

**PROYECTO IV:
PORTFOLIO**

PEC1

EL MERCADO DEL DISEÑO

ALBA MUÑOZ GARCÍA

AULA 1

26/09/2021

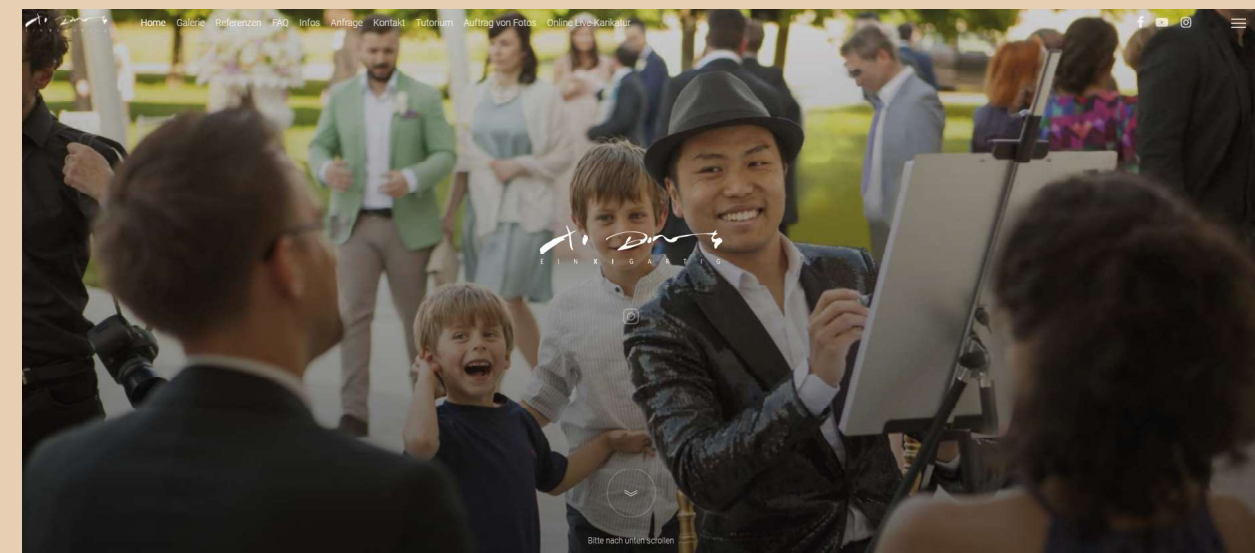
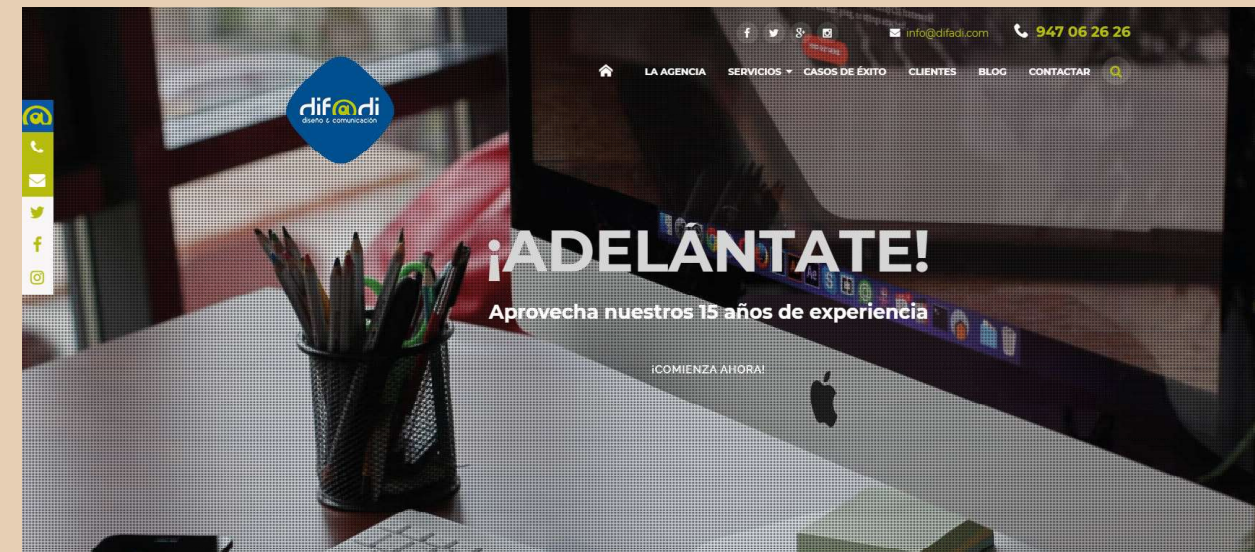
INTRODUCCIÓN

