

VALENCIA SALÓN DEL CÓMIC



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

El público de un salón de cómic es muy diverso, incluyendo desde niños y jóvenes hasta adultos de todas las edades y orientaciones, incluyendo coleccionistas, autores, profesionales del sector y aficionados casuales. Los niños y jóvenes representan una parte importante del público. El público adulto se interesa por las exposiciones, las firmas de autores y la compra de cómics y merchandising.

Niños y jóvenes: con talleres y actividades específicas para ellos, son atraídos por personajes populares, superhéroes y cómics.

Adultos: más interesados en exposiciones, firmas de autores, compra de cómics y merchandising.

Autores y profesionales del sector: asisten para presentar sus obras, participar en eventos y conocer a otros profesionales.

Coleccionistas: buscando ediciones especiales, primeras ediciones y objetos de colección.

Aficionados casuales: por curiosidad, para conocer el mundo del cómic o para pasar un día divertido.

En resumen, el Salón del Cómic es un evento que reúne a una amplia gama de público, con intereses y motivaciones muy variadas.



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:



DEBILIDADES

- Falta de usuarios iniciales
- Si las noticias no interesan, no atraeríamos al público esperado
- Si el newsletter no resulta atractivo, tendríamos perdida de usuarios



FORTALEZAS

- Público bien definido
- Las promociones y anuncios pueden atraer mucha gente
- Los invitados aportan contenido tractivo



OPORTUNIDADES

- Crecimiento en la cultura friki en los últimos años
- Integración de las Redes Sociales
- Público fiel de otros años
- Tiendas que ofrezcan descuentos a los asistentes



AMENAZAS

- Saturación de correos
- Competencia con otras Comic Con
- Desinterés si el contenido es regular o no actual



En resumen, nos centraremos en por correo a los usuario ya registrados, que son un objetivo más seguro, y deberíamos hacer publicidad en las redes sociales para atraer a nuevos usuarios, haciendo incapié en aquellas cosas que puedan llamar la atención de la gente, como concursos o exposiciones, que suele atraer más la atención.

Eventos Similares

A nivel **mundial**:

- Comic-Con de San Diego (EE. UU.): Una de las convenciones de cómic más grandes y prestigiosas del mundo.
- Comiket de Tokio (Japón): Un evento masivo dedicado a los mangas y animes.
- Angoulême International Comic Festival (Francia): Una convención internacional que destaca la narrativa visual.
- Lucca Comics and Games (Italia): Una feria de cómics, videojuegos y cultura pop.

En **España**:

- Salón Internacional del Cómic de Barcelona: Uno de los salones más importantes de Europa, con una larga trayectoria.
- Salones Manga de Jerez, Chipiona, Tarifa, Alicante, Cartagena y Murcia: Eventos especializados en manga y cultura japonesa, con diferentes enfoques.
- Feria de Cómic y Manga de IFEMA MADRID: Diversos eventos organizados por IFEMA que destacan la cultura pop japonesa y el universo del cómic

Finalidad de la campaña

La finalidad de crear este correo es para atraer a nuevos usuarios (y los ya habituales) a que compren entradas del salón del cómic de Valencia.

Para ello necesitaremos un correo llamativo que incite y atraiga a que compren las entradas.

