

Salir, creación de un prototipo de aplicativo
móvil y plataforma digital para visibilizar los
eventos y actividades culturales en el municipio
de Soacha

José Guillermo Castillo Calderón

Diego Alexander Arias Lozano

Tecnología en Comunicación gráfica
Ciencias de la Comunicación
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Proyecto de grado
Soacha- Cundinamarca
2017

Salir, creación de un prototipo de aplicativo
móvil y plataforma digital para visibilizar los
eventos y actividades culturales en el municipio
de Soacha.

Tecnología en Comunicación gráfica
Ciencias de la Comunicación
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Proyecto de grado

Soacha- Cundinamarca
2017

Índice

1.	Resumen.....	1
2.	Introducción.....	2
3.	Pregunta Problema.....	3
4.	Planteamiento del Problema.....	3
5.	Interfaz de investigación.....	6
6.	Justificación.....	7
7.	Marco Teórico.....	9
	7.1 Ocio Recreativo	9
	7.2. Ocio Negativo.....	12
	7.3. Ocio Productivo	13
	7.4. Jóvenes y Ocio	16
	7.5 Comunicación y Jóvenes.....	20
8.	Marco Conceptual.....	23
	8.1. Cultura.....	23
	8.2. Jóvenes.....	25
	8.3. Ocio.....	27
	8.4. Soacha.....	29
	8.5. Iconografía.....	31
	8.6. Herramientas gráficas.....	32
	8.7. Dispositivos móviles.....	33
	8.8. Aplicación móvil	34
	8.9 Plataforma digital.....	38
	8.10 Proveedor de contenidos	39
	8.11 E-tailer	40
9.	Antecedentes.....	41
10.	Objetivos.....	45
11.	Límites y alcances.....	46
12.	Metodología e instrumentos de recolección de información.....	47
13.	Justificación de la pieza gráfica.....	64
14.	Desarrollo de la pieza gráfica	67
15.	Presupuesto de desarrollo y publicidad	97
16.	Conclusiones	98
17.	Bibliografía	100
18.	Anexos	101

1. Abstract

The research project addresses the issue of occupation of leisure in young people and how to show a crossing of the use of mobile applications information about cultural activities in the municipality of Soacha, therefore both the identification of the media And the dissemination of places that promote cultural development and analyze the usability given by young people to their free time and their mobile device through a research process in which it seeks to have conclusions that guide the development and implementation of a prototype Which will be implemented through a digital platform, which seeks to guide the young to participate in the cultural calendar of the municipality as the axis of their personal training.

Resumen

El proyecto de investigación aborda el tema de la ocupación del ocio en los jóvenes y como mostrar a través del uso de aplicaciones móviles la información acerca de las actividades culturales en el municipio de Soacha, por tanto, se identifica los medios de comunicación y divulgación de lugares que promueven el desarrollo cultural, se analiza la usabilidad que dan los jóvenes a su tiempo libre y a su dispositivo móvil mediante un proceso investigativo en el que se busca tener conclusiones que orienten a la elaboración e implementación de un prototipo de app el cual se promoverá por medio de una plataforma digital, en la que se busca orientar al joven a participar del cronograma cultural del municipio como eje de su formación personal.

2. Introducción

Este documento muestra el proceso investigativo y de desarrollo que se llevó a cabo para el proyecto Salir el cual se basa en un aplicativo móvil enlazado y promocionado a través de plataformas digitales consiste en mostrar las actividades culturales del municipio de Soacha con el fin de integrar a los jóvenes entre 15 y 24 años a participar de ellas evitando ocupar su tiempo en actividades negativas contribuyendo a su desarrollo personal y a fortalecer la identidad cultural del municipio.

La problemática de investigación surge por el interés de conocer los lugares que realizan actividades culturales en Soacha y saber si hay participación por parte de los jóvenes, partiendo de esto surgen nuevos cuestionamientos entorno a los medios en que informan su cronograma estos sitios y la ocupación del tiempo de ocio en jóvenes una vez de identifica esta problemática el grupo investigador decide hacer una posible estrategia desde el área de la Comunicación Gráfica.

Se hace uso de varios instrumentos de investigación como la encuesta, entrevista y observación con el fin de analizar y tener información precisa que lleven a cumplir con los objetivos planteados partiendo de referentes que permitan encaminar al desarrollo del proyecto

El producto final se enfoca a jóvenes basado en un entorno digital compuesto por varios componentes partiendo de un prototipo de aplicativo móvil sobre el cronograma cultural del municipio.

3. Pregunta problema

¿Cómo a través de la comunicación gráfica se puede potenciar un prototipo de aplicación para dispositivos móviles que visibilice la actualidad cultural del municipio de Soacha?

4. Planteamiento del problema

La comunicación, factor fundamental en las sociedades desde el principio de los tiempos e influenciada desde el primer Neandertal hasta la actualidad, la comunicación como la conocemos ha tenido una evolución considerable, en los inicios los jeroglíficos, petroglifos, runas, entre otros objetos gráficos que permitieron entender el pensamiento del hombre de esas épocas, por medio de cal y sangre de animales hasta llegar a pigmentos y gráficos más precisos, donde se vería influenciada la caligrafía por parte de la cultura China llevando así a la comunicación a una nueva era, en donde se pensaba desde el pigmento para la elaboración de la tinta hasta el sustrato que lo contuviera y preservara, con ello vendría la imprenta, importante invento de Gutenberg y el próximo paso a la comunicación en torno a su información y como esta podría ahora ser distribuida, dando paso a las nuevas tecnologías conocidas como el Teléfono, la Radio y la Televisión, medios masivos de comunicación que hacía que la representación oral, relatos, historias y noticias crearan en el subconsciente de las personas imágenes recreativas de los hechos o acontecimientos comunicados por la radio a la manipulación visual por medio de fotogramas que traería la televisión, lo que llevaría a la comunicación a un nivel masivo y después global dando paso a futuras tecnologías como actualmente vemos reflejadas, influenciadas, expuestas en la vida cotidiana de las personas.

Actualmente nos vemos rodeados de un mar de nuevas tecnologías las cuales nos sorprenden cada vez más, desde la invención del primer ordenador, con la evolución del teléfono de alámbrico a inalámbrico, móvil, funcional y todo aquello que en un tiempo las películas retrataron como futurista y que hoy en día las vemos hasta al alcance de un niño, pero qué produce este fenómeno, qué hace que hoy en día estos dispositivos sean tan importantes y funcionales para nuestra vida laboral, social, económica, entre otras. En Colombia, y varios países de América Latina, este fenómeno tecnológico se ve altamente potenciado hasta el nivel de repercutir en sus hábitos, sus estilos de vida, sus relaciones sociales, actualmente Colombia se encuentra en el tercer puesto de los países Latinoamericanos en consumo y distribución de estos dispositivos, siendo así el furor del siglo XXI y a su vez verse inmerso en lo que conocemos como Aplicaciones.

El 25 de agosto del 2016, Colombia según un informe de Emarketer, compañía relacionada con el estudio de mercados, aclara que Colombia es el cuarto país después de Brasil primero, México segundo y Argentina tercera en mayores consumidores o como lo dice este portal, “sesiones registradas por aplicación”, Colombia ocupa este puesto con un 6% en torno al uso de estas aplicaciones y el 10% de la población los cuales poseen un teléfono inteligente. No obstante a lo anterior, podemos decir que el incremento de estos porcentajes se ve cada vez reflejado en los tiempos y que por ende tendrá como consecuencia un colapso masivo no de población si no de tecnologías que no abastecerán a la población, por lo contrario se verá más directamente afectado las relaciones entre las personas, los hábitos, los estilos de vida y por consiguiente el valor del tiempo libre.

Hernandez,M.A (2016, 26 de agosto) Colombia cuarto país de Latinoamérica en consumo de apps móviles. Recuperado de <http://www.enter.co>

Todos estos avances tecnológicos siempre mayormente influenciados en las generaciones jóvenes, pero más precisamente en las generaciones relacionadas a las generaciones X, Y y Z catalogadas las tres generaciones de la revolución tecnológica, lo cual no es de ahora, el catalogar a los jóvenes o adolescentes que tienen la batuta de cambiar al mundo y llevarlo a una nueva era, y que según el blog virtual aclara que estas generaciones siempre han estado influenciadas a cambios sociales y tecnológicos constantes y lo cual la generación Z comprendida entre los nacidos desde 1992 conocidos como los nativos digitales debido que desde la niñez se ven inmersos en el nuevo mundo del internet y los procesos tecnológicos inteligentes y lo cual han producido casos como la adicción al internet, a los dispositivos móviles, juegos en línea lo que hoy conocemos como aplicaciones entre entretenimiento, chats y redes sociales y música.

social y digital (2012) Lo que deberías saber sobre los baby boomer y las generaciones xyz. Social y digital, recuperado de <http://socialydigital.net/>.

Por consiguiente y según lo expuesto anteriormente, se plantea llevar a cabo un aplicativo para contrarrestar el excesivo uso de los dispositivos inteligentes y sus aplicaciones, para así generar en los usuarios de esta aplicación la importancia del tiempo y del buen uso de ocio proporcionando información acerca de eventos y actividades para el uso de los jóvenes en Soacha.

5. Interfaz de investigación

El proyecto “SALIR” se realiza mediante la interfaz de investigación Tecnología, educación y cultura establecida por la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Cundinamarca.

Esta interfaz busca la investigación alrededor de las problemáticas de educación y aspectos socioculturales haciendo uso de metodologías innovadoras a través de tecnologías de información y comunicación para fortalecer la identidad territorial y su formación como habitante de Cundinamarca.

El grupo investigador desde su área disciplinar la Comunicación Gráfica hace desarrollo de este proyecto mediante esta línea investiga ya que visibiliza una problemática de identidad cultural en el uso del tiempo libre en los Jóvenes, como este se mal gasta en actividades negativas como el uso excesivo de su Smartphone, por tanto se busca la ocupación de este tiempo en formación de manera íntegra con actividades culturales desarrolladas por diferentes entidades para ello el grupo investigador hace uso de la tecnología y las comunicaciones realizando un prototipo de App enlazado a una plataforma digital para su promoción donde se pretende subir el cronograma cultural que ofrece el municipio invitando a los jóvenes a usar su Smartphone en conocer sobre su cultura e identidad territorial y a participar en los eventos y actividades programados como eje de su formación personal

6. Justificación

Durante los últimos años, los inicios ¹del siglo XXI, se ha visto evidenciado el incremento paulatino de la tecnología y todos sus artilugios experimentales y funcionales, pero sin duda el más relevante y totalmente revolucionario en torno al cambio de las sociedades fue el internet, el avance que permitió que la comunicación y la información estuvieran al alcance de un click, por ende, el internet marco la pauta y el auge a las nuevas tecnologías y a su vez a completos avances en pro de la comunicación, el fácil acceso y sobre todo la diversidad de usos.

Con los celulares en furor vendría la época de los Smartphones o teléfonos inteligentes, donde paso de ser un celular funcional para llamadas, calendario y otras funciones principales a adquirir lo que hoy en día se llama App o aplicaciones, en Colombia actualmente el consumo de Smartphones es mayor a la cantidad de habitantes, como lo expone un artículo del tiempo, Colombia es el tercer país después de Brasil y México en la compra y distribución de estos dispositivos móviles. Todo esto conlleva a que Colombia sea un país en potencia de compra, donde el mercado y la economía cada vez se asemejan a países desarrollados, por su inflación y crecimiento en la población, por la utilización de estos dispositivos para el ambiente laboral, las relaciones sociales, entretenimiento, manejo del tiempo y el ocio.

Las Aplicaciones poniendo a Colombia como el 4 país en consumo de estas dentro de Latinoamérica después de Brasil, México y Argentina con un 6 % del consumo como lo aclara un informe de EMarketer, compañía de estudio de mercados y en la que se ve evidenciado que los jóvenes son los mayores consumidores de datos para navegación en

internet, lo que equivale entre redes sociales, chats, correos, navegación a internet, aplicaciones de “redes sociales, entretenimiento, música y otras”. E.marketer. (2016), influencia de los Smartphone en los jóvenes universitarios y trabajadores, El tiempo.

Con este desarrollo tecnológico y la acogida de estas herramientas por parte de los colombianos, se refleja cómo repercute el uso de aplicaciones y dispositivos en el diario vivir de las personas, convirtiéndose en una necesidad pasar parte de su tiempo en el uso de estas por lo que hacer provecho de estos recursos de manera informativa acerca del cronograma de actividades ofrecido en el municipio se hace relevante para darle una función optima dentro y fuera de la internet.

7. Marco Teórico.

Dado a que el enfoque central de este proyecto está puesto en el uso de dispositivos móviles para ocupar el tiempo libre de los jóvenes en actividades culturales es necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales de soporte para fortalecer la lectura interpretativa, para esto se inicia hablando del ocio un término que se mantiene en constante desarrollo y transformación se dice que ha estado presente en toda la historia de la humanidad no siempre con su mismo significado, uso y manejo esto ha variado paralelamente según la mentalidad y evolución de la sociedad.

7.1 Ocio Recreativo

El señor feudal luego de pasar por el campo de batalla y tener la mayoría de su tiempo libre su tormento era el aburrimiento por lo que sustentaba su ocio por medio de diferentes actividades como:

“salir de cacería, practicar la pesca, pasear durante el invierno, calentarse al amor de la chimenea; durante el verano refrescarse en el huerto, acoger a los jugadores de paso, aprender y enseñar esgrima, organizar peleas de animales, jugar al ajedrez o los dados, comer y beber, recibir invitados, cotejar a doncellas, hacerse sangrías con sanguijuelas, mirar por las ventanas” (Gete-Alonso, 1987, p.199).

El ocio con fines recreativos era realizado por la clase alta ya que los siervos no tenían tiempo ni medios para el ocio recreativo tenían que trabajar y pagar con parte de su cosecha como beneficio a su superior feudal en la actualidad el ocio se puede realizar en todos los estratos pero se relaciona a lo anterior debido a que las clases altas tienen más tiempo y

medios para poder realizar actividades deportivas, culturales, relaciones sociales y educativas en las estratos bajos las oportunidades de tener tiempo para el ocio son reducidas, en muchos hogares de Soacha los jóvenes no tienen presupuesto ni medios para desarrollar diferentes actividades por lo cual se hace importante el programa cultural del municipio a bajo costo y con horarios flexibles que permitan integrar a los jóvenes es su cronograma a través de diferentes proyectos que llamen la atención de un grupo complicado de acceder y convencer debido a ser una época de rebeldía de difícil acceso y se encuentran en búsqueda de su identidad en sociedad por tanto se ven inmersos en diferentes actividades que pueden ser perjudiciales afectando mente y cuerpo por lo que es vital alejarlos de estas e integrarlos en la ocupación de su tiempo para contribuir en el desarrollo personal de los jóvenes en proyección a su etapa adulta. En relación al ocio como desarrollo personal se menciona lo siguiente.

“el conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar para divertirse o para desarrollar su información o formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones, familiares y sociales. “ (Dumazedier .1964)

Según el enfoque de Dumazedier para que el ocio sea positivo debe contener una o más de las tres D descanso, diversión y desarrollo personal, se da un concepto de estas por parte del grupo investigador:

Descanso. Como el momento de tener en reposo el cuerpo recuperando energías luego del trabajo realizado.

Diversión. Se entiende como el tiempo que se usa con fines recreativos para el esparcimiento de mente y cuerpo en pasatiempos.

Desarrollo Personal. Se entiende como el crecimiento y refuerzo físico, intelectual o moral que tiene el ser humano de su desarrollo en ámbitos políticos, sociales y culturales.

Bajo la postura anterior se entiende que el descanso es vital para el cuerpo el no descansar provocaría un desgaste y con ello enfermedades que acortan el periodo de vida por lo que no se ve como un tiempo libre de ocio si no una prioridad del ser. La diversión se hace importante para alegrar y recrear la vida como seres humanos se tienen sentimientos y emociones el divertirse ayuda a liberar las cargas de estrés tras las labores y agites del día lo cual genera una mejor actitud. El desarrollo personal no es vital como el descanso, pero se hace según la postura del grupo investigador la más relevante teniendo en cuenta que el tiempo que se ocupa en actividades sociales y culturales contribuirá a un desarrollo positivo creando una identidad cultural en el joven como habitante de Soacha alejándose de actividades negativas que puedan denigrar y convertirlo en un ser poco útil a la sociedad por lo que el poder tener un tiempo de desarrollo personal se hace prioritario para la formación de un joven culturalmente, aportando en una estructura sólida que permita crecer en sociedad, se está de acuerdo en este aspecto según lo dicho por Dumazedier.

Se ha tenido otros pensamientos respeto al ocio en la historia un ejemplo es el mencionado a continuación donde el ocio pasa a ser negativo y de obstrucción en el crecimiento de la industria como base de potenciar el desarrollo del mundo.

7.2 Ocio Negativo

El ocio negativo también ha hecho parte de la historia este pensamiento de que el ocio era un vicio que generaba pereza y obstrucción a la evolución del ser y del mundo se vivió a mediados del siglo XVIII donde se priorizo el trabajo sobre el placer y tiempo libre en la llamada revolución industrial, por tanto se toma esta postura partiendo de lo siguiente.

Con la llegada de la Revolución Industrial se priorizó el trabajo como eje de desarrollo y crecimiento personal se aumentó las horas laborales definiendo el ocio como negativo y de estancamiento frases como “la ociosidad es la madre de todos los vicios” se mencionaban para no dar tiempo libre a los trabajadores restándole importancia y generando nuevos conceptos a trabajo, tiempo libre y ocio para esta época los trabajadores decidieron organizar sindicatos logrando una reducción a las horas de trabajo. (Gutierrez, 2011).

Si bien el trabajo es necesario para poder suplir los gastos que se presentan como impuestos, vivienda, alimentación, educación además de poder ahorrar con el fin de poder invertir en aumentar su capital pensando en un futuro tener con que sustentar sus gastos en la vejez para esto se pasa la mayor cantidad de su tiempo en una empresa con lo que el mayor beneficiado es el jefe con el crecimiento industrial y empresarial pero el ser humano no rige su vida solo a un ambiente laboral convirtiéndose en una máquina de trabajo dejando a un lado su interacción en sociedad en busca de nuevos conocimientos donde puede aportar en la solidificación cultural de su territorio como persona de libre pensamiento para desarrollarse en comunidad, tener tiempo libre para compartir con su familia, educarse e integrarse en su cultura se hace una necesidad por lo tanto se establecen leyes que permitan tener estos espacios, por esto el ocio no se debe identificar como negativo y de no progreso en cambio se debe considerar como productivo y de evolución

para la persona ya que lo puede emplear en su crecimiento personal en educarse en fortalecer su núcleo familiar y en el aporte a su sociedad.

Es un derecho según se afirma en el artículo 24 de derechos humanos “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.” (Declaración Universal de Derechos Humanos, P.30)

7.3 Ocio productivo

De lo mencionado en el artículo 24 se puede decir que el trabajo realizado debe ser compensado mediante un tiempo libre para el uso que elija cada persona este tiempo se puede emplear de una manera productiva al ser y la sociedad o por el contrario ser desperdiciado en actividades que denigran a la persona.

Cuando se refiere al ocio productivo se está hablando específicamente del tiempo que se emplea en una actividad que además de generar interés en las personas en este caso jóvenes, a su vez se saca provecho de la misma es decir, dicha actividad nos brinda una enseñanza y nuevo conocimiento, que se convierten en actividades nuevas que son útiles para la vida cotidiana, dicha actividad no tiene que ser específicamente relacionada con la tarea del colegio o el trabajo, pueden ser actividades recreativas donde se aprovecha el tiempo bien sea para beneficio propio o grupal.

