|  |
| --- |
| **InstaFrame**  **PROYECTO DE DESARROLLO DE APLICACIONES WEB**  **CURSO 2022/23** |
| ALEJANDRO BARRIONUEVO GUERRERO |
|  |

**Índice**

[1.- Descripción 3](#_Toc100069401)

[2.- Análisis del Mercado Actual 3](#_Toc100069402)

[3.- Propuesta Innovadora 3](#_Toc100069403)

[4.- Estudio de Viabilidad 3](#_Toc100069404)

[4.1.- Descripción del modelo de negocio 3](#_Toc100069405)

[4.2.- Embudo de marketing 3](#_Toc100069406)

[4.3.- Estimación de la población objetivo 3](#_Toc100069407)

[4.4.- Cálculo de la muestra poblacional necesaria para la encuesta 3](#_Toc100069408)

[4.5.- Encuesta y resultados 3](#_Toc100069409)

[4.6.- Planificación del tiempo 3](#_Toc100069410)

[4.7.- Estimación de costes 3](#_Toc100069411)

[4.8.- Estimación de ingresos 3](#_Toc100069412)

[4.9.- Conclusiones 4](#_Toc100069413)

[5.- Arquitectura de la Aplicación 4](#_Toc100069414)

[5.1.- Recursos y tecnologías empleadas 4](#_Toc100069415)

[5.2.- Diseño inicial 4](#_Toc100069416)

[5.3.- Diseño final 4](#_Toc100069417)

[6.- Futuras Mejoras y Conclusiones 4](#_Toc100069418)

[7.- Pruebas y Resultados 4](#_Toc100069419)

[8.- Manual Usuario 4](#_Toc100069420)

[9.- Bibliografía 4](#_Toc100069421)

[10 - Anexo I.- Principales clases del código 4](#_Toc100069422)

[11 - Anexo 2: Opinión personal sobre la FCT 4](#_Toc100069423)

# 1.- Descripción

InstaFrame es una plataforma web para compartir fotos entre amigos y familiares. Los usuarios pueden crear una cuenta, subir fotos y compartirlas con otros usuarios. También pueden seguir a otros usuarios y comentar en las fotos que les gusten.

¿Por qué el nombre de InstaFrame?

"InstaFrame" podría traducirse al español como "marco instantáneo" o "cuadro instantáneo". En el contexto de una aplicación de fotos, el nombre sugiere la idea de una herramienta que permite a los usuarios enmarcar sus fotos de manera rápida y sencilla, lo que se alinea con la función de edición de fotos de Instagram, que permite agregar marcos y bordes a las imágenes.

Además, el prefijo "Insta" hace referencia a la velocidad y rapidez, y se ha popularizado gracias a la popularidad de Instagram, que ha sido pionera en la edición y publicación rápida de fotos en dispositivos móviles. En resumen, "InstaFrame" es un nombre que sugiere la idea de una aplicación que permite a los usuarios capturar y enmarcar momentos de manera instantánea y fácil.

Funcionalidades:

* Registro de usuario: los usuarios pueden crear una cuenta ingresando su nombre, correo electrónico y contraseña.
* Subida de fotos: los usuarios pueden subir fotos desde su computadora o dispositivo móvil. Se recomienda una resolución mínima de 1080p para obtener la mejor calidad de imagen.
* Compartir fotos: los usuarios pueden compartir sus fotos con otros usuarios de la plataforma y pueden elegir si quieren que sus fotos sean públicas o privadas.
* Seguir a otros usuarios: los usuarios pueden seguir a otros usuarios para ver sus fotos en su feed de noticias.
* Comentar en fotos: los usuarios pueden dejar comentarios en las fotos que les gusten. Los comentarios pueden ser públicos o privados.
* Buscar fotos: los usuarios pueden buscar fotos por etiquetas y nombres de usuario.
* Notificaciones: los usuarios recibirán notificaciones cuando alguien comente en una de sus fotos o cuando alguien a quien siguen suba una nueva foto.
* Perfiles de usuario: cada usuario tiene un perfil donde se pueden ver sus fotos, sus seguidores y a quienes sigue.
* Me gusta: Cada foto tiene una cantidad de me gusta que le pueden dar los distintos usuarios y así saber si su foto es buena o no

