



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE MEDIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
PÁGINA WEB QUE CONSTA DE SEIS SECCIONES ÚNICAS EN EL MERCADO
ACTUAL VENEZOLANO QUE PROMUEVA LA COCINA DE MANERA FÁCIL,
RÁPIDA Y SENCILLA OFRECIENDO RECETAS DESDE DOS HASTA CINCO
INGREDIENTES**



Autores:

Colangelo Aguiar, Mariangela

Gallardo Montilla, María Laura

Profesor Coordinador:

Bograd Lamberti, Sasha Marianne

Caracas, 15 de marzo de 2018

Agradecimientos

A Dios como ser creador, por ser la base de nuestra moral, por permitirnos despertar cada día con vida, salud, fuerza y empeño; para que todos los avances personales sean momentos de aprendizaje, en el cual crecemos como personas y por habernos permitido culminar este proyecto.

Gracias a nuestros padres por ser los principales motores de nuestros sueños, les agradecemos por confiar y creer en cada una de nosotras. Por ser nuestros guías a lo largo de nuestra carrera siendo un pilar fundamental y de gran ayuda. Por enseñarnos, con su comprensión y dedicación que en la vida todo se logra con fé y amor, que nada es imposible a pesar de los obstáculos que encontremos en el camino.

A nuestras hermanas y familia por su apoyo incondicional en el que día a día se preocupaban por el avance y desarrollo de este proyecto, son de gran apoyo, ejemplo y constancia. Gracias por brindarnos todas las herramientas para ser mejores personas. Por ofrecer su ayuda sin dudar de nosotras, motivarnos y celebrar nuestros éxitos.

A nuestra tutora, Sasha Bograd, por cada detalle y momento dedicado para aclarar cualquier tipo de duda que surgiera. Por la caridad y la buena disposición que sostuvo durante estos meses de arduo trabajo. Queremos agradecerle porque más que una tutora, fue una persona que supo brindarnos su apoyo y consejo en todo momento, convirtiéndose en un gran ejemplo para nosotras, por su profesionalismo, dedicación y motivación.

Por último pero no menos importante, gracias a la Universidad Monteávila, nuestra casa de estudio por habernos permitido formarnos en ella. A nuestros

profesores, que a lo largo de la carrera nos prepararon y ayudaron a lograr esta meta tan importante en nuestras vidas. Sin su aporte no estaríamos aquí, gracias a todos. También a esas personas que fueron partícipes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, fueron los responsables de realizar su pequeño aporte, que el día de hoy se ve reflejado en la culminación de nuestro paso por la universidad.

Índice de contenidos

1. Resumen.....	1
2. Presentación del proyecto.....	2
3. Estrategia.....	7
3.1 Justificación.....	12
4. Propuesta.....	15
4.1. Aspecto editorial.....	15
4.2. Contenido.....	19
4.3. Aspectos gráficos.....	24
4.3.1. Teoría del color.....	24
4.3.2. Portada.....	26
4.3.3. Tipografía.....	27

4.3.3.1. Títulos.....	27
4.3.3.2. Textos.....	28
4.3.4. Aspecto exterior.....	28
4.3.5. Materiales.....	28
4.3.6. Ubicación de la publicidad.....	29
4.3.7. Criterios de las imágenes.....	32
4.4. Planificación estratégica.....	35
4.4.1. Resumen ejecutivo.....	35
4.4.2. Identificación del proyecto.....	35
4.4.3. Definir el target.....	36
4.4.4. Mercados y competencias.....	37
4.4.5. Ventajas competitivas y oportunidades en el mercado.....	40

4.4.6. Análisis DOFA.....	41
4.4.7. Estrategia de distribución.....	42
4.4.8. Publicidad y promoción.....	42
4.4.9. Modelo de negocio.....	46
4.4.10. Filosofía de gestión.....	47
4.4.11. Organigrama.....	50
5. Plataforma digital.....	52
6. Logotipo del proyecto.....	54
7. Maquetación del proyecto.....	57
8. Presentación de contenido.....	59
8.1. Textos.....	59
9. Conclusiones.....	60

10. Recomendaciones.....	62
11. Referencias bibliográficas.....	64
12. Anexos.....	75
Anexo 1.....	75
Anexo 2.....	87
Anexo 3.....	88
Anexo 4.....	89
Anexo 5.....	90
Anexo 6.....	91
Anexo 7.....	93
Anexo 8.....	95
Anexo 9.....	99

Anexo 10.....	102
Anexo 11.....	104
Anexo 12.....	107
Anexo 13.....	108
Anexo 14.....	109
Anexo 15.....	110
Anexo 16.....	112
Anexo 17.....	115
Anexo 18.....	117
Anexo 19.....	120
Anexo 20.....	123

1. Resumen

La página web “Tua Chef” consistirá en la elaboración de una propuesta de estrategia de diseño de medios, la cual será un recetario online que se caracterizará por el número de ingredientes que tendrán las recetas publicadas, estas serán de mínimo dos ingredientes y máximo cinco. Será dirigida para un público que oscila entre los quince (15) y treinta (30) años de edad, localizados en Caracas, Venezuela que cuenten con acceso a la Internet y deseen consultar recetas. Se debe recalcar que el público objetivo son personas poco experimentadas y sin tiempo para cocinarse.

En el siglo XXI la Internet se ha convertido en eje fundamental como herramienta comunicacional. Es por eso que la mejor manera de transmitir un recetario de pocos ingredientes, es a través de esta plataforma logrando un alcance inmediato de la audiencia sin mayor dificultad. La “Web 2.0¹” hace énfasis a un contenido generado por un usuario permitiéndole interactuar y colaborar. Incluye redes sociales, blogs, aplicaciones web, y otros medios de interacción virtual.

La página “Tua Chef” estará conformada por seis (6) secciones (2 ingredientes – 3 ingredientes – 4 ingredientes – 5 ingredientes – Impacto Social - Sociedad Venezolana). Las recetas estarán distribuidas según el número de ingredientes que lleven. “Impacto Social” servirá para ayudar y promocionar a distintas fundaciones venezolanas que cocinan para personas en situación de calle y “Sociedad Venezolana”, para dar a conocer y promocionar a cocineros emprendedores venezolanos.

¹ Web 2.0: Fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet. Extraído de: <https://definicion.de/web-2-0/>

2. Presentación del proyecto

“Tua Chef” consta de la elaboración de un plan de estrategia de diseño de medios, que se basa en crear una propuesta para una futura página web donde se encontrarán numerosas recetas culinarias sencillas, fáciles y prácticas.

Contará con seis secciones, cada una se diferenciará por el número de ingredientes que contiene la receta, puesto a que hace más fácil y rápida la consulta en la página web de “Tua Chef”. Es por esto que el uso de una plataforma 2.0 es la más indicada para obtener buenos resultados en cuanto a calidad de contenido y eficiencia en las publicaciones.

La cocina es un tema de interés en Tua Chef por la necesidad instintiva que se tiene de comer y la satisfacción que se obtiene al probar nuevos ingredientes y experimentar en la cocina; por lo que se considera que a muchos otros adolescentes y adultos jóvenes les resultaría productivo contar con una página web donde se proporcione recetas sencillas y rápidas. Al formar parte de la generación 2.0, se domina este tipo de plataformas, pues se suele utilizar al hacer cualquier tipo de consulta y a su vez se le da uso a la Internet por la rapidez. Además, al ser estudiantes de “Comunicación Social” se tienen conocimientos sobre el diseño gráfico, materia que ha sido cursada en segundo año de la carrera universitaria, que será de utilidad para la realización de estrategias de diseño y creación de contenido digital.

“Tua Chef” será más visitado que la competencia puesto que no se requiere de muchos ingredientes para la elaboración de sus recetas e irá dirigido a un target de nivel alto² (“A” y “B”).

² Nivel alto: viven con holgura y lujo no carecen de nada. Extraído de: Estudio del Centro de Estudios Ayuuk sobre la Segmentación de Mercados.
<http://www.bib.uia.mx/gsd/dochig/didactic/EstudiosEmpresariales/mer002.pdf>

El público al que va referido este Proyecto Final de Carrera, son hombres y mujeres entre 15 a 30 años de edad, que pertenezcan a las clases sociales antes mencionadas y que vivan en Venezuela. Además, estas personas consultarán la página por su ajustado tiempo de agenda y la necesidad de hacer algo rápido que no requiera de mucha elaboración; también se dirige a los principiantes que están comenzando en el mundo culinario antes de hacer recetas más elaboradas. En cuanto a localización, el público objetivo se encuentra en Caracas, Venezuela, promoviendo a los emprendedores caraqueños. Sin embargo, “Tua Chef” no cierra sus puertas a otros usuarios que deseen usar la página puesto que la misma promueve un alcance mundial por su fácil acceso, aunque se enfoca únicamente en Caracas por sus ingredientes, profesionales en el área y estilo de vida.

Se elige realizar una página web, puesto que hoy en día se pertenece a la generación 2.0 y, si se requiere de alguna consulta, lo primero que se pensará es en acceder a una página web. Según las fuentes “NuboMarketing³” y “Tendencias Digitales⁴”, este año se publicó que el 55% de los venezolanos visitan constantemente la Internet; de los cuales el 45% tienen entre 18 y 35 años de edad, es decir, a quien “Tua Chef” se dirige.

Las publicaciones de la página web se realizarán una vez por semana, específicamente los días lunes. Los días martes se realizará una lluvia de ideas de propuestas para la siguiente receta y además se ejecutará la supervisión del contenido colgado el día anterior. Los días miércoles se hará una reunión para establecer la receta que se llevará a cabo para la siguiente semana y se irá al mercado para comprar los ingredientes frescos que esta amerite. El día jueves se

³ NuboMarketing: Blog de marketing online.

⁴ Tendencias Digitales: Empresa de investigación especializada en información y análisis de mercados digitales en Latinoamérica.

grabará el video de la preparación de la receta. Por último, el día viernes se editará el video y se elaborará contenido para publicaciones que se colocarán durante toda la semana en las redes sociales de Instagram y Facebook. Adicionalmente a las actividades antes planteadas, estos serían de la receta promovida esa semana, del emprendedor y de la fundación caraqueña del mes.

Según el portal www.postcron.com⁵; el mejor momento de la semana para publicar contenido en la Internet son los días lunes en la mañana, aproximadamente a las 11:00 am. Es por esta referencia que se decide el momento y la hora de publicación. Los días martes serán los días de supervisión del contenido, ver respuesta de los usuarios que se considerarán a la hora de generar nuevas recetas para la semana siguiente.

Las publicaciones de las recetas en la página contarán con tres partes⁶:

1. El título sencillo y corto del nombre del plato junto a una foto con el resultado final de la receta.
2. Video de la preparación de la receta que muestre los ingredientes junto con las cantidades a medida que se van utilizando en los procedimientos hasta obtener el resultado final. Para evitar posibles errores a la hora de publicar un contenido, se realizará un proceso de preproducción, producción y postproducción.
3. Se compone por el texto de la publicación, primer texto que serán los ingredientes que se requieren para la elaboración del plato, es decir, la receta detallada y un segundo texto en donde se colocarán los beneficios que aportan cada uno de los ingredientes utilizados.

⁵ www.postcron.com: Portal web utilizado como herramienta de programación en redes sociales.

⁶ Para ver una propuesta de publicación, vea el anexo 11.

Se hará uso de redes sociales para promover y promocionar las recetas, por ser gratuitas y con alta afluencia de usuarios en la actualidad; para una mejor efectividad, las publicaciones se llevarán a cabo en horas claves donde más personas visitan las redes sociales. Cada red social tiene ciertos horarios en los que es más conveniente publicar por su gran afluencia de visitas e impresiones. En este caso, las que se usarán son: Instagram y Facebook. Para obtener un mayor seguimiento e impulso de la página, se decidió publicar en ellas todos los días.

Teniendo en cuenta estudios de Dan Zarrella⁷, famoso científico de redes sociales, publicadas en el portal postcron.com, en cuanto a la red social Facebook por ser más familiar, es recomendable publicar contenido en horas no laborables. Por ello se publicará a las 6:30 pm todos los días, ya que entre semana es la hora en la que las personas empiezan a llegar a sus casas luego de su jornada laboral y los fines de semana suelen estar a esa hora descansando en sus respectivas casas o prontos en llegar si salieron. Para las publicaciones en Instagram se utilizará de referencia al portal web multiplicalia.com⁸ en donde muestra estudios de que la mejor hora para publicar en esta red social es alrededor de las 3:00 pm los días de semana y los fines de semana en la tarde, sin pasarse de las 8:00 pm. Es por esto que se decide publicar en Instagram a las 5:00 pm todos los días.

Para promover el talento nacional, “Tua Chef” contará con un apartado que llevará por nombre “Sociedad Venezolana” en donde cada mes se hablará sobre un emprendedor venezolano dentro del ámbito de la cocina. Se publicará una pequeña

⁷ Dan Zarrella: especialista en el desarrollo web y combina sus capacidades de programación con una pasión por el marketing social para estudiar el comportamiento de los medios de comunicación social desde una posición de los datos respaldados y enseñar a los vendedores con base científica las mejores prácticas.

⁸Multiplicalia.com: Empresa especializada en posicionamiento web y diseño de tiendas online que se encuentra en el top 3 de los mejores resultados en las búsquedas de Google.

biografía, un poco sobre su experiencia en este campo, sus especialidades y el nombre de alguna receta de pocos ingredientes que ellos conozcan. Esto se actualizará los primeros (1) de cada mes, es decir, cada mes será expuesto un emprendedor nuevo con talento en la cocina venezolana, teniendo seguimiento de su feedback a lo largo del mes a través de la página web y de las redes sociales.

Además, habrá otro apartado, que se denominará “Impacto Social”, en el cual se escogerá aleatoriamente una fundación caraqueña que alimente a personas de escasos recursos, con el fin de darlos a conocer y además que ellos tengan la posibilidad de publicar los ingredientes que utilizarán para la realización de las próximas comidas que llevarán a cabo, de manera tal que si alguno de los lectores desea colaborar donando alimentos, lo puedan hacer a la dirección de la sede principal de la fundación y así ayudar a la sociedad. Este perfil se publicará los primeros (1) de cada mes, al igual que la sección “Sociedad Venezolana”. Teniendo seguimiento de su feedback a lo largo del mes a través de la página web y de las redes sociales. Más adelante, en el apartado de estrategia se explicarán con más detalle estas secciones.

3. Estrategia

“Tua Chef” se enfocará en un plan estratégico de medios, que tenga como objetivo la propuesta para la creación de una página web de recetas fáciles y prácticas de pocos ingredientes. La intención fundamental de la misma es publicar semanalmente un artículo con una receta de mínimo dos (2) y máximo cinco (5) ingredientes. Cada publicación contará con el respectivo nombre de la receta, una foto de cómo luce la receta una vez finalizada, un corto video de su preparación donde saldrán los ingredientes con sus cantidades, la receta detallada y por último los beneficios de sus ingredientes.

Para la propuesta de la creación de la página web deben seguirse los siguientes pasos, donde se muestran detalladamente los procedimientos a desarrollar para posteriormente realizar la publicación de los artículos:

- **Tener el nombre de la página:** El nombre debe ser sencillo y fácil de recordar, de manera que el consumidor lo tenga siempre presente y acorde con el contenido a publicar. Se llamará “Tua Chef” ya que “Tua” es el artículo femenino italiano que hace referencia al artículo “Tu”, tomando en cuenta que las dos integrantes del proyecto son mujeres y “Chef” que es una palabra de origen francés, que significa “jefe de cocina”.
- **Crear una página web en algún portal online sin dominio:** Esto permite crear y modificar cuantas veces sea necesario la página web sin necesidad de pagar por ella hasta el momento en que se decida lanzar al aire. Como ejemplo, se encuentran las plataformas Wix.com o Wordpress.com, que permiten la creación de sitios web sin necesidad de pagar un dominio.
- **Crear un logo, personalizar el diseño de la página web, escoger los colores y la tipografía que se utilizará en la página web de acuerdo a la**

imagen corporativa: Con esto se quiere marcar la identidad de lo que sería la página y darle un aspecto distintivo.

- **Contenido antes del lanzamiento de la página web:** Antes del lanzamiento se tendrá una lista de recetas posibles, para que el martes cuando toque el proceso de selección se pueda definir la primera receta que será publicada en la página. Más adelante en el apartado ocho (8) se desglosará el contenido de la página web.
- **Secciones:** Permite agrupar las recetas acorde al número de ingredientes de su elaboración, que es la principal característica distintiva. Las secciones en total son seis (6), las recetas de dos (2), tres (3), cuatro (4) y cinco (5) ingredientes. Además de las secciones de “Sociedad venezolana” e “Impacto Social”.

A continuación, se listan los elementos necesarios a contemplar para la creación de los artículos y videos de la página:

- **Cámara:** Las integrantes de “Tua Chef” cuentan con una (1) cámara Nikon D3300 la cual permite realizar la grabación de los vídeos con un carácter óptimo.
- **Edición:** La función de este segmento es consolidar de forma atractiva el material audiovisual, previamente grabado, que se desea presentar a la audiencia, de manera que los seguidores no solo disfruten cada segundo del video por el contenido del mismo, sino también por la ejecución y la experiencia audiovisual que se genere al verlo.
- **Locación:** Dos cocinas pertenecientes a ambas integrantes de “Tua Chef” ya que cuentan con un buen espacio y una escena luminosa.

- **Música:** Se colocará mediante la edición, el video en MUTE y se escuchará una música de fondo rápida y alegre, además la música es uno de los elementos claves para enganchar a la audiencia. Más adelante se desglosan algunas opciones de canciones con derecho libre de autor que serán utilizadas para los videos.
- **Publicaciones:** Es de suma importancia, cumplir con las publicaciones de manera periódica, ya que permite mantener continuidad del proyecto, y a su vez generar contacto y fidelidad con los seguidores. Las recetas se publicarán una vez por semana. Incluirá el nombre de la receta como título, un video de la preparación, la receta detallada y finalmente un texto en donde se desarrollan los beneficios de los ingredientes.
- **Branding:** El branding es lo que establece la identidad a la empresa según Begoña González, experta en estrategia de marketing. Creando una marca para la página web “Tua Chef” permite establecer la identidad de la misma.
 - La marca debe ir de la mano con el contenido que se publica en la página web, es de gran importancia transmitir la esencia que espera la audiencia.
 - La imagen de la marca debe permanecer en el tiempo.
 - Para medir el branding en las redes sociales, se debe ver la magnitud de la interacción que tienen los seguidores en las publicaciones, esa es la manera más eficaz de dar por hecho el conocimiento de la marca y además de que los seguidores entiendan la filosofía de la misma.
 - Es de suma importancia el enfoque en causar emociones, ya que una de las principales características del branding según Kevin Roberts en

su libro “LoveMarks”⁹ es causar emociones en el consumidor, eso produce mejores colaboradores, clientes más inspiradores, los mejores socios y los consumidores más fieles.

- “La emoción nos lleva a la acción, mientras que la razón nos lleva a elaborar conclusiones” cita del neurólogo Donald Calne.
- **Colaboraciones:** En la sección de “Sociedad Venezolana” se puede tomar en cuenta aportes de otros chefs emprendedores de Caracas, para promocionar la página web y acuerdos con marcas que vayan de la mano con la identidad de “Tua Chef”, de manera que funcione como beneficio mutuo.

