

# Informe Final del Proyecto - Feria Valencia 2025

Samuel Ortiz Heredia

## 1. Introducción

El presente informe detalla el desarrollo y ejecución del proyecto **Feria Valencia 2025**, enfocado en la creación y difusión de una campaña de email marketing para promocionar el sorteo de entradas al Gran Premio de Motociclismo en Cheste.

El objetivo principal ha sido diseñar una newsletter atractiva y funcional, integrada con formularios de participación y herramientas digitales que faciliten la interacción con el público objetivo. A lo largo del proyecto se ha trabajado en la personalización del contenido, la automatización del envío y la integración con redes sociales para maximizar el alcance y la participación.

Este documento recopila el análisis inicial, el proceso de diseño, la solución técnica implementada, los resultados obtenidos tras la prueba con usuarios y las conclusiones derivadas, con el fin de ofrecer una visión completa del trabajo realizado y proponer futuras mejoras.

## 2. Objetivos del Proyecto

### **Objetivo principal:**

El objetivo principal de este proyecto es diseñar y ejecutar una campaña de marketing digital eficaz para Feria Dos Ruedas – Feria Valencia 2025, que permita posicionar el evento como el referente líder en el sector motociclista en España. Se busca aumentar la participación y el compromiso de los diferentes públicos objetivo mediante una comunicación personalizada, atractiva y multicanal, generando un impacto positivo en la captación de visitantes y la fidelización de expositores.

### **Objetivos específicos:**

1. Diseñar y crear una plantilla de email marketing usando MJML que permita personalizar los mensajes con datos del destinatario, para hacer la comunicación más directa y relevante.
2. Desarrollar un sistema automatizado de envío de correos con Node.js, que simule cómo se podría gestionar una campaña real de forma eficiente y sin necesidad de enviar los emails uno a uno.
3. Elaborar contenidos visuales y textos claros, alineados con la identidad del evento, que inviten a los usuarios a participar y mantengan su interés durante toda la campaña.
4. Asegurar que la plantilla de correo funcione bien en distintos dispositivos, adaptándose a pantallas de móviles, tablets y ordenadores para mejorar la experiencia del usuario.
5. Implementar pruebas básicas como A/B testing y usar herramientas de seguimiento para medir la efectividad de las personalizaciones y entender qué funciona mejor.

6. Añadir enlaces para compartir el contenido en redes sociales dentro del email, con el objetivo de ampliar el alcance de la campaña y aprovechar diferentes canales de difusión.

### **3. Análisis y Público Objetivo**

#### **Análisis de requerimientos**

##### ***Público objetivo:***

La campaña de marketing digital para Feria Valencia se dirige a tres segmentos principales:

##### **a) Visitantes**

- Aficionados al motociclismo (18-55 años)
- Compradores potenciales de motos y accesorios
- Asistentes a eventos deportivos (ej: GP de Cheste)
- Intereses:
- Novedades del sector
- Ofertas exclusivas
- Experiencias interactivas (pruebas de motos, simuladores)