Tecnologías utilizadas:

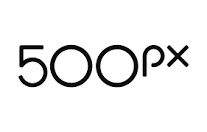
* Lenguaje de programación: se utilizará el lenguaje de programación PHP para desarrollar la aplicación.
* Framework: se utilizará el framework Laravel 9 para crear la estructura de la aplicación y la base de datos.
* Almacenamiento de imágenes: se utilizará un servicio en MySQL para almacenar las fotos de los usuarios entre otros datos.
* Autenticación: se utilizará el sistema de autenticación de Laravel y PHP para manejar el registro y el inicio de sesión de los usuarios y encriptar sus contraseñas.

# 

# 2.- Análisis del Mercado Actual

Tendencia hacia el contenido visual: La tendencia hacia el contenido visual se ha visto impulsada por el aumento en el uso de los teléfonos móviles y las tabletas para acceder a las redes sociales. Los usuarios prefieren compartir imágenes y videos que se pueden consumir rápidamente y sin necesidad de leer grandes cantidades de texto. Además, las plataformas de redes sociales han desarrollado herramientas y funciones específicas para mejorar la calidad del contenido visual, como filtros de imagen, edición de fotos y videos en la propia aplicación, etc.

Aumento de la publicidad en las redes sociales: La publicidad en las redes sociales se ha vuelto más efectiva debido a la capacidad de dirigirse a públicos específicos y a la gran cantidad de usuarios en estas plataformas. Instagram ha sido capaz de aprovechar esta tendencia ofreciendo herramientas publicitarias eficaces y fáciles de usar, como la posibilidad de crear anuncios de imagen y video, anuncios de historia, anuncios en carrusel, entre otros.

Influencers y marketing de influencers: El marketing de influencers se ha convertido en una parte importante del ecosistema de las redes sociales, y Instagram ha sido una plataforma clave para este tipo de marketing debido a su enfoque en el contenido visual y a la capacidad de los influencers para compartir imágenes y videos de productos o servicios. La plataforma ha desarrollado herramientas específicas para los influencers, como la posibilidad de etiquetar productos en publicaciones y la función de "comprar" que permite a los usuarios comprar productos directamente a través de la plataforma.

Competencia entre plataformas de redes sociales: El mercado de las redes sociales es altamente competitivo, y las plataformas compiten por la atención de los usuarios y los anunciantes. Instagram ha sido capaz de mantener su posición en el mercado debido a su enfoque en el contenido visual y a la introducción de características únicas, como las historias, las transmisiones en vivo, entre otros.

Cambios en la privacidad de los datos: La privacidad de los datos es un tema crítico para las redes sociales, y los usuarios están cada vez más preocupados por cómo se manejan sus datos personales. Instagram ha introducido cambios en sus políticas de privacidad para proteger los datos de los usuarios, como la limitación de acceso a la API de la plataforma, el control de la información compartida en las publicaciones, entre otros.

* En conclusión, las redes sociales como Instagram ha sido capaz de aprovechar las tendencias del mercado de las redes sociales, como la tendencia hacia el contenido visual, el aumento de la publicidad en las redes sociales, el marketing de influencers, entre otros. La plataforma ha sido capaz de mantener su posición en el mercado a través de la introducción de características únicas y la mejora continua de sus herramientas publicitarias. Sin embargo, la competencia entre las plataformas de redes sociales y los cambios en la privacidad de los datos son factores importantes que deben ser monitoreados de cerca.

