



República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

PROYECTO FINAL DE CARRERA

CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB SOBRE TENDENCIAS DE TIKTOK EN
VENEZUELA DIRIGIDA A AGENCIAS DE MERCADEO

Autor

Nicole Chantal Madrid Bouchard

Tutor(a)

Andrea Medina

Caracas, 13 de junio del 2024

Aprobación del Tutor

Considerando El Proyecto Final De Carrera Titulado:

Creación De Una Página Web Sobre Tendencias De Tiktok En Venezuela Dirigida A Agencias De Mercadeo

Elaborado por la ciudadana: Nicole Madrid

Para optar al título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Reúne los requisitos exigidos por la Escuela de Comunicación Social por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andrea Medina', with a horizontal line underneath.

Andrea Medina

Profesor coordinador

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD

Quien redacta, en condición de autora del proyecto final de carrera titulado **“Creación de una página web sobre tendencias de TikTok en Venezuela dirigida a agencias de mercadeo”** declaro que cedo a título gratuito de forma pura, simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden en el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial solo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgar, publicar o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autora de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponden a mi persona, salvo los créditos que se deben hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autora: Nicole Madrid

C.I. 30.330.306

En la ciudad de Caracas a los **5** días del mes de **junio** de 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nm', with a long horizontal stroke extending to the right.

DEDICATORIA

*A mis padres,
por siempre estar a mi lado apoyándome desde el primer momento de mi vida,
por educarme y formarme de la mejor manera posible en los mejores institutos
educativos.*

*A mis seres queridos y mi hermanita,
por sumarse y ser parte esencial de mi vida.*

*A la Universidad Monteávila,
por ser parte de mi crecimiento tanto personal como educativo.*

*Y a Venezuela,
por ser mis raíces, mi nacionalidad y mi cultura.*

AGRADECIMIENTOS

Al escribir estos agradecimientos, siento que representan la culminación de una gran etapa en mi vida. Ha sido un proceso de transición de la adolescencia a la adultez, el aprendizaje de la madurez, y la asunción de responsabilidades. Todo este camino tuvo un gran impacto en mi tiempo en la universidad, por lo que quiero expresar mi gratitud a quienes hicieron posible que llegara hasta aquí, quienes estuvieron conmigo y contribuyeron a formar la persona que soy hoy.

Quiero agradecer a mi madre, Minerva, por ser mi consejera, por escucharme, apoyarme y guiarme, por ser mi ejemplo a seguir. También quiero agradecer a mi padre, Jorge, por respaldarme en mi carrera, por reconocer mis esfuerzos y sacrificios. A mi hermanita Valeria, gracias por ayudarme en cortometrajes y ser modelo en mis tareas de fotografía.

Asimismo, quiero agradecer a mis amigas, pues su influencia ha sido fundamental en mi crecimiento y en la persona en la que me he convertido. Aunque cada una tome caminos diferentes, siempre habrá un lazo que nos une. Gracias a Isabella Lugo y Karla González por ser mis mejores amigas, por su apoyo incondicional, por escucharme, hacerme reír y aconsejarme. A Mariana Cardozo, por ser una gran amiga, por ser mi apoyo y preocuparse por mi bienestar. A Rania Abrahím, por su nobleza y amistad genuina. También agradezco a todas las amigas que me acompañaron durante esta etapa universitaria.

Quiero agradecer a mis profesores, quienes fueron mi guía, mi apoyo y, en muchas ocasiones, mi familia. No solo me enseñaron, sino que también me formaron y me brindaron un camino a seguir. Principalmente, agradezco a Cristina Hossne, profesora y coordinadora de la universidad, además de una gran amiga. Gracias por tu orientación, apoyo, enseñanza y por el crecimiento que tuve gracias a tu presencia en mi vida. También agradezco al profesor Rubén Rodríguez, por ser un gran guía en mi formación profesional. Al profesor Rafael Lastra, por su paciencia y comprensión, por enseñarme no solo sobre periodismo, sino también sobre la vida. Finalmente, al profesor Guillermo Yaber, por apoyar mis ideas, por impulsar mi creatividad y por darme la confianza de mostrar mi trabajo y atreverme a hacer lo que me apasiona, sin temor.

ÍNDICE GENERAL

3. RESUMEN	6
3.1. Palabras Clave	7
3.2. Antecedentes	7
3.2.1. Costa Y London (2022). Diseño De Un Sitio Web Multimedia De Cursos Online Para Creativos [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].	7
3.2.2. Cáceres, Zapata Y Coromoto (2024). Creación De Una Guía Web Sobre Las Opciones De Entretenimiento Para Jóvenes De 18 A 25 Años [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].	7
3.2.3. Colmenares, Ortiz Y Reglá (2018). Desarrollo Y Elaboración De La Página Web E-Commerce Para La Marca Piña & Coco [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].	8
3.2.4. Pérez Y Dagnnybeth (2018). Diseño De Una Propuesta De Sección De Podcasts Dentro Del Espacio Web Del Canal Conciencia TV [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].	8
3.2.5. De Olival (2018). Elite Football : Medio Digital Dirigido Hacia Millennials Enfocado En Las Cinco Principales Ligas Del Fútbol Europeo : España, Inglaterra, Italia, Alemania Y Francia [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].	9
4. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	10
4.1. Introducción	10
4.2. Bases teóricas	11
4.3. Justificación	18
4.4. Objetivos	19
5. Plan De Acción	20
6. Proyecto	22
6.1. Objetivos de Marca	22
6.2. Benchmark	23
6.3. FODA	29
6.4. Estrategias	31
6.5. Descripción de la Marca	34
6.6. Slogan	34
6.7. Target	34
6.8. Filosofía de Gestión	35
6.9. Identidad Corporativa.	36
6.10. Identidad Visual	43
7. Enlace del Proyecto.	46
8. Conclusiones.	46
9. Recomendaciones.	48

10. Referencias Bibliográficas.**49****11. Anexos.****52**

3. RESUMEN

El presente proyecto final de carrera se enfoca en el diseño de un Blog de Tendencias dedicado a la red social TikTok, denominado "Trending Topic Venezuela" (TTVenezuela), con el propósito fundamental de centralizar y estructurar la información sobre las tendencias digitales emergentes en esta plataforma.

El diseño de esta plataforma digital desempeña una labor crucial en la experiencia del usuario al proporcionar un acceso rápido y sencillo a información relevante sobre tendencias digitales. Un blog web intuitivo y fácil de usar es fundamental para la identificación de tendencias de manera eficiente, superando las limitaciones de tiempo y acceso a datos específicos del mercado venezolano, y optimizando el tiempo de búsqueda para empresas y agencias.

Esta plataforma es el comienzo de una herramienta esencial que busca centralizar y organizar las tendencias de TikTok. A través de secciones específicas como tops de contenido viral, recomendaciones para marcas y un apartado de contexto, se presenta la información de manera estructurada para inspirar la creación de contenido.

Las generaciones jóvenes, incluyendo la Generación Z y Generación Alpha, son un público clave en TikTok. Por ello, el blog fue ideado para conectar empresas con estas audiencias, fomentando la comprensión y producción de contenido creativo. Se invita a los usuarios a adaptar sus estrategias de marketing basándose en las tendencias identificadas, lo cual es vital en el competitivo entorno del marketing digital.

TTVenezuela pretende ser más que un simple blog; busca posicionarse como la principal guía de contenidos en TikTok para el mercado venezolano. Su objetivo es ser una herramienta indispensable que, a través de la identificación y análisis de tendencias, mejore la eficiencia y efectividad de las campañas de marketing digital, ofreciendo una solución innovadora que contribuye al crecimiento de las empresas locales.

3.1. Palabras Clave

Blog, TikTok, Tendencias, Marketing digital, Agencias de mercadeo, Empresas venezolanas, Generación Z, Generación Alpha, Creación de contenido, Plataforma digital, Estrategias de marketing, Venezuela.

3.2. Antecedentes

3.2.1. Costa Y London (2022). Diseño De Un Sitio Web Multimedia De Cursos Online Para Creativos [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].

Este proyecto diseñó un sitio web multimedia de cursos online en el área creativa, facilitando el acceso a información tanto para estudiantes como para profesionales. El sitio utiliza videos explicativos, fotografías y opciones de interacción en grupos sociales para compartir experiencias y resolver dudas con instructores. Se diseñó la identidad corporativa, incluyendo la identidad visual, tipografías, paleta de colores y estilo artístico. Utilizando Illustrator y Figma, se diagramó y crearon elementos visuales, los cuales se adaptaron para la creación del portal web en Wix. Este proyecto comienza con una contextualización clara y una justificación basada en la necesidad de facilitar el acceso a la información, similar a cómo su proyecto busca simplificar la identificación de tendencias en TikTok.

3.2.2. Cáceres, Zapata Y Coromoto (2024). Creación De Una Guía Web Sobre Las Opciones De Entretenimiento Para Jóvenes De 18 A 25 Años [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].

Este proyecto tiene como objetivo crear una guía web que reúne y explica diversas opciones de entretenimiento para jóvenes de 18 a 25 años en Caracas. La guía proporciona información detallada sobre actividades como centros deportivos, actividades al aire libre y clases especializadas. Busca facilitar el acceso a información valiosa y fomentar un estilo de vida activo entre los jóvenes, adaptándose a su presupuesto. La guía web incluye características interactivas como herramientas de búsqueda personalizada, enlaces directos a planes de entretenimiento y contenido multimedia. La estrategia muestra una estructura clara y una metodología bien definida

que aseguran una adecuada planificación y ejecución. La forma en que se presenta la información y se diseñan las características interactivas puede inspirar y guiar el desarrollo de su propia plataforma.

3.2.3. Colmenares, Ortiz Y Reglá (2018). Desarrollo Y Elaboración De La Página Web E-Commerce Para La Marca Piña & Coco [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].

La creación de la página web de e-commerce para la marca venezolana de trajes de baño Piña&Coco se basó en un exhaustivo análisis de la competencia, la marca, las tendencias digitales y las preferencias del público objetivo. Este proceso permitió diseñar y desarrollar una tienda virtual que no solo facilita la compra de productos, sino que también atiende las necesidades de los clientes y las exigencias de la marca. Además, se diseñó una estrategia de comunicación para promover el sitio web y potenciar su lanzamiento, superando los objetivos iniciales del proyecto. Ofrece una visión clara y organizada de cada etapa del proyecto, desde la investigación y análisis hasta el desarrollo, implementación y promoción. Esto facilita la planificación y seguimiento de cada tarea, asegurando que no se pase por alto ningún detalle crucial.

3.2.4. Pérez Y Dagnnybeth (2018). Diseño De Una Propuesta De Sección De Podcasts Dentro Del Espacio Web Del Canal Conciencia TV [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].

Con la llegada del Internet, Conciencia TV decidió crear una propuesta de podcast para mantenerse al día con las nuevas tendencias en medios de comunicación. A través de encuestas y entrevistas, se evaluaron las preferencias del público y las características esenciales del podcast. Los resultados favorables llevaron a la creación de una página web con podcasts temáticos, permitiendo a los usuarios generar y comentar contenido. Además, se diseñó una estrategia de comunicación para promover el sitio, asegurando su éxito y relevancia en el mercado digital. Comienza con una contextualización clara y una justificación de la necesidad de evolución en el medio de comunicación. Ambas iniciativas enfatizan la importancia de las nuevas tecnologías y la adaptación a las tendencias actuales para mantenerse relevantes.

3.2.5. De Olival (2018). Elite Football : Medio Digital Dirigido Hacia Millennials Enfocado En Las Cinco Principales Ligas Del Fútbol Europeo : España, Inglaterra, Italia, Alemania Y Francia [Proyecto Final De Carrera, Universidad Monteávila].

