



Decanato de Arte y Comunicación

Creación de una red social "Union", para ofrecer oportunidad de negocios en el ámbito publicitario a la comunidad UNAPPEC, Santo Domingo, 2016.

Sustentantes:

Fermín Roa Vitiello	2010-1519
Luis Beato Santana	2011-1179
Jorge Medrano Paulino	2011-1907

Asesor:

Rubén Tascón

Proyecto de la monografía para optar por el título de Licenciado en Publicidad y Licenciado en Diseño Gráfico.

Distrito Nacional

Abril 2016

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	vi
Resumen.	vii
Introducción	viii
CAPÍTULO I: PROBLEMA	
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivos de la investigación	1
1.2.1 Objetivo General:	1
1.2.2 Objetivos Específicos	2
1.3 Justificación de la investigación	2
1.4 Tipos de investigación	3
Capitulo II: Aspectos Metodológicos.	
CAPÍTULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS	5
2.1 Marco teórico	5
2.1.1 <i>Las redes sociales</i>	5
2.1.2 <i>Psicología del uso de las redes sociales</i>	6
2.1.3 <i>Modelos de negocios en internet</i>	7
2.1.4 <i>Diseño gráfico y comunicación</i>	8
2.1.5 <i>El Diseño web</i>	10
2.2 Marco conceptual	11
2.2.1 <i>Diseño</i>	11
2.2.2 <i>Networking</i>	12
2.2.3 <i>Web 2.0</i>	13
2.2.4 <i>Publicidad</i>	13
2.2.5 <i>Usuario</i>	14
2.3 Métodos de investigación	14
2.4 Procedimientos	16
2.5 Técnicas de Investigación.	16

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.1 Creación de UNION como marca	17
3.1.1 <i>Características de UNION como red social de negocios</i>	17
3.2 Sistemas operativos móviles	18
3.2.1 <i>Android y su lanzamiento</i>	18
3.2.2 <i>IOS y su lanzamiento</i>	20
3.2.3 <i>Windows Phone y su lanzamiento</i>	22
3.3 Redes sociales de negocios publicitarios	23
3.3.1 <i>Choosa</i>	23
3.3.2 <i>FreeLancer</i>	24
3.3.3 <i>DesingCrowd</i>	25
3.4 Mercado de aplicaciones	26
3.4.1 <i>App store Apple</i>	26
3.4.2 <i>Google Play</i>	27
3.4.3 <i>Windows Phone Store</i>	29
3.5 Modelo de negocios online	31
3.5.1 <i>Modelo de negocio para dispositivos móviles</i>	31
3.5.1.1 <i>Idea de negocio</i>	33
3.5.1.2 <i>Modelo de reparto de beneficios</i>	33
3.6 Geolocalización de contactos o ContactMap	34
3.6.1 <i>Objetivos de ContactMap</i>	35
3.6.2 <i>Casos de uso</i>	36
3.6.3 <i>Acceso a Google Maps</i>	38
3.6.4 <i>Gestionar elementos del mapa</i>	39
3.6.5 <i>Control y gestión de la señal GPS</i>	40
3.6.6 <i>Características de la interfaz de Unión</i>	55
3.6.7 <i>Funcionamiento</i>	60
3.6.8 <i>Diseño</i>	61
3.6.9 <i>Implementación</i>	83
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	85
4.1 Datos encontrados por estudio de datos	85

CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN.....	89
Conclusión	89
CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA.....	92
Bibliografía	92
CAPITULO VII: ANEXOS	95
7.1 Anexo 1: Anteproyecto corregido	95
7.2 Anexo 2: Anotaciones	115

Dedicatoria

Primeramente, tengo que dedicar este proyecto a Dios, porque por él se hacen las cosas, porque sin el nada somos, en segundo lugar, a mi familia, por estar ahí siempre, por darme lo que no merezco y por tenerme paciencia en este largo viaje del ámbito profesional.

Agradezco a la universidad por brindarme la información necesaria para avanzar en mi vida profesional, creando caminos nuevos para mi profesión.

Por último, dedico esto a aquellos profesores que dieron todo para formarme como profesional, que se esforzaron en hacerme la vida imposible pero no por mal, sino por bien, un bien que no entendía en el momento, pero que ahora que tengo la capacidad de ver más allá agradezco esa presión, ya que lo hicieron por bien y para bien.

Gracias por esta oportunidad.

Fermín Daniel Roa Vitiello

Dedico este esfuerzo personal y logro académico:

- A Dios primordialmente por ser el guía de mi camino, por su infinita bondad, y por haber estado conmigo en los momentos que más lo necesitaba, por darme salud, fortaleza, y sabiduría, por haberme permitido alcanzar una más de mis metas, y porque tengo la certeza y el gozo de que siempre estará conmigo.

- A mis padres Eulogio Ramiro Pérez y Carmen Haracelis Santana Eceget por ser los mejores padres del mundo, por haber estado conmigo apoyándome en los momentos difíciles, bajo mucho sacrificio, dedicación y amor. Por dedicar todo este tiempo y esfuerzo para hacer de mí un hombre de bien. Mis más sinceras gracias porque si no fuera por ustedes no hubiera sido posible este triunfo que no es solo mío sino también de ustedes.

- A mi madrina Deisy santana y padrino Sixto santana quienes siempre sin importar nada me cuidaron y apoyaron incondicionalmente desde el primer día.

- A mi abuela Sanie Eceget por todo su amor, cuidado y cariño desde el día en que nací. Por el amor y cuidado incondicional que me has dado en mi vida. Gracias por llevarme siempre en sus oraciones.

- A mi abuelo de parte de padre, aunque no tuve placer y la oportunidad de conocerlo, siempre le agradeceré por hacer ser de mi padre un buen hombre y una excelente persona.
- A mi abuelo de parte de padre que solo tuve la oportunidad de conocerlo durante mis primeros 4 años de mi vida. Siempre recordare lo mucho que me quería y me cuidaba. Muchas gracias por todo abuelo.
- A mí querida tía Tati quien siempre estuvo cuando la necesitaba, brindándome su apoyo y sabiduría sin importar lo cansada que estuviera. Siempre estuvo para ayudar en todo lo que necesitara, en cada una de mis decisiones y metas.
- A todos mis tíos y tías quienes siempre estuvieron cuando los necesitaba, brindándome su sabiduría y apoyo en cada una de mis decisiones y metas.
- A mi primo hermano Sebastián Díaz Santana por todo el apoyo y cariño que me ha dado desde que llegue a ser parte de esta familia.
- A mis primos y primas por todo el apoyo que me han dado y por siempre brindarme su cariño.

- A mi mejor amigo y hermano Omar Uribe por su gran y sincera amistad, gracias por tu apoyo incondicional en momentos difíciles y por estar en todo momento sin importar las circunstancias. Gracias por brindarme tu sincera y valiosa amistad. También quiero agradecer a su familia por el buen trato y apoyo que siempre me han brindado.

- A Ana Priscila Jiménez Martínez por todo el amor y ayuda que me ha brindado, siempre has estado a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más difíciles, todo el tiempo ayudándome incondicionalmente. No fue para nada fácil culminar este proyecto, sin embargo, siempre me motivaste y me dabas aliento para lograrlo. Muchas gracias, amor.

También le doy muchas gracias a su familia por todo el apoyo que me han brindado durante todo este tiempo.

- A mis compañeros de monografía: Fermín Roa y Jorge Medrano Paulino. Gracias por todo el sacrificio, esmero y voluntad que mantuvimos siempre en todo momento, donde nunca perdimos la fe y nuestro objetivo principal de alcanzar y culminar con éxito nuestro trabajo.

**UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL PARA TODAS AQUELLAS PERSONAS
QUE DE UNA U OTRA FORMA CONTIBUYERON A ESTE TRIUNFO**

Luis Manuel Beato Santana.

Dedico este esfuerzo personal y logro académico:

- Primeramente, quiero darle gracias a Dios por darme la vida y la bendición y permitirme por terminar mi carrera universitaria.
- Quiero dedicarle este trabajo a mi padre Jorge Medrano quien me ayudo desde principio a fin a poder lograr mis objetivos en esta carrera.
- A mi madre Jacqueline Paulino la cual por todo el amor que me ha brindado a lo larga de mi vida y el apoyo que siempre me da.
- A todas las personas que de alguna forma me ayudaron en momentos difíciles en mi carrera y a mis profesores los cuales me trasmitieron todo su conocimiento para que yo tuviera un buen aprendizaje.

Jorge Miguel Medrano Paulino

Agradecimiento

Le agradecemos en primer lugar a Dios, por la oportunidad que nos ha regalado de contribuir a la sociedad a través de este proyecto, así como a nuestro propio crecimiento personal y profesional a través del mismo. De la misma manera también se le extiende el agradecimiento a nuestros familiares, quienes se han sacrificado en todo momento por nuestro futuro, colaborándonos y yendo de lado a lado con nosotros durante toda nuestra preparación académica.

Le agradecemos de manera especial a nuestro asesor de proyecto, el Lic. Rubén Tascón y al Lic. Joel Combes por quienes, gracias a su orientación y asesoría, lo complicado de lograr esta meta ha sido menos notoria, con la excelente ayuda brindada.

Por último, pero no menos importante, se le agradece a nuestros familiares, amigos y allegados que de una manera u otra han contribuido al logro de nuestra meta.

A todos los mencionados anteriormente, ¡gracias!

Resumen.

Crear un Nuevo sistema de redes sociales de negocios, que influya en la publicidad dentro y fuera de las Universidades, con el fin de comenzar a crear nuevos métodos económicos desde las universidades hasta la parte profesional, una forma diferente de crear conceptos nuevos de estudios, y una oportunidad de implementar nuevos pensum nuevas estrategias y un sin límite de opciones que den al Publicista una nueva vía por la cual moverse dentro de su Carrera.

Introducción

Las redes sociales o social Network son un tema de bastante importancia en el mundo virtual, existen numerosas redes sociales con el fin de unir a personas que viven a una gran distancia al instante, redes como Facebook, Instagram, Twitter entre otras, se han encargado de crear hábitos y tendencias a un nivel socio cultural increíble, medios sumamente efectivos para hacer campañas de toda índole, movimientos en contra de la delincuencia, asuntos políticos, chismes, entre otras cosas, un gran aporte a la humanidad, pero a la vez un problema, porque al ser tan genéricas, no consiguen en sí, crear un auge o enfoque contundente en temas específicos.

Mediante estas observaciones, se creará una red específica de negocios publicitarios enfocados para estudiantes universitarios y o profesionales de la carrera, tomando los defectos de las demás redes se creará una nueva red directa y concisa.

Filtros y seccionamientos de una red social dedicada únicamente a la publicidad, donde los temas a hablar en ella sean dedicados al tema, con sus respectivos sistemas de pago.

CAPÍTULO I: PROBLEMA.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Las redes sociales suelen ser abiertas (sin restricciones), basándonos en esa “problemática” y anclados en que, cuando entras a una red social no hay restricciones, entras a un Facebook donde ves de todo y para todo, donde no hay un filtro, donde simplemente eres tú mismo quien decide ver o no lo que esté en tu muro. Por lo tanto, para trabajar esta problemática, debemos enfocar una red a un solo punto, e ir catalogando y subdividiendo los renglones, para así tener una red compacta donde las personas entren a resolver problemas específicos y que no se topen con un post desagradable o inoportuno al buscar lo que realmente quiere resolver.

Diseñar un mecanismo nuevo de especificaciones y así como se clasifican los programas de televisión, organizar y clasificar lo que el público busca.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General:

- Creación de una red social “Union”, para ofrecer oportunidad de negocios en el ámbito publicitario a la comunidad UNAPEC, Santo Domingo, 2016.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar los pros y los contras de una red social específica (de negocios) dentro de Santo Domingo en la Universidad APEC.
- Como afectaría una nueva forma de crear redes sociales con enfoques directos
- Ver que problemas han tenido las redes sociales a nivel mundial cuando son sumamente abiertas y sin restricciones.
- Funcionamiento de un nuevo esquema de redes específicas y la reacción del público a ella.

1.3 Justificación de la investigación

El manejo de social network abiertas es un tema que se pasa por alto, esto porque no tiene un filtro, el dueño o propietario de dicha red solo advierte que eres responsable de lo que hagas dentro de ella, estas expuesto a información continua que de manera inconsciente va afectando tu forma de ver el mundo a corto y largo plazo, publicaciones morbosas a las cuales tus hijos tienen acceso fácil, cualquier asesinato, entre otras cosas, son las que se filtran sin control mediante las redes que no tienen un renglón, una forma de esquematizar las áreas, y así darle un mejor funcionamiento a cada interés de cada persona.

Puedes hacer un grupo de médicos en Facebook, pero, al ser una red sin filtro y abierta donde tú eres el responsable de tus actos, la posibilidad de que el grupo de médicos llegue a cumplir sus objetivos es de un 20%.

1.4 Tipos de investigación

En el estudio a realizarse se utilizarán los tipos de investigación siguientes:

- **Descriptivo:** este sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta el problema de la investigación.

Este tipo de investigación tiene como meta lograr establecer las características primordiales que buscan los usuarios de aplicaciones móviles basadas en negocios, identificando a si el comportamiento y actitud que toman con los ofertantes de servicios, a fin de lograr conclusiones que contribuyan al desarrollo y transparencia de la aplicación.

- **Básica:** La investigación será básica porque se llevará a cabo con el fin de incrementar el conocimiento de los campos sociales entre las aplicaciones móviles.

Esto nos ayudara a recopilar información para luego ser analizada y aplicada a fin de lograr que contribuya a un mejor manejo o clasificación de usuarios. Todo esto con el propósito de evitar problemas futuros de organización.

- **Documental:** Se realizarán recaudación de información de diferentes fuentes como encuestas o páginas webs para conocer los distintos puntos de vista que tiene cada usuario acerca de las aplicaciones móviles sociales o de negocios.

Con esto tendremos claro cómo podremos estructurar correctamente la interfaz de la aplicación, adaptándose adecuadamente a los estándares actuales de las interfaces móviles de los distintos sistemas operativos móviles en la actualidad

CAPITULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS

CAPÍTULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Marco teórico

2.1.1 Las redes sociales

Las redes sociales son estructuras las cuales se componen por usuarios virtuales los cuales comparten informaciones entre sí. En la actualidad existen un sin números de redes sociales las cuales se dividen dependiendo la necesidad del usuario. Para mencionar algunas redes sociales las cuales son muy generales como en el caso de Facebook, twitter e Instagram, otros tipos de redes sociales se enfocan más en lo que es el ámbito profesional como es LinkedIn por mencionar una, o redes sociales enfocadas en temas específicos como Pinterest o YouTube.

GALLEGO, J.

Comunidades Virtuales y Redes Sociales.

Para Boyd y Ellison, la definición de una red social, tal y como la conocemos hoy en día es la siguiente: "Se trata de un servicio Web que permite a individuos: 1) Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema compartido 2) Articular una lista de usuarios del sistema con los que compartir una conexión 3) Ver y navegar a través de la lista de conexiones propias y de las del resto de usuarios". Esto marca una clara distinción con fenómenos de comunicación social vía Internet que habían surgido anteriormente, o siguen existiendo en paralelo, como los Bulletin Board Systems" o BBS, de los que hay que destacar el mítico

"The Well", (probablemente la primera comunidad online existente, nacida en 1985 bajo la forma de una BBS), o programas de mensajería instantánea como Messenger o ICQ, donde se carece de perfil público o de una lista de conexiones. La forma de definir estas relaciones varía de red en red, pero las más frecuentes son: "amigo", "fan", "contacto" o "seguidor", dependiendo del tipo de red en que nos encontremos.

En el texto: (Gallego, n.d.)

Bibliografía: Gallego, J. Comunidades Virtuales y Redes Sociales. (p. 1).

2.1.2 Psicología del uso de las redes sociales

En la actualidad el uso de redes sociales es algo muy común en la sociedad, son muy pocas las personas con acceso a internet la cual no tenga una cuenta de Facebook, Instagram o twitter, muchas de las personas utilizan sus redes para compartir cosas entre su círculo de amigos y otras para promocionar sus empresas y sus servicios. En el plano psicológico la mayoría de las cosas que las personas muestran en sus redes sociales le da información a las otras personas de hasta por lo que está pasando en un momento de su vida o su estado de ánimo.