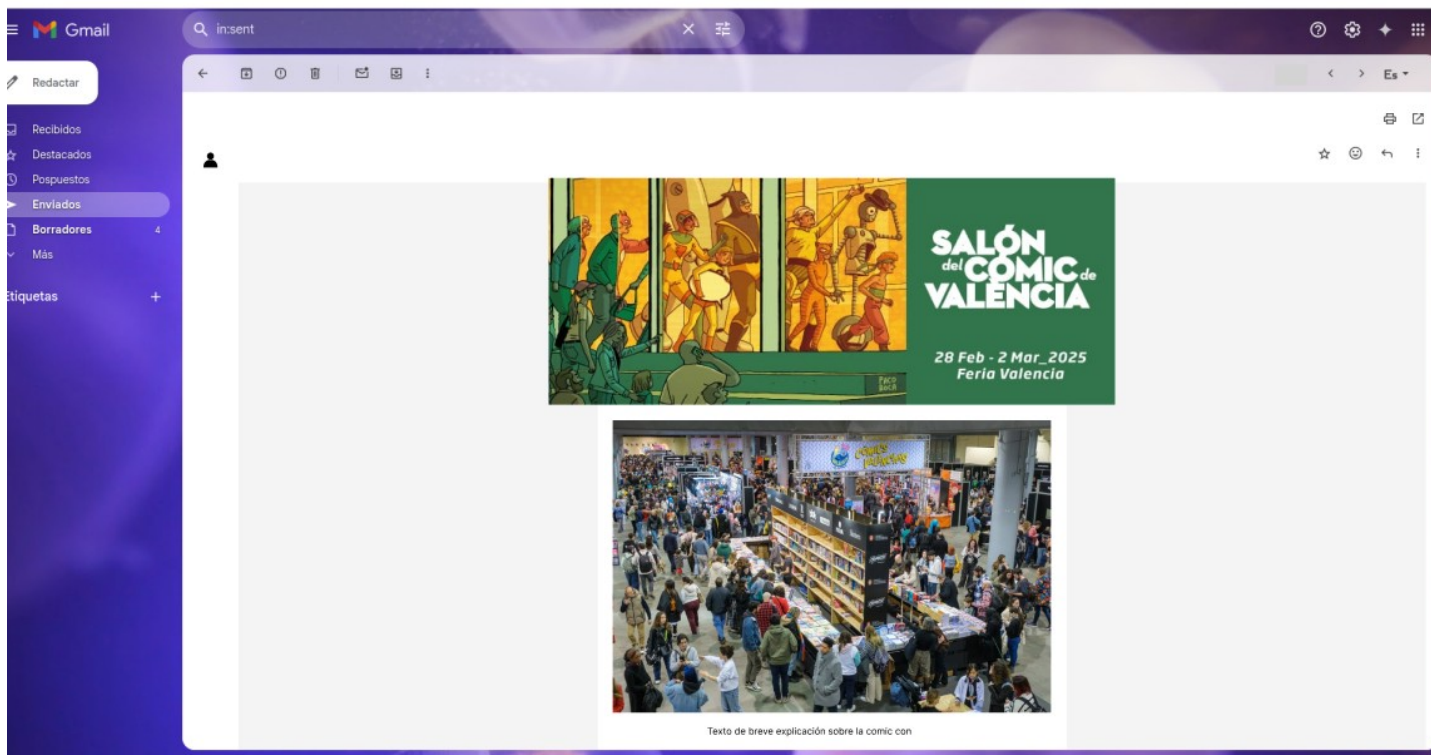


DISEÑO

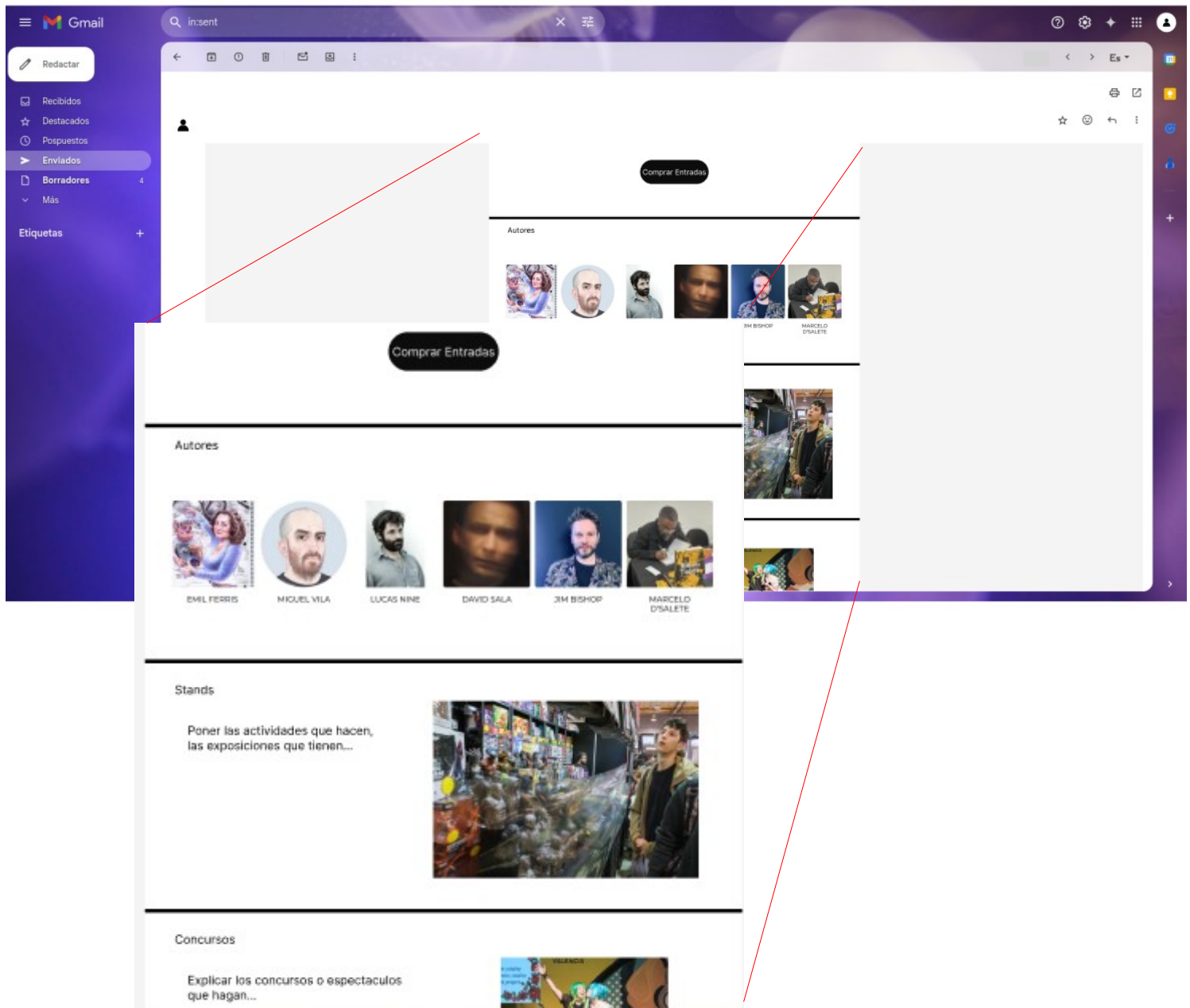
Ahora que tenemos claro a quien queremos atraer, empezamos con el diseño en FIGMA para estructurar primero como quiero hacer el MJML y luego ya pasaremos a escribir el código real.