# 3.- Propuesta Innovadora

* Realidad aumentada: Incorpora una función de realidad aumentada para que los usuarios puedan agregar elementos virtuales a sus fotos antes de compartirlas. Por ejemplo, podrían agregar un filtro que haga que parezca que están en un lugar exótico o colocar objetos virtuales en la escena de la foto.
* Reconocimiento de objetos y personas: Utiliza tecnologías de reconocimiento de objetos y personas para permitir que los usuarios etiqueten automáticamente las personas en las fotos y también para agregar etiquetas a los objetos que aparecen en ellas. Esto facilitaría mucho la búsqueda de fotos y el descubrimiento de nuevas imágenes.
* Redes sociales por intereses: En lugar de simplemente permitir que los usuarios se sigan entre sí, puedes crear redes sociales por intereses en las que los usuarios puedan unirse a grupos basados en sus aficiones y preferencias. Por ejemplo, podrías crear grupos para fotógrafos profesionales, amantes de la naturaleza, fanáticos de la fotografía en blanco y negro, entre otros.
* Integración de inteligencia artificial: Incorpora inteligencia artificial en la plataforma para sugerir a los usuarios cuál es el mejor momento para compartir una foto, qué fotos pueden ser más populares, qué hashtags pueden funcionar mejor, entre otros aspectos.
* Nuevos formatos de contenido: Puedes permitir que los usuarios suban más que solo fotos. Por ejemplo, puedes incorporar una función de videos cortos o una herramienta de creación de historias. Incluso, podrías permitir que los usuarios suban archivos de audio o texto enriquecido para crear historias aún más personalizadas y atractivas.
* Funciones avanzadas de edición de fotos: Incluir herramientas de edición de fotos avanzadas y personalizadas para que los usuarios puedan editar sus fotos de manera más precisa y fácil. Estas herramientas pueden incluir ajustes de iluminación, filtros avanzados, efectos especiales y más.
* Sistema de recompensas para usuarios activos: Crear un sistema de recompensas para incentivar a los usuarios a ser más activos en la plataforma y compartir sus fotos. Por ejemplo, los usuarios podrían ganar puntos por compartir fotos y participar en desafíos fotográficos, y luego canjear estos puntos por descuentos o productos.

# 4.- Estudio de Viabilidad

Estudio de Viabilidad

***Análisis del mercado:***

Existe una gran demanda de plataformas de redes sociales para compartir fotos, tanto a nivel personal como profesional.

Las redes sociales de fotos son muy populares entre los jóvenes y las personas interesadas en la fotografía, así como en el marketing digital.

La competencia en el mercado es alta, pero aún hay espacio para nuevas plataformas que ofrezcan características innovadoras y atractivas.

***Análisis técnico:***

La tecnología necesaria para desarrollar la plataforma está disponible y accesible.

Las características innovadoras y atractivas que se propusieron en la descripción del proyecto son técnicamente viables y pueden ser implementadas con herramientas actuales.

***Análisis financiero:***

Se requiere una inversión inicial significativa para desarrollar la plataforma y lanzarla al mercado.

El modelo de negocio propuesto tiene un potencial de ingresos significativo a través de la publicidad, las ventas de suscripciones premium y las ventas de productos digitales adicionales.

Se necesitará un plan de marketing y una estrategia sólida para atraer a una base de usuarios suficiente para generar ingresos sostenibles.

***Conclusión:***

El mercado para una red social de fotos es grande y existe la oportunidad de ofrecer características innovadoras y atractivas.

El proyecto es técnicamente viable y financieramente factible con una inversión inicial significativa y un enfoque sólido en la estrategia de marketing y la adquisición de usuarios.

## 4.1.- Descripción del modelo de negocio

Nuestro modelo de negocio se centrará en la monetización de la plataforma a través de varias fuentes de ingresos. Algunos de los métodos que se utilizarán son:

*Publicidad*: La plataforma incluirá anuncios en diferentes formatos (banner, video, publicaciones patrocinadas, etc.) para generar ingresos publicitarios. Los anuncios serán mostrados a los usuarios en función de su actividad en la plataforma y sus preferencias.

*Suscripciones premium*: Se ofrecerá a los usuarios la opción de suscribirse a una versión premium de la plataforma que ofrecerá características adicionales y exclusivas, como la posibilidad de subir más fotos, acceso a filtros exclusivos, acceso a métricas avanzadas, entre otros beneficios.

