

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

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

**DESARROLLO Y ELABORACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL
AVILANCER.NET ENFOCADA EN EL FREELANCE**

Autores:

María Bernotti.

Cristina Martínez.

Catherine Vásquez.

Profesor coordinador:

Antonio J. Montilla.

Caracas, 22 de marzo de 2019

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Antonio J. Montilla por su asesoría y apoyo en la elaboración de este proyecto.

A Alex Miranda por creer en Avilancer, querer ser parte de este proyecto y financiarlo.

A Jose Marcano, por su paciencia y dedicación a la programación del sitio web.

A Irguing Freutes, por estar atento de cada demanda y detalle que agregamos.

A Constanza Cedeño, por su asistencia en todas nuestras dudas y participación en el proyecto.

A Rodolfo Franco, por aportar el nombre que le dió vida a la revista digital.

A Zulaima Ricardo, por la colaboración de la idea de emprender este proyecto.

A Samira Salomón, por su constante apoyo.

A Juan Vásquez, por su constante apoyo.

Gracias a todos los implicados.

ÍNDICE

Resumen	5
Introducción	7
Objetivos y Justificación	8
Propuesta	11
1. Fase de análisis	12
• Análisis del target	12
• Objetivo del sitio web	18
• Análisis de los temas y contenidos	19
• Nombre del sitio web	21
• Análisis de la competencia	22
2. Fase de planificación	32
• Selección del Software	32
• Dominio y Hosting	36
• Equipo humano adecuado	37
3. Fase de contenido	39
• Contenido web	39
• Recursos utilizados	40
4. Fase de diseño	42
• Estructura de navegación	42
• Identidad gráfica	48
• Recursos multimedia y sociales	55
5. Fase de comunicaciones	56
• Promoción de sitio web	56
• Estrategia de publicaciones para el sitio web	58

- Plataformas sociales de soporte ----- 59
- Estrategia de medios ----- 59

Conclusiones ----- 66

Recomendaciones ----- 67

Referencias bibliográficas ----- 69

Anexos -----72

RESUMEN

La elaboración e impulso, de la revista digital de emprendimiento freelance Avilancer, es un proyecto que se desarrolla con la idea de crear un espacio virtual, donde las personas interesadas en este tema puedan conseguir contenido original relativo al freelance y sus emprendimientos. A su vez, se busca informar a los lectores sobre las nuevas oportunidades que existen en el campo laboral, con el fin de estimular la capacidad de los emprendedores de poder seguir creciendo en esta era moderna, donde la tecnología es la protagonista.

Esta iniciativa se logró desarrollar sobre la base de un análisis y estudio de la competencia, las tendencias digitales, las preferencias y necesidades del target, estos últimos reflejados en los resultados de una encuesta realizada a los mismos. De todas estas variables se obtuvieron los elementos que permitieron tomar las decisiones correctas para el diseño y desarrollo de una revista digital.

Se dirige a un público que oscila entre los 18 y 30 años de edad, localizados en Venezuela que cuenten con acceso a la Internet y que estén interesados en los temas relacionados al freelancer y sus emprendimientos.

“Avilancer.net” está conformada por cuatro (4) secciones (Tecnología– Vida-Emprendedor-Freelancer), donde se puede conseguir artículos, noticias, entrevistas y trabajos especiales con un tono fresco y de calidad para el público que está dirigido.

Luego de implementar la metodología adecuada y necesaria para el desarrollo de páginas web, se obtuvo como resultado un sitio en línea con el dominio www.avilancer.net, que responde a las necesidades de nuestro público y los emprendedores freelance.

Además de lo mencionado anteriormente, se diseñó una estrategia de comunicación para la promoción e impulso del sitio web, a fin de complementar y potenciar su posicionamiento en la web.

En el siglo XXI Internet se ha convertido en eje fundamental como herramienta comunicacional. Es por eso que la mejor manera de transmitir emprendimientos freelancers,

es a través de esta plataforma digital logrando así un alcance inmediato con la audiencia sin mayor dificultad.

INTRODUCCIÓN

La situación económica actual de Venezuela dificulta cada vez más la existencia de medios impresos, trayendo como consecuencia que este mercado se vea afectado, con el riesgo incluso de desaparecer. Adicionalmente, también por la economía del país ha generado que el venezolano se reinvente desde el punto de vista laboral, buscando diferentes fuentes de ingresos. Una de las formas es poder ser dueño de su propio tiempo y su espacio, migrando así a la tendencia mundial llamada freelance.

Los millennials, por ser la generación que va a la mano con la tecnología, son los primeros que se ven influenciados por esta tendencia, tomando en cuenta que prefieren ser sus propios jefes sin sentirse atados a un horario estricto, por lo que buscan cuidar su estilo de vida siendo ellos mismos los administradores de su tiempo.

Este Proyecto Final de Carrera viene a traer una oferta de contenido y orientación a un mercado que se encuentra latente y quizá en algún caso poco atendido por los medios, como es una idea atractiva para este target, y para todo aquel que busque tener más de un ingreso económico. Un sitio web, en formato de revista digital, que busca encontrar un espacio dentro de la comunidad venezolana, y posicionarse entre las mejores revistas digitales existentes.

Con Avilancer.net se busca continuar apoyando y apostando por el talento del venezolano, con el propósito también de brindar información más amplia y detallada sobre los emprendimientos freelance a través de entrevistas, artículos y videos. Reflejado en diferentes secciones que posee el sitio web y sus sub-secciones. Las entrevistas y artículos tienen como objetivo, además, servir de inspiración para todo aquel que busque crecer dentro de este nuevo estilo de vida, ya sea por motivos económicos o porque quiera flexibilidad en su horario laboral.

JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con las cifras del Instituto de Prensa y Sociedad, en Venezuela al cierre de 2018 dejaron de circular cerca de 66 medios impresos de los 90 que funcionaban en 2013, entre ellos las revistas como medios de comunicación con alcance más específico. Sea por falta de papel, migración de periodistas o sostenimiento de las estructuras de costo (humano y técnico) o por la crisis que afecta diversos sectores como lo es la publicitaria, la limitación de los medios tradicionales, específicamente los impresos, han llevado la necesidad de desarrollarse dentro del mundo digital.

En este sentido, el venezolano de hoy en día tiene poco acceso al material impreso debido a la situación económica que atraviesa el país. Esto trae como consecuencia una pérdida de acceso al contenido de calidad debido a la falta de revistas físicas. Sin embargo, cada vez más se conecta en Internet. Un ejemplo de esto es que según el Estudio para Latinoamérica de Tendencias Digitales, ya un 59% de los venezolanos están usando Internet. Y de ese grupo, 62% lo hace para buscar información de trabajo; mientras que un 83% lo hace para leer noticias en la web.

Los beneficios de trabajar sin un horario establecido, desde la comodidad del sitio de su preferencia (hogar, cafés o áreas comunes de trabajo), ha traído como resultado el incremento de la comunidad freelance en Venezuela. Según el sitio web periodicoempreendedor.com (2017) esta modalidad “parece ser una forma de trabajo que también estaría ganando popularidad (...), la cual podría ser necesario desarrollar de cara a la situación empresarial que atraviesa el país” (párr. 12).

Por su parte en un artículo publicado en la Revista Semana (2016), señala, en palabras de Sebastián Seiseles, director para las Américas del sitio Freelancer.com, que "los latinoamericanos son muy independientes, emprendedores y creativos. (...) Las crisis los han llevado a buscar sus propios caminos" (párr. 1). Pero también tienen una necesidad de estar informados sobre su sector, las mejores prácticas y todo lo que pueda permitir brindarles las herramientas necesarias para que tengan éxito en sus trabajos y, sobre todo, exaltar ese rol emprendedor que los hace actuales.

¿Y por qué en formato web? Es la opción ideal debido a que:

- Poseen mayor visibilidad que los medios tradicionales
- La audiencia puede tener acceso al portal las 24 horas del día
- Es una forma rápida y accesible en comparación a las revistas físicas.
- El 59% de la población venezolana tiene acceso a internet.
- Posee un presupuesto más accesible que el de un medio impreso.
- Permite facilitar la búsqueda de artículos dentro de la revista.
- Tiene mayor capacidad de segmentación de audiencia.

Sin duda, es la elección más conveniente, debido a que este medio es más dinámico y ofrece más ventajas para el target al cual está dirigido. Por eso, este Proyecto Final de Carrera se propone como objetivo diseñar y desarrollar una revista digital enfocada en el emprendedor freelance venezolano, que permita ofrecer información útil para este público necesitado de contenido.

Este medio digital, llamado Avilancer, ofrece contenido relacionado a la comunidad freelance y sus emprendimientos, a través de distintas secciones que abarcan los temas de moda, arte, gastronomía y tecnología; además de todo un desarrollo de información sobre el perfil del freelancer en sus distintas dimensiones. A su vez, la temática del sitio web, tendrá un enfoque dirigido a inspirar a la población venezolana a emprender y desarrollar sus talentos.

La oportunidad de crear este portal web que se enfoque específicamente en los emprendedores freelance puede ser considerado un océano azul, tal como lo plantean Chan y Mauborgne (2004) y que lo definen como “(...) La creación de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad y que generan oportunidades de crecimiento rentables y sostenido a largo plazo” (párr. 3).

Con este espacio digital se podrán generar nuevas ideas que permitan al público inspirarlos a emprender como freelance de manera más expedita, menos traumática y más informada. Esta iniciativa, además, es de carácter social e informativa, ya que busca dar a conocer los talentos que poseen los venezolanos que han decidido ser freelance. Así como

también demostrar que, a pesar de las adversidades, siempre habrá un espacio en el que la crisis se puede transformar en oportunidades.

DESARROLLO Y ELABORACIÓN DE PROPUESTA DE REVISTA DIGITAL

Fase de análisis

Análisis del target

Con la búsqueda de analizar y entender a la audiencia de la revista digital, y sus necesidades actuales y futuras, se realizó una encuesta a un grupo de 61 freelancers, cuya edad mínima para participar en la muestra, fue definida desde los 15 años hasta los 65. Los encuestados debían dar respuesta sobre si estarían interesados en entrar o no a un portal web, según el planteamiento de este proyecto.

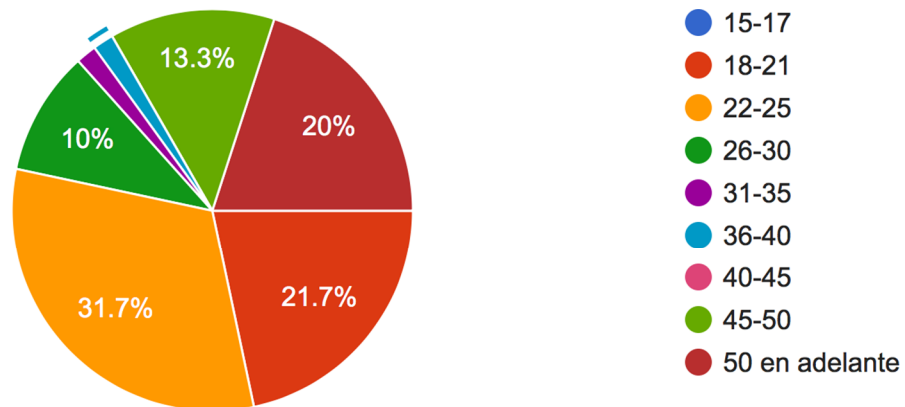
Seguidamente, tuvieron que seleccionar a cuál de las categorías señaladas le daría mayor importancia, así como también, mencionar una categoría alterna que les gustaría poder leer. Al mismo tiempo, se solicitó información personal como el nombre, apellido y edad. Consecutivamente, se buscó que indicaran su preferencia de contenido para este sitio; y si una sección especial sobre emprendimiento de los estudiantes universitarios es atractivo para ellos. Finalmente, se les invitó a sugerir nombres para la revista.

Los resultados fueron los siguientes:

Pregunta 1:

Edad

60 responses



Al analizar las muestras obtenidas, se puede observar que el target de la revista digital con mayor participación corresponde a las edades 18-30 años, englobando al 63,4 % del target, seguido por las que se encuentran entre los 45 años en adelante abarcando un 33.3% de la muestra. El 3,3% restante está comprendido por las edades de 31 a 40.

Las edades entre 18 a 30 años pertenecen al grupo de los “millennials o generación Y”, estos son los nacidos entre 1981 y 1999, con una edad correspondiente entre 18 a 36 años, como lo es nuestro target. Los Millennials hoy en día son la generación clave, según un artículo del sitio *Comunica web, especializados en resultados* (s/f), donde listaron tres características fundamentales que explican el comportamiento de esta generación:

- **Alto nivel de preparación:**

La gran mayoría de los jóvenes de la generación del milenio tienen estudios superiores, contando además con un gran dominio de los idiomas.

- **Totalmente conectados:**

Si el smartphone es una herramienta fundamental para cualquier persona hoy día, para

el Millennials aún más; ya que este ha crecido con el cambio de siglo y con la evolución tecnológica, siendo la tecnología un tema constante en su día a día, el teléfono móvil forma parte de él, están conectados de forma constante.

