



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E  
INFORMACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CREACIÓN DE UNA GUÍA WEB SOBRE LAS OPCIONES DE  
ENTRETENIMIENTO PARA JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS**

**AUTORES:**

Cáceres Rosales, Daniela Isabel  
Zapata González, Mariangel Coromoto

**PROFESOR COORDINADOR:**

Costa, Ana Julia

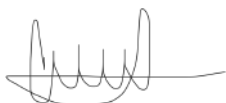
Caracas, 14 de junio 2024

### Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autoras del trabajo titulado “**CREACIÓN DE UNA GUÍA WEB SOBRE LAS OPCIONES DE ENTRETENIMIENTO PARA JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS**”, declara que cede a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autoras: **Daniela Isabel Cáceres Rosales**   **Mariangel Coromoto Zapata González**

C.I. 29.518.558



28.485.439



En la ciudad de Caracas a los **14** días del mes de **junio** de 2024

## DEDICATORIA

*Para todos aquellos que quieren salir a disfrutar de nuevas experiencias en la Gran Caracas pero tienen un presupuesto específico, no saben qué hacer o a dónde ir y su pregunta constante es “Cuánto hay pa’ eso?”*

## **AGRADECIMIENTOS**

### **Daniela Cáceres:**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres, por su incondicional apoyo y amor durante todo mi camino universitario. A mi hermana Andrea por ser inspiración para mi, al elegir esta carrera. A mi madrina Katyna por quien estoy altamente agradecida por su infinito respaldo, apoyo y confianza.

A nuestra tutora Ana Julia por creer en nuestro proyecto desde el primer momento, por motivarnos y ser inspiración. Y por supuesto, a mi compañera y futura colega, Mariangel, por aceptar esta aventura conmigo y ser mi gran amiga desde el día uno. Cada uno de ustedes han sido una pieza fundamental en mi formación académica y personal, sin su aliento, comprensión y ánimo, no habría sido posible llegar hasta este momento tan significativo en mi vida.

Estoy infinitamente agradecida.

### **Mariangel Zapata:**

A mis padres, quienes siempre me han acompañado en este camino tan maravilloso. Gracias por estar a mi lado en cada frustración y apoyarme cuando las cosas parecían complicadas. Vuestra ayuda incondicional en mis trabajos y constante motivación me han impulsado siempre a salir adelante. A mi tutora, Ana Julia, por su inestimable apoyo y por ser un motor fundamental en el desarrollo de este proyecto. A mi hermana Marian, por su colaboración en múltiples trabajos a lo largo de mi carrera pero sobre todo en esta. A mi hermano Carlos Augusto, por estar conmigo en muchas tardes y desvelos, compartiendo conversaciones que hicieron más llevadero el estrés. Y, por supuesto, a mi compañera de tesis y de carrera, por complementarme tanto y ayudar a convertir este trabajo en una realidad maravillosa, fruto de nuestro esfuerzo conjunto.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>6</b>
<b>PRESENTACIÓN DE PROYECTO .....</b>	<b>7</b>
Objetivo General.....	9
Objetivo Específico .....	9
<b>PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>10</b>
Fase 1.....	10
Fase 2.....	10
Fase 3.....	10
Fase 4.....	11
Fase 5.....	11
Cronograma.....	12
Etapa I.....	12
Etapa II.....	12
Etapa III.....	13
<b>PROYECTO .....</b>	<b>14</b>
Análisis del Proyecto.....	14
Maquetación del Proyecto.....	21
Estrategia de Tráfico.....	24
Identidad de Marca.....	26
Justificación del uso de la Tipografía.....	31
<b>ENLACE DEL PROYECTO.....</b>	<b>32</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>37</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>41</b>

## **RESUMEN:**

Este Proyecto Final de Carrera se enfoca en la creación de una guía web que reúne y explica las diversas opciones de entretenimiento, basándose en su presupuesto, para jóvenes de 18 a 25 años en la ciudad de Caracas. Esta guía proporciona información detallada sobre las diferentes actividades de entretenimiento y su aproximación de costo. Entre esas actividades se encuentran centros deportivos, actividades al aire libre, clases especializadas, y cualquier otra opción relevante para que los jóvenes encuentren la actividad que mejor se adapte a sus intereses y necesidades.

Este proyecto busca facilitar el acceso a información valiosa para fomentar un estilo de vida activo entre los jóvenes, adaptándose a su presupuesto del momento. La guía web incluye características interactivas, como herramientas de búsqueda personalizada, enlaces directos de los diversos planes de entretenimiento y contenido multimedia en la plataforma digital. Todo esto con el objetivo de hacer que la guía sea atractiva, útil y fácil de usar para el público que está dirigida.

La decisión de optar por una guía web en lugar de una plataforma convencional como Instagram y TikTok se basa en la necesidad de ofrecer un enfoque más completo y descriptivo.

La guía web abarca diversas categorías de entretenimiento, incluyendo cine, teatro, música, bares, restaurantes, actividades al aire libre, exposiciones y mucho más. Además de proporcionar información detallada sobre las actividades y eventos ofrecidos en Caracas, la guía web facilitará la interacción rica y detallada con los usuarios, superando las limitaciones de las redes sociales como, por ejemplo, Instagram y TikTok.

Este proyecto busca abordar la falta de una plataforma más centralizada que reúna información sobre las opciones de entretenimiento en Caracas. La iniciativa pretende mejorar el conocimiento sobre las actividades recreativas y culturales, fomentar la participación ciudadana y promover el sentimiento de pertenencia a la comunidad.

**Palabras clave:** Entretenimiento Juvenil, Guía Web, Caracas, Cultura Local, Presupuesto.

## PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto final de carrera consiste en la creación de una página web tipo blog, dedicada a proporcionar a los jóvenes de 18 a 25 años en Caracas, Venezuela, un lugar donde encontrar información sobre sitios de entretenimiento. La decisión de optar por una página web tipo blog, en lugar de una plataforma más popular y versátil como Instagram y TikTok, está respaldada por la necesidad de ofrecer un enfoque más completo y descriptivo.

Algunos de los conceptos claves que se manejan son:

**Blog:** Sitio web en el que se recopilan cronológicamente mensajes de texto, audio y vídeo publicados por uno o varios autores, permitiendo a sus lectores dejar comentarios. (Rae. 23.<sup>a</sup> edición). (2014)

**Interactividad:** La interactividad se refiere a la comunicación entre las personas y los dispositivos o los contenidos digitales. Es la capacidad de un ordenador, un programa o un contenido de responder a las acciones de la persona que lo está utilizando. En pocas palabras, es lo que te permite navegar por un sitio web, utilizar una red social o jugar con tu videojuego favorito. (De la Peña, N. 2023)

**Hipertextualidad:** La hipertextualidad es como un tejido de información en la web, donde los documentos están interconectados mediante enlaces. Es como seguir una red de hilos digitales que te llevan de un tema a otro de manera fluida. (Gómez, W. 2023)

Aunque Instagram es una plataforma vigente y dominada por los jóvenes, especialmente para compartir contenido audiovisual, tiene limitaciones cuando se trata de proporcionar información detallada y estructurada sobre opciones de entretenimiento. Instagram es una aplicación de intercambio de fotos en línea gratuita y una plataforma de red social que Facebook adquirió en 2012, pero esta antes ya había sido puesta en marcha en 2010. Instagram permite a los usuarios editar, subir fotos y vídeos cortos a través de una aplicación para móviles. (Armetrics, 2024)

Por su parte, los blogs son sitios web que presentan información de manera cronológica inversa, mostrando las publicaciones más recientes primero. En una página web tipo blog, los usuarios pueden acceder a artículos o publicaciones que abordan temas específicos o diversos según la temática del blog. Estas plataformas a menudo permiten la interacción mediante comentarios, compartición en redes sociales y otras funciones sociales.

La estructura de un blog facilita la presentación de información detallada y organizada, lo que lo hace ideal para proporcionar contenido extenso sobre una variedad de temas. En el contexto de “Cuánto hay Pa’ eso”, una página web al estilo de un blog ofrece detalles exhaustivos sobre eventos, actividades, lugares de entretenimiento y su costo, proporcionándole al usuario una experiencia más completa.