El proyecto de Elite Football busca crear un medio de comunicación digital que informe sobre los principales acontecimientos futbolísticos de las cinco principales ligas europeas, con un diseño visual y una interfaz fácil de usar para los Millennials (nacidos entre 1980 y 1997). El portal web se destaca por su diseño minimalista y uso intensivo de recursos audiovisuales complementados con textos cortos, satisfaciendo las necesidades específicas de esta generación. Este formato influye en los antecedentes de su proyecto al mostrar la importancia de una identidad visual fuerte y un diseño intuitivo, asegurando que la información sea accesible y atractiva para el público objetivo. La integración de recursos audiovisuales y textos concisos como parte del contenido también puede servir de inspiración para su proyecto. La metodología utilizada en este proyecto, desde el diseño hasta la implementación y promoción, proporciona un marco valioso para desarrollar su propia plataforma web de manera estructurada y eficiente.

4. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

4.1. Introducción

La idea de Trending Topic Venezuela (TTVenezuela) nació durante una madrugada, motivada por la búsqueda tediosa y prolongada de inspiración para un guión de video de TikTok. Esta experiencia reveló la necesidad crucial de contar con un espacio que centralizará las tendencias de TikTok de manera estructurada. Dos meses después, esta idea se retomó como parte de un proyecto final de carrera, aprovechando la creciente relevancia de TikTok como fuente de inspiración personal y profesional.

Este proyecto final de carrera tuvo como objetivo diseñar un Blog web sobre tendencias de TikTok en Venezuela, nombrado “Trending Topic Venezuela”. El diseño de esta plataforma digital desempeña una labor crucial en la experiencia del usuario, ya que una página web intuitiva y fácil de usar es fundamental para la identificación de tendencias de manera eficiente. En el contexto venezolano, el acceso a datos de tendencias puede ser un desafío, y las herramientas globales a menudo omiten información específica de Venezuela. Este proyecto busca superar estas limitaciones de tiempo y acceso a datos específicos, optimizando el tiempo de búsqueda para empresas y agencias de mercadeo.

TTVenezuela busca ser una herramienta esencial para agencias y empresas venezolanas, incluyendo gerentes, directores, equipos de marketing, emprendedores y pequeños comercios. También explora otros contenidos lo cual atraigan a creadores de contenido que investigan ideas e inspiración, acompañando a profesionales en diferentes etapas de sus carreras. Al facilitar la identificación y análisis de tendencias, la plataforma busca mejorar la eficiencia y efectividad de las campañas de marketing digital, ofreciendo una solución innovadora que contribuye al crecimiento de las empresas locales. La importancia del diseño web en la actualidad radica en su capacidad para transmitir ideas y mensajes de manera efectiva, elementos que se consideran fundamentales para el éxito empresarial en línea. Este proyecto, por lo tanto, no solo responde a una necesidad evidente en el mercado venezolano, sino que

también busca ser una herramienta indispensable en la adaptación a las nuevas tendencias digitales.

4.2. Bases teóricas

4.2.1. Tecnología: La definición de tecnología según Rhoton (2025) afirma que “La tecnología es un producto o solución conformado por un conjunto de herramientas, métodos y técnicas diseñados para resolver un problema.” (párr. 1). Es una herramienta que ayuda al ser humano en todo momento, la “tecnología es todo aquello que sirve para facilitar la vida en sociedad, o que permite satisfacer demandas y necesidades individuales o colectivas, ajustadas a los requerimientos de una época específica.” (Rhoton, 2025, párr. 2).

Flores (2015) menciona que “Hoy nos cuesta imaginar un mundo donde las personas no tengan un móvil que les permita estar conectadas en todo momento con su entorno inmediato y con toda la sociedad en general.” (párr. 6).

4.2.2. Teléfono: “El teléfono es un aparato destinado a la transmisión de información sonora por medio de la recepción, transformación y emisión de impulsos eléctricos. (Sanchez. 2021. párr. 1).

Sanchez (2021) afirma lo siguiente:

En esa línea, la principal misión del aparato telefónico es la eliminación de barreras o distancias geográficas en la tarea comunicativa. Gracias a un primitivo sistema de dos circuitos eléctricos, facilitaba el establecimiento de comunicaciones a tiempo real entre dos puntos situados a media y larga distancia (párr. 3).

Azócar (2024) complementa que el uso del teléfono:

Actualmente, los teléfonos móviles ocupan un rol fundamental en nuestra vida al punto que pasamos la gran parte del día junto a él y, otro tanto tiempo, frente a su pantalla. Esto se debe no sólo a la posibilidad de estar comunicado en todo momento sino, y cada vez más notorio, al acceso permanente a distintas aplicaciones que nos permiten mantenernos entretenidos (párr. 1).

Entre las principales formas de entretenimiento, se encuentran las redes sociales. Facebook, Instagram, X, YouTube o Tik Tok son, actualmente, las más populares, sin contar WhatsApp u otras de servicios de mensajería. Su popularidad radica tanto en la posibilidad de conectarse e interactuar con otras personas –conocidas o no– y la generación de contenidos para compartir, sean fotos, videos, comentarios, entre otros (párr. 6).

4.2.3. Redes Sociales: MPM SOFTWARE (2021) define las redes sociales como:

Las redes sociales son una serie de plataformas digitales que permiten la conexión e interacción entre diversas personas, así como la difusión ilimitada de información. Su potencial para conectar con la audiencia ha hecho que sean casi una herramienta imprescindible en el entorno empresarial (párr. 1).

Lo que comenzó con la creación de perfiles individuales a través de los que compartir información personal, aspectos de nuestra personalidad o aficiones, en la actualidad no es únicamente un medio de difusión de todo tipo de contenidos. Las redes son también una de las mejores herramientas con las que cuentan las empresas para acercarse a su público objetivo (párr. 3).

4.2.4. TikTok: Para definir la plataforma social TikTok tomamos como referencia el argumento de la página web Arimetrics (s.f.) afirma lo siguiente:

Es una aplicación para compartir videos de corta duración muy famosa entre adolescentes de todo el mundo. Los usuarios utilizan esta app principalmente para grabarse a sí mismos cantando en playback una canción y moviendo los dedos de un modo muy particular denominado finger dance (párr. 1).

El funcionamiento de TikTok según explica Arimetrics se trata sobre como “la mayoría de las personas se graban haciendo una especie de video musical, con una música de fondo que previamente han elegido del extenso banco de canciones de todos los géneros que ofrece la aplicación.” (párr. 15).

A medida que la plataforma se convierte en una herramienta cada vez más poderosa para que las empresas promocionen sus productos y servicios, los estrategias de redes sociales que buscan invertir en marketing de TikTok deben mantenerse actualizados con los últimos puntos de referencia de las redes sociales. para crear una estrategia exitosa. (socialisider, 2024).

4.2.5. Blog web: Segun define Salinas (2023) explica lo siguiente:

Un blog es un tipo de página web que se actualiza periódicamente y ofrece información sobre un tema determinado. La palabra blog es una combinación de las palabras “web” (red en inglés) y “log” (registro en inglés). Al principio, los blogs eran simplemente un diario en línea donde la gente podía llevar un registro de su vida cotidiana en la red. Desde entonces se han convertido en un foro esencial para que personas y negocios compartan información y actualizaciones. De hecho, muchas personas incluso ganan dinero como blogueros profesionales de tiempo completo (párr. 3).

A medida que el mundo editorial ha evolucionado y se ha ido trasladando a Internet, los blogs han pasado a ocupar una posición central en este mundo de contenidos digitales. Son una fuente de conocimientos, opiniones y consejos concretos. Aunque todavía no se plantean sustituir al periodismo, la gente acude cada vez más a blogs de confianza para encontrar respuestas a sus preguntas o para aprender (párr. 4).

4.2.6. Wix: Segun explica Salinas (2024) define lo siguiente:

Wix es un potente constructor de sitios web que no requiere saber de programación y que viene equipado con herramientas empresariales que pueden ayudarte a crear desde algo tan sencillo como un blog personal hasta algo tan complejo como un centro de operaciones de nivel empresarial para tu negocio online. Wix incorpora funciones de eCommerce, marketing, planificación, construcción de marca y mucho más. Es una empresa líder en el diseño web y una de las primeras en adoptar nuevas tecnologías, como la creación de páginas web asistida con inteligencia artificial (IA). (párr. 1).

4.2.7. Trending/Tendencia: Para definir trending o tendencia debemos entender su significado según define Salgado (2015) “La palabra “TREND”, tendencia en inglés significa “cambio”. La podemos definir como aquel proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios.” (párr 1).

Salgado (2015) complementa:

Las tendencias han llegado a formar parte fundamental del estudio de las sociedades y de la cultura. La tendencia puede ser descrita como un deseo por el cual unos individuos distintos los unos a los otros sin haberse puesto de acuerdo muestran tener los mismos deseos. La tendencia la podemos comprender como un ciclo, en el que el objeto pasa de tendencia a ser un must have, después a un pasado de moda y a su muerte, pero la reinención o la entrada de toda tendencia lo hace cíclico (párr. 4).

Si nos referimos al concepto en el ámbito corporativo se entendería “En el contexto empresarial y cultural, las tendencias representan patrones de comportamiento, valores y actitudes que evolucionan con el tiempo.” (Salgado. 2015. párr. 10).

4.2.8. Algoritmo: El concepto de algoritmo es explicado por SAS® Insights (2025) menciona lo siguiente:

Un algoritmo es una lista de instrucciones paso a paso diseñadas para realizar una tarea específica o resolver un problema concreto. Si lo pensamos así, los algoritmos son omnipresentes. Una receta de sopa de cebolla francesa, por ejemplo, es un algoritmo. Los pasos o entradas se combinan para obtener un resultado o salida. En los ordenadores, los algoritmos funcionan básicamente de la misma manera. Son una parte fundamental de la informática moderna, tanto si se usan para convertir números binarios en letras que le permitan leer lo que aparece en la pantalla de su tableta o para recomendarle que invierta en ciertas acciones según su tolerancia al riesgo. (párr. 1).

Complementando con la definición “un algoritmo es un conjunto de claves de programación con un objetivo. En el caso de las redes sociales, los algoritmos tienen el

foco puesto en ordenar el contenido que se muestra a los usuarios según varios parámetros.” (Ildefonso, 2023. párr 4).

Añadiendo con más detalles Ildefonso (2023) menciona lo siguiente:

Los parámetros se asemejan y difieren en cada red social, así que mejor vamos a ver una por una todas las plataformas sociales para conocer, al dedillo, cómo posicionar en lo más alto de sus feeds. Recuerda, también, que los algoritmos son vivos y van cambiando con el tiempo según los gustos de los usuarios y las plataformas (párr. 5).

El algoritmo de TikTok es uno de los más inteligentes, acierta mucho con nuestros gustos e intereses. Es el que muchas otras plataformas desean y trabajan por acercarse. Al ser una app de vídeos, uno de los elementos más importantes que tiene en cuenta es el porcentaje de tiempo que ven el vídeo entero. Cuantos más segundos retengas al usuario, mejor te tratará el algoritmo (párr. 14).

4.2.9. Viral: la definición de viral según Camarillo (2019) es la siguiente:

El término «viral» proviene de las redes sociales, cuya enorme influencia en la sociedad actual provoca que todo lo surgido en ellas trascienda más allá de nuestras pantallas. El término viral hace referencia a los contenidos que se comparten de manera masiva por parte de los usuarios en diferentes redes sociales. Los contenidos más propensos a ser virales son aquellos que apelan a las emociones y aquellos que resultan polémicos (párr. 2).

En cuanto a “la viralidad en redes sociales significa que algún tipo de contenido se propaga a gran velocidad a través de las redes sociales. La exhibición exponencial de una publicación resulta muy atractiva para las empresas.” (MPM SOFTWARE. 2021. párr. 11).

4.2.10. Top: según los autores Péres y Merino (2023) “Se denomina top a aquello que se ubica en la cima o a lo alto de algo. La noción suele utilizarse para referirse a las ubicaciones principales o a las posiciones más importantes de un listado o ranking.” (párr. 2).