SALUD.FACILISIMO.COM

Claves psicológicas del Buen uso de las redes sociales: tomamos nota para

¿Nuestra identidad virtual define quienes somos realmente o nos muestra una versión idealizada o distorsionada de nuestra personalidad? “Lo que mostramos al exterior, bien virtual o real, nos da información acerca de la persona, sin duda. Si, por ejemplo, colgamos una foto de perfil de una persona que no somos nosotros evidentemente la imagen no corresponde con la realidad, pero lo que sí dice mucho de la persona es el hecho de que haya mostrado una imagen distinta”, apunta Amaya Terrón. Mucho qué decir de nosotros también tiene nuestra foto de perfil. Desde el plano psicológico existe mucha información detrás de nuestra foto de perfil, “las fotos que tenemos expuestas al público en nuestros perfiles sociales son exquisitamente escogidas. No son fotos aleatorias, todas tienen un significado y un sentido relacionado con la persona y la circunstancia que esté viviendo en ese momento”.

En el texto: (Salud.facilísimo.com, 2016)

Bibliografía: Salud.facilísimo.com,. (2016). Claves psicológicas del Buen uso de las redes sociales: tomamos nota para. Retrieved 6 February 2016, from http://salud.facilísimo.com/reportajes/psicologia/claves-psicologicas-del-uso-de-las-redes-sociales_861308.html

2.1.3 Modelos de negocios en internet

Los negocios en internet se dividen en algunos tipos como podrían ser dependiendo de su alcance, existen modelos de negocios locales, como las revistas de fiestas las cuales únicamente publican eventos que se van a realizar

en la ciudad, también existen de tipos nacional, como las tiendas de videos juegos que solo funcionan en un país, manejando solo la moneda local.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. Y CLARK, T.

Generación de modelos de negocio

Un modelo de negocios puede ser descrito a través de nueve bloques que muestran la lógica de cómo una empresa pretende hacer dinero. Los nueve bloques cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad financiera. El modelo de negocios es como el plano para una estrategia a implementar a través de las estructuras de la organización, sus procesos y sistemas.

En el texto: (Osterwalder, Pigneur & Clark, 2011)

Bibliografía: Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2011). Generación de modelos de negocio. [Barcelona]: Deusto.

2.1.4 Diseño gráfico y comunicación

FRASCARA, J.

Diseño gráfico y comunicación

El significado del término "diseño gráfico" está sujeto a una larga serie de interpretaciones. En este libro la palabra "diseño" se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar, organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales. La palabra "diseño" se usará también en relación con

los objetos creados por esa actividad. El verbo "diseñar" se usará en relación con el proceso mencionado y no como sinónimo de dibujar, aunque esta acción pueda a veces ser parte de ese proceso. La palabra "gráfico" califica en este libro a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. ... "gráfico" no significa dibujos, grabados, figuras, grafismos ni ornamentos, como puede ser en el caso de otros contextos. Las dos palabras juntas: "diseño gráfico", desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión..... En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad.

En el texto: (Frascara, 2000)

Bibliografía: Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación (7th ed., p. 19).

Buenos Aires, Argentina.

HASSAN, Y., FERNÁNDEZ, M., J, F. Y IAZZA, G.

2.1.5 El Diseño web

Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF)

Con el objetivo de evitar la sobrecarga informativa, en el diseño de cada interfaz se debe tener en cuenta el comportamiento del usuario en el barrido visual de la página, distribuyendo los elementos de información y navegación según su importancia en zonas de mayor o menor jerarquía visual - por ejemplo, las zonas superiores del interfaz poseen más jerarquía visual que las inferiores-. Además de la posición de cada elemento en la interfaz, existen otras técnicas para jerarquizar información como son: uso del tamaño y espacio ocupado por cada elemento para otorgarle importancia en la jerarquía visual, utilización del contraste de color para discriminar y distribuir información, uso de efectos tipográficos para enfatizar contenidos, rotura de la simetría y uso de efectos de relieve / profundidad para resaltar elementos, etc. Además de evitar la sobrecarga informativa jerarquizando los contenidos mediante las técnicas descritas, para evitar la sobrecarga memorística se recomienda definir menús de navegación con un número de opciones reducido, normalmente no más de nueve diferentes. Otro aspecto importante en el diseño visual del sitio es la accesibilidad. En el uso de colores, por ejemplo, se debe ofrecer suficiente contraste entre texto y fondo para no dificultar la lectura, e igualmente seleccionar combinaciones de colores teniendo siempre en cuenta las discapacidades visuales en la percepción del color que pudieran presentar nuestros usuarios. Al utilizar imágenes en el diseño, por motivos de accesibilidad y comprensibilidad, se debe cuidar su resolución y

tamaño, así como en fotografías la no pérdida de significación o contexto por recorte o minimización excesiva de la imagen. Desde una perspectiva más amplia del diseño visual del sitio es importante mantener una coherencia y estilo común entre todas las páginas, proporcionando una consistencia visual a todo el sitio. Para asegurar que esta coherencia se cumple, es útil elaborar un libro o guía de estilo que sirva de documento referencia para todo el equipo de desarrollo.

En el texto: (Hassan, Fernández, J & Iazza, 2012)

Bibliografía: Hassan, Y., Fernández, M., J, F., & Iazza, G. (2012). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF). Upf.edu. Retrieved 1 February 2016, from

https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Diseño

Según WONG, W. defines:

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de

«algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.”

En el texto: (Wong, 1971)

Bibliografía: Wong, W. (1971). Fundamentos del diseño (7th ed., p. 1). Barcelona: Gustavo Gili.

2.2.2 Networking

SCHELER, U., HECKELE, S. Y CARVAJAL PEDRERO, R.

Networking como factor de éxito

La palabra networking proviene del inglés y significa, trabajar en y con redes. Posee varios usos: atar redes y repararlas, pescar, unir ordenadores a través de cables, organizar vías de comunicación o estructurar pensamientos.

Networking es una forma sistemática de cuidar las relaciones con amigos, conocidos, compañeros de negocios y benefactores.

En el texto: (Scheler, Heckeke & Carvajal Pedrero, 2002)

Bibliografía: Scheler, U., Heckeke, S., & Carvajal Pedrero, R. (2002). Networking como factor de éxito. Barcelona: Gestión 2000.

2.2.3 Web 2.0

FUMERO, A. Y ROCA, G.

Web 2.0

La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo.

En el texto: (Fumero & Roca, 2007)

Bibliografía: Fumero, A., & Roca, G. (2007). Web 2.0 (p. 1). Santo Domingo, República Dominicana.

2.2.4 Publicidad

KOTLER, P. K. Y ARMSTRONG, G.

Fundamentos del marketing

"Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"

En el texto: (Kotler & Armstrong, 2003)

Bibliografía: Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos del marketing (6th ed., p. 1). Mexico.

2.2.5 Usuario

DEFINICIÓN.DE

Definición de usuario — Definicion.de

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

En el texto: (Definición.de, 2016)

Bibliografía: Definición.de,. (2016). Definición de usuario — Definicion.de. Retrieved 7 February 2016, from <http://definicion.de/usuario/>

2.3 Métodos de investigación

Los métodos a utilizar serán los siguientes:

- **Contextual:** Permite observar la motivación del usuario mientras interactúa con un sistema similar al que se va a diseñar o implementar.

Utilizaremos esta información para reconocer los errores y carencias de otras aplicaciones similares para poder elaborar una aplicación más fluida sin contar con los problemas de interfaz con los cuales cuentan otras aplicaciones

- **Análisis:** Para este proyecto es preciso conocer si esta plataforma puede ser compatible a los diferentes estándares de diseño de los sistemas operativos móviles actuales.

Esto nos ayudara a preparar una plataforma estable, adecuada y correctamente interactiva dependiendo de las funcionalidades que ofrece el sistema operativo del dispositivo móvil.

- **Síntesis:** Se deben integrar todos resultados derivados del análisis en una sola conclusión, para así poder analizar y ordenar correctamente la distribución de las diferentes áreas y clasificaciones de trabajos que van a componer la aplicación.
- **Estadísticos:** Los datos numéricos serán muy importantes en esta investigación debido a que es necesario medir algunas variables como los niveles de aceptación de los contratistas y de los ofertantes.

Esto nos ayudara a crear un plan estratégico que nos ayude a mantener nuestros usuarios en constante actividad dentro de la aplicación y evitar que se muestren desinteresados hacia la red social.

2.4 Procedimientos.

Para poner en práctica los métodos mencionados anteriormente, llevaremos a cabo la recopilación de datos a través de las técnicas de: encuestas realizadas a los usuarios de aplicaciones móviles, la entrevista y la observación.

2.5 Técnicas de Investigación.

Las técnicas propuestas para esta investigación son:

Entrevistas: Permite a los entrevistados dar toda la información que considere necesaria, ya que puede expresarse de manera más abierta y espontánea.

Encuestas: Permiten acumular información precisa sobre puntos que se necesitan destacar para la realización del trabajo de grado, aportando datos cualitativos y cuantitativos. Estas se realizarán personal y online.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Creación de UNION como marca

Una red social de negocios enfocada directamente a ámbitos publicitarios, esa es la ficha principal de la creación de UNION como marca, una palabra que define el complemento de elementos, en este caso todos los elementos requeridos y demandados dentro de la publicidad virtual.

UNION tiene como finalidad, reunir a los grandes del mundo del arte, y aquellos que nada se sabe de ellos pero que mediante la marca recibirá el beneficio de darse a conocer y expandirse dentro del mundo de la publicidad y el diseño gráfico.

Una marca corporativa sólida y conformada por un estricto manual y directrices para llevar a cabo la finalidad de tener en las manos una red social de negocios única.

3.1.1 Características de UNION como red social de negocios.

Red Social de Negocios específicos de publicidad dentro de Universidades, como método de sustento a estudiantes que no tienen trabajo.

Crear nuevas posibilidades de networking a través de la Red Social, gracias a su contenido específico directo y conciso, que crea una nueva tendencia dentro del marco de las redes sociales específicas.

3.2 Sistemas operativos móviles

3.2.1 Android y su lanzamiento

El sistema operativo Android, diseñado en sus inicios únicamente para móviles como son los sistemas operativos Symbian (fue un sistema operativo de la Nokia), IOS (Apple) y Blackberry OS.

En la actualidad gracias a los avances tecnológicos el sistema operativo Android no es solo un sistema instalado en móviles, sino también es un sistema encontrado en múltiples dispositivos como son, GPS, Mini laptops, tabletas y hasta televisores.

Android es un sistema el cual se basa en Linux, que es un sistema operativo gratuito, libre y el cual contiene multiplataforma.

Este sistema permite a los usuarios programar sin números de aplicaciones, esto se logra cuando se emplea una variación de Java la cual es llamada Dalvik, esta es la encargada de proporcionar las interfaces necesarias para poder desarrollar fácilmente las aplicaciones que acceden a las funciones del móvil, como pueden ser las llamadas, la agenda o el GPS, todo esto utilizando el lenguaje de programación Java.

Una de las cosas que hace grande al sistema operativo Android es principalmente la sencillez en cada una de sus aplicaciones, esta es una de las causas por la cual existen cada vez miles de aplicaciones disponibles las cuales ayudan a que se extienda la funcionalidad del dispositivo y mejora la experiencia de cada uno de los usuarios.

Android en sus inicios era un sistema operativo el cual gran parte de las personas que hoy en día le interesa la tecnología desconocían, es hasta el 2005 cuando Google hace la compra de este y su nombre comienza a ser el centro de varias conversaciones en distintos foros del internet.

En el 2007 fue el año en el cual se creó la Open Handset Alliance, donde se reunió a la mayoría de los fabricantes de móviles y a Google. Se lanza la primera versión de lo que es Android y junto con esta el SDK (kit del desarrollo de software) el cual les permitía a los programadores comenzar a crear aplicaciones para Android.

El sistema operativo Android tuvo un inicio lento ya que se había lanzado el sistema operativo antes que el primer móvil que pudiera tener este sistema, aunque esto no impidió que el sistema operativo se vendiera y se colocara como el más vendido en el mundo.

Android cuenta con 8 versiones disponibles:

- Cupcake
- Donut

- Éclair
- Froyo
- Gingerbread
- Honeycomb
- Ice-cream
- Jelly Bean

3.2.2 IOS y su lanzamiento

IOS es un sistema operativo el cual la compañía de Apple creó para sus teléfonos móviles. Este novedoso sistema salió al mercado el 29 de junio de 2007 junto con el lanzamiento de lo que sería el primer iPhone convirtiéndolo en el primer dispositivo en utilizar IOS. En la actualidad el sistema operativo IOS no es utilizado únicamente para los teléfonos móviles iPhone, sino que es utilizados en equipos como son: Apple TV, iPod, iPad Touch;

La interfaz del sistema operativo IOS se fundamenta en gestos multitáctiles los cuales facilitan la interacción del usuario con su teléfono móvil, haciéndolo que sea de una forma creativa y un poco natural.

Con el lanzamiento de IOS en el 2007 se revolucionan la industria de los celulares, en una época donde existían empresas gigantes las cuales muchos pensaban que eran intocables, de la cuales se pueden mencionar: Black Berry la cual controlaba el mercado con un gran porcentaje, Sony, Nokia, Motorola; fueron algunas de las empresas de celulares que vieron como sus teléfonos móviles ya eran obsoletos

delante de lo que IOS ofrecía con su iPhone que era un diseño único acompañado de una innovación.

WOLF, G., RUIZ, E., BERGERO, F. Y MEZA, E.

Fundamentos de sistemas operativos

“IOS El sistema operativo de Apple, y diseñado exclusivamente para el hardware producido por dicha compañía. Fue el primero en implementar la interfaz usuario multitouch y, en buena medida, se puede ver como el responsable de la explosión y universalización en el uso de dispositivos móviles. Al igual que el sistema operativo que emplean para sus equipos de escritorio, MacOS X, iOS está basado en el núcleo Darwin, derivado de FreeBSD, un sistema libre tipo Unix.”

En el texto: (Wolf, Ruiz, Bergero & Meza, 2015)

Bibliografía: Wolf, G., Ruiz, E., Bergero, F., & Meza, E. (2015). Fundamentos de sistemas operativos (p. 30). México D.F.

En la actualidad Android es el sistema operativo que compite con IOS. Una de las grandes desventajas que no permiten que IOS sea uno de los sistemas operativos más vendidos es que como ya se ha mencionado un sistema exclusivo de la compañía de Apple, mientras que Android al igual que otros sistemas operativos para celulares, están dirigidos a diferentes dispositivos móviles, lo que hace que el usuario tenga más variedad a la hora de seleccionar un modelo.

3.2.3 Windows Phone y su lanzamiento

Todo comienza con Windows Mobile un sistema operativo lanzado por Microsoft en la década de los 90 en la cual comenzaron a aparecer en el mercado los primeros dispositivos móviles. Esta decisión fue tomada por Microsoft para competir con el recién sistema Newton MessagePad que había lanzado Apple en aquel entonces.

Windows Phone sale al mercado el 1 de septiembre de 2010, está diseñado para que su estética sea igual que la versión de Windows para escritorio. En esta nueva entrega de Microsoft decide cambiar por completo el sistema operativo al que ya muchos usuarios estaban acostumbrado en el Windows Mobile, haciendo un cambio desde cero, buscando con esto ser la competencia más fuerte a la hora de hablar de telefonía móvil.

Al lanzar esta plataforma Microsoft llegaba con una propuesta interesante, un diseño donde integraba la experiencia de la web, el teléfono y la PC a través de servicios y aplicaciones específicas.

Entre las características de Windows Phone podemos encontrar que es un sistema que le permite a los fabricantes poder seleccionar cada una de las partes que favorecen a sus dispositivos. Las versiones de Windows Phone son:

- Windows Phone 7
- Windows Phone 8
- Windows Phone 8.1
- Windows Phone 10 Mobile

3.3 Redes sociales de negocios publicitarios.

3.3.1 Choosa

Es una plataforma líder en toda Sudamérica, su propuesta con grandes diseños han hecho que este crowdsourcing revolucione el mercado. Los diseñadores que pertenecen a esta plataforma compiten mediante un concurso donde el ganador es aquel que pueda entregarle al cliente el mejor diseño.

