cada evento nuevo que hagamos.
- El **evento**, simplemente para registrar quien trabajo en cada evento, cuando inicio y termino e incluso un recuento que cuantos visitante tuvimos y las empresas que participaron.
- El **staff**, los trabajadores que tenemos en cada evento y de que zona se encargan.

## Modelo ER



Una vez ese modelo Entidad-Relación lo hemos normalizado pasamos a crear el diseño físico e insertar datos:

*-- Tabla Eventos*

```
CREATE TABLE Eventos (  
    id_evento INT PRIMARY KEY,  
    nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
    descripcion TEXT,  
    fecha_inicio DATE NOT NULL,  
    fecha_fin DATE NOT NULL  
);
```

*-- Tabla Staff*

```
CREATE TABLE Staff (  
    id_trabajador INT PRIMARY KEY,  
    nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
    zona VARCHAR(100),  
    telefono VARCHAR(50)  
);
```

*-- Tabla Empresa*

```
CREATE TABLE Empresa (  
    id_emp INT PRIMARY KEY,  
    nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
    correo VARCHAR(255),  
    numero VARCHAR(50),  
    representante VARCHAR(255)  
);
```

*-- Tabla Visitante*

```
CREATE TABLE Visitante (  
    id_vis INT PRIMARY KEY,  
    nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
    correo VARCHAR(255)  
);
```

*-- Relación entre Evento y Staff*

```
CREATE TABLE evento_staff (  
    id_evento INT NOT NULL,  
    id_trabajador INT NOT NULL,  
    PRIMARY KEY (id_evento, id_trabajador),  
    FOREIGN KEY (id_evento) REFERENCES Eventos(id_evento) ON DELETE  
CASCADE,  
    FOREIGN KEY (id_trabajador) REFERENCES Staff(id_trabajador) ON DELETE  
CASCADE  
);
```



*-- Relación entre Evento y Empresa*

```
CREATE TABLE evento_empresa (  
    id_evento INT NOT NULL,  
    id_emp INT NOT NULL,  
    PRIMARY KEY (id_evento, id_emp),  
    FOREIGN KEY (id_evento) REFERENCES Eventos(id_evento) ON DELETE  
CASCADE,  
    FOREIGN KEY (id_emp) REFERENCES Empresa(id_emp) ON DELETE CASCADE  
);
```

*-- Datos en la tabla EVENTOS*

```
INSERT INTO Eventos (id_evento, nombre, descripcion, fecha_inicio, fecha_fin) VALUES  
(101, 'Cevisama25', 'feria de cerámica', '2025-02-24', '2025-02-28'),  
(102, 'Cevisama24', 'feria de cerámica', '2024-02-26', '2024-03-01');
```

*-- Datos en la tabla STAFF*

```
INSERT INTO Staff (id_trabajador, nombre, zona) VALUES  
(1, 'Ana García', 'Escenario 3'),  
(2, 'Juan Pérez', 'Entrada principal'),  
(5, 'Sofía Torres', 'Pabellon 2');
```

*-- Datos en la tabla EMPRESA*

```
INSERT INTO Empresa (id_emp, nombre, correo, numero, representante) VALUES  
(201, 'Innova Solutions S.L.', 'info@innovasolutions.es', '+34 912345678', 'Laura Fernández'),  
(204, 'Conectividad Digital', 'hola@conectividad.es', '+34 938765432', 'Elena Navarro');
```

*-- Datos en la tabla VISITANTE*

```
INSERT INTO Visitante (id_vis, nombre, correo) VALUES  
(301, 'David Sánchez', 'david.sanchez@email.com'),  
(302, 'Isabel Castro', 'isabel.castro@email.com'),  
(305, 'Miguel Ramos', 'miguel.ramos@email.com');
```

*-- Datos en la tabla EVENTOS\_STAFF*

```
INSERT INTO evento_staff (id_evento, id_trabajador) VALUES  
(101, 1),  
(101, 3);
```