*Ventas de productos digitales:* Se pueden vender productos digitales adicionales a los usuarios, como filtros premium, efectos especiales, plantillas de diseño, etc.

*Comisiones por venta:* Se puede integrar un sistema de venta de fotografías digitales que permita a los usuarios vender sus fotos y obtener una comisión por cada venta realizada a través de la plataforma.

*Asociaciones y alianzas*: Se pueden establecer alianzas con marcas y empresas relacionadas con la fotografía, el diseño y el marketing digital para ofrecer a los usuarios ofertas y promociones exclusivas en productos y servicios.

*Análisis de datos:* La plataforma podrá recolectar y analizar datos de los usuarios para obtener información valiosa que se pueda vender a terceros, como empresas que buscan comprender mejor el comportamiento de los consumidores en línea.

En *resumen*, nuestro modelo de negocio se basa en la generación de ingresos a través de la publicidad o datos de usuarios para vender a compañías externas y su posterior estudio

## 4.2.- Embudo de marketing

* ***Atracción:***

En esta etapa, el objetivo es atraer la atención de tu público objetivo y conseguir que se interesen en tu red social de fotos. Algunas tácticas de marketing que podrías utilizar son:

Publicidad en redes sociales: Utiliza anuncios en plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter para llegar a un público más amplio y generar conciencia sobre tu red social de fotos.

******Marketing de contenidos: Crea y comparte contenido relevante y atractivo en redes sociales y blogs para atraer la atención de los usuarios interesados en la fotografía.

SEO: Optimiza el contenido de tu sitio web para aparecer en los primeros resultados de búsqueda en Google y así aumentar la visibilidad de tu red social de fotos.

***Interacción:***

En esta etapa, el objetivo es establecer una interacción con los usuarios interesados en tu red social de fotos y lograr que se involucren con la plataforma. Algunas tácticas de marketing que podrías utilizar son:

Influencer marketing: Trabaja con influenciadores en el ámbito de la fotografía y el diseño para que compartan su experiencia con la plataforma y generen interés en sus seguidores.

Pruebas gratuitas: Ofrece pruebas gratuitas de la plataforma para que los usuarios puedan experimentar sus características y funciones.

Redes sociales: Utiliza las redes sociales para interactuar con tu audiencia, responder preguntas y ofrecer soporte.

***Conversión:***

En esta etapa, el objetivo es convertir a los usuarios interesados en tu red social de fotos en usuarios registrados y activos. Algunas tácticas de marketing que podrías utilizar son:

Descuentos y promociones: Ofrece descuentos y promociones especiales para animar a los usuarios a registrarse y utilizar la plataforma.

Testimonios de usuarios: Muestra testimonios de usuarios satisfechos con la plataforma para que los nuevos usuarios se sientan más seguros y confiados en utilizarla.

Garantías de satisfacción: Ofrece garantías de satisfacción para tranquilizar a los usuarios y asegurarles que están tomando una buena decisión al utilizar la plataforma.

En esta etapa, el objetivo es mantener a los usuarios registrados activos y fidelizarlos a largo plazo. Algunas tácticas de marketing que podrías utilizar son:

Gamificación: Utiliza elementos de juego y recompensas para animar a los usuarios a utilizar la plataforma con regularidad y crear hábitos de uso.

Comunidad: Fomenta la creación de una comunidad activa de usuarios y promueve la interacción y colaboración entre ellos.

Mejora continua: Realiza mejoras continuas en la plataforma y agrega nuevas características y funciones para mantener el interés y la satisfacción de los usuarios.

Siguiendo este embudo de marketing, podrás atraer la atención de tu público objetivo, establecer una interacción con ellos, convertirlos en usuarios registrados y fidelizarlos a largo plazo.

## 4.3.- Estimación de la población objetivo

Una posible estimación de la población objetivo para una aplicación de red social de fotos podría ser:

*Jóvenes y adultos jóvenes:* Los usuarios de redes sociales tienden a ser más jóvenes, y en particular, Instagram ha sido popular entre los millennials y la Generación Z. Por lo tanto, la población objetivo podría ser jóvenes y adultos jóvenes de entre 18 y 34 años.

