PORTFOLIO

UX/UI DESIGN
GRAPHIC DESIGN
EMAIL MARKETING
BRAND DESIGN



MARÍA DELGADO · PORTFOLIO UX/UI · 2026



MARÍA DELGADO

Diseñadora gráfica senior y traductora oficial de «esto es muy complicado» a «ah, vale, ya lo entiendo».

Me paso el día ordenando información para que una web, un email o una presentación se entiendan de un vistazo. Lo demás (que quede bonito) viene incluido.

Webs, emails, presentaciones y redes, con la misma marca de principio a fin.

UX/UI · DISEÑO WEB · EMAIL MARKETING
DISEÑO GRÁFICO · BRANDING · SOCIAL MEDIA

FIGMA · ILLUSTRATOR · PHOTOSHOP · INDESIGN
WORDPRESS · PRESTASHOP · CONNECTIF · HTML/CSS · IA

42°20′38″ N · 3°41′59″ W · BURGOS

CÓMO TRABAJO

CADA PROYECTO, EN CINCO PREGUNTAS

01
PROBLEMA
Entender qué necesita la persona que lo va a usar y qué necesita el negocio.

02
CONTRIBUCIÓN
Definir mi papel: estructura, diseño visual, contenidos y prototipo.

03
DECISIONES
Cada decisión con su porqué: claridad, accesibilidad y coherencia de marca.

04
CONTRASTE
Probar en móvil y ordenador, y revisarlo con otras personas y con desarrollo.

05
APRENDIZAJE
Qué cambiaría y qué me llevo al siguiente proyecto.

EN ESTE PORTFOLIO Senda (UX/UI) · La Encina (e-commerce) · Email y newsletters · Bricoelige (e-commerce real) · Diseño gráfico y marca

01 · SENDA · UX/UI · PROTOTIPO WEB

SENDA

EL PROBLEMA

Planear una travesía de varios días por el Pirineo es un lío de mapas, desniveles y refugios. La mayoría de webs dan muchos datos y pocas respuestas.