*-- Datos en la tabla EVENTOS\_EMPRESA*

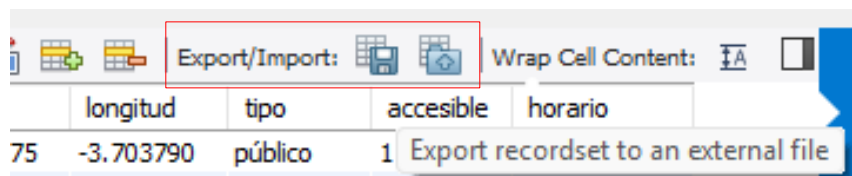
```
INSERT INTO evento_empresa (id_evento, id_emp) VALUES  
(101, 201),  
(101, 203);
```

Una vez tenemos creada la Base de Datos, podemos guardarnos en un archivo CSV los correos de los empresario y los visitantes, ya que es el dato que realmente nos interesa.

Podemos hacerlo de diferentes formas, desde la aplicación de MySQL Workbench, que es la que yo uso de normal para crear bases de datos, realizamos la búsqueda

[ *SELECT correo FROM Visitante;*                      *SELECT correo FROM Empresa;* ]

y le damos a “exportar/importar” en la zona de resultados:



O también, desde la terminal, ejecutas:

```
mysql -u usuario -p BBDD -B -e "búsqueda;" > archivo.csv
```

```
mysql -u irene -p cevisama -B -e "SELECT correo FROM Empresa/Visitante;" > consulta.csv
```

De esta forma, tendremos un archivo con solo los correos para usarla más adelante, el problema de este archivo es que, si tras hacerlo se registrara alguien más, esa persona no aparecería en el archivo CSV. Entonces esto es algo para usar al momento, pero no es útil a largo plazo.



## CORREOS

Necesitamos automatizar el envío de correos, para que sea más sencillo y rápido la transmisión del mismo. Para ello usaremos:

- ✓ **AWS EC2**: Servidor donde se ejecutará el '.js'.
- ✓ **Node.js**: El backend que manejará la lógica, leerá los datos, renderizará MJML y enviará los correos.
- ✓ **MJML**: la plantilla del correo responsive y su traducción a HTML, que será el cuerpo del correo.
- ✓ **Nodemailer**: Para enviar los correos a través del '.js'.
- ✓ Base de Datos de **MySQL**: Para almacenar los datos de los suscriptores.

## Desarrollo y envío de correos

Vamos a utilizar AWS para crear una máquina virtual con EC2 que contenga node.js para automatizar el envío de correos.

Lo primero es explicar que es node.js y porque es útil usarlo. No es un lenguaje de programación en sí mismo, sino un entorno de ejecución que permite a JavaScript ejecutarse fuera del navegador. Con esto puedes:

- Manejar solicitudes HTTP/HTTPS.
- Interactuar con bases de datos.
- Leer y escribir archivos en el sistema.
- Enviar correos programados.

Los archivos HTML/MJML por sí solos no pueden "enviar" un correo electrónico. Necesitaremos un programa que se conecte a un servidor de correo (como Gmail o Outlook) y le diga: "Envía este HTML a este correo". Con Node.js lograremos eso.

Es la pieza que conectará la base de datos (donde están los correos) con el envío del HTML.

Además de ello, tendremos un servidor en la nube (en este caso yo usaré nginx) donde almacenaremos todas las imágenes para que desde cualquier plataforma se puedan ver.