4.2.11. Hashtags: Explica la página web RD Station (2022) la siguiente definición:

Hashtag es un término asociado a asuntos o discusiones que desean ser indexadas en redes sociales, insertando el símbolo de numeral (#) antes de la palabra, frase o expresión. Cuando la combinación es publicada, se transforma en un hyperlink que lleva a una página con otras publicaciones relacionadas al mismo tema. (párr. 2).

4.2.12. Influencers: explica la página web “40defiebre” (2015) sobre como “un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca.” (párr. 1).

Complementa los autores Pérez y Merino (2019) la siguiente definición:

Se llama influencer a una personalidad pública que se hizo famosa a través de Internet y que encuentra en el ámbito digital su principal ámbito de influencia. Se trata de celebridades con miles o millones de seguidores en las redes sociales (párr. 2)

Por lo general un influencer es alguien capaz de viralizar contenidos: es decir, de multiplicar la difusión y la propagación de videos, imágenes, etc. Además incide en las decisiones de consumo de sus admiradores, marcando tendencia. Por eso suelen ser figuras que contratan las empresas y las marcas para el desarrollo de campañas publicitarias ya que su fama garantiza la llegada de los anuncios a una gran cantidad de personas (párr. 3).

Debemos tener en cuenta que no todos los influencers encajan con nuestra marca o con nuestra estrategia digital. Por eso, debemos saber identificar aquellos que por sus valores, estilo, tono y personalidad se asemejen más a nuestra marca. Había un tiempo en el que todo valía. Hoy, sin embargo, la clave está en asegurar que hay un match claro entre influencer y marca. (40defiebre. 2015. párr. 5).

4.2.13. Tiktokers: Para definir a los tiktokers tomamos como referencia el argumento de la página web Arimetrics (s.f.) afirma lo siguiente:

Un Tiktoker es un creador de contenido en la red social Tiktok, caracterizado por ser una celebridad en la misma y contar con un gran número de seguidores. En Tiktok, los usuarios consumen videos de apenas 15 segundos por lo que los Tiktoker deben ser capaces de condensar su contenido en un espacio de tiempo muy reducido. La creciente popularidad de esta red social no ha pasado desapercibida para las empresas, y más concretamente para los responsables de Marketing Digital, que han visto en estos creadores de contenido una gran oportunidad para promocionar sus productos (párr. 1).

4.2.14. Generación Z: Según PeopleForce (s.f.) afirma lo siguiente:

La Generación Z hace referencia a los individuos nacidos entre 1997 y 2007. Este intervalo no está estrictamente definido, ya que estudios académicos e investigaciones de compañías en distintos países a veces utilizan 1996, 1999 o 2000 como el año de inicio de la Generación Z. El final de esta generación y el comienzo de la siguiente se suele considerar alrededor de 2009, 2010, 2012 o incluso más tarde (párr. 1).

Complementa Rodríguez y Núñez (2024) del siguiente argumento:

La Generación Z destaca por ser una generación diversa, empática y no conformista con una perspectiva global. Cuestionan el status quo, ofreciendo un cambio de mentalidad que enfatiza una mayor flexibilidad, tolerancia y diversidad en comparación con sus predecesores. Su visión del mundo y su comportamiento son inherentemente fluidos, cómodos en áreas grises y bastante críticos con actitudes inflexibles o posturas extremas. (párr. 4).

Verdaderos nativos digitales, nacidos con un dispositivo móvil en la mano, hiperconectados, reflejan espontáneamente su identidad en su vida online, predominantemente en redes sociales. Distinguen claramente las plataformas y canales públicos y privados, manteniendo una conexión más cercana y directa con sus amigos en redes y canales auténticos (párr. 7).

4.2.15. Generación Alpha: Según McCrindle Research (s.f.) define lo siguiente:

La Generación Alfa, los hijos de la Generación Y y, a menudo, los hermanos menores de la Generación Z. En resumen, la Generación Alfa se define como aquellos nacidos entre 2010 y 2024. Más de 2,8 millones nacen a nivel mundial cada semana. Cuando todos hayan nacido (en 2025), sumarán casi 2.000 millones: la generación más numerosa de la historia (párr. 2).

La Generación Alfa es la generación más dotada materialmente de la historia, la más conocedora de la tecnología de la historia y disfrutará de una vida más larga que cualquier generación anterior. La generación más joven, tienen influencia de marca y un poder adquisitivo que supera su edad. Definen el panorama de las redes sociales, son los influencers de la cultura popular, los consumidores emergentes y, para finales de la década de 2020, estarán entrando en la edad adulta, en la fuerza laboral y en la formación de hogares, estén preparados o no (párr. 4).

4.3. Justificación

La generación Z se centra en adultos jóvenes nacidos entre 1998 y 2009, y la Generación Alpha; nacidos a partir de 2010, son a quienes más publicidad en formato digital les llega. El foco son las redes sociales como Youtube y Tik Tok, son las más usadas para compartir contenidos de marketing sobre moda y belleza a través de influencers, celebridades o estrellas de las redes sociales. (EDOMEXaldía, 2023).

En el entorno competitivo actual, el marketing en redes sociales se ha convertido en una herramienta indispensable para las marcas que buscan destacarse en un mercado saturado. Plataformas como TikTok han revolucionado la forma en que las empresas pueden conectar con un público joven de manera auténtica y relevante. Sin embargo, las empresas venezolanas enfrentan un desafío particular: la dificultad y el tiempo que requiere encontrar tendencias adecuadas debido a que muchas herramientas globales omiten datos específicos de Venezuela.

Las empresas venezolanas necesitan adaptarse y buscar nuevas formas de crecer y posicionarse en el mercado. Una de esas formas es aprovechar el potencial de internet y las nuevas tecnologías para crear y mantener una página web que les

permita comunicarse con sus clientes, ofrecer sus productos o servicios, generar confianza y diferenciarse de la competencia. (Urdaneta, 2024).

La oportunidad de abordar este vacío en el mercado venezolano. La creación de una página web que facilite el acceso rápido y sencillo a las tendencias más recientes y anteriores de TikTok permitirá a las empresas y agencias de marketing identificar y aprovechar estas tendencias de manera eficaz. Esto no sólo optimizará el tiempo de búsqueda, sino que también proporcionará una inspiración valiosa para la creación de contenido atractivo y eficaz, logrando una mayor conexión con audiencias jóvenes como la generación Alpha y la generación X.

Además, la implementación de herramientas de identificación de tendencias adaptadas al contexto venezolano ofrecerá un recurso indispensable para los empresarios, mejorando la eficiencia y efectividad de sus campañas de marketing. Al permitir un acceso más directo a datos relevantes y actualizados, las empresas podrán adaptar sus estrategias de manera más precisa y efectiva, contribuyendo al fortalecimiento del mercado local y a la innovación en el ámbito del marketing digital.

Por lo tanto, este proyecto no solo responde a una necesidad evidente en el mercado venezolano, sino que también tiene el potencial de transformar la forma en que las marcas se conectan con su audiencia a través de las redes sociales, fomentando el crecimiento y la competitividad de las empresas locales en un entorno globalizado.

4.4 Objetivos

4.4.1. Objetivos Generales

Crear un blog web sobre tendencias de TikTok en Venezuela dirigida a agencias de mercadeo a través de la herramienta Wix.

4.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar y cubrir las novedades y actualizaciones más relevantes de la red social TikTok para la actualización semanal del blog.
- Descargar y buscar materiales audiovisuales con los que cubrir la pagina

- Diseñar el logotipo del blog web.
- Definir y aplicar una paleta de colores, su tipografía e imágenes al blog.
- Diseñar y elaborar la página principal del blog y sus secciones principales: Top, Recomendaciones y Contexto
- Crear contenido para cada sección usando un tono comunicacional formal, redactando los contenidos en tercera persona.
- Integrar información de valorar sobre la plataforma TikTok redactando artículos, entrevistas, reportes, lista de contenidos y de influencers.
- Publicar el blog web.

5. Plan De Acción

El desarrollo del blog TTVenezuela implicó una serie de pasos y definiciones que permitieron desarrollarlo como la guía de tendencias de TikTok para el mercado venezolano. Estas acciones se centraron en la concepción de la idea, la estructuración del contenido, la definición del público y la marca, y la implementación técnica y visual del proyecto.

Fase	Actividades clave	Objetivo	Duración estimada
1. Definición de Audiencia e Identidad de Marca	- Definir el propósito y alcance del blog. - Realizar estudios de mercado para definir el público objetivo. - Crear perfiles de "Buyer Persona".	Establecer la base y el propósito del proyecto. Alinear la marca con las necesidades del público y su propósito.	2 semanas (17/03 - 30/04)

	- Desarrollar la identidad y personalidad de marca. - Establecer misión, visión y valores. - Hacer un análisis FODA y estrategias de contenido		
2. Implementación Visual y Comunicacional	- Diseñar el logo, paleta de colores y tipografía. - Desarrollar materiales gráficos y visuales. - Crear un slogan que comunique la propuesta de valor. - Definir el tono de comunicación en todas las publicaciones.	Construir una identidad visual y comunicacional coherente.	2 semanas (01/04 - 15/04)
3. Diseño del Contenido y Organización	- Registrar el dominio y configurar la plataforma web. - Buscar los materiales audiovisuales - Diseñar las tres secciones principales del blog. - Desarrollar un sistema de actualización semanal.	Organizar el contenido de manera estructurada y funcional.	1 mes y medio (15/04 - 31/05)

	- Crear criterios de selección para los Tops semanales, mensuales y anuales. - Redactar los contenido del Blog		
4. Funcionamiento y Posicionamiento	- Lanzamiento oficial del blog - Monitoreo y optimización de contenido para su constante mejora.	Consolidar el blog como referencia en tendencias de TikTok.	2 semanas (01/06 - 13/06)

6. Proyecto

6.1. Objetivos de Marca

- Establecer un blog especializado en tendencias de la red social TikTok.
- Implementar un sistema de actualización semanal para el contenido del blog.
- Incorporar descripciones y explicaciones breves para cada video o tendencia destacada.
- Implementar la organización de los Tops por intervalos semanales, mensuales y anuales.
- Desarrollar contenido de orientación para marcas sobre la integración de tendencias y la sugerencia de influencers.
- Crear una sección (Contexto) dedicada a explicar términos, vocabulario y polémicas populares de TikTok.
- Identificar y caracterizar el público objetivo, incluyendo empresas, agencias, emprendedores, pequeños comercios, y creadores de contenido de 20 a 50 años.
- Funcionar como un espacio digital que centraliza y estructura las tendencias de TikTok.

- Contribuir a fomentar la comprensión y producción de contenido creativo relevante para las generaciones más jóvenes.
- Ser una herramienta de referencia para creadores de contenido, agencias y empresas en el mercado venezolano.
- Operar el blog en formato web para su accesibilidad.

6.2. Benchmark

[Metricool](#) es una herramienta integral para la gestión de redes sociales y publicidad online. Esta plataforma permite a profesionales, agencias y marcas simplificar tareas como planificar, programar, publicar, responder mensajes, medir resultados y crear informes. Su objetivo principal es ahorrar tiempo, energía y recursos a los usuarios a través de la automatización y unificación de herramientas para diversas redes sociales como Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, Facebook, LinkedIn, entre otras, así como plataformas de anuncios. Metricool se caracteriza por ser una "navaja suiza" del social media manager, ofreciendo una amplia gama de funcionalidades en un solo lugar y brindando soporte personalizado a sus usuarios.

Aspecto	TTVenezuela	Metricool
Objetivo principal	Ayudar a profesionales y empresas en sus estrategias en TikTok.	Ayudar a profesionales y empresas en sus estrategias generales de redes sociales.
Enfoque	Contenido relevante y tendencias dentro de TikTok.	Análisis de múltiples plataformas (incluyendo TikTok).