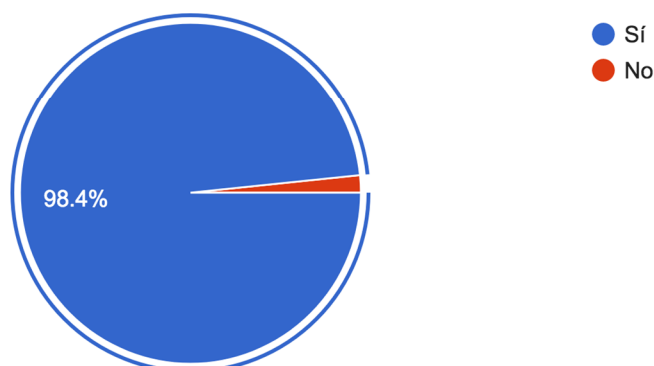
- **Exigentes e informados:**

A la hora de realizar una compra toman el tiempo que sea necesario para garantizar que escogen la mejor oferta, eso sí, una vez tomada la decisión de compra desean la adquisición del producto al instante.

Pregunta 2:

¿Te gustaría que existiera una revista digital dedicada a freelancers y emprendedores freelancers?

61 responses

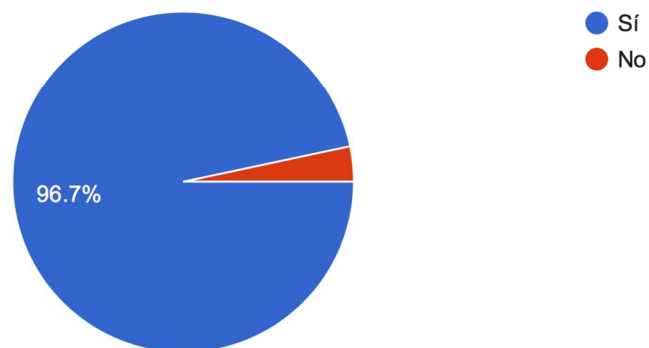


98,3% de la audiencia le gustaría que existiera una revista digital de emprendimiento freelance, mientras que un 1,7% respondió que no. Las razones de esta persona fueron “porque no quiero”.

Pregunta 3:

¿Entrarías a un portal web de contenido específico para freelancers y emprendedores freelancers?

60 responses



Al analizar la disposición de los encuestados por entrar al portal, la mayoría, la cual corresponde al 96.7%, está dispuesta a ingresar; el 3.3% restante respondió que no accederán.

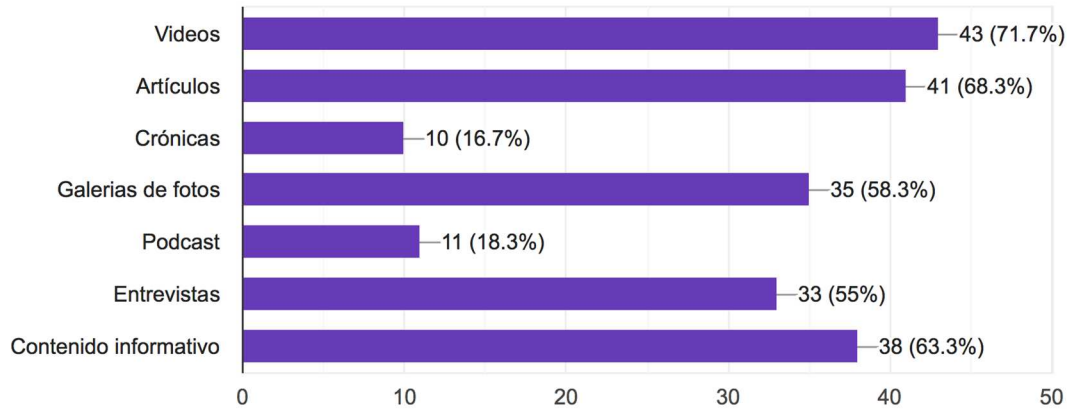
Los motivos por los cuales el 3,3% no accedería al portal web es:

- "Porque no tengo internet".
- "No es algo que me interese".

Pregunta 4:

¿Qué tipo de contenido te gustaría ver?

60 respuestas



Esta pregunta fue realizada con la opción de seleccionar varias respuestas a la vez, donde cada propuesta está sobre su 100%.

Artículos y contenido informativo fueron los géneros periodísticos con mayor aceptación y es por esto que conjunto a su fácil manejo y método de producción buscan ser los elementos principales en el sitio web. Los videos a pesar de poco frecuentes en los sitios web han liderado el resultado de esta encuesta motivando así buscar la forma de su inclusión.

Pregunta 5:

¿Qué otro tipo de contenido te gustaría que apareciera en la revista digital?

21 responses

Recetas, formas de hacer networking entre emprendedores.
Me encanta la idea de los podcast pero que de verdad sean entretenidos
Tips para emprender o dedicarse al trabajo freelance
Testimonios
Espacios para webinars
experiencias
Censurado
calendario de eventos
Entretenimiento
Con los que plantean creo que es suficiente
Moda
Interes Compuestos

Que otro emprendimiento podriapodrian proveer materia prima a otros emprendimientos podrian apoyao s
Propuestas de empleo tal vez
Infografías
Serbase de datos de los emprendimientos
Ejemplos exitosos
¿Como hacerse emprendedor freelan?
Infografías
Videos
articulos

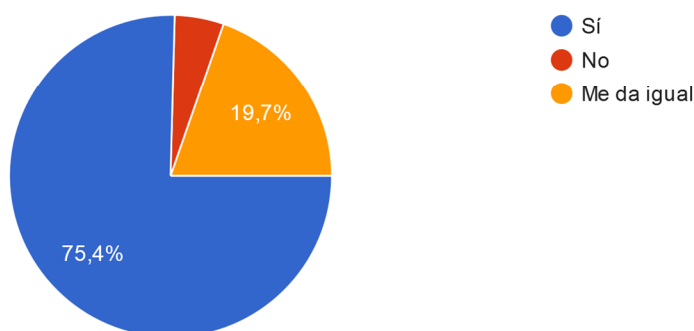
Esta pregunta, al no ser obligatoria, 21 de los 60 encuestados dieron su opinión entre los otros tipos de contenido que les gustaría leer. Se tomó a consideración las opciones de

“Tips para emprender o dedicarse al trabajo freelance”, “Testimonios”, “Experiencias”, “Propuestas de empleo” y “Ejemplos exitosos”

Pregunta 6:

¿Te gustaría una sección sobre el emprendimiento freelance de los estudiantes universitarios?

61 respuestas



Se puede observar, que el 82% de los encuestados si les gustaría ver en la revista digital emprendimientos de los estudiantes de la UMA. El 18% respondió que no les gustaría. Esto indica que mensualmente se buscará un emprendedor de las distintas universidades del país.

Objetivo del sitio web

El propósito de la revista digital Avilancer, es lograr brindar material creativo e informativo relacionado con el emprendimiento y el freelance venezolano, a fin de que nuestra audiencia se sienta identificada y su contenido pueda serle útil para su vida profesional. También se plantea dar a conocer a personas innovadoras y emprendedoras que inspiren al público venezolano interesados en los diferentes temas que en ella se desarrollan.

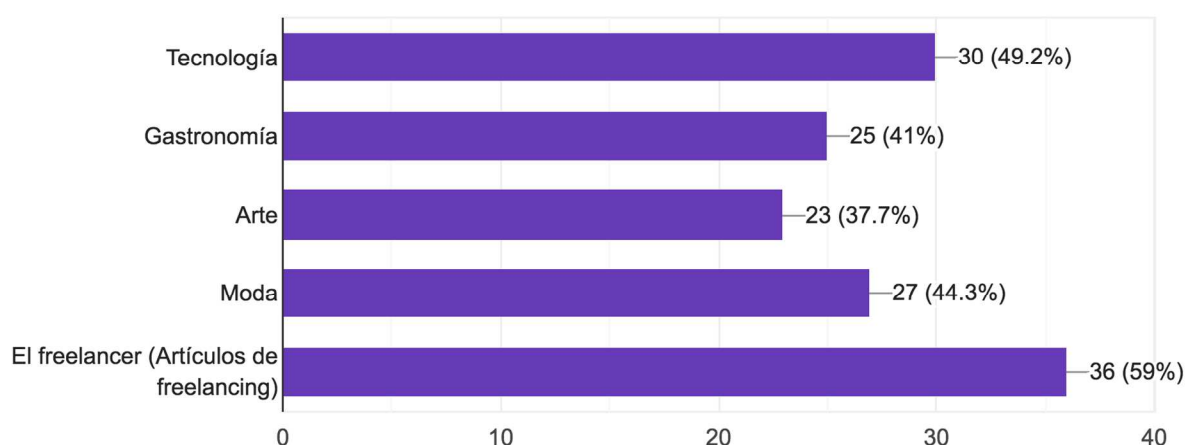
El enfoque de la revista pretende generar motivación en la población venezolana con información útil para emprender y desarrollar sus talentos; e incluso dar a conocer sus productos y servicios, en el marco de las secciones que tiene este portal web.

En resumen, informar, promover e impulsar el emprendimiento freelance y las ventajas que conlleva esta forma de trabajo.

Análisis de los temas y contenidos

Selecciona las categoría que más le darías importancia

61 respuestas



Tomando en cuenta la encuesta realizada, y que cada una de las categorías maneja el 100% de su total, conjunto a la base de datos obtenidos se decidieron los temas principales y secundarios a tocar, su distribución y los nombres de las secciones.

La revista digital de emprendimiento cuenta con 4 secciones distintas:

1. Vida
2. Emprendedor
3. Tecnología
4. Freelancers

En la sección “Vida” habrá 3 sub secciones:

- Gastronomía
- Moda
- Arte

“Vida” está compuesta específicamente por artículos redactados sobre el freelance, dentro de los tres tópicos mencionados anteriormente.

La sección “Emprendedor” también contendrá 3 sub secciones:

- Gastronomía
- Moda
- Arte

La diferencia entre ambas, es que esta sección será exclusiva para entrevistas a emprendedores freelance, en comparación de “Vida” que exhibirá artículos informativos sobre cómo desarrollarse como Freelance, según los temas planteados en estas secciones. Las personas entrevistadas son aquellas que se desarrollan dentro de las sub secciones anteriormente mencionadas.

Por otra parte, la sección “Tecnología” es una de las principales. Esta está compuesta por artículos y entrevistas sobre tópicos que abarcan esta área dentro del mundo Freelance y el emprendimiento en este ámbito.

Por último, “Freelancers”, la segunda sección principal, posee artículos y emprendimientos relacionados al tema del freelancing.

Cada una de las secciones cuenta con artículos sobre el negocio en esa área, características importantes del mismo, entrevistas a emprendedores y fotos complementarias.

(Cuadro 1)

Contenido	Explicación
¿Quiénes somos?	Informar cuáles son nuestros valores, misión y visión.
Artículos de Entrevistas	Entrevistas a los distintos venezolanos que formarán parte de nuestra revista.
Artículos Informativos	Artículos de interés para la sociedad, en la cual se dé a conocer los distintos emprendimientos que se vayan a trabajar.
Material Audiovisual	Imágenes y vídeos referentes a cada artículo

Nombre del sitio web

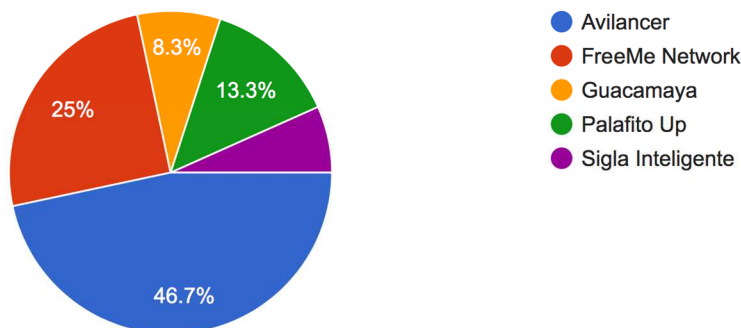
Con la intención de que nuestro público se sintiese identificado y el nombre fuera fácil de recordar se eligió denominar a la revista como Avilancer. “Ávila”, debido a que este es uno de los símbolos que en los últimos tiempos representa Venezuela, especialmente a los caraqueños, y a través de este se busca crear un vínculo emocional con nuestro target. “Lancer” ya que estas son las últimas dos sílabas que componen a la palabra “Freelancer”. La combinación de ambas nos da el resultado ideal para representar nuestro nombre, misión, visión y valores.

Para soportar escoger este nombre, dentro de la encuesta ya antes mencionada, se consultó con los entrevistados el de su preferencia para la revista. Se listaron los siguientes:

- Avilancer
- Freeme Network
- Guacamaya
- Palafito Up
- Sigla Inteligente

¿Qué nombre te gustaría para la revista digital de emprendimiento?