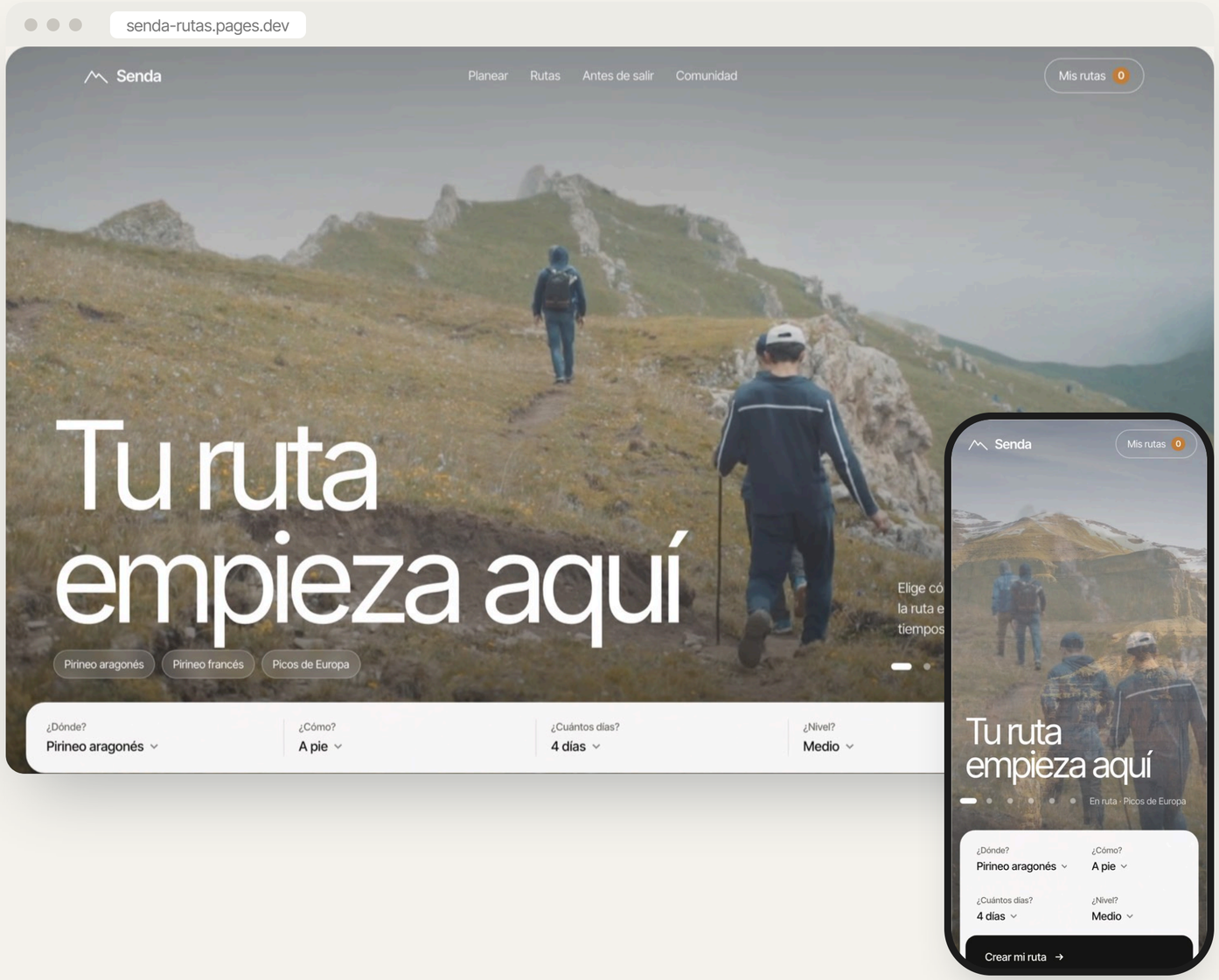
MI CONTRIBUCIÓN

Todo el proyecto: estructura y recorrido de usuario, diseño visual y de marca, contenidos, versión móvil y prototipo navegable publicado.

HERRAMIENTAS

HTML · CSS · JAVASCRIPT · IA GENERATIVA

Pruébala en senda-rutas.pages.dev →



01 · SENDA

DECISIONES DE DISEÑO

1 **CUATRO PREGUNTAS Y LISTO**

Dónde, cómo, cuántos días y qué nivel. Cualquiera puede empezar sin saber de montaña.