Público objetivo	Profesionales que buscan optimizar su presencia online en TikTok.	Profesionales que buscan optimizar su presencia en diversas redes sociales.
Características clave	Actualizaciones de tendencias virales en TikTok, sección de Tops y recomendaciones para marcas.	Análisis de competencia, seguimiento de tendencias a través de hashtags.
Potencial futuro	Incorporar funcionalidades como análisis de competencia y herramientas avanzadas para identificar tendencias dentro de TikTok.	Funcionalidades ya existentes, como seguimiento de hashtags y estadísticas detalladas de redes sociales.

[Iconosquare](#) es una poderosa plataforma de análisis, gestión y programación de redes sociales diseñada para marcas y agencias. Consiste en un conjunto de herramientas y recursos que permiten a los profesionales del social media analizar su rendimiento, programar contenido multiplataforma, descubrir tendencias y aprender de las experiencias de otros profesionales a través de su blog “esm²”. El objetivo principal de Iconosquare es maximizar la eficacia y el rendimiento en las redes sociales de sus usuarios mediante el proporcionamiento de datos, herramientas de organización y estrategias expertas. Se caracteriza por ser una plataforma integral que abarca diversas funcionalidades esenciales para la gestión de redes sociales.

Aspecto	TTVenezuela	Iconosquare (Blog “esm²”)
----------------	--------------------	---

Objetivo principal	Ayudar a profesionales del marketing a optimizar su presencia en TikTok.	Proporcionar estrategias y consejos para optimizar la presencia en diversas redes sociales.
Enfoque	Centrarse específicamente en tendencias, dinámicas y estrategias dentro de TikTok.	Ofrecer una visión amplia que abarca múltiples plataformas sociales.
Público objetivo	Profesionales, empresas, agencias y creadores de contenido que buscan destacar en TikTok.	Profesionales, empresas, agencias y creadores de contenido interesados en una estrategia multicanal.
Características comunes	Proveen contenido valioso para optimizar la presencia en redes sociales y generar impacto.	Ofrecen análisis de tendencias y recursos estratégicos similares a los de TTVenezuela, orientados a maximizar el impacto social.
Diferenciación	Se especializa únicamente en TikTok como plataforma principal.	Aborda un rango más amplio de plataformas sociales, con un enfoque generalista.

[Transitional Hooks](#) es una página web que ofrece una amplia librería de clips de transiciones visuales y auditivas listas para usar. Consiste en proveer a creadores de contenido, marcas e influencers herramientas para mantener a la audiencia enganchada a sus videos de redes sociales. Su objetivo principal es detener el scroll del espectador e incrementar el tiempo de visualización y el engagement en plataformas como Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts y Facebook Stories, haciendo que el contenido parezca más profesional y pulido sin necesidad de

complejas habilidades de edición. Se caracteriza por la facilidad de uso de sus transiciones, que se pueden descargar instantáneamente y añadir a los videos con cualquier aplicación de edición, permitiendo a los usuarios mejorar el flujo de sus videos y reducir la tasa de abandono.

Aspecto	TTVenezuela	Transitional Hooks
Objetivo principal	Mejorar la calidad y el engagement del contenido en TikTok, ayudando a profesionales y marcas a optimizar su presencia online.	Proporcionar elementos visuales que mejoren la fluidez y profesionalismo de los videos en redes sociales.
Enfoque	Centrado en las tendencias y dinámicas específicas de TikTok, ofreciendo información relevante para la creación de contenido.	Centrado en proporcionar recursos prácticos que faciliten la creación de videos visualmente atractivos y dinámicos.
Público objetivo	Creadores de contenido, profesionales y marcas que buscan sobresalir en TikTok.	Creadores de contenido y marcas que desean optimizar la experiencia visual de sus videos en redes sociales.
Similitudes	Ambas plataformas buscan captar y mantener la atención de la audiencia en un entorno digital saturado, ayudando a crear contenido más efectivo y atractivo.	Ambas reconocen la importancia de generar impacto en redes sociales y optimizar el engagement del contenido.

Diferenciación	Proporciona análisis de tendencias e ideas para inspirar la creación de contenido relevante y alineado con TikTok.	Ofrece elementos visuales específicos que mejoran la fluidez y calidad visual de los videos.
Oportunidad de mejora	Podría inspirarse en la propuesta de Transitional Hooks para incluir recursos prácticos y herramientas que complementen sus análisis de tendencias y ayuden a sus usuarios a crear videos más atractivos.	Se enfoca principalmente en aspectos técnicos visuales, sin incorporar análisis de tendencias o dinámicas específicas de plataformas.

[AISEO](#) ofrece una amplia colección de Hooks gratuitos diseñados para aumentar la participación en videos de redes sociales. Esta plataforma consiste en proporcionar clips de video cortos que se pueden añadir fácilmente entre las escenas de un video para crear transiciones suaves y atractivas, manteniendo a los espectadores interesados y evitando que abandonen el contenido. Su objetivo principal es ayudar a los creadores de contenido a mejorar el flujo de sus videos, hacerlos más profesionales y, en última instancia, aumentar el tiempo de visualización y el engagement en plataformas como TikTok, Instagram y YouTube. AISEO se caracteriza por la facilidad de uso de sus hooks, su compatibilidad con cualquier editor de video, la gran variedad de opciones disponibles y su enfoque en maximizar la retención de la audiencia.

Aspecto	TTVenezuela	AISEO
Objetivo principal	Ayudar a creadores y marcas a optimizar su presencia en TikTok mediante tendencias relevantes.	Proporcionar elementos visuales prácticos para mejorar la fluidez y el

		engagement de los videos en redes sociales.
Enfoque	Ofrecer información y análisis sobre tendencias de TikTok para inspirar la creación de contenido atractivo.	Brindar recursos visuales y prácticos que mejoren directamente la calidad técnica y visual de los videos.
Público objetivo	Creadores de contenido, marcas y profesionales interesados en destacarse en TikTok.	Creadores de contenido y marcas que buscan mejorar el rendimiento de sus videos en diversas plataformas.
Similitudes	Ambas ayudan a captar y mantener la atención de la audiencia en un entorno digital competitivo, ofreciendo recursos para crear contenido más efectivo.	Ambas se dirigen a un público profesional interesado en mejorar la calidad y el impacto de su contenido.
Diferenciación	Se especializa exclusivamente en TikTok, con un enfoque en análisis de tendencias y dinámicas de la plataforma.	Tiene un alcance más amplio al abordar la mejora visual de videos en varias plataformas sociales.
Oportunidad de mejora	Podría incorporar recursos prácticos y herramientas específicas para complementar su análisis de tendencias y facilitar la creación de contenido dinámico.	Ofrece ya herramientas prácticas enfocadas en aspectos visuales, pero no aborda el análisis de tendencias específicas.

6.3. FODA

6.3.1 Fortalezas:

- Blog especializado en tendencias de TikTok: TTVenezuela se dedica específicamente a una red social de gran crecimiento, lo que le permite enfocar su contenido y audiencia.
- Formato web que proyecta mayor profesionalismo y credibilidad en Venezuela: En el contexto venezolano, una página web dedicada suele percibirse como una fuente de información más seria y establecida en comparación con perfiles exclusivos en redes sociales. Esto puede generar mayor confianza entre empresas, agencias y profesionales que buscan información fiable sobre tendencias.
- Plataforma centralizada y estable para la información: Una página web proporciona un punto de acceso único y permanente para la información, a diferencia de la naturaleza efímera y algorítmicamente cambiante del contenido en TikTok.
- Secciones bien definidas: La estructura en Tops, Recomendaciones para marcas y Contexto facilita la navegación y ofrece información relevante para diferentes tipos de usuarios.
- Orientación a empresas y creadores de contenido: El blog se dirige a un público objetivo que incluye empresas, agencias, emprendedores y creadores de contenido, abarcando tanto a profesionales experimentados como a quienes inician su carrera.
- Conocimiento del público objetivo: El blog ha segmentado su target por edad y experiencia laboral, comprendiendo las necesidades de diferentes generaciones (Generación Z, Millennials y Generación X).
- Actualización semanal con descripciones y explicaciones: El blog se mantiene al día con las novedades de TikTok y ofrece valor añadido al describir y explicar los videos virales.

6.3.2 Oportunidades:

- Creciente importancia de TikTok para el marketing: El blog puede capitalizar el auge de TikTok como plataforma de marketing y publicidad para empresas.
- Demanda de comprensión de las tendencias juveniles: Existe una necesidad por parte de empresas y profesionales de entender a las nuevas generaciones y las tendencias efímeras de TikTok.
- Potencial para convertirse en un referente en el mercado venezolano: La misión de ser la principal guía de contenidos en TikTok para el mercado venezolano representa una gran oportunidad de crecimiento.
- Conectar empresas con influencers: La sección de recomendaciones para marcas puede ser una oportunidad para generar ingresos y establecer alianzas estratégicas.
- Educación sobre el lenguaje y la cultura de TikTok: La sección de Contexto puede atraer a usuarios que buscan comprender mejor la plataforma.
- Evolución de las necesidades de los creadores de contenido: El blog puede convertirse en una fuente esencial de inspiración y tendencias para creadores que buscan ideas.

6.3.3. Debilidades:

- Naturaleza efímera de las tendencias: Mantenerse al día con tendencias que cambian rápidamente puede ser un desafío constante, y las actualizaciones semanales podrían no ser suficientes para algunas tendencias muy cortas.
- Posible falta de reconocimiento inicial: Al ser un proyecto relativamente nuevo (retomado como proyecto final de carrera), puede que aún no cuente con una base de usuarios sólida y reconocimiento en el mercado.
- Dificultad para predecir y anticipar tendencias: La naturaleza a menudo impredecible de las tendencias en redes sociales puede ser un desafío para la planificación del contenido del blog.

6.3.4. Amenazas:

- Competencia de otras fuentes de información: Pueden existir otros blogs, cuentas de redes sociales o incluso la propia plataforma TikTok que ofrezcan información similar sobre tendencias.

- Cambios en el algoritmo de TikTok: Las modificaciones en el algoritmo de TikTok podrían afectar la visibilidad de los contenidos que se analizan en el blog.
- Saturación de contenido relacionado con tendencias: La gran cantidad de información disponible en internet podría dificultar que el blog destaque y atraiga a su público objetivo.
- Dependencia exclusiva de una única plataforma (TikTok): Cualquier cambio significativo en TikTok (cierre o bloqueo) podría afectar directamente al blog.

6.4. Estrategias

6.4.1. *Aprovechar la especialización en TikTok para el marketing:*

Crear Contenido Aún Más Específico Para Cada Marca: Dada la fortaleza de ser un blog dedicado a TikTok, se puede profundizar en nichos específicos dentro de la plataforma (ej., tendencias de baile, tutoriales de belleza, retos virales) y cómo las marcas pueden integrarlos efectivamente.

Desarrollar Guías Y Casos De Estudio: Utilizar la sección de "Recomendaciones para marcas" para crear guías detalladas y presentar casos de éxito de marcas venezolanas que han utilizado tendencias de TikTok de manera efectiva, resaltando el papel de TTVenezuela como fuente de información.

Ofrecer Artículos Informativos: Redactar artículos instructivos para empresas y creadores de contenido sobre cómo entender y utilizar las tendencias de TikTok para alcanzar a audiencias jóvenes, promocionando el blog como la principal fuente de conocimiento en este ámbito.

6.4.2. *Potenciar Las Secciones Bien Definidas Para Diferentes Públicos:*

Personalizar Las Recomendaciones Para Marcas: Utilizar el conocimiento del público objetivo para ofrecer recomendaciones de influencers y estrategias aún más personalizadas según el sector y los objetivos de cada marca.

Ampliar La Sección De "Contexto": Convertir esta sección en un glosario dinámico y colaborativo donde los usuarios puedan proponer términos y polémicas, aumentando el valor educativo del blog.