A lo largo de esta primera parte de la actividad, hemos llevado a cabo una investigación sobre las diferentes opciones de negocio de las cuales disponen los diseñadores actualmente.

Tras la búsqueda de información, hemos pasado a la elaboración de una ficha descriptiva sobre dos ejemplos concretos de ofertas de diseño en el mercado.

En este informe analizaremos la **empresa Difadi** y al **artista Xi Din**.

Determinaremos en primer lugar su tipología: B2C, B2B, o B2B2C, a partir de la cual se nos permitirá estudiar otros aspectos relativos al servicio, que pasaremos a detallar en la ficha.



DIFADI

Se trata de una **empresa burgalesa**, cuyos servicios se encuentran orientados tanto al **desarrollo como al diseño de páginas web y aplicaciones** para sus clientes. Una de las principales funcionalidades de este negocio consiste en la creación de **soluciones creativas**, centrándose de este modo en la consolidación de una **identidad de marca y corporativa para sus clientes**.

Fundada hace más de **15 años**, ha propulsado múltiples negocios, tanto locales como internacionales gracias a una **impecable performance** junto a una efectiva **estrategia publicitaria**.

La empresa se encuentra presente en la mayoría de **redes sociales**, como Twitter, Instagram o Facebook. De esta manera, afianza su presencia dentro de este **entorno digital**, que es a través del cual podrá captar más **clientes orientados a sus servicios**.

Asimismo, la empresa cuenta con un **blog** destinado a la divulgación de información relativa al diseño y desarrollo digital. Es una excelente herramienta, ya que el motor de búsqueda posiciona estas entradas en los resultados de búsqueda de tópicos relacionados, propiciando la visibilidad de este sitio web. De todos modos, considero que están **sacando poco partido** del blog, ya que las publicaciones se encuentran **demasiado espaciadas en el tiempo**, originando un vacío que podía ser mejor aprovechado publicando con mayor asiduidad.

TIPO DE NEGOCIO:

Business to business, ya que su trabajo se encuentra dirigido a **empresas**.

PÚBLICO OBJETIVO Y NECESIDADES SOLUCIONADAS

Empresas interesadas en la **digitalización de sus servicios**, ya sea a partir de la **creación y diseño de una página web o de aplicaciones**. De igual manera, encontraremos empresas interesadas en una **reideación de su marca**, buscando ideas creativas que desarrollen la imagen proyectada a nivel de diseño.

MENSAJE CENTRAL, ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

Nos encontramos frente a un grupo de diseñadores y desarrolladores, cuyo mensaje principal consiste en la **búsqueda de resoluciones creativas** para los encargos planteados por sus clientes, buscando en todo momento un **trato cercano y personalizado** para cada uno de ellos.