“El ocio es un tiempo extraordinariamente productivo, aunque no se trata de producir nada excesivamente tangible, sino de producción cultural; hablamos de creatividad, hablamos de habilidades, hablamos de relaciones, hablamos de

emociones. Además, el tiempo de ocio de la producción cultural, cuando es libremente elegido por los adolescentes, y mejor si puede ser desafiando ligeramente la mirada adulta también es funcional en el sentido que la mayor parte de las cosas que se aprende, se aprenden jugando. Quien no juega con los ordenadores no aprende informática”. (Franco Crespo Antonio, 2012, p.42, 43).

Respecto a lo mencionado anteriormente la actividad del ocio productivo cuenta con unas características esenciales como lo son:

Autonomía. Definiendo esta como la libertad de escoger la actividad a llevar a cabo en el tiempo destinado al ocio.

Finalidad en sí misma. Más que el producto final que se obtenga después de realizar la actividad bien sea intangible o tangible, lo importante es la satisfacción que se obtiene mientras se realiza la actividad.

Placer. El ocio puede exigir esfuerzos físicos o intelectuales pero siempre debe generar gusto por hacerlo el ser placentero permitirá tener una retroalimentación para el joven en su formación.

Bajo este enfoque el grupo investigador se orienta en el desarrollo del proyecto teniendo como base el concepto de ocio productivo que permita integrar al joven por medio de las propuestas gráficas a ocupar su tiempo en participación de actividades culturales, de esta manera poder tener un desarrollo personal en un ambiente de cultura y respeto que fortalezca la identidad y unidad cultural entre los jóvenes y su municipio.

Cuenca (2000) define que la experiencia del ocio puede ir más allá del ocupar su

tiempo libre puede ser motivante e incidir en el ser para formar y educar desarrollarse personalmente aumentar la creatividad satisfacción disfrutando mientras se contribuye a la sociedad.

Al ser un derecho la libertad de pensar y actuar se hace de gran importancia el orientar a la ocupación del ocio en un desarrollo personal positivo el tiempo libre como aporte a la sociedad se hace un ente de transformación fuera del ámbito laboral, se hace necesario tener un tiempo que permita desarrollarse culturalmente y con esto se debe de pensar en ofrecer espacios que permitan llenar ese tiempo con actividades que fortalezcan la educación y formación del joven. El tiempo libre se suele confundir con el ocio pero el tiempo libre es el total del tiempo fuera de las obligaciones, el tiempo de ocio puede ser un tiempo productivo en el que la persona puede realizar actividades de gusto pero que contribuyan a su formación a desenvolverse en la sociedad y obtener una retroalimentación de su tiempo de ocio, se puede ver este ocio productivo enfocado al proyecto ya que se pretende ocupar este tiempo en la práctica de diferentes actividades desarrolladas en el municipio.

En ese sentido “Así en un proceso de construcción de la identidad, a través de la práctica del ocio y al realizar actividades que estimulan el desarrollo, se instruye e orienta a la juventud hacia una educación para el ocio productivo. En este ámbito, durante el tiempo libre - tiempo ese libre de ocupaciones escolares o sociales, de tareas cotidianas – los jóvenes procuran realizarse libremente a través de la práctica de diversos tipos de ocio, que sirven de molde para la construcción de la identidad, para las relaciones sociales y descubrimientos.” (Cristian Ortega y Fernando Bayón, 2014, p.310).

El tiempo libre y ocio ha cambiado según su época a conveniencia de la misma, tras observar el planteamiento de varios autores se puede entender en la actualidad como el tiempo que puede tener un joven para su libre desarrollo enfocado a su buen uso como crecimiento personal. Se hace importante crear estrategias que permitan el desarrollo personal y autoformación de los jóvenes en esta etapa de su vida para orientarlos a ocupar su tiempo de ocio de una manera positiva y de crecimiento para el ser y la sociedad, el entorno digital en el que se envuelven los jóvenes puede contribuir en su formación en aumento o declive dependiendo del uso de tal manera se hace trascendental la creación de un espacio digital que permita reconocer la cultura e interactuar con diferentes eventos que se desarrollan en el municipio.

7.4 Jóvenes y Ocio

Organización de las Naciones Unidas (ONU) Cuando hablamos de jóvenes hablamos a su vez del termino juventud, el cual la clasifica entre grados de edad cómo: La juventud o etapa de la pubertad está condicionada desde los 10 años y a su vez se extiende hasta la inicial de su vida adulta, por ende, esta etapa está constituida por tres sub-etapas o periodos las cuales se dividen por.

Juventud Inicial. Esta etapa o periodo inicia desde los 10 años hasta aproximadamente los 14 años en el que se ven evidenciados los primeros cambios en los jóvenes.

Juventud Media. Esta redonda desde los 15 a los 19 años y es una de las etapas más importantes, debido a ser la etapa de las decisiones que influenciaran en el futuro del joven.

Juventud Plena. Este periodo es el que concluye con el proceso de juventud al estar centrado entre las edades de 20 a 24 años, dando paso a la siguiente etapa de los periodos de vida.

De acuerdo a la clasificación de la ONU en torno a las etapas de la vida de un ser humano, también se debe tener en cuenta que la juventud es una de las etapas más importantes o trascendentales en la vida de un individuo debido a que en la misma se evidencian varias incógnitas y cambios que serán revelados con las decisiones que este individuo tome, como lo puede ser: la madurez física, social y psicológica, la educación, experiencia laboral y el planteamiento de un proyecto de vida familiar y empresarial entre otros conocimientos destacados en esta etapa por lo que la identidad y desarrollo personal influenciaran en su madurez como se menciona en el siguiente enunciado.

“La fuerza distónica es la confusión de identidad, de roles, la inseguridad y la incertidumbre en la formación de la identidad. La relación social significativa es la formación de grupo de iguales, por el cual el adolescente busca la sintonía e identificación afectiva, cognitiva y comportamental con aquellos con los cuales puede establecer relaciones auto definitorias; superar la confusión de roles; establecer relaciones de confianza, estabilidad y fidelidad; consolidar las formas ideológicas o las doctrinas totalitarias y enfrentar la realidad de la industrialización y globalización.” (Erik Erikson 1933 pag.24)

Según lo mencionado se puede decir que es en la juventud cuando se tiene una confusión de identidad se quién soy y que quiero ser en lo que el joven se ve atraído en relacionarse socialmente con más personas de su edad donde comparten y se identifican

en cuanto actuar y pensar , esto se observa en Soacha los jóvenes se ven atraídos hacia grupos de los cuales muchos son negativos e incitan a una mala formación como la ocupación del ocio con fines delictivos o consumo de drogas en parte por no haber una identidad propia y de su lugar de residencia Soacha la cual se va perdiendo por la multiculturalidad que se presenta debido al crecimiento de la población, por tanto es relevante generar espacios que permitan conservar y exaltar la identidad cultural del municipio brindando una interacción que den a los jóvenes otra manera de consolidarse en la sociedad hacia su etapa adulta un claro ejemplo es lo planteado por Erikson .

“Las instituciones, detentoras de las ideologías culturales, políticas y religiosas, tienen la función importante de inspirar a los adolescentes en la formación de su proyecto de vida, profesional e institucional. En el afán de superar su confusión el adolescente puede unirse a formas ideológicas totalitarias por las cuales se deja atraer”. (Erik Erikson 1993 pag.24)

Por consiguiente el tener un plan de desarrollo cultural por parte de la alcaldía municipal y la secretaria de cultura es necesario para poder influenciar a los jóvenes en su participación ya que en esta edad son frágiles y pueden dejarse influenciar por diferentes factores que pueden alterar su vida de una manera negativa, el uso de dispositivos móviles es un factor bidireccional el cual puede aportar positiva o negativamente en el ser ya que es donde ocupan gran parte de su tiempo por eso se es relevante crear iniciativas como la planteada para el proyecto salir que utilice estos medios digitales para generar cambios en el adolescente orientando a explorar y conocer de su municipio los aspectos positivos como lo son las actividades culturales, el uso de estos recursos digitales pueden enfocar a

que el joven sea útil de aporte a la sociedad o por el contrario un joven que no contribuye al desarrollo de su territorio y al suyo propio.

Según (Touraine, 1999).

“Se tienen dos conceptos de los jóvenes ambas imágenes se encuentran inmersas en la sociedad política y cultural por lo que se promueven estrategias diferenciales que ven a los primeros como el principal recurso para llevar a cabo los cambios positivos en la sociedad que construimos esto porque se rigen a lo estructurado por las autoridades gubernamentales, mientras que los segundos son opacados restando importancia como actores sociales son definidos como personas incapaces de participar en la construcción de un proyecto colectivo esto por ser de grupos urbanos y tener pensamientos de sociedad diferentes.

Esta postura no se asocia al pensamiento del grupo investigador ni al del municipio de Soacha teniendo en cuenta que el joven puede participar y desarrollarse en lo establecido gubernamentalmente pero también puede aportar desde sus iniciativas y pensamientos para la creación y participación en proyectos que puedan contribuir al desarrollo cultural del municipio por tanto, vemos diferentes culturas urbanas que llevan procesos con el apoyo de las entidades gubernamentales, en este proyecto se plantea visibilizar las actividades del municipio independientemente si sean de entidades gubernamentales o no gubernamentales el objetivo es la participación del joven, aportando a la ocupación del tiempo de ocio en su desarrollo personal.

“Juventud es un significante complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro cultura (Margulis y Urresti, 1998, p.4).”

La relación del joven en la sociedad está integrada en su formación personal el compartir con más personas de su edad es algo natural en la búsqueda de su identidad y aporte a la sociedad, de esto la inmersión de ellos en tribus urbanas lo cual puede contribuir positiva o negativamente es necesario entender las posturas y pensamientos juveniles para poder integrar estas con las estructuras que se tienen culturalmente de esta manera aportar en conjunto para fortalecer la identidad del municipio y de sus jóvenes por tanto, el pensamiento del grupo investigador es asociar a los jóvenes del municipio a la ocupación del ocio en actividades culturales independientemente del barrio, cultura o presupuesto la idea es mostrar actividades para todos los gustos donde muchas de estas son gratis o económicas y se realizan en diferentes lugares del municipio con el fin de generar más participación en pro de generar cambios positivos en los jóvenes y en el municipio.

7.5 Comunicación y Jóvenes

La comunicación es vital en el proceso de transmitir gráficamente a los jóvenes a que usen su tiempo libre en actividades culturales por lo que tener una definición acertada permitirá orientar a tener los resultados proyectados.

”la comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, el progreso, los cambios y el comportamiento de todos los seres, sistemas vivientes, individuos u organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su entorno, relacionando sus procesos unos con otros”. Miller (1968)

La comunicación es una herramienta natural del ser humano y está presente desde el principio de la humanidad ya que es una necesidad el poder interactuar con más seres humanos y con el entorno con el fin de obtener una retroalimentación en el avance y desarrollo del ser, es vital para la consolidación de una sociedad el contexto donde se habita y los seres con los que se relaciona inciden en la formación del joven, la creación de nuevas tecnologías ha revolucionado la forma de comunicar facilitando este proceso, pero consigo se producen resultados que inciden en su formación personal se ve como los jóvenes hacen uso excesivo de los dispositivos móviles, es por tanto que se hace uso de recursos digitales para mostrar las actividades y sitios culturales, esto permitirá virtual y presencialmente brindar información de interés que ayude al joven a ocupar su tiempo en actividades productivas.

Dicho lo anterior se asocia a lo planteado por Arrugo (2001).

“El ser humano implica ser conscientemente un ser sociable y por ende relacionarse o comunicarse dentro de alguna cultura humana, es decir, que la comunicación se comprende como la esencia misma cultural del individuo, organización, empresa, de la vida misma”.

Al hablar de comunicación siempre debemos tener en cuenta que para que haya comunicación deben existir dos partes, las cuales se conocen comúnmente como emisor y receptor, tal cual como se define a continuación.

David K Berlo (1969) “el proceso de la comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas para alcanzar el propósito de comunicación en la que influye el emisor y el receptor y con ellos existen ocho pasos fundamentales, los cuales no requieren ser un tipo de comunicación verbal, sino también para aquellas no verbales o por medio de gestos o cualquier otra que se valga de algún medio de comunicación”.

Se debe tener claro la importancia del ocio en la sociedad actual ya que vemos como los jóvenes usan su tiempo de ocio en diferentes actividades dadas en su entorno social transmitidas por diferentes medios de comunicación como los son la internet, la televisión y la interacción con demás jóvenes estos pueden transmitir mensajes negativos que incidan en el desarrollo de la persona ya que en esta edad se es vulnerable y se está en búsqueda de identidad en sociedad, por otra parte estos medios también comunican información que permita a los jóvenes integrarse en el proceso cultural de su ciudad para crecimiento personal no siempre es negativo el uso de medios de comunicación y entornos digitales el buen uso y aprovechamiento de estos pueden contribuir a una ocupación del ocio en pro de crear una identidad territorial.

Dicho lo anterior el grupo investigador denota la importancia de hacer uso de los medios digitales para comunicar a los jóvenes la actividad cultural que tiene su municipio con el fin de aumentar la participación en estas y hacer un uso óptimo de los dispositivos móviles como eje de transformación de la sociedad.

8. Marco Conceptual

8.1 Cultura

Según la (UNESCO) a cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (Unesco, líneas generales)

“Esencial a la condición humana es la cultura, no solo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades que culmina en conocimientos y capacidades desarrolladas, si no en el sentido antropológico de conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores jerarquizados tecnologías y sistemas de pensamiento y comunicación de acuerdo con los cuales organizamos nuestras vidas como partes de grupos estructurados. Gran parte de lo que somos, es el resultado de los rasgos y complejos de la cultura a la que nos incorporamos luego y a aquello que nos

introyectamos en nuestros seres como partes conformadoras de nuestras personalidades.” Malo.(2000) p.2

En relación a lo anterior se entiende como una herencia que se mantiene por generaciones incidiendo en los rasgos de una población por lo que es de importancia conservar estos rasgos y más en un lugar como Soacha donde se presenta una multiculturalidad es importante crear estrategias que integren en el desarrollo cultural de esta manera preservar la identidad territorial y cultural del municipio.

“cultura” como “modelos heredados de significados compartidos e interpretaciones comunes”. La cultura influye en el modo en que la gente maneja su vida y la provee de una perspectiva para interpretar su sociedad. UNFPA (2008), *generación del cambio los jóvenes y la cultura*, Caparros, M

Cultural. Al atravesar la adolescencia, los jóvenes desarrollan su identidad y se transforman en individuos autónomos. Al mismo tiempo, adquieren responsabilidades y se vuelven parte de su sociedad.

Los jóvenes no comparten las experiencias y los recuerdos de sus mayores. Desarrollan sus propias formas de percibir, apreciar, clasificar y distinguir problemas, así como los códigos, símbolos y lenguaje con que expresarlos.

Las respuestas de los jóvenes frente al mundo cambiante, junto con sus particulares modos de explicar y comunicar su experiencia, pueden contribuir a transformar sus culturas y preparar a sus sociedades para enfrentar los nuevos desafíos. Organización de Estados Iberoamericanos (21 de diciembre de 2008) *Ámbitos de Convergencia: Cultura, Género y Derechos Humanos*.

La cultura se define entonces como las características de un grupo de personas dadas a través del tiempo creando una identidad en cuanto a tradiciones, valores, pensar y actuar como sociedad, la cultura se puede quebrantar o fortalecer con las acciones de las personas que la conforman o que llegan hacer parte de ella por lo cual en la cultura se debe tener un plan de actividades que permitan interactuar con las personas para que conozcan de su cultura y también aporten a ella para sí solidificar la cultura aportando al crecimiento del lugar de habidad y el suyo propio, principalmente en los jóvenes que si bien van cambiando su pensamiento y actuar al de otras generaciones deben preservar la identidad de su territorio .

8.2 Jóvenes

Según la (UNESCO) se denomina joven a aquella persona que se encuentra en un período temprano de su desarrollo orgánico. El término proviene del término latino “Juventus”, para referir a la edad situada entre la niñez y la edad adulta. Los jóvenes son, según las naciones unidas las personas con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años de edad. La UNESCO entiende que los jóvenes constituyen un grupo heterogéneo en constante evolución y que la experiencia de “ser joven”, varía mucho según las regiones del planeta e incluso dentro de un mismo país.

Según lo mencionado por la UNESCO se evidencia como repercute la cultura en el desarrollo de cada persona en la transición a su etapa adulta el comportamiento y pensamiento de un joven va ligado a la identidad cultural de su región y como esta transmite costumbres y valores de estola importancia de fomentar en los jóvenes las

actividades culturales que lo integren hacer parte de su sociedad , mitigando el impacto que genera la multiculturalidad y el uso de dispositivos móviles con fines que no generan un crecimiento personal por el contrario se limitan a un entorno virtual perdiendo interacción con su cultura a través de la participación.

Según (OMS) define como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más importantes en la vida del ser humano, La adolescencia es un periodo de preparación para la edad adulta durante el cual se producen varias experiencias de desarrollo de suma importancia. Más allá de la maduración física y sexual, esas experiencias incluyen la transición hacia la independencia social y económica, el desarrollo de la identidad, la adquisición de las aptitudes necesarias para establecer relaciones de adulto y asumir funciones adultas y la capacidad de razonamiento abstracto. Aunque la adolescencia es sinónimo de crecimiento excepcional y gran potencial, constituye también una etapa de riesgos considerables, durante la cual el contexto social puede tener una influencia determinante. OMS, desarrollo en la adolescencia.

El joven es la persona en un periodo de desarrollo físico y mental se encuentra en búsqueda de su identidad y rol en la sociedad por lo que esta etapa se hace importante ya que incide en su adultez, por esto se enfoca en dar una buena educación y orientar al joven hacia actividades que permitan contribuir y desarrollarse en la sociedad con proyección al futuro.

8.3 Ocio

Es el descanso que nos permite reponernos del desgaste físico y mental que todo trabajo ocasiona, y que nos da la oportunidad de realizar las actividades que nos gustan, como disfrutar de las artes y los deportes, ver a los amigos y familiares y conocer mejor nuestra ciudad u otros lugares. El concepto de ocio ha ido variando al ritmo de los tiempos. Ha aparecido la dualización del tiempo, que señala los días laborables como días de trabajo y los fines de semana como tiempo libre de obligaciones. Hiru.eus, concepto de ocio recuperado de <http://www.hiru.eus/ciencias-y-tecnologia> .

Según lo mencionado el grupo investigador no ve el ocio como divisiones entre trabajo y tiempo fuera de él, el ocio es un tiempo libre que se puede ocupar de manera productiva disfrutando de él en los jóvenes el ocio se refleja en actividades de poca retroalimentación a su desarrollo en sociedad, se hace importante orientar a un ocio positivo en sentido de que se aproveche en actividades de integración y participación en pro de fortalecer y guiar a su etapa adulta.