60 respuestas



El 46,7 % de nuestra muestra voto por Avilancer, lo cual confirma este nombre como el ideal para la página. El resto de los nombres obtuvieron los siguientes resultados: FreeMe Network (25%), Palafito Up (13.3%), Guacamaya (8.3%) y Sigla Inteligente (6.7%). También surgieron los siguientes nombres: EmprendeFreelance, FLMagazine, Uma Freelance News, Bitlancer, Roraima 2.0, Venezuela Emprende, Aventura Digital, New Net y Evolution. Estos no se tomaron en cuenta porque no cumplen con el concepto de target y visión de la revista.

Análisis de competencia

Al analizar 74 portales web venezolanos de noticias, revistas digitales y blogs, podemos concluir que sólo 13 de los mismos abordan el tema del emprendimiento. Estos portales son Periódico el emprendedor, El Mundo, Destino negocio, 0800 Flor, Caraota Digital, Revista Venezolana, Últimas Noticias, MSC Noticias, América Economía, Ciberespacio, A buena voz, Primicia y Analítica. Volviéndose estos los sitios web que componen a la competencia de la revista digital Avilancer.

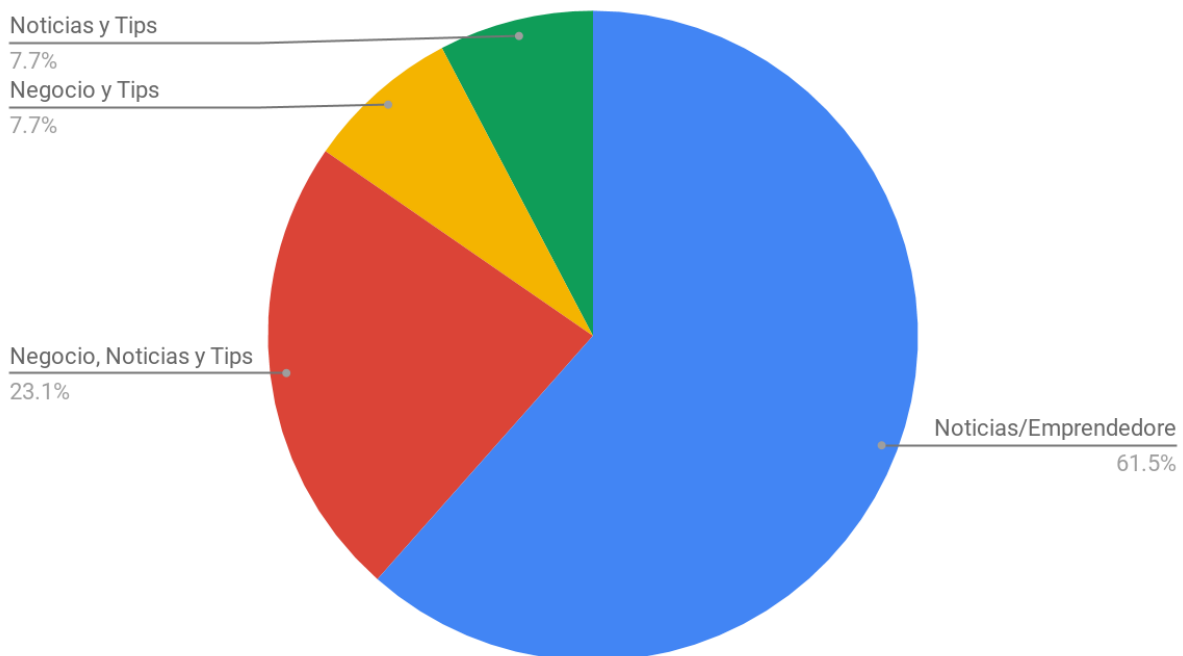
Con base en un análisis cualitativo y cuantitativo de los tópicos que abordan las revistas digitales venezolanas, se puede observar que los 13 sitios web mencionados anteriormente hacen leve referencia al emprendimiento, y de los cuales solo 4 (0800flor, A Buena Voz, Analítica y Destino Negocio) lo abordan de una manera más exclusiva,

volviéndose estos la competencia directa más cercana de Avilancer.

El contenido, el diseño gráfico, los géneros periodísticos, el tiempo de carga y los elementos multimedia fueron los aspectos tomados en cuenta para evaluar la competencia.

- Contenido

Temas dentro del emprendimiento



Dentro de los contenidos de los otros portales web, se analizaron los tipos de temas que estas tratan. Estos son artículos de negocio, noticias de emprendedores y artículos de consejos o tips.

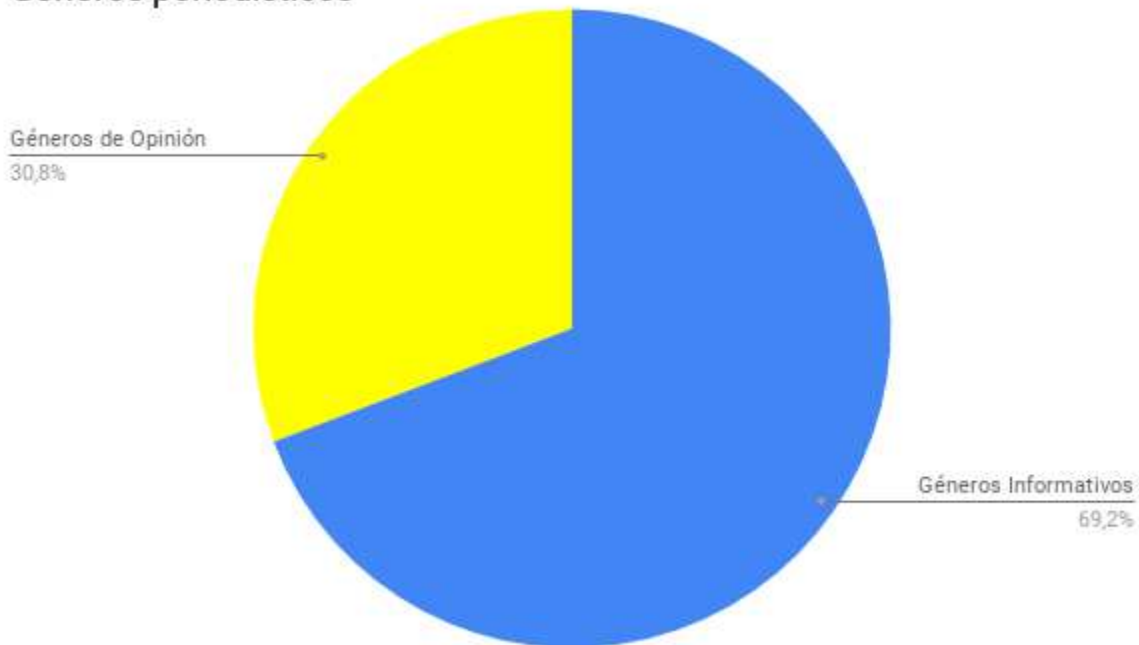
En los resultados obtenidos, se puede observar como el 61.5% de los portales tienen secciones dedicadas exclusivamente a noticias sobre emprendedores. Por otra parte, el 23.1% dedican su espacio para artículos de negocio, noticias de emprendedores y artículos de consejos o tips. El 7.7% muestran artículos de negocio y consejos de emprendimiento. Por último, el 7.7% toca temas de noticias y tips.

Visto esto se puede observar cómo segmentar el tema de la revista digital al

emprendedor freelance es la mejor opción, aprovechando así la carencia de desarrollo de este tópico.

- Géneros periodísticos usados

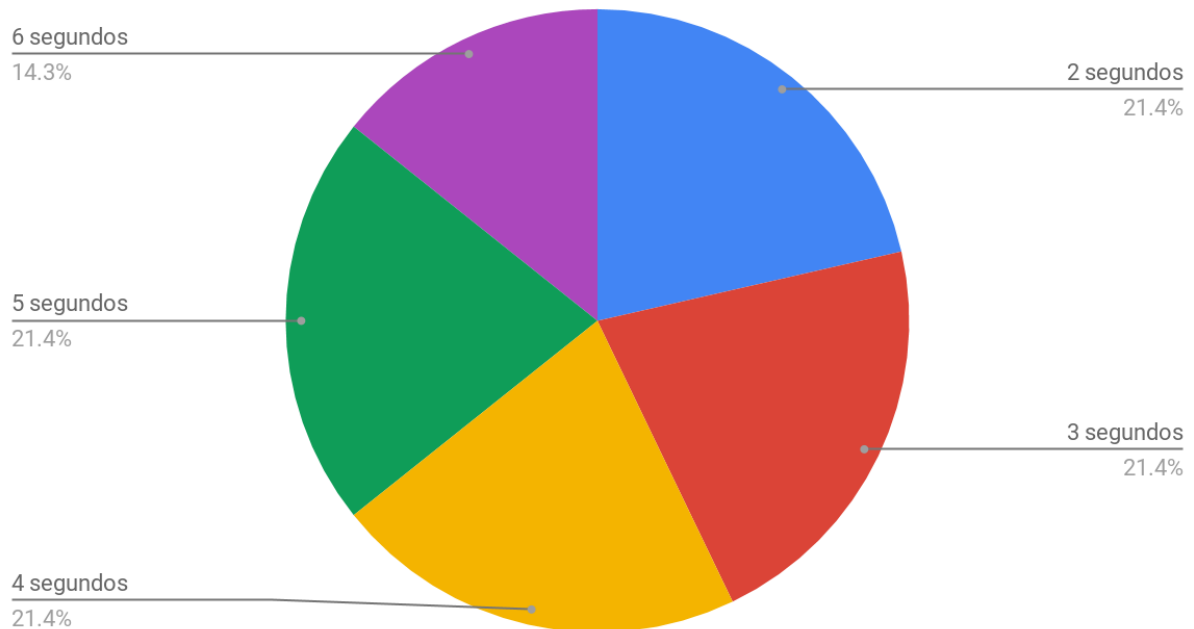
Géneros periodísticos



En los 13 sitios web analizados, los géneros periodísticos más usados son los artículos de información, los cuales pertenecen a géneros informativos, se puede observar cómo el género de opinión ocupa un 30,8 % de información en los diferentes sitios web. Por esta razón Avilancer busca sobresalir con su contenido, tanto en entrevistas como en artículos de opinión, marcando así la diferencia entre las otras páginas web.

- Velocidad de carga de los sitios web

Carga de Páginas Web



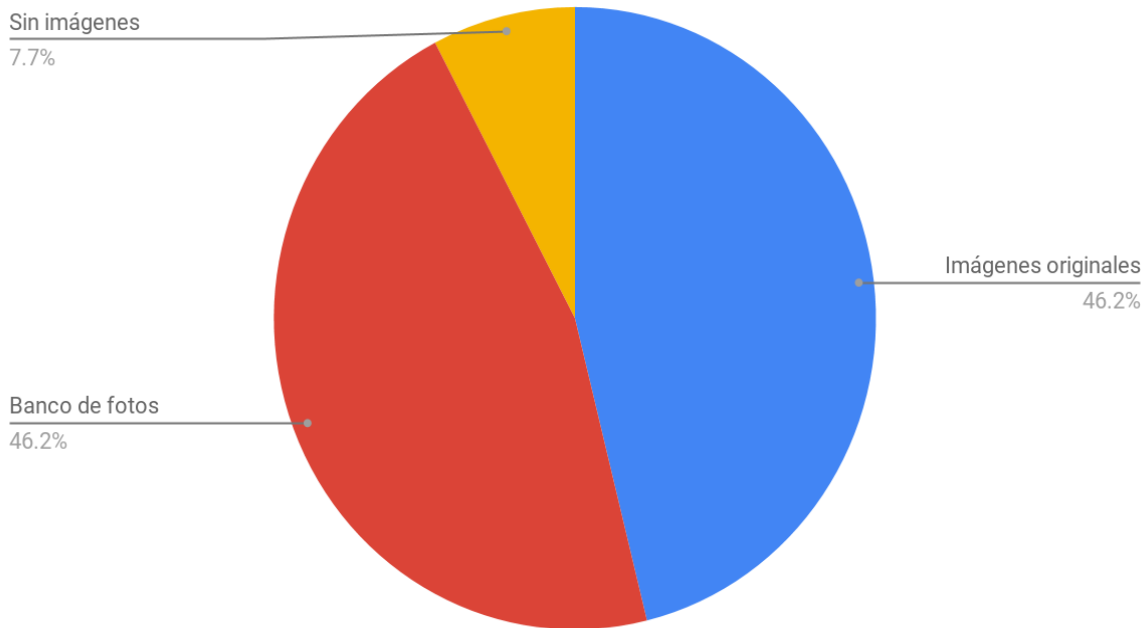
Hoy en día, la velocidad de carga de una página web es de suma importancia para la permanencia del usuario en la misma. 57.1% de los usuarios abandonan el sitio web si éste tarda más de 3 segundos en cargar. Es por esto que es vital mantener un nivel de carga igual o superior al de la competencia.

42.8% está dentro de lo recomendado, que es una carga entre 2-3 segundos. El 57.1% restante está dentro de una tasa de carga de 4-6 segundos. Al analizar estos datos, se puede llegar a la conclusión de que nuestros competidores mantienen una tendencia de carga del sitio rápida, apoderándose de las demandas de sus lectores.