Crear Contenido Exclusivo Para Creadores: Desarrollar secciones o recursos (ej., plantillas de guiones, ideas de formatos) diseñados específicamente para ayudar a los creadores de contenido a encontrar inspiración.

6.4.3. Consolidar La Posición Como Referente Venezolano:

Destacar Casos De Éxito Locales: Enfocarse en analizar y destacar las tendencias y creadores venezolanos en TikTok, reforzando la misión de ser la principal guía para el mercado venezolano.

Colaborar Con Influencers Venezolanos: Establecer alianzas con influencers locales para promocionar el blog y obtener información de primera mano sobre las tendencias emergentes.

6.4.4. Mitigar La Naturaleza Efímera De Las Tendencias:

Crear Un Archivo De Tendencias: Desarrollar una sección donde se puedan consultar tendencias pasadas, categorizadas por temas y períodos, para ofrecer una perspectiva a largo plazo y analizar la evolución de los contenidos.

Enfocarse En Tendencias Con Mayor Potencial De Perdurabilidad: Identificar y analizar aquellas tendencias que muestran signos de tener una vida útil más larga o que pueden evolucionar y adaptarse.

Complementar Las Actualizaciones Semanales Con Análisis Más Profundos: Publicar artículos o reportajes más extensos que exploren tendencias de manera más analítica y contextual, ofreciendo una visión que trasciende la inmediatez de la semana.

6.4.5. Aumentar El Reconocimiento Inicial:

Implementar Una Estrategia De SEO: Optimizar el blog para motores de búsqueda utilizando palabras clave relevantes relacionadas con tendencias de TikTok en Venezuela, para aumentar la visibilidad y atraer tráfico orgánico.

Promoción Activa En Redes Sociales: Utilizar plataformas como Instagram y TikTok para promocionar el contenido del blog, compartiendo avances de las actualizaciones semanales y fragmentos de los análisis.

Networking Y Colaboraciones: Establecer contacto con empresas, agencias y creadores de contenido del sector para dar a conocer el blog y explorar posibles colaboraciones.

6.4.6. Adaptarse A Los Cambios En El Algoritmo De Tiktok:

Mantenerse Actualizado Sobre Las Novedades De La Plataforma: Seguir de cerca las actualizaciones y los comunicados oficiales de TikTok para comprender los posibles cambios en el algoritmo.

Analizar El Impacto De Los Cambios En Las Tendencias: Observar cómo los cambios algorítmicos afectan la viralización del contenido y ajustar las estrategias de análisis en consecuencia.

Diversificar El Contenido Y El Enfoque: No depender exclusivamente del análisis de videos virales, sino también explorar otras formas de contenido y tendencias dentro de la plataforma (ej., formatos publicitarios, estrategias de engagement).

6.4.7. Estrategias Para Convertirse En Un Medio Más Atractivo:

Mejorar La Identidad Visual: Asegurarse de que el diseño del blog sea moderno, atractivo y refleje la estética de TikTok, utilizando la paleta de colores y tipografía definidas.

Fomentar La Comunidad: Crear espacios para la interacción de los usuarios, como secciones de comentarios activos, foros o grupos en redes sociales vinculados al blog.

Realizar Entrevistas A Creadores Y Profesionales: Incluir entrevistas con figuras relevantes del mundo de TikTok y el marketing digital para ofrecer perspectivas únicas y atraer a una audiencia más amplia.

6.5. Descripción de la Marca

Trending Topic Venezuela, conocida como TTVenezuela, es un blog de tendencias dedicado a la red social TikTok. Este espacio digital se actualiza semanalmente para incluir las novedades y actualizaciones más relevantes, acompañadas de breves descripciones y explicaciones para cada video publicado en la web.

El blog cuenta con tres secciones principales:

- Tops de videos, música y audios virales, organizados por intervalos semanales, mensuales y anuales.
- Recomendaciones para marcas, donde se orienta a los clientes sobre cómo integrar tendencias en su marca, sugiriendo influencers que podrían adaptarse a sus necesidades.
- Contexto, una sección destinada a explicar términos, vocabulario y polémicas populares de TikTok que son utilizadas en publicaciones.

6.6. Slogan

Tenemos esa referencia que impulse a una gran idea.

6.7. Target

El público objetivo abarca desde los 20 hasta los 50 años, incluyendo:

- Empresas y agencias, especialmente gerentes, directores y equipos de marketing.
- Emprendedores y pequeños comercios.
- Creadores de contenido que buscan ideas e inspiración.

El blog está diseñado para acompañar tanto a profesionales que recién inician su carrera como a personas con más experiencia en el ámbito laboral.

Segmentos de 20 a 35 años

El target debe estar segmentado entre la generación z y los millennials que están actualmente trabajando y que están adquiriendo experiencia en el mundo laboral, los cuales por su edad se espera que den ideas nuevas, innovadoras y actuales de su generación pero aún no saben por dónde buscar.

Segmento de 36 a 50 años

El target debe estar segmentado entre los millennials y la generación X que busca entender mejor a las nuevas generaciones y tendencias fugaces que aparecen en Tiktok, este tipo de segmento son personas que ya están posicionadas en el mundo laboral y buscan apostar por las nuevas generaciones pero quieren entender cómo llegar a ese público.

6.8. Filosofía de Gestión

6.8.1. Historia

La idea de TTVenezuela nació durante una madrugada, mientras elaboraba un guión para un video de TikTok relacionado con el sector de viajes. La búsqueda de inspiración resultaba tediosa y podía extenderse por horas, sin encontrar contenido relevante o viral. Fue entonces cuando identificó una necesidad clave: contar con un espacio que centralizará las tendencias de TikTok de manera estructurada.

Dos meses después, esta idea se retomó como parte de un proyecto final de carrera. Al buscar inspiración en TikTok, la fundadora recordó la necesidad que había enfrentado anteriormente. Como TikTok se había convertido en una fuente esencial de inspiración personal y profesional, comenzó a tomar forma el blog de tendencias, que después se llamaría Trending Topic Venezuela.

6.8.2. Visión

Convertirse en el primer blog de tendencias que conecte a empresas con las generaciones más jóvenes, fomentando la comprensión y producción de contenido creativo que sea relevante y aceptado por estas audiencias.

6.8.3. Misión

Posicionar a TTVenezuela como la principal guía de contenidos en TikTok, especialmente dirigida al mercado venezolano, y ser una herramienta esencial para creadores de contenido, agencias y empresas.

6.8.4. Valores

En TTVenezuela, priorizamos la conexión auténtica entre creadores, marcas y audiencias, impulsando el aprendizaje constante sobre tendencias y herramientas digitales. Fomentamos una creatividad sin límites, permitiendo la producción de contenido innovador alineado con las nuevas generaciones. Además, optimizamos la eficiencia en la búsqueda de tendencias para maximizar el impacto de cada contenido. Finalmente, promovemos el orgullo nacional, destacando el talento venezolano en el ecosistema global de TikTok.

6.9. Identidad Corporativa.

6.9.1. Buyer Person

Melanie Castillo, de 25 años, es una joven profesional apasionada por el mundo digital y la moda. Trabaja como community manager para L'Oréal, lo que la mantiene constantemente inmersa en la búsqueda de nuevas tendencias y estrategias innovadoras para conectar con su audiencia. Con una energía carismática y un espíritu creativo, su habilidad para analizar contenido y adaptarlo a los valores de la marca la convierte en un pilar clave dentro de su equipo.

Físicamente, Melanie es de estatura media, con cabello castaño oscuro que suele llevar suelto, resaltando su estilo moderno y juvenil. Su apariencia refleja su enfoque en el cuidado personal, luciendo siempre impecable y en sintonía con las

últimas tendencias. Su vestimenta varía entre looks elegantes y casuales, con colores vibrantes que complementan su personalidad dinámica. Los productos de maquillaje y cuidado de la piel son esenciales en su día a día.

Vive sola en un apartamento en Los Palos Grandes, una zona emblemática de Caracas, donde disfruta de una combinación ideal entre comodidad y acceso a espacios culturales y gastronómicos. Su apartamento está decorado con detalles modernos y creativos, incluyendo estanterías con productos de belleza, espejos iluminados y espacios pensados para su rutina de contenido. Su vida financiera es estable, pues maneja sus ingresos de manera organizada, aunque no duda en darse caprichos en maquillaje, ropa y accesorios de lujo recomendados en redes sociales.

Como graduada en Comunicación Social por la UCAB, Melanie ha desarrollado una sólida base estratégica que le permite destacar como community manager. Su labor consiste en analizar tendencias digitales, gestionar comunidades en línea y crear campañas que generen impacto en la marca. Al trabajar para L'Oréal, su reto diario es identificar los temas más relevantes y convertirlos en estrategias efectivas de contenido. Como creadora de estrategias digitales TTVenezuela se ha convertido en su fuente confiable de inspiración, ya que le permite estar al tanto de las novedades en TikTok, identificar los formatos de mayor interacción y descubrir qué está en auge en el mundo digital.

Entre sus hobbies, Melanie disfruta leer novelas románticas y ver películas de comedia romántica (romcoms), especialmente en sus momentos libres. También le apasiona la música, el arte contemporáneo y las redes sociales, siendo TikTok su plataforma favorita. En esta red social, se dedica a explorar tendencias, polémicas virales y memes creativos, que utiliza como inspiración para enriquecer su trabajo. Frecuentemente, realiza compras impulsivas basándose en recomendaciones de influencers, especialmente en áreas como moda, tecnología y accesorios para el hogar.

Soltera y completamente enfocada en su desarrollo personal y profesional, Melanie destaca por su capacidad de equilibrar su vida laboral con sus pasiones. Los fines de semana los dedica a compartir con sus amigos, organizando reuniones donde

suele ser la más animada y divertida del grupo. Su estilo de vida "soft girl" refleja dulzura y juventud, mostrando siempre una imagen cuidada y profesional.

Cristina Hernández, de 23 años, es una influencer vibrante y llena de energía, conocida por su presencia en Facebook, Instagram y TikTok. Su contenido se enfoca en maquillaje, moda y bienestar, colaborando con marcas reconocidas en la industria. Es una mujer sociable, divertida y empática, con una actitud segura que la ha convertido en un referente dentro de su comunidad digital, principalmente enfocada en mujeres. Su personalidad extrovertida y su estilo sofisticado reflejan el estereotipo de una "influencer fresa", lo que ha contribuido a su éxito en redes sociales. Gracias a su enfoque estratégico, ha construido una audiencia fiel que la percibe como un ícono de estilo, belleza y motivación.

Físicamente, Cristina es una mujer atlética y fitness, con un cabello rubio largo y ondulado que complementa sus expresivos ojos marrones. Su piel cuidada y radiante es parte esencial de su imagen, reflejando su dedicación al bienestar y al uso de productos de alta calidad. Su estilo personal es moderno y juvenil, marcado por leggings y tops deportivos en su día a día, aunque cuando asiste a eventos o colaboraciones con marcas, opta por outfits elegantes y sofisticados. Siempre busca estar impecable, consciente de que su imagen es su marca personal.

Cristina vive en Las Mercedes, una de las zonas más exclusivas de Caracas, en un apartamento con sus padres. Como hija única, ha crecido en un entorno familiar que ha favorecido su desarrollo personal y profesional. Actualmente, cursa su último semestre de Comunicación Social en la Universidad Monteávila, donde se destaca por su dedicación y pasión por la carrera. Además, conduce un programa en la radio universitario enfocado en sanación y superación personal para mujeres, compartiendo consejos inspiradores.

Gracias a su éxito en redes sociales, Cristina ha logrado construir una estabilidad financiera sólida. Sus ingresos provienen de colaboraciones con marcas de

belleza, moda y bienestar, además de monetización en plataformas digitales. Aunque es responsable con sus finanzas, disfruta invertir en su imagen, asegurándose de adquirir productos que refuercen su estilo y presencia en redes. Sus compras incluyen maquillaje de alta gama, productos para el cuidado de la piel, ropa de diseñador, bolsos exclusivos y accesorios que complementan su imagen pública.