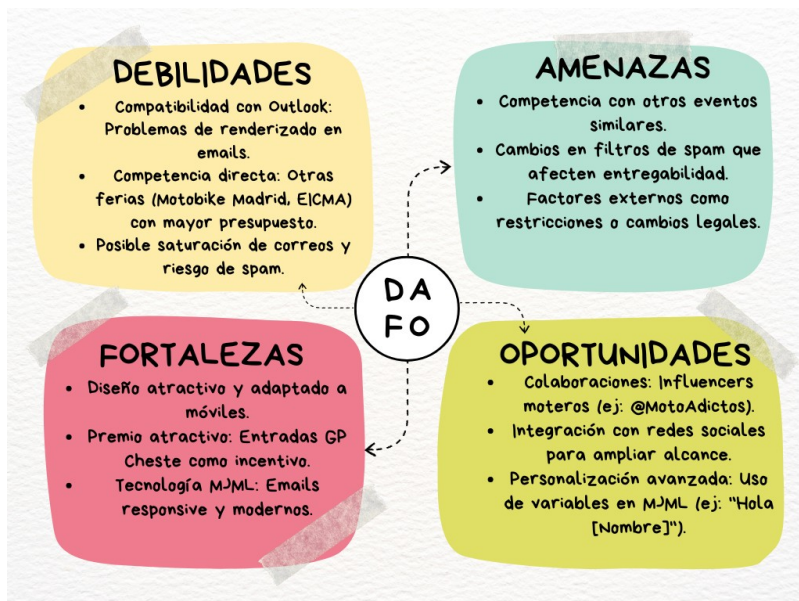
##### **b) Expositores**

- Marcas de motocicletas (ej: Honda, Yamaha)
- Fabricantes de accesorios (casco, equipamiento)
- Proveedores de servicios (seguros, financiación)
- Necesidades:
- Generar leads cualificados
- Mostrar novedades
- Networking con distribuidores

##### **c) Organizadores y Medios**

- Prensa especializada (revistas, blogs de motor)
- Influencers del sector
- Patrocinadores (ej: Red Bull, Mapfre)
- Objetivos:
- Difusión del evento
- Contenido exclusivo para redes sociales

## DAFO y análisis de competencia



### ***Breve análisis de newsletters de otras ferias o eventos:***

Al analizar newsletters de eventos similares, como la Feria Internacional de la Moto o la Expo Motor Show, se observa que las campañas más efectivas suelen combinar un diseño visual atractivo con un mensaje claro y directo. Los puntos fuertes comunes incluyen el uso de imágenes impactantes, llamados a la acción visibles y contenidos personalizados según el perfil del destinatario. Sin embargo, algunas newsletters presentan debilidades como la falta de adaptación a dispositivos móviles, exceso de texto sin jerarquía visual o una frecuencia de envío que puede saturar a los suscriptores. Estos aspectos se han tenido en cuenta para diseñar una campaña equilibrada, innovadora y adaptada al público objetivo de la Feria Dos Ruedas, con especial atención a la personalización, el diseño responsive y la integración con redes sociales para ampliar el alcance.