En la actualidad Choosa ha sobrepasado los diez mil diseños creados en sus concursos, cuenta con una comunidad de usuarios de 16.000 diseñadores. Choosa obtiene por cada concurso que se realiza el 25%.

El cliente en esta plataforma debe publicar un concurso el cual será un diseño y el ganador podrá cobrar el precio, siempre y cuando el cliente este satisfecho con el trabajo. Los diseñadores deben de registrarse en esta plataforma para buscar trabajos donde ellos puedan enviar sus diseños, cada diseñador tiene la libertad de mandar hasta 10 diseños para concursar.

Cuando el diseñador gana el concurso recibe inmediatamente el dinero del premio, todos los derechos sobre el diseño y la propiedad intelectual pasan a manos del cliente que solicitó el diseño. El cliente tiene dos opciones a la hora de realizar un concurso para seleccionar su diseño, mediante concurso garantizado donde se seleccionara el ganador en un máximo de 14 días luego de que haya finalizado el concurso, y la otra opción es mediante un concurso no garantizado donde el cliente tiene el derecho de elegir su diseño en 30 días, pero no está en la

obligación de seleccionar un diseño si ninguno le parece correcto y puede ejercer pedir un reembolso de su dinero.

3.3.2 FreeLancer

Es una plataforma online mediante la cual se solicitan trabajos los cuales en su mayoría de veces son por pequeñas y medianas empresas. Está situada en Sídney (Australia), Matt Barrie fue el fundador de esta maravillosa plataforma la cual tiene finas ubicadas en Buenos aires, Londres y Manila.

Freelancer es una plataforma crowdsourcing, que obtiene distintos porcentajes por cada trabajo que se hace mediante su plataforma, este porcentaje es entre 0% a y 10%, siempre dependiendo del tipo de membresía que tenga el usuario que trabaje para la plataforma Las membresías de Freelancer van desde 5 dólares a 50 dólares por mes y un plan que es totalmente gratis.

Todos los usuarios en esta plataforma están clasificados como empleados y empresarios. Es difícil que un usuario que quiera trabajar en esta plataforma después de crear su perfil suba un trabajo hecho por él, así que Freelancer les da la opción de tomar un examen en las áreas que el usuario considera que tiene más destrezas.

Las categorías más populares en dicha plataforma son las de creación de web, Multimedia y diseño. En la actualidad la plataforma cuenta con 18, 618,941 usuarios registrados y más de 7 millones de trabajos publicados.

El cliente que busca que su trabajo sea realizado por unos de los diseñadores de esta plataforma, solo debe de ponerse en contacto con él mediante la plataforma o

publicarlo para que así otros diseñadores quizás con un poco más de experiencia vea el trabajo y si le interesa, acordar una fecha de pago la cual debe cumplir siempre y cuando esté satisfecho con el trabajo que se ha hecho.

3.3.3 DesingCrowd

Es una plataforma en línea creada para ofrecer servicios de diseños de logos y trabajos de diseño gráfico mediante contrataciones con usuarios registrados en dicha plataforma o por concursos. El servicio es bien reconocido por grandes empresas que deciden probar suerte con los miles de usuarios registrados para la creación de un diseño.

Los diseñadores de esta plataforma están clasificados por áreas específicas del diseño, cada uno tiene la especialización en logos, web, y brochures, y son pertenecientes a distintas partes del mundo como son: Australia, Reino Unido, Estados Unidos; todos estos diseñadores dan a conocer cada una de sus habilidades en el diseño en los concursos que se hacen en la plataforma, donde el mejor diseño se lleva el premio.

Cuando el cliente decide con que diseñador realizara su trabajo la plataforma lo pone en contacto a los dos para que trabajen los dos junto y haya una buena comunicación en el proceso de creación. Al igual todo el proceso es supervisado por la plataforma.

Las ventajas de esta plataforma es que se centra en lo que es el diseño gráfico únicamente y cada trabajo es sobre diseño gráfico haciéndola especializada en esto. Todos los diseñadores pueden estar seguros que cada trabajo que entre a la

plataforma será sobre diseño y tendrán más oportunidad que sea relacionado con una de sus habilidades.

3.4 Mercado de aplicaciones

3.4.1 App store Apple

También conocido como Mac App es el servicio para iPad, iPod Touch e iPhone el cual fue creado por la compañía Apple inc. Este servicio es el que les permite a los millones de usuarios poder encontrar y bajar sin números de aplicaciones de iTunes Store.

La aplicación se encuentra disponible para la compra o gratuita dependiendo del dispositivo que sea.

Al crear este servicio Apple no esperaba obtener buenas ganancias de esta tienda de aplicaciones, pero eran muchos los especialistas que predecían que App store crearía rentabilidad, con buenos ingresos y hasta podrían generar mil millones de dólares anuales para Apple. Todo vendedor que tiene una aplicación en esta tienda se queda con un 70% de las ganancias y el otro 30% es de Apple.

Cuando Apple lanzo al mercado el primer iPhone este no contaba con servicio para poder descargar aplicaciones adicionales a las que ya traía el móvil, para esto Apple le recomendaba a sus usuarios dirigirse a sitios web los cuales utilizaran HTML5.

En el 2008 específicamente el 10 de julio Apple decide lanzar el App Store dentro de lo que es iTunes en ese entonces App Store contaba con 500 aplicaciones para poder ser descargadas. El 8 de junio del año 2009 App Store tenía 50 mil aplicaciones las cuales eran creadas por terceros pero estaban disponibles oficialmente para iPhone y otros dispositivos de la misma compañía.

Todas las aplicaciones en este servicio son clasificadas por el contenido que tengan así se saben para que edades son apropiadas. Apple las clasifica de la siguiente forma:

- 4+: Las aplicaciones que no contienen ningún material que pueda desagradar al usuario.
- 9+: Contenido con poca violencia, terror, dibujos animados.
- 12+: Aquí se encuentran las aplicaciones que pueden manejar un lenguaje no apropiado para el rango de edad más bajo.
- 17+: Todas las aplicaciones que tienen en su contenido, situaciones para personas un poco más maduras.

3.4.2 Google Play

En sus inicios conocidos con el nombre de Android Market, es la plataforma donde se distribuye las miles de aplicaciones que tienen los distintos dispositivos con sistema operativo Android, esta plataforma es manejada por la compañía de Google. Este servicio es el que le permite a los millones de usuarios Android poder descargar sus aplicaciones, libros, música, películas entre otras cosas.

Las aplicaciones que conforman esta plataforma el usuario las puede adquirir de forma gratuita al igual que pagando por ellas. En el 2012 Android Market pasó a fusionarse con Google Music y desde ese momento se comenzó a llamar Google Play. En el 2013 esta plataforma ya contaba con 1 millón de aplicaciones y alrededor de unas 50 mil millones de descargas.

Todas las aplicaciones que se encuentran en Google Play son creadas por usuarios que desarrollan sus aplicaciones en todo el mundo y son calificadas por cada usuario de Android que la descarga a su teléfono móvil. Todos los desarrolladores tienen la libertad de publicar su contenido en dicha plataforma, siempre y cuando describan su contenido y se registren como comerciantes en la plataforma. El costo para poder registrarse y poder subir las aplicaciones creadas es de alrededor de 25 dólares los cuales se pagan con tarjeta de crédito.

Al igual en el App store de la empresa Apple la compañía de Android se queda con un 30% de las ganancias y el 70% para los desarrolladores. En sus inicios solo los desarrolladores de Reino Unido así como de Estados Unidos eran los únicos que podían subir a la plataforma sus aplicaciones de pago.

En la actualidad ya son más los países que pueden subir sus aplicaciones y cobrar por ellas como son: Alemania, España, Italia; existen otro listado de países los cuales se les permite subir sus aplicaciones para que el usuario pueda adquirirlas de forma gratuitas como son: Republica Dominicana, Italia, Venezuela, Polonia, Francia entre otros.

Hoy en día las dos plataformas las dos plataformas más importantes para las descargas de aplicaciones en teléfonos móviles son la App Store de Apple y Google Play, esta última es quien lleva la ventaja ya que supera en descarga a la plataforma de Apple así mismo no tiene excepciones con las aplicaciones que desarrollan sus usuarios.

Google Play clasifica sus aplicaciones por un sistema de edades al igual que lo hace App Store de Apple.

3.4.3 Windows Phone Store

Es la plataforma creada por Microsoft para ofrecerles servicios a todos sus usuarios que poseen un teléfono Windows Phone. En esta plataforma el usuario descarga sus aplicaciones favoritas así como puede buscar otros tipos de contenidos. Microsoft lanza al mercado esta plataforma en el 2010 ya en el 2013 Windows Phone Store superaba las 500 mil aplicaciones.

El costo para subir una aplicación a Windows Phone varía dependiendo el país y la región, Microsoft le permite al usuario seleccionar uno de los dos tipos de cuentas para ser desarrolladores de App en esta plataforma, estas opciones son la cuenta individual y la cuenta de empresa. Estas cuentas se diferencian por el precio así como por los requisitos que hay que cumplir.

A la hora de que la persona interesada en crear su cuenta decide optar por la cuenta individual se le deja claro que esta cuenta no puede usar funciones muy específicas de las aplicaciones y que su precio oscila por los 19 dólares

dependiendo el país. La cuenta de empresa tiene un valor de 99 dólares pero los requisitos que debe de cumplir son muy específicos, como por ejemplo la empresa debe ser reconocida en el país que se ubica.

Luego de crear una cuenta en Windows Phone Store el siguiente paso es enviar la App creada para que pase por un proceso de certificación. El proceso de certificación en Microsoft es un proceso el cual dura una hora dependiendo que tantas aplicaciones estén en cola. Los pasos para la certificación son los siguientes:

- Certificación: En este primer paso se hacen varias pruebas
- Prueba de seguridad: En este paso se revisa que la App no tenga ningún tipo de virus.
- Prueba de cumplimiento técnico: Aquí debe reunir todo los requisitos técnicos.
- Cumplimiento de requisitos de contenido: Este proceso depende de que tan compleja sea la aplicación.
- Lanzamiento: Si cumple con todos los requisitos anteriores la aplicación puede ser lanzada en el mismo momento o dependiendo si el usuario desea hacer el lanzamiento en una fecha específica.

Cuando la aplicación está disponible para el público, el equipo de Microsoft continua generando pruebas en busca de algún problema, si lo tiene, la persona encargada de desarrollar la aplicación es notificado y de ser un problema el cual lleva tiempo para corregir la aplicación es quitada de la tienda.

3.5 Modelo de negocios online

3.5.1 Modelo de negocio para dispositivos móviles

En muchas ocasiones crear un producto que sea el mejor de todos o crear un servicio que supere los demás no es lo más importante, sino cual va hacer el valor adicional que va a tener mi servicio o producto.

En la creación de un proyecto se debe invertir tiempo y recursos, por eso es necesario antes de esto tener bien definido el modelo de negocio con el cual se piensa trabajar o comenzar el proyecto. Un modelo de negocio claro va a definir como la inversión que se hace en un proyecto va a dar resultados rentables.

Con el trascurso de los años se han visto varios modelos de negocios introducirse en internet, algunos de ellos han llegado a elevar a empresas importantes como Amazon, Spotify o Google. Existen otros tipos de modelos de negocios digitales que aunque empresas como las mencionas anteriormente no han utilizado, se han fijado de forma natural en las redes. Los modelos de negocios digitales más importante reúnen requisitos los cuales lo hacen tener algo en común y es que resuelven un problema el cual ya es existente y generan una necesidad.

1-Flash Sales: En este modelo de negocio online se encuentran empresas las cuales se basan en ventas online de muy poca duración y agregándole descuentos, este modelo de negocio de tiene un buen funcionamiento ya que todo usuario que esté interesado, sabe que tiene poco tiempo para decidir y efectuar la compra.

- 2- El modelo "Freemium": Este modelo está basado se basa en permitirle al usuario el acceso gratuito al servicio que se esté ofreciendo para luego proponerle que se una a servicios más completos "Premium". La intención de este modelo es poder captar usuarios que utilicen el servicio gratis. El problema de este tipo de modelo es que debe de hacerse una gran inversión inicial. LinkedIn, Spotify, Dropbox son los máximos exponentes de este modelo de negocio.
- 3- Compradores online: Este negocio une en una misma plataforma las cosas que pueden hacer muchos compradores. Por ejemplo paginas como Trivago, que es de hoteles o de billetes de aviones como lo es Kayak.
- 4- Marketing basado en la generación de Leads: Este marketing va dirigido a obtener resultados los cuales sean tangibles. En este tipo de negocio se agrupan las empresas las cuales contactan a las personas le gusta recibir ofertas de determinados portales y ofertas muy determinadas.
- 5- Modelo e-learning: Un modelo de negocio basado en clases streaming, mini cursos de temáticas donde los precios tratan de ser lo más reducido posible para llamar más usuarios , en este tipo de curso el estudiante y el profesor están en plena comunicación gracias a las creaciones de plataformas virtuales.
- 6- Los negocios de Cloud Computing: Tipo de negocios en el cual se encuentran aquellas empresas que están dedicada datos de usuarios en las nubes.

7- Nuevos modelos P2P (peer to peer): Es un tipo de negocio el cual permite el intercambio y relación entre el usuario y el ofertante por medio de una plataforma especializada. Este tipo de negocio lo utiliza la empresa Socialcar la cual está dedicada al alquiler de coches en algunos países.

3.5.1.1 Idea de negocio

Crear una red social de negocios que permita a todos los diseñadores poder trabajar desde su casa o universidad, así mismo brindarle a las pequeñas y medianas empresa la oportunidad de comenzar a levantar sus proyectos con buenos diseños de la mano de jóvenes con talento.

3.5.1.2 Modelo de reparto de beneficios

Todos los usuarios que tengan el interés de pertenecer a la comunidad de diseñadores podrán registrarse de manera gratuita. Por cada trabajo realizado mediante la plataforma el diseñador se queda con el 70% de la ganancia y la plataforma con el 30%.

Cliente	Diseñador suscrito a la plataforma	Plataforma (UNION)
Creación de un rediseño del logo de mi empresa y su material POP. RD\$= 20,000	EL diseñador es la persona la cual gano por medio de un concurso o fue contratada directamente vía la plataforma por el cliente. El Diseñador estaría ganando el 70% del trabajo que en este caso serían 14,000 pesos.	La plataforma UNION al ser la vía por la cual está dos personas hicieron el negocio, se queda con un 30 % de la ganancia. En este caso la plataforma se gana 6,000 pesos.

3.6 Geolocalización de contactos o ContactMap

En este desarrollo se busca informar sobre las características principales que ofrece ContactMap y cuál sería su funcionalidad en las aplicaciones móviles.

ContactMap, es una Aplicación el cual permite localizar, posicionar, mostrar y dibujar en un mapa los contactos en un dispositivo móvil.

Una de las características más importantes de esta aplicación es que permite la integración con diferentes interfaces como pueden ser las siguientes:

- Envío de correo electrónico en la misma interfaz de la aplicación.
- Utilización de Google Maps.
- Acceso a la información del dispositivo móvil.
- Acceso a la información de los usuarios.
- Gestión de menú.
- Control y gestión del GPS.
- Creación y gestión de elementos en tiempo real en la pantalla.

3.6.1 Objetivos de ContactMap

El objetivo de esta aplicación es mostrar a los usuarios la ubicación geográfica exacta de los demás contactos que tenga en el propio dispositivo móvil. Para lograr esto es primordial para la aplicación utilizar los siguientes servicios:

- El dispositivo GPS que está integrado al dispositivo móvil, para buscar las coordenadas de posicionamiento geográfico.
- El servicio Google Maps para mostrar a los usuarios los mapas y localizaciones de los usuarios que se encuentren más cercanos.
- Conexión a Internet activa, para enviar y recibir datos entre el servidor de la aplicación y los contactos.