Presupuesto mensual de ingredientes

Número de ingredientes de la receta	Ingrediente	Cantidad necesaria	Costo Bs	Tasa de cambio	Costo \$
2 Ingredientes: Trufas de chocolate	Chocolate leche de repostería	700gr	1.400.000	206.000,00	6,80
	Queso crema	250gr	350.000	206.000,00	1,70
3 Ingredientes: Tarta de queso japonesa	Huevos	3 unidades	60.000	206.000,00	0,29
	Chocolate blanco de repostería	120gr	240.000	206.000,00	1,17
	Queso crema	250gr	350.000	206.000,00	1,70
4 Ingredientes: Bruschetta	Pan campesino	1 unidad	50.000	206.000,00	0,24
	Tomate	2 unidades	15.000	206.000,00	0,07
	Albahaca	1 manojo	40.000	206.000,00	0,19
	Queso Mozzarella	250gr	170.000	206.000,00	0,83
5 Ingredientes: Pastel de plátano frito	Plátano	4 unidades	80.000	206.000,00	0,39
	Huevo	3 unidades	60.000	206.000,00	0,29
	Leche	1 litro	120.000	206.000,00	0,58
	Acelte para freir	1 litro	240.000	206.000,00	1,17
	Queso tipo Santa Bárbara	250gr	200.000	206.000,00	0,97
Totales:			3.375.000		16,38

“Tua Chef” al tener 4 secciones distintas de números de ingredientes, sacó su presupuesto de forma mensual, ya que es la mejor manera de tomar en cuenta un tipo de receta de cada clasificación. Anexo se verá un esquema donde muestra un ejemplo de cómo sería el recetario total durante cuatro semanas, en el cual se tomará en cuenta los precios de cada receta para cada uno de los lunes

⁹ Roberts, Kevin. (2004). *Lovemarks: el futuro más allá de las marcas*. España. Editorial: Empresa Activa.

correspondientes comenzando desde el lunes doce (12) de febrero y finalizando con el lunes cinco (5) de marzo. Las recetas se aprecian junto con sus respectivos ingredientes, cantidades y precios tanto en bolívares como en dólares (lo que estaba en esa fecha el dólar paralelo¹⁰) ya que a pesar de que no sea la moneda venezolana, es la única manera de dar un costo que sirva como referencia más adelante, ya que la devaluación del Bolívar Fuerte impacta directamente en la inflación y los precios suben diariamente.

Estrategia de plan de medios

Cualquier idea de negocio (incluyendo “Tua Chef”) requiere de un plan estratégico, de análisis del mercado, publicidad, formas de venta, conocimiento legal y muchos otros puntos; tomando en cuenta siempre la creatividad, innovación e imaginación, atacando de alguna manera a un público selecto que esté interesado en consumir esa idea. Así mismo, debe estar dirigida hacia adelante, con una visión a futuro y visualizarse claramente desde el punto de inicio. Este concepto se enfoca en una visión a corto, mediano y largo plazo, donde se busca estudiar y concluir qué tiempos son apropiados para preparar cada receta.

Según el portal www.mercadeoypublicidad.com¹¹, Maximiliano Borla y el portal ideativa.com.mx definen a la estrategia en el plan de medios como el conducto a través del cual el mensaje llegará al receptor adecuado¹². Además la

¹⁰ Dólar paralelo: es aquel que se comercializa fuera de los parámetros de la ley, y es realmente de gran incidencia en la cotización del dólar. Extraído de: <http://cambiobolivar.com/el-dolar-paralelo/>

¹¹ Es un portal de contenido especializado en el amplio ámbito que comprende el mercadeo (Marketing), la publicidad, la comunicación y las artes gráficas a nivel hispano y claramente centrado en la creatividad, la innovación y la búsqueda de nuevas y diferentes miradas sobre nuestros tópicos y reunir a las mejores empresas y profesionales de la región, convirtiéndose en un lugar único y una experiencia para el intercambio de ideas y proyectos. Extraído de: <http://mercadeoypublicidad.com/AcercaDeMyP/QuienesSomos.php>

¹² BORLA, M. & ideativa.com.mx. (2007). *Mercadeo y Publicidad: Estrategia o Plan de Medios*. Extraído de: <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6531>

estrategia tiene como fin analizar y evaluar los valores cuali-cuantitativos de los medios genéricos en función de las necesidades de comunicación. El “qué” se debe comunicar y el “cómo” comunicar.

La estrategia evalúa los medios genéricamente y en función de que sean los mejores vehículos para llevar el “cómo” a un sector definido de potenciales compradores. En la estrategia existen un número importante de factores. Uno es el Grupo Objetivo.

Según la RAE, la “estrategia” es un proceso que se establece de manera regular y que a su vez asegura una óptima decisión para realizar o conseguir los objetivos deseados. Vienen a ser acciones organizadas que se orientan a un objetivo predeterminado. Entonces, cuando se habla de una estrategia de medios se refiere a un plan de acción para hacer llegar el mensaje con énfasis y lograr un gran alcance dentro del perfil de los consumidores y sobre todo, al menor costo posible.

3.1 Justificación

¿Por qué “Tua Chef”?

Dos mujeres componen este Proyecto Final de Carrera, ambas tienen en común un gran interés por la cocina y han aprendido a cocinar sin estudiar sobre el tema; por lo que su objetivo principal es compartir sus conocimientos con otros, enseñándoles a las personas que no hace falta ser chef para saber cocinar bien, y de manera rápida y sencilla. También brindarles ayuda a todas aquellas personas que tienen el mismo interés pero no han desarrollado esas habilidades o simplemente para brindarles nuevas recetas y técnicas a las que ya tienen conocimiento.

Es por ello, que se establece un formato base de contenido de recetas fáciles y prácticas para posteriormente avanzar con la búsqueda de ingredientes, materiales para llevar a cabo la grabación y finalizar con la publicación del artículo.

Motivación humana

Según Abraham Maslow, psiquiatra y psicólogo estadounidense, existe una jerarquía de necesidades humanas, en donde las que se encuentran en la parte superior de la pirámide (autorrealización o autoactualización) ocupan toda la atención de la persona sólo cuando se han satisfecho las necesidades de la base de la pirámide (necesidades básicas como la alimentación). Véase en el anexo 2 la pirámide de Maslow detallada.

El estudio y teoría de este gran personaje de la historia llevó a quienes realizan este Proyecto Final de Carrera a centrarse en una de las necesidades básicas más importantes de los seres humanos, la cual es la alimentación. Por lo tanto "Tua Chef" tiene como objetivo principal enfocarse en el profesionalismo y crear un sentimiento motivacional, que impulse a cocinar recetas de pocos ingredientes, mediante un video que demuestra el paso a paso y así promover la innovación (por conocer nuevas recetas), el conocimiento, la educación y sobre todo, motivar a quienes visiten la página web, siempre considerando que no hace falta ser chef para saber cocinar.

De problemas a soluciones

A diario se trata con problemas, sean pequeños o de gran tamaño, lo importante es la actitud que se toma frente a estos y solventarlos. Es por ello que es

necesario definir los obstáculos, y considerar convertirlos en soluciones posteriormente, definiendo los objetivos comunicativos.

Para solventar los problemas que se presentan diariamente, independientemente de su grado de dificultad, se requiere de actitud y forma de pensar. Para esto se toma en cuenta un proceso, tanto a diario como para los problemas centrales identificados: el sentido común. En primer lugar luego de haber definido los obstáculos, será posible considerar el convertirlos en soluciones, definiendo los objetivos comunicativos. En ocasiones, esa situación se soluciona con ideas innovadoras, las cuales parten del potencial creativo de cada persona para resolver situaciones diarias.

4. Propuesta

La propuesta de “Tua Chef” es de corte de estrategia de diseño de medios digital, por lo que deben cumplirse los siguientes puntos:

4.1 Aspecto editorial:

Se buscan las técnicas, métodos y medios para tratar temas específicos. Esta es una etapa crucial en el diseño estratégico de la comunicación, ya que ahí inicia la intervención comunicativa. Los enfoques y medios de comunicación son de suma utilidad ya que nos permite determinar la dirección de la comunicación para de esa forma obtener mejores resultados. Por esto, se especifican distintos tipos de direcciones comunicativas que plantean qué tipo de información desea enviarse y de qué modo:

Modo de diseño de mensajes

- Información: transmitir datos que proporcionen cierto tipo de información de manera específica sobre un tema en concreto.
- Promoción: busca informar y educar a la audiencia creando la adopción de ideas, conceptos o conductas para que tengan la capacidad de cocinar.
- Cabildeo: se adopta dicho enfoque para crear un ambiente favorable que genere sensibilidad a cierto tema.

Modo de diseño didáctico

- Educación: aumentar conocimiento, comprensión y cambio de actitudes a través del aprendizaje. Puede darse tanto a nivel individual como a nivel grupal.
- Experiencia: aumentar las destrezas de la persona dando la oportunidad de experimentar. Se centra en una destreza práctica, más que en el conocimiento teórico, como en la educación. Por ello, se busca experimentar para permitir que se adopte una nueva idea al finalizar el proyecto.

Tras haber detallado cada forma comunicativa, puede concluirse que “Tua Chef” desea mantener una comunicación de corte informativo, ya que busca transmitir información sobre un tema concreto (la cocina). Persuasivo y promocional, de manera que se pueda influenciar y dar opciones de conductas a las personas que nos tomen como su página principal a la hora de cocinar; de esa forma aumentará el aprendizaje y el desarrollo de cada persona en esta área tan vital para cualquier persona.

Tua Chef contará con seis (6) secciones: sección 1: recetas de dos (2) ingredientes, sección 2: recetas de tres (3) ingredientes, sección 3: recetas de cuatro (4) ingredientes, sección 4: recetas de cinco (5) ingredientes, sección 5: “Sociedad venezolana” y sección 6: “Impacto Social”.

La línea editorial según las secciones de la página web, se guiaría por las siguientes características:

- **Recetas de dos (2) ingredientes:** Se realizarán recetas con dos ingredientes, saladas o dulces. La idea es que la audiencia se sienta atraída

al ser recetas deliciosas. Cada artículo de esta sección contará con su título, una foto final del plato, un breve video de la preparación, la receta y una descripción de los beneficios de los dos (2) ingredientes.

- **Recetas de tres (3) ingredientes:** Se llevarán a cabo recetas deliciosas tanto saladas como dulces con este número de ingredientes que sean atractivas para la audiencia, siempre tomando en cuenta que serán recetas sencillas y rápidas. Cada artículo de esta sección contará con una foto final del plato, un breve video de la preparación, la receta y una descripción de los beneficios de los tres (3) ingredientes.
- **Recetas de cuatro (4) ingredientes:** En esta sección las recetas comienzan a requerir más ingredientes, es por ello que probablemente tengan un poco más de grado de dificultad a comparación de las nombradas anteriormente. Cada artículo de esta sección contará con una foto final del plato, un breve video de la preparación, la receta y una descripción de los beneficios de los cuatro (4) ingredientes.
- **Recetas de cinco (5) ingredientes:** Al ser la sección con las recetas con más cantidad de ingredientes, serán las más atractivas y retadoras. Sin embargo contarán del toque representativo de “Tua Chef”, recetas asombrosas, sencillas y prácticas para el día a día de la audiencia. Cada artículo de esta sección contará con una foto final del plato, un breve video de la preparación, la receta y una descripción de los beneficios de los cinco (5) ingredientes. Véase en el anexo 11 un ejemplo de este artículo.
- **Sociedad venezolana:** “Tua Chef” tendrá una sección para el emprendimiento o talento venezolano del mes. La sociedad venezolana tiene como característica innata, la creatividad. Debido a esto, parece significativo

tener un espacio para dar a conocer a estos talentos de nuestro país. Se hará uso de una breve información estilo biografía de la persona y el nombre de alguna receta de pocos ingredientes que ellos conozcan. Así teniendo un pequeño perfil de emprendedores venezolanos que están nuevos en este ámbito y puedan contar con nuestro apoyo. Por ejemplo: Mercedes Grau Guinand (repostera nacida en Caracas, Venezuela) su instagram es: @mercedesgrau y también cuenta con página web: www.mercedesgraureposteria.com/web/.

- **Impacto Social:** Para “Tua Chef” es importante la sociedad, en especial, los venezolanos, es por ello que toma en cuenta a las fundaciones que se desenvuelven en esta área. Se realizará una investigación mensual sobre fundaciones en la ciudad de Caracas que ayuden a los más necesitados y les brinden alimentos. La idea es tener una ventana de concientización social y así ellos puedan recibir ayuda a la hora de la recolección de ingredientes para las comidas que reparten o de personas que deseen asistir y ayudar tanto a cocinar como a repartir dicha comida. De esta manera no solo se apoyará a la audiencia con recetas fáciles y prácticas, también favorecerá a los más necesitados. Un ejemplo de esta sección podría ser la fundación: “Sonrisas de Esperanza”.

Los lineamientos anteriormente expuestos proporcionan un abreboca acerca de la forma en la cual se podrá abordar cada sección de la página web. Los ejemplos de cada sección se ubican en el apartado siguiente “Contenido”.

4.2 Contenido:

Según datos ofrecidos por un estudio de Street Marketing Digital¹³, dice que Venezuela, específicamente, es el noveno país del mundo con mayor uso de redes sociales. Las tendencias en publicidad se han tenido que adaptar al mundo tecnológico y a la búsqueda de mayor interacción, pues son servicios que permiten mercadear y publicar un producto con alto impacto, pero a bajo costo, algo realmente útil para el dueño de empresas, negocios o ideas. El portal IWS¹⁴ (Internet World Stats) nos brinda la información del consumo de usuarios de internet en Venezuela. Hasta junio de 2017 es de 60% de penetración, con una cantidad de 19,155,423 millones de personas. Estas cifras demuestran que los venezolanos utilizan el internet frecuentemente y es por esto que motiva a crear contenido para medios digitales.

Al utilizar como medio para el proyecto una página web, se debe considerar las estadísticas del uso de la Internet en Venezuela, al target al que va dirigido. Según “Tendencias Digitales” en un estudio que publicaron en julio de 2017 dio como resultados que se tiene una interacción de 17.220.192 millones de personas, es decir, del 55% de los venezolanos; de los cuales las clases sociales A, B y C (donde está el target) ocupa el 20% de los venezolanos los cuales probablemente sean los que más pueden ayudar a las fundaciones, además suelen ayudar y estar al tanto de los emprendimientos venezolanos gracias a que usan redes sociales que es donde hoy en día suelen darse a conocer; por otra parte, las edades entre 15 y 30 años ocupan el 55% aproximadamente de los usuarios activos en la Internet en Venezuela.

¹³ <http://streetmarketing.co/>: Agencia innovadora de estrategias digitales y publicitaria venezolana

¹⁴El portal [Internetworldstats.com](http://internetworldstats.com), mejor conocido como IWS es un sitio web internacional que informa sobre el uso mundial actualizado de la Internet, las estadísticas de población, las estadísticas de las redes sociales y los datos de investigación del mercado de Internet, para más de 243 países y regiones del mundo. Extraído de: <https://www.internetworldstats.com/>

Dentro de las ocupaciones que se amerita cumplir para llevar a cabo el portal con todas las secciones pertinentes están:

- Búsqueda de recetas para tomar de ellas nuevas ideas.
- Buscar a las distintas fundaciones venezolanas que ayudan a alimentar a parte de la sociedad venezolana que no tiene posibilidad de tener sus tres comidas diarias correspondientes.
- Coordinar con las distintas fundaciones venezolanas para que informen qué alimentos requerirán dicha semana, de esa manera las personas que deseen ayudar pueden hacerlo y causar un “Impacto Social”, como lleva por nombre dicha sección.
- Buscar y contactar a venezolanos que estén en etapa de crecimiento en el área culinaria, y deseen darse a conocer en la sección de “Sociedad Venezolana”.

Las secciones de las recetas, como bien se explicó en un inicio, contarán con cuatro partes: una imagen, un video, la receta detallada y una sección informativa donde se explica qué beneficios aporta para el cuerpo humano cada ingrediente que se haya utilizado.

Este año 2018 la comunidad de creadores de contenido y plataformas web se dieron cuenta que los videos bien utilizados aumentan la duración de visitas en el sitio web¹⁵, es por esto que el video de los artículos de “Tua Chef” forman parte importante de la página. Tanto visualmente como su parte sonora, por lo tanto

¹⁵ González, H. (2018). Diseño web: tendencias 2018. Recuperado de: <https://www.netbrain.es/tendencias-diseno-web-2018/>

pasará por una edición y se le colocará una música sin derecho de autor apropiada de fondo. Como ejemplos de esta música tenemos:

- Ukulele - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/ukulele>
- Summer - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/summer>
- Jazzy Frenchy - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/jazzy-frenchy>
- Buddy - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/buddy>
- Little Idea - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/little-idea>
- Cute - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/cute>
- Energy - Descargada de página web libre de derecho de autor:
<https://www.bensound.com/royalty-free-music/track/energy>

Para la realización de la página web, se necesitará dos (2) elementos importantes, cruciales para que “Tua Chef” se rijan de manera legal y sin inconvenientes a futuro. Estos elementos son los siguientes:

- Contrato de compromiso e intercambio con fundaciones y personalidades venezolanas: El contrato de compromiso e intercambio es un documento en el que se tiene constancia de que la fundación y el personaje venezolano estarán por un mes de portada en las secciones “Sociedad Venezolana” e “Impacto Social” respectivamente. Aquí un ejemplo del mismo:

CONTRATO DE COMPROMISO E INTERCAMBIO

Por este medio se le otorga el permiso a “Tua Chef” como portal web para que publique la información y el contenido que le proveeré. También podrá hacer uso de ello para realizar publicidad en las redes sociales de la marca. Dicho contenido cuenta con texto e imágenes. Todo el que ingrese a la página web lo podrá ver, comentar y contactar en caso de que lo desee.

Firma del contratante

Firma del contratador

Fecha

- Plan semanal: documento en el cual se establecen las actividades que se realizarán durante las semanas; indicando horario, locaciones, duración de la grabación de los videos, utilería, equipo técnico, etc. Este documento es de suma importancia pues permitirá a “Tua Chef” organizarse dependiendo de la actividad que se efectuará. A continuación un ejemplo de plan semanal para “Tua Chef”.

Día	Hora	Actividad a realizar	Locación	Vestuario	Utilería / Equipo Técnico
Lunes	11:00 am	Se lanza al aire la receta en la página web / Se publica en las redes sociales (Instagram y	La Boyera (casa de una de las integrantes del proyecto).	N/A	Computadora e internet / Celular inteligente con apps de las

		Facebook) una imagen de la receta publicada ese día.			redes sociales (Instagram y Facebook).
Martes	Todo el día	Supervisión del contenido y feedback en la página web / Se publica en las redes sociales (Instagram y Facebook) / Realización de lluvia de ideas de propuestas para la próxima receta.	Sebucán o La Boyera (Casas de las dos integrantes).	N/A	Computadora e internet / Celular inteligente con apps de las redes sociales (Instagram y Facebook).
Miércoles	10:00 am	Reunión para establecer la próxima receta que se realizará / Compra de ingredientes para realizar la próxima receta / Se publica en las redes sociales (Instagram y Facebook).	Sebucán o la Boyera para establecer la próxima receta / Diversos mercados De Caracas.	Vestimenta cómoda.	Carro como medio de transporte y recetario / Celular inteligente con apps de las redes sociales (Instagram y Facebook).
Jueves	08:00 am	Cocinar y grabar la próxima receta / Se publica en las redes sociales (Instagram y Facebook).	Sebucán (cocina de la casa de una de las integrantes del proyecto).	Delantal, gorro de chef y ropa casual cómoda.	Delantal, gorro de chef, cámaras y luces / Celular inteligente con apps de las redes sociales (Instagram y Facebook).
Viernes	Todo el día	Edición de los	La Boyera	N/A	Computadora,

		videos / Elaboración del artículo que saldrá al aire el siguiente lunes / Se elaboran publicaciones para las RRSS de la semana/ Se publica en las redes sociales (Instagram y Facebook).	(casa de una de las integrantes del proyecto).		internet y programas de edición (Adobe Premiere, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop) / Celular inteligente con apps de las redes sociales (Instagram y Facebook).
--	--	---	--	--	--

4.3. Aspectos gráficos

4.3.1. Teoría del color

La teoría del color según vix.com¹⁶ es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas.