## **4. Diseño y Justificación**

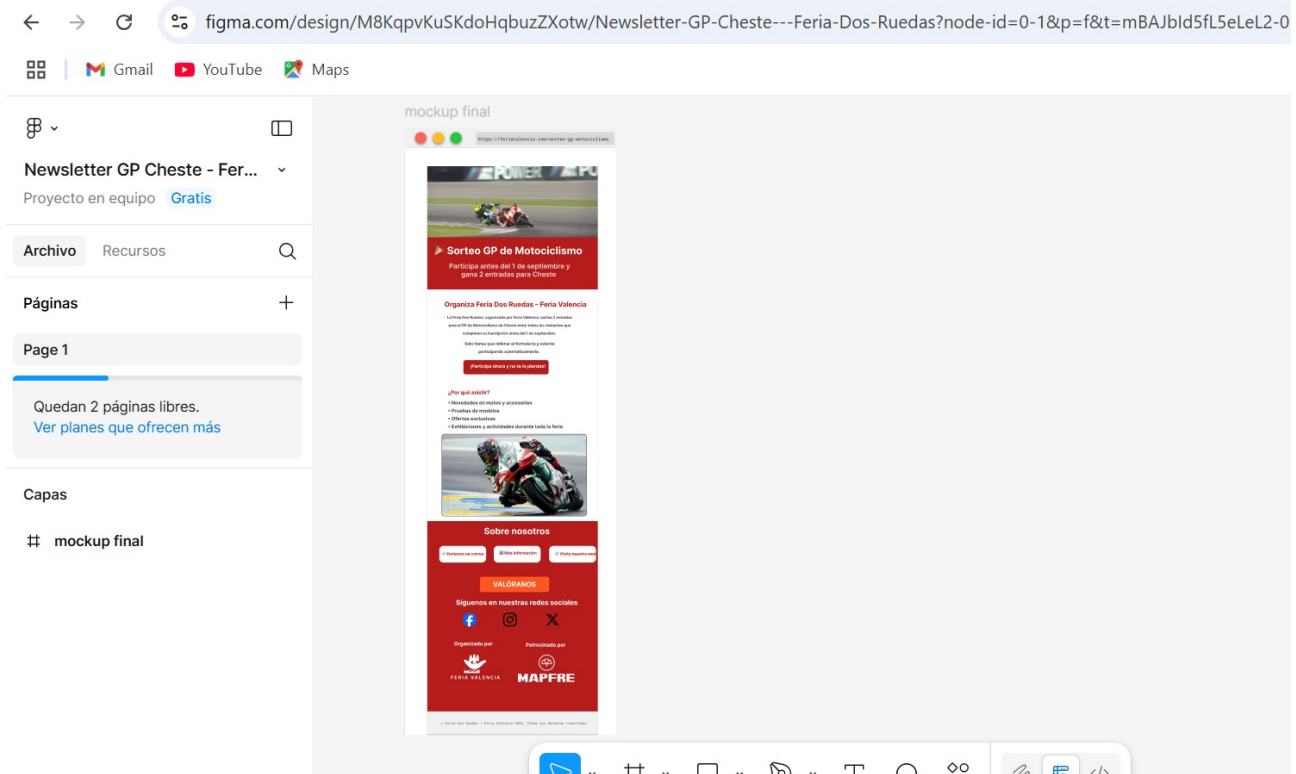
### **Creatividad e innovación**

El diseño del newsletter busca captar la atención del público objetivo mediante una estructura limpia y moderna que combina colores corporativos con elementos visuales dinámicos. Se ha apostado por un enfoque visual atractivo que facilita la lectura rápida y la acción inmediata, adaptándose a las tendencias actuales en marketing digital.

# Mockup (Figma)

## Representación visual previa

Para la representación visual previa, he utilizado Figma, donde diseñé un mockup que refleja la estructura, colores, tipografías y elementos gráficos que posteriormente se implementaron en el código. Esto me ha permitido visualizar y ajustar el diseño antes de la codificación, asegurando una coherencia visual.



## Justificación del diseño (para quién, por qué, elementos visuales, jerarquía)

El diseño está orientado a tres perfiles clave:

- Visitantes moteros (jóvenes y adultos, 18–55 años), interesados en novedades, promociones y experiencias interactivas.
- Expositores y marcas del sector (Honda, Yamaha, Mapfre, etc.), buscando visibilidad, generación de leads y fidelización.
- Prensa e influencers, para promover la feria y el sorteo.

### Elementos visuales utilizados:

- Tipografía moderna y legible (Poppins).
- Botones con colores contrastados (rojo sobre blanco) para guiar la acción del usuario.
- Imágenes con movimiento (GIFs) para reforzar la sensación de energía.
- Distribución en secciones: encabezado, sorteo, beneficios, CTA,

organizadores/patrocinadores, redes sociales y pie.

### Por qué se eligió este diseño:

- Se utiliza una estructura vertical optimizada para dispositivos móviles y correo electrónico (600px de ancho estándar).
- Se diseñó con jerarquía visual clara: encabezado llamativo, mensaje del sorteo destacado, CTA prominente, beneficios, redes y footer.
- Las imágenes animadas y colores vibrantes (rojo corporativo y fondos blancos) captan la atención y generan dinamismo.
- Se integraron elementos visuales coherentes con la identidad de Feria Valencia y el mundo motero (motos, GP, velocidad, logotipos de patrocinadores).

### Jerarquía visual aplicada:

1. Título impactante (sorteo) y CTA visible al primer scroll.
2. Texto persuasivo y beneficios para motivar al lector.
3. Botón de acción (Participa ahora) con color destacado.
4. Elementos de confianza: logos, redes, patrocinadores.

## Diseño responsive avanzado con MJML

### *Uso de media queries*

- **Móviles (max-width: 480px):** se ocultan elementos, se centra texto y se ajustan botones para mejor visualización.
- **Tablets (481px a 768px):** se aplican estilos de fondo, padding y tamaño de texto adaptados a pantallas medianas.
- **Ordenadores (más de 768px):** se ajustan botones e imágenes para aprovechar el espacio en pantallas grandes.

```
<mj-style inline="inline">
  @media only screen and (max-width: 480px) {
    /* Para móviles */
    .mobile-hidden { display: none !important; }
    .mobile-text-center { text-align: center !important; }
    .mobile-button { width: 600px !important; }
  }

  @media only screen and (min-width: 481px) and (max-width: 768px) {
    /* Para tablets */
    .tablet-bg { background-color: #f5f5f5 !important; }
    .tablet-padding { padding: 30px !important; }
    .tablet-text-large { font-size: 20px !important; }
  }

  @media only screen and (min-width: 769px) {
    /* Para ordenadores */
    .desktop-button { padding: 14px 28px !important; font-size: 16px !important; }
    .desktop-image { width: 600px !important; }
  }
</mj-style>
mj-head
```