Según Fernández (2006) “la sociedad del ocio, como la llaman algunos, no es sólo un aumento del tiempo disponible después del trabajo y de las otras obligaciones sociales, sino también, una promoción de nuevos valores. En la sociedad es más evolucionada, esta promoción continúa obligando a nuestras sociedades a revisar cada vez más el equilibrio entre los valores del trabajo y los valores del ocio, entre los valores de la vida privada y la social, entre los de la sociedad y los del individuo. Los archivos, como un componente del patrimonio cultural, cuentan actualmente con un instrumento indiscutible: el de las nuevas tecnologías que no sólo facilitan las funciones de recibir, organizar y conservar, sino también la de difundir ,a través de la cual se ejerce su acción cultural, y de esta forma se

integran en la industria del ocio, abandonando la imagen de los archivos como entes estáticos, con funciones conservadoras y sin ningún dinamismo, el dinamismo ocio-trabajo- tecnologías, como una de las estrategias para abordar los cambios culturales, sociales, tecnológicos y profesionales del siglo XXI”.

Según una encuesta realizada por el (DANE) el 71% de los jóvenes usan su tiempo libre en medios audiovisuales un promedio alto que a la fecha está creciendo con la facilidad de acceso al internet y compra de dispositivos tecnológicos.

La segunda actividad que se prefiere está por encima de las actividades culturales y viajar con un 46,74% es el descanso o ahorro de energía corporal en su tiempo libre.

Un colombiano promedio, dice el Dane, tiene entre lunes y viernes 13 horas libres, y los fines de semana cuatro. Los que no se quedan en casa y deciden ir a eventos culturales se inclinan más por las ferias, las exposiciones artesanales y los conciertos, que por el teatro, la danza y la ópera.

La encuesta arroja que en el 83% de los hogares colombianos hay teléfono móvil, mientras que el fijo solo lo tiene el 44,3%. Redacciones el Tiempo (2009,17 de marzo) TV, ocio y vida social, los planes de los colombianos en el tiempo libre recuperado de <http://normasapa.com/como-referenciar-articulos-de-periodico/>

El concepto de ocio se define como el tiempo libre para realizar actividades de diversión y desarrollo personal, el ocio ha pasado al entorno digital y el uso de redes sociales es una de las principales actividades de ocupación del ocio por lo que se debe enfocar a un ocio productivo en la web por lo tanto se crean herramientas de interacción que permitan llevar a ocupar el tiempo de ocio en contribuir a la sociedad ser más activos y participativos,

teniendo en cuenta los datos arrojados por la encuesta del DANE vemos que el 83% de los hogares colombianos cuentan con un dispositivo móvil este es uno de los medios audiovisuales que más usa los jóvenes se hace una herramienta primordial para promover las actividades culturales ya que se encuentran en un bajo porcentaje de participación sería de gran aporte el generar un entorno digital que visibilice todos estos espacios de planes en Soacha con el fin de hacer del ocio un tiempo productivo.

8.4 Soacha

Es un municipio de Cundinamarca conecta con la capital y es reconocido por la garulla y la almojábana durante años estos manjares han sido centro de atracción para turistas y residentes, es la tierra del barón del sol de los antepasados muisca por lo que se encuentra arte rupestre en rocas ubicadas en montañas del municipio dando un toque místico y de historia única la cual resalta la identidad cultural, cuenta con extensiones rurales y dos humedales muestra de su riqueza natural es un municipio muy tranquilo y de buenas costumbres, El parque de Soacha un sitio muy visitado por su belleza y amplitud muy al estilo de pueblo en el cual se llevan a cabo diferentes eventos, se cuenta con empresas que forman un sector industrial en sus límites con Sibate generando empleo para muchos habitantes de Soacha. Esto ha venido cambiando con el pasar de los años el conflicto armado en Colombia ha generado desplazamiento muchas de las personas despojadas de su tierra han llegado a Soacha por ser un lugar cerca de la Capital pero con un costo de vida menor esto ha generado una sobrepoblación en aumento y con ella diferentes problemáticas de transporte, vivienda, inseguridad y diversidad de culturas dando pocas oportunidades en ámbitos laborales y educativos por tal motivo este impacto repercute en

todo el municipio que busca generar cambios y proyectos sociales que mitiguen este impacto.

Soacha es un municipio con gran riqueza cultural conocer su historia y el esquema de cultura que tiene permitirá proyectar a crear estrategias para la ocupación del ocio en los jóvenes a través de las actividades y programas que se desarrollan en todo su territorio, a continuación se muestra el desarrollo cultural que lleva el municipio.

El sistema municipal de cultura se elabora con el fin de tener una estructura que optimice el desarrollo cultural del municipio, esta es una forma de organización que permite enlazar el trabajo del gobierno con los artistas y organizaciones que fomenten la cultura y sus diferentes actividades, se cuenta con un órgano que lidera esta estructura y es la Dirección de Cultura la cual se encarga de llevar los procesos e iniciativas que den una formación cultural dando difusión con el fin de integrar a la población. El consejo municipal de Cultura permite el enlace y concertación entre las autoridades municipales y la comunidad en el desarrollo de sus proyectos culturales y artísticos. Rueda. (2014,05 de agosto) Sistema municipal de cultura. <http://sistemamunicipaldeculturalblogspot.com> .

Las entidades públicas y privadas son importantes por aportar en el desarrollo cultural del municipio por sus proyectos en estas encontramos empresas y colectivos interesados en contribuir a la identidad de Soacha, esta información da a conocer que si se tiene un plan de desarrollo cultural organizado pero falta difusión de sus programas dando integración y equidad a los jóvenes que quieran hacer parte de ellos por tanto de hace relevante tener medios que comuniquen de manera masiva el programa cultural que se encuentra en el municipio por parte de las entidades municipales y demás actores interesados en promover la cultura de Soacha.

Las noticias culturales se visualizan en la página de la alcaldía municipal lo que es importante para promover la participación de los jóvenes en esta se sube información de diferentes áreas pero no se encuentra por categorías lo que desvía el interés y fácil navegación del usuario, se evidencia un cronograma cultural por parte de la Secretaria de Cultura seria de interés mostrar estas actividades a través de un espacio digital enfocado solo a este tema.

8.5 Iconografía

Panofsky (1969) define, es la ciencia que estudia el origen y la formación de las imágenes, las relaciones de las mismas con lo alegórico y lo simbólico, así como sus respectivas identificaciones por medio de los atributos que casi siempre las acompañan. Como parte de la historiografía del arte, nació en el siglo XIX, pero se desarrolló en las décadas centrales del siglo XX, vinculada estrechamente al Instituto Warburg de Londres, bajo la dirección del historiador y crítico de arte Erwin Panofsky.

Si atendemos a la etimología del término, procedente de los vocablos griegos “iconos” (imágenes) y “graphein” (escribir), la iconografía podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes, o como han señalado algunos autores, la escritura en imágenes. López (2005. P.2).

Iconografía web. Es el estudio de los diferentes iconos existentes en la web, no solo su forma sino también cada una de sus partes o mejor dicho la manera como estos nos ayudan

a modificar una página, haciendo así más rápida la comunicación entre el usuario y el ordenador.

Los íconos son uno de los elementos más destacados en el diseño de un sitio web, cada uno de ellos definirá un concepto cromático y suelen ser de gran ayuda para complementar la imagen del sitio. Las aplicaciones web, no solamente sitios, necesitan crear un conjunto de íconos que definan la paleta cromática y el estilo del proyecto.

Cris (2010) iconografía. blogspot Recuperado de <http://nticscrisb.blogspot.com.co/p/iconografia.html>

La iconografía para el grupo investigador se define como la representación gráfica (imagen) de diferentes conceptos a través de la abstracción y la simplicidad con el fin de brindar al usuario una legibilidad y entendimiento de los iconos para una fácil interacción con el sitio web además de esto la iconografía permite el manejo de la unidad grafica en cuanto a paleta cromática y diseño del símbolo dando así un diseño de calidad a la App o sitio web.

8.6 Herramientas gráficas

Las herramientas gráficas que se utilizan en el ámbito profesional del diseño gráfico son instrumentos que manejan los diseñadores para la elaboración de un trabajo, teniendo en cuenta las especificaciones del cliente. Entre algunas de estas herramientas tenemos el color, la imagen, la tipografía, la fotografía, el equilibrio, el contraste, entre otros. La finalidad de todo diseñador gráfico radica en que, a través de estas herramientas, se pueda transmitir el mensaje deseado y acordado con el cliente, dicha finalidad es la base del

trabajo de un diseñador gráfico y por lo tanto el éxito se calcula a partir de este propósito.

Florez (2013, 10 de noviembre) herramientas de diseño gráfico recuperado de <http://eflorezunad.blogspot.com.co>

Las herramientas gráficas para el grupo investigador conformado por comunicadores gráficos son el eje central del desarrollo del proyecto ya que el conocimiento y manejo de estas permitirá la elaboración de los espacios digitales como lo son la aplicación móvil y el sitio web además de las estrategias de difusión de estas el tener un producto de calidad en cuanto a diagramación, fotografía, animación y diseño en general será en gran parte gracias al uso de las herramientas graficas como instrumentos creación y desarrollo.

8.7 Dispositivos Móviles

Son una gran cantidad de dispositivos electrónicos se clasifican actualmente como dispositivos móviles, desde teléfonos hasta tablets, pasando por dispositivos como lectores de RFID. Con tanta tecnología clasificada como móvil, puede resultar complicado determinar cuáles son las características de los dispositivos móviles. En la mayoría de los casos, un dispositivo móvil puede definirse con cuatro características que lo diferencian de otros dispositivos que, aunque pudieran parecer similares, carecen de algunas de las características de los verdaderos dispositivos móviles. Estas cuatro características son: movilidad, tamaño reducido, comunicación inalámbrica, interacción con las personas. Conocimientosweb.net (2015, 13 de agosto) características generales de los dispositivos móviles.

El concepto de dispositivo móvil se da a varios aparatos electrónicos de pequeño tamaño y de usabilidad sin conexión directa a una fuente de energía pero principalmente a los celulares, este dispositivo ha marcado la forma de comunicarse convirtiéndose en una herramienta tecnológica usada por gran parte de los colombianos, para diversión, comunicación, información y negocios siendo parte de la vida cotidiana pero con el avance de la tecnología no solo sirve para llamar, además cuenta con acceso a internet y apps a través de estos dispositivos las personas facilitan sus labores y actividades libres. Siendo el celular un herramienta digital de interacción y conocimiento.

8.8 Aplicación móvil

Las aplicaciones —también llamadas App— están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidos en los sistemas operativos de Nokia o BlackBerry años atrás. Los móviles de esa época, contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos *feature phones*, en contraposición a los *smartphones*, más actuales.

En esencia, una aplicación no deja de ser un software. Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio.

Cuello y Vitone (2013) diseñando App para móviles recuperado de <http://appdesignbook.com/es/>

Como menciona el (TIEMPO 2016) la firma de publicidad y análisis de datos Flurry reflejan que Colombia es el cuarto país de América Latina que más usa aplicaciones móviles, los datos a continuación.

Junio 2015 – junio 2016

Brasil 34%

México 21%

Argentina 8%

Colombia 6%

Los computadores de escritorio y portátiles no son los únicos que pueden ejecutar software, los programas y aplicaciones no son exclusivos para estos equipos.

Los dispositivos móviles como tabletas y teléfonos inteligentes también ejecutan aplicaciones. Estas son diseñadas especialmente para hacernos el trabajo más fácil y comprimir en nuestro pequeño dispositivo todo un mundo de herramientas y accesorios que utilizamos en nuestra vida cotidiana.

Si tu dispositivo móvil tiene conexión a internet puedes descargar las aplicaciones directamente a este, también puedes descargarlas a tu computador y luego transferirlas.

GCFA aprendelibre, informática básica, recuperado de <https://www.gcfaprendelibre.org>

Se hace relevante el conocer sobre las aplicaciones y el impacto en Colombia donde se evidencia que se ha convertido en una herramienta de gran uso por su versatilidad y facilidad de brindar soluciones a las necesidades que se presentan a demás los medios digitales en la actualidad nos permiten comunicar a más personas con mayor facilidad por lo que crear un prototipo de aplicación móvil se hace relevante para visibilizar la información de actividades en el municipio de una manera rápida y eficaz .

Las aplicaciones nacen de alguna necesidad concreta de los usuarios, y se usan para facilitar o permitir la ejecución de ciertas tareas en las que un analista o un programador han detectado una cierta necesidad. Pero las aplicaciones también pueden responder a necesidades lúdicas, además de laborales (todos los juegos, por ejemplo, son considerados aplicaciones). Se suele decir que para cada problema hay una solución, y en informática, para cada problema hay una aplicación. El primer paso siempre es detectar una necesidad en los usuarios que pueda ser cubierta, para eso se suele hacer un estudio previo en el mercado. Si se ve la oportunidad entran en juego los programadores, quienes realizan la propia aplicación, diseñándola y codificándola. El siguiente y último paso será la distribución de esa aplicación. Como veis el proceso no difiere de cualquier otro producto: investigación de mercado, fabricación y distribución. Master magazine, definición de aplicación, recuperado de <https://www.mastermagazine.info/termino/3874.php>

Ya que se identifica la necesidad la cual es poder visibilizar las actividades del municipio con el fin de hacer un uso positivo del Smartphone y del tiempo se evidencia la importancia de la aplicación móvil, para el grupo investigador es un recurso digital novedoso con gran acogida en el mundo por su versatilidad, existen miles de Apps a las que se pueden acceder desde un dispositivo móvil, por esto es un medio óptimo para transmitir la información del cronograma cultural del municipio ya que es de fácil acceso para la población y es un medio novedoso que tendrá mayor impacto y aceptación por tanto se decide hacer estudio de la usabilidad de las App con el fin de poder realizar una planeación estructurada para la creación del prototipo.

Usabilidad de una APP. El neologismo usabilidad (del inglés *usability* -facilidad de uso-) se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular o cualquier otro objeto fabricado por humanos con el fin de alcanzar un objetivo concreto.

Particularmente la usabilidad de una aplicación de software se refiere a la facilidad con que los usuarios pueden utilizar la misma para alcanzar un objetivo concreto.

A través de esta definición de usabilidad tenemos la idea bastante clara de lo que queremos exponer en este artículo, y de la gran importancia que tiene. Es una característica imprescindible que debe tener una App.

La usabilidad en las aplicaciones móviles es uno de los elementos fundamentales para el éxito de las mismas los usuarios se han familiarizado más rápidamente con los gestos táctiles que con los realizados a través de elementos como teclados o ratones. Sin embargo, no todas las aplicaciones han sabido cosechar el mismo éxito. Muchas son las que han caído en el olvido por diferentes motivos. Una de estas razones es la dificultad en la usabilidad de la app. Gestos poco intuitivos o mala organización de los elementos en el diseño son fallos de usabilidad que pueden propiciar que los usuarios desechen determinada aplicación móvil y pasen a buscar alternativas mejores.

Lo primero que hay que tener en cuenta, en términos de usabilidad, es que una aplicación debe ser efectiva y eficiente. Esto significa que debe ofrecer al usuario lo que busca de una manera rápida y sencilla. Una App debe satisfacer necesidades en el menor tiempo posible y sin necesidad de que el usuario tenga grandes conocimientos de su uso o requiera un largo proceso de aprendizaje. Cuanto mayor sea el grado de usabilidad de una

app más probabilidades habrá de que permanezca instalada en los dispositivos móviles donde se haya descargado. Antes de publicar una app recomendamos releer este artículo, nuestro éxito o fracaso depende en gran medida de este factor, que es muy fácil de conseguir.

(25 de febrero de 2016). Usabilidad de una app, Aplicarium. Recuperado de

<http://aplicarium.com/blog/usabilidad-en-una-app/>

8.9 Plataforma digital

Las plataformas digitales son sitios en internet que cumplen con la función de almacenar información de diferentes tipos según lo que se quiera expresar al usuario, entre ellas se encuentra información tanto personal si es a nivel de personas y de negocios si es algo más establecido como empresa.

Estas plataformas son comúnmente utilizadas por una empresa o negocio para la distribución de información hacia sus clientes o usuarios, entre estas plataformas se conocen como los sitios web, E-tailer, paginas en redes sociales, canal de YouTube o vimeo entre otras.

Las plataformas digitales también son conocidas como medios para dar a conocer algo, algún producto o servicio, así como asegura Valera (2010)

“son sistemas tecnológicos inteligentes para gestionar activamente la transmisión de datos y modulares, donde el dueño de la plataforma y terceros pueden interactuar con los contenidos y servicios de forma complementaria para aumentar el valor dela

plataforma con el encuentro de clientes y proveedores en un entorno de servicio garantizado”.

Para concluir, se hará uso de una plataforma digital en pro del esparcimiento de información hacia nuestros usuarios y a su vez de promoción y potencializar la descarga de nuestra aplicación la cual es el centro del proyecto. Esto lo lograremos utilizando generando una plataforma digital compuesta por un sitio web o proveedor de contenidos, E-tailer, página en Facebook y canal de YouTube.

8.10 Proveedor de contenidos

“Son proveedores de contenido en internet todas las personas, empresas o profesionales que publican con regularidad información de cualquier tipo en internet, ya sea utilizando recursos propios o sirviéndose de los suministrados por un proveedor de acceso”.
(Consumoteca, 2009proveedor de contenidos)

Los proveedores de contenido son sitios en la web que como su nombre lo dice proveen al usuario contenido de distinta índole, estos contenidos pueden ser música, noticias, videos, juegos, información etc. (EL fondo sur, proveedor de contenidos)

Una vez aclarado que se conoce como proveedor de contenidos, nos encontramos con plataformas en la web la cual nos permiten y dan posibilidad de ser acreedores de ese proveedor y usarlo a base de templates o plantillas, entre esos se encuentra Wordpress, uno de los proveedores de contenidos más usados en torno de la creación de sitios webs y en el que este proyecto se basó para crear y ser acreedor de un sitio web en el que se

proporcionara información pertinente, precisa y puntal acerca de la aplicación y como esta funciona y que brinda a sus usuarios.

8.11 E- tailer

Un e-tailer hace referencia al comercio por medio del internet, es decir, lo que una empresa o negocio comercia por medio del internet, dando así un amplitud a su mercado llegando a lugares y clientes que antes no había llegado, normalmente se ve evidenciado en las tiendas virtuales o páginas web que permiten la opción de compra directa con el negocio.

Un e-tailer, de acuerdo con *The Oxford Dictionaries*, se refiere a “los **minoristas** que venden productos a través de transacciones electrónicas en la web”. Así mismo agrega que la palabra surge de la combinación de “e” usada para denominar electronic y “retailer” que hace referencia a tienda o comercio.

Por ende, más que promoción de productos y comercialización dando un ingreso más a lo que sería la plataforma digital expuesta para este proyecto, también se evidencio que este es un punto fuerte para llegar a más usuarios y clientes, como lo aclara *Nielsen Company*, que la penetración del e-commerce a nivel nacional va en orden ascendente. Es decir, que es un punto fundamental en el esparcimiento y conocimiento de un producto o servicio y a su vez una ventaja de hacer ingresos por medio de este.

9. Antecedentes

Autor.(Arias et. al.)

Proyecto. Influencia de los Smartphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá.

Objetivo del proyecto.Cuál es la influencia de los Smartphone y el uso de estos en los hábitos y estilos de vida de los jóvenes universitarios y ejecutivos de la ciudad de Bogotá de los estratos 3-4-5-6.

Resumen. A través de este proyecto se investigó la influencia que tienen los Smartphone en los estilos de vida de los estudiantes universitarios y ejecutivos de los estratos 3-4-5-6 de la ciudad de Bogotá.