En cuanto a la identidad de las empresas, el color es un elemento principal de personalidad. Un mismo color permite innumerables lecturas, un mismo tono puede tener varios valores y matices si su fondo es diferente.

Existen dos formas básicas compositivas del color: la armonía y el contraste. La primera se refiere a la coordinación de los distintos valores que el color adquiere al componerse con los demás elementos de la imagen. En cuanto al contraste, se

¹⁶ www.vix.com (2005 - 2018) es un sitio web que habla de muchas temáticas.

produce cuando en una composición los colores no se relacionan ni tienen algo en común, pero transmiten un mensaje fugaz y de bastante movimiento.

Hay distintas aplicaciones que se le dan al color, las mismas son: el color denotativo, el color connotativo y el color esquemático; términos muy usados para ediciones gráficas.

Color denotativo: hace referencia a una figura, dando un atributo realista. Puede expresarse su función de identificación (vegetales verdes, cielo azul), como también su exaltación de la realidad, aportando un color más brillante y luminoso, dando como resultado una imagen más apasionada y triunfal, mostrando mayor atractivo del mundo que nos rodea.

Color connotativo: es la acción de factores psicológicos que corresponden a la subjetividad de las imágenes. Afecta la sensibilidad y la sutileza en que es percibida la imagen. Cada color posee su propio significado, por ejemplo:

- Blanco: paz, felicidad, pureza, inocencia.
- Negro: silencio, misterio, maldad, elegancia.
- Gris: neutro, pasivo, indecisión, duda, melancolía.
- Amarillo: calidez, ardor, expansión, luz, oro, intensidad, agudeza.
- Naranja: fuerza activa, radiante, expansiva, carácter acogedor, calidez, estimulante.
- Azul: profundidad, frío, plácido, armonía, amistad, fidelidad, sosiego, optimismo.
- Morado: templanza, lucidez, reflexión, místico, melancólico, introversión.
- Rosado: majestuosidad, sensual, feminidad, sociable, potente.

- Rojo: fuego, sangre, pasión, peligro, deseo, excitación, calidez.
- Verde: tranquilidad, vegetación, frescos, naturaleza, calma indiferente (no transmite alegría, tristeza o pasión).

Color esquemático: es el color extraído de su contexto y se analiza sólo como materia cromática. Es infinitamente combinable en un color plano.

La elección correcta del color va de acuerdo al público objetivo a que se dirigirá la página web. El color se considera un factor determinante y crucial al momento de originar una mayor captación y percepción positiva por parte del público hacia la página. Todos los usuarios y consumidores web se presentan impresionables ante una gran diversidad de colores. Por este motivo, se debe dar especial énfasis en todo lo relacionado con el proceso de creación del diseño, iniciando básicamente con una elección precisa del color para “Tua Chef”.

Cada color posee un significado, expresando una sensación a los ojos de cada espectador. La influencia psicológica de los colores se aplica a distintos campos por su gran importancia y desarrollo. La función de los elementos gráficos no es solo adornar, sino atraer, representar la realidad y proporcionar información de una manera más evidente que la escrita.

4.3.2. Portada

Pertenece a una portada para plataformas web, la cual contará con una imagen extraída de la Internet con licencia libre, donde se apreciará una cocina moderna y minimalista. Sobre la imagen se aprecia el logo y el eslogan de la página web. A continuación la portada de “Tua Chef”:



Se caracteriza por tener una imagen simple y elegante, siendo un estilo que es tendencia en la mayoría de los blogs gastronómicos. La imagen de la cocina motiva a las personas que visitan la página a cocinar desde su hogar, dándole un toque de familiaridad y a la vez moderno junto al logo de la página web.

4.3.3 Tipografía

4.3.3.1. Títulos

La tipografía *Adam*, la cual es usada para el “Tua Chef” del imagotipo¹⁷ fue seleccionada por ser simple y fácil de reconocer para la audiencia. “Tua Chef” quiere transmitir un toque moderno y minimalista, sin embargo se trata de una tipografía muy delgada para los títulos de la página web. Por lo que se optó por la tipografía ***Coco Gothic Light Trial***, que se encuentra en la misma familia *Sans Serif* de la tipografía anterior y mantiene el mismo lineamiento de estilismo. Además permite ser leída en cualquiera de sus dimensiones, algo realmente importante en el mundo gráfico por sus variaciones y usos en redes sociales. (Véase anexo 3 donde se detalla la tipografía seleccionada¹⁸).

¹⁷ Imagotipo: son aquellos que están compuestos por su tipografía o texto y una imagen o símbolo, unidos en un mismo concepto pero por separado, es decir la imagen arriba y el texto en la parte de abajo, o la imagen en la parte izquierda y el texto a continuación en su parte derecha, no la tipografía encima de su imagen.

¹⁸ Dafont.com: Coco Gothic Light Trial. (2017) Extraído de: <https://www.dafont.com/geo-sans-light.font?back=theme>

4.3.3.2. Textos

La tipografía seleccionada para el contenido gráfico (es decir, los textos en los artículos, tapas y coletillas) es *Geo Sans Light*, que forma parte de la misma familia Sans Serif. Se trata de una tipografía fácil de leer y con un buen estilo visualmente para artículos, los cuales contarán con textos medianamente extensos. En la actualidad es tendencia el estilo minimalista de los portales web gastronómicos. Es por esto que la página no puede ser pesada visualmente, de la misma manera dificulta tanto la atracción de la audiencia, como la transmisión del contenido. (Véase anexo 3 donde se detalla la tipografía seleccionada¹⁹).

4.3.4. Aspecto exterior

Las publicaciones de las recetas se harán en formato digital, pues la plataforma a usar es el portal www.wix.com para la realización de la página web. También se usarán redes sociales como medio de difusión de información sobre cada receta y para dar a conocer a la página como tal. Las publicaciones se harán en formato digital por ser un medio gratuito, de gran alcance con poder de difusión. (Más adelante en el apartado cinco (5), se define la plataforma a utilizar para desarrollar el proyecto y se detalla más la explicación del portal “Wix”).

4.3.5. Materiales

- Dos (2) computadoras. Una con el programa Adobe Premiere, que se usará para la edición de los videos y además también cuenta con los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop en donde se realizarán los elementos gráficos, también será utilizada para montar algunos de los videos y hacer el

¹⁹ Dafont.com: Geo Sans Light. (s.f) Extraído de:
<https://www.dafont.com/es/search.php?q=GEO+SANS+ligh>

seguimiento el día siguiente de haberlo montado de una de las fundadoras de “Tua Chef”, mientras que la otra computadora se utilizará para montar videos y para hacerle el seguimiento correspondiente al día siguiente de haber sido montado el video en la página web.

- Una (1) cámara profesional Nikon D3300. Perteneciente a una de las fundadoras de “Tua Chef”.
- Dos (2) trípodes. Pertenecientes de una de las fundadoras de “Tua Chef”.
- Dos (2) rebotadores. Pertenecientes de una de las fundadoras de “Tua Chef”.
- Un (1) carro. Perteneciente a una de las fundadoras de “Tua Chef”.
- Dos (2) teléfonos inteligentes para realizar las publicaciones en Instagram y Facebook. Pertenecientes de las fundadoras de “Tua Chef”.
- Escenografía: Se cuenta con dos (2) amplias e iluminadas cocinas para grabar las recetas, cuidando en todo momento una estética limpia. Pertenecientes de las fundadoras de “Tua Chef”.

4.3.6. Ubicación de la publicidad

Las publicaciones promocionales del contenido para dar a conocer la página web “Tua Chef” se harán por medio de:

Instagram: Consistirá en una campaña de intriga que permita dar a conocer los ingredientes que tendrán las recetas de la semana y pequeños previews de los videos de la receta. Como tendencia en esta red social, se encuentran los *stories*²⁰. Es importante añadirlos a la estrategia ya que logran un gran alcance en cuanto a audiencia. En ellos se publicarán datos curiosos de los ingredientes y avisos de que

²⁰ Stories: Función que permite a los usuarios compartir vídeos efímeros que desaparecen al cabo de 24 horas. Extraído de: <https://www.marcosseculi.com/social-media/instagram/diccionario/>

se tiene una nueva publicación en el feed²¹ y sobre una nueva entrada en la página. Estas publicaciones en su inicio, serán difundidas todos los días, esperando respuesta de los seguidores con sus respectivos likes y comentarios. Según las experiencias personales de las integrantes de “Tua Chef” mediante cuentas personales y laborales, la tendencia de mayor tráfico de likes y comentarios en esta red social se da los días lunes y domingos de 3:00 pm a 8:00 pm. Es por esto que se decide publicar todos los días a las 5:00 pm, sin embargo a partir de la respuesta obtenida, se evaluará y pueden surgir cambios en los días y horarios de publicación.

Según el día, cada publicación tendrá la siguiente estructura:

1. Lunes: recordatorio de nueva receta en la página web.
2. Martes: story de intriga de los ingredientes utilizados en la receta puesta el día lunes en la página web.
3. Miércoles: story de intriga de la foto final de la receta subida el día lunes en la página web.
4. Jueves: Dos (2) fotos publicadas en el perfil de “Tua Chef”. Estas son en respuesta de las fotos intrigas realizadas en los stories los días anteriores. Es decir, la primera fotografía será la imagen de cómo luce la receta una vez lista para comer y la otra de los ingredientes que fueron necesarios para llevar a cabo dicha receta.
5. Viernes: vídeo de la receta publicada el lunes.
6. Sábados: publicación sobre la categoría “Sociedad venezolana”.
7. Domingos: publicación sobre la categoría “Impacto social”.

²¹ Feed: Listado donde aparecen todas las publicaciones (fotos y vídeos) de las personas a las que sigues. Extraído de: <https://www.marcosseculi.com/social-media/instagram/diccionario/>

En el perfil de Instagram se colocará el link de la página de “Tua Chef” para que todos los que accedan a él puedan visitarla. Además, dicho link acompañará a cada una de las publicaciones como parte de la descripción para que las personas puedan acceder de manera fácil a la receta dentro de la página web. Véase en el anexo 4 un ejemplo de una campaña publicitaria para Instagram.

Facebook: Consistirá en una campaña de videos. Este año 2018 según la plataforma www.postedin.com²², una de las tendencias más importantes son las publicaciones en formato de video. El contenido que se producirá será de óptima calidad, obteniendo así una gran aceptación de parte de la audiencia.

Las publicaciones estarán conformadas por los videos de las recetas junto al link de su respectivo artículo de la página web. De esta manera se ayuda a recordar las publicaciones de la página y facilita la entrada de la audiencia a la misma. Esta red social permite compartir publicaciones en los perfiles personales, por lo tanto si se logra el engagement esperado, los seguidores compartirán en sus perfiles las publicaciones, dando a conocer la página con mayor rapidez. Por ser una red social familiar, los artículos se publicarán en la página una vez por semana, también los videos de los ingredientes de las recetas, de las fundaciones pertenecientes a la sección de “Impacto Social” y a los emprendedores correspondientes a la sección de “Sociedad Venezolana”.

Las publicaciones tendrán un contenido de alta calidad, serán atractivos y lo suficiente interactivos para que la audiencia pueda disfrutar de la página. Según un

²² www.postedin.com: Página web que se encarga de solicitar estrategias de contenido On Demand y lo incorpora una serie de especialistas del tema. Extraído de: <https://www.postedin.com/2017/12/17/principales-tendencias-en-redes-sociales-para-el-2018/>

estudio publicado en el blog.hubspot.es²³, el cincuenta por ciento de las personas que visitan Facebook con frecuencia, ven como mínimo, un video por día. Es por esto que los post con videos en las páginas de las marcas, aumentaron casi cuatro veces en solo un año. En sus inicios se publicará todos los días a las 6:30 pm y luego según las respuestas obtenidas se aumentaran el número de publicaciones al día.

Según el día, cada publicación tendrá la siguiente estructura:

1. Lunes: recordatorio de nueva receta en la página web.
2. Martes: video relacionado con los ingredientes de la receta de la semana.
3. Miércoles: video con texto relacionado a la receta de la semana.
4. Jueves: foto de cómo luce la receta una vez lista para comer.
5. Viernes: vídeo de la receta publicada el lunes.
6. Sábados: publicación sobre la categoría “Sociedad Venezolana”.
7. Domingos: publicación sobre la categoría “Impacto Social”.

(Véase en el anexo 5 un ejemplo de una campaña publicitaria para Facebook).

4.3.7. Criterio de imágenes

Para la filmación de videos, pueden sugerirse distintos tipos de planos, angulaciones y alturas de cámara:

Planos

- Gran plano general: abarca todo el paisaje, dando una visión amplia del escenario. Predomina el medio ambiente, sin establecer una relación personal entre el entrevistado y el espectador.

²³ HubSpot: empresa de analítica web y Marketing Online, que venden software de Inbound Marketing que ayuda a las empresas a atraer visitantes y posteriormente convertirlo en clientes.

- Plano general: abarca todo el escenario y los personajes son reconocibles a esa distancia.
- Plano americano: se centra en una toma por encima de las rodillas. Se usa cuando el entrevistado está de pie ante la cámara, combinándolo con planos más abiertos o cerrados.
- Plano medio: se muestra una imagen de la cintura a la cabeza.
- Plano medio corto: establece relaciones íntimas entre personajes y se conoce como el plano para “las conversaciones”.
- Primer plano: de hombros a cabeza. Es un plano dramático.
- Plano detalle: planos que fraccionan al sujeto, mostrando algo en particular.
- Plano cenital: la cámara se encuentra perpendicular respecto del suelo y la imagen obtenida ofrece un campo de visión orientado de arriba abajo.
(Véase un ejemplo de cada uno de los planos en el anexo 8).

Angulaciones

- Normal: ángulo paralelo al piso.
- Picado: cámara situada por encima del sujeto, viéndolo desde arriba.
- Contrapicado: opuesto al picado.

(Véase un ejemplo de cada uno de las angulaciones en el anexo 9).

Altura

- Normal: la cámara se sitúa a una distancia del suelo que equivale a la vista.
- Baja: se sitúa por encima del metro y medio de distancia del suelo.
- Alta: se ubica la cámara por encima de 1,80 metros.

En el caso de “Tua Chef”, se recomienda hacer uso de un trípode²⁴ para colocar la cámara y de esa forma grabar desde el plano cenital la preparación de la receta (tabla para cortar ingredientes, bowl con ingredientes para mezclar, sartén, entre otros utensilios), además también se podrá utilizar el plano detalle en caso de ser necesario.

Los videos serán de máximo un minuto, ya que según el portal Expansión Economía Digital²⁵, los consumidores de vídeo online mantienen su atención durante 40 segundos.

Además serán grabados en el día con luz natural gracias a que ambas cocinas que se usan como estudio de grabación, cuentan con ventanas de gran tamaño, que es lo que recomienda la página web de Filmora (software de edición de video), además será grabado sin audio debido a que los videos serán editados y se les pondrá música de fondo y se colocará a una mayor velocidad para que no tenga más de un minuto.

En cuanto a la angulación será normal en caso de que se quiera mostrar el relleno de la receta y cenital durante la elaboración de la receta ya que es la manera de que con el mismo ángulo salgan todos los elementos y de esa forma ahorrar tiempo, este es un consejo de “Tobegourmet²⁶” (blog de una fotógrafa gastronómica española). Mientras que la altura será normal para que abarque todos los ingredientes de la toma, pero tampoco se vean pequeños.

²⁴ Trípode: armazón de tres pies, generalmente articulados y plegables, que sirve para sostener ciertos instrumentos o aparatos. Extraído del diccionario de Google.

²⁵ Expansión.com es un portal noticioso de economía. Extraído de:
<http://www.expansion.com/economia-digital.html>

²⁶ Tobegourmet: Blog de Beatriz Rodríguez. Fotógrafa gastronómica española. Extraído de:
<http://www.tobegourmet.com/>

4.4 Planificación estratégica

4.4.1 Resumen ejecutivo

“Tua Chef” consiste en la elaboración de un plan de estrategia de diseño de medios, que se basa en crear una propuesta para una futura página web de cocina donde se encontrarán numerosas recetas culinarias sencillas, fáciles y prácticas que poseerán desde dos (2) hasta cinco (5) ingredientes. Cada publicación contará con el nombre de la receta, una foto del resultado final de la receta, un video donde se muestra paso a paso cómo se realiza junto con los ingredientes y sus respectivas cantidades que se van utilizando, un texto con la receta detallada y por último los beneficios que estos aportan. Estas serán publicadas una (1) vez a la semana, los días lunes específicamente, tendrán una duración máxima de un (1) minuto por video. Será dirigido para un mercado selecto de hombres y mujeres entre 15 y 30 años de edad, que estén interesados en aprender a cocinar nuevas recetas, tengan acceso a internet y mayormente a personas de clase social pudientes, es decir, A y B para que puedan adquirir todos los ingredientes, principalmente ubicados en la ciudad de Caracas.

4.4.2. Identificación del proyecto

“Tua Chef” consiste en la elaboración de un plan de estrategia de diseño de medios, que se basa en crear una propuesta para una futura página web para cocinar que contará con 6 secciones: dos (2) ingredientes, tres (3) ingredientes, cuatro (4) ingredientes, cinco (5) ingredientes, sociedad venezolana e impacto social. Busca ofrecer un servicio para cocinar en corto tiempo debido al poco número de ingredientes que llevan, gracias a su fácil elaboración y detallada explicación que cualquiera a partir de los 15 años en adelante será capaz de

cocinar. Será dirigido al público entre 15 a 30 años de edad, unisex, principalmente para personas que vivan en la ciudad de Caracas.

4.4.3. Definir el target

Se da inicio a una segmentación por medio de tres características o categorías: la primera es la segmentación geográfica, la segunda se refiere a la segmentación psicográfica y por último la segmentación demográfica.

Segmentación geográfica: se refiere a dividir al mercado según su locación, puede ser ciudades, países, regiones, municipios, entre otros.

Al centrarse en “Tua Chef” que sería una página web de recetas que desea crearse con el presente PFC, hacer una segmentación geográfica es un tanto complicada, pues quienes acceden a la Internet (páginas web) están ubicados en cualquier parte del mundo. A pesar de la alta viralización de contenidos y su internacionalización por medio de Instagram, el contenido a crear en “Tua Chef” está más que todo dirigido a personas ubicadas en Caracas, Venezuela, pues los ingredientes utilizados son conseguidos en dicha localidad.

Segmentación psicográficas: se caracteriza por estudiar el comportamiento, estilo de vida, clase social, tipos de personalidad, actitudes de los consumidores de un mercado específico en el que se entra en contacto con la parte emocional del consumidor²⁷. Es por ello que “Tua Chef” busca facilitarle la vida a sus consumidores proporcionándoles recetas fáciles de pocos ingredientes para que todo el público pueda hacerlo.