En este sentido, Avilancer deberá cargar en un tiempo máximo de 3 segundos, manteniéndose así, dentro de las recomendaciones.

- Recursos utilizados en páginas web.

Contenido fotográfico

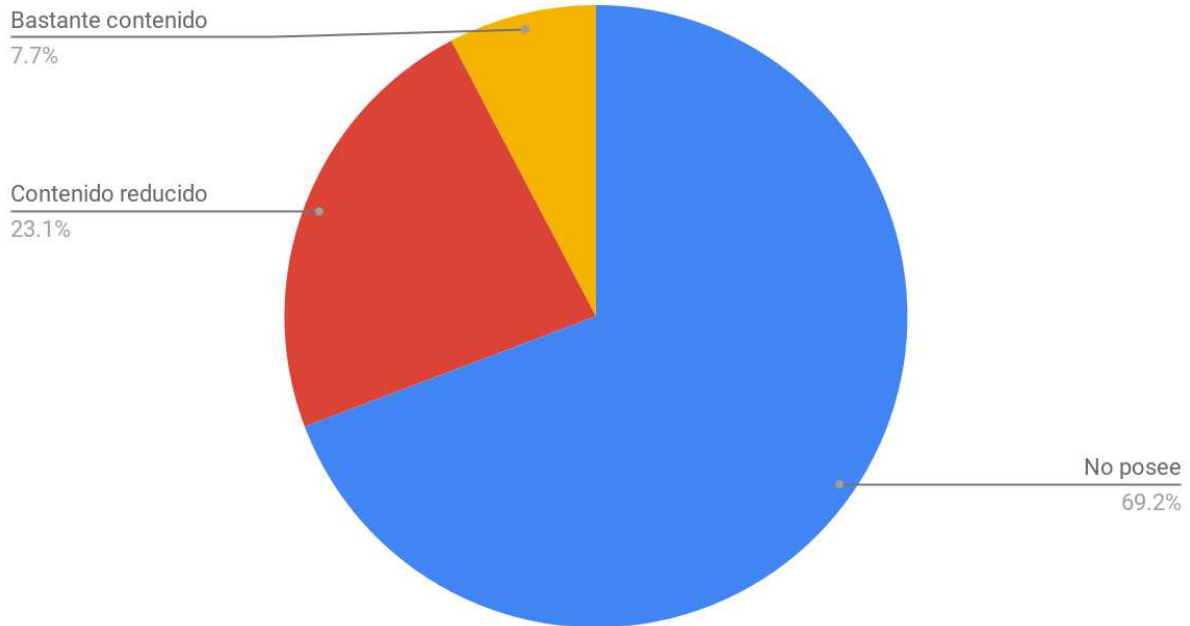


En el contenido multimedia de los distintos sitios web, se pudo ver que la mayoría presentan imágenes de banco de fotos gratuitas y contenido original, las cuales poseen una calidad estándar para una carga rápida.

Se puede analizar que el 46.2% utiliza fotografías originales y otro 46.2% opta por usar el banco de fotos de terceros gratuitos, mientras que el 7.1% no utiliza imágenes.

Lo mejor para acompañar un artículo es contenido fotográfico. Para sacar ventaja sobre los otros espacios digitales se emplearán 3 tipos de contenidos. El uso de banco de fotos gratuitos (Pexels.com, Unsplash.com) para que posea una imagen profesional; fotos originales para cada entrevista hecha y vídeos complementarios para hacer del sitio más dinámico.

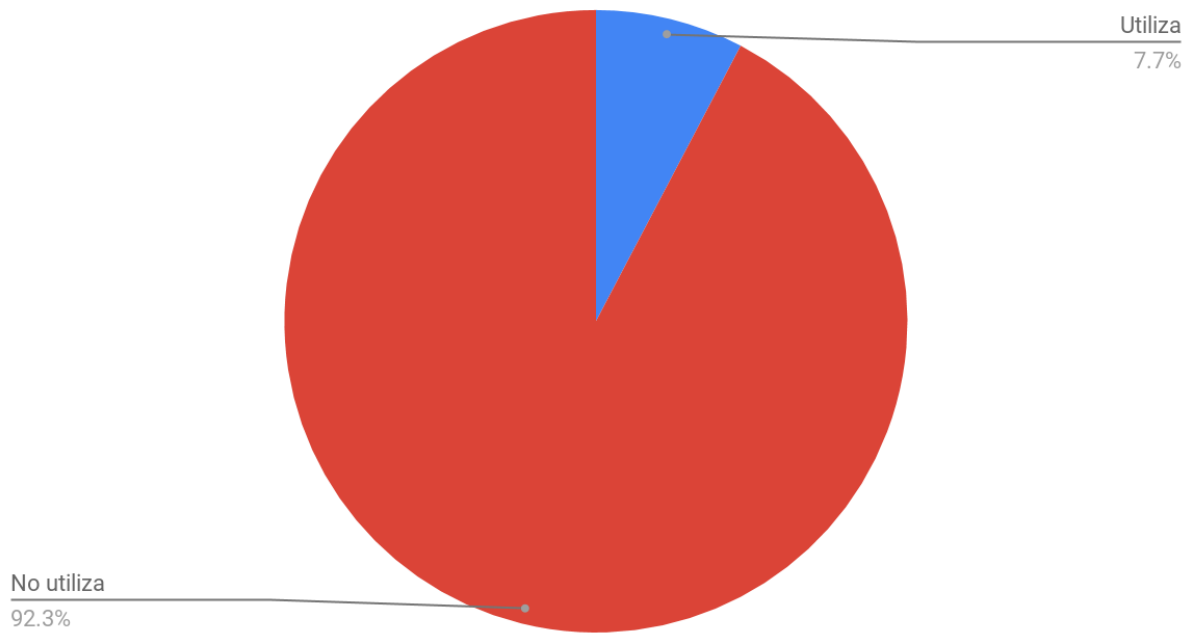
Contenido de video



El uso de video en la competencia directa e indirecta es reducido. Solo 5 portales utilizan este material audiovisual aunque, se debe señalar que el propósito del mismo es primordialmente para artículos noticiosos.

A su vez, se observa que el uso de audio es casi escaso, pero combinado con videos, el material audiovisual está presente en ciertas páginas.

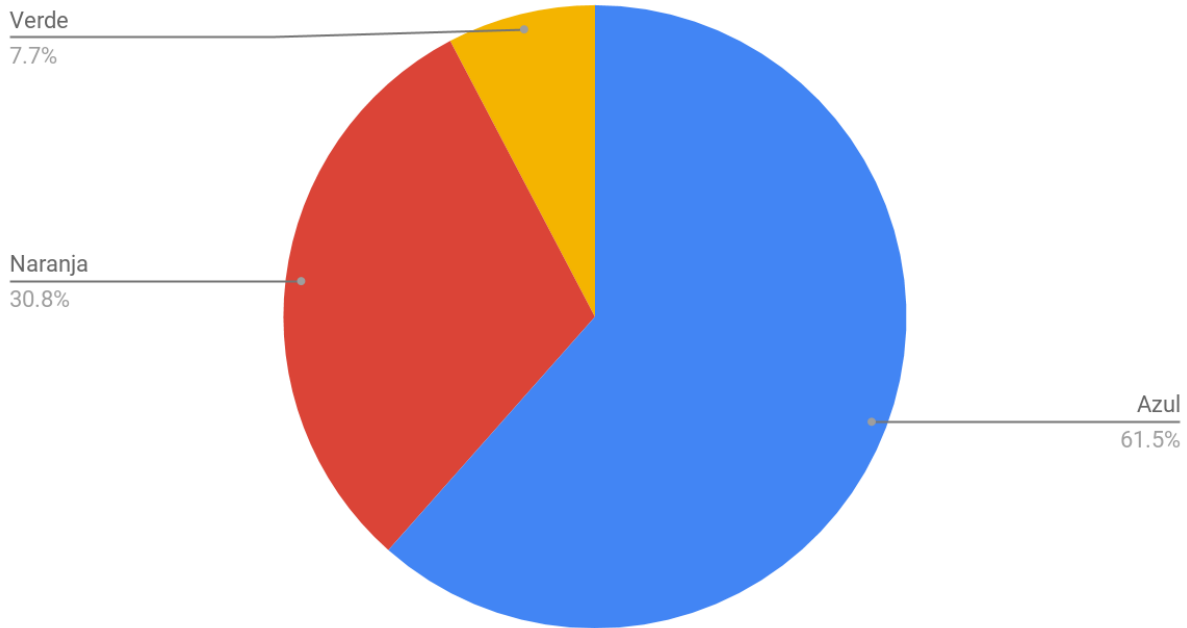
Contenido de Audios



Observando los resultados obtenidos se puede concluir que el uso del audio es casi inexistente en las páginas presentes.

- Identidad gráfica

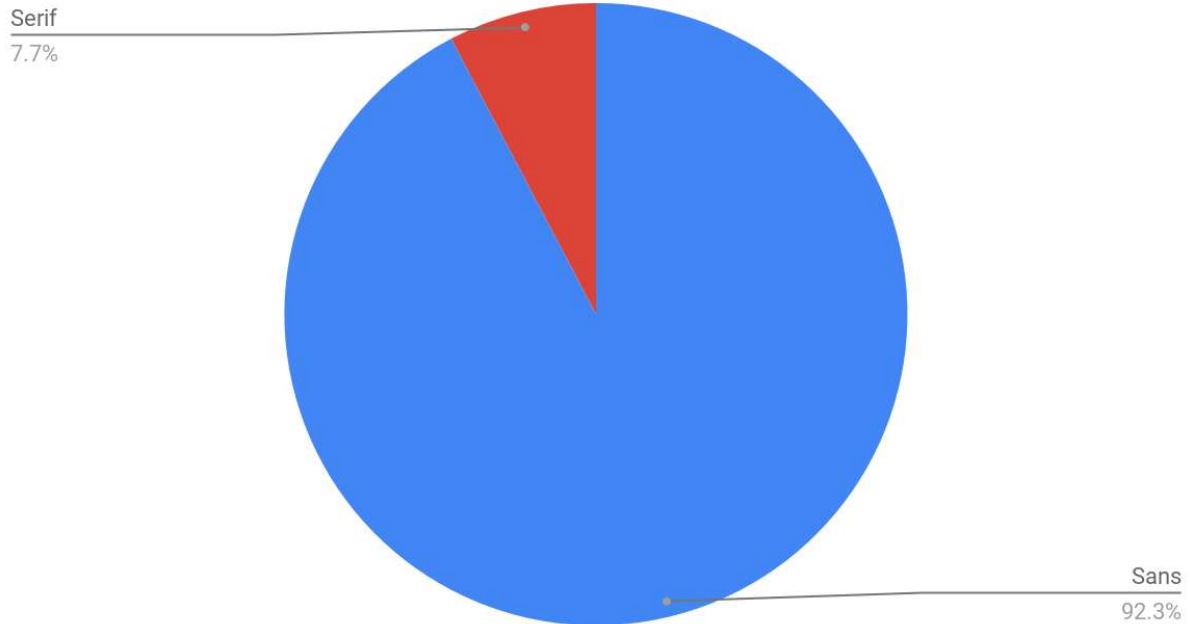
Color principal del diseño de página



Cuando se considera el diseño gráfico de las otras páginas web, podemos ver que la mayoría de estos utiliza el azul como color principal dentro de su sitio web.

61.5% utiliza el color azul, esto se debe a que este color se asocia con la productividad, confianza y seguridad. 30.8 % utiliza el color naranja debido a sus propiedades de ser un color cálido, emocionante y divertido. El 7.7% restante utiliza el color verde. Avilancer busca sobresalir entre la competencia, por lo que se establece como colores principales del sitio web el blanco y el negro, buscando un estilo minimalista y sencillo. De esta forma generando un contraste con el rojo, que es el color predominante del logo de la revista digital

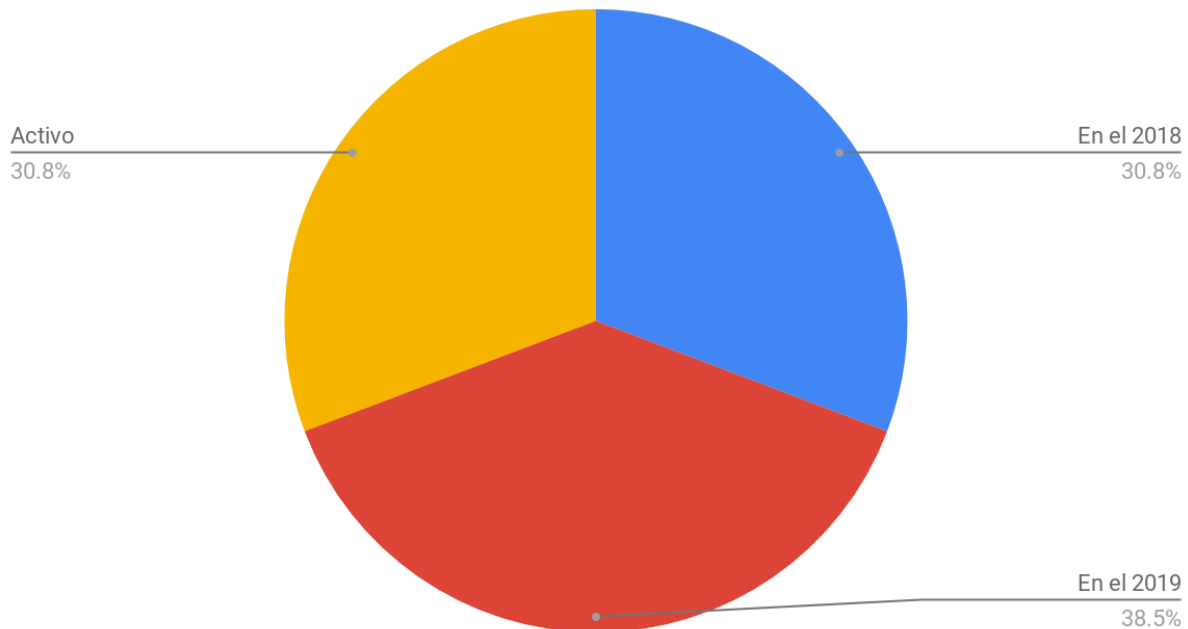
Tipografía



Podemos concluir que la tipografía más usada es el estilo Sans debido a su fácil legibilidad. Para diferenciar a Avilancer del resto de los sitios web, se utilizó la letra Playfair Display en todos los artículos que presenta la revista, también se puede observar la fuente Monsterrat como parte de la tipografía de compañía, esta se visualiza en el contenido, etiquetas, los títulos laterales y de las categorías.