La guía web proporcionará información sobre las opciones de entretenimiento a partir del costo, para facilitar la interacción con los usuarios y simplificar el tiempo de búsqueda, lo que le permitirá una exploración estructurada y exhaustiva de diversas actividades, eventos y lugares en Caracas. Con esta plataforma, se buscará superar las limitaciones de las redes sociales como lo puede ser el formato visual, la estructura de contenido, la interacción y las restricciones, ofreciendo una experiencia más enriquecedora y personalizada para los jóvenes de la ciudad.

Este proyecto no solo se trata de brindar información actualizada y completa sobre las distintas opciones de entretenimiento, sino que también se presenta como una herramienta eficaz para fomentar la exploración y apreciación de los diversos aspectos culturales y turísticos de Caracas.

Los recursos multimedia como fotos, videos y recomendaciones sobre distintas categorías de entretenimiento, desde cine, teatro, música, bares, discotecas, actividades deportivas, restaurantes, exposiciones y hasta yoga se presentan como una guía completa donde se trata de abarcar el mayor ámbito de la riqueza y diversidad cultural de la ciudad de Caracas, facilitando a los jóvenes la búsqueda de actividades que sean de su interés, que les permitan disfrutar de su tiempo libre y que se encuentre dentro del presupuesto del usuario.

El diseño web será adaptativo, es decir, se podrá acceder a través de todo tipo de computadoras, tablets y teléfonos móviles. Además, será atractivo e intuitivo, para que los jóvenes puedan encontrar la información que buscan de forma rápida y sencilla. Este proyecto tiene el potencial de convertirse en una herramienta útil para el joven adulto de Caracas que buscan opciones de entretenimiento en la ciudad.

La motivación central detrás de este proyecto surge de la constatación de que, a pesar de la riqueza de actividades y eventos culturales en la ciudad, la información pertinente se encuentra dispersa en diversas fuentes, lo cual dificulta el que puedan acceder, explorar y conocer de manera eficiente las numerosas opciones de entretenimiento y su costo, que la ciudad tiene para ofrecer.



La oportunidad comunicacional que se pretende atender con este proyecto es la creación de una plataforma centralizada (guía web) que reúna la información sobre las distintas opciones de entretenimiento que se ofrecen en Caracas. Esto facilitará al target objetivo, la búsqueda de actividades y eventos que sean de su interés.

**Objetivo general:**

Crear una página web, tipo blog, contentiva de opciones de entretenimiento dirigida a jóvenes, entre 18 y 25 años en Caracas.

**Objetivos específicos:**

- Identificar las distintas opciones de entretenimiento en Caracas para jóvenes de 18 a 25 años.
- Clasificar según el costó, las distintas opciones de entretenimiento para jóvenes entre 18 y 25 años en Caracas.
- Registrar la información de las opciones de entretenimiento clasificadas según el costo para jóvenes de 18 a 25 años en Caracas.
- Construir una comunidad interactiva en Instagram y TikTok para promover contenido de la página web.

## PLAN DE ACCIÓN

El proyecto se desarrollará en las siguientes fases:

### ***Fase 1: Investigación***

Se recopiló información sobre la oferta de entretenimiento en Caracas. Se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- **Revisión bibliográfica:** Revisión de los antecedentes digitales y físicos de la biblioteca de la Universidad Monteavila, referente al tema de entretenimiento para jóvenes en Caracas.
- **Encuestas:** Se realizaron encuestas a jóvenes dentro del target objetivo para conocer sus intereses en materia de entretenimiento y cuánto sería su presupuesto.

### ***Fase 2: Diseño de medios***

Se diseñó la guía web y se clasificaron los contenidos.

- **Diseño de guía web:** Se diseñó un prototipo de la página donde se pudiese encontrar la información sobre las distintas actividades y lugares de entretenimiento en Caracas.
- **Clasificación de contenidos:** Se registró y organizó toda la información sobre las distintas actividades y lugares de entretenimiento en Caracas.

### ***Fase 3: Diseño gráfico***

Se diseñó la línea gráfica de la guía web.

- Naming
- Creación de logo y sus variantes
- Paleta de colores
- Definir tipografías y sus funciones

### ***Fase 4: Desarrollo***

Se desarrolló la guía web en plataformas de blog y se probó su funcionamiento. Se utilizó las siguientes herramientas y técnicas:

- **Desarrollo de página web:** Se desarrolló y editó la página web, incorporando todos los iconos, datos, imágenes y herramientas requeridas.
- **Bases de datos:** Se utilizó una base de datos para almacenar los contenidos de la guía web.
- **Tests de usabilidad:** Se realizó tests de usabilidad para comprobar el funcionamiento de la guía web.

### ***Fase 5: Lanzamiento***

En la fase de lanzamiento se distribuye el link a través de la plataforma de Instagram y TikTok para promocionarla. Se utilizarán las siguientes estrategias de promoción:

- **Publicidad en medios digitales:** Se utilizará publicidad (boca a boca) en medios digitales para promocionar la guía web.

El proyecto de diseño de una guía de entretenimiento para jóvenes de 18 a 25 años en Caracas presenta algunas especificaciones que deben ser consideradas en la estrategia de desarrollo. Estas especificaciones son las siguientes:

- **El público objetivo:** Jóvenes entre 18 y 25 años. Este público tiene unas necesidades y preferencias específicas que deben ser tomadas en cuenta en el desarrollo de la página web.
- **La oferta de entretenimiento:** La oferta de entretenimiento en Caracas es amplia y variada. Esto implica que la guía web debe ser capaz de cubrir un amplio espectro de actividades dividido en categorías de precio, esto se logra elaborando detallada y específicamente esta guía web, cumpliendo con el objetivo de reflejar el costo aproximado, vídeos, fotos e información completa y necesaria, es decir, precios, horarios, promociones, paquetes, entre otros.

## CRONOGRAMA

### Etapa I: Preproducción

<b>SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
(Del 4 al 8 de diciembre)	Encuestas.
(Del 11 al 15 de diciembre)	Se contactó a las diferentes empresas, locales, y programas de actividades que conformarían la guía web.
(Del 18 al 22 de diciembre)	Se clasificó la información recabada.
(Del 23 al 30 de diciembre)	Receso Vacacional.
	Semana de grabaciones de contenidos.

### Etapa II: Producción

<b>SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
(Del 10 al 12 de enero)	Se clasificó la información recabada.
(Del 15 al 20 de enero)	Crear la estructura de la Página Web.
(Del 22 al 26 de enero)	Empezar con la creación de la página web.

(Del 29 al 31 de enero)	Desarrollo de la creación de la página web (estructura, montar fotos y videos).
(Del 5 al 9 de enero)	Desarrollo de la página web.

### **Etapa III: Postproducción**

<b>SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
(Del 12 al 16 de febrero)	Diagramación del contenido en la Página Web.
(Del 19 al 23 de febrero)	Creación del medio digital donde se promocionará la página web (Instagram).
(Del 26 al 01 de marzo)	Publicidad activa de la página web.
(Del 04 al 08 de marzo)	Desarrollo de la página web.

## PROYECTO

### ANÁLISIS DEL PROYECTO

#### 1. Identificación del proyecto:

Para la ejecución ideal del proyecto se establecieron una serie de objetivos con el propósito de marcar unos puntos a seguir para alcanzar su correcto desarrollo.

Estos son:

- Identificar las necesidades de la población de adultos jóvenes respecto a las diversas actividades que se pueden realizar en Caracas en base a un presupuesto personal.
  - Desarrollar una marca donde puedas encontrar la diversidad de actividades por hacer en la ciudad y su respectivo branding.
  - Determinar si es posible diseñar una web con las características requeridas sin necesidad de una gran inversión monetaria.
  - Generar un portal de apartados interactivos que permitan el florecimiento de una comunidad curiosa, interesada e informada.
2. Establecer un proceso para el diseño de un portal web de las diversas opciones de entretenimiento.
- Promover el turismo local.
  - Impulsar el emprendimiento local.

#### 3. Justificación del Target Objetivo

Los jóvenes entre 18 y 25 años se encuentran en una etapa en la que buscan mantenerse activos y entretenidos. No obstante, pueden enfrentar limitaciones financieras. Por lo tanto, existe una necesidad clara de proporcionar información sobre diversas opciones de entrenamiento que se adapten a sus presupuestos.

Actualmente, no existe información clara sobre qué actividades de entretenimiento asequibles en base a un presupuesto, esto puede limitar las opciones disponibles para los jóvenes, lo que a su vez podría afectar su capacidad para mantener un estilo de vida activo. Al facilitar el acceso a información detallada

sobre las diferentes actividades de entrenamiento y sus costos aproximados, el proyecto busca fomentar un estilo de vida activo entre los jóvenes, lo que puede tener un impacto positivo en su bienestar físico y mental a largo plazo.