El usuario podrá ver la posición de los contactos en el mapa por el medio de los Servicios que ofrece Google Maps. Esta aplicación permite ingresar a los mapas que cuentan con una base de datos que se actualiza constantemente para ofrecer un servicio más preciso para así convertirse en uno de los servicios móviles más utilizados en la actualidad.

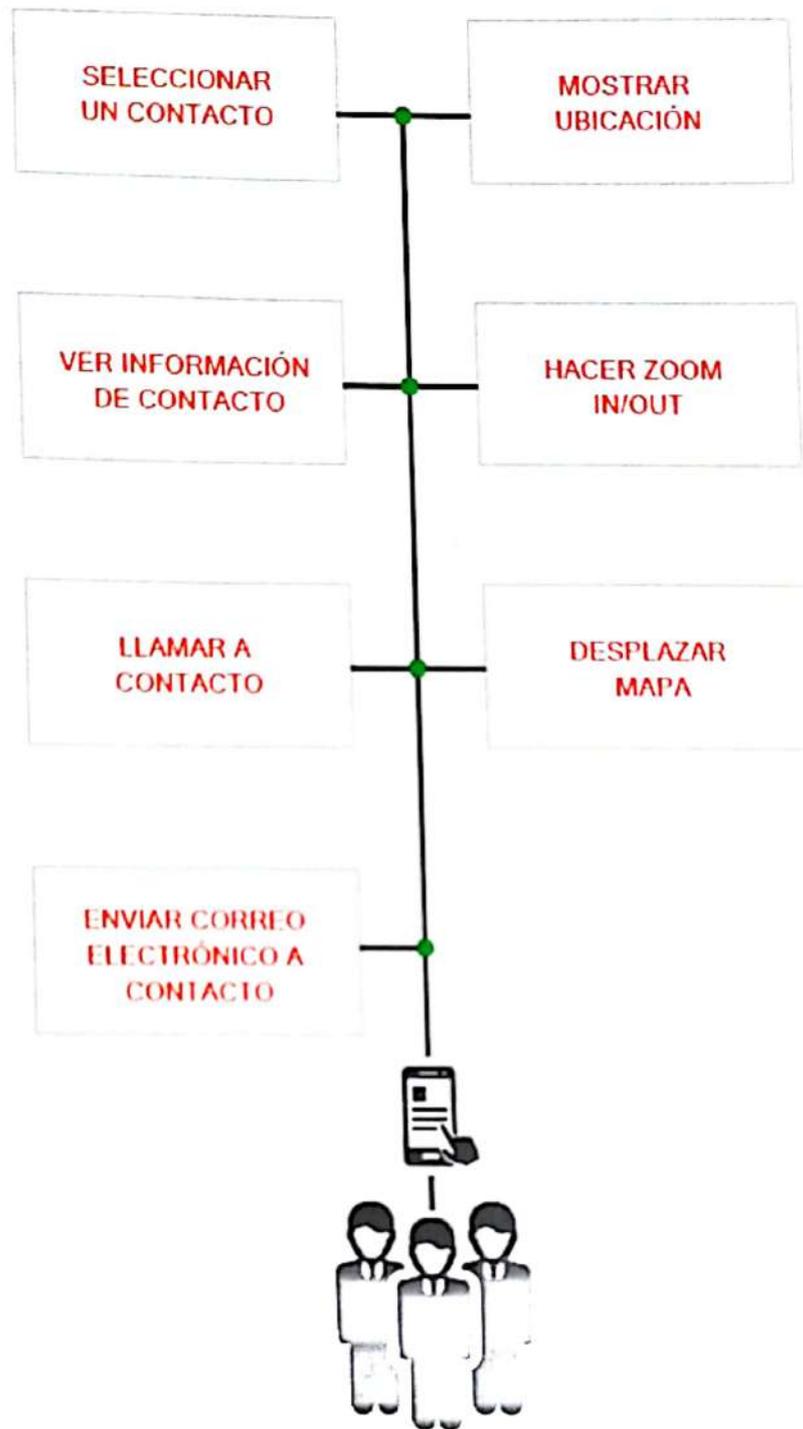
La aplicación utiliza el dispositivo **GPS** que se encuentra integrado en móvil para dar a conocer nuestra ubicación, para posteriormente mostrarla en el mapa.

La aplicación funciona mediante el uso de una **conexión a Internet** activa a través de un operador móvil o Wi-Fi, esto es necesario para el intercambio de información sobre localizaciones con los demás usuarios. No siempre es necesario disponer constantemente de conexión a internet ya que esto solo se utilizara cuando usted quiera dar a conocer su ubicación o cuando quiera encontrar un contacto en el área donde se encuentra. Por defecto la aplicación intentara mostrar la ubicación más reciente de cada usuario, pero en si esta no puede conectarse a una red mostrará la última ubicación que fue proporcionada por el contacto.

3.6.2 Casos de uso

En este apartado se detallaran los casos de uso donde se utilizaran las funciones de *ContactMap* frente al usuario, se limitará solamente hablar sobre aquellos aspectos importantes y que pueden ayudar a comprender mejor de que trata la aplicación. Los casos de uso se utilizan para identificar y describir las interacciones que se dan entre el usuario y el servicio.

A continuación mostraremos un diagrama donde se explicara de forma gráfica el caso de uso de *ContactMap* en la aplicación *UNION*.



En el diagrama mostrado la aplicación está representada por unas cajas que contienen los casos de uso. Fuera del sistema se encuentran los usuarios que

pueden interactuar con la aplicación en el dispositivo. Esto es simplemente es para expresar como tiene que funcionar la aplicación con la interacción de usuario. A continuación se ofrecemos una descripción rápida de lo que sería los casos de uso que se muestran en el diagrama anterior:

- **Mostrar ubicación:** Dibujar en el mapa las ubicaciones.
- **Desplazar mapa:** Permite desplazarse en el mapa en cualquier sentido.
- **Zoom in o Zoom out:** Acerca o alejar una zona del mapa.
- **Información de contacto:** Mostrar datos de localización actual o anterior.
- **Seleccionar un contacto:** Poder seleccionar un contacto en el mapa.
- **Llamar a contacto:** realizar llamadas telefónicas al contacto si este dispone de un número.
- **Envíos de correo electrónico:** Envíos de correos electrónicos a un usuario en específico.

3.6.3 Acceso a Google Maps

Google Maps es uno de los servicios más completos y configurables que podemos utilizar en la actualidad sobre mapas online. Por esto una gran cantidad de las aplicaciones de hoy en día utilizan este servicio como guía para que los usuarios puedan localizar de manera rápida cualquier contacto o negocios.

API DE MAPS: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE APLICACIONES

Crea atractivas aplicaciones web y móviles con la potente plataforma de mapas de Google Maps, que incluye, entre otras muchas funciones, indicaciones sobre cómo llegar a los destinos e imágenes de Street View.

En el texto: ("API de Maps: análisis y desarrollo de aplicaciones", 2016)

Bibliografía: *API de Maps: análisis y desarrollo de aplicaciones*.

(2016). *Google.com*. Retrieved 27 March 2016, from

<https://www.google.com/intx/es/work/mapsearch/products/mapsapi.html>

Para poder manejar, editar y mostrar el servicio de Google Maps es necesario tener un registro de la aplicación en Google Maps y tener en cuenta que se tienen que aprobar los términos y condiciones necesarias para su uso, sin estos permisos la ubicación no podrá ser mostrada ni podrá ser usado el servicio de mapas.

3.6.4 Gestionar elementos del mapa

Google Maps consiste de mapas donde el usuario puede ver la ubicación de los usuarios activos, desplazarse por la pantalla, realizar ajustes o cambios, pulsar sobre los contacto y entre muchas opciones más, pero todo esto con absoluta libertad.

Al tocar directamente el contacto este procede a mostrar un cuadro de información con todos los datos proporcionados por el usuario y también podrá mostrar los últimos datos sobre su ubicación.

Los elementos que se procederán a dibujar sobre la aplicación de mapa para mejor entendimiento y visualización son los siguientes:

- El nombre del usuario.
- Un cuadro con los datos y fecha del usuario.
- La fecha de la última actualización de ubicación.
- Un círculo céntrico de color que muestra donde se encuentra el usuario.

El cuadro flotante de información, debe ser dibujado solamente cuando el usuario pulse sobre el contacto, haciendo este mostrar todas las acciones posibles y aceptadas por el usuario, como redactar un correo electrónico o también realizar una llamada.

3.6.5 Control y gestión de la señal GPS

El algoritmo interno de *ContactMap* se encarga de generar los permisos necesarios automáticamente para poder usar y gestionar la señal GPS del dispositivo para poder conocer la ubicación más exacta del usuario, para luego procedes a dibujar una figura en el mapa comunicándole a los demás donde se encuentra actualmente.

Se puede dar el caso donde el Smartphone no disponga de algún componente GPS integrado, o este se encuentre apagado. En este caso, la aplicación no podrá localizar ningún contacto, el cual afectaría el funcionamiento de la APP por lo cual esta no mostraría ninguna información de localización.

Para dar a conocer el estado del dispositivo GPS, la aplicación le enviará un mensaje de aviso al usuario si este se encuentra desactivado, si el modulo GPS se encuentra activo la aplicación seguirá funcionando normalmente sin ningún problema de localización y podrá ser mostrada a los usuarios.

3.7 MANUAL DE IDENTIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE LA INTERFAZ DE UNIÓN

union[®]

SOCIAL NETWORK

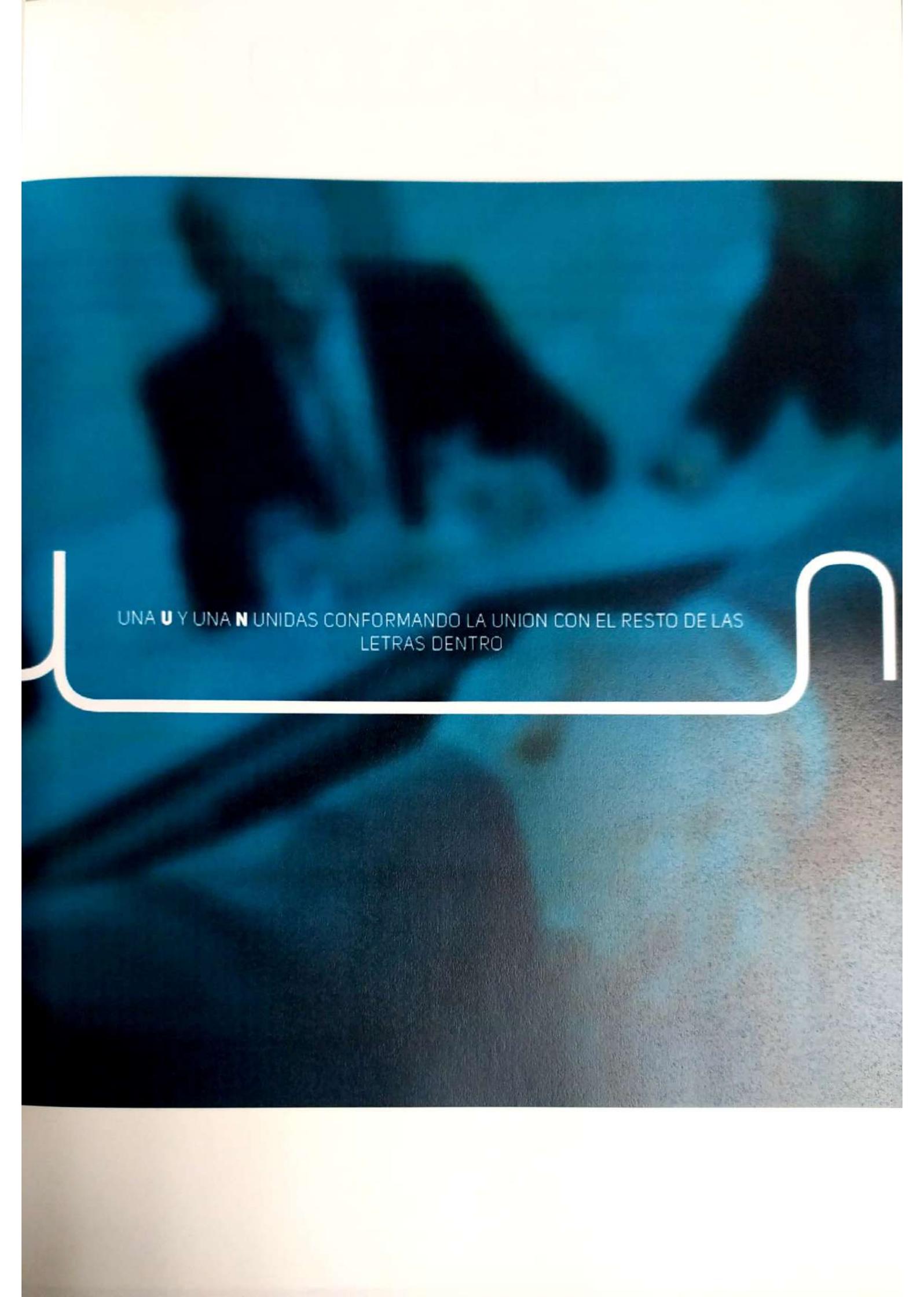
MANUAL DE IDENTIDAD

LOGO



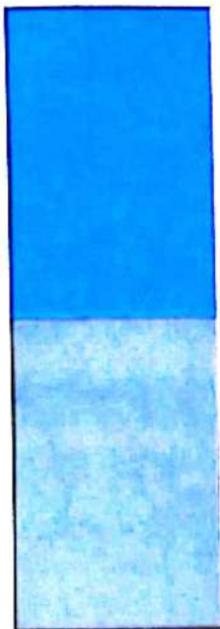
UNION ES UN CONJUNTO DE SOCIEDADES, EMPRESAS, PAÍSES O INDIVIDUOS QUE SE UNEN CON UN FIN O CON UNOS INTERESES COMUNES Y QUE NORMALMENTE CONSTITUYEN UNA ENTIDAD.

POR ESO PARA EL DESARROLLO DE LA RED SOCIAL SE HA UTILIZADO ESTA PALABRA Y CREAMDO UN ISOLOGOTIPO QUE LA IDENTIFIQUE.