2 **LA RUTA SE DIBUJA SOLA**

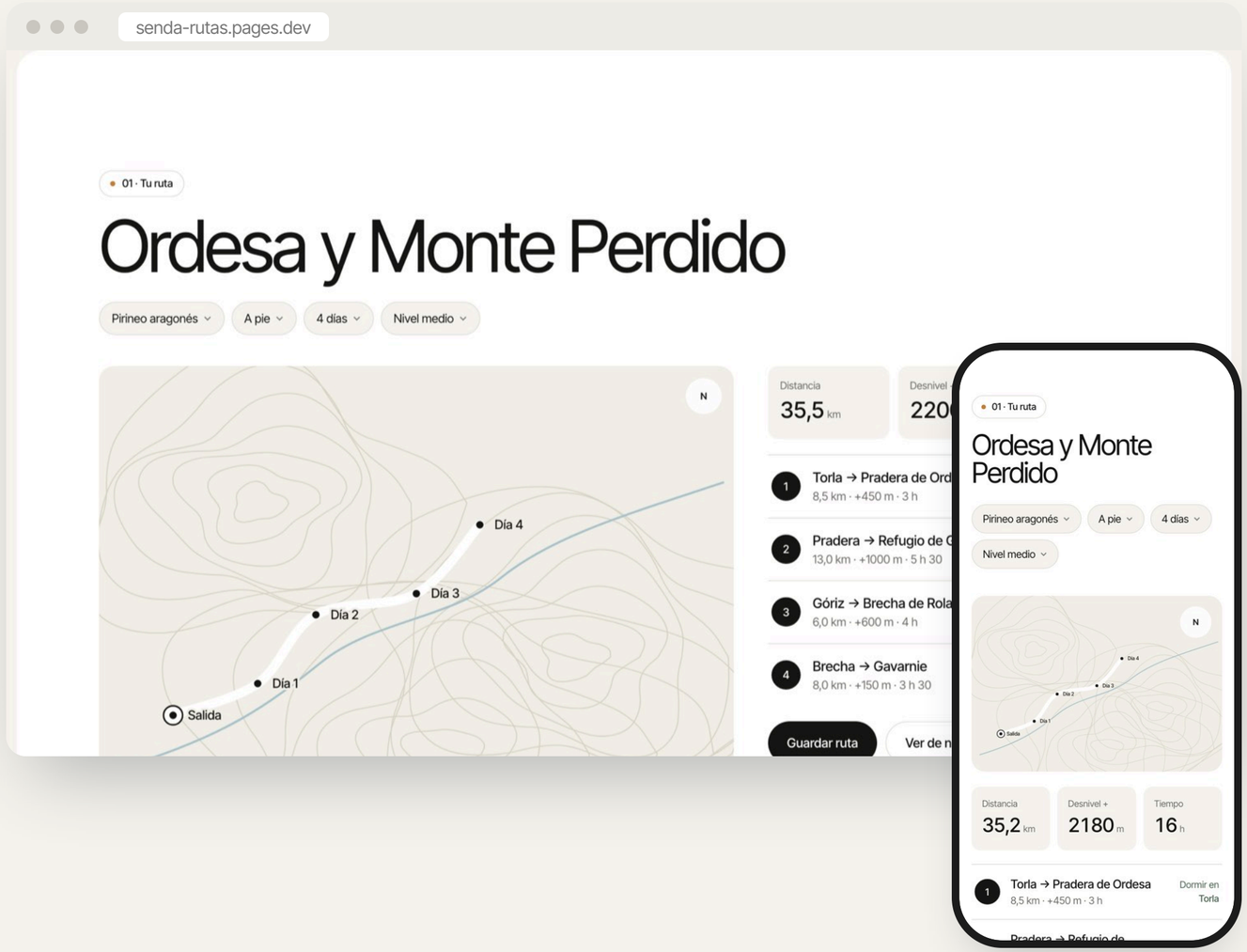
Etapa a etapa sobre el mapa, con km, desnivel y dónde dormir: los datos técnicos, convertidos en «día 1, día 2».

3 **FILTROS QUE SE ENTIENDEN**

Zona y nivel (tranquilo, medio, exigente) con etiquetas de color, para comparar de un vistazo.

4 **PENSADA PRIMERO PARA EL MÓVIL**

En el móvil, el planificador pasa a 2 × 2 con un botón grande, porque las rutas se miran en el sofá… y en el monte.



01 · SENDA

CONTRASTE Y APRENDIZAJE



CÓMO LO CONTRASTÉ

La revisé en ordenador y en móvil, pantalla a pantalla, y la fui ajustando: un logo más sencillo, una X de cierre que no se veía bien y una portada con cinco fotos que van cambiando.

QUÉ APRENDÍ

Que lo técnico se entiende mejor contado como un viaje: «día 1, día 2». En la próxima versión la probaría con senderistas reales y mediría cuántos llegan a guardar su ruta.

Y DESPUÉS DE LA WEB

«Mis rutas» guarda los planes, y una serie de emails acompaña a la persona hasta el día de salida.

senda-rutas.pages.dev →

Ver en Behance →

02 · LA ENCINA · E-COMMERCE DE BARRIO

LA ENCINA

EL PROBLEMA

Una charcutería de barrio de Burgos, de las de toda la vida. ¿Cómo se pide jamón cortado a cuchillo desde el móvil, sin perderse y sin dejar de sentir que estás en el mostrador?