²⁷ ESPINOSA R. (2013). Roberto Espinosa. Welcome to the new marketing: Segmentación de mercado, concepto y enfoque. Extraído de: <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

Segmentación demográfica: se enfoca en estudiar al consumidor por medio de su sexo, edad, ingreso, nacionalidad, educación e incluso religión, estimando un rubro mucho más específico de quién es el que consume dicho producto²⁸. En el caso de “Tua Chef”, se decide enfocar el target a un grupo en específico y direccionar el contenido publicado en los videos a hombres y mujeres entre 15 y 30 años de edad, pertenecientes a la clase social A y B, las cuales se encuentren dispuestos a conocer y aprender nuevas recetas culinarias.

A pesar de que originalmente la segmentación demográfica se basa en un grupo con características en común ya nombradas, la página web de “Tua Chef” no será limitativa, ya que sin duda alguna, mujeres y hombres que no alcancen o superen la franja de edad expuesta anteriormente, no sean de dichos estratos social pero consigan de igual forma los ingredientes o inclusive no vivan en la ciudad de Caracas, pueden ser también potenciales visitantes debido a la alta calidad de su contenido.

4.4.4. Mercados y competencias

- La competencia **directa** son las empresas o negocios que venden un producto igual o casi igual al que se plantea en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles.

²⁸ El Mercado y La Segmentación. (2008). Extraído de:
<https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/02/el-mercado-y-segmentacion3b3n.pdf>

- La competencia **indirecta** son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente²⁹.
- Competidores **Sustitutivos** o de **tercer grado**: son aquellos productos o servicios que satisfaciendo la necesidad principal del producto, difiere en sus atributos principales pero compiten en el mismo mercado y sector³⁰.

Distintas páginas web se ofrecen en el mercado competitivo de “Tua Chef”. Es por ello que vamos a mencionarles algunas junto con sus principales diferencias, a excepción de lo que sería un “competidor directo” ya que no cuenta con este.

Competidor Directo

“Tua Chef” no tiene un competidor que posea la misma característica principal, es decir, que sus clasificaciones sean la cantidad de ingredientes utilizados. Además, ninguna otra página web busca aportar algo por el país como sería en este caso una sección destinada a ayudar a venezolanos en situación de calle como lo es la sección de “impacto social” o que colaboren con el emprendimiento venezolano como se hace en la sección de “sociedad venezolana”.

Competidor Indirecto

- www.recetasgratis.net: se clasifica como competidor indirecto ya que a pesar de que ofrece recetas de comidas, su clasificación es diversa, algunos de estos son: Recetas de Guisos y Potajes, Recetas de Huevos y lácteos,

²⁹ Definición de competencia directa e indirecta extraída de: www.gestion.org (empresa encargada de la formación de las empresas).

³⁰ Definición de competidor sustitutivo o de tercer grado extraída de: www.laculturadelmarketing.com (sitio web especializado en marketing).

Recetas de Salsas, entre otros. Mientras que la clasificación de las recetas de “Tua Chef” serían la cantidad de ingredientes. Además, su target es cualquier persona de habla hispana. Sus recetas no poseen vídeos, son exclusivamente fotos, ni explicación de los procedimientos y enumeración de los ingredientes. Véase cómo se ve su página principal en el anexo 10.

- www.recetasderechupete.com: es una página de recetas de comidas, muestra en cuadros grandes diversas fotos de platos recién servidos con el nombre de la receta, al ingresar en estos aparece la enumeración de los ingredientes utilizados junto con la foto final y la preparación escrita del paso a paso algunos tienen fotos de la elaboración de la receta y otros un video con el paso a paso, no todas las recetas cumplen con la misma organización. Debajo de los cuadros del inicio salen sus clasificaciones, algunas de estas son: recetas para ocasiones especiales, recetas de postres y dulces, recetas de tapas y aperitivos, entre otros, por lo tanto sería competencia indirecta de “Tua Chef”. Véase cómo se ve su página principal en el anexo 10.
- www.directoalpaladar.com: esta página es distinta a las mencionadas anteriormente ya que lo primero que sale es lo último que se ha publicado, es decir, no tiene sus clasificaciones como es común ver en las páginas de recetas. Cuenta con fotos, enumeración de los ingredientes y explicación de la receta. (Véase cómo se ve su página principal en el anexo 10).

Competidor Sustitutivo

- www.rtve.es/television/recetas: es una página web principalmente de noticias, en la cual la sección de “televisión” tiene una subsección denominada

“recetas”; están compuesta por una foto de cómo luce el plato una vez servido, junto con la descripción de la preparación y sus respectivos ingredientes de manera escrita.

4.4.5. Ventajas competitivas y oportunidades en el mercado

La presente tendencia de la Internet para dar solución a necesidades, ha generado mayor número de visitantes a ella en los últimos años, lo que ha hecho que una página web sea la mejor opción hoy en día para enseñar sobre cocina (actividad la cual la gran mayoría de las personas practican o deben practicar en algún momento).

Esta es una oportunidad crucial para la inclusión de “Tua Chef” como página web, ya que a pesar de que hay muchos otras páginas en el mercado, los cuales ya han conseguido sus fans y visitantes fieles por sus largos años de trabajo y su excelente calidad en las fotografías y recetas explicativas, esto no asegura que ninguno de los canales previamente mencionados como competencia concilien los mismos que “Tua Chef” propone para el público objetivo al que desea dirigirse.

Esto puede considerarse como ventaja competitiva dentro de la oportunidad del mercado 2.0. Muchas páginas tienen como propósito brindar recetas, pero ninguna piensa en la facilidad, rapidez y sencillez como característica principal para que cualquier persona, así no tenga experiencia, pueda lograr hacer un gran plato, todo esto con el fin de crear practicidad, conocimiento, educación, innovación y hacer partícipe lo hecho en casa y realzar el talento venezolano como también ayudar a hermanos venezolanos que lo necesiten.

Así mismo, “Tua Chef” se diferencia de la competencia por tener una clasificación única y exclusiva dirigida para personas que quieren comer algo rico en poco tiempo.

4.4.6. Análisis DOFA

Realizar una evaluación global de las debilidades (D), oportunidades (O), fortalezas (F) y amenazas (A) de la empresa, idea o concepto. Según el portal *www.analisisfoda.com*³¹, un espacio dedicado específicamente al análisis DOFA se encarga de definir los objetivos de la matriz de la siguiente manera: Las fortalezas son los atributos o destrezas que contiene una compañía para poder alcanzar sus objetivos externos. Las debilidades son los factores perjudiciales o desfavorables que se toman en cuenta para la ejecución de los objetivos. Las oportunidades son las condiciones externas, es decir, la popularidad y competitividad que sean útiles para poder alcanzar los objetivos. Las amenazas, por su parte, es lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la compañía, las cuales pueden convertirse en oportunidades.

A continuación, la matriz DOFA de “Tua Chef”:

Fortalezas: “Tua Chef” brinda facilidad en la cocina al poseer recetas sencillas y de pocos ingredientes. A su vez, agrupa temas de interés nacional, como lo es el emprendimiento venezolano y una ventana de ayuda social a fundaciones alimentarias del país.

Debilidades: “Tua Chef” no cuenta con un presupuesto establecido, es por ello que aún no se ha comprado el dominio de la plataforma web y los

³¹ Analisisfoda.com es un portal dedicado a la explicación de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de una empresa, idea o concepto. Extraído de: www.analisisfoda.com

equipos técnicos a utilizar para las filmaciones de las preparaciones de las recetas (por ejemplo: sets, luces, entre otros) son de uso personal actualmente de una de las fundadoras. Además va dirigido solamente a personas de estrato social “A” y “B” debido a que son las personas venezolanas que tienen acceso en la actualidad de adquirir variedad de alimentos para el consumo diario.

Oportunidades: La tendencia de plataformas web 2.0 que tienen como fin facilitar las necesidades del individuo, generando practicidad, ha venido aumentando a lo largo de los años, lo que servirá como trampolín para dar a conocer la página web “Tua Chef” y su contenido diferenciador.

Amenazas: En la red 2.0 se encuentran muchas páginas web que generan recetas culinarias y ya han logrado consolidarse teniendo gran aceptación de parte de la audiencia.

4.4.7. Estrategia de distribución

La forma de distribuir el contenido ofrecido de la página web es a través de las redes sociales, las cuales son reconocidas por su viralización de contenidos y por ser de uso gratuito. Este apartado puede verse con mayor profundidad en el punto siguiente “Publicidad y Promoción”.

4.4.8. Publicidad y promoción

En cuanto a publicidad y promoción se refiere, “Tua Chef” hará uso de las redes sociales: Instagram y Facebook. En este sentido, la audiencia de la página web encontrará en ellas un espacio propicio para compartir la información que se proporcione por estas vías, dando a conocer nuevas publicaciones en la página.

Instagram: Es una red social ideal para la audiencia joven o adulto contemporáneo que, a su vez, promueve la viralización de contenidos a través de imágenes o breves videos acompañados con un texto de gran alcance. También permite la práctica de retroalimentación por parte de los seguidores. Esto proporciona una continua comunicación con la audiencia, la cual genera críticas a través de sus comentarios y los “me gusta” (o mejor conocidos como “likes”), originando el aumento de la visualización de “Tua chef”. La creación de la etiqueta “#TuaChef” beneficiará a la marca a mejorar su posicionamiento en buscadores web y a ser encontrados con mayor facilidad.

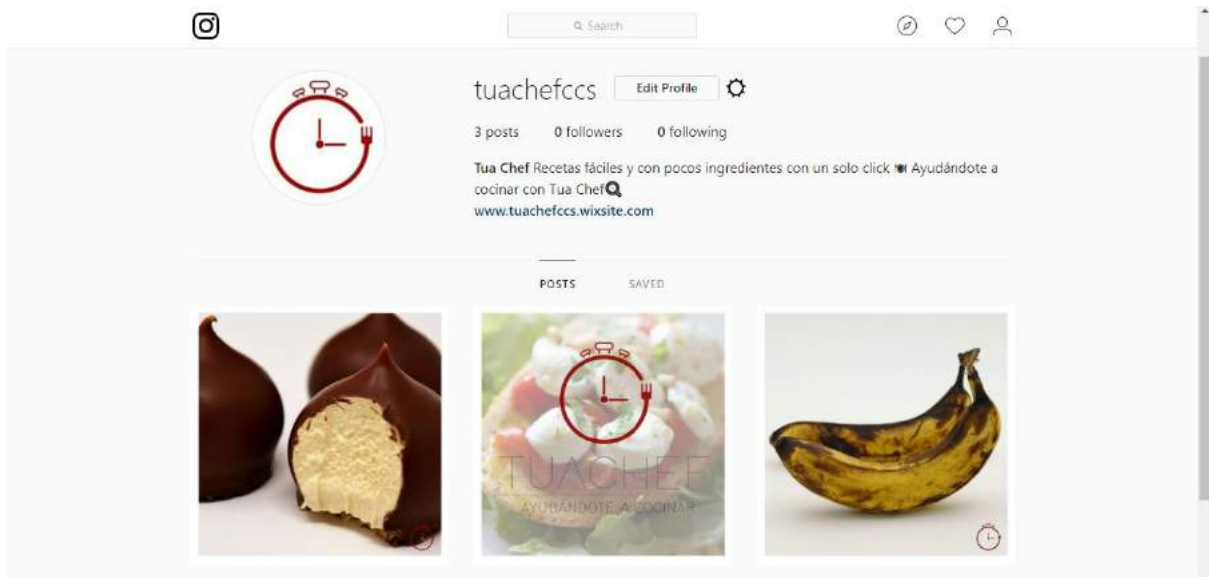
A través de la cuenta de Instagram de “Tua Chef”. Los seguidores podrán profundizar a plenitud los contenidos generados en la página. Las imágenes siempre guardarán relación con lo tratado en las recetas disponibles y los ingredientes previamente montados en la página.

La cuenta de Instagram contará con las siguientes características:

- **Nombre:** @tuachefccs, pues hace referencia de que es una marca venezolana, además el nombre que se tomaría en primera instancia, ya existe.
- **Descripción:** Recetas fáciles y con pocos ingredientes con un solo click. Ayudándote a cocinar con Tua chef - Sitio web: www.tuachef.wixsite.com.
- **Cómo serán las imágenes:** Este punto se explica en el apartado “criterio de imágenes”, las cuales variarán desde mosaicos de intriga de los ingredientes, fotos y videos de las pautas, imágenes de intriga para futuras publicaciones

en la página web, datos curiosos sobre las recetas y sus ingredientes y por último recordatorios de publicación.

A continuación, una muestra de la maquetación de la cuenta de Instagram:



Facebook: Es una red social que va más hacia una audiencia familiar y adulta. Al crear una página de la marca “Tua chef” en la red social, se ofrece una comunicación directa con la audiencia y personas interesadas, promoviendo como contenido las propias publicaciones de la página web y de la misma manera se mide el alcance con los comentarios y los “me gusta” de los seguidores.

A través de la página en Facebook, los seguidores tendrán un acceso directo a las publicaciones de la semana. Utilizando esta red social como puente directo para los recordatorios de publicación.

La página en Facebook contará con las siguientes características:

- **Nombre:** “Tua Chef” hace referencia al nombre de la marca y de la página web, estando disponible en la red social.

- **Imágenes de perfil y de portada:** Como imagen de perfil se tendrá el logo en vinotinto con fondo blanco. En cuanto a la imagen de portada será parecida a la portada de la página web, la única diferencia es el cambio de imagen.
- **Biografía:** Página web de recetas fáciles y prácticas. www.tuachef.wixsite.com. “AYUDÁNDOTE A COCINAR”.
- **Cómo serán las publicaciones:** El contenido de esta página en la red social será específicamente hipervínculos de las publicaciones de la página web y contarán con una pequeña descripción y una imagen alusiva a la publicación.

A continuación, una muestra de la maquetación de la página profesional en Facebook:



4.4.9 Modelo de negocio

Un diseño o modelo de negocio según el portal empresarial *gestron.es* es el plan previo al plan de negocio, en donde se define lo que se va a ofrecer al

mercado, cómo se va a hacer, quién será el público objetivo, los métodos de mercadeo a utilizar para vender el producto o servicio y sobretodo cuál será el método para generar ingresos. También es una herramienta de análisis que permite recoger las bases de creación de valor de un negocio y proyecto fijando su elemento diferenciador.

En cuanto a “Tua Chef”, se sugiere la fidelización de clientes, ya que se busca que los consumidores que hayan entrado a la página web y puesto en práctica el contenido, se convierta en un cliente asiduo que además la recomiende a futuro. Esta estrategia implica diferenciarse de la competencia, escuchar al cliente y mejorar como marca, teniendo como objetivo la satisfacción del cliente que a su vez logrará el crecimiento de la empresa por su lealtad a largo plazo con la audiencia.

Así mismo, el cliente admira el valor de lo obtenido y se siente apreciado por los beneficios que “Tua Chef” otorga (educación, conocimiento y motivación personal). Se trata de la satisfacción a través de un buen servicio, esforzándose por lograr lealtad mediante calidad y rendimiento. En este caso, se obtendrá un buen servicio con la continuidad de las recetas y la facilidad que estas tienen, escuchar las necesidades de los usuarios, debido a que genera fidelización y al mismo tiempo obtener rentabilidad y crecimiento.

El mercado en el que se desenvuelve “Tua Chef”, tiene como papel de gran alcance a la tecnología, generar la calidad suficiente dependerá de estar al tanto del mundo gastronómico y del emprendimiento venezolano. La plataforma 2.0 permite premiar la lealtad y hacer seguimiento para un espléndido servicio, de esta manera se podrá ofrecer un trato personal, amable, eficiente y empático, generando vínculos mediante la red y la retención de suscriptores permitiendo un buen feedback.

4.4.10 Filosofía de gestión

Para la realización de los primeros cuatro artículos de las recetas de “Tua Chef”, las productoras se guiarán a través de un calendario previamente realizado, con la intención de grabar los videos de la preparación de las recetas y publicar los artículos en su debido momento.

La producción iniciará con una lluvia de ideas pautada para los días martes, en donde las integrantes darán su punto de vista e ideas atractivas para la creación de la receta.

El día miércoles de cada semana se determinarán esas ideas, plasmadas en un brief. Posteriormente, se procede a las compras de los ingredientes en el supermercado. Para que no se pierda su frescura, los días jueves serán dedicados exclusivamente a la grabación de la preparación de la receta. La locación siempre será cualquiera de las dos cocinas de las integrantes.

Los días viernes, el equipo se encargará de la edición de los videos, de la elaboración de los artículos y de crear contenido para las redes sociales. Finalmente los días lunes de cada semana se publicará el artículo en la página web.

Cronograma de publicaciones

Fecha	Actividad
Lunes 05/02/18	Realización de una lluvia de ideas de propuestas para la receta.
Martes 06/02/18	Reunión para establecer la receta que se utilizará.
Miércoles 07/02/18	Compra de ingredientes en el supermercado.

Jueves 08/03/18	Grabación de un breve video de la preparación de la receta de la categoría de cinco ingredientes.
Viernes 09/03/18	Jornada dedicada a la edición del video y elaboración del artículo.

Fecha	Actividad
Lunes 12/03/18	Publicación de artículo #1: Receta de la categoría de cinco ingredientes.
Martes 13/03/18	Realización de una lluvia de ideas de propuestas para la receta.
Miércoles 14/03/18	Reunión para establecer la receta que utilizaremos. Compra de ingredientes en el supermercado.
Jueves 15/03/18	Grabación de un breve video de la preparación de la receta de la categoría de cuatro ingredientes.
Viernes 16/03/18	Jornada dedicada a la edición del video, elaboración del artículo y de contenido para RRSS.

Fecha	Actividad
Lunes 19/03/18	Publicación de artículo #2: Receta de la categoría de cuatro ingredientes.
Martes 20/03/18	Realización de una lluvia de ideas de propuestas para la receta.
Miércoles 21/03/18	Reunión para establecer la receta que utilizaremos. Compra de ingredientes en el supermercado.
Jueves 22/03/18	Grabación de un breve video de la preparación de la receta de la categoría de tres ingredientes.
Viernes 23/03/18	Jornada dedicada a la edición del video, elaboración del artículo y de contenido para RRSS.

Fecha	Actividad
Lunes 26/03/18	Publicación de artículo #3: Receta de la categoría de tres ingredientes.
Martes 27/03/18	Realización de una lluvia de ideas de propuestas para la receta.
Miércoles 28/03/18	Reunión para establecer la receta que utilizaremos. Compra de ingredientes en el supermercado.
Jueves 29/03/18	Grabación de un breve video de la preparación de la receta de la categoría de dos ingredientes.

Viernes 30/03/18	Jornada dedicada a la edición del video, elaboración del artículo y de contenido para RRSS.
------------------	---

Fecha	Actividad
Lunes 02/04/18	Publicación de artículo #4: Receta de la categoría de dos ingredientes.
Martes 03/04/18	Realización de una lluvia de ideas de propuestas para la receta.
Miércoles 04/04/18	Reunión para establecer la receta que utilizaremos. Compra de ingredientes en el supermercado.
Jueves 05/04/18	Grabación de un breve video de la preparación de la receta de la categoría de cinco ingredientes.
Viernes 06/04/18	Jornada dedicada a la edición del video, elaboración del artículo y de contenido para RRSS.