*Aficionados a la fotografía*: Dado que la aplicación se centra en la publicación y el intercambio de fotografías, es probable que los aficionados a la fotografía sean una parte importante de la población objetivo. Esto incluiría tanto a profesionales como a aficionados a la fotografía que quieren compartir sus fotos con otros y obtener feedback.

*Empresas y marcas*: El marketing en Instagram ha crecido significativamente en los últimos años, por lo que la población objetivo también podría incluir empresas y marcas que quieran utilizar la plataforma para promocionar sus productos y servicios a través de imágenes y videos.

*Influencers*: Los influencers son una parte importante del ecosistema de Instagram, por lo que la población objetivo también podría incluir a los influencers que quieran utilizar la aplicación para promocionar productos y servicios y conectarse con su audiencia.

*Personas interesadas en la moda, el estilo de vida y la belleza*: Instagram ha sido popular para el contenido relacionado con la moda, el estilo de vida y la belleza, por lo que la población objetivo también podría incluir a personas interesadas en estos temas.

Es importante tener en cuenta que esta estimación es sólo una posible descripción de la población objetivo y puede variar según la estrategia de marketing específica y el enfoque de la aplicación.

## 4.4.- Cálculo de la muestra poblacional necesaria para la encuesta

Texto

## 4.5.- Encuesta y resultados

***1.Participantes de la encuesta***

Como la aplicación esta pensada de en un futuro lanzarla de manera internacional se ha hecho una encuesta de dos idioma España que es el lugar donde se desarrollara la aplicación y en ingles que es el idioma que se utiliza internacionalmente

***2. ¿Estarías dispuesto a utilizar una nueva red social?***

**3. ¿Le gustaría poder editar sus fotos dentro de la aplicación de red social de fotos?**

***4. ¿Cuál es tu profesión?***

***5.¿Has usado alguna vez una red social?***

***6. Leyendo la descripción del proyecto, ¿Lo utilizarías?***

## 4.6.- Planificación del tiempo

Texto

## 4.7.- Estimación de costes

El costo del desarrollo de una aplicación de red social de fotos dependerá de muchos factores, como la complejidad de las características que se deseen implementar, el número de plataformas para las que se desee desarrollar (iOS, Android, web, etc.), la experiencia del equipo de desarrollo, el tiempo estimado de desarrollo, entre otros.

Dicho esto, se puede hacer una estimación aproximada de los costos basados en algunas suposiciones. Por ejemplo, supongamos que se desea desarrollar una aplicación para iOS y Android con las características principales como perfil de usuario, subir fotos, seguir otros usuarios, explorar y comentar publicaciones, y se estima que el tiempo de desarrollo será de unos 6 meses. En este caso, los costos pueden ser los siguientes:

*Equipo de desarrollo:* Dependiendo del tamaño del equipo de desarrollo, se podría contratar a 3 desarrolladores a un costo promedio de 6.000€ (2.000€ cada programador) Por lo tanto, el costo total sería de 36.000 € aprox

*Diseño de interfaz de usuario:* Se podría contratar a un diseñador de UI / UX a un costo promedio de 7.000 € aprox para el diseño de la interfaz de usuario.

*Servidor y almacenamiento:* Para almacenar las fotos y la información del usuario, se podría utilizar un proveedor de servicios en la nube como Amazon Web Services, que podría costar alrededor de 400€ .aprox al mes.

*Otros costos:* También se deberán tener en cuenta otros costos, como la adquisición de licencias de software, costos de publicidad, etc. Esto puede ser aproximadamente 5,000€

Por lo tanto, la estimación total de los costos para el desarrollo de la aplicación de red social de fotos puede estar alrededor de 70.000 €.

Es importante tener en cuenta que esta es solo una estimación aproximada y los costos pueden variar significativamente según los factores mencionados anteriormente y las necesidades específicas del proyecto. Además, también es importante considerar los costos de mantenimiento y actualización continua de la aplicación después del lanzamiento.