## 5. Solución Técnica

### Arquitectura técnica (AWS EC2, Node.js, MJML)

He implementado el sistema usando una instancia EC2 de AWS donde he desplegado Node.js junto con MJML. Con MJML he creado plantillas de correo responsive como el correo del sorteo en si y tambien el formulario, mientras que con Node.js he automatizado todo el proceso de envío leyendo un fichero .csv, insertando esos datos en las tablas correspondientes de mi base de datos y apartir de esos datos de mi base de datos enviar los respectivos correos a las cuentas de cada usuario ya sea gmail o outlook.

### Base de datos y modelo ER

#### Objetivo de la base de datos

Diseñar una base de datos relacional para:

- Gestionar **suscriptores** a una campaña de marketing digital.
- Almacenar el **historial de envíos** de newsletters.
- Gestionar la información sobre las **newsletters** enviadas.
- Posibilidad de expandir para incluir **campañas** o **sorteos** en el futuro.

#### Diseño lógico de la base de datos

##### **Suscriptor**

- Identifica a cada persona que recibirá la newsletter.
- Se registran datos personales, email, y preferencias como idioma.

##### **Newsletter**

- Representa cada boletín diseñado en MJML.
- Permite rastrear versiones o campañas distintas.

##### **Historial de envío**

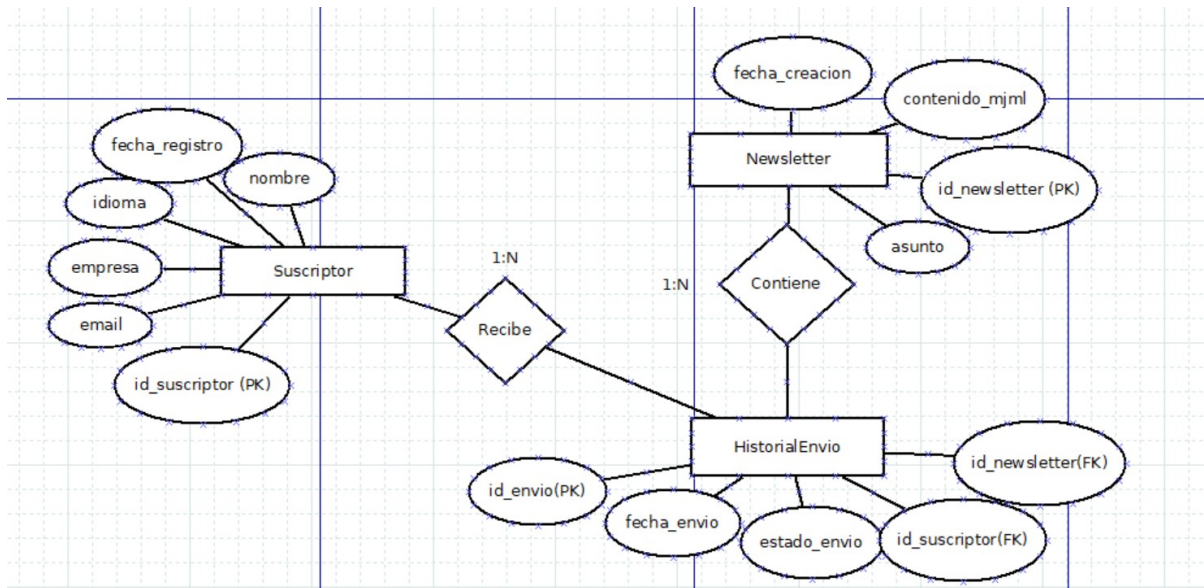
- Almacena qué suscriptor recibió qué newsletter, cuándo y con qué resultado.
- Permite generar métricas de eficacia de la campaña.

```
mysql> USE feria_valencia;
Reading table information for completion of table and column names
You can turn off this feature to get a quicker startup with -A

Database changed
mysql> SHOW TABLES;
+-----+
| Tables in feria_valencia |
+-----+
| historial_envios          |
| newsletters              |
| suscriptores             |
+-----+
3 rows in set (0.01 sec)

mysql>
```