MI CONTRIBUCIÓN

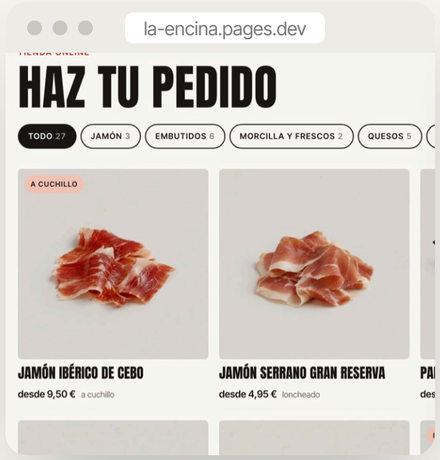
Propuesta de tienda online completa: imagen, estructura, catálogo con filtros, ficha de producto, cesta, versión móvil y emails.

HERRAMIENTAS

HTML · CSS · JAVASCRIPT

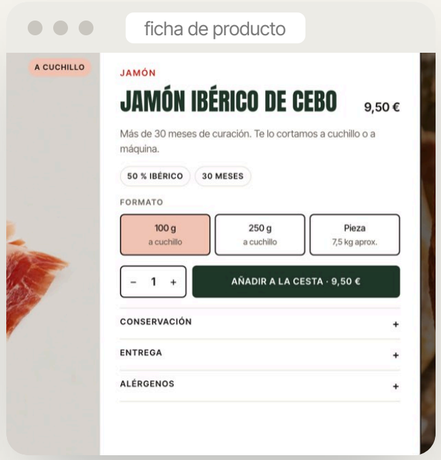
Pruébala en la-encina.pages.dev →

EL RECORRIDO DE COMPRA



1 ELIGE

Catálogo con filtros por familia: jamón, embutidos, quesos, conservas…



2 PERSONALIZA

Formato como en el mostrador: 100 g, 250 g o la pieza entera.



3 RECOGE O RECIBE

Recogida gratis en tienda o envío a casa, con el total siempre a la vista.

02 · LA ENCINA

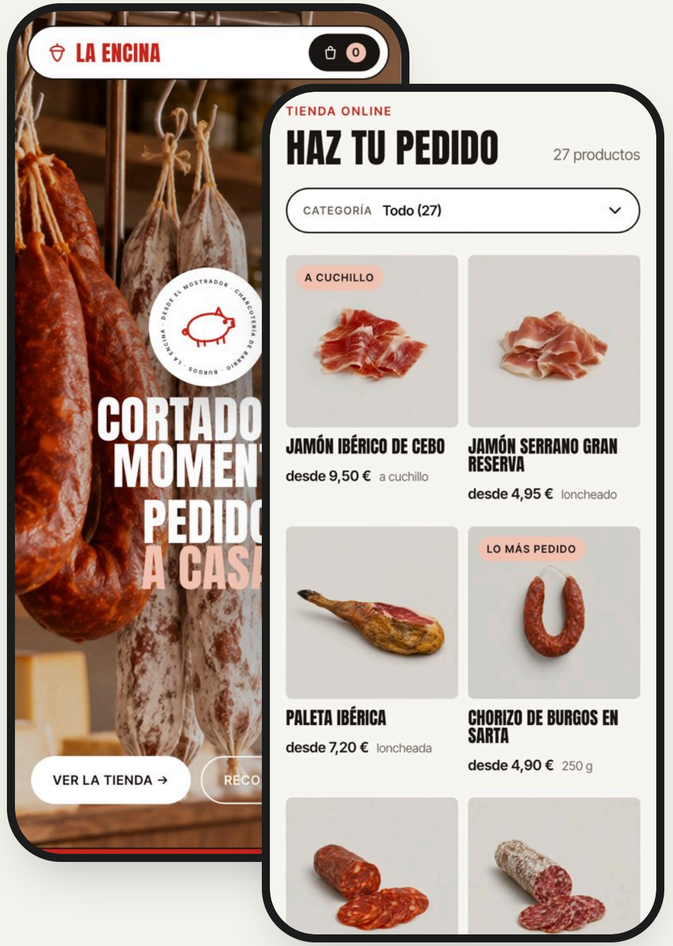
DECISIONES, CONTRASTE Y APRENDIZAJE

1. **HABLAR COMO EN EL MOSTRADOR**
   «100 g a cuchillo», «la pieza entera»: los formatos se eligen con botones, no con gramos sueltos.