Además, el enfoque en el grupo demográfico de jóvenes entre 18 y 25 años es relevante, ya que esta etapa de la vida suele ser crucial para establecer hábitos que ayuden al despeje, recreación y entretenimiento a largo plazo. Al proporcionar una guía web específicamente diseñada para este grupo de edad, se puede influir positivamente en sus decisiones relacionadas con sus formas de recrearse, sentando las bases para un estilo de vida activo.

Asimismo, al considerar el factor presupuestario, el proyecto aborda una preocupación común entre los jóvenes que buscan opciones de entretenimiento, ya que, en ocasiones, se ven limitados por sus recursos financieros. Al proporcionar información sobre actividades accesibles desde el punto de vista económico, el proyecto busca eliminar una barrera significativa para la participación en diversas actividades.

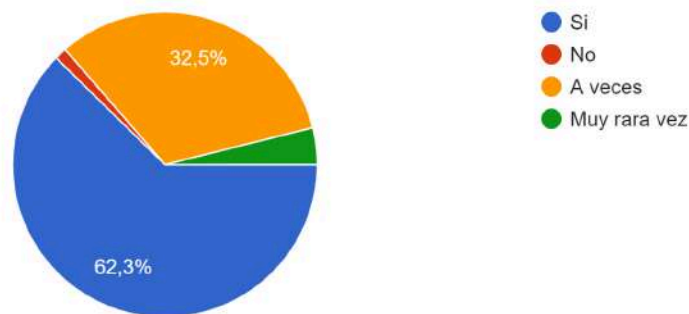
#### 4. Mercado y Competencia

La competencia que posee Cuanto hay Pa' eso?, para desarrollarse son las diversas páginas, cuentas y/o perfiles en las redes sociales como Instagram, Facebook, Tiktok y X, las cuales ofrecen información, en su mayoría, sobre los diferentes lugares para ir a comer en la ciudad de Caracas y algunas sobre lo nuevo que puede aparecer en dicha ciudad.

En primer lugar quisimos corroborar que tan masivo es el uso de la diversas plataformas digitales para buscar las actividades y/o lugares de entretenimiento en la ciudad:

### ¿Sueles buscar en redes sociales que planes hacer en Caracas para salir?

77 respuestas

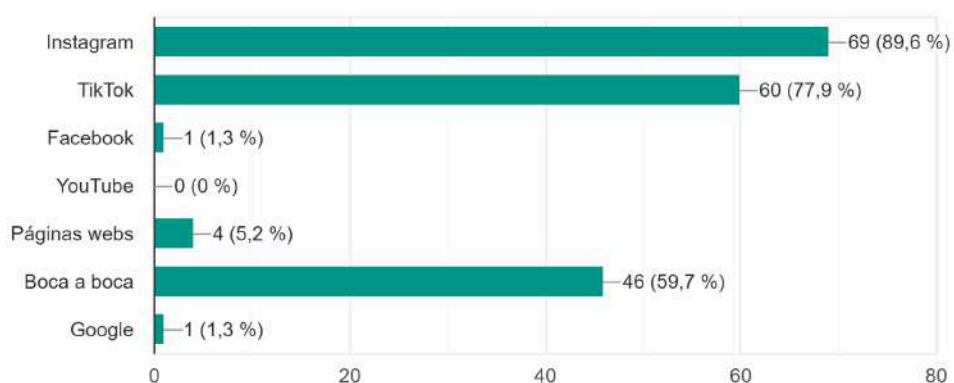


La muestra reveló diversos porcentajes donde la mayor respuesta fue en la opción “Si” con un total de 48 votos (62,3%). Por otro lado, las demás respuestas se registraron de la siguiente manera: en la opción “A veces” dio un total de 25 votos (32,5%), la opción “Muy rara vez” dio un total de 3 votos (3,9%) y con menor votación la opción “No” con un total de 1 voto (1,3%).

Para determinar con exactitud nuestra competencia, preguntamos a la muestra las plataformas que frecuentan para conocer los nuevos lugares de Caracas.

### ¿Dónde buscas los diferentes planes que hay para salir en Caracas?

77 respuestas



Nuestro público objetivo utilizó principalmente las siguientes plataformas para buscar formación online: Instagram (69), Tiktok (60) y Boca a boca (46). Mientras que otras plataformas son menos utilizadas: Facebook (1), Páginas web (4) y



Google (1).

## 5. Definición de la Plataforma

**WIX** es una plataforma de desarrollo web basada en la nube, en la cual se puede crear un sitio web sin tener conocimientos profundos en programación. WIX ofrece cientos de plantillas y funciones con las cuales se puede jugar para crear cualquier sitio web, blog o tienda online. Para empezar con la creación de la página web, lo único que se debe hacer es registrarse en la plataforma y responder un par de preguntas que el sitio realiza antes de elegir el tipo de plantillas que se desean implementar.

Wix es una plataforma que permite a los principiantes en el mundo del emprendimiento crear y diseñar sus propios sitios web, tiendas en línea o blogs con la calidad de un profesional, sin necesidad de contar con conocimientos técnicos especializados. Esta herramienta resulta ideal para aquellos que están dando sus primeros pasos en el mundo de los negocios, ya que les brinda la posibilidad de desarrollar su presencia en línea de manera sencilla y sin incurrir en costos iniciales.

### ***Funciones principales:***

Wix ofrece todas las herramientas necesarias para adentrarse en el mundo de la creación de páginas web sin dificultades. Las funciones más sobresalientes que proporciona la plataforma son:

### ***Funciones básicas:***

- **Editor sencillo e intuitivo:** el editor que posee Wix permite arrastrar y soltar para brindar la forma deseada a la web. Por lo tanto, no se necesita conocimiento sobre codificación o programación.
- **Hosting gratuito:** ofrece un hosting gratis y confiable, asegurando que la web esté libre de amenazas o riesgos.
- **Compatibilidad con dispositivos móviles:** brinda la posibilidad de hacer el sitio responsive (diseño web adaptable) con solo un clic, asegurando que se vea bien en todos los dispositivos.
- **App Market:** integra apps y servicios online que ayudan al crecimiento del proyecto.

### **Gran banco de imágenes:**

- **40 galerías:** se tiene a disposición esta cantidad de galerías para elegir las imágenes que mejor combinen con todo el diseño del sitio.
- **Plantillas:** se puede elegir entre 500 plantillas diseñadas para cualquier tipo de web.
- **Editor de imágenes:** se tiene la posibilidad de editar todas las imágenes y mejorarlas gracias al editor integrado.
- **Videos para el fondo:** se puede optar por la colocación de videos en el fondo.

### **Redes sociales y blogs**

- **Blogs profesionales:** se puede agregar fácilmente la pestaña de blog al sitio y comenzar a compartir contenido.
- **Herramientas de Facebook:** se pueden integrar aplicaciones de Facebook para el monitoreo de la audiencia.
- **Botones de redes sociales:** también se pueden agregar los botones de todas las redes sociales para que el contenido pueda ser compartido en distintas plataformas.

### **Tienda online**

- **“Crea y administra tu propia tienda online”:** se pueden vender los productos y promoverlos con un sitio web en Wix.
- **Pagos sin comisiones:** se puede elegir entre diversos métodos de pagos, como PayPal, pagos offline o tarjetas de crédito.

### **Herramientas de optimización**

- **Análisis del sitio:** se puede consultar las estadísticas del tráfico, la posición en los buscadores, entre otras consultas.
- **Asistente SEO:** ayuda a realizar búsquedas relacionadas con las palabras claves para segmentar a la audiencia y conseguir mejores resultados.

### **Herramientas que se pueden integrar a Wix:**

Una vez que el sitio web esté listo, es importante promocionarlo. En este sentido, el marketing digital jugará un papel fundamental. Sin embargo, la

constancia también será clave para lograr el crecimiento deseado. Parte de esta constancia implica hacer uso de las herramientas adecuadas para alcanzar tus objetivos.

A continuación, algunas de las herramientas de marketing integradas en la plataforma de Wix:

**HubSpot:** Esta herramienta es una suite de inbound marketing y ventas. Sirve para gestionar el marketing de las redes sociales, así como el contenido del sitio web, el SEO y el análisis del sitio web, entre otros. Contar con el píxel integrado de HubSpot en el sitio web permitirá medir la actividad de los visitantes.