## Modelo E-R



## Automatización del envío de correos

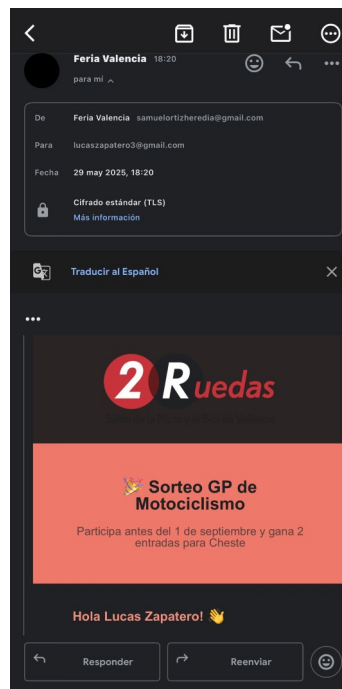
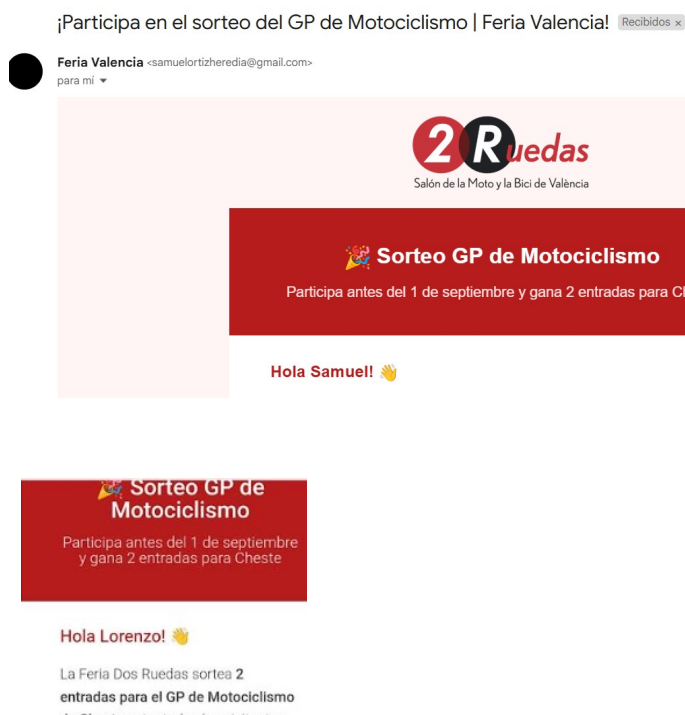
De esta parte se encarga un script node.js que lee un archivo .csv, inserta esos nuevos datos en las tablas correspondientes de mi base de datos y a partir de los datos que hay en la base de datos envía los correos personalizados de la plantilla mjml del sorteo de feria dos ruedas a cada usuario con su nombre independientemente de que sea outlook o gmail el script lo lee de la base de datos y para cada usuario lo envía a un cliente de correo o otro.

Se ejecuta node scripts/node.js

```
ubuntu@ip-172-31-94-35:~/mailer/practicas-feria-valencia-2025/supuesto4/scripts$ node node.js
Importados 4 suscriptores desde CSV
Se encontraron 7 suscriptores. Enviando correos...
✓Correo enviado a: samorther@alu.edu.gva.es
✓Correo enviado a: lorenzoog@gmail.com
✓Correo enviado a: jennymhd3011@gmail.com
✓Correo enviado a: lucaszapatero3@gmail.com
✓Correo enviado a: samuelortizheredia@gmail.com
✓Correo enviado a: veronicacortestarin@gmail.com
✓Correo enviado a: jmhernandez@asanantonio1.org
🎉 Todos los correos han sido procesados.
ubuntu@ip-172-31-94-35:~/mailer/practicas-feria-valencia-2025/supuesto4/scripts$
```