4.4.11. Organigrama

El desarrollo de “Tua Chef” consistirá en un organigrama lineal, puesto que se repite las mismas actividades los mismos días de la semana. No existe un orden jerárquico de las integrantes, sin embargo se dividirán los cargos según las habilidades de cada una.

Cargos:

- Creativo (Ambas integrantes).
- Búsqueda de ingredientes, luces, cámaras (Ambas integrantes).
- Guionista (Mariangela Colangelo).
- Edición de video (María Laura Gallardo).
- Creación de textos, títulos e imagen corporativa (María Laura Gallardo).
- Elaboración de artículos (Mariangela Colangelo).

Preproducción:

- Área creativa (Lluvia de ideas para búsqueda de las recetas y su preparación).
- Guionistas (crear un formato de guiones base para la grabación de los videos).
- Ilustración (creación de textos, títulos y logo).

Producción:

- Búsqueda de ingredientes, locación, trípodes, rebotadores, cámara.
- Grabación del video.

Postproducción:

- Elaboración de artículos.
- Edición (música, video, imágenes para redes sociales).
- Publicación del artículo completo en la página web.
- Manejo de imágenes en redes sociales.
- Seguimiento del artículo.

5. Plataforma digital a utilizar para desarrollar el proyecto: Wix

Esta plataforma original es una base inicial para crear un sitio web, desde un blog, tienda en línea, portafolios fotográficos, empresas, eventos, restaurantes, entre otros. Más de sesenta millones de personas han construido su sitio web en esta plataforma ya que consta de un servidor HTML5 (*HyperText Markup Language*, versión 5), el cual permite crear sitios web a través del uso de herramientas de arrastrar y soltar en línea. Es mejor conocida por sus variadas opciones de diseño y amplio rango de herramientas interactivas. También por su simplicidad, la cual ayuda al creador a obtener un sitio web increíble sin necesitar un alto nivel de conocimiento en el mundo 2.0.

La interfaz incluye uno de los más intuitivos constructores web que existen. El diseño automatizado (ADI) permite en poco tiempo a los usuarios elegir una gran plantilla y personalizarla a su gusto. Tiene varias opciones de paquetes anuales para comprar el dominio de una página, sin embargo el nivel gratuito ofrece gran calidad al momento de construir el sitio web, lo único que se necesita es tener una dirección de correo. Se caracteriza por estar bien organizada y por ende facilidad en su utilización, ya que no se necesita ningún conocimiento previo sobre programación o códigos.

Debido a su actualización mensual para obtener las herramientas más avanzadas para la creación de un sitio web, Wix se ha convertido en una plataforma que ofrece una de las mejores experiencias a comparación de otras que figuran en la red. Como plataforma satisface las necesidades de muchos aspirantes para convertirse en constructores web, incluso aquellos que no tengan disponibilidad financiera.

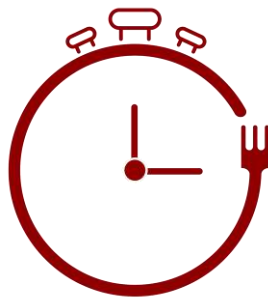
A través de estos medios, el lenguaje audiovisual tiene un papel importante en nuestra forma de comunicarnos, ya que se encarga de hacer llegar la información. A medida de que va pasando el tiempo, estos medios adquieren un poder tan grande que se instauran en lo cotidiano, incluso para complacer necesidades. Una de las herramientas más útil y excelente para aproximarse al mundo comunicativo ha sido www.wix.com, una plataforma que se rige por crear un sitio web propio, promoviendo facilidad al momento de emprender un negocio o idea.

La web 2.0 conduce al desarrollo y a la socialización, cubriendo los problemas del día a día con gran facilidad, ya que se solucionan al solo buscar un blog o una página web de interés. Los usuarios de esta amplia vía digital son la base de una estructura que potencia a la creatividad, el despertar del conocimiento, la interactividad y la innovación. Véase en el anexo 6 los lineamientos para la creación de una página web desde cero en la plataforma de Wix.

6. Logotipo del proyecto



Se compone de los siguientes elementos:



El reloj representa una de las características más importantes y llamativas del proyecto, la cual es la rapidez al momento de cocinar, es por esto que el reloj tiene incorporado un tenedor, siendo este el utensilio de cocina más común. Sin embargo no solo el poco tiempo influye a la hora de realizar las recetas de “Tua Chef”, también la facilidad de tener pocos ingredientes ayuda a cocinar de una manera más rápida. El color vinotinto representa la feminidad, va acorde al proyecto porque se trata de dos integrantes mujeres. Se deriva del color rojo que es conocido por ser

uno de los más intensos, ya que todo cobra más vida cuando es de ese color. Según el portal vix.com³² el color rojo eleva el ritmo respiratorio y estimula nuestro apetito, es por eso que en el mundo culinario es infaltable en los platos de los chefs más prestigiosos del mundo. Además el color vinotinto representa a la elegancia y es algo que se quiere dar a demostrar con la marca. El reloj con el tenedor resulta fácil de asociar con el tema principal de la página.

TUACHEF

“Tua Chef” es el nombre de la página web, está escrito en italiano y su significado es “*tu chef mujer*” aproximadamente ya que Tua es artículo de “Tu” en femenino. Representa a las dos integrantes mujeres del proyecto, amantes de la comida y la pasión de motivar a las personas brindando sus conocimientos. Se decidió colocar las dos palabras en mayúsculas ya que se le quiere dar importancia al nombre de la página web. Contiene debajo una línea larga en color negro que lo subraya y separa del slogan. La tipografía utilizada para el “TUA CHEF” es “Adam” que forma parte de la familia *Sans Serif*. Según el autor de la fuente Adam Jonas³³, esta es utilizada por las personas que buscan un estilo moderno y minimalista. Siendo este el demandado actualmente en los portales web. Ayuda a realzar el logo y darle el toque de elegancia que “Tua Chef” quiere transmitir. Al ser de la familia *Sans Serif* crea un efecto de modernidad y seguridad al ser tan neutra. Son muy populares debido al toque minimalista y elegante que representa, sin embargo

³² Mongrell, V. (s.f). Vix.com: Los colores y el apetito. Extraído de: <https://www.vix.com/es/imj/salud/2010/06/18/los-colores-y-el-apetito>

³³ Dafont.com: Adam. (2016). Extraído de: <https://www.dafont.com/adam.font>

dificultan la lectura en textos largos y es por esto que se usan solo en textos muy cortos como en títulos, eslogan o en su defecto, logos. Es por esto que el imago tipo logra una armonía al acompañar al reloj vinotinto mencionado anteriormente. Desde su inicio son conocidas como tipografías comerciales, debido a la ausencia de remates y sus trazos finos las hacen muy apropiadas para letras grandes usadas en pocas palabras que son vistas a distancia. Causan una legibilidad más fácil y durabilidad, es por esto que en su mayoría son utilizadas en medios electrónicos como la televisión y en el mundo digital. (Véase en el anexo 3 la tipografía detallada).

AYUDÁNDOTE A COCINAR

“Ayudándote a cocinar” es el eslogan de la página web que acompaña al imago tipo. Representa en pocas palabras la utilidad que “Tua Chef” brinda a las personas. La tipografía utilizada para el eslogan es “AMGDT”³⁴, también es extraída de la familia Sans Serif logrando empatía visual con el resto del imago tipo. Se decidió colocarla igualmente en mayúsculas, ya que se quiere hacer hincapié en el eslogan de “Tua Chef” siendo este el objetivo principal del proyecto, brindar los conocimientos suficientes para facilitar y motivar a la hora de cocinar a las personas que tienen ciertas dificultades en el área. La página ofrece de manera visual, divertida y sencilla la ayuda necesaria para realizar comidas estupendas sin tener que ser un experto. (Véase en anexo 3 la tipografía detallada).

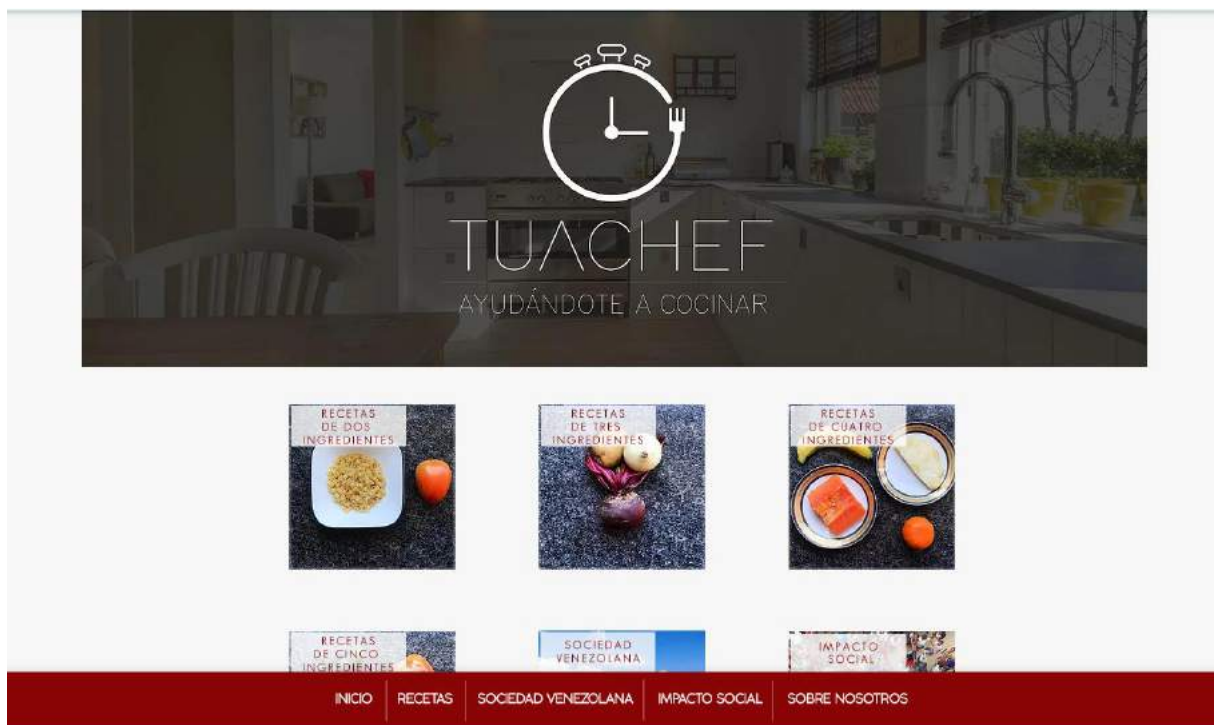
³⁴ Fontsplace.com: AMGDT. (s.f). Extraída de: <http://www.fontsplace.com/amgdt-free-font-download.html>

7. Maquetación del proyecto


Link de la página web: <https://tuachefccs.wixsite.com/tuachef>

Página principal de la página web

Primera parte:



Segunda parte:



DE DOS INGREDIENTES

DE TRES INGREDIENTES

DE CUATRO INGREDIENTES

RECETAS DE CINCO INGREDIENTES

SOCIEDAD VENEZOLANA

IMPACTO SOCIAL

Manténte informado de todas las novedades que TuaChef tiene para ti

Email *

Enviar

f Instagram

INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

8. Presentación del contenido

8.1 Textos

Cada artículo de la página web de “Tua Chef” vendrá acompañado de una ficha técnica³⁵, esta se comprende como un documento en donde se recopila la información y características importantes de un proyecto. En este caso se tomaría en cuenta los ingredientes, sus beneficios, en donde se pueden conseguir y la preparación de la receta. Será imprescindible dicha ficha para que las dos integrantes de “Tua Chef” puedan tener la misma información y al momento de realizar los artículos se tenga una organización pertinente.

Video de la preparación:

- Nombre de los ingredientes.
- Cantidad de los ingredientes.
- Preparación de la receta.

Artículo:

- Receta detallada.
- Beneficios de los ingredientes.

³⁵ Ficha Técnica: documento donde consta la metodología y el proceso que se ha seguido para realizar un estudio social o de mercado. Extraído de: <http://www.estudiosmercado.com/los-7-puntos-de-una-ficha-tecnica/>

9. Conclusiones

Tras haber realizado este Proyecto Final de Carrera, puede comprenderse que a lo largo de la carrera de Comunicación Social, se adquirió el conocimiento y el aprendizaje suficiente de distintos temas que fueron de mucha utilidad para desarrollar “Tua Chef”, entendiendo no solo las necesidades e intereses de las personas, sino también el cómo aplicar un diseño de estrategia de medios para la materialización de las pasiones de cada integrante.

Comprender lo esencial de conocer la psicología del color, el uso de plataformas para la creación de sitios web, el manejo audiovisual y también escrito, fueron el pilar para completar pasos cruciales de este proyecto, tales como la elección de un logotipo, de una portada y de tipografías, la maquetación de redes sociales y del formato a elegir, todo lo que conlleva a la creación de un sitio web y por sobre todo el tener el entendimiento necesario para realizar este proyecto.

Crear una marca va más allá de un diseño de medios, requiere incluso de formar la personalidad de la misma: distinción de colores, tipografía, target, editorial específico, y más. Para desarrollar estos pasos, previamente se deben realizar distintos procesos y metodologías que son fundamentales para obtener el producto final deseado.

Cabe destacar que la realización de este proyecto es factible, ya que en la actualidad vivimos en un mundo que ha migrado a lo digital. Las personas poseen herramientas de fácil acceso en donde satisfacer sus necesidades es el principal objetivo. Tua Chef será un espacio en donde las personas encontrarán la ayuda y la motivación para convertirse en su propio chef. El éxito de esta página web, dependerá de cómo se gestionan los contenidos y redes sociales, los cuales

merecen un análisis previo, pues el logro que se aspira alcanzar dependerá 50% del contenido y 50% de cómo se dé a conocer “Tua Chef”.

10. Recomendaciones

Se podría comenzar por considerar que uno de los principales elementos en considerar a la hora de realizar cualquier proyecto, es hacer absolutamente todo lo que se amerite con dedicación, pasión, responsabilidad, profesionalidad y mucho amor. Además, se sugiere que para mantener el éxito de cualquier emprendimiento, se debe tener claro que la clave no es solo comenzar con estas características mencionadas anteriormente sino mantenerlas con el tiempo.

Por otro lado, se debe tener presente que todo proyecto requiere de un buen equipo laboral, sólido, con buena y sana relación entre sus socios y/o empleados en caso de que aplique, ya que es fundamental el trabajo en equipo, la buena comunicación, el control de calidad, la diversidad de ideas, intereses y conocimientos.

Asimismo, se considera crucial tener un especial énfasis en la tecnología ya que hoy en día tiene gran influencia en las personas, además que día a día hay nuevas actualizaciones con herramientas que podrían ayudarte a facilitar con las tareas diarias y es bueno estar al tanto de para no quedarte y formar parte de la historia. Además, es recomienda analizar con el tiempo cuál de las redes sociales que se encuentran en el mercado serán las más indicadas para manejar y promocionar la página web, así como también para considerar los horarios convenientes de las publicaciones.

De igual forma, es recomendable tener hincapié en el estudio de colores, target y competencia del producto que se ofrece, ya que es una parte elemental a la hora de llevar una marca, pues por medio de estos tres puntos se puede aumentar notablemente el número de seguidores así como también pueden disminuir si se descuida.

En las grabaciones, horarios, invitados (sociedad venezolana e impacto social) es importante mantener un orden ya que se requiere de suma planificación y dedicación para conseguir y llevarse a cabo, ya que con estos puntos puede lograrse no solo el éxito audiovisual e informativo, sino una óptima calidad en el contenido de la página web en general.

A fin de continuar en el tiempo la página web de “Tua Chef”, será fundamental crear y mantener un vínculo con los seguidores. Siendo el feedback una buena herramienta para saber lo que piensan, escuchando a la audiencia se podrá ofrecer una programación eficaz y en caso de ser repetida una sugerencia en particular, tomarla en consideración, bien sea que soliciten una receta específica, o propongan hacer cambios en la logística, deberán ser escuchados y deberán obtener su respectiva respuesta.

11. Referencias bibliográficas:

Blogs:

González, B. (s.f.). *Las mejores tácticas para generar branding estratégico en tus redes sociales* [mensaje en un blog]. Extraído de:

<http://begonagonzalez.com/tacticas-generar-branding-estrategico-redes-sociales/>

Martínez, G. (2009). *Clasificación tipográfica: Fuentes tipográficas, sans serif* [mensaje en un blog]. México. Extraído de:

<http://clasificaciontipografica.blogspot.com/2009/01/sans-serif.html>

Martínez, L. (2016). *Hubspot: 11 ejemplos de anuncios en Facebook que realmente funcionan* [mensaje en un blog]. Extraído de:

<https://blog.hubspot.es/marketing/facebook-ads-que-funcionan>

Rodríguez, B.. (2017). *Tobegourmet food & photography: Cinco consejos para hacer fotografía culinaria en cenital* [Mensaje en un blog]. Extraído de:

<http://www.tobegourmet.com/5-consejos-para-hacer-fotografia/>

Informes:

AEAPROGRAMAS.ES. (s.f). *EAE Business School: ¿Qué es la fidelización de clientes y por qué es importante?*. España. Extraído de:

<https://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/que-es-la-fidelizacion-de-clientes-y-por-que-es-importante>

Heras, I. (s.f). *Universidad del País Vasco: Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas*. España. Extraído de:
<https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>

Mora, S. (2008). *Universidad Indígena Intercultural Ayuuk: Segmentación de Mercados*. México. Extraído de:
<http://www.bib.uia.mx/gsd/docdig/didactic/EstudiosEmpresariales/mer002.pdf>

Libro:

Roberts, K. (2004). *Lovemarks: el futuro más allá de las marcas*. España.
Editorial: Empresa Activa.