## 4.8.- Estimación de ingresos

Los ingresos de una aplicación de red social de fotos pueden provenir de diversas fuentes. A continuación, se presentan algunas posibles fuentes de ingresos y una aproximación de los ingresos potenciales:

*Publicidad*: Una fuente común de ingresos para las aplicaciones de redes sociales es la publicidad. La aplicación puede mostrar anuncios en diferentes lugares, como la pantalla de inicio, la sección de exploración o en los perfiles de los usuarios. Los ingresos de la publicidad pueden variar ampliamente, dependiendo de factores como la cantidad de usuarios, la calidad de los anuncios, el costo por clic o el costo por impresión. Una estimación conservadora podría ser de unos 50 céntimos por cada mil impresiones de anuncios, lo que podría generar ingresos de alrededor de 50 € por cada 100.000 impresiones aproximadamente.

*Suscripciones premium:* Otra forma de generar ingresos es ofrecer funciones adicionales a los usuarios a cambio de una suscripción premium, esto puede se algo revolucionario para las redes sociales ya que se ha implementado algo parecido hace poco en Twitter con la verificación de usuario. Por ejemplo, se puede características exclusivas de la aplicación como una edición más avanzada o ver que personas no le siguen de vuelta.. o la eliminación de publicidad. Los ingresos de las suscripciones pueden variar según el precio y la tasa de conversión de los usuarios. Si se logra que el 5% de los usuarios se suscriban a una suscripción mensual de 5€, se podría generar ingresos de alrededor de 1.200 € al mes que seria una buena cantidad para comenzar una aplicación.

*Comisiones de ventas:* Otra forma de generar ingresos es permitir que los usuarios vendan productos en la plataforma y cobrar una comisión por cada venta como ha implementado Facebook en su plataforma. Por ejemplo, si se permite que los usuarios vendan productos digitales o productos físicos y se cobra una comisión del 10% por cada venta, se podrían generar ingresos de alrededor de 1 € por cada venta de un producto de 10 € ofreciendo así también una seguridad al comprador y vendedor de que el producto llegara correctamente y sea correspondido a como se describía en el anuncio.

En conclusión, las posibles fuentes de ingresos de la aplicación de red social de fotos podrían ser la publicidad, las suscripciones premium y las comisiones de ventas. Según las estimaciones anteriores, los ingresos mensuales podrían estar alrededor de 2.000€, 2,500 € y 1,000 €, respectivamente, lo que da un total aproximado de 4.000 € al mes. Es importante tener en cuenta que estos son solo cálculos aproximados y que los ingresos pueden variar significativamente en función de varios factores como la repercusión que tenga sobre la gente y el alcance que tenga la aplicación.

## 4.9.- Conclusiones

En conclusión, una aplicación de red social de fotos tiene un gran potencial de mercado en la actualidad, ya que las redes sociales se han convertido en una parte importante de la vida diaria de muchas personas. A medida que más y más personas comparten sus momentos a través de las redes sociales, la necesidad de una plataforma dedicada a la fotografía y la creatividad sigue en aumento.

La implementación de características innovadoras, como la edición de fotos avanzada y la integración de realidad aumentada, pueden marcar la diferencia en el éxito de una aplicación de red social de fotos. Además, una estrategia de marketing sólida y una buena experiencia de usuario también son fundamentales para atraer y retener a los usuarios.

En términos de ingresos, la publicidad, las suscripciones premium y las comisiones de ventas pueden ser fuentes potenciales de ingresos para la aplicación. Aunque estas son solo estimaciones, se puede ver que una aplicación de red social de fotos tiene el potencial de generar una cantidad significativa de ingresos.

En resumen, una aplicación de red social de fotos bien diseñada y bien ejecutada puede ser una oportunidad rentable y emocionante en el mercado actual. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el éxito no llegará sin esfuerzo y un enfoque sólido en la experiencia del usuario, la innovación y la estrategia de marketing.