UNA **U** Y UNA **N** UNIDAS CONFORMANDO LA UNION CON EL RESTO DE LAS
LETRAS DENTRO

COLORES



C: 99.09

M: 0

Y: 0

K: 50

C: 99.09

M: 0

Y: 0

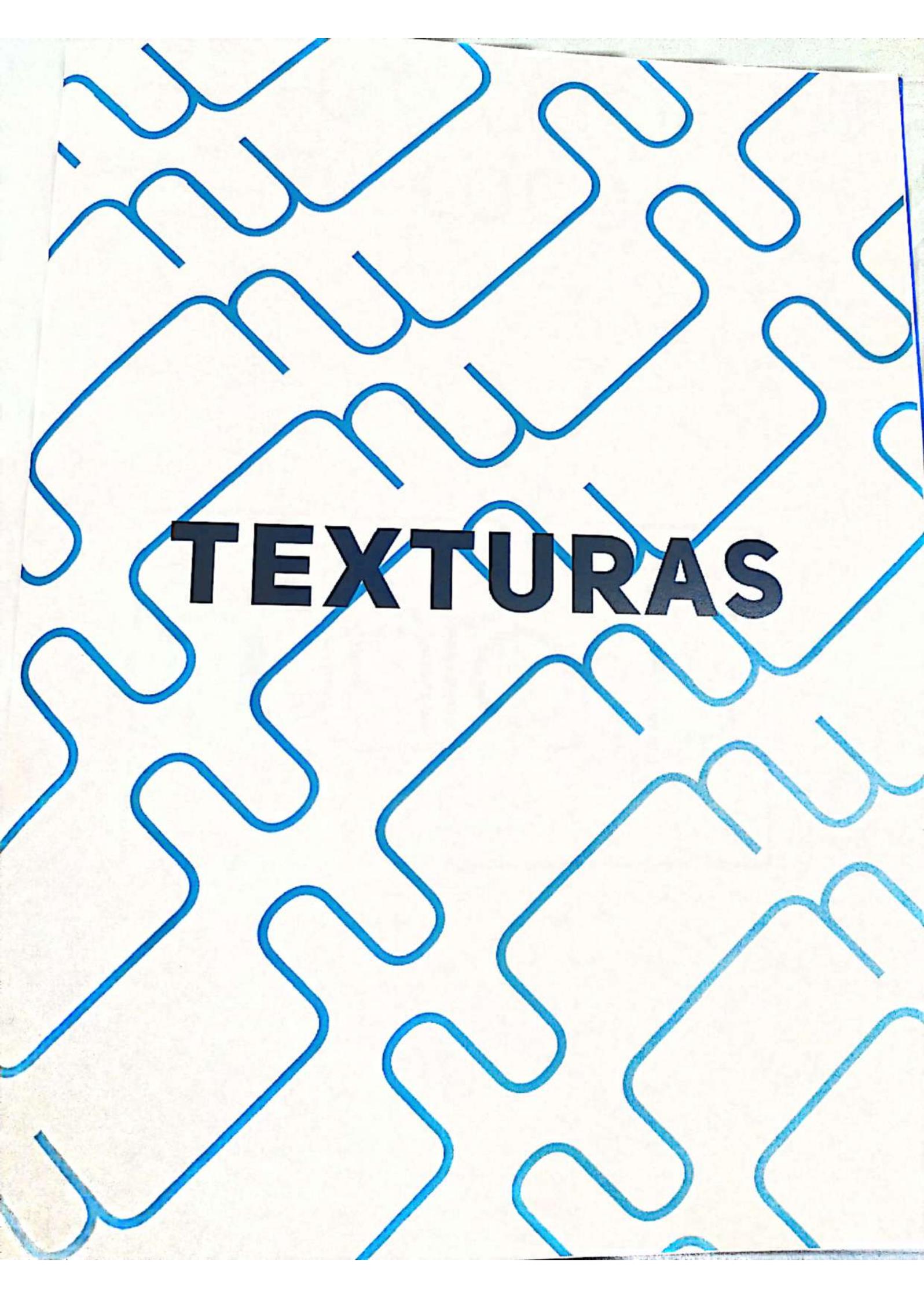
K: 75

COLORES CORPORATIVOS DE LA RED SOCIAL UNION PARA UTILIZAR EN CUALQUIER PLATAFORMA, DOS TONOS DE AZUL UN MARINO OSCURO DENOTANDO SEGURIDAD Y UN AZUL CELESTE OSCURO PARA DARLE FRESCURA A LA IDENTIDAD CORPORATIVA

TIPOGRAFIA

UNI
SANS
TYPE

UNI SANS TYPE, TIPOGRAFIA UTILIZADA DE MANERA CORPORATIVA EN TODOS LOS MEDIOS DE LA RED SOCIAL UNION, YA SEAN PAPELERIA O USO WEB.

The background of the image is a white surface covered with a repeating pattern of thick, bright blue lines. These lines form a continuous, interlocking series of loops and curves, creating a complex, maze-like texture. The lines are uniform in thickness and color, and they flow across the entire page, partially overlapping the central text.

TEXTURAS

PROTECCIÓN DE LOGO

union

SOCIAL NETWORK



ESCALAS

union[®]

SOCIAL NETWORK

100%

union[®]

SOCIAL NETWORK

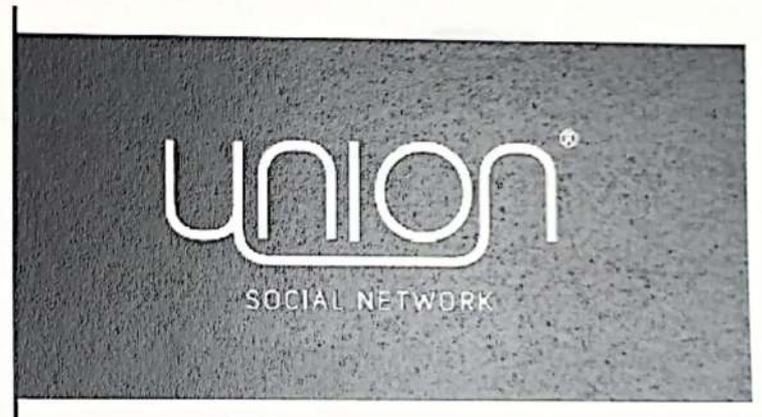
50%

USOS

union®
SOCIAL NETWORK



union®
SOCIAL NETWORK



FORMACIÓN DEL LOGO







SOCIAL NETWORK

3.6.6 Características de la interfaz de Unión

En la aplicación se podrá contar con trece opciones en menú principal, una de configuración y tres requeridas obligatoriamente por la aplicación

Administrador o usuario

- Perfil
- Configuración
- Desconectar

Inicio

Mensajes

- Bandeja
- Promociones
- Eliminados
- Spam

Buscar

Mis proyectos

Grupos

pagos

Recomendación

Definiciones de las funciones:

Administrador: Esta opción nos permitirá entrar en nuestro perfil o configurar la aplicación. También encontraremos el botón de desconectar en este apartado.

Perfil: Podremos ingresar para visualizar nuestro perfil o modificarlo.

Configuración: Podremos acceder para configurar la aplicación.

Desconectar: Esta opción nos podrá desconectar de nuestra cuenta de usuario.

Inicio: Esta opción nos llevara al escritorio de la aplicación.

Mensajes: Desplegara el menú de mensajes.

Bandeja: Aquí encontraremos todos nuestros mensajes recientes

Promociones: Encontraremos promociones de la aplicación a usuarios.

Eliminados: Aquí se almacenarán los últimos mensajes eliminados.

Spam: Carpeta donde estarán recopilados todos los mensajes repetidos o molestos.

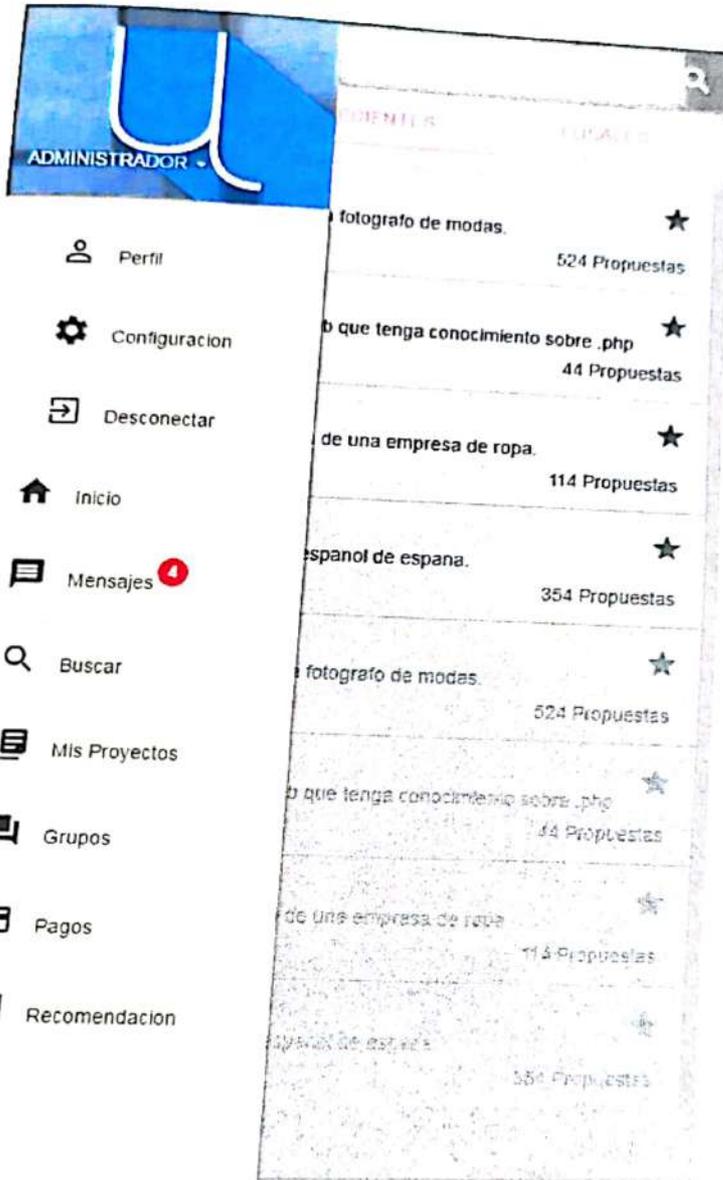
Buscar: En esta opción podremos buscar usuarios y ofertas.

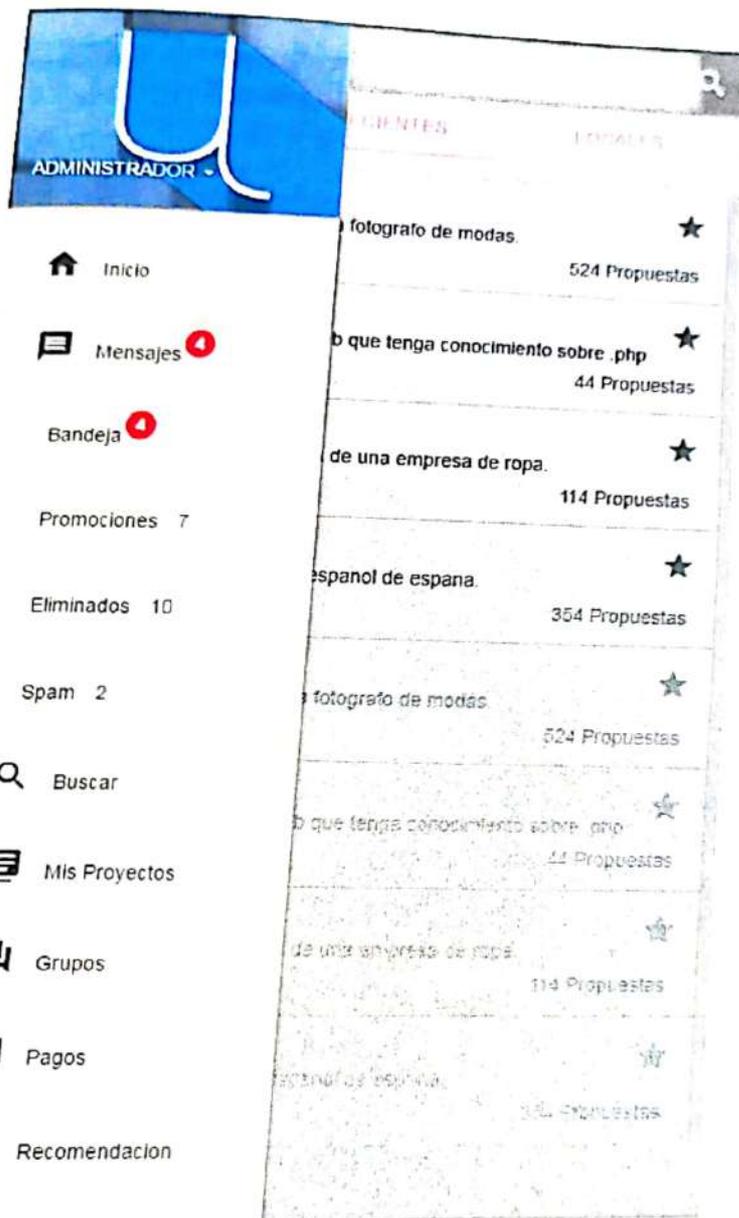
Mis proyectos: Encontraremos todos nuestros trabajos realizados u ofertas realizadas.

Grupos: Aquí se encontrarán grupos creados por los usuarios de la comunidad.

Pagos: aquí podremos ver nuestro balance, nuestro número de cuenta, y fecha de registro

Recomendación: En este apartado podremos enviar sugerencias a los creadores de la aplicación.





Cada opción se encuentra ligada o representada a un icono grafico

3.6.7 Funcionamiento.

La aplicación contará con un icono representativo que contendrá la letra "U" de "UNION".



Ya cuando nos encontremos dentro de la aplicación vamos a encontrar un icono de menú que tendrá incluirá todas las opciones principales al lado de este icono se encontrará una barra de búsqueda representada por el icono de búsqueda. Una vez que es elegida una opción podremos acceder y ver toda la información disponible de esta. Descrita de forma gráfica o textual.

Requerimientos legales.

La aplicación estará bajo el acuerdo de distribución de "google play", Tienda de aplicaciones vía web o móvil donde se podrá acceder y descargar nuestra aplicación.

3.6.8 Diseño

El diseño se va a elaborar de acuerdo a los estándares de material design ligado con el objetivo base de la aplicación, que son los negocios y la simplificación

Características:

- Aplicación sencilla, ligera y fácil de manejar por cualquier usuario.
- La aplicación cuenta con un buscador único en todas las pantallas.
- La aplicación usa una interfaz gráfica llamada Material Design.
- La aplicación se encontrara disponible en las tiendas de aplicaciones de forma gratuita.