## Personalización de emails (variables dinámicas)

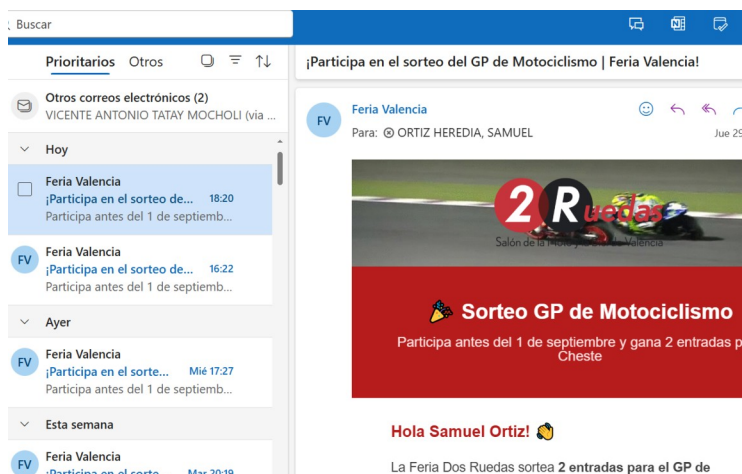
El contenido del correo se personaliza mediante variables dinámicas, como `{{nombre}}` que se sustituye automáticamente en el momento del envío. Esta funcionalidad permite ofrecer un mensaje más cercano y adaptado a cada destinatario.



## Verificación de compatibilidad con clientes de correo

Pruebo la plantilla de correo en los dos principales clientes especificados en los requisitos: **Outlook** y **Gmail**. En **Outlook**, la visualización es excelente gracias a su amplia compatibilidad con estilos CSS. Todos los elementos —incluidos botones, tipografías, espaciado y animaciones se renderizan correctamente y sin errores.

En **Gmail**, aunque el diseño también se mantiene funcional y legible, se detectan ciertas limitaciones. El contenido se muestra ligeramente más compacto y **los gifs no se reproducen**, debido a las restricciones de Gmail respecto al uso de animaciones y ciertos estilos CSS avanzados. A pesar de ello, el mensaje sigue siendo comprensible y visualmente coherente.







El sistema de envío incluye variables de configuración tanto para Gmail como para Outlook mediante un archivo .env, lo que garantiza el funcionamiento en ambos entornos. En resumen, la plantilla ofrece una experiencia adaptada y profesional, cumpliendo con los estándares de compatibilidad requeridos para la campaña.

## 6. Test de Usuarios

### Selección de muestra

Atraves del boton “valoranos” del correo les lleva a un formulario de google forms en donde se pide la opinion de los clientes que les a llegado la campaña.

### Formulario y recogida de feedback

Diseño un formulario en Google Forms para evaluar aspectos clave de la newsletter, como claridad del mensaje, diseño, facilidad de lectura y experiencia en diferentes dispositivos. Comparto el formulario con los participantes y recopilo sus respuestas en un csv.

**Formulario de Valoración:**

**Valoración Campaña Feria Dos Ruedas - GP Motociclismo**

Gracias por dedicar unos minutos a valorar nuestra campaña. Tus respuestas nos ayudarán a mejorar futuras acciones. Por favor, ser sincero y detallado en tus respuestas.

¿Qué te ha parecido el diseño del correo?

☐ Excelente ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala

¿Consideras que el contenido es claro y fácil de entender?

☐ Si, muy claro ☐ Algo claro ☐ No muy claro ☐ Confuso

¿Te ha resultado atractivo el llamado a la acción (botones, enlaces)?

☐ Si, me animó a participar ☐ Más o menos ☐ No mucho ☐ No me llamó la atención

¿Recomendarías esta campaña a un amigo?

No ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Si, totalmente

Queremos saber tu opinión general de la campaña

1 2 3 4 5

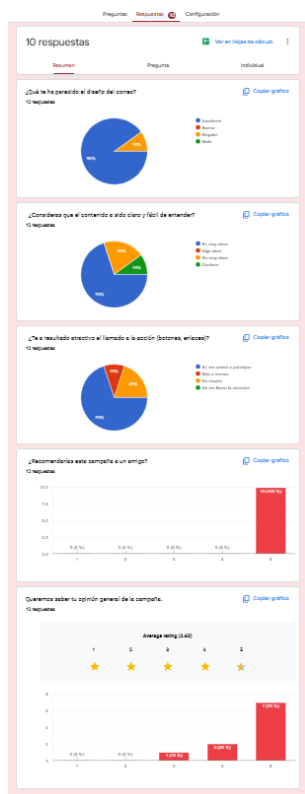
★ ★★ ★★ ★★

**Google Sheet Responses:**

Fecha temporal	¿Qué te ha parecido el diseño del correo?	¿Consideras que el contenido es claro y fácil de entender?	¿Te ha resultado atractivo el llamado a la acción (botones, enlaces)?	¿Recomendarías esta campaña a un amigo?	Queremos saber tu opinión general de la campaña
26/05/2023 19:48:05	Excelente	Si, muy claro	Si, me animó a participar	5	5
26/05/2023 20:52:19	Excelente	Si, muy claro	Si, me animó a participar	5	5
27/05/2023 16:51:33	Excelente	Si, muy claro	No mucho	5	4
27/05/2023 17:15:24	Excelente	Confuso	Más o menos	5	3
27/05/2023 17:32:03	Excelente	Si, muy claro	Si, me animó a participar	5	5
28/05/2023 17:32:05	Excelente	No muy claro	No mucho	5	4
28/05/2023 17:32:10	Regular	No muy claro	Si, me animó a participar	5	5
28/05/2023 17:32:17	Excelente	Si, muy claro	Si, me animó a participar	5	5
28/05/2023 17:32:47	Excelente	Si, muy claro	Si, me animó a participar	5	5

## Análisis de resultados

El 90 % de los usuarios califican el diseño del correo como excelente, mientras que un 10 % lo consideran regular. Respecto a la claridad del contenido, el 70 % lo encuentra muy claro, aunque un 30 % manifiesta dudas o confusión. En cuanto al llamado a la acción, un 70 % se siente motivado a participar, pero un 30 % señala que no es del todo efectivo. Todos los participantes recomiendan la campaña a un amigo. La valoración general de la campaña es alta, con la mayoría dando un 5 sobre 5.



## Rediseño basado en feedback

Incorporo mejoras en el diseño del correo basándome en el feedback recibido. Refuerzo la legibilidad en dispositivos móviles para solucionar las dudas sobre la claridad del contenido. También aumento el tamaño y el contraste de los botones para hacer el llamado a la acción más visible y atractivo. Además, optimizo la reproducción de elementos visuales como GIFs para mejorar la experiencia en clientes de correo con limitaciones, como Gmail. Estas modificaciones buscan incrementar la participación y satisfacción de los usuarios.

```
supuesto4.mjml X
mjml > supuesto4.mjml
1 <mjml>
2 <mj-head>
10 <mj-style inline="inline">
11 @media only screen and (max-width: 480px) {
45 /* Ajustes específicos para el grupo de botones */
46 .sobre-nosotros-group {
47   display: table !important;
48   width: 100% !important;
49 }
50 .sobre-nosotros-group mj-column {
51   display: table-cell !important;
52   width: 33% !important;
53   float: none !important;
54   padding: 0 5px !important;
55 }
56 .sobre-nosotros-group mj-button {
```

## 7. Integración con Redes Sociales

### **Estrategias y formatos usados (reels, stories, carruseles, etc.)**

La solución que se implementó genera automáticamente un vídeo tipo Reel a partir del diseño del email usando scriptreel.js que es un script que genera automáticamente un vídeo tipo Reel del diseño del email, mostrando visualmente la newsletter como si fuera una app, listo para publicar en Instagram, TikTok o LinkedIn, automatizando todo el proceso sin capturas manuales. Actualmente, Instagram y TikTok no permiten subir Reels desde scripts por motivos de seguridad, pero el vídeo se guarda listo para ser publicado y podría integrarse en herramientas de automatización externa como Meta Creator Studio, Zapier o APIs profesionales.