En los últimos años el ingreso de estos dispositivos al mercado colombiano ha crecido constantemente, ya sea en la oficina o en la universidad, generando notables cambios en el comportamiento de las personas, cambiando de esta forma los estilos de vida o sus actitudes, por esta razón es importante entender y dimensionar el verdadero efecto que ha generado este movimiento tecnológico.

Los Smartphone influyen en los estilos de vida de las personas cambiando sus hábitos ya pre-establecidos facilitando la comunicación e información de una forma ágil y práctica. De esta forma se ha creado una dependencia tecnológica transformando los canales tradicionales en canales de comunicación más diversificados. Arias,M & Avila,C (2011) (Influencia de los Smartphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá). Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá

¿Qué es lo que motiva a una persona a adquirir o usar un Smartphone?

Las aplicaciones, desde redes sociales o de interacción comunicativa hasta aplicaciones de uso funcional, es decir, aplicativos que facilitan la compra de productos, el pago de recibos, ahorrando así horas de hacer fila, el estar en el sitio o lugar comercial para adquirir algún producto, entre otros. Dando así inicio a la influencia permanente actualmente del uso de estos dispositivos desde entretenimiento hasta formales como correos electrónicos y chats empresariales.

Con ello se ve afectado o transformado de forma gradual los hábitos o estilos de vida del usuario de estos dispositivos, Por lo tanto, se trae a colación que los hábitos o los estilos de vida como lo afirma Mike Nawas en la revista Latinoamericana de Psicología son “El modo de comportamiento del individuo unificante y cohesionante relativamente único y tendiente a una meta, es cognoscitivo, afectivo, motor e interpersonal”. Una vez aclarado que es o que abarcan los hábitos y estilos de vida entre lo intrapersonal o moralmente, se debe tener en cuenta que se basa en cumplir una meta, un objetivo personal, que va en par con lo afectivo, con el gusto, con el placer y enriquecimiento personal, pero que a su vez con estas nuevas tecnologías hacen retención de esos placeres y de esas actividades que por normativa antes de se realizaba.

Este proyecto e información nos lleva a el porque de nuestro grupo objetivo y la razón por la que se toma como contexto principal el ocio, los hábitos, el estilo de vida o en sí el tiempo libre, por ende se ve evidenciado desde información sobre la evolución de los dispositivos y como así estos han influenciado en la generación del siglo XXI, por lo cual, este proceso nos dará un gran enfoque del porque los dispositivos móviles, Smartphones, Tablets, entre otros. Son tan influyentes y a su vez utilizados por los jóvenes universitarios y

jóvenes empresarios o emprendedores y seguirá impactando siempre y cuando se mantenga el concepto de “Innovación”.

Autor. Óscar Magro Segura

Proyecto. Diseño e implementación de una aplicación para recordatorios

Objetivo del proyecto. Desarrollar una aplicación para un dispositivo móvil que facilite al usuario la organización de su tiempo permitiéndole acceder a su correo electrónico y poder gestionar sus citas mediante eventos dentro de uno de los mayores servicios más utilizados que ofrece Google, que es su aplicación Google Calendar.

Resumen. Este proyecto se basa en la elaboración de un aplicativo para android, en cual consiste en la utilización de una herramienta de Google denominada Google Calendar. Este proyecto tiene como meta realizar y diseñar este aplicativo para permitirle a las personas o usuarios de esta aplicación administrar su tiempo de una buena forma y a su vez generar citas entre fechas sobre actividades, eventos o cualquier tipo de acción recreativa haciendo que el usuario pueda utilizar su ocio como lo prefiere con algo o alguien que se lo recuerde.

Este proyecto me ofrece la posibilidad y entendimiento de como vincular mi aplicación a Google calendar y así poder aprovechar esta herramienta para hacer de mi propuesta algo más funcional, exacta y recursiva en torno a recordatorio de fechas y a su vez de información precisa y puntual al usuario en el momento oportuno.

Segura,O (2011)(Diseño e implementación de una aplicación para recordatorios).
Universidad Carlos III de Madrid. Madrid

Autor. Ángeles Rubio

Proyecto. Jóvenes en red, generación digital y cambio social

Resumen. Hasta hace poco la familia era el agente principal de socialización y conocimiento del mundo para los jóvenes esto ha cambiado y los medios de comunicación se dan principalmente en el uso de la internet siendo ellos los principales conductores de esta revolución digital que va más allá de funciones recreativas y aplica su uso a información, integración, socialización y acceso a la industria cultural.

Este proyecto brinda información que permite entender esta generación llamada nativos digitales y como el uso de la internet se ha convertido en un pilar para la comunicación y ocupación del ocio por lo que se entiende la importancia e influencia que tiene en los jóvenes y como ellos están tomando la iniciativa de cambio social, se entiende el alcance de la internet por lo que este proyecto muestra que es el espacio propicio para dar a conocer el proyecto por medio de las redes sociales que faciliten llegar a la población joven para que haga uso de la App.

Este proyecto va un paso adelante no solo se pretende conocer el ocio en medios digitales y como este repercute en los jóvenes si no pasa del estudio a la práctica por lo que se desarrolla una App donde se puede integrar culturalmente a la población conociendo del cronograma cultural que ofrece el municipio para así crear una integración social que pasa del medio digital al presencial.

10. Objetivo General

Visibilizar los espacios y eventos culturales para los jóvenes del municipio de Soacha por medio de dispositivos móviles.

Objetivos Específicos

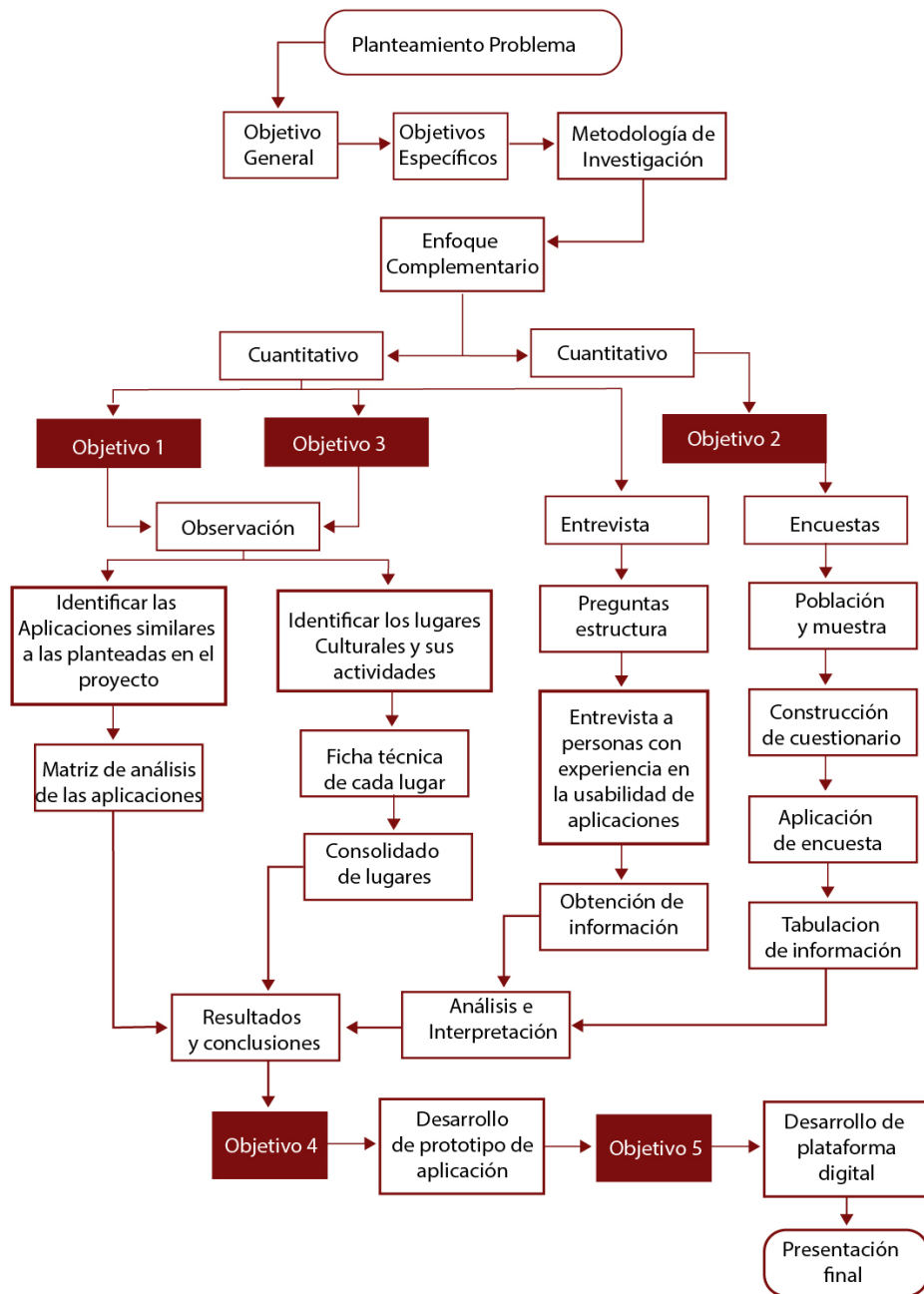
1. Analizar, gráficamente las diferentes aplicaciones que traten sobre divulgación de eventos culturales.
2. Identificar la usabilidad que le dan los usuarios a las aplicaciones y como estas influyen en su diario vivir.
3. Identificar cuáles son los lugares que brindan actividades y eventos para los jóvenes en Soacha.
4. Diseñar un prototipo de aplicación móvil para visibilizar las actividades del municipio de Soacha
5. Crear un entorno digital que permita promocionar el prototipo de aplicación móvil.

Límites y Alcances

Al desarrollar este proyecto se propone realizar un prototipo de aplicación móvil y una plataforma digital (sitio web, medios sociales y e-tailer) sobre actividades de ocio para jóvenes. El alcance de la propuesta será el desarrollo de este entorno digital donde se subirán piezas comunicacionales mostrando el funcionamiento del mismo, pero no se pondrá en uso ya que no se llega al desarrollo del aplicativo por motivos de presupuesto y tiempo ya que se requiere un grupo de trabajo especializado en desarrollo de aplicativos, a mediano plazo se busca generar alianzas que permitan invertir en el desarrollo y divulgación de una aplicación móvil.

11. Metodología de investigación

Diagrama de flujo



Métodos Técnicos e Instrumentos de Recolección

La investigación supone la aplicación de un método de indagación que garantice la confiabilidad de los resultados obtenidos en la misma por lo tanto se utilizan los métodos de observación y análisis de los que procede de un conocimiento previo del investigador de lo cual se busca conocer los rasgos del grupo objeto de estudio en el alcance del conocimiento que permita realizar análisis mediante diferentes técnicas obteniendo resultados que puedan cumplir con los objetivos de identificación y orientar al grupo investigador a la producción de la interfaz digital como medio de divulgación de la actividad cultural del municipio para esto se tomaran los siguientes métodos de recolección de información.

Métodos técnicos

- Observación
- Entrevistas
- Encuestas

12.1 Matriz de análisis

Matriz de análisis sobre aplicaciones que informan eventos y actividades. Esta matriz de análisis cumple con la necesidad de evidenciar gráficamente la usabilidad de las aplicaciones enfocadas al tema de promover eventos y diferentes actividades para ello se realiza un esquema que permite encontrar las características de cada aplicación orientando a un desarrollo óptimo del prototipo de aplicación partiendo de un análisis de esta matriz. Este proceso responde al primer objetivo específico “analizar, gráficamente las diferentes aplicaciones que traten sobre divulgación de eventos culturales”

Nombre de la aplicación		vamos	Eventbrite	HayEvento	Agenda Cultural Cali
País		Argentina	Colombia	Colombia	Colombia
Esquema de navegación	Sencillo				
	Complejo				
Iconos	Planos				
	Con volumen				
Enlaces	Medios sociales				
	Sitio web				
Paleta de colores	Sencilla (1 a 3 colores)				
	Amplia (4 a 8 colores)				
Tipografías	Serif				
	San serif				
Imágenes	Alta resolución				
	Baja resolución				
Tiempo de respuesta	Lento				
	Rápido				

Al analizar las aplicaciones por medio de esta matriz de obtienen ítems que servirán como base para un diseño que genere una buena usabilidad evitando caer en falencias ya detectadas, se evidencia que es de preferencia el uso de un esquema de navegación sencillo con el fin de dar una solución al usuario rápidamente y sin complicación, la iconografía debe ser unificada esta se encuentra en diseños planos o con volumen en el caso de las aplicaciones la mejor opción es planos por su legibilidad en estos formatos y eso se muestra en el análisis todas las aplicaciones hacen uso de iconos planos, los enlaces a sitios externos permiten promocionar e interactuar con el usuario los medios sociales se hacen la primera opción en cuanto a crear un entorno digital para el fortalecimiento de la App por tanto es primordial tener estos medios con el fin de llegar al público en poco tiempo, la mejor opción en cuando a gama a color es usar una paleta de colores simple ya que el uso de muchos colores generara perdida de la línea gráfica y será poco amable a la visual del ser humano continuando con la tipografía la mejor opción es una san serif (palo seco) ya que brinda una mejor legibilidad teniendo en cuenta los tamaños reducidos de un dispositivo móvil y por último el tiempo de respuesta se hace de gran importancia una aplicación lenta perderá el interés del usuario por el contrario una que sea ágil permitirá encontrar lo que se desea de manera inmediata en esto influye diferentes factores como el peso de archivos que se suban a la App y el desarrollo de la misma por lo que se requiere un tiempo de respuesta que permita una mayor interacción con el usuario

12.2 Encuesta

La encuesta es una técnica muy utilizada en proyectos de investigación ya que permite obtener datos cuantificables del público objetivo cuantificables donde se obtiene datos estadísticos para analizar y conocer el pensar y actuar de la población encaminadas a resolver cuestionamientos planteados y brindar una solución que refleje el trabajo desarrollado a partir de los datos obtenidos..

Elaboración de Encuesta. En la elaboración de una encuesta se debe tener en claro las preguntas a formular deben estar orientadas a resolver algún cuestionamiento y que el resultado de estas orienten al cumplimiento del objetivo planteado para así tener éxito y no repetir varias veces por una mala redacción obteniendo datos sin veracidad ni fin.

Población. "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación"(Tamayo, 1997 P.114).

Basándonos en el concepto de Tamayo la población objeto de estudio está definida en habitantes del municipio Soacha jóvenes en un rango de edad de 15 a 24 años que se enmarcan entre juventud media y plena según la (ONU) se escoge el joven partiendo de que en esta edad se tiene bastante tiempo libre que se puede utilizar positiva o negativamente lo cual repercute en la formación personal, por tanto se debe orientar al buen uso en entornos culturales además de que en esta edad se hace necesario tener dispositivos móviles según demanda el mundo actual.

Muestra. La muestra será la representación del total de la población. Según se afirma que la muestra “ es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (Tamayo, 1997, p.38)

Serán jóvenes habitantes de Soacha de diferentes barrios teniendo datos que se puedan reflejar en el total de la población.

Tipo de preguntas. Las preguntas pueden ser abiertas o cerradas en el caso de las abiertas dan una opinión de lo que piensa el encuestado pero no se puede hacer un proceso estadístico de las respuestas por lo tanto no se realizara este tipo de pregunta, las preguntas cerradas pueden ser de afirmación y negación o de selección múltiple en el caso de la encuesta propuesta por el grupo investigador se realizara con preguntas de selección múltiple.

La encuesta se realiza con el fin de obtener resultados cuantificables que permita resolver los cuestionamientos planteados respecto al objetivo “Identificar la usabilidad que le dan los usuarios a sus aplicaciones y como estas influyen en su diario vivir” por tanto el grupo investigador identifica los cuestionamientos que surgen : El público objetivo si es el mayor consumidor de aplicaciones, que uso le dan a su dispositivo móvil, que cantidad de tiempo y como se enteran de la existencia de una apps el obtener la información nos resolverá las dudas respecto a la usabilidad desde la cotidianidad y el uso que le da un joven promedio para completar el objetivo debemos interpretar la usabilidad desde una parte técnica a través de una entrevista a personas experimentadas en el uso y análisis de aplicaciones de esta manera se cumple con el objetivo, muestra si es viable el desarrollo del prototipo de aplicación y cuál es la mejor opción de promocionarla.

Resultados

El 40 % de los jóvenes usa su Smartphone de 3 a 5 horas seguido con un 23% más de 8 horas se hace un tiempo extenso de uso es relevante saber en qué lo ocupan por lo tanto se evidencia que cotidianamente lo usan un 50% en redes sociales, entretenimiento y correo, por consiguiente las aplicaciones que más usan son de redes sociales y entretenimiento con un 57% los jóvenes malgastan gran parte de su tiempo en una rutina no productiva según lo afirman los datos anteriores poco usan su Smartphone en información de interés o de formación por lo tanto se manifiesta la importancia de generar un uso apropiado del Smartphone ya que el 73% ocupan su tiempo libre en usar el celular y tan solo el 3% asiste a actividades culturales.

Se hace pertinente mostrar alternativas de uso más productivas que informen y contribuyan a la formación personal. el siguiente dato muestra el interés de los jóvenes en una aplicación diferente a su rutina les gustaría ser informados por medio de una aplicación sobre actividades culturales con un 30 % y de entretenimiento solo un 7% se es viable realizar un prototipo de App teniendo en cuenta el tiempo y uso que le dan a su dispositivo móvil, para así utilizar una parte de su tiempo diario en informarse del cronograma cultural, un cuestionamiento que surge al querer realizar una App es el medio por el cual se dará a conocer y se evidencia con un 63% las redes sociales son la forma por donde se enteran de la existencia de una aplicación seguido con un 23% los sitios web un porcentaje menor pero se tiene en cuenta que la información en redes generalmente direcciona al sitio web oficial de la marca o producto promocionado donde se muestra la información completa es por esto que crear un sitio web y fan page se hace de gran importancia para la

divulgación del prototipo de App. Los encuestados afirman que los mayores consumidores de App son los jóvenes con un 90% dato importante teniendo en cuenta que son el público objetivo al cual se enfoca esta investigación.

12.3 Entrevista

La entrevista se entiende como el dialogo entre dos personas uno es el entrevistador el cual corresponde al investigador y el otro el entrevistado que debe ser una persona que entienda del tema de investigación brindando información y colaboración en la aclaración de dudas.

EL grupo investigador decide hacer uso de la entrevista , realizar la entrevista permitirá completar el objetivo referente a la usabilidad que le dan los usuarios a las aplicaciones ya que se obtendrá información que oriente a conocer las fallas que han tenido otras aplicaciones, que se busca en una App cual es la expectativa como usuario al momento de usarla además será un soporte ya que brindara información que guiara la creación de la app acorde a las necesidades de los usuarios evitando errores ya analizados, se debe realizar un esquema de preguntas que dé resultados fiables y acertados por esto se investiga acerca de la usabilidad de Apps identificar que la compone y que busca el usuario para esto se divide la usabilidad en los siguientes componentes: interacción, diseño visual y servicio el formular preguntas referente a estos términos nos brindara una idea clara del pensamiento de los usuarios referente a la usabilidad de las Apps y cumplirá con el objetivo plantado.

Entrevista

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Ciencias de la Comunicación

Tecnología en Comunicación Gráfica

Entrevista para el proyecto salir

Las siguientes preguntas se realizan con el fin de conocer la usabilidad de una aplicación móvil desde el pensamiento de personas que han hecho uso de estas y tienen conocimientos desde su área profesional, las preguntas dan una mirada general de las falencias que han encontrado y las fortalezas que debe tener una aplicación para una usabilidad óptima, esta información servirá como soporte para el desarrollo del prototipo de aplicación del proyecto salir.