Diseño en Figma

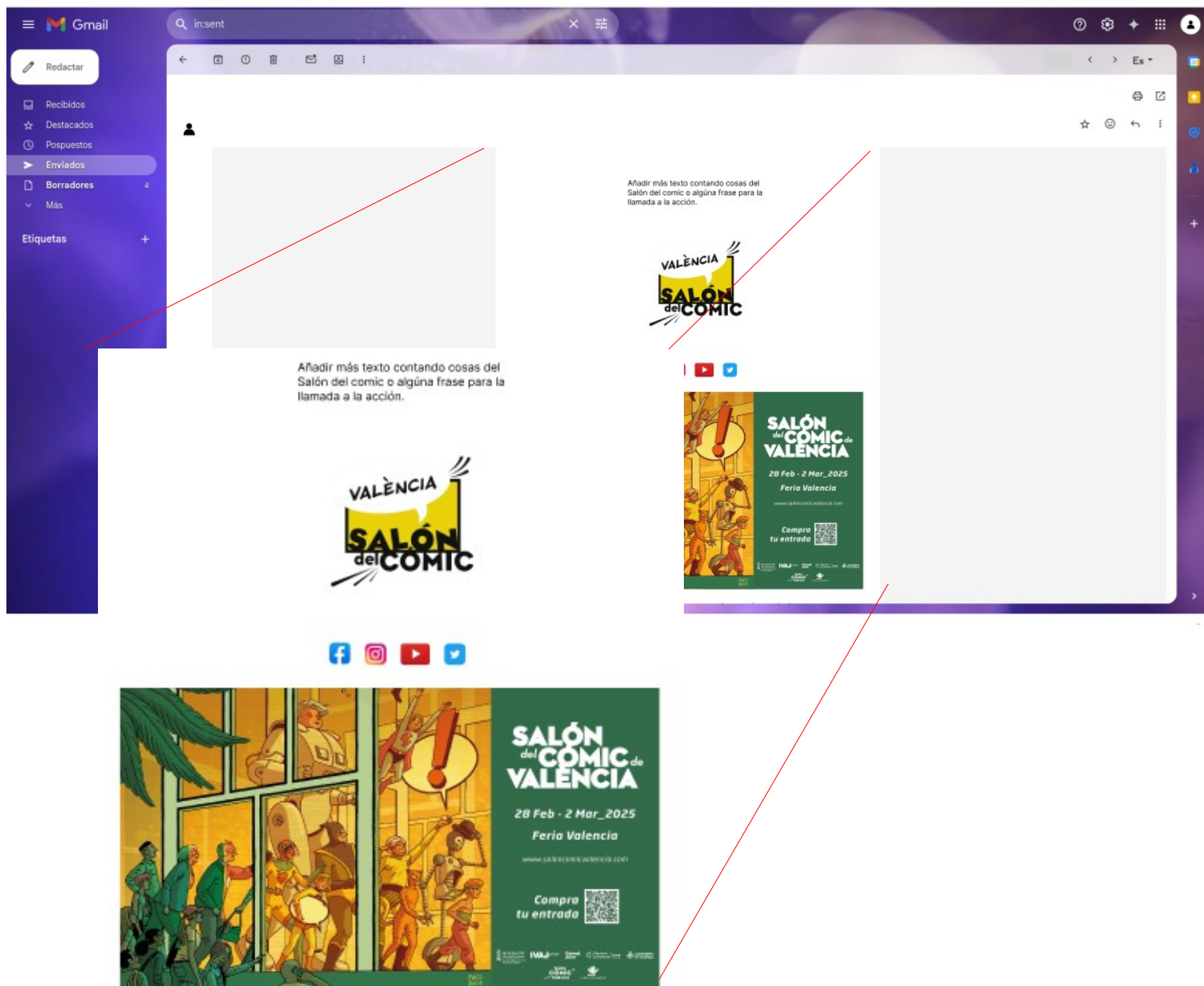
Lo principal, al inicio la cabecera que nos ofrece Feria Valencia, ya que es donde pone donde, cuando y que ocurre. Siguiendo a eso, una imagen de la exposición, para que visualicen como se ve el evento desde dentro. Con ello atraemos desde el principio, a los que saben de que trata el salón del cómic y llamamos la atención de personas que no sepan de que va, pero les pueda interesar el mundillo del cómic.