- Actividad de la competencia

Últimas Publicaciones



Si bien muchas de las páginas se mantienen activas, no todas las secciones están en uso. Es decir, la sección emprendimiento, en algunos casos, posee contenido pero este tiene una fecha de publicación antigua, por lo cual no es información reciente.

69.3% de las páginas web no han publicado contenido desde el 2018 y lo que va de 2019 (enero y febrero). El 30.8% tiene últimas publicaciones en el mes de marzo y mantienen el portal web activo.

Se puede observar la falta de publicación continua en el espacio web venezolano con respecto a este tema, es por eso que se busca publicar una vez a la semana, manteniendo así la página activa.

Fase de planificación

Selección del Software

Al momento de seleccionar la plataforma ideal para el desarrollo de la página web, se tomó en consideración los siguientes sitios web para su desarrollo: Wix, Drupal, Joomla y Wordpress.

Sufyan Bin (2017), experto en el software Wordpress, establece las principales comparaciones entre Wordpress y las demás plataformas:

- WordPress VS Wix

Ambas herramientas buscan el equilibrio entre dos (2) conceptos:

- Simplicidad y accesibilidad para principiantes: Busca que alguien que no sea un desarrollador pueda fácilmente crear un sitio web funcional y estético.
- Flexibilidad y facilidad de personalización: Brinda las herramientas necesarias para que se pueda personalizar un sitio web con el objeto que haga fielmente, lo que se requiere de él.

Wix sacrifica algo de flexibilidad a cambio de la facilidad de vivir la experiencia de crear sitios web, incluso para las personas que no son desarrolladoras de sitios web funcionales. Contrario a WordPress, quien ofrece la oportunidad de personalizar el sitio web al 100%, sacrificando un poco la facilidad del uso de la herramienta.

Wix ayuda a crear rápidamente y muy fácilmente un sitio web básico, pero no permite personalizarlo según el gusto y a las necesidades que tú requieres, ya que se basa en plantillas ya prediseñadas que no dan acceso a mayores y complejas modificaciones. WordPress, por su parte, brinda oportunidades únicas en modificar permanentemente los contenidos de manera fácil y amena, aunado al hecho que el creador es el propietario al

100% de los datos que maneja la plataforma, quedando en evidente desventaja WIX, ya que no ofrece este servicio.

- Word Press VS Jomla

Jomla es una herramienta que se define como un sistema de gestión de contenidos completo (CMS). Sin limitantes, sirve para crear cualquier tipo de proyecto web. Contrario a WordPress que es considerado como un software de código abierto que fue ideado en sus inicios sólo para crear exclusivamente Blog, sin embargo con el transcurso del tiempo fue mutando a través de plug-ins y temas especializados, hasta llegar a ser lo que hoy en día es.

Entre las diferencias más resaltantes se encuentran en la instalación de ambos servicios en el computador. WordPress es más automático, prácticamente no requiere de interacción con la persona; mientras que Jomla sí deja que el usuario tome algunas decisiones, lo que puede generar errores en el proceso de instalación.

Otra incompatibilidad a destacar, es que Jomla tiene muchas opciones que permiten adaptar el sistema tal y como se desee; y Wordpress posee una mejor estructura de soporte y un amable sistema de manejo de contenidos, lo que favorece la captación de mayores usuarios.

- Wordpress vs Drupal

Drupal incluye funcionalidades por defecto por lo que no se necesita instalar extensiones o módulos para conseguir crear cualquier tipo de web. Ofrece la posibilidad de adaptarse a muchos formatos de una manera sencilla, y gran capacidad de administración de usuarios. Edición gráfica sencilla. Permite hacer fáciles ediciones gráficas de la plantilla o de la landing, sin tener que salir del editor. Pero cuando se trata de instalación, se requiere más conocimientos, y no tiene gran cantidad de plugins.

WordPress está listo para usarse inmediatamente después de su instalación. Puede publicarse contenido fácilmente. Si se necesita escribir un artículo y cambiar algo, se puede hacer de forma sencilla. Además es una plataforma universal, el tablero de la herramienta siempre está igual, sin importar para qué se esté usando.

Luego de haber analizado las opciones disponibles de software, se escogió para ser utilizada como plataforma para la página de Avilancer fue WordPress, por ser una herramienta accesible a la hora de su elaboración con todas las ventajas que ofrece. Sin olvidar la particularidad de poder realizar cambios dentro de la página web y visualizar los mismos antes de guardar.

Ventajas de usar Wordpress

1. Wordpress automáticamente después de su instalación se puede utilizar.
2. Es flexible, se puedes usar ya sea para un sitio personal, tienda online o una web.
3. La estructura es fácil de rastrear; Matt Cutts de Google amparó a WordPress durante el WordCamp en San Francisco en 2009.
4. Acepta material multimedia, se puede agregar imágenes, audio y videos.
5. Wordpress permite que cada persona tenga un rol distinto; entre ellos:
 - Súper Admin. Alguien que tiene acceso a todas las herramientas de administración y a todas las demás características.
 - Administrador. Alguien que tiene acceso a todas las herramientas de administración dentro de un sitio.
 - Editor. Alguien que puede publicar y manejar las publicaciones incluyendo las de otros usuarios.
 - Autor. Alguien que puede publicar y manejar otras publicaciones.
 - Suscriptor. Alguien que sólo puede manejar su perfil.

Desventajas de usar WordPress

1. Las constantes actualizaciones que nos ofrece esta plataforma, muchas veces no va de la mano con los temas de nuestra web, lo que puede hacer que esta deje de funcionar correctamente.
2. Limitaciones para los aficionados, WordPress ofrece un sinfín de posibilidades para desarrollar, pero muchas de ellas solo están al alcance de personas con amplios conocimientos en desarrollar estas plataformas.
3. La necesidad de instalar Plug-ins constantemente puede hacer que la plataforma se torne muy lenta.
4. Por ser una plataforma de código abierto y poseer muchos plug-ins, no es fácil de solventar problemas de funcionamiento ya que consumen mucho tiempo, por eso es necesario y recomendable contratar los servicios de un profesional del área.

El uso del Plug-In para la revista digital, es de suma importancia ya que este es el que le agrega función a los sitios; dependiendo de para qué están hechos cada uno, se encarga de asistir según su función.

Los plugins que se utilizaron según la función de cada uno fueron los siguientes:

- Tag div (Librería de ítems, artículos)
- Updraft (Creación de backups y restauración de sitios con los backcups)
- Wordfence (Seguridad, bloqueo de intrusos)
- Yoast (Posicionamiento SEO)
- Akismet (Anti-spam para los comentarios de las entradas)
- Youtube (Se utiliza como plataforma para los vídeos)

Dominio y Hosting

Con la búsqueda de mantener la identidad de marca y que sea fácil de recordar para el usuario, se mantendrá el nombre Avilancer para el dominio de la página web. Por lo tanto, el mismo es: www.avilancer.net. Al evaluar las opciones de dominio entre *.com*, *.ve*, *.com.ve* y *.net*, por razones de los altos costos en dólares y la disponibilidad de los mismos se escogió *.net* como la mejor opción, ya que más allá de ser una revista enfocada en el público venezolano, se busca manejar contenido también para Latinoamérica.

Este fue adquirido en la plataforma Go Daddy, empresa prestadora de servicios hosting y registro de dominios. Este proveedor fue el mismo utilizado para el hosting del sitio, debido a que ofrece un servidor internacional y una tecnología adecuada.

Beneficios de Go Daddy:

- Plataforma que te permite alojar sitios web a cambio de una mensualidad
- No hay preocupación por el estado de la máquina, ni que el sitio se vea afectado servicio eléctrico de Venezuela; ya que el servidor se encuentra en el extranjero.
- Buena atención al cliente y servicio de soporte.

Contras de Go Daddy:

- Si el servidor presenta un problema esto podría afectar la página; ya que ellos tienen el manejo directamente.

Equipo humano adecuado

Para lograr que esta plataforma se desarrolle correctamente, se contó con un equipo humano especialistas y líderes que permitan llegar a buen término este proyecto.

(Cuadro 2)

Etapa	Sección	Equipo humano	Labor	
Pre	Programación	José Marcano	Programación	
		Irguing Frautes	Asistencia de programación	
	Almacenamiento	Go daddy	Hosting y Dominio	
	Diseño	María Isabella Bernotti	Arquitectura web	
		María Isabella Bernotti	Contenido	
		Cristina Martínez	Contenido	
		Catherine Vásquez	Contenido	
	Multimedia	José Marcano	Diseños web	
		María Isabella Bernotti	Fotografías	
			Cristina Martínez	Target

	Estudios de mercado y elaboración de contenido web	María Isabella Bernotti	Competencia
		Catherine Vásquez	Target
	Plan de comunicación	María Isabella Bernotti	Fase 1,2 y 3
		Cristina Martínez	Fase 1,2 y 3
		Catherine Vásquez	Fase 1,2 y 3
	Post	Administración de la web	María Isabella Bernotti
Cristina Martínez			
Catherine Vásquez			

Fase de contenido

Contenido web

Se definen entonces las secciones del sitio y sus respectivos contenidos:

(Cuadro 3)

SECCIÓN	GÉNERO PERIODÍSTICO	DESCRIPCIÓN
¿Quiénes somos?	N/A	Se mostrará la misión, visión y valores de la revista digital; además, se expondrá el origen de la misma, su objetivo y quiénes son sus fundadoras.
Tecnología	Entrevistas y artículos	Entrevistas de emprendedores freelance, según la sección correspondiente.
Vida	Artículos	Artículos de interés para el público, dependiendo de cada sección.
Emprendedor	Entrevistas	Entrevistas de emprendedores freelance, según la sección correspondiente.
Freelancers	Artículos	Artículos de interés para el público en esta área.

Quiénes Somos:

Avilancer, es una revista que nace de las manos de tres estudiantes de comunicación social quienes deciden apostar por Venezuela. Es creada con el objetivo de facilitar un espacio virtual con contenido informativo relativo a las oportunidades que se presentan, tanto en los emprendimientos freelance, como en el campo laboral online, donde la tecnología es la protagonista.

Misión:

Buscamos brindar información, promoción e impulso sobre el emprendimiento freelance y las ventajas que conlleva esta forma de trabajo en Venezuela, a través de contenido informativo útil para nuestra audiencia.

Visión:

Ser el medio digital de referencia para las personas que buscan, potenciar su espíritu emprendedor y libre de un horario de trabajo, motivándolos e informándolos con contenido de calidad y diferenciadores.

Valores:

Nos caracterizamos por ser un equipo responsable, apasionado, creativo, comprometido y creyente de las nuevas oportunidades.

Recursos utilizados

En todas las secciones y artículos de la página se utilizó el recurso fotográfico, las imágenes y los géneros periodísticos que se conocen.

Los recursos fotográficos e imágenes son las mejores herramientas para explicar clara, visual y sintéticamente conceptos o procedimientos debido a su rápido entendimiento por los elementos visuales. Sara Queen y Pegie Stark en su libro de estudio *Eyetracking the News: A Study of Print & Online Reading* (2007) aseguran que el 90% de la información que transmite el cerebro es visual, y que las imágenes, en comparación con el texto, generan 600 veces más compromiso. Por esta razón, decidimos implementar el método gráfico de

las imágenes en todas las secciones, acompañando a cada artículo, siendo más fácil para el público digerir la información.