**Google Analytics:** Esta herramienta permite el monitoreo de todo lo relacionado con el tráfico en el sitio web. Al conectar esta herramienta con la página de Wix, se puede conocer en detalle el volumen total de las visitas, la procedencia geográfica de los visitantes, el número de páginas vistas, la duración de la visita, etc.

**Facebook Pixel:** En caso de contar con una tienda online, la mejor forma de optimizar las publicaciones en línea es utilizando el píxel de Facebook. Esta herramienta de marketing es muy valiosa; al conectar el píxel de Facebook en la página web, se puede saber si alguien consultó la página de un producto, si lo añadió al carrito de compra y si finalmente concretó la compra.

**Mailchimp:** Esta plataforma es de automatización de marketing y es muy conocida por ser una herramienta de email marketing útil y fácil de usar. Además de ser personalizable, proporciona información valiosa. Una de sus características principales es que puede convertir un correo electrónico en un mensaje en las redes sociales de la marca o empresa.

En Wix, se puede comenzar de forma gratuita. Solo se empieza eligiendo una plantilla para crear y diseñar un sitio web y mantenerlo así por el tiempo que sea necesario. Sin embargo, es importante tener en cuenta que si se desea personalizar aún más el sitio, ya que el emprendimiento está creciendo, se debe adquirir un plan Premium para obtener todas las funciones que no posee la versión gratuita.

### **Justificación del uso de la plataforma**

La decisión de optar por una guía web en lugar de una plataforma convencional como Instagram se basa en la necesidad de ofrecer un enfoque más ordenado, completo y descriptivo. Para lograrlo, el orden de la guía web se desarrolló en base a diversas características, secciones y elementos clave:

- Categorías de precio/presupuesto.
- Presencia de enlaces esenciales de los lugares presentes en la guía web.
- Estructura de enlaces internos.
- Orden.

Es fundamental destacar que la organización de un sitio web está estrechamente ligada tanto a la disposición de la información como a la distribución adecuada de los contenidos. Su función principal es hacer más fácil su uso y mejorar su visibilidad en los buscadores. Una buena estructura web es vital para la satisfacción del usuario, ya que permite acceder rápidamente a la información deseada y mejora la facilidad de uso del sitio (Meijomil, S. 2020).

La guía web tiene como meta que el usuario encuentre de manera rápida y sencilla lo que busca, por lo tanto, es crucial contar con una navegación efectiva que motive al usuario a explorar el sitio web. Esto incrementará las posibilidades de lograr una acción deseada o un cliente potencial, además de aumentar las oportunidades de fidelidad, es decir, que vuelva a visitar el sitio en el futuro.

## MAQUETACIÓN DEL PROYECTO

Un wireframe es una representación esquemática de cada una de las pantallas más significativas que van a componer un producto digital, su función es dar la posibilidad de visualizar cómo se van a distribuir los contenidos dentro de la misma. Se utilizan para el diseño de cualquier tipo de interfaz digital como la web, móvil, etc. (López, D. 2021)

El diseño de wireframes es la forma más eficaz de vincular la arquitectura de la información con el diseño del producto. A través de ellos, podemos convertir la estructura de un mapa de contenidos en la experiencia emocional que experimentará el usuario al utilizar la plataforma que se está desarrollando.

La principal finalidad del wireframe es permitir la visualización de los contenidos que aparecerán en cada pantalla y reflejar las funcionalidades que estarán presentes. Establecen la jerarquía de la información y sirven como herramienta de comunicación entre desarrollo, diseño y cliente. Para garantizar el éxito del proceso de diseño en general, la estrategia y los contenidos deben estar bien definidos antes de comenzar a diseñar los wireframes. (López, D. 2021)

Un wireframe de un sitio web organiza los elementos visuales de cada página de un sitio web. Es más detallado que un wireframe de baja calidad y sirve de prototipo para el diseño final. Ofrece a los diseñadores la oportunidad de ver exactamente cómo será la interfaz de usuario y cómo interactúan los usuarios con ella. También es una herramienta útil para detectar áreas de mejora. Los diseñadores pueden ver el sitio web desde la perspectiva de un visitante real, lo que les permite detectar cualquier error técnico o fallo que pueda afectar a la experiencia del usuario. (Miro, 21 de mayo 2024)

Además del diseño y la maquetación, los wireframes plantean los siguientes puntos para el desglose al momento de la elaboración de los mismos:

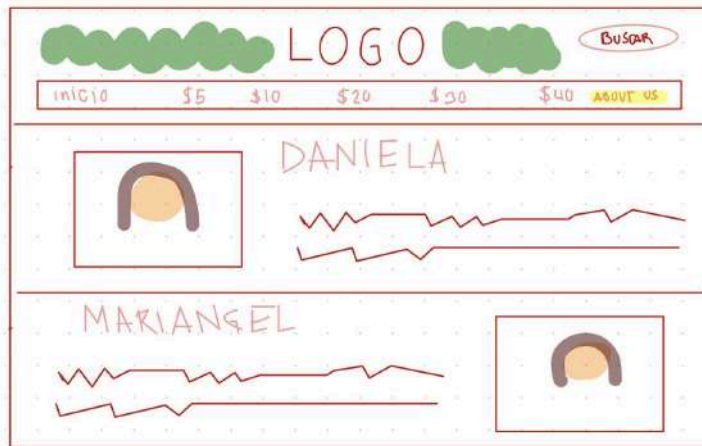
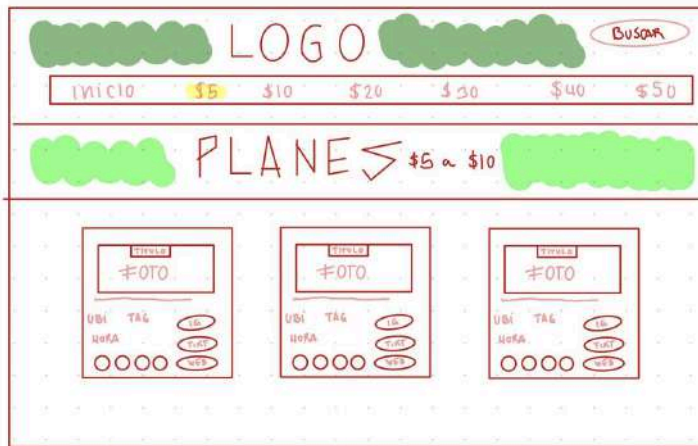
1. **Estructura de la página:** En primer lugar, se debe diseñar la estructura de tu página o aplicación móvil. Esto sirve de apoyo para que los diseñadores sepan dónde deben ir ciertos elementos y cómo será el diseño en general.
2. **Arquitectura de la información:** Siguiendo la estructura, los diseñadores también deben planificar dónde se ubicará cada uno de los elementos de la

página.

3. **Flujo de usuarios:** Los diseñadores de experiencia de usuario (UX) deben tener en cuenta cómo navegan los usuarios por la página, ya que los obliga a considerar el cuerpo del contenido desde la perspectiva del usuario.
4. **Funcionalidad:** Por último, la creación de un wireframe ayuda a visualizar la funcionalidad de la aplicación y/o página web antes de pasar a las fases de diseño técnico. En este punto es donde se plantea cómo se quiere que funcione y cuáles son los recursos necesarios para hacerlo realidad. (Miro, 21 de mayo 2024)

Al utilizar wireframes en la fase inicial del diseño de un proyecto nos brinda la oportunidad de enfocarnos únicamente en el contenido, sin distraernos en discusiones sobre el diseño, lo que ahorra tiempo y permite realizar iteraciones de manera temprana. Esto evita retrasos por falta de definición y contribuye a que el resultado final se aproxime lo más posible a las expectativas expuestas y planteadas sobre el resultado que se pretende obtener.





## ESTRATEGIA DE TRÁFICO

El surgimiento de las redes sociales ha transformado la manera en que las personas se comunican, se relacionan y difunden información en la sociedad actual. Desde la aparición de plataformas como Facebook, X, Instagram, TikTok, entre otras, ha habido un cambio drástico en la forma en que las personas se vinculan. Aunque estas plataformas digitales han aportado muchos beneficios, también han tenido un impacto social importante que abarca desde la comunicación hasta la política y la salud mental (González, M. Uniciencia, 2023).