2. **BOTONES GRANDES, TODO A LA VISTA**
   Textos con buen contraste y botones amplios, pensados también para la clientela mayor del barrio.

3. **ELEGIR ANTES DE PAGAR**
   Recoger en tienda o envío a casa se decide en la cesta, sin sorpresas en el total.

4. **UNA MARCA QUE HUELE A CHARCUTERÍA**
   Rojo, verde botella y tipografía de rótulo clásico para que la tienda online se parezca a la de verdad.



CÓMO LO CONTRASTÉ

La revisé en ordenador y en móvil, de la portada al pedido, y monté también una versión clásica para comparar dos estilos antes de quedarme con este.

QUÉ APRENDÍ

En un comercio pequeño, la confianza pesa tanto como la tecnología: el horario, la dirección y quién te atiende tienen que estar siempre a mano. El siguiente paso sería probarla con clientes del barrio.

la-encina.pages.dev →

03 · EMAIL Y NEWSLETTERS

EMAILS QUE DAN GANAS DE ABRIR

LO QUE HAGO

Plantillas modulares que se leen bien en el móvil, con un mensaje claro y un solo botón que importa.

EXPERIENCIA REAL

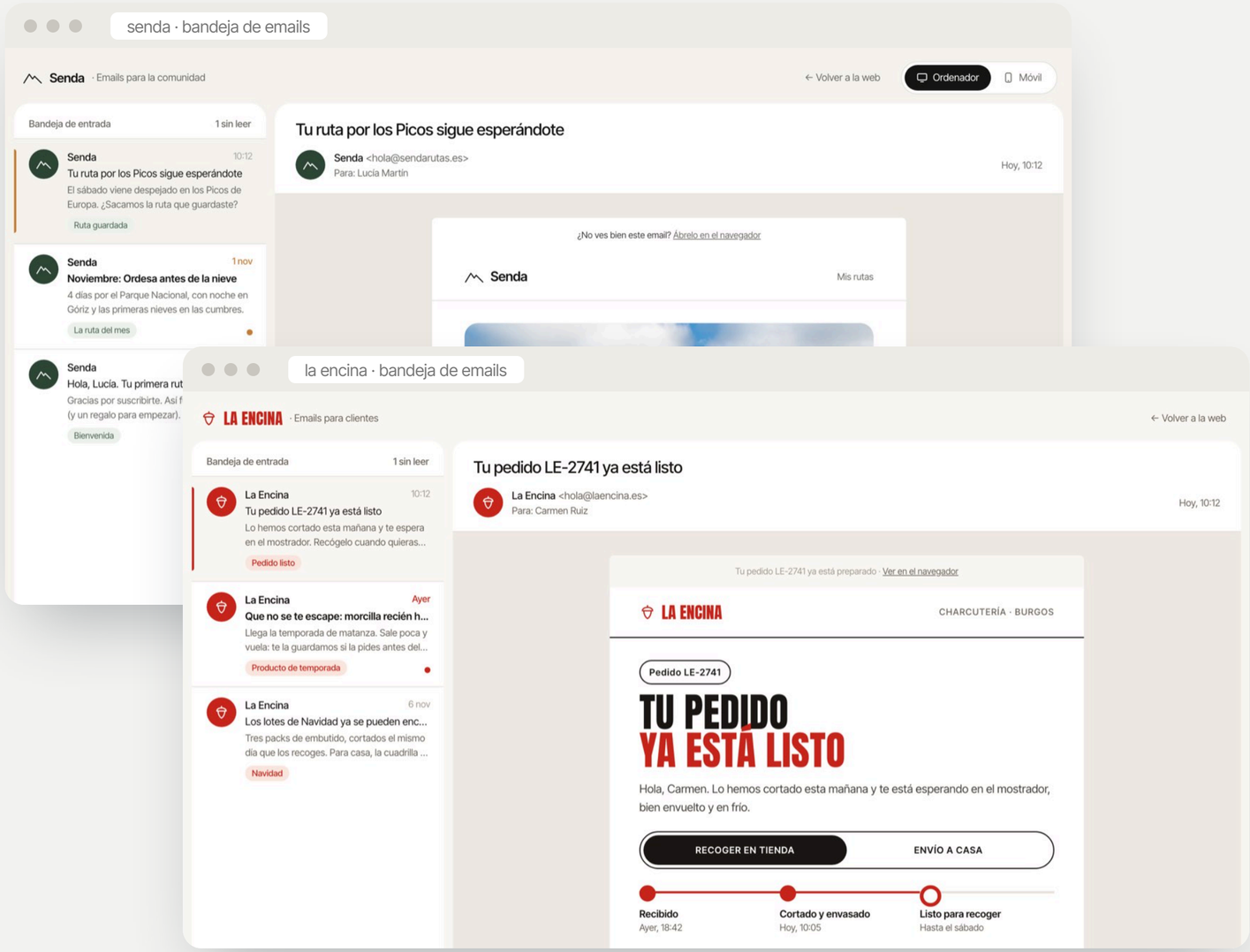
Newsletter quincenal y automatizaciones con Connectif (como los carritos abandonados) en un e-commerce, y email marketing B2B y B2C en español e inglés para una firma internacional.

