

Índice general

1. Introducción	1
2. Justificación de la investigación	3
3. Objetivos de la investigación	5
3.1. Objetivos Generales	5
3.2. Objetivos Especificos	5

Capítulo 1

Introducción

Introducción

eeeeee



Figura 1.1: Redes Sociales mas usada por los limeños - Agosto 2018 - Fuente : CPI

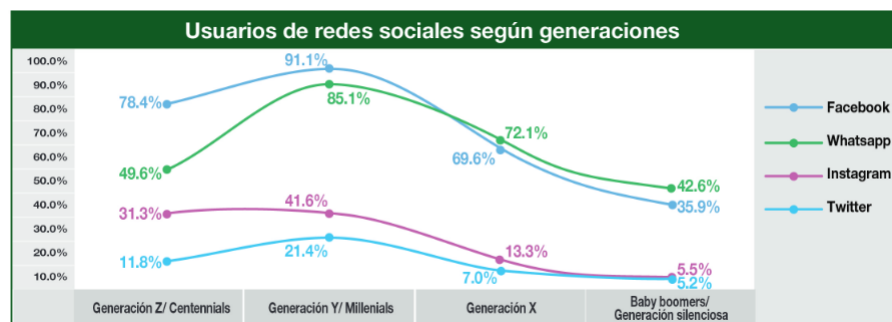


Figura 1.2: Uso de redes sociales según generación - Agosto 2018 - Fuente : CPI

Capítulo 2

Justificación de la investigación

Actualmente

Capítulo 3

Objetivos de la investigación

3.1. Objetivos Generales

Clasificar las opiniones de los consumidores aplicando análisis de sentimiento sobre los centros comerciales a través de los tweets generados por los usuarios.

3.2. Objetivos Especificos

- Uso de herramientas de Machine Learning para al Análisis de Sentimiento en la red Social Twitter.
- Recolección y tratamiento de los datos de la red social Twitter.