Para conseguir todo esto lo que hice fue:

### 1. Instalar los servidores que gastaré:

- `sudo apt install mysql-server -y`
- `sudo apt install npm`
- `npm install nodemailer`
- `sudo apt install nginx -y`
- `npm install node-cron`

### 2. Configuración mysql y su seguridad:

- `sudo mysql_secure_installation`
- `sudo nano /etc/mysql/mysql.conf.d/mysqld.cnf` y en la línea de `'bindaddress'` poner la dirección IP → **0.0.0.0**
- crear el usuario que tendrá permisos totales sobre la base de datos
- crear la propia base de datos con sus tablas y datos

### 3. Configuración del .js:

crear un archivo '.js' donde establezcamos de donde tiene que coger los correos, donde estará el archivo HTML y los transportadores según el dominio del correo:

```
// Leer HTML
const rutaHTML = path.join(__dirname, "index.html");
let contenidoHTML;
try {
  contenidoHTML = fs.readFileSync(rutaHTML, "utf-8");
} catch (err) {
  console.error("Error al leer el HTML:", err.message);
  return;
}
```

```
// Transportadores
const transportadores = {
  gmail: nodemailer.createTransport({
    host: "smtp.gmail.com",
    port: 587,
    secure: false,
    auth: {
      user: "correo@gmail.com",
      pass: "-",
    },
    tls: { rejectUnauthorized: false },
  }),
  outlook: nodemailer.createTransport({
    host: "smtp-mail.outlook.com",
    port: 587,
    secure: false,
    auth: {
      user: "correo@gmail.com",
      pass: "-",
    },
    tls: { ciphers: "SSLv3" },
  }),
};
```

```
const [rows] = await connection.execute("SELECT correo FROM Visitante UNIT SELECT correo FROM Empresa");
listaDestinatarios = rows.map(row => row.correo).filter(Boolean);

await connection.end();
```

Tienes el archivo completo en mi repositorio de GitHub por si quieres ojearlo:

<https://github.com/MssMunroe/Cevisama/blob/main/js/mail.js>

Como extra puedes crear un archivo '.env' para añadir seguridad, donde pongas contraseñas y demás.

#### 4. Configuración nginx:

- metemos nuestro archivo HTML y MJML en '/var/www/html'
- sudo mkdir -p /var/www/img y metemos las imágenes
- sudo nano /etc/nginx/sites-available/img.conf  
en ese archivo modifiko la zona de server para que apunte a mi directorio de imágenes
- sudo ln -s /etc/nginx/sites-available/imagenes.conf /etc/nginx/sites-enabled/  
creo un enlace para que cualquier cambio sea inmediato en los sitios habilitados
- sudo unlink /etc/nginx/sites-enabled/default  
y deshabilito el de por defecto
- sudo nginx -t (comprobación de que todo este correcto)

```
server {
    listen 443 ssl;
    listen [::]:443 ssl;

    root /var/www/html;
    index index.html index.mjml;

    #
    server_name serverimagenes.duckdns.org 54.152.201.158; #Pongo el dominio y luego la IP por si acaso no tro
    ssl_certificate /etc/letsencrypt/live/serverimagenes.duckdns.org/fullchain.pem; # managed by Certbot
    ssl_certificate_key /etc/letsencrypt/live/serverimagenes.duckdns.org/privkey.pem; # managed by Certbot

    ssl_protocols TLSv1.2 TLSv1.3;
    ssl_ciphers 'TLS_AES_256_GCM_SHA384:TLS_CHACHA20_POLY1305_SHA256:TLS_AES_128_GCM_SHA256:ECDHE-RSA-AES256-G
```

Y por último, me creo un dominio en 'Duckdns' para poder usar 'Certbot' y que me cree un certificado que no sea el típico autofirmado, porque si no Gmail no detecta las imágenes porque no son de un lugar certificado.

Tienes el archivo completo en mi repositorio de GitHub por si quieres ojearlo:


<https://github.com/MssMunroe/Cevisama/blob/main/js/img.conf>





## Personalización del correo MJML

En la parte de MJML solo debemos poner la variable entre '{{variable}}', yo al inicio he puesto:

```
<mj-text color="#1f2e78" align="center" font-size="13px" padding="20px" font-weight="bold" text-transform="uppercase" letter-spacing="1px" line-height="20px">  
 Bienvenido, {{empresa}}  
</mj-text>
```

Así cuando reciba el correo lo primero que verá es su nombre para darle personalidad al correo.