Uno de los cambios más notables impulsados por las redes sociales es la democratización de la comunicación. Antes de su aparición, las noticias y la información se transmitían principalmente a través de medios de comunicación tradicionales. Ahora, cualquier individuo puede convertirse en un "medio" en sí mismo, compartiendo ideas, opiniones y noticias con un público global. Esto ha empoderado a las voces individuales y ha permitido que las minorías tengan una plataforma para hacerse oír. Además, las redes sociales acortan las distancias geográficas y culturales (Gonzalez, M. Uniciencia, 2023).

Es importante destacar que para este proyecto se utilizaran dos plataformas digitales con el fin de manejar un tráfico de publicidad de la página web. Las dos aplicaciones que fueron seleccionadas son Instagram y TikTok.

**Instagram:** “Es una red social popular entre jóvenes que ofrece la posibilidad de compartir fotografías con otros usuarios y poder recibir comentarios o “me gustas” (likes) de tus seguidores. Dentro de estas fotografías que se pueden subir, se puede añadir etiquetas o hashtags para etiquetar según el tipo de fotografía o que se puede ver en ella, así será más fácil su clasificación a la hora de realizar búsquedas de una temática en concreto”. (Soto, J. Geeknetic, 2020)

Instagram es una de las redes sociales más potentes de los últimos años, y a diferencia de algunas otras redes "de moda", está plenamente implantada entre el público de nuestro país. Por medio de esta plataforma se implementarán los contenidos de publicidad directa y constante de la guía web a través de reels, carruseles informativos e historias.



**Tik Tok:** “Es una plataforma para videos de formato corto en dispositivos móviles. Los usuarios pueden hacer videos de entre cinco segundos y tres minutos de duración y utilizar una extensa biblioteca musical, así como efectos divertidos para editar videos. Pero más allá de lo divertido y rápido que es grabar y editar videos desde tu celular, lo que hace que TikTok sea verdaderamente irresistible para muchas personas es el poder descubrir contenido a través de su algoritmo cuidadosamente personalizado”. (McLachlan, S. Hootsuite, 2023)

La increíble influencia que tiene TikTok en el mercado de la Generación Z lo ha convertido en una fuerza de la publicidad. En pocas palabras, es una excelente oportunidad para que las marcas destaquen y den de qué hablar, por ende, esta plataforma será la segunda que se utilizará para llevar a cabo contenido sobre la guía web transformado y adaptado a lo que busca la aplicación: seguir las tendencias.

## IDENTIDAD DE MARCA

### Creación de Identidad de marca

#### **Nombre de la Marca:**

Se consagró como nombre para el proyecto ¿Cuánto hay Pa' eso?. En primer lugar, se entiende que "Cuánto hay Pa' eso?", es una expresión coloquial, utilizada cotidianamente en la ciudad de Caracas y en Venezuela para preguntar el precio o el costo de algo. Utilizar esta expresión como nombre para este proyecto es una forma de conectar con el público venezolano de una forma cercana y familiar, ya que refleja la forma en que muchas personas se comunican en su día a día.

Al emplear esta expresión como nombre para la página web, se destaca el hecho de que menciona el foco principal del proyecto, el cual es el presupuesto, además de mostrar que se entiende y se comparte la cultura y el lenguaje cotidiano de los potenciales usuarios o clientes. También transmite un sentido de cercanía y familiaridad, lo cual podría ayudar a generar empatía y conexión con la audiencia.

Además, al adoptar una expresión tan reconocible para los venezolanos, se podría destacar la autenticidad e identificación con la comunidad local. Esto es muy valioso en el mundo digital actual, donde la legitimidad y la conexión emocional con la audiencia son cada vez más importantes. Al utilizar "¿Cuánto hay Pa' eso?" se resaltan estos valores.

### Filosofía de Gestión

#### **Misión:**

Proveer un sitio web multimedia e interactivo, actualizado, que abarque una amplia variedad de actividades de entretenimiento, adaptadas a diferentes presupuestos.

#### **Visión:**

Ser una aplicación móvil y portátil de búsqueda de entretenimiento, basada en presupuestos, reconocida por su información accesible, útil y actualizada.

#### **Valores:**

**Diferencia:** ¿Cuánto hay Pa' eso? Se distingue por ofrecer una experiencia única y diferenciada al proporcionar una plataforma que divide los lugares de la ciudad de Caracas en categorías de precio. Esto permite a los usuarios encontrar fácilmente opciones de entretenimiento adaptadas a sus presupuestos individuales.

**Adaptabilidad:** La plataforma demuestra su capacidad de adaptación al ser intuitiva y fácil de manejar, lo que la hace accesible para una amplia gama de usuarios.

**Dinamismo:** ¿Cuánto hay Pa' eso? Ofrece un acceso sencillo y rápido a la información, ideal para el gusto de los jóvenes que buscan respuestas inmediatas. Además, su formato es divertido y dinámico, adaptándose al estilo de vida activo y ágil de la generación joven.

### **Logo y Tipografía:**

El diseño es en sí mismo creativo, por lo que encuentra nuevas formas de expresar mensajes. Y por eso mismo es comunicativo de forma innata. Optar por diseños específicos para proyectos determinados asegura una marca única, una web que no se parezca a las demás, una campaña de anuncios memorable. (Mocholi, A. 2016)

El marketing necesita al diseño gráfico para plasmar en su estética los valores de su marca. De esta forma conseguiremos convencer al usuario y con más probabilidad prestará atención a nuestro mensaje. Si es una tienda, es más probable que compre; si es un blog, es más probable que te lea. (Mocholi, A. 2016)

Para la creación del logo se utilizaron una combinación entre dos tipografías:

- **BuiltTitlingRg-Bold**

# **BUILT TITLING**

- **Laquila DEMO Regular**

# Laquila

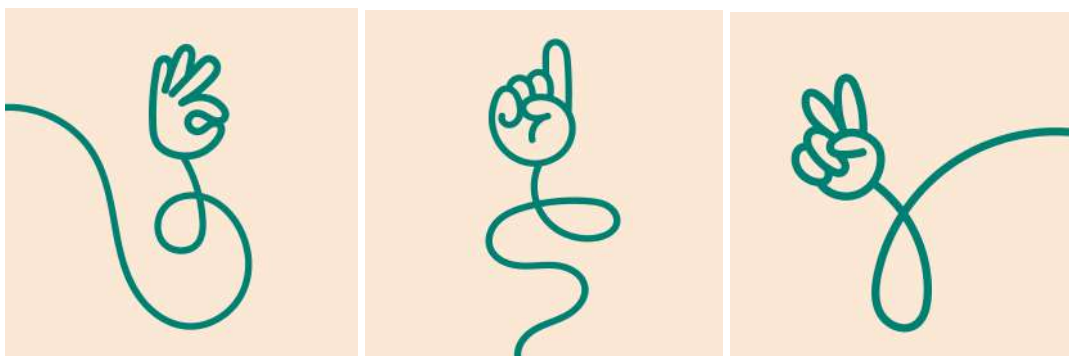
Como resultado final se fusionaron ambas tipografías para así dotarlo de armonía, simetría y coherencia visual.

**CUÁNTO**  
*hay* **PA' ESO**

Logos secundarios:

**CUANTO** *hay* **PA' ESO?**





### **Colores:**

El uso de los colores en el diseño gráfico no es casualidad. La creación de la paleta de colores está basada en la teoría del color. En este caso, se crea un diseño no solo con el propósito de obtener una combinación que luzca bien, sino también de transmitir un mensaje.

Por lo tanto, la función principal del color en el diseño gráfico es resaltar las características y cualidades del ítem o los ítems en la imagen de forma rápida, atractiva y visual. Usualmente, se utiliza para atraer a un cliente a un producto o servicio específico. (Flores, A. 2021)

Para definir la paleta de colores del proyecto, se utilizó como referencia la primera combinación de cinco colores.



A partir de la referencia escogida, se realizaron variaciones de combinaciones y se obtuvo la que se utiliza actualmente:



El color desempeña un papel esencial en la construcción de la identidad de cualquier marca. Mantener una paleta de colores coherente en un sitio web y en todos los materiales de marketing contribuye a que la marca sea reconocible y memorable. Cuando los usuarios navegan por la web, asocian ciertos colores con la marca y, gracias a ello, se crea un vínculo emocional que puede fomentar la fidelidad y la confianza del cliente (Arias, D. 2023).

Los colores pueden facilitar la navegación de los usuarios en la web. Al utilizar el color estratégicamente en botones, enlaces y menús, se puede dirigir la atención de los usuarios hacia las áreas clave del sitio web, haciéndola más eficiente.