Entre los recursos periodísticos utilizados, se seleccionó el informativo, el cual Grijelmo (1997), lo define de esta manera: "Son informativos los textos que transmiten datos y hechos concretos de interés para el público, ya sean nuevos o conocidos de antemano. La información no permite opiniones personales, ni mucho menos juicios de valor" (pág 10). En este caso, el género informativo que se utilizó (seleccionado) fue la entrevista a emprendedores freelance y encuestas, como sub-género del periodismo digital, para conocer la opinión del target deseado. También contamos con el género de opinión en el cual desarrollamos artículos de interés para el público.

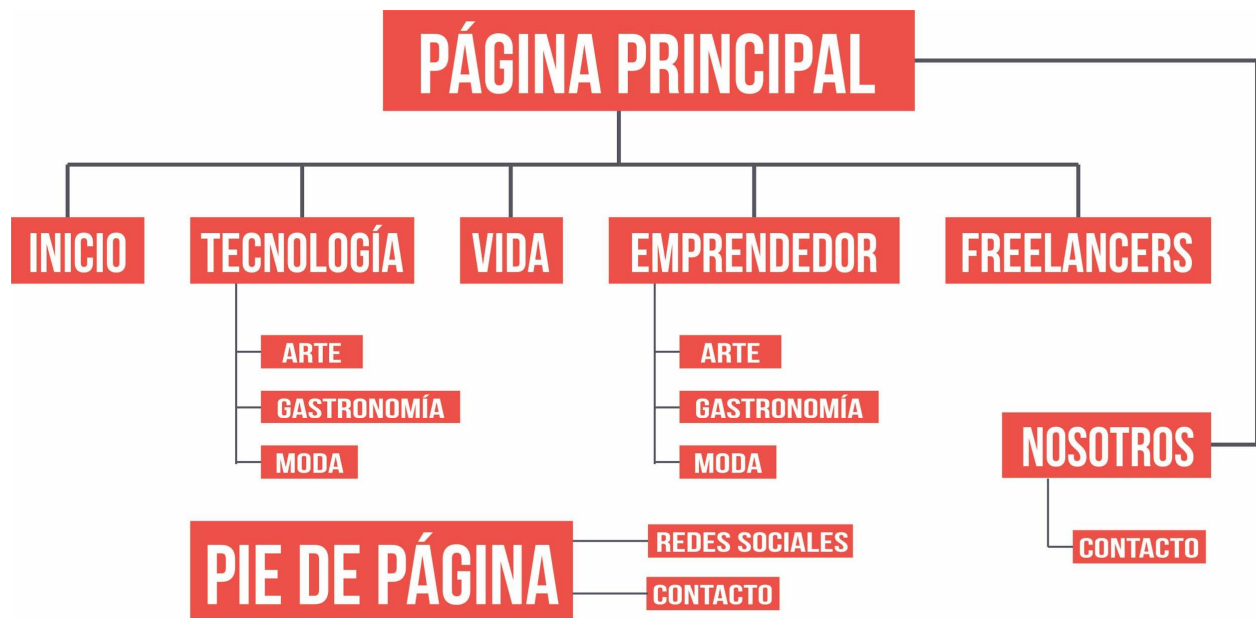
Además cada artículo cuenta con la opción interactiva de poder ser comentado por el espectador.

Fase de diseño

Estructura de navegación

Teniendo en cuenta, las definiciones de las cuatro (4) estructuras establecidas para un diseño web (lineal, jerárquica, radial y en red) que proponen los autores Green, Chilcott y Flick (2003), se eligió para el diseño web, la estructura jerárquica. Esta se caracteriza por ser una estructura en forma de árbol, donde existe una página índice o principal desde donde se accede al resto de páginas; tomando en cuenta que desde estas subpáginas se puede acceder a otras, creando distintos niveles o jerarquías. Es ideal ya que existe la posibilidad de colocar un menú el cual permite moverse de una forma fácil y directa. Además de ser la más práctica para Avilancer, es la más utilizada para revistas digitales.

El mapa de navegación que posee la página web, basado en el template de wordpress Living Magazine, es el siguiente:

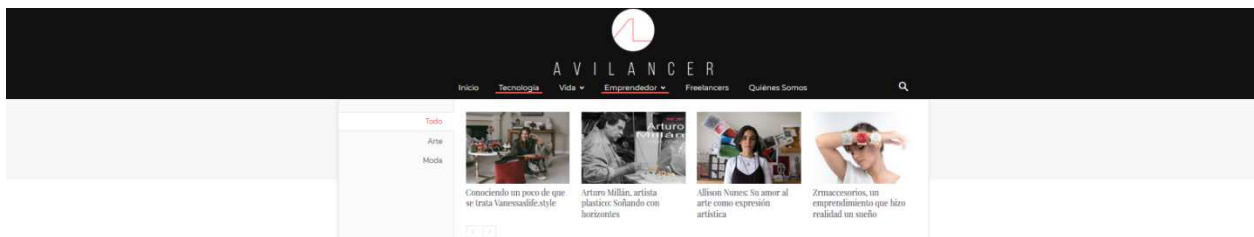


Este mapa está distribuido desde un punto de vista de interés para el consumidor. Las secciones fueron segmentadas en un orden, el cual busca la facilidad de escogencias del

usuario. Esto se hizo al colocar estratégicamente las dos secciones que poseen subsecciones en el medio de las que no poseen.

Estructura de la página principal del sitio web basado en el template de wordpress:

Encabezado:



Nota: Todas las secciones se ven representadas de igual forma.

El encabezado es el tope de la página web donde se puede encontrar todas las secciones y subsecciones que componen a la revista digital.

Contenido de la página principal

- Primera sección. Está compuesta por todos los contenidos de Tecnología, tanto entrevistas a emprendedores como artículos informativos de la misma.
- Segunda sección. Vida está compuesta por subsecciones las cuales son:
 - Arte

- Gastronomía
- Moda

- Tercera sección. Emprendedor estará compuesta por subsecciones las cuales son:
 - Arte
 - Gastronomía
 - Moda
- Cuarto sección. Freelancers, estará compuesta por todos los artículos sobre el freelance, tanto entrevistas como artículos informativos.

¡Potencia tu comercio de comida online al límite!

febrero 27, 2019

Hoy en día el emprendimiento de comida es algo que todos deseamos hacer. ¿Eres de esas personas que se entusiasma y lo hizo? ¡Buenísimo! En este artículo te daremos los mejores tips para sacar el mejor provecho de tu comercio de comida online.



La clave está en la fotografía

Si tu comercio de comida tiene las mejores fotos, tendrás las mejores ventas. Tener las fotos más espectaculares de las redes sociales no es difícil. Lo puedes lograr con la cámara de tu celular, simplemente asegúrate de que sea una foto iluminada y colorida. Empieza por presentar tu platos de una forma arreglada y bonita; búscale el mejor ángulo, desde los lados enfocando los ingredientes, o incluso desde arriba mostrando el plato entero. Para la comida es muy recomendado fotografiar con luz natural del día, así que no necesitarás luces ni un presupuesto descabellado para lograr tus fotos.

Edita tus fotos

Como se mencionó anteriormente, una foto bonita, iluminada y colorida es muy eficiente en un comercio de comida online. Hay muchos editores de fotografía que te puedes bajar directamente a tu teléfono. Ponles brillo y color y haz de estas la sensación de las redes.



Deja tu marca en alto

Ya una vez tengas tus fotos editadas y listas para publicar, necesitas ponerle la sazón de tu marca. Si estás publicando en Instagram, no dejes de agregarle una descripción creativa y original. Tampoco puedes dejar de utilizar hashtags y, si tienes página web o aplicación, esta no puede faltar en ella. Si no tienes una aplicación pero deseas llevar tu negocio un paso más allá, ¡Averigua cómo crear una [Aplicación Exitosa!](#)



¡Consigue followers para tu comercio de comida!

Tus seguidores son una parte importante de tu marca, sí, eso es una realidad pero, lo que la mayoría de la gente no sabe, es que el truco de las ventas está en el "engagement". ¿Qué es el engagement? Pues es la interacción que tiene el consumidor con tu marca. Esta es muy eficiente ya que no solo trae ventas, sino que hace que se cree un lazo entre el consumidor y tu comercio de comida; trayendo como consecuencia fidelidad hacia tu emprendimiento. ¿Cómo conseguir engagement? Simple, empieza por invitar a la gente a interactuar en tu cuenta. Crea una historia con debates o haz preguntas. Por otra parte, responde todas las dudas y sugerencias que te hagan a tu DM. Tampoco te puedes olvidar de los comentarios de las imágenes, ¡Respóndelos! Esto hará que las personas no solo compren tu producto sino que amen su imagen y marca.

En el pie de página o la última sección del sitio web, se ofrece un menú el cual permite ir a las páginas de las secciones: Información de contacto y accesos hacia las redes sociales de Avilancer.



[Inicio](#) [Tecnología](#) [Vida](#) [Emprendedor](#) [Freelancers](#) [¿Quiénes Somos?](#)

© Copyright - Newspaper by TagDiv

Diseño

La Imagen de fondo del home es rotativa, y varía dependiendo de la imagen destacada del último artículo publicado. Una vez ya se ingresa a una de las secciones, el home se torna negro, contrastando con el fondo blanco de los artículos.

- Colores:

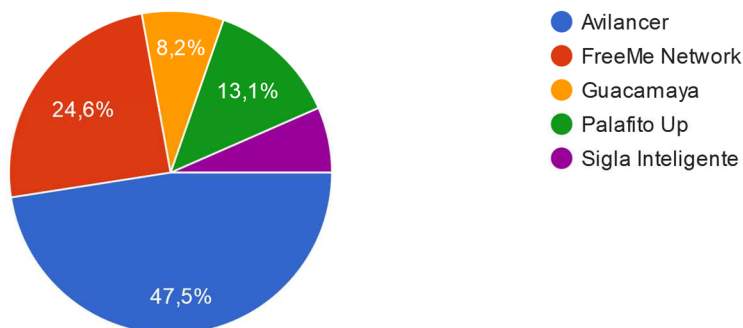
Fondo	#ffffff
Cabecera	#f7f8f8
Sub-Texto	#9e9fa6
Texto	#54545f
Títulos	#262626
Color activo	#f04e43

Identidad gráfica

La idea del nombre Avilancer nació por la combinación de las palabras “Ávila” y “Freelancer”. Ávila debido a que es el nombre de la montaña principal de Caracas; la cual no solo es un símbolo que representa a la ciudad capital, sino que la gran parte de los venezolanos se sienten identificados con esta. “Lancer” por ser las últimas dos sílabas de la palabra Freelancer, haciendo alusión al tema principal de la revista. El nombre Avilancer busca crear un concepto simple y sencillo para el target al momento de ser leído o escuchado. Este tiene como objetivo, hacer que el espectador se sienta identificado con el trasfondo del mismo, y poder así crear empatía hacia la revista.

¿Qué nombre te gustaría para la revista digital de emprendimiento?

61 respuestas



Además, de lo mencionado anteriormente, se realizó una encuesta en la cual 47,5 % se inclinó con el nombre de Avilancer, mientras que el 24,6 % por FreeMe Network, Palafito Up con un 13,1%, Guacamaya con el 8,2 % y Sigla inteligente ocupando el 5,6% restante. Dejando así en evidencia su preferencia por este nombre.



A V I L A N C E R

El logo representa de diferentes maneras la unión de los conceptos en el nombre. De entrada se puede observar cómo se forma una “A”, que cae en forma de “L”, haciendo hincapié a las siglas de Avilancer. Al mismo tiempo, la “A” hace referencia al Ávila, montaña

que es emblemática para los venezolanos y especialmente para los caraqueños. El logo en toda su forma, expresa la grandeza de esta montaña desde un ángulo de perfil, lo que hace similitud con el perfil del emprendedor freelancer en su grandeza, entereza y vulnerabilidad.

Los colores principales que representan la identidad del logo son el color rojo claro y el blanco. El rojo claro es una mezcla entre rojo y el color coral. Esto se debe a que Avilancer incorpora la tendencia señalada por Pantone (2019) del color rojo coral (3356 U) como color del año, con las ventajas del color rojo en el marketing, el cual es relacionado con la importancia, ya que crea una sensación de trascendencia y llama la atención del usuario; a su vez, este color cuando es utilizado en un tono más brillante, como es el caso de Avilancer, tiende a ser más energético, creando una sensación alegre en la página. Además, las interpretaciones positivas del color rojo, vienen cargadas de pasión debido a que, se centran en transmitir poder creativo, actividad, fortaleza, honradez, acción y por lo tanto iniciativa.

Quiénes somos

Avilancer, es una revista digital la cual nace de las manos de tres estudiantes de comunicación social que deciden apostar por Venezuela. Es creada con el objetivo de facilitar un espacio virtual con contenido informativo y las oportunidades que se presentan, tanto en los emprendimientos freelance, como en el campo laboral online, donde la tecnología es la protagonista.