Tras eso, pondré un botón para comprar las entradas, ya que es la llamada a la acción y los que les interese el evento no necesitaran leer todo para ir a comprar directamente. Para los que aún tengan dudas, o quieran más información, ponemos seguidamente los espectáculos o exposiciones que tiene el evento, así como sus invitados o concursos, juegos, etc. para además de informar sobre lo más importante, atraer a gente.



Finalmente, pondré el logo del salón, sus redes sociales y una imagen que es como la del inicio, pero con el QR para comprar la entrada, por si estas desde el ordenador y quieres mirarlo en el móvil, así tendremos de nuevo la llamada a la acción que hablábamos al inicio, que compren una entrada.



Diseño en MJML

El diseño final en MJML lo he adaptado para que se vea en el PC de una forma y en el móvil de otra, para según el dispositivo desde el que lo abras puedas ver el contenido correctamente.

Desde el Móvil:



El [Salón del Cómic](#) de Valencia llega este **28 de Febrero al 2 de Marzo** con todas las novedades del mundo cómic, anime, manga y webtoon.

COMPRA TUS
ENTRADAS AQUÍ

ÁREAS DE JUEGO Y ROL

Los amantes de los juegos de mesa y rol también tiene su espacio especial aquí.



LOS CONCURSOS MÁS CAÑEROS

Con premios de hasta 1.000€ en categorías como Cosmasters e Idol Matsuri.



Un diseño bastante parecido a como tenía pensado hacerlo originalmente, manteniendo los elementos importantes, y que cada 'acto' del evento se vea en su totalidad, para que se pueda leer cómodamente.

INVITADOS ESPECIALES

Este año Artist Alley reunirá a creadores y artistas emergentes del mundo de las ilustraciones y los comics



EMIL FERRIS



LUCAS NINE



JIM BISHOP



MARCELO D'SALETE

LAS EXPOSICIONES MÁS LOCAS

Interesantes firmas y charlas sobre las últimas novedades, además de las exposiciones "Clásicos del cómic" o "Arte y libertad desde marruecos"

¡QUE NO TE LO CUENTEN!



Más información en [Salon Del Comic Valencia](http://SalonDelComicValencia.com)



Con colores simples para no atosigar a la vista, queremos algo sencillo, que incite a entrar en la página para enterarte de todo lo que ofrece el evento e incitar a que, al final, compren las entradas, para ello agrando el QR para que sea más visible y facilitarle al lector que lo detecte.

En el ordenador:

Las columnas con la información de los eventos, pasaremos a que se vean dos a la vez, ya que la pantalla del ordenador es más grande y queremos que lea todos los títulos para que se sienta atraído a leer su contenido.

En cambio, el resto de la página no la tocaré, al dejarla intacta ya que las imágenes queremos que se vean igual de grandes y que el botón de comprar entradas queremos que siga estando arriba y sea lo principal.


ÁREAS DE JUEGO Y ROL

Los amantes de los juegos de mesa y rol también tiene su espacio especial aquí.