Navegando por su página web, descubrimos diferentes maneras de **contactar** con la empresa, gracias a diferentes vías directas de conexión a sus redes sociales. Estas además se encuentran bastante bien cuidadas, presentando un **contenido rico y estructurado**. De este modo Difadi refleja una estética que refuerza la imagen de **compromiso** que busca adquirir la compañía.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN QUE TRANSMITEN CONFIANZA

Este punto se encuentra estrechamente relacionado con el anterior. Como habíamos señalado, gran parte de su mensaje comunicativo viene asentado sobre la idea de **ofrecer un trato directo y cercano a sus clientes**. Podemos observar navegando a través de su sitio web, las diferentes **marcas** con las que han colaborado, junto con los resultados de los **trabajos realizados**. De esta manera, la empresa nos indica que presenta un background altamente **positivo**, instando a las empresas interesadas a confiar en Difadi.

Nos encontramos frente a un caso de empresa **B2B** centrada en las **características funcionales** del producto así como de su repercusión en el **mercado**.

Enlace al sitio web: <https://www.difadi.com/servicios/>

XI DING

Nos encontramos frente a un reconocido **artista especializado en el dibujo de caricaturas rápidas**. He encontrado a Xi a través del sistema de **recomendados** de diferentes plataformas, como por ejemplo Instagram.

Especializado en la elaboración de caricaturas, su principal servicio consiste en la **caracterización rápida del rostro** de sus clientes a través de esta técnica. Posee un estilo único, que ha desarrollado y perfeccionado a lo largo de los años, hasta tal punto que es capaz de **capturar** las particularidades más prominentes y la personalidad del modelo de una manera atractiva y divertida.

Durante estos últimos **12 años** ha desarrollado su carrera profesional como caricaturista en vivo tomando parte en diferentes **eventos**, desde bodas o hasta incluso reuniones online.

Xi Ding se encuentra presente no solo en la todas las **redes sociales** de mayor importancia (Instagram, Twitter o Facebook) sino que, complementariamente, presenta sus servicios a través de **otras plataformas como ArtStation o DeviantArt**. De este modo, Xi adquiere la dispersión necesaria para **dar a conocer su perfil** entre todos los potenciales clientes a los que les pueda resultar de interés. Cabe destacar que su presencia en internet se encuentra exquisitamente **cuidada**, presentando una identidad **estética, atractiva y fácil de identificar**.

TIPO DE NEGOCIO:

Business to business to customer, ya que ofrece su trabajo de manera directa a clientes que pueden variar entre **particulares o empresas**.

PÚBLICO OBJETIVO Y NECESIDADES SOLUCIONADAS

Cualquier persona con cierto interés en el **dibujo y el arte** en general, que busque un **entretenimiento** para su evento o reunión y sienta curiosidad por el trabajo producido por Xi, así como de la forma en la que sus **caricaturas** podrían ser implementadas en su rostro o el de sus amigos.

MENSAJE CENTRAL, ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

Xi se diferencia del resto de artistas y dibujantes en que **su estilo es único**. Es capaz de producir su arte en un **espacio muy condensado de tiempo**, demostrando de este modo su capacidad de **síntesis** y observación para retratar las características más destacables de una persona. Asimismo, sus creaciones poseen una estética muy particular, que sirven como **imagen identificativa**.

En lo que al aspecto comunicativo se refiere, nos encontramos frente a una estructura marcada por la **exposición** de sus obras. Al vender un producto tan concreto considero que es **positivo** el hecho de que este sea presentado de una manera tan **visual**, presentando en una sola mirada los servicios ofrecidos.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN QUE TRANSMITEN CONFIANZA

Al igual que ocurría con el caso de Difadi, la **exposición** de los trabajos anteriormente realizados da una idea al cliente de lo que puede esperar de los servicios de Xi. De esta manera, es posible apreciar la **calidad** tanto en la **producción** como en la **forma de trabajo**. Asimismo, la sitio web de Xi presenta una **atención bastante personalizada**, tal y como podemos observar en el apartado de obtención de las caricaturas. En este, se nos presenta un entorno que nos facilita **contactar** con Xi a través de reservas o incluso un canal directo.

Xi ofrece un servicio **B2B2C**, en el cual se prestará atención tanto a las **características funcionales del producto en el mercado**, como a los **beneficios** que este suponga **a nivel individual**.

Enlace al sitio web: <https://xiding.at/>