Avilancer



A V I L A N C E R

Síguenos en Nuestras
Redes Sociales



BACKGROUND

CABECERA

SUB-TEXTO

TEXTO

TÍTULOS

**COLOR
ACTIVO**



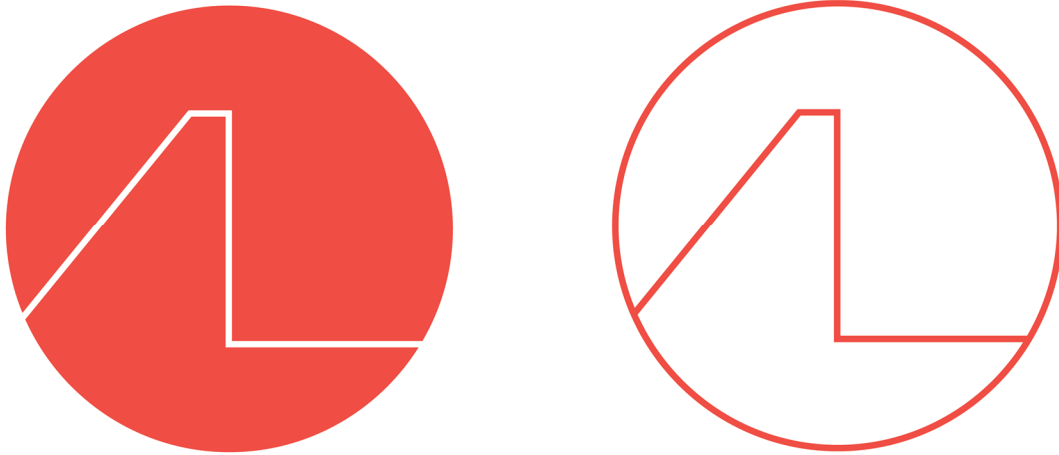


A V I L A N C E R

Este varía con una presentación diapo, la cual tiene propósitos de diseño únicamente:



A V I L A N C E R



Siendo el logo de fondo rojo el modelo principal y su diapo el del fondo blanco, la página web y las redes sociales utilizan estos diseños según sea la conveniencia para mantener la estética, armonía y personalidad de la revista digital y sus redes.

En la página de inicio del sitio web, el home tiene el logo en su forma diapo, es decir, fondo blanco y borde rojo, al igual que cuando se ingresa a un artículo. Esto con el fin, de mantener la estética y el estilo minimalista del medio digital, conservando así su armonía y contraste.

La imagen del fondo del home, es una foto cambiante, según la imagen destacada del último artículo subido en el portal, por lo cual mantener el logo de fondo blanco es ideal para no generar una sobrecarga de colores. Ocurre de igual forma, cuando se accede a los artículos y el fondo es negro, generando así, un contraste entre el fondo negro y el logo en fondo blanco respetando de igual manera la paleta de colores que caracteriza al sitio.

Tipografía:

La tipografía del sitio web está compuesta por 2 tipos distintos. Playfair Display es utilizada en todos los títulos de los artículos; tanto en su presentación principal, como cuando son mostrados en los subtítulos laterales. Por otra parte, Montserrat es la tipografía de

compañía, la cual se puede visualizar en el contenido, etiquetas, títulos laterales y títulos de las categorías.

Se escoge Playfair Display debido a que es una tipografía con un diseño tradicional muy parecida al que se utilizaba en la época de la ilustración en Europa. Esta hace reflejo a los tipos de letras utilizados en títulos en las imprentas de la época, haciendo de esta perfecta para crear una sensación, no solo de noticia sino de confianza en la escritura que se coloque como titular. La característica tipográfica de Serif que posee Playfair Display, hace que haya contraste con Montserrat, esta incluye cualidades tipográficas Sans. Entre los beneficios de las tipografías Sans, podemos encontrar que la lectura del escrito en pantalla es más rápida y sencilla en comparación con otros estilos de tipografía. Al combinar ambas tipografías, se crea la ilusión perfecta para un artículo, ya que es una mezcla armónica entre título y contenido. Una, llama la atención del usuario y la otra hace que la lectura sea fácil para la vista en pantalla.

Playfair Display:

La gastronomía como el emprendimiento online ideal. ¡Hazlo en 3 pasos!

Montserrat:

La gastronomía es un tópico que siempre está de moda y reinventándose. Ya sea un nuevo restaurante, chef o algún emprendimiento fuera de lo común, este siempre está presente en nuestras vidas. Y ¿A quién no le gusta comer? Si estás buscando empezar tu propio negocio, la mejor manera de comenzar es a través de las redes sociales. En la actualidad estas vías son una gran forma, no solo para darte a conocer, sino para generar ingresos. Es por esto, que el primer paso que debes tomar, es abrir tu perfil y enseñar al público tu trabajo.

Recursos multimedia y sociales

Las redes sociales (Instagram (@avilancer), Twitter (@Avilancer_RD) y Facebook), estarán presentes en la página web como enlace principal de la revista son. Estas, estarán en el área de contacto, en la parte superior y en el pie de página. Al mismo tiempo, la página de Instagram posee una sección especial (feed) en la parte posterior derecha de cada artículo, donde se puede observar las imágenes publicadas en el perfil de la red social. El propósito de las redes (en el caso de Twitter y Facebook) será generar tráfico hacia los artículos de la página web.

Se realizaron una serie de entrevistas a personas emprendedoras que ejercen desde un ámbito freelance, con el fin de brindarles un espacio donde puedan exponer sus emprendimientos.

En la búsqueda de darle a la plataforma un recurso interactivo, se añadió al final de cada artículo un espacio donde se pueda comentar cada uno de estos. También como recurso multimedia, se agregaron videos de manera complementaria a las entrevistas.

Fase de comunicaciones

Promoción del sitio web

Para dar a conocer la página web se diseñó un plan de comunicación que parte de tres fases, basado en las redes sociales y analítica que brinda Wordpress. Las plataformas de comunicación a utilizar serán Instagram, Facebook, Twitter y Radio.

Todas las opciones anteriormente mencionadas son parte de la **Fase 1**, es decir de la Fase inicial. Esta consiste en desarrollar intriga únicamente en la plataforma de Instagram, creando curiosidad y expectativa en el target. La **Fase 2** se basa en el lanzamiento del sitio web, dándonos a conocer a través de entrevistas de radio y el uso de Instagram.

Por último la **Fase 3**, tiene como objetivo introducir Avilancer en las plataformas de Twitter y Facebook, además de impulsarnos como medio digital.

El plan consiste en:

Fase 1: Intriga

Objetivo:

- Crear curiosidad y expectativa en el target y mercado sobre una plataforma que está por nacer.

Acciones:

- Publicaciones de imágenes de intriga, en los stories y post de la red social, en este caso Instagram.

-Tiempo recomendado: 10 días antes del lanzamiento.

Fase 2: Lanzamiento

Objetivo:

- Dar a conocer públicamente la revista digital Avilancer.

Acciones:

- Promocionar las publicaciones más destacadas de la red social Instagram que re-direccionen a la revista digital.
-Tiempo recomendado: primer mes de lanzamiento.
- Potenciar y dar adelantos de la revista digital, a través de stories y post de manera que genere intriga y redirija a la revista digital.
-Tiempo recomendado: primer mes de lanzamiento.
- Utilizar las herramientas de posicionamiento en buscadores (SEO), lo cual ayudará a estar en las principales opciones de resultados al momento que el usuario ingrese palabras claves durante su búsqueda de información en Google.
-Tiempo recomendado: siempre.
- Pautar tres entrevistas radiales (como mínimo), en las emisoras adulto contemporáneo, correspondientes al target, en donde puedan anunciar el lanzamiento e invitar a ingresar a la revista digital. Tiempo recomendado: el primer mes de lanzamiento.

Fase 3: Impulso y mantenimiento

Objetivo

- Generar mayor tráfico con el fin de aumentar la comunidad de usuarios que prefieran la revista digital.

Acciones

- Crear publicaciones en la cuenta de Instagram que impulsen el uso de la revista digital e inviten al público a leer en ella. Explotar los atributos de la marca visualmente al hacer uso de los siguientes recursos:

1. Utilizar publicaciones de carrusel para explicar el objetivo de Avilancer.
2. Utilizar videos que muestren los diferentes artículos e información que pueden encontrar en la revista.

-Tiempo recomendado: siempre

- Evaluar una compra de Publicidad de Instagram (Promoción) que potencie el contenido y redirija al sitio web.
- Tiempo recomendado: 15 días
- Promocionar los artículos del sitio web dentro de las plataformas de Twitter y Facebook. Tiempo recomendado: siempre
- Se incorporará posterior al sitio un módulo para captar información valiosa de los usuarios, como direcciones de correos y suscripciones, para así poder realizar una base de datos confiable y llevar un registro de quiénes prefieren y leen la revista digital, manteniendo así una relación más directa con los usuarios.

Estrategia de publicaciones para el sitio web

La estrategia de publicaciones para el sitio web está dividida por las diferentes fases. En la Fase 1 se planifica poseer 3 artículos de cada categoría para contener material al momento del lanzamiento. Esto se hace, con el motivo de que en la Fase 2, cuando se publique un artículo nuevo y se genere tráfico a este, a través de las redes sociales, el portal esté en su pleno funcionamiento.

Cuando se ponga en marcha la Fase 2, cada categoría tendrá un día designado para su publicación.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Freelancers		Gastronomía	Moda	Arte		Tecnología

Plataformas sociales de soporte

Plataforma digital: RRSS Instagram

Esta red social cuenta con los siguientes tipos de contenido:

- a. Imágenes o fotografías
- b. Videos
- c. Stories (Imágenes y videos)

Es momento de aprovechar estas herramientas para conectar con la audiencia; se debe mantener la proporción 80-20, en el que “el 80 % del contenido debe estar enfocado en informar, enseñar e interactuar con tu audiencia, y solo el 20 % debe promocionarte”, señala De Paul (2017).

Estrategia de medios

Instagram:

El perfil de Instagram posee un highlight y 12 publicaciones para el lanzamiento de la web. En el highlight se especifica el Quiénes Somos, como también la misión, visión y valor de la revista.

Los post estarán compuestos por tres (3) tipos de publicaciones, un carrusel al final de la página que señale el nombre de la compañía y tres (3) frases inspiradoras que corren como videos para que al momento en que sean publicadas en el feed, tengan una función y no se aprecien incompletas.

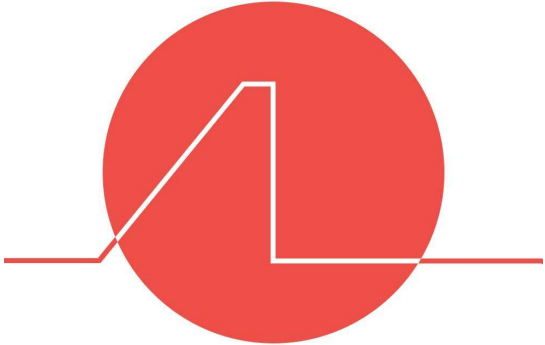

Una vez se finalice las publicaciones del inicio, se procede a postear los 2 tipos de contenidos. El primero estará compuesto por frases célebres que estén relacionadas con el emprendimiento y el freelance. El segundo, serán artículos de la página ya publicados en la misma.


El propósito del perfil de Instagram es tenerlo una vez establecido para que, al momento del lanzamiento de la página, empiece a funcionar de manera óptima, dando como

resultado que el público se interese en nuestro sitio web ingresando a él, a través del link en nuestra biografía.