INVITADOS ESPECIALES

Este año Artist Alley reunirá a creadores y artistas emergentes del mundo de las ilustraciones y los comics







LOS CONCURSOS MÁS CAÑEROS

Con premios de hasta 1.000€ en categorías como Cosmasters e Idol Matsuri.



LAS EXPOSICIONES MÁS LOCAS

Interesantes firmas y charlas sobre las últimas novedades,

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/UZrEu5W2p5WngxXf8>

Feedback

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

- **Fecha del evento** más grande: para que quede claro cuando ocurrirá.
- **Letra** más grande: para que sea más legible, sobre todo desde el móvil.
- **QR** más grande: para que se pueda escanear mejor.
- Alguna **imagen** más llamativa: para atraer más la atención.

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.

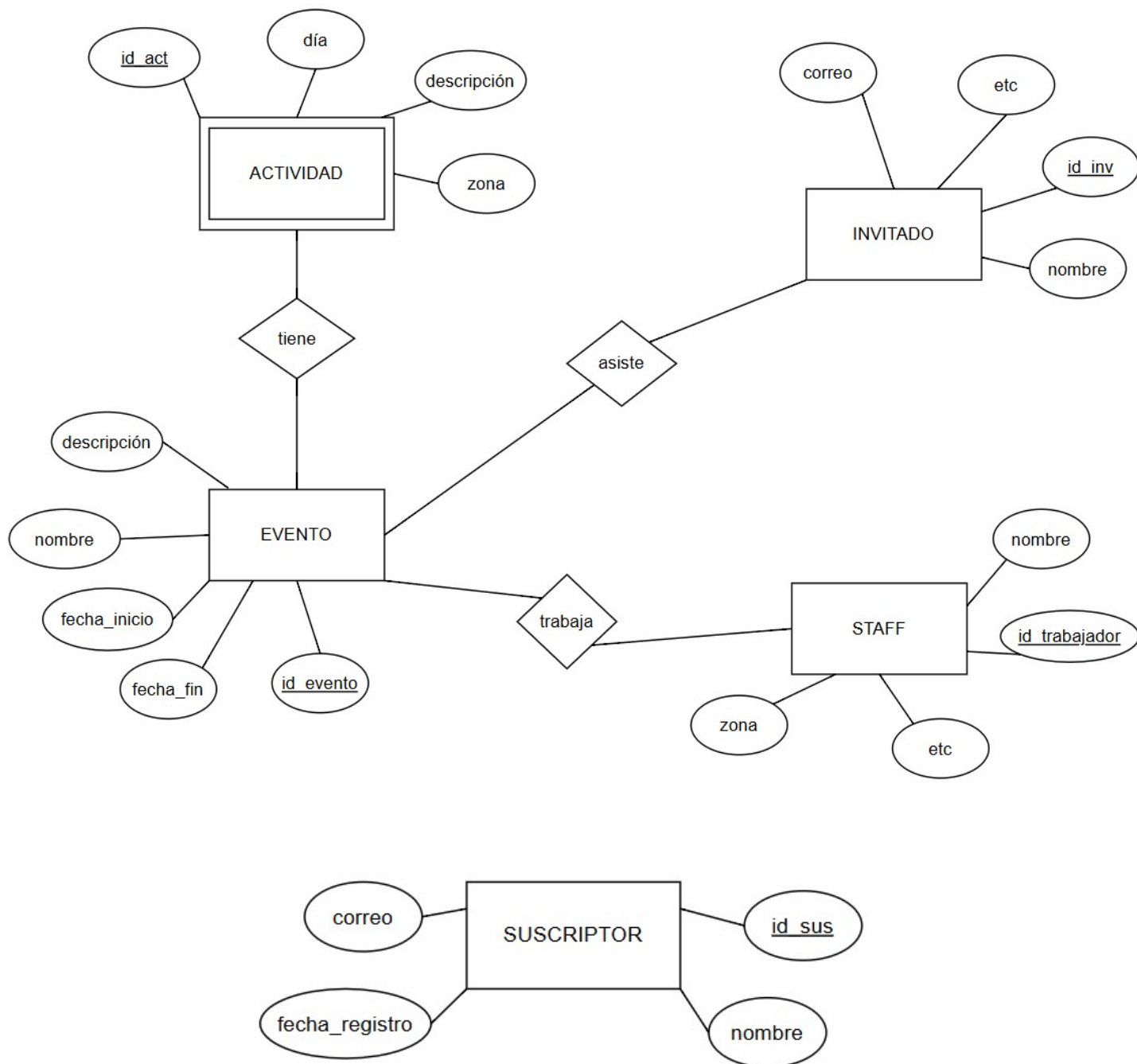


Diseñar BBDD

Para nuestra base de datos crearemos diversas tablas:

- Los **usuarios** (*suscriptores*), que no estará unida a ninguna tabla más, ya que en esta únicamente almacenaremos sus nombres, correos y fecha en la que se registraron en nuestra página.
- Los **eventos**, que almacenará las fechas de cuando inicio y finalizó cada salón del cómic, e incluso podríamos almacenar la cantidad de gente que acudió en total al evento, para ver en que fechas tenemos más público y si algún día en especial tiene más gente.
- El **staff**, quienes estarán trabajando en el evento y en que zonas estarán, para saber cuanto personal habrá cada día.
- Los **invitados**, con sus nombres, sus correos y alguna información más que queramos almacenar de ellos, así como el día que estarán presentes en el evento.
- Las **actividades/exposiciones**, con lo que sucederá cada día y en que zona, para planear bien el espacio que disponemos y ofrecer un horario de espectáculos al usuario final..

Modelo ER



Una vez ese modelo Entidad-Relación lo hemos normalizado (que lo único era de la tercera forma hacer un cambio), pasamos a crear el diseño físico e insertar datos:

-- *Tabla Invitados*

```
CREATE TABLE Invitados (  
  id_inv INT PRIMARY KEY AUTO_INCREMENT,  
  nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
  correo VARCHAR(255) UNIQUE NOT NULL  
);
```

-- *Tabla Suscriptores*

```
CREATE TABLE Suscriptores (  
  id_sus INT PRIMARY KEY AUTO_INCREMENT,  
  nombre VARCHAR(255) NOT NULL,  
  fecha_registro DATE NOT NULL,  
  correo VARCHAR(255) UNIQUE NOT NULL  
);
```

-- *Tabla Staff*

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

-- *Tabla Eventos*

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

-- *Tabla Actividades*

```
CREATE TABLE Actividades (  
  id_act INT PRIMARY KEY AUTO_INCREMENT,  
  id_evento INT NOT NULL,  
  descripcion TEXT NOT NULL,  
  zona VARCHAR(255),  
  dia DATE,  
  FOREIGN KEY (id_evento) REFERENCES Eventos(id_evento)  
);
```

-- Tabla entre Eventos e Invitados

```
CREATE TABLE Evento_Invitado (  
    id_evento INT,  
    id_inv INT,  
    PRIMARY KEY (id_evento, id_inv),  
    FOREIGN KEY (id_evento) REFERENCES Eventos(id_evento),  
    FOREIGN KEY (id_inv) REFERENCES Invitados(id_inv)  
);
```

-- Tabla entre Eventos y Staff

```
CREATE TABLE Evento_Staff (  
    id_evento INT,  
    id_trabajador INT,  
    PRIMARY KEY (id_evento, id_trabajador),  
    FOREIGN KEY (id_evento) REFERENCES Eventos(id_evento),  
    FOREIGN KEY (id_trabajador) REFERENCES Staff(id_trabajador)  
);
```

-- Datos para la tabla Suscriptores

```
INSERT INTO Suscriptores (nombre, correo, fecha_registro) VALUES  
(Irene Maza', 'correo@gmail.com', '2000-01-01'),  
(Salvador Lozano', 'correo@gmail.com', '2000-01-01'),  
(Javier Descals', 'correo@gmail.com', '2000-01-01');
```

-- Datos para la tabla Staff

```
INSERT INTO Staff (nombre, zona) VALUES  
(Juan Gutierrez', 'Seguridad puerta principal'),  
(María Sanchez', 'Escenario 1'),  
(Pedro Rodriguez', 'Cámaras de seguridad'),  
(Elena Poveda', 'Invitados');
```

-- Datos para la tabla Eventos

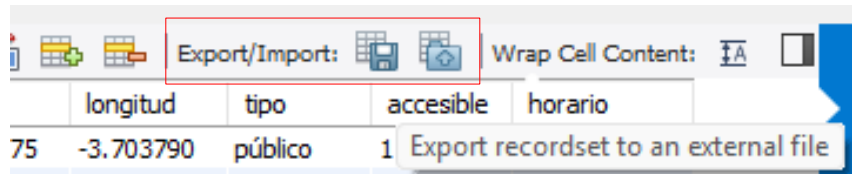
```
INSERT INTO Eventos (nombre_evento, descripcion, fecha_inicio, fecha_fin) VALUES  
(Salón del Cómic', 'Evento anual sobre cómics.', '2025-02-28', '2025-03-02');
```