### **Enlaces y difusión**

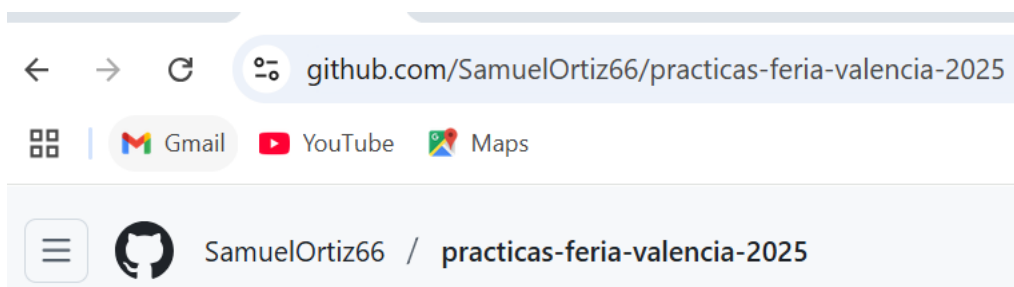
El vídeo generado puede compartirse como:

- Enlace de YouTube Short (opcionalmente subido como vídeo privado o público)
- Publicación en TikTok o Reels
- Stories en Instagram (captura del correo o vídeo)
- Post en LinkedIn (con resumen de la campaña y enlace al boletín)
- Código QR en el evento físico apuntando al vídeo o al email.

## 8. Control de Versiones

### **Uso de GitHub**

El control de versiones del proyecto se gestiona a través de un repositorio en **GitHub** disponible en: <https://github.com/SamuelOrtiz66/practicas-feria-valencia-2025>



### **Estructura del repositorio**

La organización del repositorio se estructura en carpetas claras y específicas para facilitar el desarrollo y mantenimiento del proyecto:

- **mjml/**: Contiene las plantillas de email en formato MJML.
- **scripts/**: Incluye el código en Node.js utilizado para el envío automatizado de correos.

- **data/**: Almacena los datos de prueba, como los archivos CSV con los suscriptores.
- **PDFs/**: Guarda la documentación en PDF, incluyendo análisis, planificación, diagramas y justificativos.
- **mockups/**: Contiene imágenes y capturas del diseño previo, incluyendo mockups realizados en Figma.
- **videos\_redes/**: Contiene los videos del newsletter de la campaña para compartir en redes generados por un script .js que lo convierte a video reel listo para subir.

## **Documentación y uso**

El repositorio incluye un archivo **README** con:

- Descripción de la estructura del proyecto.
- Cómo ejecutar el script de envío automatizado.
- Información sobre la documentación adjunta.
- Datos de contacto para facilitar la comunicación.

## **Uso de ramas en GitHub**

Durante el desarrollo del proyecto utilizo ramas en GitHub para organizar y gestionar el código de forma eficiente.

El repositorio principal contiene la versión estable del proyecto en la rama **master**.

Además, se crean ramas específicas para diferentes fases o componentes, por ejemplo:

- **diseño**: donde se gestionan las plantillas MJML, estilos y diseño responsive.
- **envio-correos**: que contiene el código en Node.js para el envío automatizado de correos.

Cada rama permite trabajar de forma independiente sin afectar la versión estable, facilitando la integración posterior mediante merges.

Esta estrategia ayuda a mantener un historial claro y organizado, además de cumplir con buenas prácticas profesionales en el control de versiones.

# **9. Conclusiones y Posibles Mejoras**

## **Conclusiones generales:**

El proyecto se completa con éxito, cumpliendo los objetivos de diseñar y enviar una campaña de marketing digital usando MJML, Node.js y AWS. La integración entre diseño, automatización y base de datos se realiza de forma coherente y funcional. El test con usuarios confirma una buena aceptación y efectividad del diseño, especialmente en clientes de correo compatibles como Outlook.

## **Aprendizajes:**

Durante el desarrollo, se refuerzan habilidades en diseño responsive con MJML, automatización de envíos mediante scripts en Node.js y gestión de bases de datos MySQL en la nube. También se mejora la capacidad para recopilar, analizar y aplicar feedback real de usuarios, optimizando la experiencia final. Además, la gestión de versiones con Git y ramas permite un desarrollo más organizado y profesional.

## **Mejoras y funcionalidades a futuro:**

- Ampliar la personalización del contenido del correo, adaptándolo a perfiles de usuarios según idioma y empresa.
- Implementar un sistema más robusto de seguimiento y análisis de aperturas y clics.
- Optimizar la visualización en dispositivos móviles con ajustes adicionales en media queries.
- Integrar funcionalidades avanzadas para compartir la campaña en redes sociales automáticamente.
- Considerar la migración a servicios profesionales de email marketing para escalar la campaña.