Sitios web:

365 ENFOQUES: tipos de planos en cine y fotografía con ejemplos. (s.f.). Extraído de:
de: <https://365enfoques.com/video-reflex/tipos-de-planos-cine/>

Alegsa: Definición de edición de video. (s.f). Extraído de:
http://www.alegsa.com.ar/Dic/edicion_de_video.php

Borla, M. & ideativa.com.mx. (2007). *Mercadeo y Publicidad: Estrategia o Plan de Medios*. Extraído de:
<http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6531>

Cambio Bolívar: ¿Por qué sube el dólar paralelo?. (s.f). Extraído de:
<http://cambiobolivar.com/el-dolar-paralelo/>

Cardoso, J. (s.f). *Academia.edu: Qué es Adobe Photoshop*. Extraído de:
http://www.academia.edu/8957922/Que_es_Adobe_Photoshop_y_para_que_sirve

Carretero, A. (2014). *Creativos Online: Adobe Illustrator, qué es y para qué sirve*. Extraído de: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Casas, J. (s.f.). *Postcron: La mejor hora para publicar en Facebook, Twitter, enviar Email y publicar artículos en tu Blog: Estadísticas y consejos*. Extraído de:
<https://postcron.com/es/blog/los-mejores-dias-y-horarios-para-postear-en-facebook-twitter-enviar-emails-y-hacer-blogging/>

Castaño, D. (2017). *Mkt Vídeos: Tendencias de diseño web*. Extraído de:
<https://mktvideos.com/tendencias-diseno-web-2018/>

Castillo, R. (s.f). *Mundo Virtual: 24 ventajas de tener un sitio web para cualquier negocio*. Extraído de: <http://www.mundovirtual.biz/24-ventajas-de-tener-un-sitio-web-para-cualquier-negocio/>

Comparte libros: Biografía de Dan zarrella. (2013). Extraído de:
<https://www.compartelibros.com/autor/dan-zarrella/1>

Conceptodefinición.de: ¿Qué es Promoción. (2014). Extraído de:
<http://conceptodefinicion.de/promocion/>

Cruz, M. (2014). *Publicidad pixel: Clases o tipos de logos*. Extraído de:

<https://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>

Dafont.com: Adam. (2016). Extraído de: <https://www.dafont.com/es/adam.font>

Dafont.com: Coco gothic. (2017). Extraído de: <https://www.dafont.com/es/coco-gothic.font>

Dafont.com: Geo sans. (s.f). Extraído de:

<https://www.dafont.com/es/search.php?q=geo+sans>

Directo al Paladar: Home. (s.f.). Extraído de:

Sitio Web: Directo al Paladar

Ecured: Adobe Premiere Pro. (s.f). Extraído de:

https://www.ecured.cu/Adobe_Premiere_Pro

Eiseman, L. (2015). *Pantone: Introducing Marsala*. Extraído de:

<https://www.pantone.com/color-of-the-year-2015>

El Mercado y La Segmentación. (2008). Extraído de:

<https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/02/el-mercado-y-segmentacion3b3n.pdf>

Escalera, A. (2017). *Café y ostias: Establecer tarifas en dólares de nuestros servicios en Venezuela*. Extraído de: <http://cafeyostias.com/establecer-tarifas-servicios-la-venezuela-hoy/>

Escritoriofamilias: *Redes sociales*. (s.f.). Extraído de: <http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>

Expansión: consumo de vídeos online. (s.f.). Extraído de: <http://www.expansion.com/economia-digital.html>

FontsPlace: *AMGDT*. (s.f.). Extraída de: <http://www.fontsplace.com/amgdt-free-font-download.html>

García-Allen, J. (s.f.). *Psicología y Mente: Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Extraído de: <https://psicologiyamente.net/psicologia/piramide-de-maslow>

Gestron. (s.f.). *Gestron.es: Modelo de negocios, definición y ejemplos*. Extraído de: <http://gestron.es/modelo-de-negocios-definicion-y-ejemplos/>

González, H. (2018). *Diseño web: tendencias 2018*. Extraído de: <https://www.netbrain.es/tendencias-diseno-web-2018/>

Grau, M. (s.f.). *Mercedes Grau Repostería*. Extraído de: <http://mercedesgraureposteria.com/web/>

Hubspot.es: ¿Qué es el Inbound marketing?. (s.f.). Extraído de:

<https://www.hubspot.es/inbound-marketing>

iiemd.com: Que es web 2.0. (s.f). Extraído de: <https://iiemd.com/web-2-0/que-es-web-2-0>

Internet World Stats: Consumo de la internet en Venezuela (2018). Extraído de:

<https://www.internetworldstats.com>

Instagram. (2018). *Buzzfeed Tasty.* Extraído de:

<https://www.instagram.com/buzzfeedtasty/?hl=en>

Javier L. (s.f.). *dzoom: Los 5 ángulos de disparo clave en fotografía.* Extraído de:

<https://www.dzoom.org.es/los-5-angulos-de-disparo-clave-en-fotografia/>

Jiménez, C. (2017). *NuboMarketing: Penetración y usos de Internet en Venezuela 2017.* Extraído de:

<https://nubo.com.ve/blog/2017/08/21/penetracion-y-usos-de-internet-en-venezuela-2017/>

José Manuel. (2013). *La Cultura del Marketing: Plan de Marketing (IV): La Competencia, ¡Analízala!.* Extraído de:

<https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-iv-la-competencia/>

Liderazgo y Mercadeo: Segmentación de Mercado. (s.f.). Extraído de:

http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=48

López, R. (2013). *Marketing Digital desde 0: El blog, definición, tipos y ventajas*.

Extraído de: <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/03/20/el-blog-definicion-tipos-y-ventajas/>

MADRIDNYC. (2018). *MadridNYC: Tendencia en diseño web para 2018*. Madrid,

España. Extraído de: <https://madridnyc.es/author/madridnyc/>

Manuel. (2016). *Experto en crear sitios web: WIX: Características, Ventajas Y*

Desventajas. Extraído de: www.expertoencrearsitios.com/wix/

Mglobal: *¿Cómo se define el branding de marca?*. (2015). Extraído de:

<https://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/>

Mongrell, V. (s.f). *Vix.com: Los colores y el apetito*. Extraído de:

<https://www.vix.com/es/imj/salud/2010/06/18/los-colores-y-el-apetito>

Multiplicalia: *¿Qué horas son mejores para publicar en Instagram?*. (s.f.). Extraído

de: <https://www.multiplicalia.com/que-horas-son-mejores-para-publicar-en-instagram/>

Pérez, J. (2016). *Definición.de: Definición de Blog*. Extraído de:

<https://definicion.de/blog/>

Pérez, J. & Gardey, A. (2010). *Definición.de: Definición de Web 2.0*. Extraído de:
<https://definicion.de/web-2-0/>

Pérez, J. & Gardey, A. (2016). *Definicion.de: Definición de trípode*. Extraído de:
<https://definicion.de/tripode/>

Pérez, J & Gardey, A. (2016). *Definicion.de: Definición de clase social*. Extraído de:
<https://definicion.de/clase-social/>

Pérez, J & Gardey, A. (2014). *Definicion.de: Definición de target*. Extraído de:
<https://definicion.de/target/>

Pérez, J & Merino, M. (2012). *Definición.de: definición de cámara*. Extraído de:
<https://definicion.de/camara/>

Recetas Gratis: Home. (s.f.). Extraído de: <https://www.recetasgratis.net/>

Recetas de Rechupete: Home. (s.f.). Extraído de:
<http://www.recetasderechupete.com/>

Riquelme, M (2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Santiago, Chile. Extraído de:
<http://www.analisisfoda.com>

Santa María, F. (2014). *Staffcreativa: Tipografías, todo lo que debes saber*.

Extraído de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>

Séculi, M. (2017). *Marcosseculi: Diccionario instagram*. Extraído de:

https://www.marcosseculi.com/socialmedia/instagram/diccionario/#Instagram_Stories_historias_de_Instagram

Séculi, M. (2017). *Marcosseculi: Diccionario instagram*. Extraído

de: https://www.marcosseculi.com/socialmedia/instagram/diccionario/#Feed_de_Instagram

Sedano, G. (s.f). *webespacio: ¿Qué son las redes sociales?*. Extraído de:

<https://www.webespacio.com/definicion-redes-sociales/>

Significados: Definición de “comunicación”. (2018). Extraído de:

<https://www.significados.com/comunicacion/>

Soto, B. (s.f). *Gestión.org: La competencia en la empresa: directa e indirecta, perfecta e imperfecta*. Extraída de:

<https://www.gestion.org/lacompetencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>

Streetmarketing.co: Consumo de redes sociales. (2017). Extraído de:

<http://streetmarketing.co/>

Tendencias Digitales. (2017). *SlideShare: Penetración y usos de Internet en*

Venezuela. Extraído de:

https://es.slideshare.net/Tendencias_Digitales/penetracion-y-usos-de-internet-en-venezuela-2017-77747396

TIPOS DE PLANOS. (s.f.). Extraído de:

<http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd98/Plastica/01/plastica-62.html>

Tissot, B. (2012-2018). *Bensound: Royalty free music*. Francia. Extraído de:

<https://www.bensound.com/>

Vázquez, T. (2016). *Expansión: ocho consejos para grabar y editar tus propios vídeos*. Extraído de:

<http://www.expansion.com/economiadigital/innovacion/2016/06/14/575ee3fc46163f0b1f8b4694.html>

Bender. (s.f.). *Vix: La Teoría del Color*. (s.f.). Extraído de:

<https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

webempresa: Qué es WordPress. (s.f.). Extraído de:

<https://www.webempresa.com/wordpress/que-es-wordpress.html>

Webusable: Los colores, el rojo. (s.f.). Extraído de:

<http://www.webusable.com/coloursMean.htm#rojo>

wiboo: *¿Qué son las aplicaciones web?*. (s.f). Extraído de:
<https://wiboomeia.com/que-son-las-aplicaciones-web-ventajas-y-tipos-de-desarrollo-web/>

Wix.com: sobre nosotros. (2006 - 2018). Extraído de: <https://es.wix.com/about/us>

Wix.com: Creando una página de Wix desde cero. (s.f). Extraído de:
<https://support.wix.com/es/article/creando-una-p%C3%A1gina-web-wix-desde-cero>

Zukerman, E. (2012). *Pcworld: Create a website easily with wix*. Extraído de:
www.pcworld.com/article/253379/wix.html

12. Anexos

Anexo 1

Glosario:

Adobe Illustrator:

Es el programa de Adobe que permite la realización de dibujos vectoriales y el diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte. Es conocido como una de las referencias más importantes dentro de la industria del diseño.

Puede ser utilizado para:

- Diseño editorial.
- Dibujo profesional.
- Maquetación web.
- Gráficos para redes sociales.
- Interfaces web.
- Diseño cinematográficos.

Adobe Photoshop:

Es una aplicación que funciona para la creación y edición de imágenes, por medio de un espacio de trabajo que incluye menús, herramientas y paneles que permiten visualizar, editar y añadir distintos elementos a las imágenes.

Este programa, perteneciente a Adobe sirve para trabajar y editar toda clase de imágenes. Entre algunas opciones están:

- Modificar.
- Retocar.

- Deformar.
- Rotar.
- Crear efectos.
- Cambio de color.
- Cortar.

Adobe Premiere:

Es la herramienta de edición de video más popular y utilizado en el mundo. Esto se debe a su interfaz altamente intuitiva al poseer una gran facilidad de manejo y por la potencia de sus filtros y la variedad de transiciones que permiten editar vídeos con gran calidad y dinamismo. De la misma manera permite trabajar el sonido de una manera muy impecable, lo cual lo convierte en una herramienta completa para la edición de video digital. Cuenta con las siguientes características:

- Edición no lineal en tiempo real.
- Administrador de proyectos.
- Líneas de tiempo múltiples y jerarquizadas.
- Personalización del espacio de trabajo.
- Soporte para múltiples formatos de video y de audio.

Aplicaciones web:

Son herramientas que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web por medio de Internet o de una intranet mediante un navegador que ejecutará la misma. También se conocen como un tipo de software que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web, en donde su ejecución es llevada a

cabo por el navegador de internet. Es gracias a este concepto que su nombre se deriva a “App Web”. Actualmente son muy populares debido a:

- La practicidad que ofrecen los navegadores web como clientes ligeros.
- La independencia del sistema operativo que uses en tu ordenador o dispositivo móvil.
- La facilidad para actualizarlas y mantenerlas sin la necesidad de distribuir el software.
- El libre acceso de los usuarios en cualquier momento, lugar o dispositivo. Lo único que se necesita es una conexión a internet y los datos del usuario, es decir, el nombre de usuario y contraseña.

Blog:

Es un sitio web con formato de bitácora o diario personal, en donde uno o varios autores publican regularmente artículos, los cuales suelen llamarse entradas o posts, de temas variados que son ordenados cronológicamente, desde el más actual al menos actual. Debajo de cada entrada se ofrece un espacio para los comentarios de los lectores, además se pueden añadir botones para compartir en las redes sociales.

Branding:

Es el proceso en donde se da la construcción de una marca, entendiéndose como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores relacionados a la marca. Por medio de todo este proceso es que la marca será identificada por su público, es por esto que cada paso que da la empresa hasta

llegar al gran objetivo de convertirse en una marca reconocida por sus clientes debe ser analizado y seguir una estrategia previamente consolidada.

Cámara fotográfica:

Es un aparato o dispositivo que permite captar, registrar y reproducir imágenes. Se pueden encontrar una gran variedad de tipos, como las compactas, las réflex, las APS y las digitales. Estas últimas son las más utilizadas en la actualidad y se debe a que estas no necesitan el carrete tradicional sino que las fotografías tomadas se van guardando automáticamente en una tarjeta de memoria con una gran capacidad.

Comunicación:

Es el proceso de transmisión entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje por medio de un canal. Su nombre deriva del latín *communicatio*, el cual significa compartir y participar en cualquier cosa en específico. Tiene mucha importancia en nuestras vidas ya que a través de ella los seres humanos y los animales comparten información diferente entre sí, en donde el acto de comunicar se convierte en una actividad esencial para la vida en sociedad.

Un mensaje puede estar codificado en distintos lenguajes, como:

- Sistemas de signo.
- Idiomas.
- Códigos de significado.

Al pasar los años la comunicación se ha convertido en un foco de estudio importante, ya que ha sido diversificada en varias ramas del conocimiento, entre ellas:

- La teoría de la información.
- La comunicación interpersonal.
- La comunicación intrapersonal.
- La comunicación empresarial.
- El mercadeo.
- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- El análisis del discurso.
- Las telecomunicaciones.
- El periodismo.

Dólar paralelo:

Es aquel que se comercializa de manera ilegal, es decir, fuera de los parámetros de la ley. En la actualidad se encuentra muy presente en Venezuela y es aquel que circula dentro del mercado financiero del país pero fuera del circuito "oficial". Su circulación e importancia son de gran relevancia dado que el propio gobierno interviene en el mercado financiero para regular su cotización.

Edición de video:

Se trata del proceso por el cual se reordena o se modifican segmentos de un video para formar otro video. Se clasifica en dos (2):

- No lineal: Es cuando se edita un video a través de una computadora
- Lineal: Se refiere a la edición de videos con los clásicos tapes

Actualmente el video es digital, es decir, en un programa de la computadora y esto trae como resultado un manejo más fácil del material original. Los clips de los videos son ordenados en una línea del tiempo que contienen pistas de audio, en donde se pueden agregar títulos, efectos y luego se “renderiza” en un nuevo video, siendo este la pieza final. Los videos digitales tienen varias formas de distribución como DVD, web streaming, Ipod, CD-ROM o trasladarlos al sistema analógico en un cassette.

Estrategia de medios:

Es un plan global a corto, mediano y largo plazo, en donde se estudia cuáles medios son los apropiados para llevar a cabo. El objetivo es lograr el mayor beneficio al menor costo, mientras que se llega al target determinado. Al hacer una estrategia de medios se toma en consideración los perfiles de audiencia de cada medio, es decir, quien observa con frecuencia un determinado canal de televisión, o quien escucha cierta emisora de radio o quien acostumbra a comprar un periódico en específico. Lo ideal es observar detalladamente el día, la hora, las secciones, entre otros datos necesarios para desarrollar una estrategia de medios.

En la actualidad gozamos de una extensa variedad de medios, con alcances, auditorios y tarifas distintas. Sin embargo la estrategia de medios no solo depende

del presupuesto de la campaña, sino de la creatividad en la que esté desarrollada para así alcanzar un mayor número de auténticos clientes potenciales, obteniendo una menor inversión.

Feed de Instagram:

Es un listado donde aparecen todas las publicaciones (fotos y vídeos) de las personas a las que sigues en la red social Instagram. Es la parte del perfil de en donde aparecen todas las publicaciones de un solo perfil. Actualmente son parte importante de estrategias de social media, las personas utilizan patrones visuales para captar la atención de su target determinado.

Imagotipo:

Son aquellos que están compuestos por su tipografía o texto y una imagen o símbolo, unidos en un mismo concepto pero por separados, es decir la imagen arriba y el texto en la parte de abajo, o la imagen en la parte izquierda y el texto a continuación en su parte derecha, no la tipografía encima de su imagen.

Inbound Marketing:

Es una estrategia que se basa en la atracción del target determinado con contenido relevante creando una satisfacción en el cliente durante todas las etapas del recorrido. Con esta estrategia se logra que clientes potenciales encuentren tu empresa a través de distintos canales como blogs, redes sociales y motores de búsqueda. El Inbound marketing no necesita de gran esfuerzo para captar la atención, ya que al crear contenido particular para su target aborda problemas y necesidades creando confianza y credibilidad por parte de la empresa.

Nivel alto de la sociedad:

En este nivel se encuentran los individuos que poseen los ingresos más altos, como lo son los ejecutivos, empresarios y terratenientes. No solo satisfacen sus necesidades materiales sin problema, sino que tienen la posibilidad de acceder a cualquier producto o servicio considerado de élite.

Postproducción audiovisual:

Según Hiro Broadcast es el proceso en donde se realiza la selección de los mejores materiales grabados. Se edita y se garantiza conseguir el producto final deseado. Incluye desde los derechos musicales hasta la coordinación de las horas de montaje.

Pre producción audiovisual:

Se puede considerar como la fase más importante de la elaboración de piezas audiovisuales, ya que es donde se definen las bases de cada momento de la producción. Como los presupuestos, medios, personal, locaciones, entre otros. Según la productora Hiro es un trabajo de planificación exhaustiva y realista de todo el proceso de la producción de una pieza audiovisual.

Producción audiovisual:

Según Hiro Broadcast es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine, la televisión o en la web. Abarca desde aspectos financieros, recursos técnicos y logísticos hasta qué tareas se hacen cada día.

Promoción:

Es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos. También se conoce como una estrategia de comunicación por parte de las compañías que producen bienes y servicios con el fin de hacerse conocer dentro de la sociedad.

Redes sociales:

Son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares. También son conocidas por ser plataformas clave en donde esas relaciones se desarrollan y pueden llegar a conformarse por comunidades en base a intereses en común como:

- La religión.
- La posición política.
- El idioma.
- La nacionalidad.
- Las actividades profesionales.
- Los pasatiempos.
- Preferencias musicales.

Una red social nos permite construir nuestra identidad virtual a partir de un perfil público o privado con la información personal que deseemos compartir. Además, nos permite relacionarnos con otras personas y compartir las actividades y los contenidos de nuestra preferencia. Las redes sociales más importantes del momento son: Instagram, Twitter, Facebook y Snapchat.

Stories o historias de instagram:

Tienen como función compartir vídeos o fotos que desaparecen a las 24 horas. Sostienen una gran atracción, según los creadores sirven para mostrar el lado humano de la persona detrás de cada perfil. Han obtenido gran atención por parte de la audiencia ya que se puede compartir todos los momentos del día sin que aparezcan en tu perfil.

Target:

Se refiere en el marketing y en la publicidad, como el destinatario al que se le hace llegar un producto o servicio junto a sus correspondientes campañas de difusión. A partir de estudios de mercado se desarrolla una construcción ideal y esta viene siendo el target. Determinar el target de una marca o empresa es de suma importancia si se quieren optimizar los recursos.

Tipografía:

Es una herramienta de comunicación inclinada al diseño gráfico, tiene el poder de transmitir información e ideas ya que la forma visual y el estilo de cada letra en las distintas familias tipográficas existentes, provocan diferentes impresiones que se pueden utilizar para capturar el tono de voz del autor o cliente. Es por esto que la tipografía por sí sola puede persuadir y reforzar ideas presentadas con texto. Encontrar la fuente ideal no siempre es un proceso sencillo, querer llegar a la perfección de tu diseño exige laboriosas búsquedas y pruebas. No importa si se trata de un logo o un simple título, siempre se busca lo mejor. La clasificación de las tipografías se mide según las serifas (curvas) y son las siguientes:

- Sans Serif: Son tipografías que no tienen serifas, es decir, no tienen curvas. Tienen a ser delgadas, minimalistas y simples. Por ejemplo: Caviar dreams, CocoMat, etc.
- Serif: Son aquellas que poseen serifas, es decir, curvas. Tienen a ser más complejas, transmiten elegancia y seriedad. Por ejemplo: Times New Roman, Bodoni XT, etc.