-- Datos para la tabla Actividades

```
INSERT INTO Actividades (id_evento, descripcion, zona, dia) VALUES  
(1, 'Firma de Jim Bishop', 'Escenario 2', '2025-03-01'),  
(1, 'Concurso Cosplay', 'Escenario 1', '2025-02-28');
```

Una vez tenemos creada la Base de Datos, podemos guardarnos en un archivo CSV los correos de los suscriptores, 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 Suscriptores;*] y le damos a “exportar/importar” en la zona de resultados:



O también, desde la terminal, ejecutas:

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

```
mysql -u irene -p comiccon -B -e "SELECT correo FROM Suscriptores;" > 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;
}
```

```
// Conectarse a la base de datos
let listaDestinatarios = [];
try {
  const connection = await mysql.createConnection({
    host: "localhost",
    user: "irene",
    password: "contra",
    database: "comiccon",
  });
  const [rows] = await connection.execute("SELECT correo FROM Suscriptores");
  listaDestinatarios = rows.map(row => row.correo).filter(Boolean);
}
```

```
// 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" },
  }),
};
```

```
// Enviar correos
for (const email of listaDestinatarios) {
  const transportador = obtenerTransportadorPorDominio(email);

  const mailOptions = {
    from: `"Salón del Cómic" <correo@gmail.com>`,
    to: email,
    subject: " ¡El Salón del Cómic ya está aquí!",
    html: contenidoHTML,
    replyTo: "no-reply@ejemplo.com", // para que no puedan responder
  };

  try {
    const info = await transportador.sendMail(mailOptions);
    console.log(`Correo enviado a ${email} | ID: ${info.messageId}`);
  } catch (error) {
    console.error(`Error al enviar a ${email}:`, error.message);
  }
}
```

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

<https://github.com/MssMunroe/ComicCon/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.mhtml;  
  
    #  
    server_name serverimagenes.duckdns.org 54.152.201.158; #Pongo el dominio y luego la IP por si acaso no tr  
    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/ComicCon/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 align="center" font-size="20px">  
★ ¡ Buenas, {{nombre}} ! ★  
</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 y lo ponga en esa variable, al igual que hicimos con el correo.

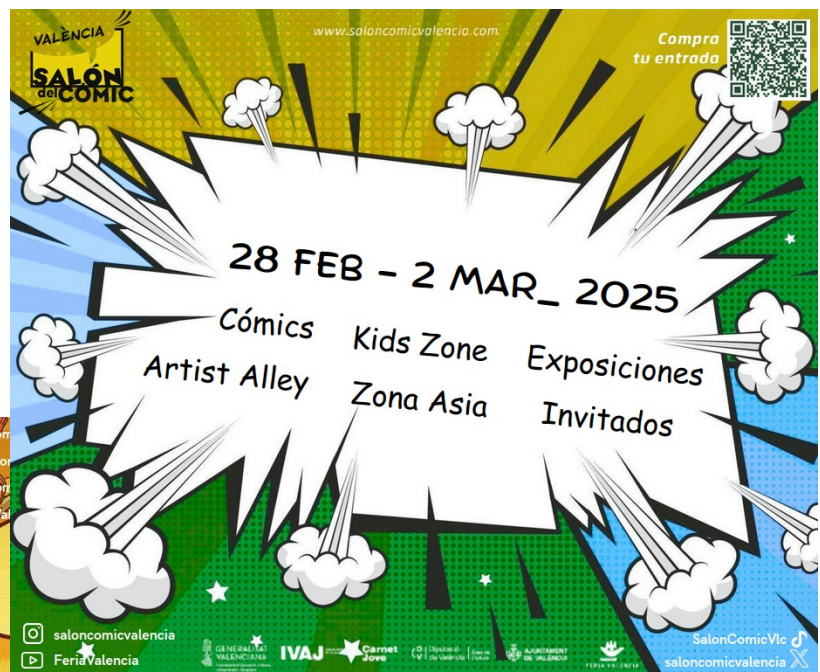
```
const [rows] = await connection.execute( 'SELECT  
nombre FROM Suscriptores WHERE correo = ${email}' );
```

Este pequeño cambio, a la hora de mandarselo a los usuarios, se siente más personal, más directo, por ello incita más a leer el contenido por ser directamente para esa persona.