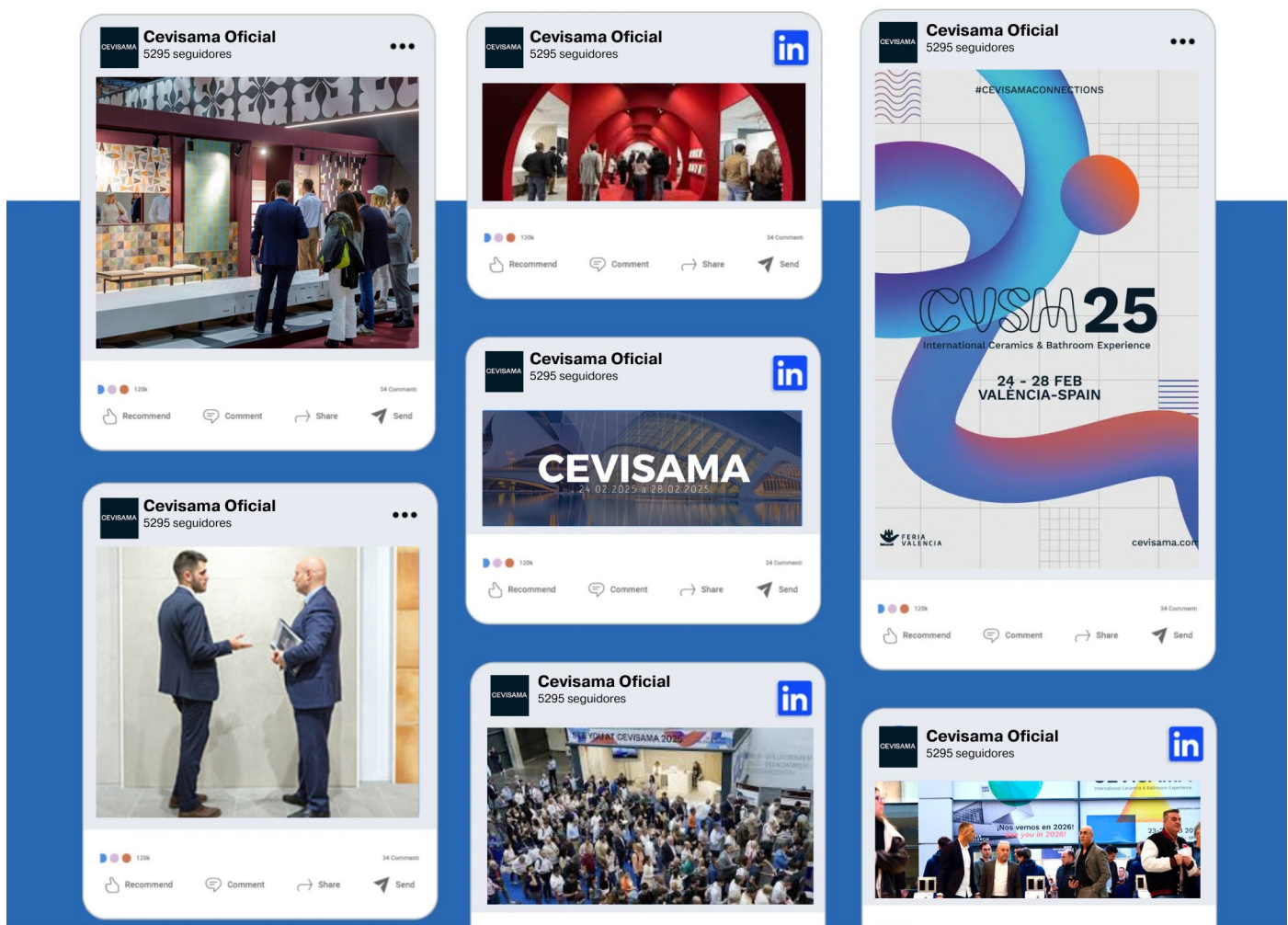
Y en la parte del js pondremos un bloque de código que coja de la base de datos el nombre de los visitantes y el nombre de la empresa, según a quien vaya dirigido, y lo ponga en esa variable, al igual que hicimos con el correo.

```
const [rows] = await  
connection.execute( 'SELECT nombre FROM  
Visitante WHERE correo = ${email} UNION  
SELECT nombre FROM Empresa WHERE correo = ${  
email}' );
```