Se eligieron colores brillantes y animados para representar la creatividad, la energía, la originalidad y la innovación. Esto se hizo con el objetivo principal de hacer que la marca sea visualmente atractiva para los usuarios. Según Heller, E. (2004), autora del libro "La psicología del color", la combinación de colores saturados, brillantes y extremos, con un contraste máximo, atrae a un público joven, un aspecto que se desea mantener en ¿Cuánto hay Pa' eso?, ya que está dirigido al mismo grupo demográfico.

Para desarrollar la paleta de colores, se empleó la herramienta en línea Adobe Color, que posibilita la creación desde cero en el círculo cromático y la búsqueda de combinaciones que se ajusten a los requisitos del proyecto.

**Verde:** Según Heller, E (2004), el color verde aporta relajación, equilibrio, sensación de paz y armonía, frescura, ponderación, conciencia, seguridad y anima

al descanso. Es un color que habitualmente se relaciona con lo ecológico, y que además simboliza lo natural, la naturaleza; Por ello también se asocia a la fertilidad, al crecimiento, lo juvenil y a la salud.

**Blanco:** Según Helle, E (2004), el blanco es un color que aporta luminosidad, limpieza, pureza, claridad, inocencia y feminidad. También aporta sensación de simplicidad y humildad, y es el símbolo de la bondad por naturaleza y la moda.

## JUSTIFICACIÓN DEL USO DE LAS TIPOGRAFÍAS

Para la búsqueda de una tipografía que se adaptara a las necesidades de la marca, se utilizó Google Fonts, un directorio interactivo donde se pueden encontrar una gran variedad de tipografías de alta calidad, totalmente gratis y sin condiciones de uso (García, F. 2021).

Algunos de los criterios considerados para la selección de tipografía incluyeron que siguieran con el estilo Sans-Serif y que no tuviesen muchos elementos distractores, ya que esto la hace más fácil de leer y entender. Por eso se decidió implementar el uso de "Poppins", una tipografía estándar con cualidades como claridad, simplicidad y neutralidad. Esta posee esquinas limpias y carece tanto de remates como de decoraciones en sus terminaciones, por lo que es versátil e ideal para el portal web, al no generar distracciones a la vista y agilizar el proceso de búsqueda y lectura.

Esta tipografía cuenta con nueve estilos diferentes. También es compatible con otros tipos de fuentes, especialmente con Open Sans. Gracias a este conjunto de cualidades, "Poppins" siempre permanece en los primeros puestos de las listas de recomendaciones de tipografías en diseño de plataformas web.

- Poppins, **Poppins**, *Poppins*.

## ENLACE DEL PROYECTO

Link de la página: <https://mzapata2024cs.wixsite.com/-cuanto-hay-pa-eso>



## CONCLUSIONES

La elaboración del Proyecto Final de Carrera, bajo la modalidad de Diseño de Producción de Medios Multimedia, titulado "Creación de una guía web sobre las opciones de entretenimiento para jóvenes de 18 a 25 años", permitió aplicar los conocimientos adquiridos en las áreas de Diseño Gráfico, Comunicación Organizacional, Tecnología de la Información, Redacción y Estilo, Mercadeo, Introducción a la Imagen, Emprendimiento en Comunicación y Proyectos de Comunicación Digital. Adicionalmente, permitió obtener nuevos conocimientos en el ámbito del desarrollo de páginas web.

Con la culminación de este trabajo se llegó a las siguientes conclusiones:

- Aplicar técnicas de investigación y análisis es importante para identificar y comprender la diversidad de opciones de entretenimiento disponibles en la ciudad.
- Con el plan gratuito del software Wix se tiene todo lo necesario para crear una página que reúna y explique las diversas opciones de entretenimiento, basadas en el presupuesto del usuario, de manera completamente funcional.
- La participación activa en las redes sociales es de suma importancia para potenciar la visibilidad y el compromiso con la página web. Además, se ha subrayado cómo esta interacción contribuye significativamente a fortalecer los lazos emocionales con la audiencia, fundamental para el éxito y la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.
- El resultado final se ajustó perfectamente a lo que se buscaba, dado que se logró implementar exitosamente todas las funcionalidades del portal en la plataforma Wix. Estas funcionalidades habían sido previamente planificadas, diseñadas y prototipadas en la plataforma GoodNotes.

Como resultado de la investigación y la posterior aplicación de estos conocimientos, se obtuvo la guía web "Cuánto hay pa' eso?", alojada en <https://mzapata2024cs.wixsite.com/-cuanto-hay-pa-eso>. Esta guía cumple con los pilares fundamentales de un portal multimedia, como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, permitiendo el acceso a categorías, secciones y

salas de chat referentes a temáticas creativas, accesibles a cualquier persona con una computadora, teléfono inteligente y conexión a internet.

## RECOMENDACIONES

Para la mejora y continuación del proyecto, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Para optimizar el portal a una versión más rápida y sin marcas de agua, es necesario adquirir un dominio, un alojamiento y contar con un equipo de diseñadores y programadores. Si se dispone de la posibilidad de realizar la inversión requerida, Wordpress sería el software ideal para un futuro [www.cuantohaypaeso.com](http://www.cuantohaypaeso.com). Si solo se desea eliminar la marca de agua de la versión gratuita de Wix, es necesario pagar el dominio y el alojamiento web a esta empresa.
- Una vez que la guía esté en funcionamiento, se podría considerar la expansión del contenido para incluir no solo opciones de entretenimiento, sino también actividades recreativas y culturales adicionales que sean de interés para los jóvenes de Caracas. Esto ampliará el alcance de la guía y la hará aún más valiosa para la comunidad.
- Establecer colaboraciones con centros de entrenamiento, clubes deportivos, organizaciones culturales y otras entidades locales para enriquecer el contenido de la guía y ofrecer promociones especiales o descuentos exclusivos a través de la plataforma, es una estrategia sugerida.
- Implementar un sistema de retroalimentación y encuestas para que los usuarios puedan compartir sus experiencias, sugerencias y necesidades es otra recomendación para ajustar la guía según las preferencias reales de los jóvenes y mantenerla actualizada.
- Explorar modelos de negocio sostenibles que puedan respaldar financieramente la operación continua de la guía a largo plazo también se propone. Esto podría incluir opciones como publicidad selectiva, membresías premium o alianzas estratégicas con empresas relacionadas.

### **Para la Universidad Monteávila:**

- Se sugiere proporcionar a los estudiantes una mayor comprensión sobre la creación de páginas web y su relevancia en el ámbito de la comunicación.
- Introducir más herramientas de diseño en línea y colaborativo es una medida recomendada.

- Reforzar y promover la creación de Proyectos Finales de Carrera (PFC) con fines de emprendimiento, es decir, fortalecer el sentido de pertenencia por los proyectos e ideas próximas para los PFC, también se propone como una iniciativa beneficiosa.

## REFERENCIAS

- Aldazoro. A, Gutiérrez. F, Betzabeth. C y Álvarez. A. (2011). Crear una guía audiovisual hiperlocal online de la ciudad de Caracas para jóvenes alternativos : We are Caracas. (Tesis de licenciatura). Universidad Monteávila.
- Arias, D. (2023). El poder del color en una página web: Más allá de la estética. Wanaleads. Recuperado de: <https://wanaleads.com/el-poder-del-color-en-una-web/>
- Arimetrics. (2024). Qué es Instagram. Recuperado de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/instagram>
- Arreaza. E, Bereciartu. L, Di Julio. L y Márquez. G. (2015). Diseño y desarrollo de la propuesta de un portal web para la búsqueda y ubicación de pasantías de los estudiantes de la Universidad Monteávila. (Tesis de licenciatura). Universidad Monteávila.
- Altuve Ramírez, A., Jaimes Calderón, Y. (2021). Diseño de una cuenta en la red social Instagram que brinde soluciones a estudiantes entre 17 a 25 años que buscan técnicas para optimizar la organización y tiempo de estudio [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Aznar Pulido, B., García Rizzo, A., Siso Castillo, L. (2020). Entre millennials : proyecto audiovisual basado en la creación y difusión de una cuenta en Instagram para promover el arte en los estudiantes de comunicación social [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Bertorelli, S., De Freitas, D. (2020). Estrategia de comunicación y contenido en Instagram para promocionar la movida cultural de Venezuela y nuevas tendencias en el mundo [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Costa, A y London, S. (2022). Diseño de un sitio web multimedia de cursos online para creativos. (Tesis de licenciatura). Universidad Monteávila.