Entrevistado: Jorge Fabián Castro Espitia (Comunicador y diseñador gráfico).

Preguntas

Interacción

1) ¿El esquema de funcionamiento debe ser simple y consistente?

Sí, la idea es que al momento de utilizar una App los usuarios deben de ser capaces de usarla sin mayor inconveniente pero que tampoco se vea que no hay un trabajo de desarrollo, ya que también debe ser atractiva a la vista.

2) ¿La información en las aplicaciones se mantiene actualizada?

Es muy importante que las aplicaciones sean actualizadas cada tiempo debido a que se debe generar fidelidad en los usuarios que utilizan la aplicación y mejorando la experiencia en ellos con contenidos nuevos y diferentes que animen a las personas a seguir usándola.

3) ¿Cuál ha sido su experiencia de usuario?

Se ha visto un gran cambio en los últimos años en cuanto a la presentación que tienen las aplicaciones móviles y la funcionalidad, permitiendo utilizar varias aplicaciones al mismo tiempo y comunicarse entre una aplicación con otra para facilitar la vida de las personas. Esto ha sido un gran logro porque desde el celular podemos hacer diferentes cosas desde cualquier lugar donde estemos.

Diseño visual

4) ¿Los logos de las aplicaciones que ha usado son de fácil recordación?

Claro que sí, la idea es que entre más atractivo sea el esquema del logo en la aplicación, la recordación para las personas será mayor y su reconocimiento a nivel general será mucho más importante, esto se logra implementando iconografía y elementos minimalista que den una lectura rápida del logo.

5) ¿Entiende los iconos utilizados?

Muchas veces no es muy asertiva la implementación de los iconos en las aplicaciones pues son muy difíciles de ver por la cantidad de elementos que tienen o porque no es correspondiente al servicio que presta.

6) ¿El contenido en cuanto a tamaños y resoluciones permite una buena legibilidad?

No creo que sean importantes tanto los tamaños y resoluciones de los elementos sino más bien que no se sobrecargue de contenido pues esto permite tener recursos más organizados y de contenidos más impactantes para las personas.

Servicio

7) ¿Cómo usuario se siente satisfecho con el servicio de las aplicaciones?

Muchas veces no, ya que el uso excesivo de actualizaciones pone más lentos los dispositivos y los recursos son más complejos para los usuarios.

8) ¿Qué servicio busca en una aplicación?

Que sea rápido, que no consuma tantos datos y que su contenido sea acorde a lo que está ofreciendo cuando lo muestran en las tiendas de aplicaciones móviles.

9) ¿Le transmite seguridad la información suministrada por las aplicaciones?

Muchas veces no, ya que no se tiene un filtro de los contenidos y no se da respaldo de los servicios que se están prestando.

Resultados

Al realizar la entrevista obtenemos conceptos que fortalecen los conocimientos referentes a la usabilidad de aplicaciones para así realizar un desarrollo acertado que tenga la aceptación del público objetivo.

Se evidencia que una aplicación debe ser simple en cuanto a su navegación y diagramación esto permitirá al usuario una interacción sin mayor inconveniente, ser simple no se asocia a poco trabajo por el contrario el llegar a la simplicidad requiere de un conocimiento amplio de diseño y desarrollo para poder incorporar todos los elementos que demanda brindar un servicio completo pero con un diseño limpio y agradable.

El mantener la aplicación actualizada es un punto clave en la consolidación de la app y más tratándose de una que ofrece un servicio de información se es fundamental subir contenidos semanales sobre actividades próximas a realizarse con esto se despierta el interés y confianza generando una experiencia de usuario positiva al cumplir con las necesidades y expectativas.

En cuanto a al diseño del logo el éxito y reconocimiento de la app parte de un buen diseño simple y concreto que trasmita al consumidor un concepto acertado del servicio

ofrecido y que genere recordación evitando caer en diseños cargados en los que incorporan muchos elementos perdiendo legibilidad siendo poco amable a la visual perdiendo atención y recordación , al igual los iconos deben mantener simplicidad pero cumpliendo con el servicio que prestan y manejando unidad grafica esto permitirá tener un diseño limpio y una interacción fácil para el usuario,

El usuario busca un servicio rápido y con información veraz independiente de la categoría por ello cada contenido que se genere debe dar información precisa del lugar y actividad a desarrollar para dar fiabilidad al usuario.

12.4 La observación

Fernández Ballesteros (1980), nos dice que la observación “supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales poder formular o verificar hipótesis”.

La observación se hace con el fin de conocer los lugares y actividades más concurridos por los jóvenes, es de gran importancia identificar y tener una descripción de estos para ello se realiza una ficha técnica la cual se llenara una vez se visite cada lugar, la ficha técnica cuenta con los siguientes datos:

Nombre, medios de comunicación, sector, horarios, lugar, costo, actividades y descripción estos datos permitirán analizar cada lugar conociendo sus características y medios de difusión un punto importante se identificara si tienen falencias en su forma de promocionar las actividades o si por el contrario tienen un método de comunicación

eficiente. El tener una base de datos de estos lugares será de relevancia ya que el enlace con estos lugares permitirá obtener información constante y actualizada para abastecer el prototipo de App evidenciando el interés de los jóvenes en estas actividades.

Lugares donde se realizara la observación y ficha técnica.

- Secretaria de Educación y Cultura Soacha
- IMRDS
- Humedal Neuta
- XU-CASA
- Caminando Territorio
- Soacha en imágenes
- EPA

Al realizar la ficha técnica se reconoce los lugares que realizan actividades culturales y demás en pro de contribuir a la formación del joven en sociedad, estas fichas técnicas permitieron tener una base de datos reconociendo los medios por los cuales promocionan su actividad esto para saber la relevancia de informar por medio de una aplicación móvil además se georeferenciar cada lugar con el fin de incluirlos en el mapa de la App, se reconoce las actividades que desarrollan y se informa del proyecto dando una opinión favorable y de colaboración para este permitiendo generar contenidos de prueba con estos lugares identificados.

Relación de datos obtenidos con las piezas gráficas.

El usar instrumentos de investigación con el fin de poder cumplir los objetivos planteados permitieron encontrar datos que fueron eje para el desarrollo de las piezas gráficas, ya que se permitió interiorizar en el tema de investigación identificando la viabilidad de desarrollar las piezas planteadas y hacerlo con bases y conocimientos adquiridos, que permitieran un prototipo funcional y con información real enlazado a un entorno digital para su promoción y divulgación.

Datos obtenidos en la investigación

Matriz de análisis

Encuesta de usabilidad

Entrevista de usabilidad

Ficha Técnica de sitios

Referentes conceptuales

Piezas Gráficas

Prototipo de aplicación móvil

Medios sociales

Sitio web

E-tailer

Marco conceptual - piezas gráficas

El investigar acerca de los conceptos relacionados con el proyecto permitieron centrar una idea de cada uno orientada al interés de resolver dudas sobre la problemática y desarrollo de las piezas gráficas estos fueron los conceptos: Soacha, cultura, jóvenes, ocio, iconografía, herramientas gráficas, dispositivos móviles, aplicación móvil, plataforma digital, proveedor de contenidos y e-tailer. Esto sirvió de base para el desarrollo de las piezas gráficas al ampliar la idea y conocimientos previos a la investigación.

Matriz de análisis - piezas gráficas

La matriz de análisis se desarrolla con diferentes aplicaciones enfocadas a mostrar información acerca de las actividades para el ocio en diferentes lugares, esta sirvió para la elaboración del prototipo de app ya que al analizar los resultados obtenidos se encuentra fortalezas, debilidades y tendencias, para el desarrollo gráfico por lo tanto se oriento a una interfaz sencilla pero consistente, con información actualizada y enlazada a otros medios digitales que permitan una difusión rápida.

Encuestas - piezas gráficas

El realizar la encuesta permitió conocer el uso que le dan los jóvenes a sus Smartphone, identificando la cantidad de tiempo que emplean en este, se conoció el interés de usar un aplicativo sobre eventos y actividades en Soacha y se evidencia que el publico objetivo son los mayores consumidores de App por lo tanto se ve la relevancia de desarrollar el prototipo de aplicativo móvil, otro dato importante fue el saber por que medios se enteran de la existencia de una aplicación encontrando que redes sociales y sitios web es la forma mas efectiva de difusión por lo que se decide desarrollar todo un entorno digital en pro de dar a conocer el prototipo Salir.

Entrevista - piezas gráficas

La entrevista se desarrollo con énfasis en conocer la usabilidad de las aplicaciones móviles la interacción, diseño y el servicio obteniendo este resultado como eje para la planeación y elaboración del prototipo de aplicativo móvil desde la experiencia y conocimientos previos.

Observación y ficha técnica - piezas gráficas

Hacer la observación de cada sitio y llenar la ficha técnica fue un factor fundamental ya que con esta información se conoció diferentes lugares que realizan actividades de cultura y entretenimiento en el municipio los datos permitieron conocer los medios de difusión y promoción de cada sitio identificando que una App es una medio del cual no hacen uso por lo que se ve la relevancia de desarrollarlo además estos sitios brindaron material para subir al prototipo de App.

Se creo una fan page al identificar que es el medio de mas manejo por parte de los sitios observados, y será de gran utilidad para promover el prototipo de App además de tener vínculos que permitan obtener información de los eventos para subirlos, por ultimo se identifica que un E-tailer será de gran ayuda tanto para el proyecto salir como para los sitios de los cuales se obtiene información ya que se pretende generar ingresos a través de ventas de diferentes productos.

13. Justificación de la pieza

Salir se basa en la reutilización o aprovechamiento de los dispositivos móviles o dispositivos tecnológicos para incentivar a los usuarios a la utilización apropiada de su tiempo libre. Esta aplicación va de la mano con la tendencia de comercio electrónico conocida como Inside Out, la cual nos permite que los mismos medios digitales sean utilizados para generar espacios de convivencia y socialización entre las personas con el entorno que los rodea.

Con ello se busca el aprovechamiento del ocio y a su vez incentivar las relaciones sociales fuera de la tecnología que hoy en día es utilizada y genera demanda constantemente.

Esta aplicación es un prototipo, la cual contendrá información clara, verídica y real de eventos y actividades del municipio de Soacha. Actualmente nos vemos inmersos en el mundo de la tecnología, donde evidencia el uso excesivo de los Smartphone y todas las funcionalidades y usos que hoy en día se les puede dar, entre esos el uso de aplicaciones, como lo aclara el informe de Emarket, compañía que se encarga de estudios de mercado, que Colombia actualmente es el tercer país de Latinoamérica en ser consumidor de Smartphones y el cuarto en consumir y descargar aplicaciones para celular, pero a qué viene ese consumo excesivo, por qué cada año incrementa ese porcentaje en torno al consumo de estos, será que no hay suficientes dispositivos móviles, cuando aclaran que hay más Smartphone que personas en el mundo, y por qué hoy en día están tan presentes en nuestras vidas, quienes son los más consumidores, por qué lo son y a qué se debe, eso es lo que tratamos de resolver y a su vez aprovechar esos resultados para comenzar a cambiar ese hábito.

Nos encontramos con datos sumamente importantes por parte del proyecto de investigación que trata la influencia de los Smartphone sobre los jóvenes universitarios y trabajadores, dando cifras en Bogotá de un consumo impresionante y como este afecta desde sus estilos de vida, hasta los hábitos y tendencias que tiene una persona, así nos dimos a la tarea de traer a colación ese proceso en Soacha, arrojándonos cifras totalmente impresionantes, realizamos encuestas en los lugares más concurridos y de bastante presencia de jóvenes, entre esos lugares, Universidades como la Uniminuto de Soacha, el parque central de Soacha y San Mateo, lugares que hoy en día en Soacha se ve una alta conglomeración de personas y entre estas jóvenes que habitan el Municipio de Soacha.

Evidenciamos datos entre el promedio de edad a los encuestados que iba desde los 15 años edad inicial de la juventud o la pubertad según lo aclara la ONU, hasta las 25 años el cual sería el final de la etapa de la juventud dando paso al joven adulto, entre estas surgieron preguntas que nos dieron una clara respuesta del porque es de influencia hoy en día usar un teléfono inteligente, con un 50% de los jóvenes encuestados nos aclararon que usan sus Smartphone para el uso de redes sociales, entretenimiento y correo, un 40% nos dice que para llamar, escuchar música y correo y solo un 10% para información de interés, trabajo y llamar, hoy en día con estas cifras aclarábamos que el mejor uso o el potencial para llegarle a los jóvenes de Soacha actualmente era por medio de lo digital, por medio de las redes sociales o sitios a fines que divulgan información que a ellos les interesa.

Por otro lado, unas de las cifras más alarmantes que nos arrojó nuestra investigación a los jóvenes encuestados fue el tiempo que ellos consumen usando su Smartphone al día, un 17% respondió que de 1 a 2 horas al día, un 20% respondió que de 6 a 8 horas al día, un 23% aclaró que más de 8 horas al día casi $\frac{1}{4}$ de la población encuestada y por último un

40% de jóvenes respondió que usa su Smartphone aproximadamente de 3 a 5 horas al día, con estos datos vemos el alto índice de consumo por parte de los jóvenes hacia estos dispositivos tecnológicos y a su vez la posibilidad de cómo aprovechar ese mismo tiempo consumido para volverlo productivo.

Para concluir y no menos importante, el porqué de nuestro grupo objetivo para este proyecto ya una vez evidenciado anteriormente los porcentajes de los jóvenes encuestados en el Municipio de Soacha, llegamos al punto del cuál cree usted que es el mayor consumidor de estos dispositivos y sus aplicaciones, dándonos resultados de un 90% sobre los demás, que respondían que los jóvenes, y los jóvenes de Soacha son los más consumidores de estos dispositivos y aplicaciones, con un 7% los niños y solo con un 3% los adultos.

Con estos datos queda más que claro la problemática actual del municipio en los jóvenes que redundan en la utilización de Smartphone y a su vez de aplicaciones, que hacen de nuestra pieza gráfica un fuerte o potencial a hacer impacto dentro del Municipio de Soacha, por ende se lleva a cabo este proyecto, teniendo en cuenta la realización de una plataforma digital compuesta por un Sitio Web, fan page de Facebook, E-tailer y un canal de YouTube para promover y divulgar la información acerca de la aplicación y lo que este proyecto tiene como fin para los jóvenes de Soacha.

14. Desarrollo de las piezas gráficas

Tipo de aplicación

Salir es un aplicativo meramente de tipo “entretenimiento” debido al manejo de la información que usa y quiere llevar a sus usuarios, es decir, es de entretenimiento por brindar información sobre eventos, actividades o lugares de paso para que las personas puedan recrearse o disfrutar de su tiempo libre, pero a su vez posee un rango de tipo funcional por el hecho de manejar este medio para ser publicidad, para dar a conocer algún producto, turismo, lugar, actividad entre otros.

Esta aplicación constituida como una aplicación nativa, ya que se relaciona por un proveedor de contenidos de la web para su realización y por ende es vinculada a los sistemas operativos IOS o Android, pero también permite llegar a reproducir en estos sistemas operativos a la hora de su culminación en este proveedor, conocido como mobincube.

Canvas de tendencias

Se realiza un canvas de tendencia para simplificar la información en torno al enfoque, modelo o tendencia, beneficios y porque salir sería innovador para el Municipio de Soacha.

Salir ——— CANVAS ——— Inside Out



Investigación

“En el 2013 el móvil supero al pc como dispositivo para acceder a internet a nivel mundial”

Garther.

Según los informes de censos por parte de la plataforma digital de Emarket compañía encargada de estudio de mercados, informo que Colombia es el tercer país en consumo de dispositivos móviles “Smarphone” de la región después de Brasil y México, es decir, que Colombia viene siendo uno de los países de la región o de Latinoamérica con más presencia y potencial de este mercado llegando a una en el 2015 de 14,4 millones de usuarios y consumidores de estos dispositivos.

Según estos datos alarmantes y evidenciando el alza en el consumo de este producto, el cual cada año se ve más potencio y que actualmente hace parte de nuestras vidas, también

se basa en el uso de las aplicaciones, las cuales pasaron de ser aplicativos de uso pertinente y enfocados en la productividad personal a aplicativos de toda clase, desde ubicaciones y orientaciones geográficas hasta el uso de linterna, pero por qué se ve tan potenciado este mercado y cuáles son sus mayores consumidores son las preguntas que nos responderemos a continuación.

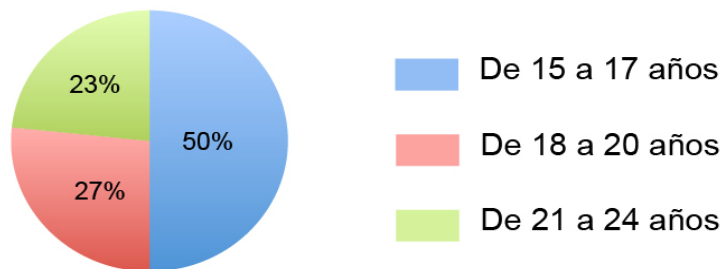
La llegada del móvil a la vida de las personas ha sido uno de los avances más representativos de las épocas, debido al constante avance y evolución del mismo y a su saturación en el mercado, empezando desde un dispositivo funcional de llamadas hasta el actual dispositivo inteligente. Tras la llegada del Iphone al mercado dio el inicio o auge a nuevos mercados, los cuales vieron en las aplicaciones el nuevo potencial para hacer dinero o generar ingresos y con esto llevaría al avance en herramientas tanto para diseñadores como para programadores para así mejorar la producción y realización de estas aplicaciones,.

Tras la llegada del Iphone y el potencial de las aplicaciones vinieron la saturación de información, la creación excesiva y exhaustiva de dispositivos móviles y aplicaciones, haciendo dispositivos más grandes o pequeños, con mayor capacidad de almacenamiento, mejor calidad, táctiles entre otros.

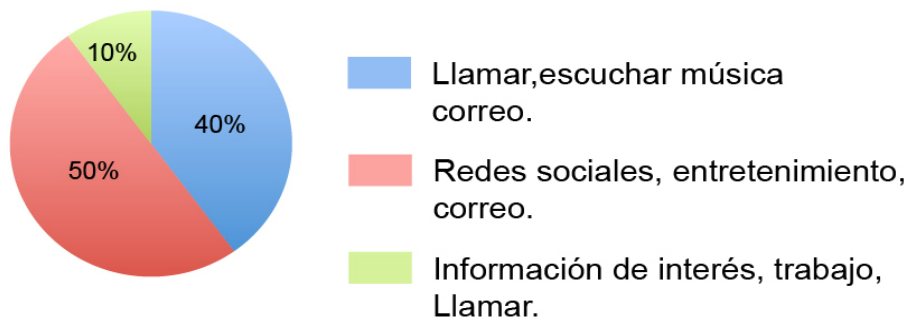
Esto nos lleva a resolver nuestra segunda pregunta, cuáles son los mayores consumidores de estos dispositivos y aplicaciones, según un informe realizado en el año 2013 por la empresa y plataforma digital Emarket, anuncio un estudio de los países de Latinoamérica los cuales eran mayoristas en consumo de aplicaciones, ubicando a Colombia como el cuarto país con un 7% de la población de consumidores por debajo de Brasil, México y Argentina, los cuales se ve reflejado que la población más consumista son los jóvenes.