# 5.- Arquitectura de la Aplicación

Texto

## 5.1.- Recursos y tecnologías empleadas

Aquí adjunto una lista de las tecnologías y recursos utilizado en este proyecto

* *Laravel 9*: un framework de PHP que permite desarrollar aplicaciones web de manera rápida y eficiente y con una estructura ordenada.
* *MySQL*: un sistema de gestión de bases de datos relacional.
* Bootstrap: un framework front-end para el desarrollo de sitios web y aplicaciones móviles.
* *HTML, CSS y JavaScript*: lenguajes de programación básicos para el desarrollo de aplicaciones web, darle funcionalidad básica y estilos.
* *Blade*: un motor de plantillas para Laravel que facilita la generación de vistas HTML.
* *Eloquen*t: un ORM (Object-Relational Mapping) que permite interactuar con la base de datos de manera sencilla y eficiente.
* *Artisan*: la herramienta de línea de comandos de Laravel que facilita la creación de estructuras de proyecto, la generación de código y la gestión de migraciones.
* *Composer*: un gestor de dependencias para PHP que facilita la gestión de paquetes y librerías externas.
* *Git-Hub*: un sistema de control de versiones que permite la colaboración entre desarrolladores y el mantenimiento del código fuente.

## 5.2.- Diseño inicial

Texto

## 5.3.- Diseño final

Texto

# 6.- Futuras Mejoras y Conclusiones

Futuras mejoras para una aplicación de red social de fotos podrían incluir la incorporación de tecnología de inteligencia artificial para ayudar a los usuarios a encontrar contenido relevante y aumentar la participación de los usuarios en la plataforma. Otras mejoras podrían incluir una mayor integración de la realidad virtual y aumentada, permitiendo a los usuarios experimentar la fotografía de maneras completamente nuevas e innovadoras.

En cuanto a las conclusiones del proyecto, se puede afirmar que una aplicación de red social de fotos tiene el potencial de ser una oportunidad emocionante y rentable en el mercado actual si se llevará acabo todos los puntos del proyecto con el tiempo. Sin embargo, para tener éxito, es necesario tener una buena estrategia de marketing, una experiencia de usuario sólida y características innovadoras que se ajusten a las necesidades de los usuarios. Además, es importante mantenerse al tanto de las tendencias actuales y futuras en la tecnología de la fotografía y la experiencia del usuario para mantenerse competitivo en el mercado. Por último, una aplicación de red social de fotos exitosa puede ayudar a los usuarios a conectarse y compartir sus momentos especiales con una comunidad global de usuarios apasionados por la fotografía.

# 7.- Pruebas y Resultados

Texto

# 8.- Manual Usuario

Texto

# 9.- Bibliografía

Texto

# 10 - Anexo I.- Principales clases del código

Texto

# 11 - Anexo 2: Opinión personal sobre la FCT

En resumen, mi experiencia en esta práctica FCT en la consultoría EY ha sido muy enriquecedora y me ha permitido aplicar los conocimientos adquiridos en mi formación académica en un entorno laboral real. Durante mi estancia en la empresa, he tenido la oportunidad de colaborar en diferentes proyectos y actividades, lo que me ha permitido conocer de primera mano las funciones y responsabilidades de los consultores.

He aprendido la importancia de la planificación y organización en la gestión de proyectos, así como la necesidad de trabajar en equipo y comunicarse de manera efectiva para lograr los objetivos propuestos. Además, he podido desarrollar habilidades como la resolución de problemas, la toma de decisiones y la adaptación a situaciones cambiantes.

En general, esta práctica FCT en EY ha sido una experiencia muy valiosa que me ha permitido adquirir nuevos conocimientos y habilidades, así como consolidar mi formación y prepararme para mi futuro laboral. Agradezco a EY por brindarme la oportunidad de realizar mi práctica con ellos y estoy seguro de que lo aprendido en esta experiencia me será de gran utilidad en mi futuro profesional.



|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | **Elaborado por:** | ALEJANDRO BARRIONUEVO GUERRERO | | **Fecha de entrega:** | 20/06/2023 | | **Email:** | Alejandrobarrionuevo00@gmail.com | |
|  |

# 