- Colmenares, L, Regla, D y Ortiz, M. (2018). Desarrollo y elaboración de la página web e-commerce para la marca piña&coco. (Tesis de licenciatura). Universidad Monteávila.
- Cronuts Digital. (s.f). Mockup: La herramienta Esencial para Visualizar tus Proyectos Digitales. Recuperado de: <https://cronuts.digital/es/mockup-herramienta-visualizacion-proyectos/>
- Delgado, H. (2021). Metodología para la Creación y Desarrollo de Sitios Web. Akus.net. Recuperado de: <https://disenowebakus.net/metodologia-para-la-creacion-de-sitios-web.php>
- De la Peña, N. (2023). ¿Qué es la interactividad?. Recuperado de: <https://blog.genial.ly/que-es-interactividad/>
- Diccionario de la lengua española (23.<sup>a</sup> edición). (2014). Blog. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>
- Duprat, A. (2022). Estrategias de marketing en TikTok: 10 tips para dominar tus campañas en TikTok. Dinametra. Recuperado de: <https://www.dinametra.com/blog/estrategias-de-marketing-en-tiktok-10-tips-para-dominar-tus-campanas-en-tiktok->
- Ecdisis, E. (2021). ¿QUÉ ES WIX Y PARA QUÉ SIRVE? Recuperado de: <https://ecdisis.com/que-es-wix-y-para-que-sirve/> Recuperado de: <https://disenowebakus.net/metodologia-para-la-creacion-de-sitios-web.php>.
- Flores, A. (2021). ¿Qué es la teoría del color? Todos los conceptos básicos para crear diseños irresistibles. Crehana. Recuperado: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-teoria-color/>
- Font2U. (s.f). BuiltTitlingRg-Bold. Recuperado de: <https://es.fonts2u.com/builttitlingrg-bold.fuente>
- García, F. (2021). ¿Qué son las Google Fonts y cómo las puedo utilizar en mis proyectos?. Arsys. Recuperado de: <https://www.arsys.es/blog/google-fonts>
- García, J. (2021). Wix o WordPress: ¿rápido y atractivo, o todas las funciones?. Tool tester. Recuperado de: <https://www.tooltester.com/es/blog/wix-o-wordpress/#:~:text=Si%20quieres%20controlar%20todos%20los,tener%20que%20modificar%20el%20c%C3%B3digo.>
- Guilarte Rodríguez, F., Huerta Rico, Y. (2021). Estrategia de comunicación para la creación de contenido digital de la marca "Emprendiendo Juntos",

dirigida a los emprendedores venezolanos [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repertorio de la Universidad Monteávila.

- Gonzalez, M. (2023). El impacto de las redes sociales en la sociedad: conexiones digitales y efectos sociales. Uniciencia. Recuperado de: <https://unicienciabga.edu.co/vive-la-u/egresados/boletines/361-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-conexiones-digitales-y-efectos-sociales>
- Gómez, W. (2023). La hipertextualidad y las nuevas formas de comunicación. LinkedIn. Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/la-hipertextualidad-y-las-nuevas-formas-de-walter-g%C3%B3mez-vxxhf>
- Heller, E. (2004). Psicología del Color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Recuperado de: <https://www.guiadisc.com/wp-content/pdfs/la-psicologia-del-color.pdf>
- López, D. (2021). ¿Qué son los wireframes? | Explicación para no diseñadores. Plain Concepts. Recuperado de: <https://www.plainconcepts.com/es/wireframe-que-son/#:~:text=La%20principal%20finalidad%20del%20wireframe,entre%20desarrollo%2C%20dise%C3%B1o%20y%20cliente.>
- Martinez, L. (2019). Creación de un medio de comunicación basado en el automovilismo. “Radar Motors”. (Tesis de licenciatura). Universidad Monteávila.
- Meijomil, S. (2020). Cómo se estructura una página web y por qué es importante. Inboundcycle. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estructura-web-que-es-por-que-es-importante>
- Miro. (2024). Wireframes. Recuperado de: <https://miro.com/es/wireframe/que-es-wireframe/>
- Mocholi, A. (2016). Lo que el marketing le debe al diseño gráfico. Ana Mocholi. Recuperado de: <https://anamocholi.com/marketing-y-diseno-grafico/>
- Molano, J. (2023). Qué son las relaciones públicas: tipos, elementos y objetivos. Recuperado de:

<https://blog.hubspot.es/marketing/relaciones-publicas>

- Molvinger, A. (2022). Qué es Wix: funcionalidades, ventajas y desventajas para tu proyecto. Inboundcycle. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-wix>
- Pérez, C. (2019). Significado de los colores: la Psicología del Color de Eva Heller. España Diario. Recuperado de: <https://espanadiario.tips/consejos/significado-los-colores-psicologia-del-color>
- Ridhamalik, A. (s.f). Laqula DEMO Font. Recuperado de: <https://www.1001fonts.com/laqula-demo-font.html>
- Santos, D. (2023). Publicidad en Instagram: cómo funciona y cómo crearla paso a paso. Hubspot. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-publicidad-instagram>
- Soto, J. (2020). ¿Qué es Instagram y para qué sirve?. Geeknetic. Recuperado de: <https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>
- Tesis y Máster. (2022). Te contamos cómo se redactan los agradecimientos de la tesis. Recuperado de: <https://tesisymasters.mx/agradecimientos-tesis/>
- Tripadvisor. (2024). Encuentra cosas que hacer en cualquier lugar. Recuperado de: <https://www.tripadvisor.com.ve/Attractions>
- Valdez, A. (2022). Cómo Tik Tok ha superado a YouTube. Dinametra. Recuperado de: <https://www.dinametra.com/blog/como-tiktok-ha-superado-a-youtube>
- Ventura, B. (2018). 5 estrategias para una mejor publicidad en Instagram. Cyberclick. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/5-estrategias-para-una-mejor-publicidad-en-instagram>
- Wix Blog. (2017). 7 Trucos del Editor Wix que te harán la vida más fácil. Recuperado de: <https://es.wix.com/blog/2017/09/7-trucos-del-editor-wix-que-te-haran-la-vida-mas-facil/>



# ANEXOS

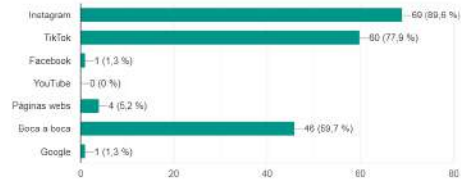
## Encuestas



¿Dónde buscas los diferentes planes que hay para salir en Caracas?

Copiar

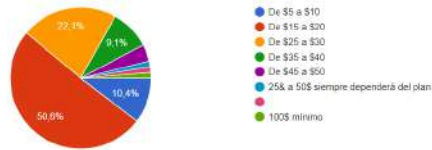
77 respuestas



¿Cuánto sueles gastar al salir? (Una sola salida)

Copiar

77 respuestas



¿Qué lugares sueles visitar para divertirte, distraerte, pasar el rato con amigos, familiares y más? (Decir nombres de los locales. Cuenta también discotecas, restaurantes, etc.)

56 respuestas

- void, pizza, rodizza, poke212
- 
- Trasnocho Cultural, eventos de Cusica (en los chorros), lugares que tengan promos de birras (Millers, Taf, Terrazas Beer), comer helado (Bambola, KFC, Kronuts)
- No salgo mucho, cuando lo hago trato de que sea un lugar distinto
- mookah, modo, canchas de pádel
- Restaurantes
- ECO, Barriot, foodkart, terrazas beer
- Cantina, Eco, etc
- Modo, moda, cca meat, mila, clubs de padel