Apasionada por la belleza y la moda, Cristina dedica su tiempo libre a diversas actividades que la inspiran. Le encanta probar nuevas tendencias de maquillaje y compartir sus descubrimientos con su audiencia. Además, sigue una rutina fitness estricta, manteniendo una alimentación saludable y entrenando regularmente. Su amor por el cine romántico la lleva a disfrutar de películas como *El diario de una pasión* y *A tres metros sobre el cielo*, que refuerzan su visión idealista del amor y la motivan a seguir soñando con su "príncipe azul". Además, tiene un interés particular en la moda, siempre al tanto de las últimas colecciones y tendencias en pasarelas internacionales.

Cristina consume activamente contenido en TikTok e Instagram, plataformas donde encuentra inspiración para su propio material. Sigue a influencers de moda y belleza, analiza nuevas estrategias de engagement y participa en tendencias virales para mantener su contenido relevante. Su trabajo requiere creatividad constante, por lo que a veces enfrenta bloqueos creativos. En esos momentos, recurre a la página web TTVenezuela, donde explora las últimas novedades y tendencias en TikTok, obteniendo ideas frescas para su propio contenido.

Roberto Ramos, de 45 años, es un profesional consolidado en su rol como gerente de cuentas en Polar, una de las empresas más reconocidas de Venezuela. Es un hombre elegante y serio, cuya personalidad destaca por ser extrovertida, formal y caballerosa. Estas cualidades lo convierten en un líder respetado tanto por su equipo como por sus clientes.

Roberto es un hombre de complexión atlética, con cabello corto entrecano y una barba bien cuidada que refuerza su imagen de madurez y profesionalismo. Su estilo de

vestir es impecable y refleja su rol ejecutivo, optando siempre por trajes bien entallados, camisas clásicas y relojes de marcas sofisticadas que complementan su apariencia elegante. Incluso en contextos más casuales, mantiene un aire de formalidad que proyecta confianza y seriedad.

Roberto vive en una cómoda y moderna casa ubicada en El Hatillo, una de las zonas más exclusivas y seguras de Caracas. Su hogar está decorado con un estilo sobrio y minimalista, en el que predominan tonos neutros y muebles de alta calidad. Este espacio no solo refleja su buen gusto, sino que también se adapta perfectamente a las necesidades de su dinámica vida familiar. Su esposa, de 40 años, lo acompaña en la crianza de sus dos hijos: un varón de 10 años y una niña de 7 años, con quienes disfruta pasar su tiempo libre.

Gracias a su posición en Polar y su excelente manejo de las finanzas, Roberto goza de estabilidad económica. Este bienestar le permite disfrutar de un estilo de vida cómodo y proveer a su familia con lo necesario, desde una buena educación para sus hijos hasta actividades recreativas de calidad. Aunque es responsable con sus gastos, no duda en invertir en experiencias y productos que mejoren su calidad de vida, como escapadas familiares, tecnología de última generación o ropa de marca.

En su tiempo libre, Roberto aprecia las actividades cotidianas y tradicionales que le permiten desconectarse del estrés laboral. Le gusta disfrutar de reuniones familiares los domingos, practicar deportes como golf o tenis, y asistir a eventos sociales donde puede interactuar con otros profesionales. También tiene un interés particular por el buen vino y la gastronomía, siendo un habitual de los restaurantes de alta cocina en Las Mercedes.

Aunque Roberto no es un creador activo de contenido, es un consumidor estratégico y constante de redes sociales, especialmente LinkedIn y TikTok. En LinkedIn busca mantenerse informado sobre tendencias en negocios y relaciones comerciales, mientras que en TikTok encuentra entretenimiento y tendencias virales que le permiten comprender mejor a las nuevas generaciones y sus intereses. A menudo adquiere productos recomendados en redes sociales, especialmente en las categorías de tecnología, artículos deportivos y accesorios prácticos para el hogar.

En su rol como gerente de cuentas, Roberto se enfoca en construir relaciones sólidas y duraderas tanto con sus clientes como con su equipo de trabajo. Su capacidad para escuchar y comprender las necesidades de los demás lo convierte en un aliado estratégico dentro del mundo empresarial. Aunque no es un consumidor frecuente de contenido sobre tendencias, su nueva pasante utiliza TTVenezuela como fuente de inspiración, ya que la plataforma ofrece información sintetizada y relevante sobre las últimas actualizaciones de TikTok. Gracias a esto, Roberto ha descubierto el blog y, aunque no lo consulta regularmente, lo revisa ocasionalmente para orientarse con los datos más recientes y conocer lo más relevante que está sucediendo en la semana.

6.9.2. Brand Character (*Personalidad De Marca*)

Tiana Torres, de 32 años, está en el apogeo de su vida tanto personal como profesional. Es una mujer creativa, divertida, extrovertida, alegre y llena de ideas innovadoras. Entre sus pasiones destacan la música, el arte y las películas. Graduada en comunicación social especialización en marketing en la UCAB, actualmente trabaja como planning de Nestlé, donde su organización y dedicación la convierten en una pieza clave. Además, siempre está conectada a sus redes sociales, especialmente TikTok, su plataforma favorita, donde disfruta explorando las últimas tendencias, polémicas y memes del día.

Tiana también lleva una doble vida profesional que le apasiona: trabaja como manager de redes sociales para diversos influencers, brindándoles apoyo integral. No solo organiza sus finanzas, sino que también los asesora en su imagen personal, desarrolla contenido estratégico y fortalece su presencia pública. Con su enfoque detrás de escena, Tiana se encarga de preparar la logística que los usuarios consumen, demostrando su capacidad para conjugar creatividad y eficiencia.

Como mujer moderna con una agenda ocupada, Tiana encuentra en sus hobbies una fuente de ingresos y satisfacción personal. Busca constantemente inspiración en las redes sociales, el arte, las películas y la música, utilizando estas referencias para

crear contenido interesante y llamativo. Aunque es formal y un tanto tímida, prefiere trabajar desde las sombras ayudando a otros a brillar.

Soltera y con dos trabajos, su color favorito es el morado, y tiene un estilo característico "clean girl" que combina elegancia con juventud. Hija única y amante de la moda, Tiana suele realizar compras impulsivas basándose en recomendaciones, mostrando su espontaneidad. Los fines de semana los dedica a compartir con sus amigos, destacándose siempre como la más alegre y animada de su grupo.

6.9.3. Arquetipo

El arquetipo del Creador, en su nivel más básico, se define por el acto de crear, aunque no necesariamente desde la innovación pura. En este caso, su creatividad encuentra expresión al interpretar e imitar elementos existentes, transformándolos en algo significativo y único. Este arquetipo busca dar forma y contenido a ideas, inspirándose en lo que ya existe para producir algo que resuene con su público.

Trending Topic Venezuela (TTVenezuela) encarna perfectamente este arquetipo en su enfoque y propósito como blog de tendencias. Dedicado a la red social TikTok, este espacio digital captura y organiza las novedades más relevantes de la plataforma. Aunque no crea contenido original en TikTok, TTVenezuela logra materializar su creatividad al recopilar, analizar y presentar información de manera organizada y atractiva para su audiencia. Cada actualización semanal incluye descripciones y explicaciones breves sobre los videos más destacados, transformando las tendencias virales en recursos accesibles y comprensibles para sus usuarios.

6.9.4. Tono comunicacional

Redacción en tercera persona, con un lenguaje formal corporativo, pero siempre con un tono amigable.

6.10. Identidad Visual

6.10.1. Logo



El logo de Trending Topic Venezuela se presenta como una abreviatura del nombre **TT.ve**, destacando la unión de las dos "T" en un solo símbolo. Este diseño combina creatividad y dinamismo, acompañado de un degradado que incorpora los colores predominantes de la marca. En el centro del logo predomina el color morado, resultado de la mezcla del azul y el rojo, colores que caracterizan la identidad visual de TikTok.

El diseño del logo se mantiene simple, pero con colores llamativos que reflejan la conexión directa con la estética de TikTok. Su estilo busca transmitir que el blog está basado en la esencia y filosofía visual de esta marca.

6.10.2. Colores

Paleta Principal: La paleta principal está conformada por el color morado neón, el tono predominante de la marca. Este color surge de la fusión del azul neón y el rojo neón, los colores distintivos de TikTok. El morado simboliza la recopilación de la información que ofrece TikTok. Además, incluye el color negro, que representa el fondo característico de la plataforma, destacando y potenciando la vibrancia de sus colores neón.

#050404

#752AF7

#2AF0EA

#FE2858

Paleta Secundaria: La paleta secundaria está dominada por el color morado, complementado por el rosa y el naranja, con el blanco como color base. Esta combinación, aunque contrasta con la paleta principal, tiene un significado propio y distintivo.

Morado(**#B57EDC**): Representa la sabiduría, la imaginación y la creatividad, valores fundamentales que reflejan la esencia de la marca. (Canva, 2021).

Azul (**#3D9BE9**): tiene un significado de inspiración, tranquilidad y crecimiento. Evoca la creatividad y el equilibrio emocional. (EBAC, 2023, párr, 11).

Rojo(**#FE2858**): Brinda energía y se relaciona con la fuerza, el emprendimiento y la acción (EBAC, 2023, párr, 9).

Blanco(**#F9F5FE**): Evoca reflexión, crecimiento y creatividad, aportando balance y profundidad a la paleta. (Canva, 2021).

Esta combinación de colores crea una identidad visual armónica, cargada de significado y alineada con la misión del blog.