Dados los resultados de esta investigación, nos planteamos para nuestra investigación realizar unas encuestas dirigidas para los jóvenes del Municipio de Soacha, entre las edades de 15 a 24 años de diferentes partes del municipio, los resultados fueron los siguientes.

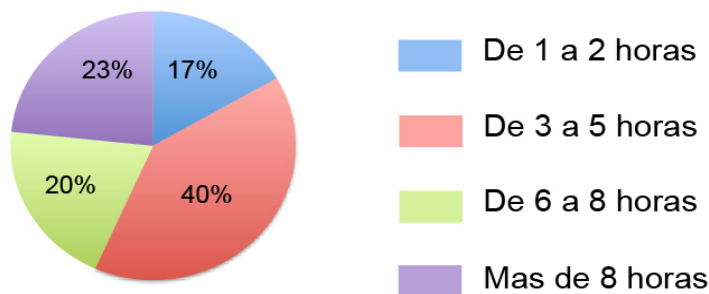
Promedio de edad de encuestados



¿Para qué utiliza con mayor frecuencia su smartphone?



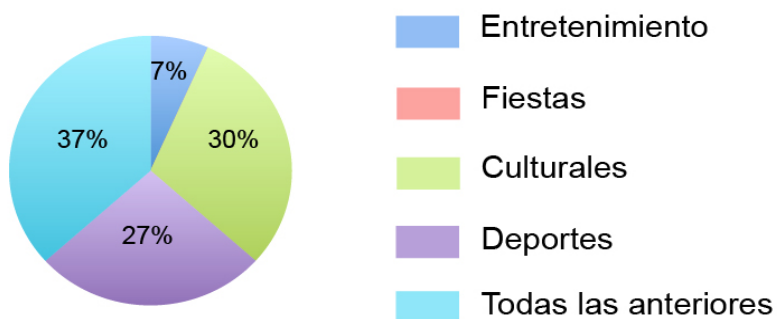
¿Cuántas horas considera que usa su smartphone al día?



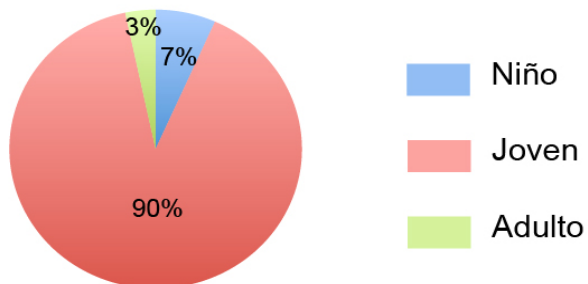
¿Qué tipo de aplicaciones usa cotidianamente en su smartphone?



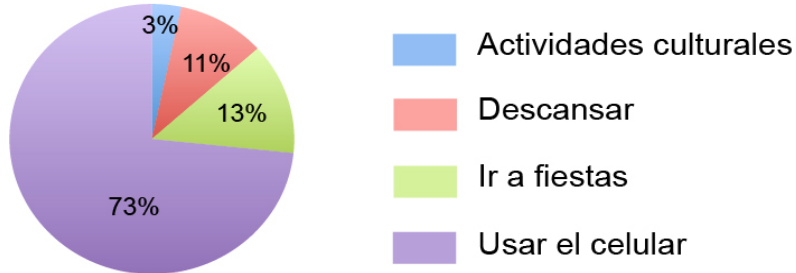
¿Qué le gustaría saber si existiera una aplicación que le Informe sobre eventos y actividades en Soacha?



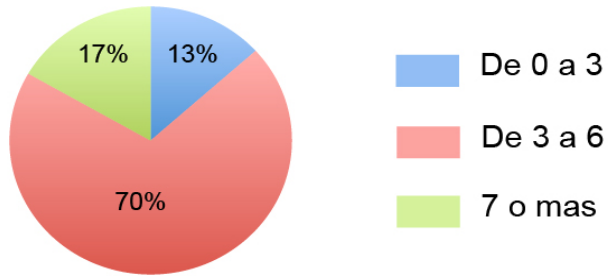
¿Quién cree que es el mayor consumidor de aplicaciones?



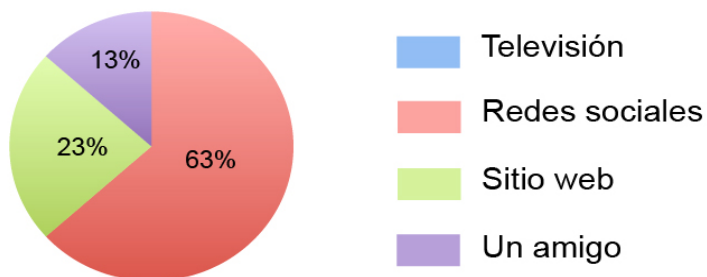
¿Qué hace durante su tiempo libre?



¿Cuántas aplicaciones tiene en su dispositivo móvil?



¿Por qué medio se ha enterado de la existencia de una aplicación?



Usabilidad

El prototipo de aplicación a realizar contara con una usabilidad de tipo simplificado, es decir, que será puntual e ira directo a lo que se quiere informar, contando con recursos gráficos que lo orienten por la interfaz y la experiencia de navegación, esos recursos se verán a continuación:

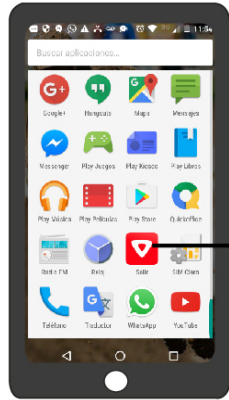
1. Iconos agradables y puntuales
2. Acceso a la información
3. Interfaz y navegación simple
4. Interacción con los elementos y la información
5. Actualización semanal de información

Funcionalidad

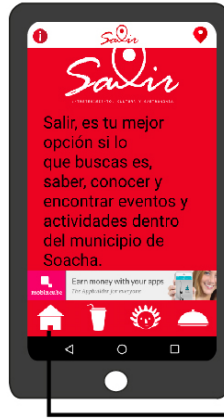
La funcionalidad es de promover lugares, eventos y actividades para mejorar el uso del tiempo libre, el comercio, el emprendimiento y el turismo dentro del municipio de Soacha para sus habitantes y para los visitantes del municipio.

Esquema de navegación

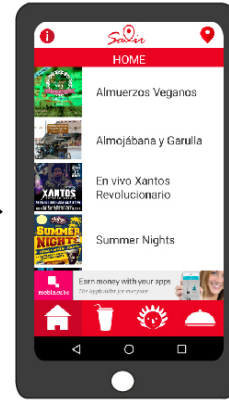
1) Visualización de Salir.



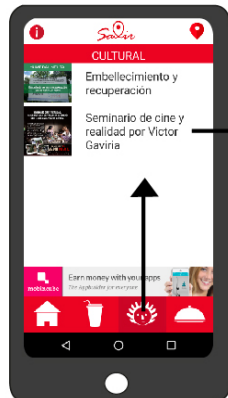
2) Interfaz de inicio



3) Interfaz de Home



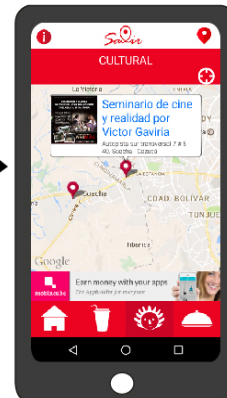
4) Interfaz de categoría



5) Interfaz de evento



6) Interfaz de geolocalización



Paleta cromática



Desarrollo de la plataforma digital

La plataforma digital utilizada como medio de distribución y promoción de la aplicación, cuenta con la realización de un sitio web, medios sociales y un e-tailer.

Estrategia de arquitectura y diseño del sitio web

E-commerce

“El e-commerce consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de internet”

Extraído de la página web “Marketing Digital”

Diferencia entre presencia en internet vs e-commerce

Hoy en día, la mayoría de empresas o negocios potenciales cuentan con presencia en internet, con portales o páginas web las cuales suministran información para los clientes, pero no dejan de ser institucionales e informativas a dinámicas y de interacción al marketing digital, por un lado tenemos la de presencia, que varían entre incorporar y dar información pertinente y no detallada de productos o servicios para generar y dar un llamado a la acción de sus clientes, lo que los llevaba a las vías tradicionales, como la

visita personal o presencial al lugar, las llamadas telefónicas y de esta manera ponerse en contacto con los clientes.

Por otro lado se encuentra la presencia en internet y el comercio electrónico, los cuales hacen uso del marketing digital y proporcionan información detallada, con el fin de cerrar negocios virtuales y hacer los pagos de la misma manera, es decir, aquellas que no necesariamente necesitan llevar al cliente al sitio o lugar de los productos si no que llevan el lugar o sitio a ellos para que puedan pagar y tenga mayor versatilidad a la hora de la compra y venta de estos productos todo por vía virtual.

Modelo o tendencia

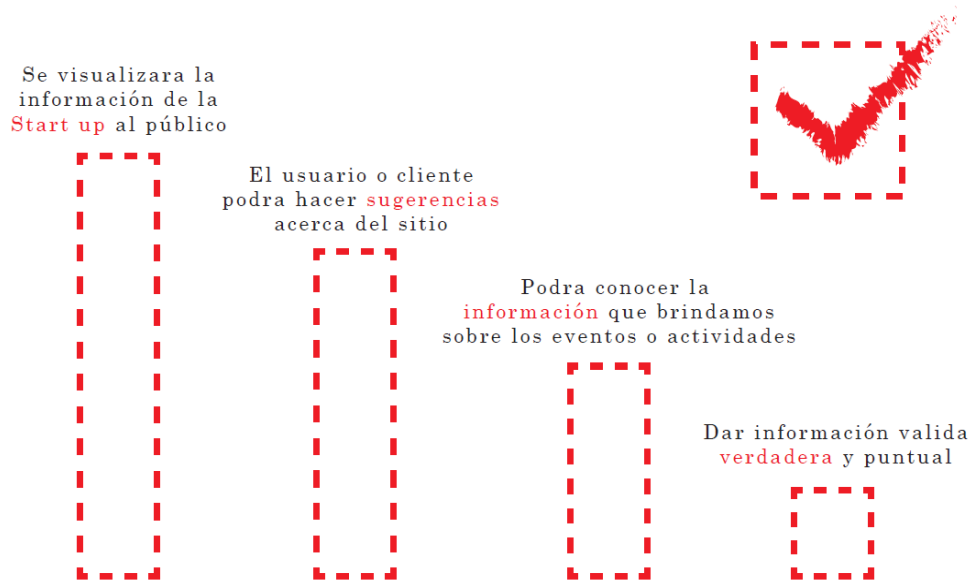
B2C (Business to consumer) es la relación que existe entre el producto y su consumidor, es decir, es el modelo entre el negocio y el consumidor, en el cual se ve evidenciado el uso de E-tailer, publicidad en sitios web, venta y distribución de un producto, aplicaciones, catálogos, revistas. Por ende, este proyecto se centra en este modelo por ser una aplicación que va directamente con su consumidor y genera un amplio cubrimiento por medio de su plataforma digital.

Proveedor de contenidos

El proveedor de contenidos el cual se utilizó para la elaboración del sitio web, por su amplio manejo y beneficios brindados a la hora de la elaboración , como la estructura, variedad de themes o plantillas, diseño liquido en adaptación de sitio a dispositivos y

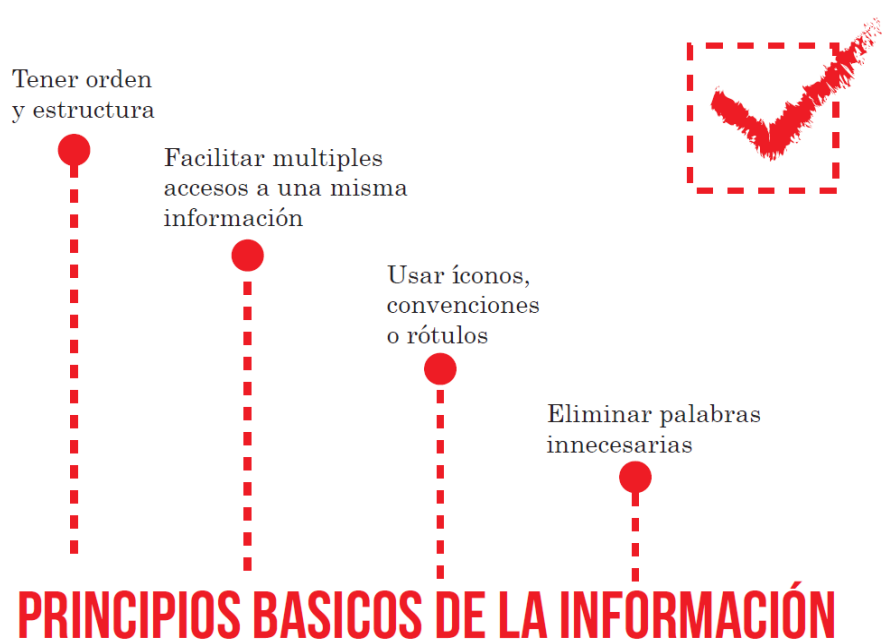
resoluciones, Wordpress es la plataforma en la cual se llevará acabo la realización del sitio web y se cumplirán los siguientes pasos.

Funcionalidades del proveedor

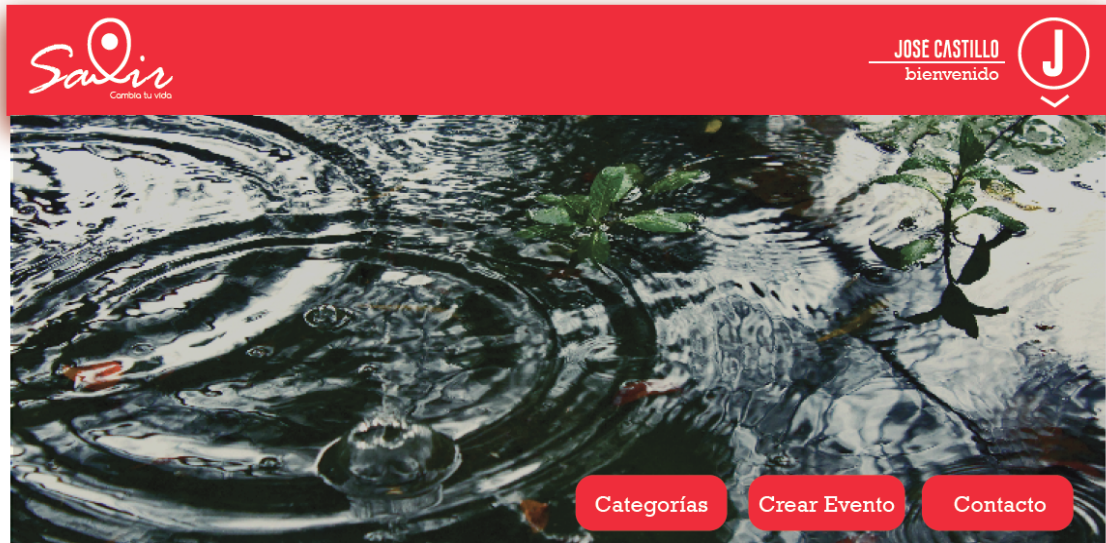


FUNCIONALIDADES DEL PROVEEDOR

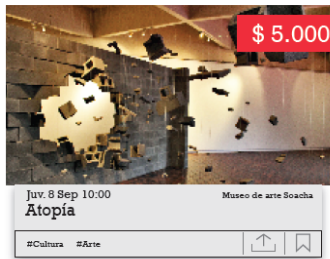
Principios básicos de la información



Wireframes



Eventos que quizá te gusten



Wireframe final



[INICIO](#) [SOBRE NOSOTROS](#) [EVENTOS](#) [REG.](#) [CONTACTO](#)

Bienvenidos

Salir es una entidad independiente, la cual culera ofrecer el servicio de aplicativo y página web para que todos sus usuarios conozcan, vean y compartan las actividades, eventos entre otros... Que se encuentren cerca a ellos dentro del municipio de Soacha, acogido por la estrategia de Inside Out para que todas podamos disfrutar de nuevo los espacios libres y de convivencia fuera de los dispositivos tecnológicos que hoy en día manejamos.

[Ver más.](#)

[Editar](#)



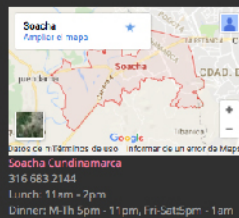
Si aún no tienes nuestra aplicación, no esperes más, descárgala aquí misma. Ya disponible la versión prototipo para iOS, recuerda tener lector de código QR o scanner para poder descargarla en tu celular.

[Descarga la App](#)

Destacados

- [Cultura](#)
- [Entertainment](#)
- [Informativo](#)

Ubicación



Síguenos en:



Información del sitio web

Fuentes tipográficas: Títulos – Montserrat

Fuente base – Open Sans

Base cromática. Blanco, negro, gris y rojo

Estructura. Compuesta su diagramación por dos columnas, con excepción de etiquetas dando unidad ya que se quiere reflejar simetría en elementos, contraste, repetición y similitud, jerarquizando así esa información de las demás por su distribución en el diseño visual del sitio, teniendo como énfasis en contraste de los elementos imagen-texto y generando líneas horizontales para la división y el descanso visual por parte del usuario del sitio web.

Elementos a tener en cuenta

Rollover. Debido a la interacción y navegación del sitio, siendo flexible y precisa, posee botones, acciones y las generaliza para que el usuario pueda navegar y hacer click sobre ellas, atrae la atención del público por medio de imágenes y contenido audiovisual que enriquece el sitio y brinda más información visual.

Formas. Se entiende como formas al espacio donde el usuario puede interactuar o intercambiar información, es decir, la sección de contacto y comentarios a las publicaciones, utilizando así la interacción con el usuario y a su vez recolectando datos personales para generar y dar la información pertinente a cada persona.

Video y links. Se usan vídeos para enriquecimiento del sitio web en torno al contraste de información brindada y a su vez se generan link amigables donde se invita al usuario a visitar otros lugares en la web donde Salir tiene cubrimiento.

Estrategia SEO (Search Engine Optimization) – Acciones de optimización del sitio web para su posicionamiento en buscadores.

Estrategia SEO IN SITE

1. Keywords
2. Optimización de imágenes
3. Links internos
4. Url amigable

Keywords

Las Keyword o comúnmente llamadas palabras clave, son aquellas que harán del sitio web más fácil de encontrar dentro de los buscadores en internet, es decir, que para el posicionamiento y optimización del sitio web se usaran palabras claves desde palabras simples y palabras compuestas las cuales se verificaran por medio de la aplicación Kwfinder y a su vez la vinculación de estas Keywords a Google Adwords.

Ejemplo palabra simple: Evento, cultural, actividades.

Palabras más concretas, directas y abiertas.

Ejemplo palabra compuesta: Eventos de música, actividades deportivas, eventos culturales.

Son palabras que forman conjuntos, es decir, que especifican que tipo de información queremos más puntual y cerrada.