Trípode:

Se refiere a un armazón de tres pies, generalmente articulados y plegables, que sirve para sostener ciertos instrumentos o aparatos. Brinda estabilidad a un elemento, evitando el movimiento del mismo para lograr facilidad al momento de utilizarlo y minimizando la posibilidad de errores. Por ejemplo, el trípode fotográfico se usa para fijar la cámara, permitiendo elevarla y situar en el lugar deseado sin que se mueva al tomar la foto. Gracias al trípode se puede garantizar de resultado una imagen nítida, debido a la ausencia de movimiento, que suele causar un aspecto borroso.

Web 2.0:

Es mejor conocido como las páginas World Wide Web (www) que hacen énfasis al tipo de contenido y la usabilidad generada por el usuario o el creador del sitio web. No se trata de actualizaciones técnicas sino supone un cambio en la creación y función de páginas web. Un sitio en la Web 2.0 permite la interacción y colaboración entre los usuarios y los diálogos de social media, convirtiéndose en creadores de contenido por usuarios en una comunidad virtual. La generación Web

1.0, siendo la anterior y la primera, solo permitía visualizar el contenido de la página sin ninguna opción de interacción.

Wix:

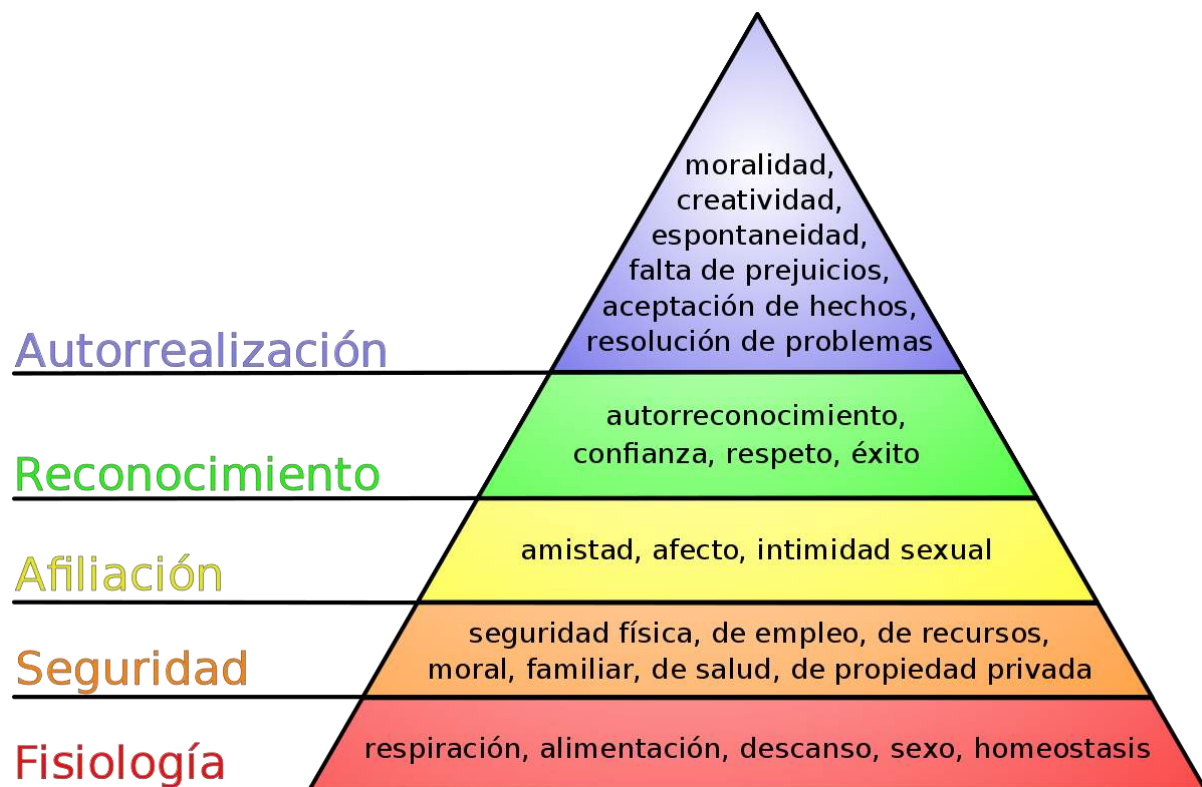
Es una plataforma de desarrollo web que se utiliza en 190 países, teniendo más de 90 millones usuarios. Consta de una gran variedad de herramientas y funciones que permite la creación de un sitio web en el ámbito que desees. Se puede obtener una presencia online sobresaliente sin tener la necesidad de pagar un dominio, ya que se pueden utilizar plantillas increíbles absolutamente gratis. Contiene una tecnología HTML5, el cual permite arrastrar y soltar todos los elementos de diseño, logrando gran facilidad al momento de crear el sitio.

Wordpress:

Es un sistema de gestión de contenidos o CMS enfocado a la creación de cualquier tipo de sitio web. Es un sistema ideal para la creación de un sitio web que se actualice periódicamente, ya que en el portal se pueden encontrar todas las entradas o contenidos ordenados cronológicamente, desde el más reciente hasta lo más antiguos. Es ideal para principiantes o personas sin experiencia en las plataformas world Wide Web. Además dispone de un sistema de plugins, que permite expandir las capacidades de la plataforma, ya que se consigue un CMS (sistema de gestión de contenido) más flexible.

Anexo 2:

Pirámide de Maslow:



Anexo 3:

Tipografías:

Tipografía utilizada para el imago tipo de la marca:

Adam

Tipografía utilizada para el eslogan de la página web:

AMGDT

Tipografía utilizada para los títulos de la página web:

Coco Gothic

Tipografía utilizada para los artículos de la página web:

Geo Sans Light

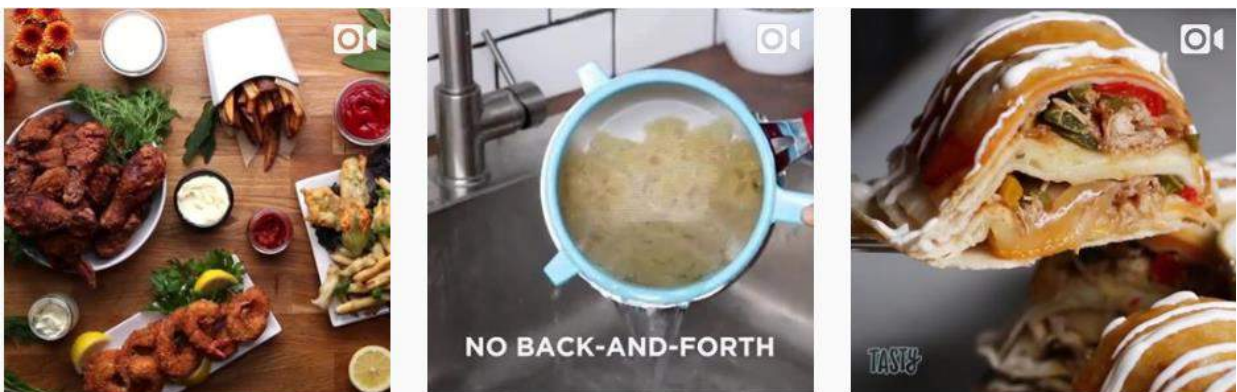
Anexo 4:

Fotos de ejemplos campaña publicitaria en Instagram:

Intriga:



Video:



Stories:



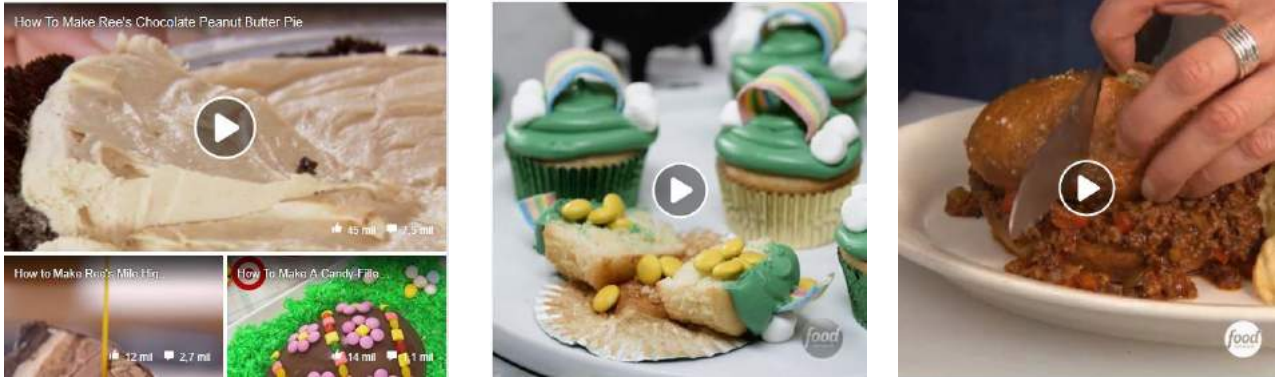
Recordatorio:



Anexo 5

Ejemplos de campañas publicitarias en Facebook:

Videos:



Recordatorios:



Food Network Save the recipe:
[https://www.foodnetwork.com/.../root-beer-sloppy-joes-on....](https://www.foodnetwork.com/.../root-beer-sloppy-joes-on...)

Root Beer Sloppy Joes on Pretzel Buns
FOODNETWORK.COM

Me gusta · Responder · Ver traducción · 12 h

Nikolas Powell I have never understood why people use any type of soda while cooking. Absolutely vile IMO

Me gusta · Responder · Ver traducción · 4 h

1 respuesta

Ver 38 comentarios más

Anexo 6

Lineamientos para la creación de una página web desde cero en la plataforma Wix:

Una página web te permite entrar al mundo 2.0 y obtener un mayor impacto en la sociedad. Se recomienda crear un sitio web debido a sus múltiples beneficios. Entre ellos se encuentra la facilidad y lo económico que puede llegar a ser, ya que se encuentran plataformas con plantillas y herramientas increíbles que permiten la creación de la misma completamente gratuita. Una de las más famosas es la plataforma de “Wix”.

Al empezar a crear una página web en esta plataforma, las primeras opciones que te da, son elegir entre utilizar una de las múltiples plantillas que la plataforma ofrece y posteriormente comenzar a editar sobre ella. O crear la página desde cero, ya que puedes elegir una plantilla en blanco. Para esto se necesita seguir los siguientes pasos:

1. Dirígete a la opción: plantillas en blanco.
2. Pasa el cursor sobre la plantilla que quieras utilizar: completamente en blanco o unas con algunas opciones de diseño.
3. Haz clic en editar.

Luego la plantilla se va a abrir en el nuevo editor. A partir de este momento se comienza a personalizar tu sitio web, del lado izquierdo se encuentra el menú de edición, con este menú se puede agregar varios elementos al sitio. Mientras se está creando es importante hacer clic en el botón de guardar para no perder todo el esfuerzo. Al estar lista la página solo se tiene que hacer clic en la opción de “publicar” y como resultado se obtiene un sitio web para dar a conocer a tu marca.

Es recomendable utilizar las plantillas que la plataforma de “Wix” ofrece, debido a la facilidad y poco conocimiento que se tiene que tener, en cambio si se trata de un usuario más avanzado y con experiencia tecnológica en la web 2.0, las plantillas en blanco son la opción perfecta, ya que permite la libertad de diseñar la página web soñada.

Anexo 7

Diego Castaño - Tendencias de diseño web

Un artículo publicado por el creador del canal de Youtube “Tecnología para mentes creativas” expone distintas tendencias para diseño web en este 2018, las cuales son relevantes para este PFC. Debido al auge de los medios digitales, es de suma importancia estar actualizado en los mismos para poder llegarle a los consumidores de una mejor manera. A continuación se mencionan las tendencias que este autor señala indispensables este año 2018:

1. **Carga progresiva:** Existen tecnologías que permiten acelerar los tiempos de carga de las páginas web en móviles.
2. **Vuelve el Skeumorfismo:** se trata de aplicaciones que simulan texturas de la vida real. Ahora existen programas que están permitiendo a empresas añadir texturas reales para diferenciarse del resto.
3. **Más multimedia:** En la actualidad las imágenes JPEG están quedando reemplazadas por los videos y los GIF animados. De tal manera que los fondos de páginas web contienen vídeos para darle un aire más cinematográfico.
4. **Micro-interacciones:** Definen cómo reaccionan los detalles de nuestro diseño web ante las acciones de los usuarios, ahora se puede saber cuándo un usuario hace clic o cuando escribe una contraseña incorrecta.
5. **Mayor adopción de las fuentes web:** Los Emojis se usan cada vez más y las fuentes web han promovido que se hagan mucho más populares.
6. **Menú horizontal de navegación con buscador:** Los sitios web más populares de la actualidad tienen en común un menú de navegación horizontal que está en la parte superior y que tiene un campo de búsqueda.

7. Fondo de color blanco: El blanco es el color más luminoso y por eso se usa para nuestra atención hacia el contenido web.

Anexo 8

Tipos de Planos

Gran plano general:



Plano general:



Plano americano:



Plano medio:



Plano medio corto:



Primer plano:



Plano detalle:



Plano cenital:



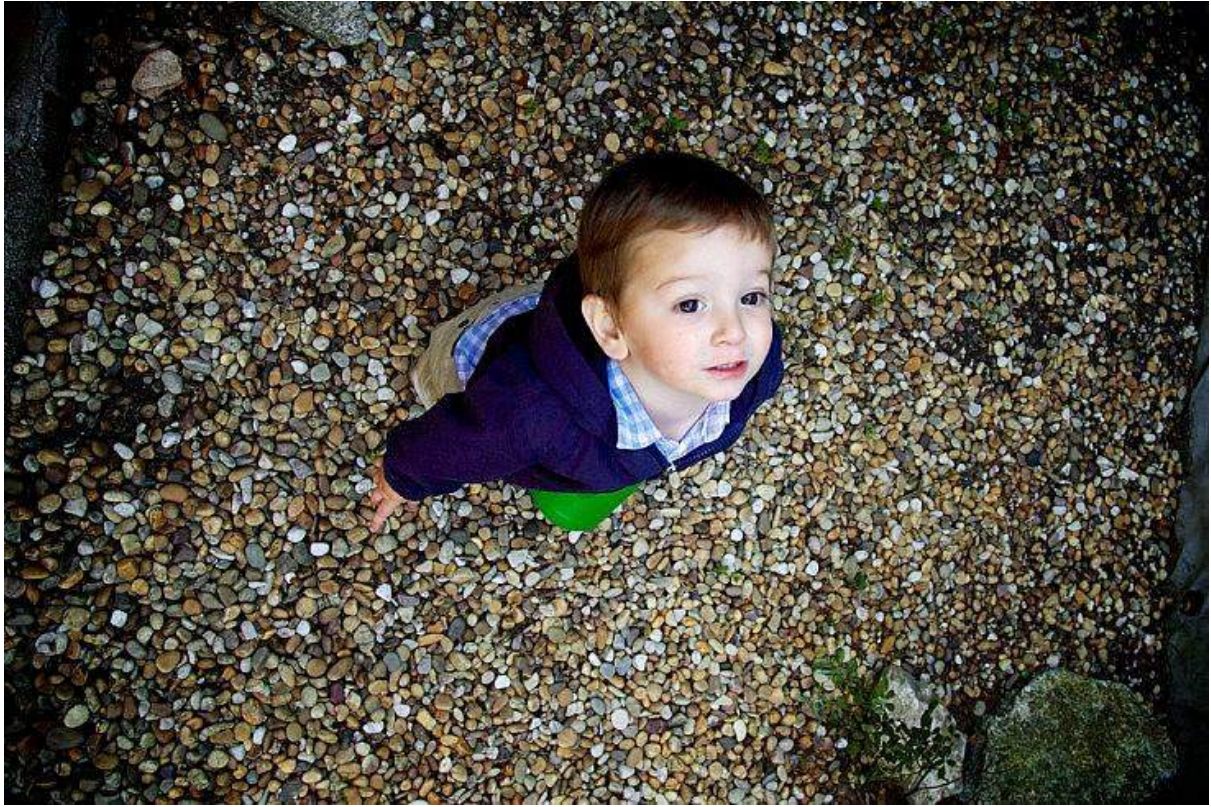
Anexo 9

Tipos de Ángulos:

Normal:



Picado:



Contrapicado:



Anexo 10

Perfil de tres (3) páginas webs de la competencia indirecta:

Sitio Web: Recetas Gratis

Recetas Gratis ¿Qué estás buscando? **COMUNIDAD** **DESCUBRE** ▾

Destacado **Destacado** **Destacado** **Destacado**

Carne **Aperitivos y tapas** **Guisos y Potajes** **Postres**

Receta de Costillas de cerdo en salsa de vino blanco Receta de Panqueques para canelones Receta de Potaje de garbanzos con bacalao y espinacas Receta de Bolitas de coco y zanahoria veganas

Recetas de Aperitivos y tapas
Canapés
Bocadillos y sandwiches
Empanadas
Cremas para untar

Recetas de Arroces y cereales
Pirries
Risottos
Arroces sueltos
Arroces con carne

Recetas de Aves y caza
Pollo
Pavo
Conejo
Pato

Recetas de Carne
Carne
Termino
Vaca
Lomo

Cócteles y bebidas
Batidos
Cócteles
Jugos y zumos
Ponche

Consejos de cocina
Trucos y técnicas
Nutrición y salud
Consejos de compra
Ideas para condimentar

Recetas de Ensaladas
Ensaladas saludables
Ensaladas con frutas
Ensaladas con pescado
Ensaladas de pasta

Recetas de Guisos y Potajes
Guiso
Potajes
Cocido
Niguis

Recetas de Huevos y lácteos
Tortitas
Queso
Tortitas
Huevos cocidos

Recetas de Legumbres
Garbanzos
Lentijas
Alubias
Frijoles

Recetas de Mariscos
Camarones

Recetas de Pan y bollería

Recetas de Pasta
Espaguetis

Recetas de Pescado
Salmon

Recetas de Postres
Postres con frutas

Sitio Web: Recetas de Rechupete

Cocina & recetas **HOLA! COCINA**

de Rechupete Busca recetas **Buscar**

RECETAS DE... RECETAS FÁCILES RECETAS DE POLLO VIDEORECETAS IMPRIMIBLES

Recetas por temática

Los mejores postres y dulces de Semana Santa

0 MINUTOS 0 €/PERSONA

Nuestra Semana Santa más dulce. Como todos los años en estas fechas las pastelerías se llenan de recetas de postres de todo tipo. Desde las torrijas tradicionales y algunas muy originales (de café, de vino tinto, rellenas de crema, caramelizadas...), leche frita, los crujientes pestiños con miel, buñuelos de viento rellenos de cosas más que ricas, [...]