6.10.3. Tipografía

Aa

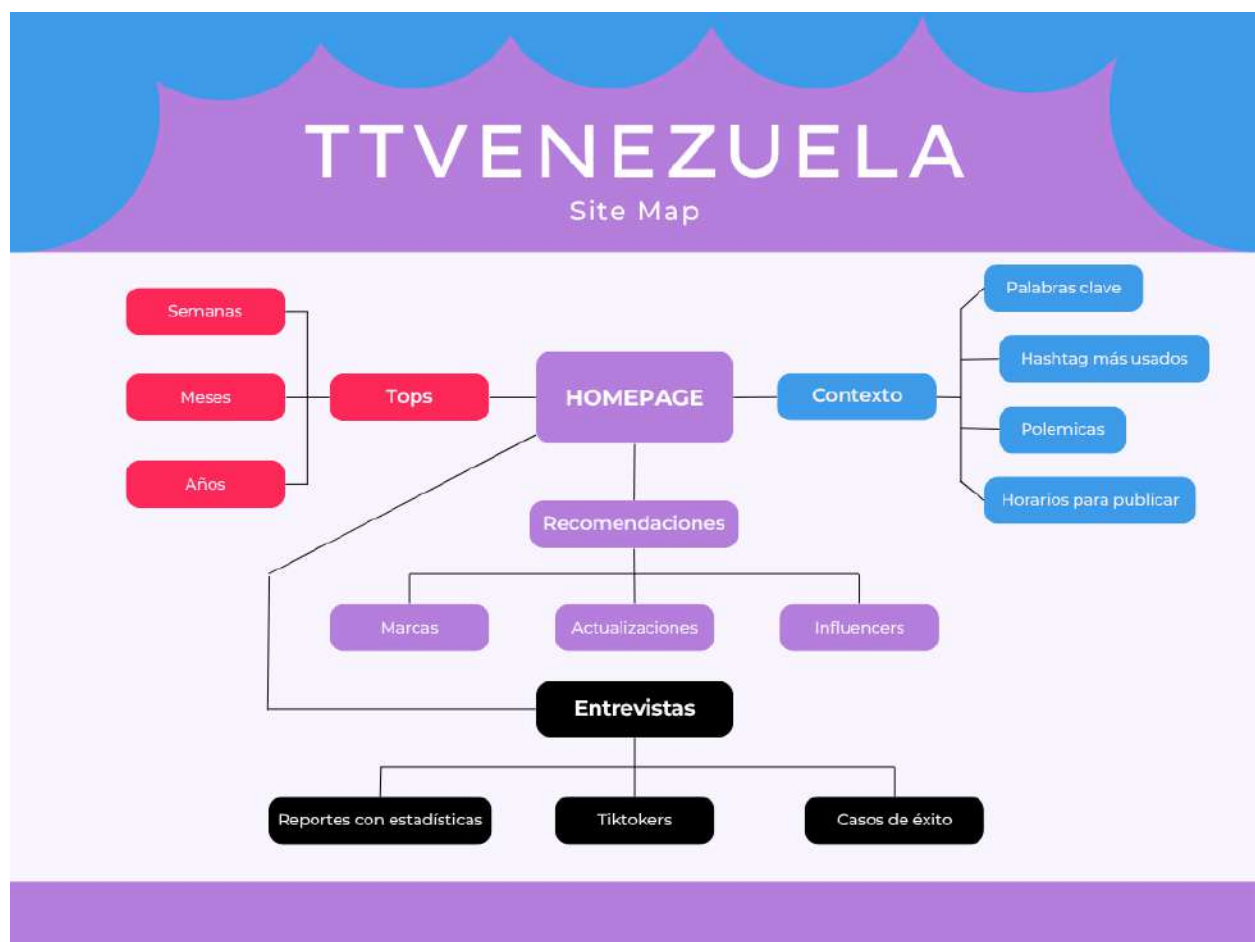
Montserrat

Montserrat regular (Textos): Montserrat es una fuente tipográfica geométrica, moderna y elegante, diseñada para garantizar una alta legibilidad. Su estilo transmite una sensación de progreso y dinamismo, lo que la convierte en una elección ideal tanto para proyectos digitales como impresos. Su uso está destinado a la redacción de artículos y textos contextuales, mejorando la claridad y facilitando la lectura.

Arvo

Arvo Secundaria (Títulos y Subtítulos): Arvo es una fuente geométrica, monolineal y con remates planos, que equilibra de forma armoniosa tradición y modernidad. Su diseño único y legible destaca en todo tipo de proyectos, ya sean digitales o impresos. Es perfecta para títulos y subtítulos, aportando un toque distintivo y profesional al contenido.

6.10.4. Sitemap



6.11. Posicionamiento

Trending Topic Venezuela es conocido por ser un blog de tendencias especializado en la red social TikTok, particularmente enfocado en el mercadeo venezolano. Este espacio digital busca ser reconocido como el primer blog de

tendencias que te ayuda a crear contenidos virales y actuales para tu empresa de forma que puedas conectar con el sector más joven de los venezolanos.

La marca se diferencia por ofrecer un contenido actualizado semanalmente que incluye las novedades y actualizaciones más relevantes de TikTok, con la intención de mostrar o publicar la tendencia antes de que pase de moda. Cada video publicado en la web está acompañado de breves descripciones y explicaciones, proporcionando un contexto sobre términos, vocabulario y polémicas populares de TikTok. Esta estructura y explicación detallada abordan una necesidad identificada de centralizar las tendencias de TikTok de manera estructurada, facilitando la búsqueda de inspiración.

TTVenezuela aspira a ser la principal guía de contenidos en TikTok, siendo una herramienta esencial para creadores de contenido, agencias y empresas en Venezuela. Su posicionamiento se refuerza al ofrecer recomendaciones para marcas, orientando a los clientes sobre cómo integrar tendencias y sugiriendo influencers adecuados. De esta forma, el blog fomenta la comprensión y producción de contenido creativo que sea relevante y aceptado por las audiencias más jóvenes.

En esencia, el posicionamiento de TTVenezuela en la mente de su público objetivo es el de una fuente confiable, estructurada y explicada de tendencias de TikTok en Venezuela, diseñada para facilitar la conexión entre las marcas/profesionales y las audiencias jóvenes de la plataforma. El blog se percibe como una referencia que impulsa una gran idea, cumpliendo su misión de ser la principal guía de contenidos en TikTok para el mercado venezolano y su visión de ser el primer blog de tendencias que facilite esta conexión intergeneracional para la creación de contenido relevante.

7. Enlace del Proyecto.

<https://nmadrid2025cs.wixsite.com/trending-topping-ven>

8. Conclusiones.

La elaboración del blog fue dedicado al análisis y la popularidad de contenido en TikTok. Dado que el algoritmo de la plataforma es impredecible y su impacto en las marcas venezolanas varía, se ha diseñado como una referencia y guía para aquellas empresas que buscan aumentar su visualización y reconocimiento.

Su estrategia de contenido fue enfocada en los hashtags más utilizados, el diccionario de la generación Z, los horarios óptimos para publicar en Venezuela, además de los tops semanales y recopilaciones mensuales. También se ofrecen recomendaciones de marcas, análisis de influencers en ascenso y actualizaciones relevantes de la plataforma.

Este blog informativo se actualiza semanalmente para mantener la inmediatez y garantizar que su audiencia esté siempre al día con las tendencias digitales. Se ha logrado estructurar una plataforma intuitiva con artículos y entrevistas que no solo informan, sino que también sirven de guía para el público objetivo. El enfoque, el diseño y la redacción están dirigidos al mercado venezolano, incluyendo empresas, negocios e influencers.

El contenido está redactado en tercera persona, con un tono formal y amigable, para facilitar la comprensión de cada aspecto y brindar inspiración a los usuarios. Superar las limitaciones en el seguimiento de tendencias, es una tarea y difícil de resolver teniendo en cuenta que la plataforma sigue siendo relativamente nueva y aún no está consolidado por lo que su comportamiento puede ser impredecible, sin embargo, se implementó una sección de actualizaciones de contenido que permite estar al día de cada novedad que tenga la red social.

Esto garantiza que Trending Topic Venezuela se consolide como una herramienta esencial para empresas y agencias de mercadeo, simplificando la búsqueda de información. El proyecto se ha materializado en una plataforma intuitiva y fácil de usar, diseñada para brindar acceso rápido a información clave sobre el ecosistema digital. Se llevó a cabo la práctica de conocimientos en investigación de mercados, segmentación de audiencias, diseño de experiencia de usuario y construcción de identidad de marca digital, para una mejor precisión y efectividad del diseño del blog.

Trending Topic Venezuela se dirige como la principal guía de contenido de TikTok para el mercado venezolano, contribuyendo a la eficiencia y efectividad de las campañas de marketing digital y al crecimiento de las empresas locales. Esta iniciativa

no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también representa una solución estratégica de alto valor dentro del ámbito de la comunicación digital.

9. Recomendaciones.

La creación de esta plataforma marca un nuevo estándar en el ámbito digital venezolano, ofreciendo una solución innovadora para centralizar y estructurar información sobre tendencias en TikTok. Para garantizar su impacto y sostenibilidad a largo plazo, es fundamental optimizar su funcionamiento y posicionarla como una herramienta esencial en el marketing digital, dado su gran potencial y demanda dentro del mercado.

Uno de los aspectos clave para el crecimiento de TTVenezuela es la actualización constante del contenido. TikTok es una plataforma en continua evolución, con un algoritmo impredecible, por lo que no existe una fórmula exacta para determinar qué contenido se volverá viral. Sin embargo, el análisis de patrones de interacción ha permitido aproximarse a una respuesta. Las herramientas estadísticas no siempre son precisas para predecir la viralidad en TikTok, ya que los usuarios más activos en la plataforma tienen un conocimiento intuitivo sobre lo que será tendencia. Es en este punto donde TTVenezuela entra en el mercado como una solución y una necesidad, proporcionando un espacio donde la viralidad de los videos se analiza a través de geolocalización, visualizaciones, likes y compartidos, además de considerar los horarios de publicación para determinar tendencias con mayor precisión.

Otro aspecto crucial es la optimización de la experiencia del usuario dentro de la plataforma. Una navegación intuitiva facilita el acceso a información relevante, por lo que mejorar la arquitectura del blog y permitir una búsqueda eficiente con palabras clave visibles garantiza resultados rápidos y eficaces.

Finalmente, más allá de ser un espacio de consulta, TTVenezuela tiene el potencial de convertirse en un referente educativo en el marketing digital. Integrar un blog complementario con análisis de casos de éxito y consejos prácticos fortalecerá el conocimiento sobre el ecosistema de TikTok, ayudando a empresas, agencias y creadores de contenido a desarrollar estrategias más efectivas.

Se ha demostrado su valor como una herramienta esencial dentro del mercadeo venezolano. No obstante, su éxito a largo plazo dependerá de su capacidad de evolución y adaptación a los constantes cambios en el mundo digital. La implementación de estrategias de actualización, posicionamiento, optimización de la experiencia del usuario y educación garantizará su consolidación como el principal referente de tendencias de TikTok en Venezuela, contribuyendo al crecimiento y fortalecimiento del mercado digital local.

10. Referencias Bibliográficas.

- Cáceres, Zapata y Coromoto (2024). *Creación de una guía web sobre las opciones de entretenimiento para jóvenes de 18 a 25 años* [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Colmenares, L., Ortiz, M., & Reglá, D. (2018). *Desarrollo y elaboración de la página web e-commerce para la marca Piña & Coco* [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Costa, A., & London, S. (2022). *Diseño de un sitio web multimedia de cursos online para creativos* [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- EDOMEX. (2023). *Más Allá de las Tendencias: La Moda del Futuro según la Generación Z y Alpha*. <https://edomexaldia.com/mas-alla-de-las-tendencias-la-moda-del-futuro-segun-la-generacion-z-y-alpha/>
- De Olival, B. (2018). *Elite Football: medio digital dirigido hacia millennials enfocado en las cinco principales ligas del fútbol europeo: España, Inglaterra, Italia, Alemania y Francia* [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Pérez Yaguare, D. (2018). *Diseño de una propuesta de sección de podcasts dentro del espacio web del canal ConcienciaTV* [Trabajo de grado, Universidad Monteávila]. Repositorio de la Universidad Monteávila.
- Rhoton, S (2025). *Tecnología*. <https://www.significados.com/tecnologia/>

Flores, J. (2015). *Las tecnologías son las extensiones del ser humano*.
<https://internetmedialab.com/2015/09/16/las-tecnologias-son-las-extensiones-del-ser-humano/>

Sanchez, J. (2021). *Teléfono*. <https://economipedia.com/definiciones/telefono.html>

Azocar, R. (2024). *El rol del móvil en los servicios de entretenimiento*.
<https://diariolasnoticias.com/2024/02/27/el-rol-del-movil-en-los-servicios-de-entretenimiento/>

MPM SOFTWARE. (2021). *Redes Sociales : definición y características*.
<https://www.mpmsoftware.com/es/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas/>

Armetrics (s.f.). *Qué es TikTok*.
[https://www.armetrics.com/glosario-digital/tik-tok#:~:text=TikTok%20\(conocido%20en%20China%20como,adolescentes%20de%20todo%20el%20mundo.](https://www.armetrics.com/glosario-digital/tik-tok#:~:text=TikTok%20(conocido%20en%20China%20como,adolescentes%20de%20todo%20el%20mundo.)