EN LOS PROTOTIPOS

Senda acompaña a la persona hasta el día de salida; La Encina avisa cuando el pedido está listo. Las dos bandejas se pueden probar.

Emails de Senda →

Emails de La Encina →



04 · BRICOELIGE · E-COMMERCE REAL · 2022–2025

5.000+

REFERENCIAS TÉCNICAS QUE HABÍA QUE ENCONTRAR RÁPIDO

EL PROBLEMA

Muchísimas categorías y productos casi iguales: encontrar el mecanismo correcto era difícil, tanto para un profesional como para un particular.

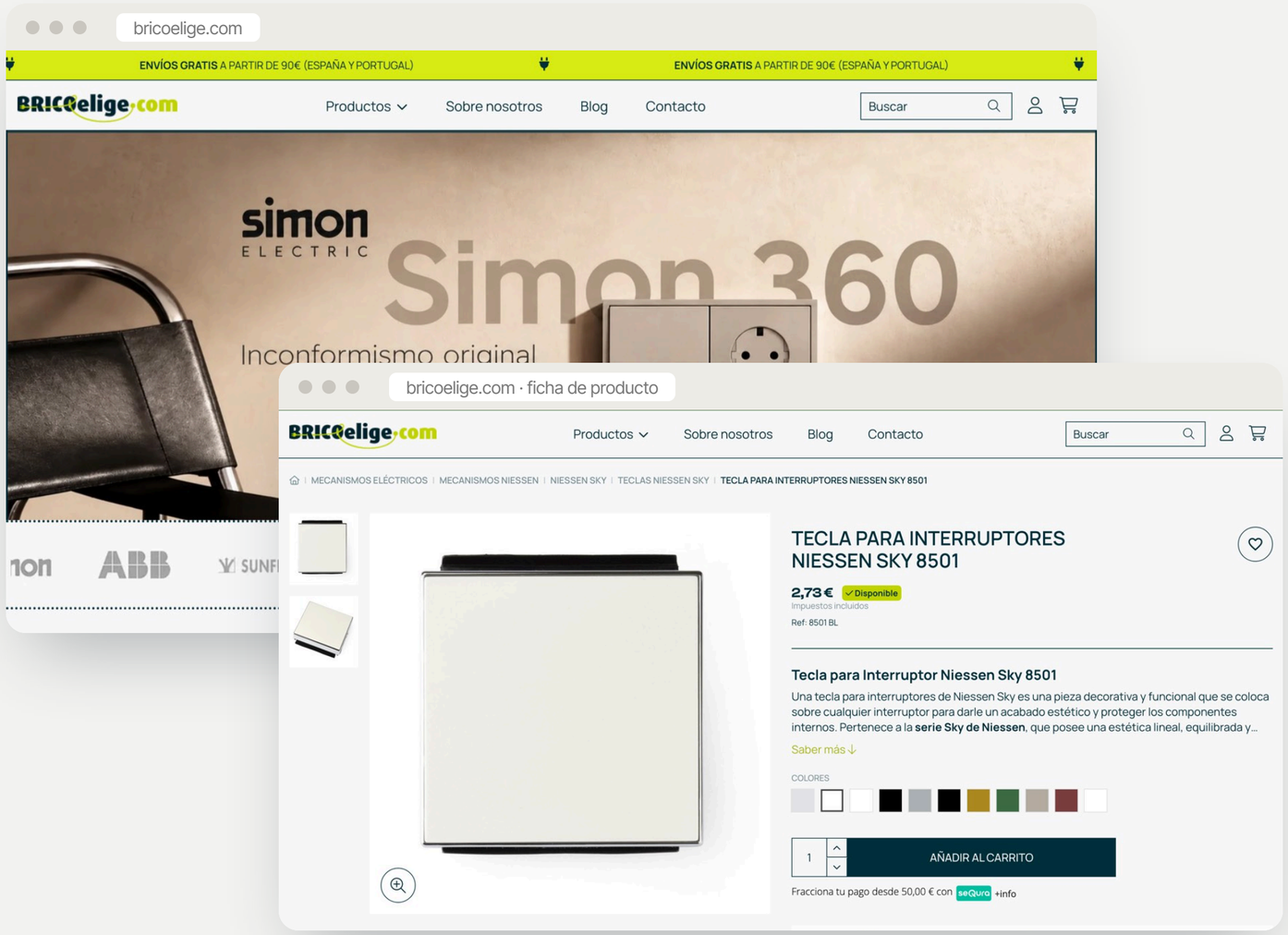
LO QUE HICIMOS

Un árbol de unas 10 categorías con subcategorías dentro, filtros muy concretos pensados para el profesional y para el cliente, buscador inteligente con Doofinder y productos relacionados para completar la compra.

MI PARTE

Diseño y mantenimiento en PrestaShop: banners, blog, pop-ups e imagen de producto; newsletter quincenal, campañas (Black Friday, Navidad) y automatizaciones con Connectif junto a SDi Digital Group.