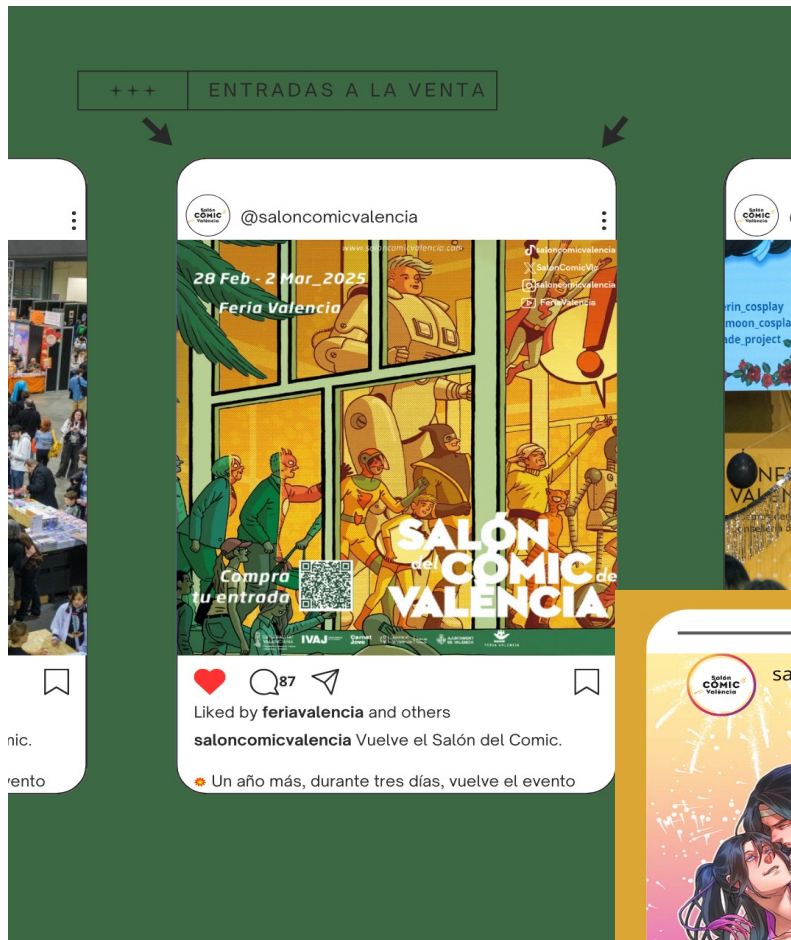
INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES

Este newsletter esta enfocado en gente que le guste el salón del cómic, y en su mayoría ese grupo de personas son gente joven que tienen redes sociales y están muchas horas navegando por ellas, así que sería un buen lugar donde promocionarlo, sobre todo en Instagram (post y reel) y Tiktok.

Estas son ideas de post que se podrían usar, una basándose más en el estilo del banner usado en el MJML y el otro más estilo cómic clásico.



En ambos caso destacamos las fechas y el QR para comprar las entradas, así como la marca de Feria Valencia, que es donde ocurre el evento.



Este es el diseño de como se vería en Instagram.

En el comentario de abajo explicaría todo lo que ocurrirá en el evento, destacar concursos, invitados y repetir fechas, lugar y donde se venden las entradas.

Y este es el diseño de un posible story.

Este es más simple, donde se va a lo importante, que compren las entradas.

Podríamos hacer un par de ellas antes donde se pongan imágenes del evento y esta la última, para poner un poco en contexto, pero máximo dos o tres, porque si no podemos hacer que el usuario se aburra y pase todas las historia rápido y se salte la de comprar las entradas.



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/ComicCon>

Mi perfil: 



CONCLUSIÓN Y POSIBLES MEJORAS

A lo largo de este proyecto, se desarrolló una estrategia de marketing integral con el objetivo de promocionar el Salón del Cómic de manera efectiva. La propuesta combina elementos creativos y técnicos, centrados en generar mayor alcance y participación del público objetivo. Como parte clave de la estrategia, se diseñó un *newsletter* atractivo en HTML, pensado para captar la atención de los usuarios desde el primer vistazo. Este diseño fue almacenado en un servidor propio, facilitando su envío y distribución por correo electrónico de forma profesional y funcional.

La integración entre el contenido visual, el mensaje promocional y la infraestructura técnica garantiza una experiencia de usuario coherente y eficaz. Esta solución no solo promueve el evento, sino que también sienta las bases para futuras campañas de difusión digital, destacando la importancia del diseño y la tecnología en el marketing moderno.

Para seguir optimizando la estrategia de marketing del Salón del Cómic, una posible mejora sería integrar funciones de segmentación avanzada en la lista de correos, permitiendo personalizar el contenido del newsletter según intereses específicos (por ejemplo, cómic europeo, manga, cosplay, etc.). También se podría complementar la campaña con una versión interactiva del newsletter en formato web, incluyendo encuestas, sorteos o elementos gamificados que aumenten la participación del público.