union

Usuario

Password

Recordar contraseña

ENTRAR



CATEGORIAS

RECIENTES

LOCALES



Fotografo

Se necesita con urgencia fotografo de modas.
RD\$8000



524 Propuestas



Disenador Web

Buscamos Disenador web que tenga conocimiento sobre .php
RD\$80000



44 Propuestas



Disenador Grafico

Creacion de linea grafica de una empresa de ropa.
RD\$40000



114 Propuestas



Escritor

Creacion de un libro en espanol de espana.
RD\$53000



354 Propuestas



Fotografo

Se necesita con urgencia fotografo de modas.
RD\$8000



524 Propuestas



Disenador Web

Buscamos Disenador web que tenga conocimiento sobre .php
RD\$80000



44 Propuestas



Disenador Grafico

Creacion de linea grafica de una empresa de ropa.
RD\$40000



114 Propuestas



Escritor

Creacion de un libro en espanol de espana.
RD\$53000



354 Propuestas



CATEGORIAS

RECIENTES



LOCALES



Fotografo
5214 Propuestas



Disenador Web
4524 Propuestas

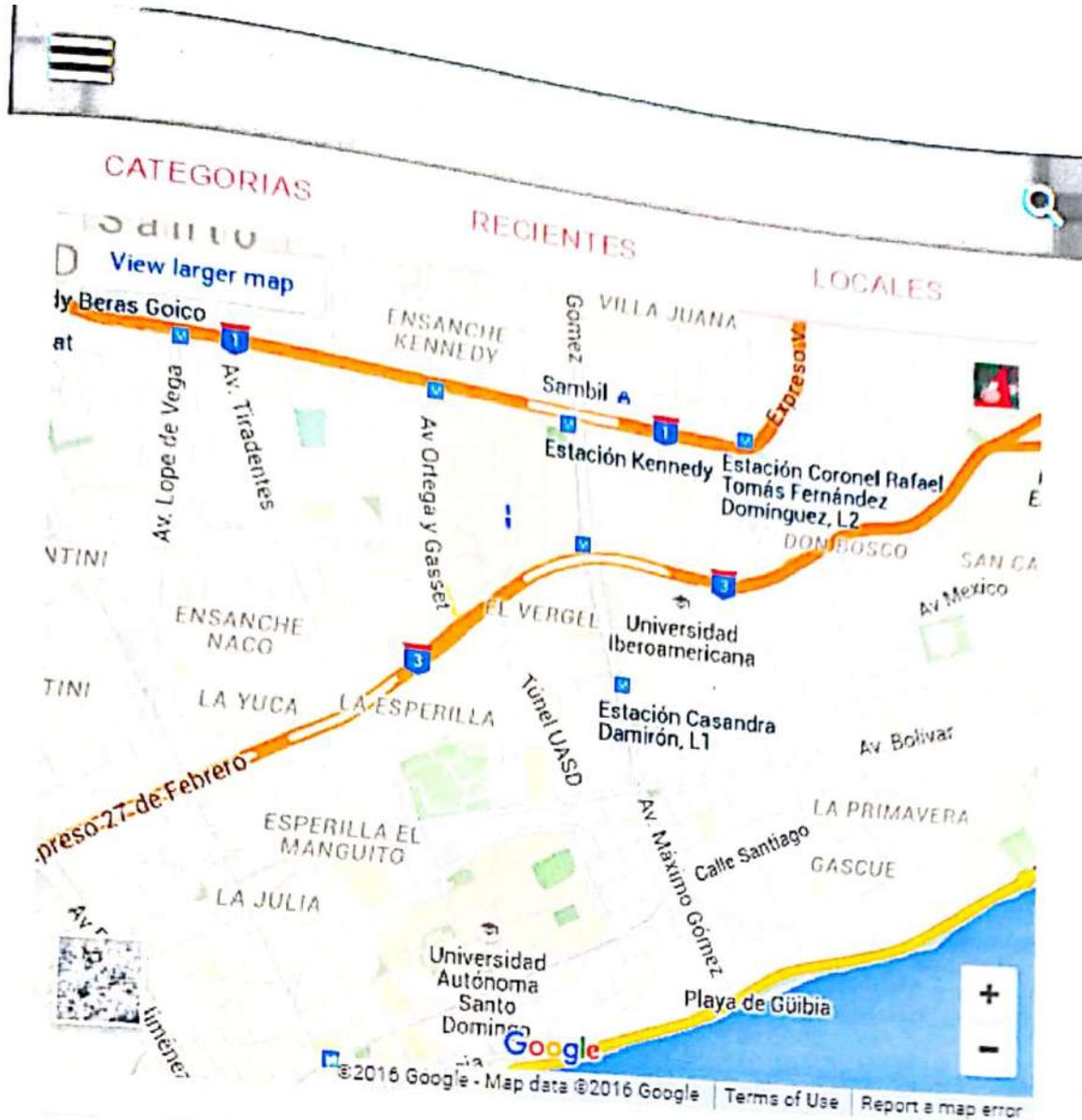


Disenador Grafico
5524 Propuestas



Escritor
6524 Propuestas





Fotografo

Se necesita con urgencia fotografo de modas.
RD\$8000



524 Propuestas



Disenador Web

Buscamos Disenador web que tenga conocimiento sobre .php
RD\$80000



44 Propuestas



Disenador Grafico

Creacion de linea grafica de una empresa de ropa.
RD\$40000



114 Propuestas

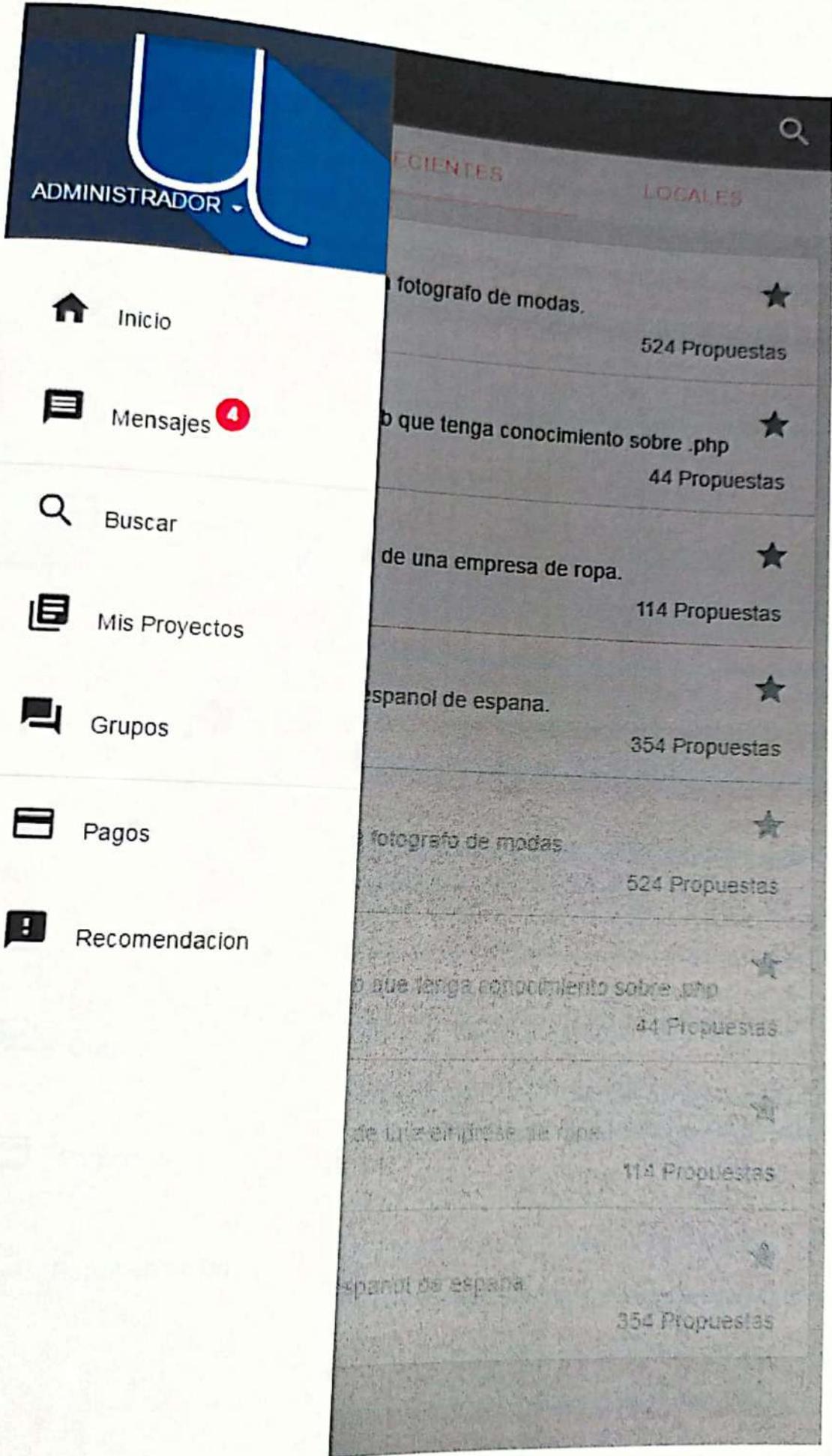


Escritor

Creacion de un libro en espanol de espana.
RD\$53000



354 Propuestas





ADMINISTRADOR

-  Perfil
-  Configuracion

 Desconectar

 Inicio

 Mensajes 4

 Buscar

 Mis Proyectos

 Grupos

 Pagos

 Recomendacion

CLIENTES

LOCALES

fotografo de modas. 
524 Propuestas

o que tenga conocimiento sobre .php 
44 Propuestas

de una empresa de ropa. 
114 Propuestas

espanol de espana. 
354 Propuestas

fotografo de modas. 
524 Propuestas

o que tenga conocimiento sobre .php 
44 Propuestas

de una empresa de ropa. 
114 Propuestas

espanol de espana. 
354 Propuestas



ADMINISTRADOR

- Inicio
- Mensajes **4**
- Bandeja **4**
- Promociones 7
- Eliminados 10
- Spam 2
- Buscar
- Mis Proyectos
- Grupos
- Pagos
- Recomendacion

ECIENTES LOCALES

fotografo de modas. 524 Propuestas

b que tenga conocimiento sobre .php 44 Propuestas

de una empresa de ropa. 114 Propuestas

espanol de espana. 354 Propuestas

fotografo de modas. 524 Propuestas

b que tenga conocimiento sobre .php 44 Propuestas

de una empresa de ropa. 114 Propuestas

espanol de espana. 354 Propuestas



Roger Waters

[WORKS](#)

[ABOUT](#)

[REVIEWS](#)

Address

Santo Domingo, Dominican Republic

Website

Nombre.union

Numero

809 555 5555

Nombre Cliente



Roger Waters

WORKS

ABOUT

REVIEWS



Nombre Cliente

This is a link



Notificaciones

Habilitar Notificaciones



Interface

Modo pantalla completa



Experimental

Geolocalizacion

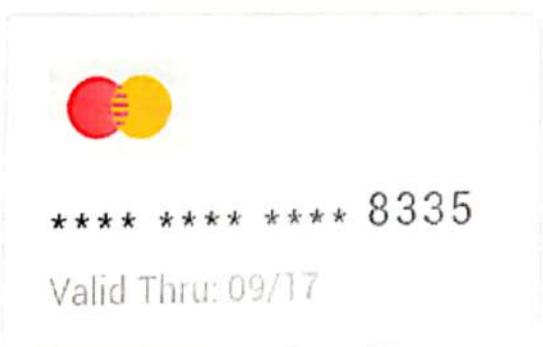
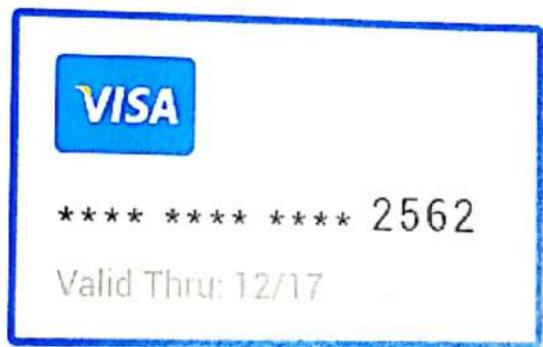


Experimental

Geolocalizacion



My Wallets





Mensajes

Crear Mensaje



Fermin

Gracias por colaborar con nosotros.

12:10 am



Jorge

Hola.

2:05 am



Luis

Favor de llamar cuando le sea posible

1:15 pm



Mc Pedro

Perfecto trabajo, el logo quedo muy chulo.

8:30 pm



Chris

Grupo de diseñadores necesita moderacion.

5:18 am



Carlos

Gracias por colaborar con nosotros.

6:38 am

Promociones

Vaciar Carpeta



Conoce a gente interesante.
Publicidad.

12:10 am



Estas Invitado.
Publicidad.

2:05 am



Invitacion al grupo elite.
Publicidad.

1:15 pm



Descubre como ganar mas con tu cuenta.
Publicidad.

8:30 pm



Te gustaria ganar un kit de disenadores?
Publicidad.

5:18 am



Ingresa a nuestro grupo.
Publicidad.

6:38 am



Mensajes no deseados

Eliminar Mensajes



Empresa solicita de su trabajo
Empresa solicita de su trabajo inmediatamente.



Empresa solicita de su trabajo
Empresa solicita de su trabajo inmediatamente.



Publicidad

Encuentra todas las agencias publicitarias de santo domingo.



Fotografo

Se necesita con urgencia fotografo de modas.

RD\$8000



524 Propuestas



Disenador Web

Buscamos Disenador web que tenga conocimiento sobre .php

RD\$80000



44 Propuestas



Disenador Grafico

Creacion de linea grafica de una empresa de ropa.

RD\$40000



114 Propuestas



Escritor

Creacion de un libro en espanol de espana.

RD\$53000



354 Propuestas



CREAR LA PORTADA DE UN LIBRO

Fotografía

Necesitas un fotografo?, contamos con una amplia variedad.



Fotografo

Se necesita con urgencia fotografo de modas.

RD\$8000



524 Propuestas



Disenador Web

Buscamos Disenador web que tenga conocimiento sobre .php

RD\$80000



44 Propuestas



Disenador Grafico

Creacion de linea grafica de una empresa de ropa.

RD\$40000



114 Propuestas



Escritor

Creacion de un libro en espanol de espana.

RD\$53000



354 Propuestas

CREAR LA PORTADA DE UN LIBRO

DETALLES

CONCURSANTES



Bryan Cranston
Artista Grafico.
3550 Puntos de Habilidades



Aaron Paul
Artista Grafico.
1250 Puntos de Habilidades



Bob Odenkirk
Artista Grafico.
2230 Puntos de Habilidades



Paul
Artista Grafico.
250 Puntos de Habilidades



Pedro
Fotografo.
550 Puntos de Habilidades



Dural
Artista Grafico.
1350 Puntos de Habilidades



Rafu
Artista Grafico.
1250 Puntos de Habilidades





FREELANCER

EMPLEADOR

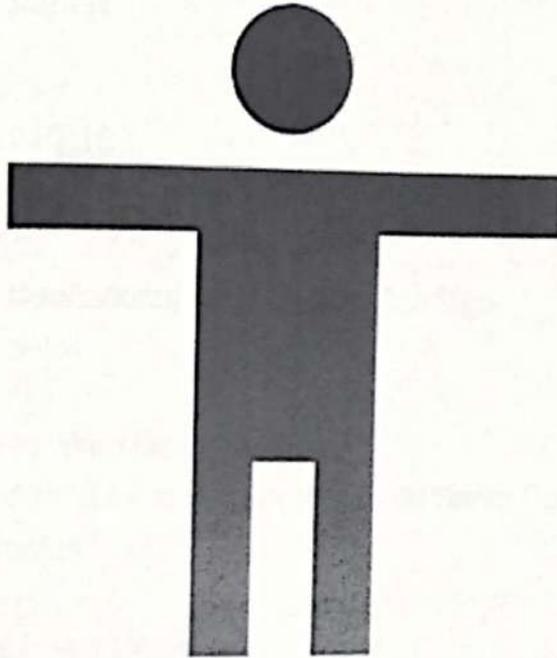


BUSCAR PROYECTO



FREELANCER

EMPLEADOR



PUBLICAR PROYECTO



Administrador

Create Group



Diseñadores Santo Domingo

Grupo de diseñadores en el area de Santo Domingo.
1150 Integrantes

44 new

Grupos que sigue



Diseñadores Santiago

Grupo de diseñadores en el area de Santiago.
250 Integrantes

4 new



Diseñadores Web Santo Domingo

Grupo de diseñadores web en el area de Santo Domingo.
550 Integrantes

1



Fotografos Santo Domingo

Grupo de fotografos en el area de Santo Domingo.
1350 Integrantes

5



Fotografos Punta Cana

Grupo de fotografos en el area de Punta Cana.
1250 Integrantes

1



PAGOS

Balance

RD\$ 39,600.00

Cuenta No

MTGIAS01

Fecha de registro

22.03.2016

Verificar telefono

Manten tu cuenta segura y notificada.

VERIFICAR



Titulo

Mensaje

ENVIAR >

3.6.9 Implementación

Ya terminada la aplicación móvil "UNION" se procederá a exportar, subirla a las tiendas de aplicaciones móviles y luego se descargara e instalará en los dispositivos móviles. Al ser ejecutada el usuario va a contar con un buscador y un menú principal en todas las pantallas que le permitirá acceder a todos los contenidos de la aplicación.

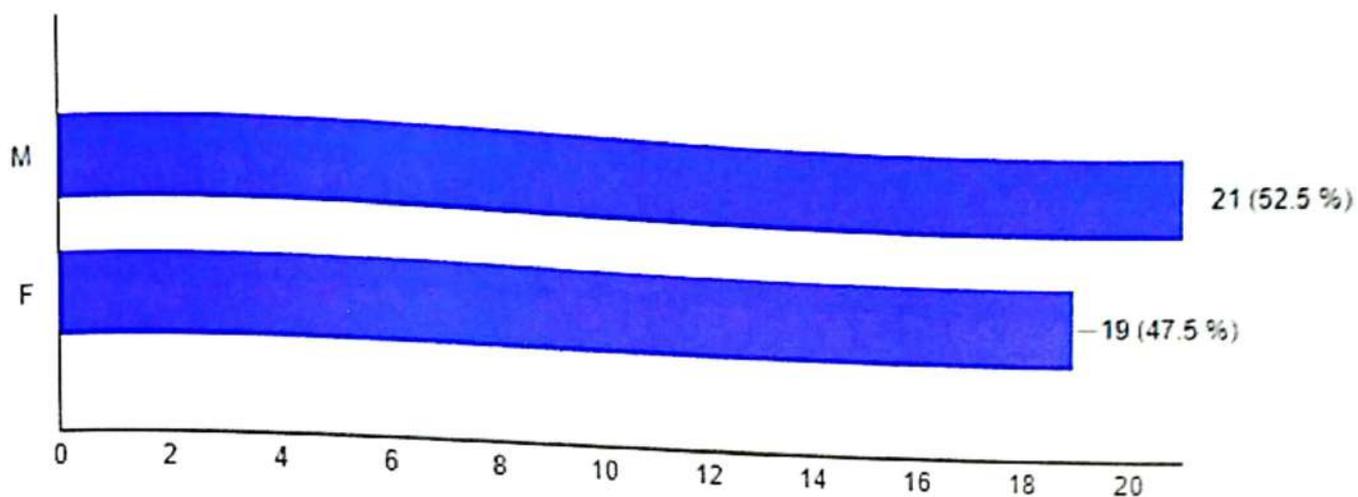
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

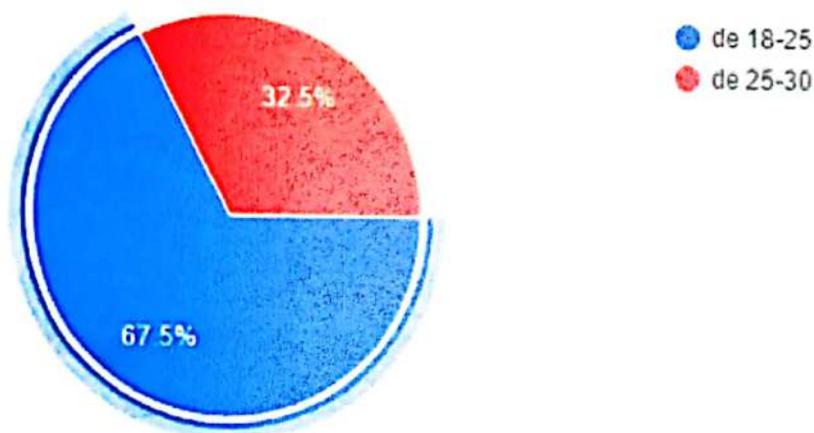
4.1 Datos encontrados por estudio de datos.

a) Resultados de la encuesta.