bricoelige.com →



05 · DISEÑO GRÁFICO Y MARCA

LA OTRA MITAD DEL PUESTO

Catálogos, packaging, campañas, presentaciones, piezas para redes e identidad de marca: del concepto a la imprenta y a la pantalla.

En mi portfolio está la parte de marca completa, y el prototipo de SKLUM es otro caso de UX para verlo más a fondo.

Ver el portfolio completo →

Prototipo de SKLUM (UX) →



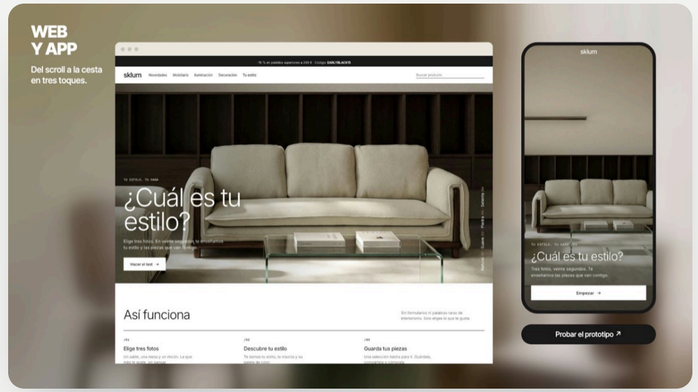
CATÁLOGO



PACKAGING



CAMPAÑA · SINGULARU



WEB Y APP · SKLUM

LET'S TALK

Gracias por llegar hasta aquí. Me encantaría ayudaros a que todo lo que hacéis se entienda a la primera y se use con calma: en una web, en un email o en una presentación.

MARIAD99J@GMAIL.COM · 601 069 096
LINKEDIN.COM/IN/MARIADELGADO-DESIGN
MARIA-DELGADO-PORTFOLIO.PAGES.DEV