KWFinder Home Import Lists History Pricing Help Sign in Register

Suggestions Autocomplete Questions

Eventos Anywhere Spanish

Results filter

Suggestions	Trend	Search	CPC	PPC	DIFF
eventos		60,166	\$0.36	8	27
empresas de eventos		3,600	\$0.86	57	34
organizacion de eventos		12,143	\$0.82	56	38
agencia de eventos		2,400	\$0.61	65	31
empresas organizadoras de eventos		720	\$1.07	59	38
organizacion eventos		590	\$0.86	59	39
empresas de organizacion de eventos		767	\$0.90	50	32
empresa organizadora de eventos		590	\$1.13	51	Q
eventos sociales		2,900	\$0.51	11	Q
eventos empresas		393	\$1.51	65	Q
empresa eventos		320	\$0.95	61	Q
eventos 2016		1,000	N/A	1	Q
agencia eventos		390	\$0.68	65	36
organizacion de eventos sociales		519	\$0.63	57	Q
empresas de organizacion de eventos sociales		168	\$0.73	67	Q
organizar eventos		550	\$0.57	33	31

2 / 25 (Search total: 72,309, Avg. SEO diff.: 33, Avg. CPC: \$0.59) Add to list Export

Suggestions **eventos** Anywhere Spanish

SEO difficulty: 27/100 easy

Monthly Search Volumes

Google SERP	DA	PA	MR	MT	Links	FB	G+	Rank	Est. visits
1 civico.com/evento	32	11	3	0	0	53	0	21	16,365
2 timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/que-hacer/calend...	49	1	0	0	0	0	0	13	7,882
3 events.las.leagueoflegends.com	67	1	0	0	0	1	0	17	4,813
4 events.lan.leagueoflegends.com	65	1	0	0	0	2	0	17	3,249
5 esmadrid.com/agenda-eventos-madrid	72	47	6	6	0	23	0	62	2,407
6 facebook.com/eventos.paulo	100	1	0	0	0	0	0	25	1,805
7 centraldoseventos.com.br/eventos	33	23	5	5	0	10	8	40	1,444
8 eventos.unilandes.edu.co	67	1	0	0	0	0	0	17	1,143
9 eventos.upm.es	76	29	2	4	0	0	0	34	963
10 corferias.com	52	1	0	0	0	2 k	17	14	842

Load more Open in SERPChecker

Offline

KWFinder Home Import Lists History Pricing Help Sign in Register

Suggestions Autocomplete Questions

cultura Anywhere Spanish

Results filter

Suggestions	Trend	Search	CPC	PPC	DIFF
cultura		1,004,060	\$0.03	8	47
cultura		40	\$0.06	3	Q
cultura africana		22,200	\$0.63	6	Q
agenda cultural		27,100	\$1.07	5	41
cultura online		944	\$0.07	11	Q
cultura italiana		6,600	\$1.17	2	Q
arte y cultura		3,600	\$1.33	2	37
la cultura		18,152	\$0.78	2	Q
arte		1,220,000	\$0.31	1	51
cultura romana		14,800	\$0.80	1	Q
ultura		1,300	\$0.14	1	Q
cultura magasin		1,900	\$0.16	41	Q
secretaria de cultura		18,117	\$1.03	1	Q
cultura azteca		33,100	\$1.28	0	Q
tradiciones		74,000	\$0.12	0	Q
programas culturales		1,900	\$0.73	4	Q
cultura france		480	\$0.04	5	Q

0 / 25 Add to list Export

Suggestions **cultura** Anywhere Spanish

SEO difficulty: 47/100 possible

Monthly Search Volumes

Google SERP	DA	PA	MR	MT	Links	FB	G+	Rank	Est. visits
1 cultura.mit.edu	93	42	4	5	47	46	1	59	273,104
2 cultura.com	57	64	6	6	12,399	5 k	416	62	131,532
3 cultura.mit.edu	93	42	4	5	47	46	1	59	80,325
4 culturaeventcenter.com	17	27	4	4	13	78	0	31	54,219
5 culturamed.com	17	30	4	4	6	118	103	34	40,162
6 en.wiktionary.org/wiki/cultura	80	50	3	3	16	0	0	53	30,122
7 en.wikipedia.org/wiki/Cultura	100	48	2	0	1	0	0	46	24,097
8 cultura.elpais.com	87	73	6	6	998	5 k	332	72	19,077
9 cultura.no	35	45	5	5	161	979	14	47	16,065
10 cultura.no/english	35	1	0	0	0	7	0	9	14,057

Load more Open in SERPChecker

Offline

Beneficios de la aplicación y el uso de las Keywords

Los beneficios que generan la aplicación de Kwfinder y la indexación de las palabras clave a Google Adwords son los siguientes:

Kwfinder

1. Mayor profundidad en análisis de la utilización de la palabra en buscadores
2. Censo y porcentaje por meses de la utilización de la palabra en buscadores
3. Páginas o sitios web que se relacionan y el nivel de búsqueda de estos
4. Posibles abreviaciones de la palabra en buscadores.

Google Adwords

1. Vinculación e indexación directamente con el buscador de Google
2. Análisis de búsqueda menos detallado
3. Posicionamiento en el buscador de Google, promoción y publicidad por parte de Google por un porcentaje de inversión.

Links internos

Se entiende por links internos a la distribución en torno a la navegación dentro del sitio, es decir, cuando se posee cierta información en el sitio y se sugiere o da posibilidad de ir a otra pestaña, pagina o lugar dentro del sitio por medio de links que direccionan directamente en el sitio, sin necesidad de ir paso por paso.

Url amigable

Las Url amigables, se comprenden como la forma de lectura excepcional del sitio y la cual genera mejor recordación tanto para el usuario como para los buscadores, es decir, que por medio de la vinculación de las Keywords a Google Adwords y con una excelente lectura de Url se puede llegar más rápido al posicionamiento deseado.

Se conoce como url toda enmarcación conocida como:

1. Http:// (Hiptertext Transfer Protocol) El más común en direcciones Url en internet.
2. www. (Word Wide Web) el subdominio donde está el recurso, pero que a su vez no es necesario, por ejemplo, Wordpress maneja su propio dominio, convirtiéndolo en url de acompañamiento hasta comprar el dominio.

Entre otras url que comúnmente vemos en la web o navegando en internet, por ende es tan necesario tener una Url amigable para su posicionamiento y alcance, por ende, nuestro sitio web maneja Urls amigables como ejemplo:

<https://salirweb.wordpress.com/about/>

<https://salirweb.wordpress.com/eventos/categorias/comida/>

Lo que quiere decir, Urls precisas y puntuales con la información a presentar.

SEO OUT SITE

1. **Indexación a Google Search Console**
2. **Links Building**
3. **Sociabilidad**

Indexación a Google Search Console

Explorar como Google

Consulta cómo procesa Google las páginas de tu sitio web. [Más información](#)

https://salirweb.wordpress.com/

Deja la URL en blanco para recuperar la página principal. Las solicitudes pueden tardar unos minutos en procesarse.

Escritorio

Haz clic en una fila para ver los detalles de un intento de obtención. Mostrar 25 filas 1 h de h < >

URL	Tipo de robot de Google	Procesamiento solicitado	Estado	Fecha:
/eventos/registrate/entreteneimiento/	Escritorio	✓	Completada parcialmente	URL enviada al índice 25/10/16 17:06 >>
/eventos/registrate/leparites/	Escritorio	✓	Completada parcialmente	URL enviada al índice 25/10/16 17:06 >>
/eventos/registrate/cultural/	Escritorio	✓	Completada parcialmente	URL enviada al índice 25/10/16 17:05 >>
/eventos/	Escritorio	✓	Completada parcialmente	URL y páginas vinculadas enviadas al índice 19/10/16 14:47 >>
/contacto/	Escritorio	✓	Completada parcialmente	URL enviada al índice 19/10/16 14:44 >>

1-6 de 6 < >

IDEXACIÓN DE LAS PAGINAS A GOOGLE SEARCH CONSOLE

Links Building

Lo que se llevara a cabo con este punto será, generar links dentro del sitio web el cual vaya acompañado de una frase impulsadora para el usuario el cual no tenga aún nuestra aplicación móvil, es decir, que se pondrá hipervínculos o links externos para que el usuario genera la acción de querer descargar la aplicación en su dispositivo móvil.

Con esto estamos haciendo uso del sitio web fuera de dar información sobre Salir, para generar descargas y el uso de nuestra aplicación, impulsando al usuario a utilizar la aplicación y a su vez cumpliendo con el objetivo de promocionar la aplicación por medio del sitio web administrado por el proveedor de contenidos de Wordpress.

INICIO SOBRE NOSOTROS EVENTOS CONTACTO BLOG

9:00 A.M.

Ciclovida por Soacha

septiembre 21, 2016

Gran ciclo paseo Caninco Domingo 16 de Octubre A las 8:00 am. Aporte de 1 lbr de comida para canes. Puntos de encuentro: Parque central Soacha C.C. Mercurio Batallón Militar Indumil


9

Micro rueda de empleo

septiembre 21, 2016

Empleo sí hay en Soacha o5 de octubre del 2016 Hora: 9:00 Am a 3:00 Pm Micro rueda de empleo con más de 800 vacantes para empleo en Soacha Lugar: Carrera 11 #16 – 80, sede Villa Clara.

9



Si aún no tienes nuestra aplicación, no esperes más, descárgala aquí mismo. Ya disponible en las tiendas de Windows Phone y Play Store.

Descargar

Sociabilidad

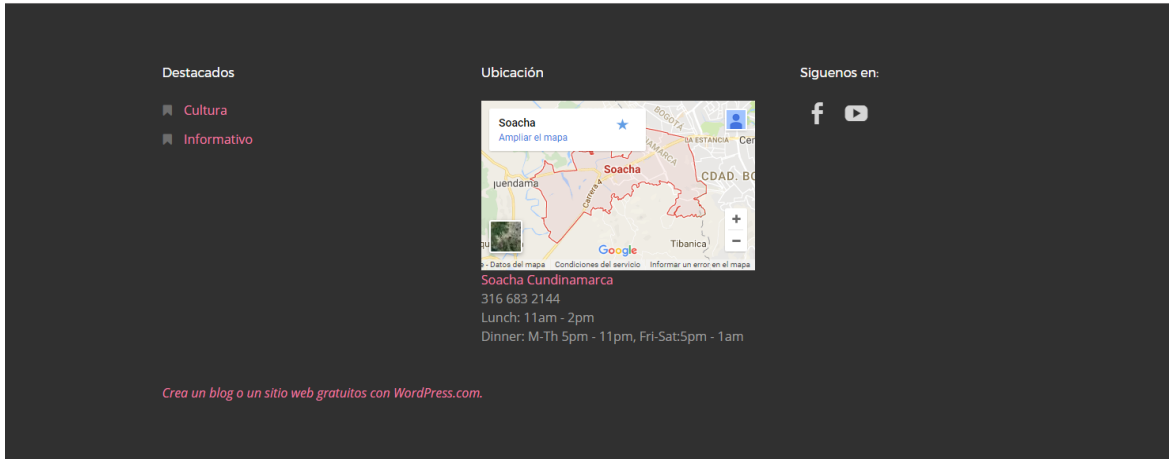
Se entiende por sociabilidad, la acción de generar enlaces externos los cuales lleven a páginas sociales como Facebook, Twitter, Youtube, entre otros. Con el fin de expandir la información, el alcance y volverse una plataforma más compacta en torno a la distribución y llegada al público objetivo o un público en general.

Con esto se ve evidencia el amplio campo de cubrimiento de información para los usuarios y a su vez de la distribución sobre la aplicación, su uso y su descarga.

Se evidencia el uso de estas plataformas sociales en nuestro sitio, primero, para llegar a más gente en torno a la distribución de información y segundo para interactuar de forma más directa con los usuarios o el público en general.

Link sociales a manejar:

1. Facebook
2. Youtube



Estrategia de medios sociales.

1. Facebook-Fan Page
2. Youtube – Canal personal

Facebook

Usaremos este medio social para distribuir, dar información y publicar acerca de la aplicación, información de Soacha entre otros, el cual nos servirá para potenciar la aplicación, se maneja lo siguiente acorde a la estrategia de uso de Facebook como medio de distribución y medio para dar a conocer la aplicación, el sitio web y E-tailer.

Frecuencia de publicación

Se realizarán publicaciones de ahora en adelante cada 5 horas, sobre la aplicación, información de la aplicación y contenido emocional e informativo de Soacha siempre y cuando sea necesario.

Contenido emocional

Página Mensajes Notificaciones 1 Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Salir
@salirappsoacha

Inicio

- Publicaciones
- Opiniones
- Videos
- Fotos
- Grupos
- Información
- Me gusta
- Ofertas

Anunciar ▾

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ⋮

Salir
Publicado por José Castillo [?] · 22 h · 🌐

Por qué Soacha eres TU, buena tarde.



5 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta ▾ Comentar ▾ Compartir ▾

+ Añadir un botón

¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?
Help more people discover your Page by inviting friends to like it.

Busca amigos a los que invitar

-  Luis Pinto Invitar
-  Juliana Vargas Herrera Invitar
-  Zzonwil Texter Yap Invitar

[Ver todos tus amigos](#)

Actividades al aire libre, ocio y fitness en Soacha
5.0 ★★★★★

 14 Me gusta +14 esta semana
A Jhoan Rincón y 9 amigos más

14 seguidores

Ver noticias de páginas
Publicaciones de páginas que has indicado que te gustan en nombre de tu página.

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

Alcance de la publicación esta semana: 20

 14 Me gusta
A Jhoan Rincón y 9 amigos más les gusta esto

Contenido informativo sobre la aplicación

Página Mensajes Notificaciones 1 Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Salir
@salirappsoacha

Inicio


- Publicaciones
- Opiniones
- Videos
- Fotos
- Grupos
- Información
- Me gusta
- Ofertas

Anunciar ▾

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ▾ ⋮

Salir
Publicado por José Castillo [?] · Ayer a las 13:43 · 🌐

Espérala muy pronto, Salir, la aplicación hecha solo para ti 😊




5 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta ▾ Comentar ▾ Compartir ▾ 👤

Salir ha actualizado su foto de portada.
Publicado por José Castillo [?] · 3 de mayo a las 13:16 · 🌐

Conoce, Experimenta, Comienza a Salir 😊



13 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta ▾ Comentar ▾ Compartir ▾ 👤

👤 Diego Arias

+ Añadir un botón

- 📍 Has calificado este lugar
- 👤 Escribe tu opinión

Grupos ▸

👤

Crea un grupo en tu página y ayuda a tus seguidores a conectarse entre sí.

Crear grupo

Publicaciones de las personas que han visitado la página ▸

“”

Sé el primero en añadir una publicación.

Crear publicación

Español (España) · Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios ▾ · Cookies · Más ▾ · Facebook © 2017

Contenido de interacción

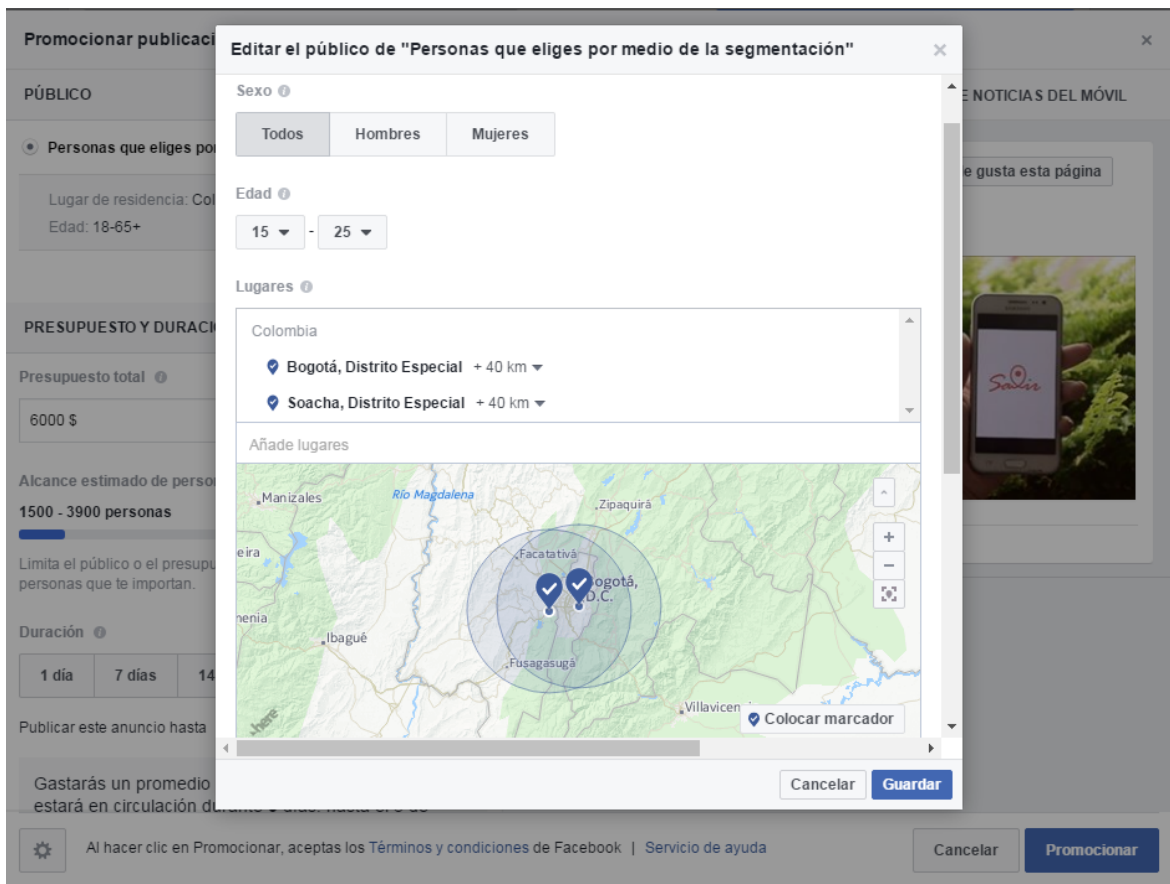
The screenshot shows the Facebook page for 'Salir' (@salirappsoacha). The page features a red profile picture with the word 'Salir' in white script. The main content is a post by José Castillo asking for opinions on the best area of Soacha. The post includes a graphic with the word 'SOACHA' in large, colorful letters and the text '¿CUÁL CREES QUE ES LA MEJOR ZONA DE SOACHA?'. The post has 5 people reached and 4 people reached. The right sidebar shows a list of friends to invite, including Luis Pinto, Juliana Vargas Herrera, and Zzonwil Texter Yap. Below the post, there is a section for 'Opiniones' with a 5.0 rating and 1 opinion from José Castillo.

Contenido promocionado por Facebook

Segmentando la población por edades, entre 15 a 25 años, dando datos de distancia y tiempo, el cual se ve reflejado en un rango de 40 km a la redonda del lugar de locación entre Bogotá y Soacha, la cual tendrá un costo de promoción de \$6.000 pesos por tres días de publicación y promoción lo que equivale a \$2.000 pesos por día promocionado, a su vez permite dar etiquetas de interés para los usuarios, es decir, etiquetas como “eventos,

actividades, recreación, Soacha” la cual se verá reflejado el número de veces puntuada por los usuarios de Facebook dentro de Facebook.

Con esta posibilidad de publicidad y promoción por parte de Facebook estaremos llegando a más personas dentro del municipio que tengan una cuenta en Facebook y a su vez, a personas que dentro de sus intereses tengan salir a eventos o actividades culturales entre otras, con esta promoción se estaría llegando a un nivel de personas entre 1500 a 5300 personas las cuales podrían llegar a ver el anuncio o interactuar con ello y llegar a nosotros, lo cual sería uno de los beneficios de la distribución de Facebook.



Promocionar publicación

Lugar de residencia: Colombia: Bogotá (+40 km), Soacha (+40 km) Distrito Especial
[Ver más](#)

[Crear público nuevo](#)

PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Presupuesto total ⓘ
6000 \$

Alcance estimado de personas ⓘ
2000 - 5300 personas de 310 000

Limita el público o el presupuesto publicitario para llegar a más personas que te importan.