Sitio Web: Directo al Paladar

VX OF € ... Weblog:SL

MENU NUEVO BUSCAR **Directo al PALADAR** EL SABOR DE LA VIDA NO TE PERDAS Torrijas: consejos y trucos para que te queden perfectas

• NUESTROS FAVORITOS

Lomo de bacalao Skrei confitado: receta de Semana Santa

PAKUS hace 10 horas 6 COMENTARIOS

PAKUS Directo al Paladar

LO MEJOR


- 1 Paella, esto es todo lo que necesitas saber para que te feliciten
- 2 La receta de la salsa boloñesa auténtica
- 3 Los mejores torreznos del mundo están en El Burgo de Osma (y son del Atlético de Madrid)
- 4 Ocho recetas con brócoli (que os harán cambiar de opinión sobre esta crucifera)
- 5 Salmón al horno con frutos secos. La receta definitiva

Lo mejor del mes en Directo al Paladar

Anexo 11


Artículo de receta de 5 ingredientes de la página web “Tua Chef”

Primera parte:



TUACHEF
AYUDÁNDOTE A COCINAR

Pastel de Plátano Frito



INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

Segunda parte:

PASTEL DE PLÁTANO FRITO



Receta:

4 uds. de plátanos maduros
3 uds. de huevos
250 gr. de queso
200 cc. de leche
1 cdta. de aceite

[INICIO](#)

[RECETAS](#)

[SOCIEDAD VENEZOLANA](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[SOBRE NOSOTROS](#)

Tercera parte:

Beneficios de los Ingredientes utilizados en la receta:

Plátanos maduros: contiene vitamina A, vitamina B6, magnesio, hierro, niacina, folato, riboflavinas, tiamina y potasio.

Huevos: posee varios tipos de vitaminas como la A, B2, B12, D y E. Además nos proporciona algunos minerales como el fósforo, selenio, hierro, yodo y zinc.

Queso: contiene todos los aminoácidos necesarios para que nuestro organismo funcione correctamente. Además es una de las principales fuentes de calcio, un mineral fundamental para la salud de los huesos y de los dientes.

Leche: es el alimento con mayor fuente de calcio; además que por su composición este se absorbe mejor a comparación a otros alimentos.

Aceite: tiene abundancia de vitamina E, un antioxidante natural que ayuda a proteger a nuestro organismo de la acción de los radicales libres, ayudando a su vez a prevenir enfermedades degenerativas y cáncer.

[INICIO](#)

[RECETAS](#)

[SOCIEDAD VENEZOLANA](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[SOBRE NOSOTROS](#)

Anexo 12

Feed de instagram de Tua Chef:



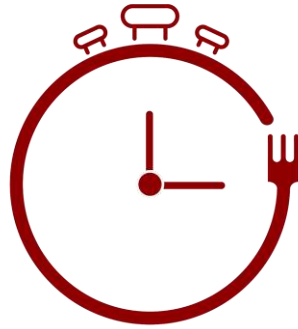
Anexo 13

Portada



Anexo 14

Logotipo



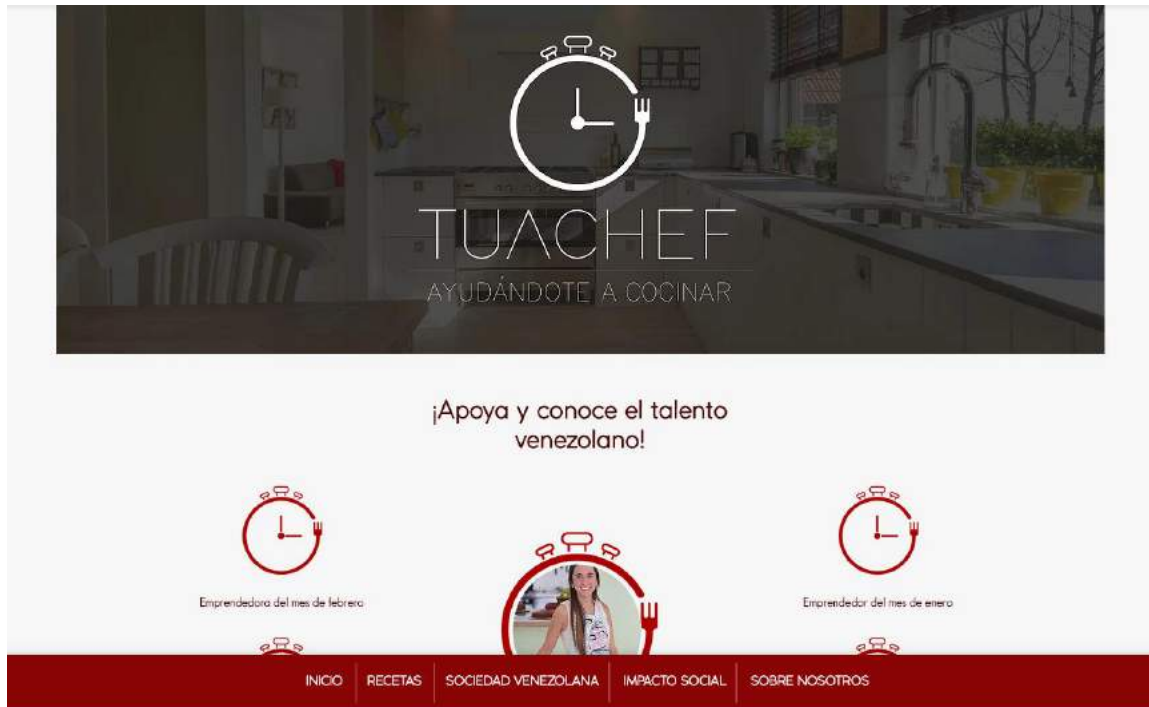
TUACHEF

AYUDÁNDOTE A COCINAR

Anexo 15

Sección de “Sociedad Venezolana” de la página web “Tua Chef”

Primera parte:



Segunda parte:



TUACHEF
AYUDÁNDOSE A COCINAR

¡Apoya y conoce el talento venezolano!

Emprendedora del mes de febrero

Emprendedor del mes de enero

Emprendedor del mes de diciembre

Mercedes Grau
Emprendedora del mes de marzo

Emprendedora del mes de noviembre

INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

RELOJ - LOGO TUA CHEF.png

Anexo 16

Sección del emprendedor venezolano del mes de la página web “Tua Chef”:

Primera parte:



TUACHEF
AYUDÁNDOTE A COCINAR



Mercedes Teresa Grau Guinand

Nací en Caracas, Venezuela en 1987 y aquí he vivido siempre.

A los 23 años me gradué de Comunicadora Social en la Universidad Católica Andrés Bello, al poco tiempo me di cuenta que eso no era lo mío.

Desde pequeña ojeaba los libros de cocina, en su mayoría buscando recetas de dulces, hacía lo que podía con los ingredientes que encontraba en mi casa.

Sobre Mis Dulces:

En julio del 2011 entre a un concurso de diseño gráfico, luego de ganar el primer premio me...

INICIO RECETAS SOCIEDAD VENEZOLANA IMPACTO SOCIAL SOBRE NOSOTROS

Segunda parte:



Desde pequeña ojeaba los libros de cocina, en su mayoría buscando recetas de dulces, hacía lo que podía con los ingredientes que encontraba en mi casa.

Sobre Mis Dulces:

En Junio del 2011 junto a una gran amiga, decidimos empezar a hacer y ofrecer a nuestros familiares y amigos los dulces que sabíamos hacer, y así empezó todo este camino.

Me considero una repostera autodidacta, ya que casi todos mis conocimientos los he adquirido leyendo, buscando y probando recetas, pero también he realizado algunos cursos cortos de repostería en Caracas y Barcelona-España.



Hoy en día somos un equipo de tres personas en la cocina, que amamos la repostería y que más que un trabajo se ha convertido, para mí en mi nueva pasión. Distribuimos postres en varias tiendas de conveniencia en Caracas, pero sobre todo nos dedicamos al catering de dulces para cualquier tipo de evento.

Como postre de pocos ingredientes que les pudiera recomendar a los amantes de la cocina rápida, fácil y sencilla que prueben la deliciosa *mini pastel de queso al horno con dulce de leche* que cuenta con tan solo cuatro (4) ingredientes, lo pueden apreciar en la parte inferior derecha.

Si quieren conocer más de mí les dejo mi página web, redes sociales y correo electrónico por si quieren contactarme.



Página Web: <http://mercedesgraureposteria.com/web/contacto.php>



INICIO

RECETAS

SOCIEDAD VENEZOLANA

IMPACTO SOCIAL

SOBRE NOSOTROS

Tercera parte:



Me considero una repostera autodidacta, ya que casi todos mis conocimientos los he adquirido leyendo, buscando y probando recetas, pero también he realizado algunos cursos cortos de repostería en Caracas y Barcelona-España.



Hoy en día somos un equipo de tres personas en la cocina, que amamos la repostería y que más que un trabajo se ha convertido, para mí en mi nueva pasión. Distribuimos postres en varias tiendas de conveniencia en Caracas, pero sobre todo nos dedicamos al catering de dulces para cualquier tipo de evento.

Como postre de pocos ingredientes que les pudiera recomendar a los amantes de la cocina rápida, fácil y sencilla que prueben la deliciosa *mini pastel de queso al horno con dulce de leche* que cuenta con tan solo cuatro (4) ingredientes, lo pueden apreciar en la parte inferior derecha.

Si quieren conocer más de mí les dejo mi página web, redes sociales y correo electrónico por si quieren contactarme.



Página Web: <http://mercedesgraureposteria.com/web/contacto.php>

Correo Electrónico: mercedesgraureposteria@gmail.com

Horario: Lunes a Viernes



Mini pastel de queso al horno con dulce de leche

Anexo 17

Sección de “Impacto Social” de la página web “Tua Chef”

Primera parte:



Segunda parte:

¡Conoce y ayuda a estas fundaciones venezolanas que te necesitan!



Fundación del mes de febrero

Fundación del mes de enero

Fundación del mes de diciembre

Sonrisas de Esperanza
Fundación del mes de marzo

Fundación del mes de noviembre

INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

Anexo 18

Sección de la fundación venezolana del mes en la página web “Tua Chef”:

Primera parte:



TUACHEF
AYUDÁNDOSE A COCINAR



Sonrisas de Esperanza

Fundación del mes de marzo

Somos una fundación con sede en Colinas de Bella Monte, tenemos como objetivo principal es brindarles amor, cariño, afecto a todos los venezolanos que lo requieran; para ello realizamos diversas actividades, entre ellas pintarle la cara a los niños de orfanatos, pintarle los uñitos a las viejitas de los ancianatos y lo principal que es darle de comer a los que necesiten.

Inicialmente empezamos dándole de comer a personas de la calle, sin tomar en cuenta edades, luego empezamos a percibir situaciones irregulares de parte de grupos de niños y adolescentes, por lo que empezamos a inclinarnos a hacer menos entregas en las calles (cuando las hacemos buscamos mas que todo personas mayores) e incrementar las visitas a los ancianatos, orfanatos, además ellos nos proporcionan la cocina y nosotros llevamos los ingredientes. Así como también nos hemos unido últimamente con otras fundaciones y hemos hecho actividades juntas, compartiendo así las tareas.

INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

Segunda parte:

Fundación del mes de marzo

En marzo nos amon, currimo, ofrecio a todos los venezolanos que lo requieren para ello realizamos diversas actividades, entre ellas pintarle la cara a los niños de orfanatos, pintarle las uñas a las viejitas de los ancianatos y lo principal que es darle de comer a los que necesitan.

Inicialmente empezamos dándole de comer a personas de la calle, sin tomar en cuenta edades, luego empezamos a percibir situaciones irregulares de parte de grupos de niños y adolescentes, por lo que empezamos a inclinarnos a hacer menos entregas en las calles (cuando las hacemos buscamos mas que todo personas mayores) e incrementar las visitas a los ancianatos, orfanatos, además ellos nos proporcionan la cocina y nosotros llevamos los ingredientes. Así como también nos hemos unido últimamente con otras fundaciones y hemos hecho actividades juntos, compartiendo así los insumos.

Nuestros menús son variados, trabajamos en función de lo que tenemos, hemos hecho: crepas, bollitos de maíz con queso, minestrone, pabellón, arroz con pollo, entre otros.

Nuestra fundación tiene como objetivo algún día poder tener una instalación donde se puedan ayudar entre unos veinte (20) a veinticinco (25) niños aproximadamente, brindándoles una especie de familia sustituta, darles educación, normas, límites, en fin amor de hogar.

Además también tenemos una actividad que se llama "Comedores Comunitarios", que se hace en apoyo a grandes industrias, donde ellos proveen los insumos y nosotros realizamos la logística en conjunto con la comunidad que se beneficiará.

Quedamos atentos ante cualquier aporte, ayuda o voluntarios que deseen ser parte de esta fundación.

Quien desee colaborar con ingredientes para la próxima actividad que tengamos, lo invitamos a que se ponga en contacto ingresando en el link que esta en nuestra página de Instagram e inmediatamente entrará a nuestro grupo de whatsapp, sino también puede contactarnos por medio de mensajes directo tanto en el propio Instagram como en Facebook o Twitter.

Información brindada por: Juan Manuel Feijoo (Presidente de la Fundación)



INICIO | RECETAS | SOCIEDAD VENEZOLANA | IMPACTO SOCIAL | SOBRE NOSOTROS

Tercera parte:



Nuestros menús son variados, trabajamos en función de lo que tenemos, hemos hecho: arepas, bollitos de matz con queso, minestrone, pabellón, arroz con pollo, entre otros.



Nuestra fundación tiene como objetivo algún día poder tener una instalación donde se puedan ayudar entre unos veinte (20) a veinticinco (25) niños aproximadamente, brindándoles una especie de familia sustituta, darles educación, normas, límites, en fin amor de hogar.

Además también tenemos una actividad que se llama "Comedores Comunitarios", que se hace en apoyo a grandes industrias, donde ellos proveen los insumos y nosotros realizamos la logística en conjunto con la comunidad que se beneficiará.

Quedamos atentos ante cualquier aporte, ayuda o voluntarios que deseen ser parte de esta fundación.



Quien desee colaborar con ingredientes para la próxima actividad que tengamos, lo invitamos a que se ponga en contacto ingresando en el link que esta en nuestra página de instagram e inmediatamente entrará a nuestro grupo de whatsapp, sino también puede contactarnos por medio de mensajes directo tanto en el propio Instagram como en Facebook o Twitter.

Información brindada por: Juan Manuel Feijoo (Presidente de la Fundación).



Correo Electrónico: sonrisasdesperanzavzla@gmail.com



INICIO

RECETAS

SOCIEDAD VENEZOLANA

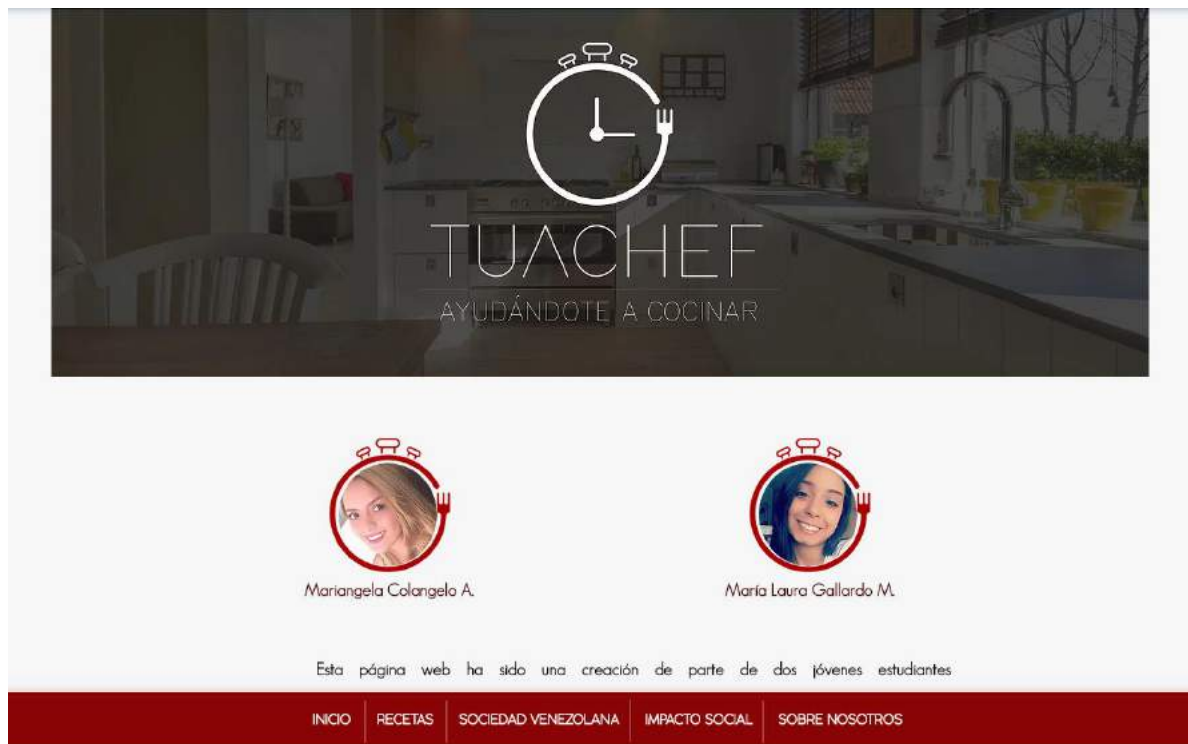
IMPACTO SOCIAL

SOBRE NOSOTROS

Anexo 19

Sección sobre nosotros en la página web “Tua Chef”:

Primera parte:



Segunda parte:

de comunicación social de 22 y 23 años de edad. Ambas tienen en común que desde temprana edad les encantaba observar como cocinaban sus padres, sus abuelos, entre otros miembros de la familia y con el pasar del tiempo fueron ellas mismas adquiriendo sus propias destrezas culinarias.

Su amistad comenzó en su casa de estudio, específicamente desde el tercer día de clases, en la cual actualmente frecuentan día a día, donde se conocieron a profundidad debido a las largas horas que debían pasar en la universidad, poco a poco se dieron cuenta que tenían muchas cosas en común, han compartido momentos únicos que ha hecho que la amistad pareciera de hace muchísimos años atrás. En quinto año de la carrera decidimos llevar a cabo este proyecto ya que es una oportunidad especial para destacarnos en las áreas que más nos gustan: la comunicación social y la cocina a través de una ventana en el mundo digital que es el medio que mas frecuentan y de esa manera compartir sus conocimientos con todos ustedes.

Es prudente recordar que no es necesario ser un chef para tener platos increíbles en tu mesa. Tua Chef te brinda recetas fáciles, rápidas y deliciosas. En donde cocinar nunca fue tan divertido.

Atrévete a ver más allá de tu cocina y conviértete en tu propio chef, informándote de los emprendedores más sobresalientes de la sociedad venezolana y apoyando a las principales fundaciones que impactan en Venezuela.

[Contáctanos](#)

[INICIO](#)

[RECETAS](#)

[SOCIEDAD VENEZOLANA](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[SOBRE NOSOTROS](#)

Tercera parte:

especial para destacarnos en las áreas que más nos gustan: la comunicación social y la cocina a través de una ventana en el mundo digital que es el medio que mas frecuentan y de esa manera compartir sus conocimientos con todos ustedes.

Es prudente recordar que no es necesario ser un chef para tener platos increíbles en tu mesa. Tua Chef te brinda recetas fáciles, rápidas y deliciosas. En donde cocinar nunca fue tan divertido.

Atrévete a ver más allá de tu cocina y conviértete en tu propio chef, informándote de los emprendedores más sobresalientes de la sociedad venezolana y apoyando a las principales fundaciones que impactan en Venezuela.

Contáctanos

Nombre * Email *

Asunto *

Mensaje *

ENVIAR

[INICIO](#)

[RECETAS](#)

[SOCIEDAD VENEZOLANA](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[SOBRE NOSOTROS](#)

Anexo 20

Sección sobre las recetas en la página web “Tua Chef”:

Primera parte:



Segunda parte:



[INICIO](#)

[RECETAS](#)

[SOCIEDAD VENEZOLANA](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[SOBRE NOSOTROS](#)