Parece una cosa absurda, pero lo primero que verán será su nombre, entonces personalizamos y atraemos su atención para que participe en el evento.

## INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES

En el caso de Cevisama, no tiene mucho sentido publicitarnos en redes como Instagram o Facebook, ya que no es donde está nuestro público principal, en cambio, las empresas e, incluso los visitantes, seguramente tengan LinkedIn, así que podemos promocionar el evento ahí, con post donde mostremos cuando será el evento, que sucede dentro, cuantos visitantes tuvimos en el evento anterior, etc. datos que al empresario vayan a interesarle para invitarlo a que participe.



También sería buena idea promocionarlo en Twitter (X) ya que es algo que se puede ir actualizando en tiempo real antes, durante y después del evento, además de reacciones instantáneas de la gente que este en el evento, así atraemos a más gente a participar, y si no es este, que se animen a la siguiente.



## CONTROL DE VERSIONES CON GITHUB

Este proyecto lo he subido a Github para que cualquiera pueda acceder a él, sobre todo para tener un control de que cosas voy cambiando día a día, por si llegase a equivocarme, tener un seguro para volver atrás al momento donde funcionaba, o para hacer pruebas de cosas y sino me gustan, no implementarlas en mi diseño final.

Este es el enlace a mi repositorio:

<https://github.com/MssMunroe/Cevisama>

Mi perfil: 



## CONCLUSIÓN Y POSIBLES MEJORAS

Este proyecto de marketing ha tenido como objetivo principal diseñar una estrategia digital efectiva para promocionar Cevisama, uno de los eventos más relevantes del sector cerámico a nivel nacional e internacional. Para ello, se ha desarrollado un newsletter en HTML con un diseño profesional y visualmente atractivo, pensado para destacar las principales novedades del evento, así como incentivar la asistencia tanto de profesionales como de público interesado. Este boletín fue alojado en un servidor propio, lo que permitió un envío automatizado, estructurado y medible, aportando solidez técnica a la estrategia comunicativa.

La combinación de contenido especializado, diseño adaptado a dispositivos y una infraestructura digital funcional ha dado lugar a una campaña coherente y moderna, alineada con la imagen innovadora que representa Cevisama. Este enfoque demuestra cómo el marketing digital bien aplicado puede reforzar el posicionamiento de eventos del ámbito industrial y contribuir a su crecimiento y visibilidad.

Pensando en futuras ediciones de la estrategia de marketing para Cevisama, una mejora valiosa sería la incorporación de contenido dinámico en el newsletter, como videos breves de expositores, demostraciones de productos o entrevistas con profesionales del sector. También se podría establecer una sección de agenda personalizada, donde cada destinatario pueda recibir información adaptada a sus intereses dentro del evento (arquitectura, sostenibilidad, innovación en materiales, etc.). Además, integrar el boletín con plataformas de registro y networking permitiría que los usuarios puedan confirmar su asistencia, agendar reuniones o interactuar con otros participantes directamente desde el correo. Por último, una estrategia de retargeting a través de redes sociales o Google Ads basada en la interacción con el newsletter ayudaría a reforzar el alcance de la campaña y mantener el interés hasta la fecha del evento.