Duración ⓘ
1 día 7 días 14 días

Publicar este anuncio hasta


Gastarás un promedio de **2000 \$** al día. Este anuncio estará en circulación durante **3 días**, hasta el 8 de mayo de 2017.

SECCIÓN DE NOTICIAS DEL ORDENADOR SECCIÓN DE NOTICIAS DEL MÓVIL

Salir Publicidad ·

[Me gusta esta página](#)

Actividades a tu gusto e interés 😊



[Me gusta](#) [Comentar](#) [Compartir](#)

Al hacer clic en Promocionar, aceptas los [Términos y condiciones](#) de Facebook | [Servicio de ayuda](#)

[Cancelar](#) [Promocionar](#)

14 Me gusta

Canal de YouTube

Este medio social, será usado para la elaboración de producto visual y audiovisual de enriquecimiento sobre la aplicación y sus beneficios el cual será distribuido en el sitio web como en la página oficial de Facebook.

Estrategia de desarrollo de E-tailer

Funcionalidad


La función principal a cumplir con la realización y utilización del E-tailer es, primero, distribución de información por medio de banners o publicidad en el header sobre la aplicación y su pronta descarga, como a su vez links externos para su distribución al sitio web y a la página oficial de Facebook, segundo, recurso totalmente funcional para generar ingresos agregados si así se desea vendiendo o comercializando productos propios como productos de personas o negocios relacionados al tema de emprendimiento, cultura y entretenimiento.

1. Se visualizara la información acerca de los productos.
2. No se podrá dar sugerencias por parte del usuario de forma directa.
3. Podrá visualizar las opciones de pago y el domicilio del producto

Principios básicos de la información

1. Tendrá orden y estructura
2. Se facilitara accesos múltiples a la misma información
3. Eliminar palabras innecesarias

Visualización del E-tailer



BUSCARCARRITO: 1 artículo(s) - \$ 5.000


EVENTOS

ACTIVIDADES

SOACHA

UNETE SE PARTE


no te quedes por fuera




MUGS SALIR

\$ 5000 pesos por unidad


COMPRAR



CAMISETAS SALIR

Camisetas de color blanco y negro


COMPRAR



TÍTULO

Subtítulo


COMPRAR




TÍTULO

Subtítulo

COMPRAR






Mugs Salir

\$ 5.000

36 cuotas de \$ 139




Sin foto

Boletas Para Eventos

\$ 10.000

36 cuotas de \$ 278



Camisetas Salir

\$ 10.000

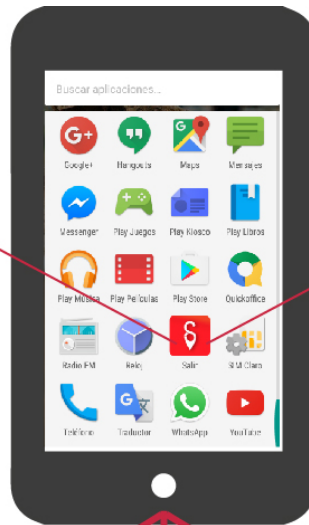
36 cuotas de \$ 278

¡Últimos disponibles!

SalirShop
Tel: 3166832144Powered by MercadoShops.

Articulación de prototipo de aplicación y plataforma digital.

Salir es un prototipo de aplicación que visibiliza las actividades de entretenimiento y cultura del municipio de Soacha.



Se da a conocer a través de una plataforma digital compuesta por un sitio web, medios sociales y E-tailer



Sitio web

EL sitio web tiene la función de dar a conocer el prototipo de app brindando información y link de descarga de este además de tener datos de contacto por si desean publicar sus eventos en el aplicativo. Este sitio permitirá un posicionamiento efectivo a través de estrategias seo.



Medios Sociales

Los medios sociales en la actualidad son un medio de difusión e interacción efectivo ya que gran parte de nuestro publico objetivo pasa su tiempo en estos, por lo tanto se realizan publicaciones de diferentes contenidos, que permitan llegar a mas publico, dando a conocer y enlazar a el app, sitio web y E-tailer.



E-tailer

EL E-tailer permite generar publicidad por medio de banners sobre la app y su descarga además de tener links a los demás medios usados, por otra parte es un modelo de ingresos al querer vender productos propios y de negocios asociados con el tema de eventos y actividades.

15. Presupuesto

Presupuesto de desarrollo de entorno Digital y estrategia publicitaria

Nº	Concepto	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
1	Diseño y diagramación	\$1'500.000 (por mes)	2 meses	\$3'000.000
2	Internet	\$40.000 (por mes)	3 meses	\$120.000
3	Dominio en wordpress	\$200.000 (por año)	1 año	\$200.000
4	Costo de prototipo de app echo en mobincube	\$0	1	\$0
5	Publicidad en medios sociales	\$2.000 (por día)	30 días	\$60.000
6	Producción de camisetas para venta en e-tailer	\$8.000	20	\$160.000
7	Producción de mugs para venta en e-tailer	\$4.000	20	\$80.000
8	Imprevistos	\$50.000	1	\$50.000
Tota = \$3670.000				

16. Conclusiones del proyecto

La información que se obtuvo por medio de los métodos e instrumentos de recolección de información sirvió como base para el desarrollo del proyecto,

Por medio de la matriz de análisis se conocieron aplicaciones de Bogotá y diferentes partes del mundo enfocadas a prestar un servicio de información sobre actividades en su tiempo libre identificando las tendencias en diseño teniendo estas como referente para el desarrollo de prototipo de aplicación móvil .

Se conoció la opinión de un diseñador Gráfico con experiencia en el uso y desarrollo de aplicaciones móviles con el fin de aclarar dudas sobre la usabilidad de una aplicación, se evidencia la importancia de un diseño unificado que brinde al usuario una fácil navegación, un diseño simple y consistente permitirá una legibilidad agradable a la visual, se debe mantener la app con contenidos actualizados esto genera en el usuario una buena experiencia y fidelidad por la información brindada para complementar estos datos se realizó una encuesta a los jóvenes habitantes del municipio con edades entre 15 y 24 años con preguntas referente a la usabilidad de Smartphone y aplicaciones con el fin de saber el uso que le dan a su Smartphone, las aplicaciones de interés y la relevancia de desarrollar una aplicación móvil sobre actividades del municipio de Soacha , al obtener esta información se cumplió con el objetivo de identificación de la usabilidad que le dan los usuarios a las aplicaciones.

Seguido de la encuesta se realiza una observación de los sitios donde se desarrollan las actividades llenando una ficha técnica de cada lugar generando así una base de datos de los lugares que pueden servir para promocionar en el prototipo esto llevo al cumplimiento de la mayor parte de los objetivos y a mostrar la pertinencia y relevancia de crear el prototipo de aplicación móvil.

Por consiguiente, los datos obtenidos fueron fundamentales para el desarrollo del prototipo ya que se llevó a cabo un proceso de diseño y fabricación del mismo en el cual se subió información real probando su funcionalidad y usabilidad, resolviendo así falencias encontradas en la estructura obteniendo como resultado un prototipo de aplicación móvil que visibiliza las actividades de Soacha.

Una vez se realiza el prototipo salir se hace una necesidad darlo a conocer por lo que un entorno digital fue el planteamiento para promocionarlo, este se conforma de medios sociales, e-tailer y sitio web esta fue una de las ventajas ya que al tener estos medios se promociona de una manera más efectiva el proyecto Salir, se puede conocer los datos de posicionamiento además de poder tener la opinión del público para corregir errores en pro de fortalecer el proyecto.

Como ultima conclusión decimos que se cumplió con los objetivos planteados llegando a visibilizar los espacios y eventos culturales para los jóvenes en el municipio de Soacha con un prototipo de aplicación móvil funcional.

17. Referencias bibliográficas

1. Sheaffer, R. (2012). *Sociología. Duodécima edición*. Mc Graw Hill. Educación.
2. Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.1997.
3. Gutierrez (14/082011) la recreación una mejor calidad de vida
<http://elinformativodelarecreacion.blogspot.com.co/2011/08/la-revolucion-industrial.html>
4. Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos, Paris Francia.
5. Hernández, Morales,(2000) Ocio tiempo libre y animación sociocultural.
<http://www1.uco.mx/FCE-CA/docs/epuno/uno/2InvestOcio.pdf>
6. Rodriguez. Técnicas e instrumentos de investigación.
<https://es.scribd.com/doc/77185549/Tecnicas-e-Instrumentos-de-Investigacion>
7. Sistema municipal de cultura <http://sistemamunicipaldecultura.blogspot.com.co>
8. Colombia, hay 14,4 millones de usuarios de Smartphone.
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15066597>
9. Emarketer, Datos de uso de aplicaciones en América Latina.
<https://www.emarketer.com/Article/Latin-America-Brazil-Leads-Mobile-App-Usage/1014395?ecid=NL1006>
10. Webde Family, Estadísticas de Marketing de app
<https://www.webdefamily.com/app-marketing-estadisticas-de-marketing-para-apps/>

18. Anexos

Diagrama de Gantt

Nº	Actividad	Tiempo de duración en meses y semanas															
		Marzo				ABRIL				MAYO				JUNIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración de parte teórica del proyecto	■	■	■	■												
2	Matriz de análisis de las Apps					■	■	■	■								
3	Observación de los lugares y llenar la ficha técnica						■	■	■								
4	Realizar entrevistas						■	■	■								
5	Realizar encuestas						■	■	■								
6	Análisis de muestra									■	■	■	■				
7	Creación de la APP									■	■	■	■	■	■	■	■
8	Obtención de resultados finales															■	■

Encuesta

- 1) ¿Para qué utiliza con mayor frecuencia su Smartphone?
 - a. Llamar, escuchar música y correo
 - b. Redes sociales, entretenimiento, correo
 - c. Información de interés, trabajo, llamar

- 2) ¿Cuántas horas considera que usa su Smartphone al día?
 - a. De 1 a 2 horas
 - b. De 3 a 5 horas
 - c. De 6 a 8 horas
 - d. Más de 8 horas

- 3) ¿Qué tipo de aplicaciones usa cotidianamente en su Smartphone?
 - a. Trabajo
 - b. Redes sociales
 - c. Llamar
 - d. Información de interés

- 4) ¿Qué le gustaría saber si existiera una aplicación que le informe sobre eventos y actividades en Soacha?
 - a. Entretenimiento
 - b. Fiestas
 - c. Culturales
 - d. Deportes
 - e. Todas las anteriores

- 5) ¿Quién cree que es el mayor consumidor de aplicaciones?
 - a. Niño
 - b. Joven
 - c. Adulto

- 6) ¿Qué hace durante su tiempo libre?
 - a. Actividades culturales
 - b. Descansar
 - c. Ir a fiestas

d. Usar el celular

7) ¿Cuántas aplicaciones tiene en su Smartphone?

a. De 0 a 3

b. De 3 a 6

c. 7 o más

8) ¿Por qué medio se ha enterado de la existencia de una aplicación?

a) Televisión

b) Redes sociales

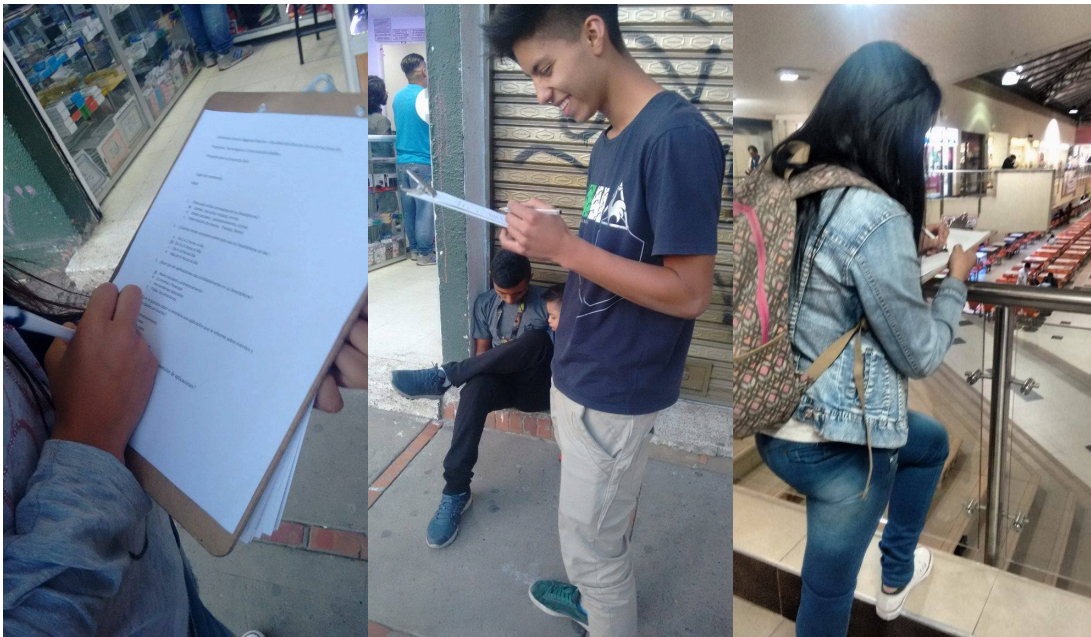
c) Sitio web

d) Un amigo

Instrumentos

- Libreta de apuntes: Datos, anécdotas
- Cámara fotográfica: Fotografías, videos
- Micrófono, Registro de voz
- Computador con acceso a internet y suite office: Pasar los datos a digital, realizar encuesta, subirla al internet y tabular la información.

Registro fotográfico de la recolección de datos.



Fichas técnicas registro fotográfico.





Fichas técnicas de lugares que realizan actividades y eventos en el municipio

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE: Secretaria de Educación y Cultura	MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Facebook, página web alcaldiasoacha.gov.co Medios impresos Consulta directa en la casa de la Cultura
SECTOR: Publico	HORARIOS: 07:00 a 16:30 administrativo formación hasta las 21:00
LUGAR: Principalmente las actividades se desarrollan en la casa de la cultura los cursos de formación también se realizan en salones comunales y teatros de acuerdo a la comuna de residencia del joven que quiera participar, se desarrollan actividades en el transcurso del año en diferentes lugares del municipio.	COSTO: Generalmente los cursos y actividades son gratuitos
ACTIVIDADES: Talleres de pintura, artes plásticas, danza folclórica, danza urbana juvenil, teatro y ballet adicional. se realizan festivales cada años como lo son Xua Rock, Hip Hop Soacha, Góspel, y Sol y Luna	
DESCRIPCIÓN: Es el ente encargado del desarrollo cultural del municipio, por tanto cuenta con una estructura de trabajo encargada de llevar las actividades culturales acabo , enlaza el trabajo del gobierno con artista y organizaciones en pro del pueblo con el fin de integrarlos en el plan cultural del Soacha	

FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE: IMRDS (Instituto Municipal de Recreación y Deporte de Soacha)	MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Facebook, página web: imrds@imrdsoacha.gov.co http://www.imrds.gov.co/ Medios impresos Consulta directa en el Polideportivo
SECTOR: Publico	HORARIOS: 07:00 a 16:30 administrativo formación hasta las 21:00
LUGAR: Coliseo General Santander 3 N° 8-53 Soacha Corredor de la KR 7, Parque principal de Soacha	COSTO: Generalmente los cursos de formación tienen un costo de \$20.000 mensuales, Adicional se llevan a cabo actividades gratuitas.
ACTIVIDADES: Actividades de Formación en fútbol de salón, baloncesto, gimnasia y patinaje adicional se lleva acabo ciclovía los días domingos y jornadas de aeróbicos.	
DESCRIPCIÓN: Es el ente encargado del desarrollo deportivo del municipio de Soacha integrando a la población en sus diferentes actividades fomentando el deporte y la cultura como parte de formación personal en pro del bienestar propio y del municipio.	

FICHA TÉCNICA

NOMBRE: Humedal Neuta

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Redes Sociales

Medios impresos

Consulta directa en el Humedal Neuta

SECTOR: Privado

HORARIOS:

09:00 a 16:30.

LUGAR: Barrio quintas de la laguna

COSTO: Gratuito

ACTIVIDADES: Caminatas ecológicas, jornadas de embellecimiento y recuperación, biblioteca y cine foros.

DESCRIPCIÓN: El humedal Neuta se encuentra en el municipio de Soacha y es una zona de recuperación ambiental actualmente es uno de los más conservados de la Sabana de Bogotá. Se llevan a cabo actividades culturales como cine foros en los que se promueve la importancia de estos ecosistemas, se evidencia las problemáticas ambientales y se resalta la identidad cultural del municipio. Los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios pueden realizar sus prácticas sociales dentro del humedal contribuyendo a la preservación de este.

FICHA TÉCNICA

NOMBRE: EPA (Escuela Popular Audiovisual de Soacha.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Redes Sociales

Medios impresos

SECTOR: Privado

HORARIOS:

09:00 a 16:30.

LUGAR:

COSTO: Gratuito

ACTIVIDADES: Cine foros, talleres de teatro y formación audiovisual

DESCRIPCIÓN: La Escuela Popular Audiovisual de Soacha (EPA) busca formar públicos en el municipio, tomando al audiovisual como medio de transformación cultural.

FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE: Xucasa	MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Redes Sociales Medios impresos Consulta directa en Xucasa
SECTOR: Privado	HORARIOS: 09:00 a 20:00.
LUGAR: Soacha Kr 8 N° 17- 59	COSTO: Algunas actividades son gratuitas otras generan costo.
ACTIVIDADES: Talleres de dibujo, origami, música, cineclub, fotografía, cultura urbana, tejido, teatro y biblioteca.	
DESCRIPCIÓN: Xucasa articula varios procesos juveniles entre ellos esta suacha en imágenes, suacha estilo, caminando el territorio, vivero jardines de xion y varias personas con un arte en específico todos hacen parte de xucasa todos contribuyen al desarrollo de actividades fortaleciendo la cultura del municipio.	

FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE: Caminando el territorio	MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Redes Sociales Medios impresos Emisoras comunitarias y del municipio.
SECTOR: Privado	HORARIOS: La agenda se desarrolla de acuerdo a las actividades que se planteen.
LUGAR: Soacha Kr 8 N° 17- 59	COSTO: rutas de reconocimiento territorial desde \$800.000 para 40 personas incluye transporte más paramédico.
ACTIVIDADES: Reconocimiento del territorio, Escuelas de agricultura urbana, alianza con la asociación campesina y agropecuaria de la vereda san Jorge donde se vende fresa y papa.	
DESCRIPCIÓN: Caminando territorio surge de la necesidad de tener sentido de pertenencia por el territorio identificar y conocer su área rural la importancia de esta en el desarrollo ambiental con el fin de mitigar el impacto ocasionado por diferentes entidades.	

FICHA TÉCNICA

NOMBRE: Soacha en imágenes

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Redes Sociales(Facebook y YouTube)

SECTOR: Privado

HORARIOS:

La agenda se establece de acuerdo a las actividades desarrolladas.

LUGAR: internet

COSTO: Se establece de acuerdo a la actividad.

ACTIVIDADES: Hacemos contenidos para diferentes plataformas. Vídeos, fotografía, weblogs, diseño, ilustración entre otros, con énfasis en identidad territorial, desarrollo cultural y proyectos, sociales y comunitarios del municipio de Soacha.

DESCRIPCIÓN: Soacha en imágenes hace énfasis en identidad territorial, desarrollo cultural, proyectos sociales y comunitarios del municipio de Soacha.