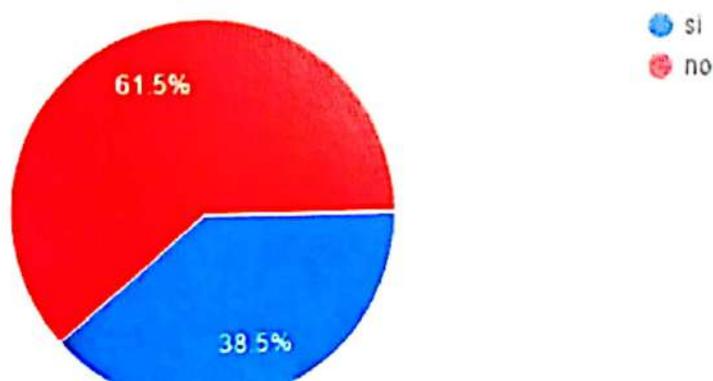
Sexo (40 respuestas)



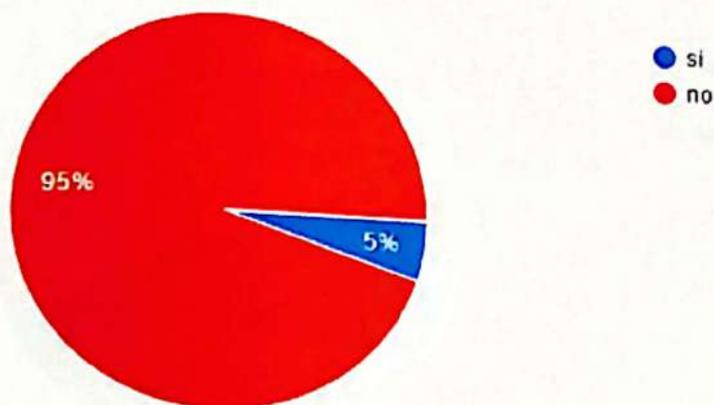
Edad (40 respuestas)



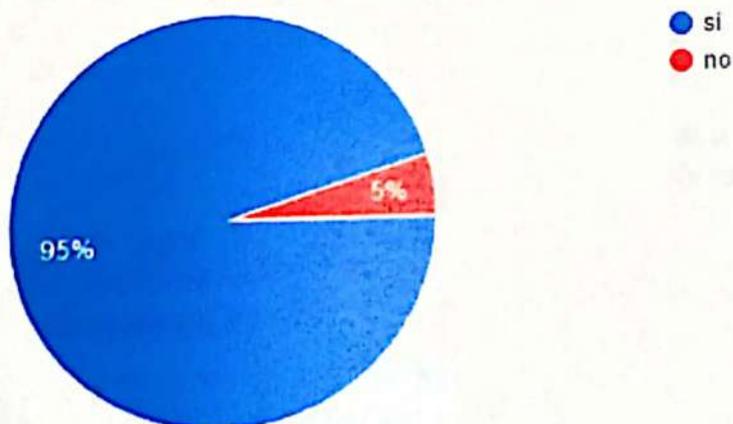
Has usado redes sociales de negocios publicitarios antes? (39 respuestas)



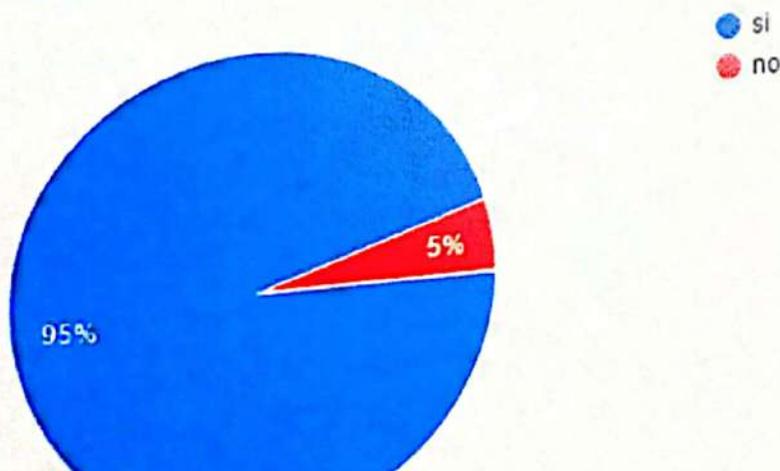
Ha usado una red social de negocios publicitarios Dominicana? (40 respuestas)



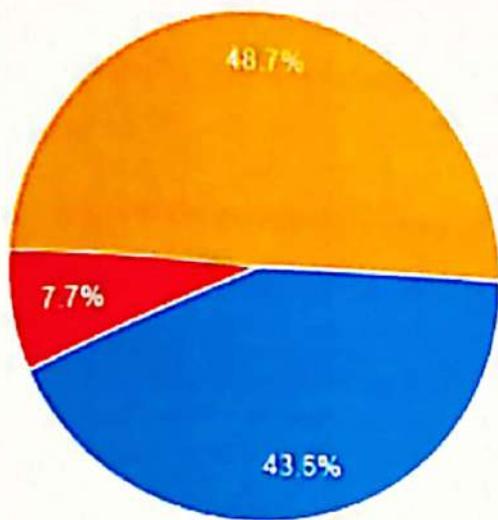
Le gustaria que se creara una red social de negocios publicitarios Dominicana donde se encuentren trabajos locales e internacionales? (40 respuestas)



Crees factible una red social de negocios publicitarios donde los estudiantes puedan generar ingresos con ella? (40 respuestas)

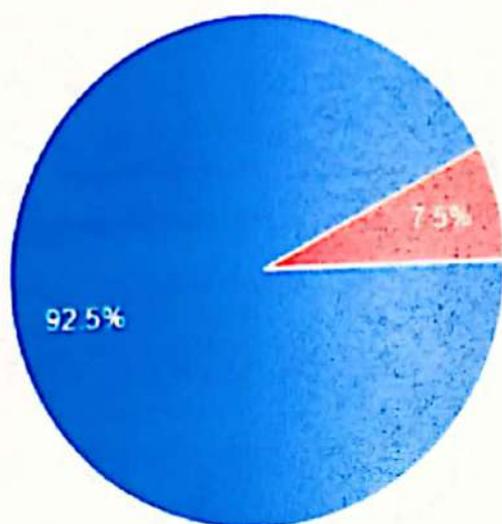


Le gustaría que la red social fuera app, página web o ambas? (39 respuestas)



- App
- Página web
- Ambas

Cree usted que es bueno que se creen redes sociales de contenido específico (negocios, universitarias, deportes etc) ? (40 respuestas)



- si
- no

CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN

CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN

Conclusión

La creación de una red social de negocios principalmente para estudiantes los cuales todavía no están laborando era el objetivo más importante de este trabajo. La creación detalla de una red específica donde la comunicación entre cliente y diseñador fue uno de los puntos de enfoque principal.

En esta investigación se demostró cada uno de los pasos que hay que dar para poder crear una aplicación que pudiera cumplir los objetivos que nos habíamos propuesto al final, al igual se mostró cada uno de los requisitos que una aplicación debe de cumplir para poder entrar al mercado hoy en día, sin importa al sistema operativo al que se dirija.

Se determinó la creación de la red social en un App para distintos sistemas operativos ya que esto le permite al cliente y al diseñador poder cerrar sus negocios desde cualquier parte solo accediendo con su celular a la plataforma.

Cada detalle agregado a la aplicación fue pensado en las necesidades principalmente de cada uno de los estudiantes, creando una aplicación segura y fácil de manejar para que puedan dar sus primeros pasos en negocios relacionados a su carrera.

Finalmente, según las encuestas realizadas se determinaron qué tanto se necesita este tipo de red social, donde un 95% de jóvenes entre 18-25 años no ha usado una red social específica de publicidad (publicistas entrevistados), y teniendo el

apoyo del mismo porcentaje en que si es factible y necesaria dicha red, así concluimos un proyecto que promete mucho futuro dentro de la juventud y dentro del País.

CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA.

Bibliografía

- Salud.facilísimo.com,, (2016). Claves psicológicas del Buen uso de las redes sociales: tomamos nota para. Retrieved 6 February 2016, from http://salud.facilísimo.com/reportajes/psicologia/claves-psicologicas-del-uso-de-las-redes-sociales_861308.html
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2011). Generación de modelos de negocio. [Barcelona]: Deusto.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación (7th ed., p. 19). Buenos Aires, Argentina.
- Hassan, Y., Fernández, M., J, F., & Iazza, G. (2012). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF). Upf.edu. Retrieved 1 February 2016, from https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html
- Wong, W. (1971). Fundamentos del diseño (7th ed., p. 1). Barcelona: Gustavo Gili.
- Scheler, U., Hecke, S., & Carvajal Pedrero, R. (2002). Networking como factor de éxito. Barcelona: Gestión 2000.
- Fumero, A., & Roca, G. (2007). Web 2.0 (p. 1). Santo Domingo, República Dominicana
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos del marketing (6th ed., p. 1). Mexico.

- API de Maps: análisis y desarrollo de aplicaciones. (2016). Google.com.
Retrieved 27 March 2016, from
<https://www.google.com/intx/es/work/mapsearch/products/mapsapi.html>
- Robledo Sacristán, C., & Robledo Fernández, D. (2016). Programación en Android (1st ed.). Susana Perez Marin. Retrieved from
<https://books.google.com.do/books?id=Zi8bAgAAQBAJ&pg=PT4&dq=que+es+android&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgpMqfudTLAhVCoX4KHb5QD10Q6AEIGjAA#v=onepage&q&f=true>
- Wolf, G., Ruiz, E., Bergero, F., & Meza, E. (2015). Fundamentos de sistemas operativos (p. 30). México D.F.
http://sistop.org/pdf/sistemas_operativos.pdf
- Creativa, G. (2016). Guerra Creativa | Recibe más de 50 diseños y encuentra el logo que amas. [online] Guerra-creativa.com. Available at:
<http://www.guerra-creativa.com/es> [Accessed 1 Apr. 2016].
- Freelancer. (2016). Login to Hire Freelancers & Find Work | Freelancer. [online] Available at: <https://www.freelancer.com.es/dashboard/> [Accessed 1 Apr. 2016].
- Creativa, G. (2016). Guerra Creativa | Recibe más de 50 diseños y encuentra el logo que amas. [online] Guerra-creativa.com. Available at:
<http://www.guerra-creativa.com/es> [Accessed 1 Apr. 2016].

CAPITULO VII: ANEXOS.

CAPITULO VII: ANEXOS

7.1 Anexo 1: Anteproyecto corregido

SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Creación de una red social “Unión”, para ofrecer oportunidad de negocios en el ámbito publicitario, Santo Domingo, a la comunidad UNAPEC, 2016.

Objeto de estudio:

Crear una red social con filtro, específica, que accionen al Público a una solución directa al problema que tengan en momentos claves.

Cierre de estudio en campos universitarios (Universidad APEC Santo Domingo) mediante red social de negocios con soluciones directas a problemas de ámbito publicitario.

Mediante mecanismos de programación y virtualización de esquemas orientados a la solución de negocios.

¿Qué son las redes sociales? Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social, cuyo origen proviene de la filosofía Web 2.0. Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno digital (Cabrera, 2010: 117).

Definición del tema

El mundo de las redes sociales o social Network es un tema que ya es bastante amplio en el mundo virtual, existen numerosas redes sociales con el fin de unir a personas que viven a una gran distancia al instante, mediante el Networking redes como Facebook, Instagram, Twitter entre otras, se han encargado de crear hábitos y tendencias a un nivel socio cultural increíble, medios sumamente efectivos para hacer campañas de toda índole, movimientos en contra de la delincuencia, asuntos políticos, chismes, entre otras cosas, un gran aporte a la humanidad, pero a la vez un problema, porque al ser tan genéricas, no consiguen en sí, crear un auge o enfoque contundente en temas específicos.

Facebook, una gran red social, con amplia gama de elementos que nos ayudan a encontrar algo que buscamos, pero el enfoque de la red es tan genérico que nos perdemos, nos distraemos de lo que en verdad es la red, simplemente una red donde publicas, recibes likes, y otros ven lo que publicas, Punto.

Una social Network enfocada, directa, específica y esquematizada, donde te enfoques directamente con verdaderas problemáticas, una de las patas cojas de Facebook y las demás redes sociales.

Crear una nueva tendencia, un nuevo comienzo, una red social donde se dividan las cosas por renglones y sea enfocada a una sola problemática, soluciones rápidas y directas.

En este proyecto nos embarcaremos en modificar el manejo actual que las grandes redes de la actualidad llevan consigo, buscaremos una forma de crear una red enfocada a cosas puntuales y directas, y sub dividida en renglones, cada cosa en su lugar.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Contenido sin filtro de parte de la red, ese es el problema de las redes actuales, entras a una red, y no hay restricciones, puedes reportar spam, pero eso nada hace, entras a un Facebook donde ves de todo y para todo, donde no hay un filtro, donde simplemente eres tú mismo quien decide ver o no lo que este en tu muro.

Por lo tanto, para trabajar esta problemática, debemos enfocar una red a un solo punto, e ir catalogando y subdividiendo los renglones, para así tener una red compacta donde las personas entren a resolver problemas específicos y que no se topen con un post desagradable o inoportuno al buscar lo que realmente quiere resolver.

Diseñar un mecanismo nuevo de especificaciones y así como se clasifican los programas de televisión, organizar y clasificar lo que el público busca.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo General:

Crear una red social específica de negocios, para necesidades específicas, en nuestro caso, el ámbito de la publicidad y el diseño gráfico que permita o posibilite la interacción de negocio con una forma de pago online y de forma virtual.

Objetivos Específicos:

1. Analizar los pro y los contra de una red social específica (de negocios) dentro de Santo Domingo en la Universidad APEC.
2. Como afectaría una nueva forma de crear redes sociales con enfoques directos
3. Ver que problemas han tenido las redes sociales a nivel mundial cuando son sumamente abiertas y sin restricciones.
4. Funcionamiento de un nuevo esquema de redes específicas y la reacción del público a ella.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El manejo de social network abiertas es un tema que se pasa por alto, esto porque no tiene un filtro, el dueño o propietario de dicha red solo advierte que eres responsable de lo que hagas dentro de ella, estas expuesto a información continua que de manera inconsciente va afectando tu forma de ver el mundo a corto y largo plazo, publicaciones morbosas a las cuales tus hijos tienen acceso fácil, cualquier

asesinato, entre otras cosas, son las que se filtran sin control mediante las redes que no tienen un renglón, una forma de esquematizar las áreas, y así darle un mejor funcionamiento a cada interés de cada persona.

Puedes hacer un grupo de médicos en Facebook, pero, al ser una red sin filtro y abierta donde tú eres el responsable de tus actos, la posibilidad de que el grupo de médicos llegue a cumplir sus objetivos es de un 20%.