Publicaciones iniciales:

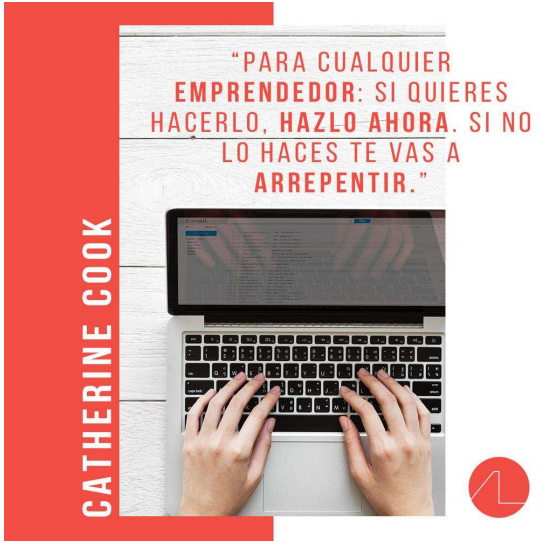

<p>Post #1 (Video)</p>	<p>N C E R</p> <hr/>	<p>En Freelance es una forma de trabajo que nos facilita los horarios y costos. <input type="checkbox"/> ¡No dejes tus ideas pasar y emprende!</p> <p>·</p> <p>¿Te decidirás a hacerlo? <input type="checkbox"/></p> <p>·</p> <p>#Avilancer</p>
<p>Post #2 (Video)</p>	<p>A V I L A</p> <hr/>	<p>Si tienes una idea <input type="checkbox"/> ¡No dejes de desarrollarla! <input type="checkbox"/></p> <p>Hoy en día no es necesario tener una gran empresa para llevarla a cabo.</p> <p>·</p> <p>Descubre nuestros artículos dando click al Link en nuestro perfil <input type="checkbox"/></p> <p>·</p> <p>#Avilancer</p>

<p>Post #3 (Video)</p>		<p>Soñar no tiene límites. ☐ ¡No te los pongas tú!</p> <p>.</p> <p>En Avilancer queremos darte la mejor información para alcanzar tus sueños. ¡Busca el Link en nuestra biografía y lee cómo conseguirlos!</p> <p>.</p> <p>#Avilancer</p>
<p>Post #4 (Video)</p>		<p>Hoy en día el emprendimiento de comida es algo que todos deseamos hacer. ¿Eres de esas personas que se entusiasma y lo hizo? ☐☐☐☐ ¡Buenísimo! En este artículo te daremos los mejores tips para sacar el mejor provecho de tu comercio de comida online. ☐</p> <p>.</p> <p>¡Descubre Cómo Potenciar tu Negocio Online de Comida dando click al Link en nuestro perfil! ☐</p> <p>.</p> <p>#avilancer</p>

<p>Post #5</p>	 <p>“TU TIEMPO ES LIMITADO, ASÍ QUE NO LO DESPERDICIES VIVIENDO LA VIDA DE ALGUIEN MÁS.”</p> <p>STEVE JOBS</p>	<p>Si tienes una idea no tengas miedo de llevarla a cabo. ☐ ¡Si otros lo hicieron, tú también puedes! ☐</p> <p>·</p> <p>Descubre cómo lograr tus sueños a través del Freelance en nuestra página web. ☐</p> <p>·</p> <p>#avilancer</p>
<p>Post #6 (Video)</p>	 <p>5 TIPS PARA CREAR UNA APLICACIÓN EFICIENTE Y EXITOSA</p>	<p>Vivir en la era de la tecnología hace que uno quiera participar en ella, y qué mejor manera de hacerlo que con una aplicación. ☐ Si bien sabemos que existen alrededor de 2 millones de aplicaciones en el mundo, con una buena planificación puedes hacer que la tuya sea una de las más usadas. ☐</p> <p>·</p> <p>¡No pierdas el tiempo! Innova y ten la mejor aplicación de todas. ☐</p> <p>·</p>

		#avilancer
Post #7		<p>No veas el fracaso como la derrota. ¡Velo como una ventaja!</p> <p>·</p> <p>Descubre cómo aprovechar tus segundas oportunidades en nuestra página web. □</p> <p>·</p> <p>#avilancer</p>
Post #8 (Video)		<p>¿Cómo vender en las redes sociales? Simple, si quieres vender ropa, accesorios, carteras, etc.</p> <p>□□□ puedes hacerlo desde la facilidad de tu casa, solo necesitas un dispositivo móvil con conexión a internet. □</p> <p>·</p> <p>¡No pongas excusa y sigue los mejores consejos para crear tu imperio de moda en nuestra web!</p> <p>·</p> <p>#avilancer</p>

<p>Post #9</p>	<p style="text-align: center;">“EL INGREDIENTE MÁS IMPORTANTE ES LEVANTARTE Y HACER ALGO.”</p>  <p style="text-align: center;">  NOLAN BUSHNELL </p>	<p>No te quedes sentado sin hacer nada. ¡Párate y hazlo! ☐ Con las herramientas de hoy en día no hay excusas para no lograr tus cometidos. ☐</p> <p>·</p> <p>¡Visita nuestra página web ☐ avilancer.net ☐!</p> <p>·</p> <p>#avilancer</p>
<p>Post #10 (Video)</p>	 <p style="text-align: center;">VENTAJAS DE TRABAJAR COMO FREELANCER</p>	<p>¿Sabías que trabajar como freelancer significa no depender de un horario establecido? ☐</p> <p>·</p> <p>¡Entérate de muchas ventajas más sobre trabajar como freelancer ingresando en nuestra página web! ☐</p> <p>·</p> <p>#avilancer</p>

<p>Post #11</p>		<p>No dejes para mañana lo que puedes hacer hoy ☐ ¡Aprovecha tu día y atrévete a emprender!</p> <p>· Descubre cómo aprovechar tus horas en nuestra página web. ☐</p> <p>· #avilancer</p>
<p>Post #12 (Video)</p>		<p>Hay artistas que han logrado combinar lo mejor de las redes sociales y sus obras ☐</p> <p>· ¡Conoce a los 8 artistas que no puedes dejar de seguir en Avilancer.net!</p> <p>#avilancer</p>

CONCLUSIONES

Luego de haber culminado este Proyecto Final de Carrera, hemos considerado que el objetivo que nos planteamos como grupo, fue satisfactoriamente logrado, ya que nos propusimos elaborar y diseñar una revista digital enfocada en el emprendedor freelance venezolano y es así, que surge Avilancer.net en donde ofrecemos información útil, a través de cuatro secciones desarrolladas para el interés del público.

Se entrega un sitio web en línea, con una estrategia de comunicación completamente desarrollada para su implementación y que sirve como referencia para futuros proyectos de este tipo. Además, uno de los logros de esta revista es que se contó con el apoyo técnico y financiero de una empresa que está interesada en darle curso a este proyecto.

A través de este PFC, se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera y que fueron de mucha utilidad para desarrollar “Avilancer.net”. Las materias principales que colaboraron al desarrollo de esta PFC fueron, géneros periodísticos, tecnología de la información, escritura creativa, diseño gráfico, fotografía, moda y redacción y estilo. Por otra parte, no era solo entender las necesidades e intereses de las personas, sino también el cómo diseñar, desarrollar y elaborar una revista digital, para materializar el deseo de las integrantes de este proyecto.

Dada la situación económica en la que se encuentra Venezuela, la realización de esta revista fue factible, viable, oportuna y conveniente; respondiendo así a la necesidad de agrupar información relativa a la modalidad de trabajo emergente, conocida como los freelancer, ofreciendo de manera accesible información relevante, además de ser una ventana para los emprendedores que deseen mostrar sus trabajos y darse a conocer. Sin duda, Avilancer busca ser un espacio distinto dentro del mundo de las revistas digitales, siendo una de las pocas que se dedica al fortalecimiento de los emprendedores, brindando así apoyo a todas las personas que buscan trabajar por su cuenta y que, sin duda, aportan al desarrollo del país.

RECOMENDACIONES

Para que este proyecto sea una realidad y tenga resultados prometedores, se plantean las siguientes recomendaciones:

Para la Universidad:

- Integrar una materia al p nsum, que enseñe de manera metodológica, desde un punto comunicacional, los conocimientos necesarios para la elaboración de proyectos digitales.
- Alentar a los estudiantes a seguir desarrollando proyectos digitales de este estilo, con el fin de desarrollar capacidades en los alumnos sobre esta  rea.
- Crear un contenido programático que ayude a los estudiantes a comprender cómo funciona el posicionamiento en internet, y el uso adecuado de redes sociales para impulsar proyectos de este tipo.

Para la revista:

- Contar con un buen equipo de trabajo, especialista en desarrollar una página web y diseño, con el cual se pueda establecer una buena comunicación y cuente con la disposición para entender a las necesidades de este medio.

Para todos aquellos comunicadores que est n interesados en querer conceptualizar, desarrollar y elaborar un sitio web:

- Tener en cuenta que la elaboración de un proyecto digital requiere una inversión económica de escala mayor.
- Contar con la colaboración de un experto en el área de desarrollo web, tecnología y diseño, que est  al tanto de las tendencias actuales para saber en cuál plataforma sería de mayor provecho desarrollar proyectos de este tipo; o cuáles son las recomendaciones para el diseño, colores y tipografías.
- Entender que la realización de un sitio web requiere de metodologías que permita

llevar a cabo finalmente el proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bin, S. (2017). Wordpress vs Drupal: Seo, security, extensions, content management, all compared. Recuperado de: <https://themeisle.com/blog/wordpress-vs-drupal-compared/>
- Blog Acens (2013). El 57% de los usuarios abandona una web si tarda más de 3 segundos en cargar. (2013) Recuperado de: <https://blog.acens.com/infografias/57-usuarios-abandona-web/>
- Chan, W. y Mauborgne, R. (2004) Editorial Harvard business Review. La estrategia del océano azul. Recuperado de: <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/la-estrategia-del-oceano-azul>
- Comunica web. Millennials ¿Qué es? o más bien ¿Quiénes son? Recuperado de: https://www.comunica-web.com/verarticulo-millennials-que-es-definicion-caracteristicas_833.php
- Diseño de materiales multimedia. (2008). Recuperado de: <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/107/cd/html/html1304.html>
- Entrepreneur. (2018) 10 razones por las cuales renuncian los Millenials. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/269133>
- Enutt (2014). Cómo usar los colores en marketing para crear emociones. (2014) Recuperado de: <https://www.enutt.net/como-usar-los-colores-en-marketing-para-crear-emociones>
- Escuela superior de leyes (2017). ¿Por qué los millenials prefieren ser freelance? Recuperado de <http://escuelasuperiordeleyes.com/por-que-los-millennials-prefieren-el-freelance/>
- Forbes. (2017) Los millenials quieren ser freelance ¿Por qué? Recuperado de: <http://forbes.es/business/10652/los-millennials-quieren-ser-freelance-por-que/>
- Fernández, A. (2014) El significado del color en el Marketing (2014). Recuperado de: <http://supermarketingblog.com/2014/05/20/el-significado-del-color-en-el-marketing/>
- Grijelmo, A (1997). El estilo del periodista. Editorial Taurus. Madrid

- Green, T., Chilcott, J. y Flick, C. (2003). Studio MX Creación de sitios web. España. Editorial Anaya Multimedia.
- Morris, S. y Dickinson, P. (2002). Habilidades directivas. Cómo conseguir una buena web en una semana. España. Ediciones Gestión 2000.
- Olmo, L. (2016). ¿Cuál es la tipografía más legible para tu sitio web? Recuperado de: <http://www.ticbeat.com/lab/cual-es-la-tipografia-mas-legible-para-tu-sitio-web/>
- Pantone (2019). Color del año, 2019. Recuperado de: <https://www.pantone.com/color-intelligence/color-of-the-year/color-of-the-year-2019>
- Periódico el emprendedor. (2017). Crisis parece fomentar el trabajo desde casa. Recuperado de: <http://periodicoelemprendedor.com/ve/mercados/item/2169-%C2%BFa-crisis-est%C3%A1-fomentando-el-trabajo-desde-casa.html>
- Portal educativo (2009). Géneros Periodísticos: crónica, noticia, reportaje, entrevista. Recuperado de: <https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>
- Revista Hola. (2014). Estilo "minimal": Cuando menos es (mucho) más. Recuperado de: <https://www.hola.com/moda/tendencias/2014100874091/tendencias-estilo-minimalista/>
- Semana (2016) El trabajo "freelance", una tendencia en América Latina. Recuperado de: <https://www.semana.com/mundo/articulo/free-lance-una-tendencia-en-america-latina/491310>
- Sørensen, C. (2017). Playfair display. Recuperado de: <https://www.google.com/url?q=https://fonts.google.com/specimen/Playfair%2BDisplay&sa=D&ust=1552536661598000&usg=AFQjCNEIcQXIYEZy3Eno4gIDtR7m0L5fNg>
- Tendencias Digitales (2018) Estudio de Penetración y usos de Internet en Venezuela. Recuperado de: <https://tendenciasdigitales.com/web/wp-content/uploads/2018/04/Penetraci%C3%B3n-y-usos-de-internet-en-Venezuela-2018.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Revista digital de Emprendimiento Freelancer

Descripción del formulario

Nombre y Apellido *

Texto de respuesta corta

¿Te gustaría que existiera una revista digital dedicada a freelancers y emprendedores freelancers? *

Sí

No

Anexo 2

De ser negativa tu respuesta, ¿Por qué no?

Texto de respuesta larga

¿Entrarías a un portal web de contenido específico para freelancers y emprendedores freelancers? *

Sí

No

De ser negativa tu respuesta, ¿Por qué no?

Texto de respuesta larga

Anexo 3

Selecciona las categoría que más le darías importancia *

- Tecnología
- Gastronomía
- Arte
- Moda
- El freelancer (Artículos de freelancing)

¿Cuál otra categoría te gustaría que apareciera en la revista digital?

Texto de respuesta corta

Anexo 4

¿Qué tipo de contenido te gustaría ver? *

- Videos
- Artículos
- Crónicas
- Galerías de fotos
- Podcast
- Entrevistas
- Contenido informativo

¿Qué otro tipo de contenido te gustaría que apareciera en la revista digital?

Texto de respuesta corta

Anexo 5

¿Te gustaría una sección sobre el emprendimiento freelance de los estudiantes universitarios?

- Sí
- No
- Me da igual

¿Qué nombre te gustaría para la revista digital de emprendimiento? *

- Avilancer
- FreeMe Network
- Guacamaya
- Palafito Up
- Sigla Inteligente

Anexo 6

Sugiere un nombre alternativo para la revista digital de emprendimiento freelance:

Texto de respuesta corta

Edad *

- 15-17
- 18-21
- 22-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 40-45
- 45-50
- 50 en adelante

Anexo 7