Socialinsider. (2024). *Puntos de referencia de TikTok para 2025*.
https://www-socialinsider-io.translate.goog/social-media-benchmarks/tiktok?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc

Salinas, D. (2023). *¿Qué es un blog? Definición, tipos, ventajas y por qué necesitas uno*. <https://es.wix.com/blog/que-es-un-blog>

Salinas, D. (2024). *Qué es Wix, para qué sirve, características y por qué usar Wix*.
<https://es.wix.com/blog/que-es-wix#viewer-9comk130>

Salgado, E (2015). *¿Qué es una TENDENCIA?*
<https://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>

SAS® Insights (2025). *Algoritmos. Qué son y por qué son importantes.*
https://www.sas.com/es_es/insights/analytics/algorithms.html

Ildefonso, J. (2023). *Cómo funcionan los algoritmos de las redes sociales*
<https://metricool.com/es/algoritmo-redes-sociales/>

Camarillo, J (2019). *¿Qué quiere decir Viral?*.
<https://www.tooltyp.com/definiciones-de-marketing/que-quiere-decir-viral/que-quiere-decir-viral/#:~:text=El%20término%20viral%20hace%20referencia,y%20aque llos%20que%20resultan%20polémicos.>

Pérez, J y Merino, M. (2023). *Top - Qué es, definición y concepto.*
<https://definicion.de/top/>

RD Station. (2022). *#Hashtag: ¿Qué significa y cómo utilizarlo de manera adecuada?*.
<https://www.rdstation.com/blog/es/hashtag-significado-uso/>

40defiebre (2015). *¿Qué es un influencer?*.
<https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>

Pérez, J y Merino, M. (2019). *Influencer - Qué es, definición y concepto.*
<https://definicion.de/influencer/>

Armetrics. (s.f.). *Qué es TikTok.* <https://www.armetrics.com/glosario-digital/tiktok>

PeopleForce. (s.f.). *Definición de la Generación Gen Z.*
<https://peopleforce.io/es/hr-glossary/generation-z>

Rodríguez, B & Núñez, V. (2024). *Entender hoy a la generación Z es vislumbrar un futuro radicalmente diferente.*

<https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/entender-hoy-generacion-z-es-vislumbrar-futuro-radicalmente-diferente/>

McCrindle Research. (s.f.). *Generation Alpha Defined*.
<https://mccrindle-com-au.translate.goog/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es& x tr pto=tc>

Escuela Británica de Artes Creativas y Tecnología. (2023). *¿Qué significa el color rojo en la psicología y en el marketing?*. <https://ebac.mx/blog/color-rojo>

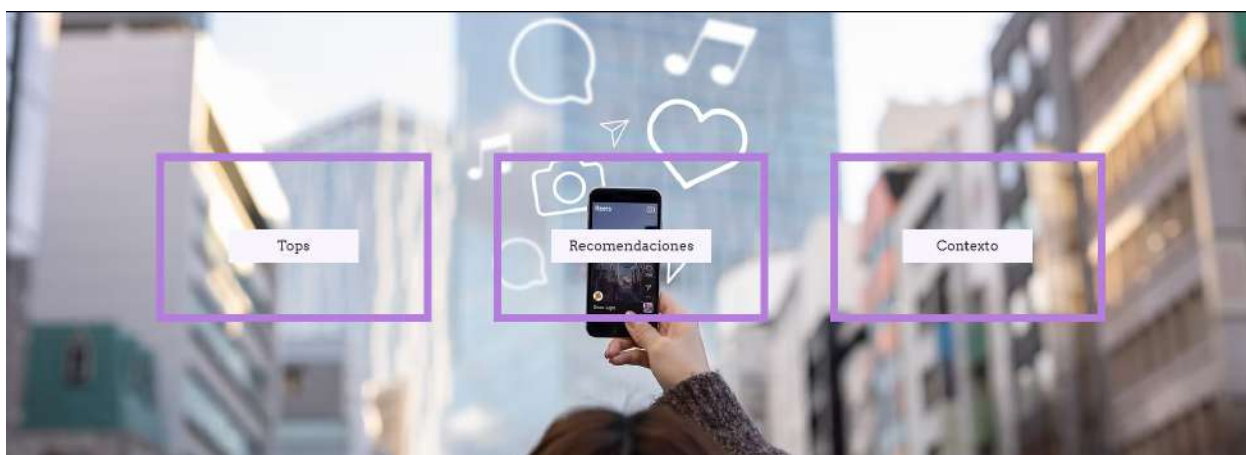
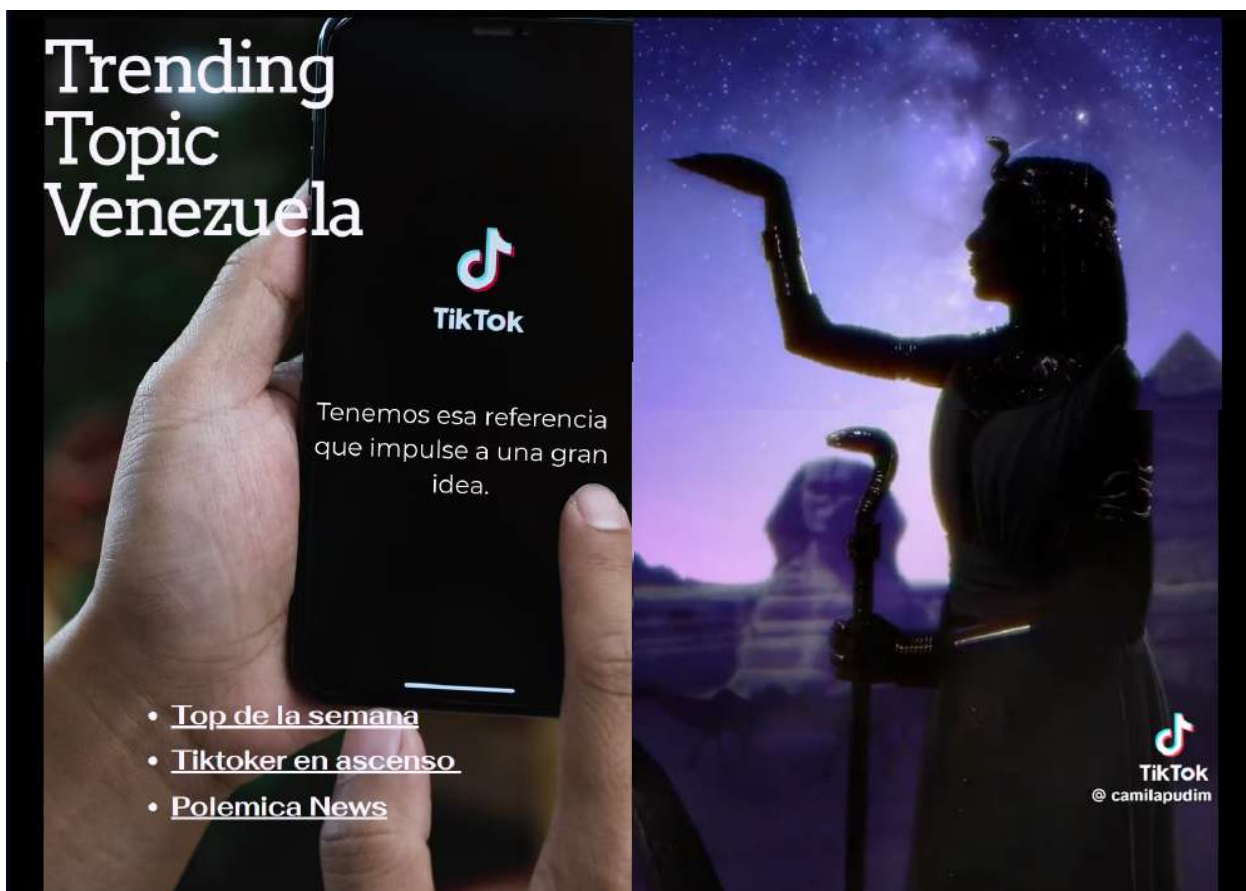
Escuela Británica de Artes Creativas y Tecnología. (2023). *¿Qué significa el color azul en psicología, marketing e interiores?*.
<https://ebac.mx/blog/que-significa-el-color-azul>

Canva. (2021). *Everything about the color White*.
<https://www.canva.com/colors/color-meanings/white/>

Canva. (2021). *Everything about the color Purple*.
<https://www.canva.com/colors/color-meanings/purple/>

11. Anexos.

1. Portada de Inicio. (p. 56)
2. Menú del sitio (p. 56)
3. Música de la semana (p. 56)
4. Top de la semana (p. 57)
5. Entrevistas (p. 57)
6. Contacto (p. 57)
7. Top (p. 58)
8. Recomendaciones (p. 59)
9. Contexto (p. 60)



Top de la semana

01/06 - 08/06

01 [Maquillaje de Cleopatra](#)
[@camilapudim](#)

02 [Come on barbie let's go party](#)
[@icm_triplets](#)

03 [Aysí te pillara](#)
[@marianyoooo](#)

04 [bro can't keep getting away with this](#)
[@thepointerbrothers_](#)

05 [#relationship](#)
[@nico.quitnerooo](#)

Ruben Adrianzo

"El tráfico en TikTok son 12 millones es la segunda red social en Venezuela y este año se convertirá en la primera, superando a Facebook."

TikTok 2025

Isaias Landaeta

"Ser venezolano está de moda"

Entrevista

Gabriel Santana

"La idea de Taller Neó surgió a partir de un video en TikTok que mostraba el proceso de reciclaje de unos lentes, inspirando así un proyecto enfocado en la sostenibilidad y la creatividad."

Entrevista

Trending Topic Venezuela

Contactos y redes sociales

+58 424 177-4325
nicolechantalbou@gmail.com



Caracas, Venezuela.
Universidad Monteavila

[Privacy Policy](#)
[Accessibility Statement](#)
[Terms & Conditions](#)
[Refund Policy](#)

Tops del mes

El Top del Mes reúne las tendencias más relevantes y virales que han dominado TikTok, destacando los desafíos, sonidos y creadores que han captado la atención de millones. Esta selección te ofrece una visión clara de los movimientos digitales más impactantes, ayudándote a mantenerte al día con lo que marca tendencia en la plataforma.



Enero

Rock that body #2010
Los clásicos nunca pasan de moda



Febrero

Waiiti! 🍌
¡The Rock es viral en TikTok!



Marzo

Una mujer asiática
limpiando el pozo con tacones



Abril

Los personajes de IA
conquistan TikTok



Mayo

Hombre de la camisa azul
bailando se adueña de TikTok



Junio

La cleopatra es el trend del
makeup


TTVenezuela

[Home](#)
[Top](#)
[Recomendaciones](#)
[Contexto](#)

Recomendaciones

En esta sección, exploraremos cómo las empresas están adaptando su estrategia a TikTok, qué creadores pueden potenciar su presencia y qué novedades están transformando el ecosistema digital. Si buscas inspiración para optimizar tu contenido y aprovechar al máximo TikTok, aquí encontrarás información clave para hacerlo de manera efectiva.

[All Posts](#)
[Actualizaciones](#)
[Tiktokers](#)
[Marca](#)





Nicole Chantal Madrid Bouchard
5 days ago · 3 min read

Las nuevas actualizaciones de TikTok en 2025 y su impacto en las marcas

TikTok sigue evolucionando y en 2025 ha lanzado una serie de funciones que no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también...

2 views · 0 comments





Nicole Chantal Madrid Bouchard
6 days ago · 2 min read

¿Cómo las empresas en Venezuela reinventan el marketing en TikTok?

En el mundo del marketing digital, TikTok se ha convertido en una plataforma clave para conectar con audiencias de manera auténtica y...

1 view · 0 comments





Nicole Chantal Madrid Bouchard
Jun 6 · 2 min read

Viviana Andrade: la tiktoker en ascenso del mes

¿Qué significa ser un tiktoker en ascenso? En el mundo de TikTok, un tiktoker en ascenso es aquel creador de contenido que, aunque aún...

4 views · 0 comments

Contexto

Esta sección es una de las categorías más destacadas del blog, diseñada para esclarecer términos, vocabulario y controversias de TikTok, facilitando su comprensión.

Su propósito es brindar usuarios, marcas y creadores de contenido las herramientas necesarias para interpretar tendencias y referencias de la plataforma con mayor claridad. Además, actúa como un recurso educativo esencial para comprender el lenguaje digital y optimizar estrategias, potenciando el alcance de quienes buscan conectar eficazmente con audiencias jóvenes en un entorno dinámico y cambiante.



Hashtags más usados

Más info



Horarios para publicar

Más inf



Palabras Clave

[Más info](#)



Polemicas

Más inf