MARCO DE REFERENCIA

Marco teórico

Las redes sociales

Las redes sociales son estructuras las cuales se componen por usuarios virtuales los cuales comparten informaciones entre sí. En la actualidad existen un sin número de redes sociales las cuales se dividen dependiendo la necesidad del usuario. Para mencionar algunas redes sociales las cuales son muy generales como en el caso de Facebook, twitter e Instagram, otros tipos de redes sociales se enfocan más en lo que es el ámbito profesional como es LinkedIn por mencionar una, o redes sociales enfocadas en temas específicos como Pinterest o YouTube.

GALLEGO, J.

Comunidades Virtuales y Redes Sociales.

Para Boyd y Ellison, la definición de una red social, tal y como la conocemos hoy en día es la siguiente: "Se trata de un servicio Web que permite a individuos: 1)

Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema compartido 2)
Articular una lista de usuarios del sistema con los que compartir una conexión 3)
Ver y navegar a través de la lista de conexiones propias y de las del resto de usuarios". Esto marca una clara distinción con fenómenos de comunicación social vía Internet que habían surgido anteriormente, o siguen existiendo en paralelo, como los Bulletin Board Systems" o BBS, de los que hay que destacar el mítico "The Well", (probablemente la primera comunidad online existente, nacida en 1985 bajo la forma de una BBS), o programas de mensajería instantánea como Messenger o ICQ, donde se carece de perfil público o de una lista de conexiones. La forma de definir estas relaciones varía de red en red, pero las más frecuentes son: "amigo", "fan", "contacto" o "seguidor", dependiendo del tipo de red en que nos encontremos.

En el texto: (Gallego, n.d.)

Bibliografía: Gallego, J. Comunidades Virtuales y Redes Sociales. (p. 1).

Psicología del uso de las redes sociales

En la actualidad el uso de redes sociales es algo muy común en la sociedad, son muy pocas las personas con acceso a internet la cual no tenga un cuenta de Facebook, Instagram o twitter, muchas de las personas utilizan sus redes para compartir cosas entre su círculo de amigos y otras para promocionar sus empresas y sus servicios. En el plano psicológico la mayoría de las cosas que las personas muestran en sus redes sociales le da información a las otras personas

de hasta por lo que está pasando en un momento de su vida o su estado de ánimo.

SALUD.FACILISIMO.COM

Claves psicológicas del Buen uso de las redes sociales: tomamos nota para

¿Nuestra identidad virtual define quienes somos realmente o nos muestra una versión idealizada o distorsionada de nuestra personalidad? “Lo que mostramos al exterior, bien virtual o real, nos da información acerca de la persona, sin duda. Si, por ejemplo, colgamos una foto de perfil de una persona que no somos nosotros evidentemente la imagen no corresponde con la realidad, pero lo que sí dice mucho de la persona es el hecho de que haya mostrado una imagen distinta”, apunta Amaya Terrón. Mucho qué decir de nosotros también tiene nuestra foto de perfil. Desde el plano psicológico existe mucha información detrás de nuestra foto de perfil, “las fotos que tenemos expuestas al público en nuestros perfiles sociales son exquisitamente escogidas. No son fotos aleatorias, todas tienen un significado y un sentido relacionado con la persona y la circunstancia que esté viviendo en ese momento”.

En el texto: (Salud.facilísimo.com, 2016)

Bibliografía: Salud.facilísimo.com,. (2016). Claves psicológicas del Buen uso de las redes sociales: tomamos nota para. Retrieved 6 February 2016, from http://salud.facilísimo.com/reportajes/psicologia/claves-psicologicas-del-uso-de-las-redes-sociales_861308.html

Modelos de negocios en internet

Los negocios en internet se dividen en algunos tipos como podrían ser dependiendo de su alcance, existen modelos de negocios locales, como las revistas de fiestas las cuales únicamente publican eventos que se van a realizar en la ciudad, también existen de tipos nacional, como las tiendas de videos juegos que solo funcionan en un país, manejando solo la moneda local.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. Y CLARK, T.

Generación de modelos de negocio

Un modelo de negocios puede ser descrito a través de nueve bloques que muestran la lógica de cómo una empresa pretende hacer dinero. Los nueve bloques cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad financiera. El modelo de negocios es como el plano para una estrategia a implementar a través de las estructuras de la organización, sus procesos y sistemas.

En el texto: (Osterwalder, Pigneur & Clark, 2011)

Bibliografía: Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2011). Generación de modelos de negocio. [Barcelona]: Deusto.

Diseño gráfico y comunicación

El significado del término "diseño gráfico" está sujeto a una larga serie de interpretaciones. En este libro la palabra "diseño" se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar, organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir

comunicaciones visuales. La palabra "diseño" se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. El verbo "diseñar" se usará en relación con el proceso mencionado y no como sinónimo de dibujar, aunque esta acción pueda a veces ser parte de ese proceso. La palabra "gráfico" califica en este libro a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. ... "gráfico" no significa dibujos, grabados, figuras, grafismos ni ornamentos, como puede ser en el caso de otros contextos. Las dos palabras juntas: "diseño gráfico", desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión..... En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad.

En el texto: (Frascara, 2000)

Bibliografía: Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación (7th ed., p. 19). Buenos Aires, Argentina.

HASSAN, Y., FERNÁNDEZ, M., J, F. Y IAZZA, G.

El Diseño web

Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF)

Con el objetivo de evitar la sobrecarga informativa, en el diseño de cada interfaz se debe tener en cuenta el comportamiento del usuario en el barrido visual de la página, distribuyendo los elementos de información y navegación según su importancia en zonas de mayor o menor jerarquía visual - por ejemplo, las zonas superiores del interfaz poseen más jerarquía visual que las inferiores-. Además de la posición de cada elemento en la interfaz, existen otras técnicas para jerarquizar información como son: uso del tamaño y espacio ocupado por cada elemento para otorgarle importancia en la jerarquía visual, utilización del contraste de color para discriminar y distribuir información, uso de efectos tipográficos para enfatizar contenidos, rotura de la simetría y uso de efectos de relieve / profundidad para resaltar elementos, etc. Además de evitar la sobrecarga informativa jerarquizando los contenidos mediante las técnicas descritas, para evitar la sobrecarga memorística se recomienda definir menús de navegación con un número de opciones reducido, normalmente no más de nueve diferentes. Otro aspecto importante en el diseño visual del sitio es la accesibilidad. En el uso de colores, por ejemplo, se debe ofrecer suficiente contraste entre texto y fondo para no dificultar la lectura, e igualmente seleccionar combinaciones de colores teniendo siempre en cuenta las discapacidades visuales en la percepción del color que pudieran presentar nuestros usuarios. Al utilizar imágenes en el diseño, por motivos de accesibilidad y comprensibilidad, se debe cuidar su resolución y

tamaño, así como en fotografías la no pérdida de significación o contexto por recorte o minimización excesiva de la imagen. Desde una perspectiva más amplia del diseño visual del sitio es importante mantener una coherencia y estilo común entre todas las páginas, proporcionando una consistencia visual a todo el sitio. Para asegurar que esta coherencia se cumple, es útil elaborar un libro o guía de estilo que sirva de documento referencia para todo el equipo de desarrollo.

En el texto: (Hassan, Fernández, J & Iazza, 2012)

Bibliografía: Hassan, Y., Fernández, M., J. F., & Iazza, G. (2012). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF). Upf.edu. Retrieved 1 February 2016, from https://www.upf.edu/hipertexto/net/numero-2/diseño_web.html

tamaño, así como en fotografías la no pérdida de significación o contexto por recorte o minimización excesiva de la imagen. Desde una perspectiva más amplia del diseño visual del sitio es importante mantener una coherencia y estilo común entre todas las páginas, proporcionando una consistencia visual a todo el sitio. Para asegurar que esta coherencia se cumple, es útil elaborar un libro o guía de estilo que sirva de documento referencia para todo el equipo de desarrollo.

En el texto: (Hassan, Fernández, J & Iazza, 2012)

Bibliografía: Hassan, Y., Fernández, M., J, F., & Iazza, G. (2012). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información - Hipertexto - (UPF). Upf.edu. Retrieved 1 February 2016, from https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html

MARCO CONCEPTUAL

Diseño

Según WONG, W. define:

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. . En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.”

En el texto: (Wong, 1971)

Bibliografía: Wong, W. (1971). Fundamentos del diseño (7th ed., p. 1). Barcelona: Gustavo Gili.

Networking

SCHELER, U., HECKELE, S. Y CARVAJAL PEDRERO, R.

Networking como factor de éxito

La palabra **networking** proviene del inglés y significa, trabajar en y con redes. Posee varios usos: atar redes y repararlas, pescar, unir ordenadores a través de cables, organizar vías de comunicación o estructurar pensamientos.

Networking es una forma sistemática de cuidar las relaciones con amigos, conocidos, compañeros de negocios y benefactores.

En el texto: (Scheler, Heckeke & Carvajal Pedrero, 2002)

Bibliografía: Scheler, U., Heckeke, S., & Carvajal Pedrero, R. (2002). Networking como factor de éxito. Barcelona: Gestión 2000.

Web 2.0

FUMERO, A. Y ROCA, G.

Web 2.0

La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo.

En el texto: (Fumero & Roca, 2007)

Bibliografía: Fumero, A., & Roca, G. (2007). Web 2.0 (p. 1). Santo Domingo, República Dominicana.

Publicidad

KOTLER, P. K. Y ARMSTRONG, G.

Fundamentos del marketing

"Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"

En el texto: (Kotler & Armstrong, 2003)

Bibliografía: Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos del marketing (6th ed., p. 1). Mexico.

Usuario

DEFINICIÓN.DE

Definición de usuario — Definicion.de

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

En el texto: (Definición.de, 2016)

Bibliografía: Definición.de,. (2016). Definición de usuario — Definicion.de. Retrieved 7 February 2016, from <http://definicion.de/usuario/>

ASPECTOS METODOLÓGICOS.

Tipo de estudio.

En el estudio a realizarse se utilizarán los tipos de investigación siguientes:

Descriptivo: este sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta el problema de la investigación.

Este tipo de investigación nos ayudara a lograr establecer las características que buscan los usuarios en una aplicación móvil basada en el ámbito de negocios, identificando a si el comportamiento y actitud que toman con los ofertantes de servicios.

Básica: La investigación será básica porque se llevará a cabo con el fin de incrementar el conocimiento de los campos sociales entre las aplicaciones móviles.

Esto nos ayudara a recopilar información para luego ser analizada y aplicada a fin de lograr que contribuya a un mejor manejo o clasificación de usuarios. Todo esto con el propósito de evitar problemas futuros de organización.

Documental: Se realizarán recaudación de información de diferentes fuentes como encuestas o páginas webs para conocer los distintos puntos de vista que tiene cada usuario acerca de las aplicaciones móviles sociales o de negocios.

Con esto tendremos claro cómo podremos estructurar correctamente la interfaz de la aplicación, adaptándose adecuadamente a los estándares actuales de las interfaces móviles de los distintos sistemas operativos móviles en la actualidad

Métodos de Investigación.

Los métodos a utilizar serán los siguientes:

Contextual: Permite observar la motivación del usuario mientras interactúa con un sistema similar al que se va a diseñar o implementar.

Utilizaremos esta información para reconocer los errores y carencias de otras aplicaciones similares para poder elaborar una aplicación más fluida sin contar con los problemas de interfaz con los cuales cuentan otras aplicaciones

Análisis: Para este proyecto es preciso conocer si esta plataforma puede ser compatible a los diferentes estándares de diseño de los sistemas operativos móviles actuales.

Esto nos ayudara a preparar una plataforma estable, adecuada y correctamente interactiva dependiendo de las funcionalidades que ofrece el sistema operativo del dispositivo móvil.

Síntesis: Se deben integrar todos resultados derivados del análisis en una sola conclusión, para así poder analizar y ordenar correctamente la distribución de las diferentes áreas y clasificaciones de trabajos que van a componer la aplicación.

Estadísticos: Los datos numéricos serán muy importantes en esta investigación debido a que es necesario medir algunas variables como los niveles de aceptación de los contratistas y de los ofertantes.

Esto nos ayudara a crear un plan estratégico que nos ayude a mantener nuestros usuarios en constante actividad dentro de la aplicación y evitar que se muestren desinteresados hacia la red social.

Técnicas de Investigación

Las técnicas propuestas para esta investigación son:

Entrevistas: Permite a los entrevistados dar toda la información que considere necesaria, ya que puede expresarse de manera más abierta y espontánea.

Encuestas: Permiten acumular información precisa sobre puntos que se necesiten destacar para la realización del trabajo de grado, aportando datos cualitativos y cuantitativos. Estas se realizarán personal y online.

Observación: Utilizada para analizar cada detalle de los análisis, también sirve de soporte para corroborar los datos recolectados para su posterior análisis.

TABLA DE CONTENIDO DEL INFORME FINAL.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO

ESTRUCTURA GENERAL

-DEDICATORIAS

-AGRADECIMIENTOS

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

CAPITULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 MARCO TEÓRICO

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.3 METODO DE INVESTIGACIÓN

2.4 PROCEDIMIENTOS

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACION

CAPITULO III: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 CREACIÓN DE UNION COMO MARCA

- 3.1.1 CARACTERÍSTICAS DE UNION COMO RED SOCIAL DE NEGOCIOS.
- 3.2 SISTEMAS OPERATIVOS MÓVILES
 - 3.2.1 ANDROID Y SU LANZAMIENTO
 - 3.2.2 IOS Y SU LANZAMIENTO
 - 3.2.3 WINDOWS PHONE Y SU LANZAMIENTO
- 3.3 REDES SOCIALES DE NEGOCIOS PUBLICITARIOS.
 - 3.3.1 CHOOSA
 - 3.3.2 FREELANCER
 - 3.3.3 DESINGCROWD
- 3.4 MERCADO DE APLICACIONES
 - 3.4.1 APP STORE APPLE
 - 3.4.2 GOOGLE PLAY
 - 3.4.3 WINDOWS PHONE STORE
- 3.5 MODELO DE NEGOCIOS ONLINE
 - 3.5.2 MODELO DE NEGOCIO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES
 - 3.5.2.1 IDEA DE NEGOCIO
 - 3.5.2.2 MODELO DE REPARTO DE BENEFICIOS
- 3.6 GEOLOCALIZACIÓN DE CONTACTOS O CONTACTMAP
 - 3.6.1 ANÁLISIS Y DISEÑO DE INTERFAZ
 - 3.6.2 OBJETIVOS DE CONTACTMAP
 - 3.6.3 CASOS DE USO

3.6.4 ACCESO A GOOGLE MAPS

3.6.5 GESTIONAR ELEMENTOS DEL MAPA

3.6.6 CONTROL Y GESTIÓN DE LA SEÑAL GPS

3.8 MANUAL DE IDENTIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE LA INTERFAZ DE UNIÓN

3.8.1 MANUAL DE IDENTIDAD

3.8.2 CARACTERÍSTICAS DE LA INTERFAZ DE UNIÓN

3.8.3 FUNCIONAMIENTO.

3.8.4 DISEÑO

3.8.5 IMPLEMENTACIÓN

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 DATOS ENCONTRADOS POR ESTUDIO DE DATOS

CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN

CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO VII: ANEXOS

7.1 Anexo 2: Anotaciones

Encuesta

Red social de negocios publicitarios

* Required

Sexo *

M

F

Edad *

de 18-25

de 25-30

Has usado redes sociales de negocios publicitarios antes?

si

no

Ha usado una red social de negocios publicitarios Dominicana?

si

no

Le gustaria que se creara una red social de negocios publicitarios Dominicana donde se encuentren trabajos locales e internacionales?

si

no

Que opina si la red social se implementa en las universidades con el fin de que estudiantes de termino que aun no esten trabajando puedan acceder y ganar dinero con dicha red ? *

Your answer

Crees factible una red social de negocios publicitarios donde los estudiantes puedan generar ingresos con ella?

si

no

Le gustaría que la red social fuera app, página web o ambas?

App

Página web

Ambas

Cree usted que es bueno que se creen redes sociales de contenido específico (negocios, universitarias, deportes etc) ? *

si

no

SUBMIT