Página Web



INICIO



BOTONES



MENÙ



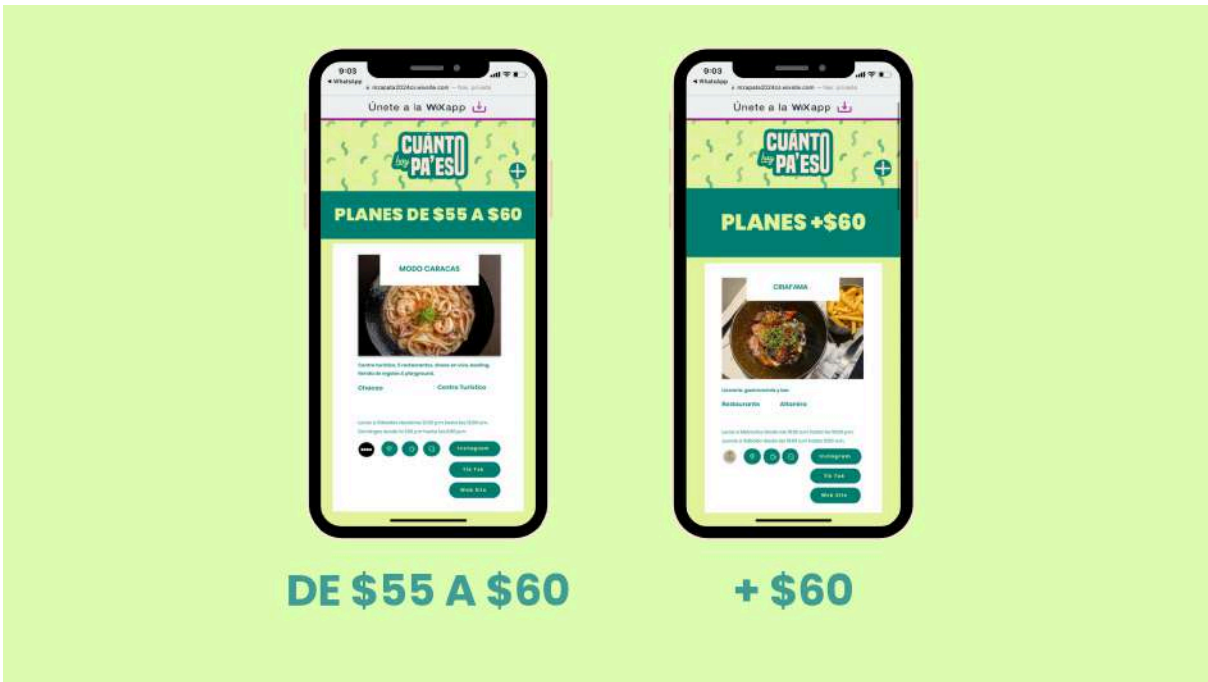
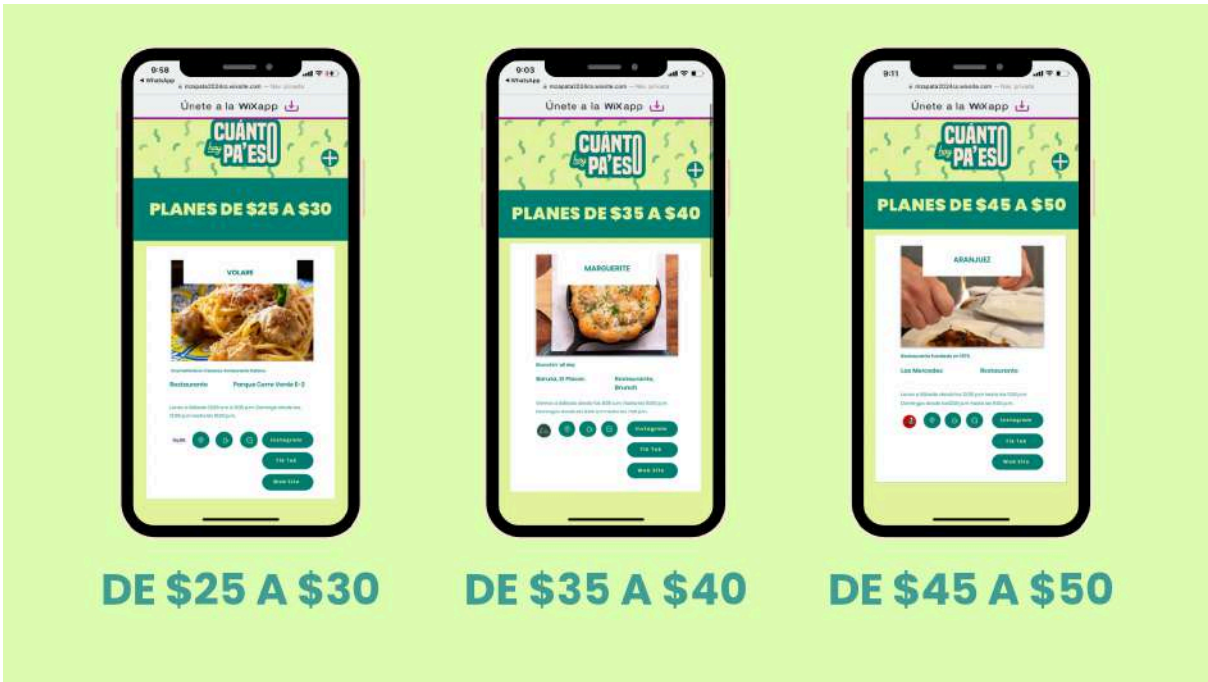
NOSOTRAS



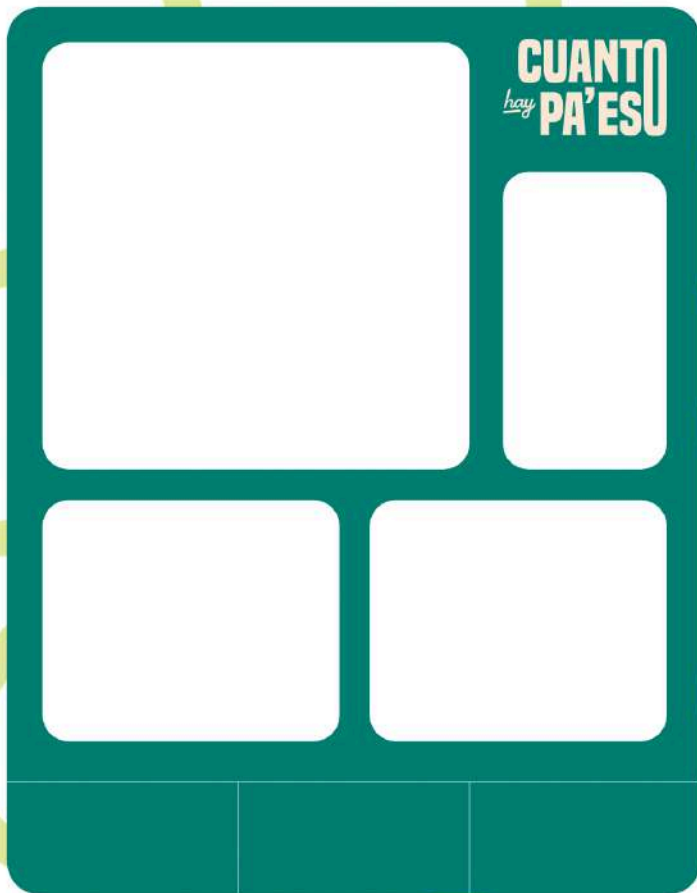
DE \$5 A \$10



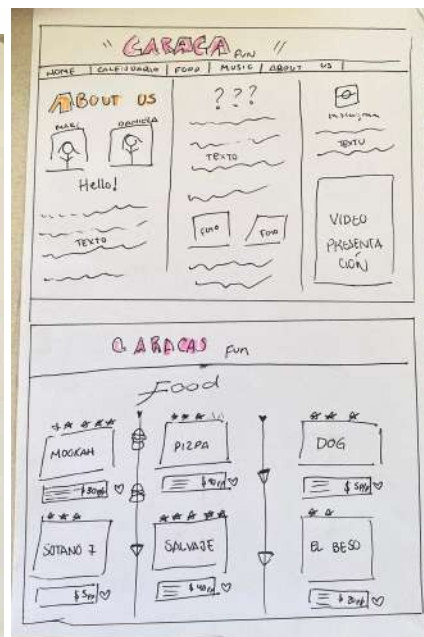
DE \$15 A \$20



Plantillas para Posts de Instagram



**Bocetos**



**Sesión de fotos**





## Instagram

cuanto.haypaeso ▾ • + ☰

Nota...  
**CUANTO**  
by **PA'ESU**  
+

6 publicaciones   175 seguidores   3 seguidos

Cuánto hay Pa' eso? 🤔  
¿Quieres salir pero tienes un presupuesto justo?  
¡Llegaste al lugar adecuado!  
By: @cacernessdani & @mari.zap 🌈  
Ver traducción

Editar   Compartir perfil   🔍

📱 📅 👤

🏠 🔍 + 📅 🌐

## Tik Tok



## Material POP





