

Autora: María Puchalt López

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4098-736X>

Título: Factores de éxito en las estrategias de optimización y posicionamiento de las aplicaciones móviles. Análisis comparado entre App Store (iOS) y Play Store (Android)

Title: *Success factors in the optimization and positioning strategies of mobile applications. Comparative analysis between App Store (iOS) and Play Store (Android)*

Directores: M.^a Isabel de Salas Nestares y Vicente José Ros Diego

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU Cardenal Herrera, 23 de mayo de 2017

Tribunal:

Presidente: Francisco Cabezuelo Lorenzo, Universidad Complutense de Madrid

Vocal: Araceli Castelló Martínez, Universidad de Alicante

Secretaria: María López-Trigo Reig, Universidad CEU Cardenal Herrera

Calificación: Sobresaliente Cum Laude

Resumen: La rápida evolución de los sistemas de telecomunicación han convertido a los dispositivos móviles en instrumentos indispensables para la sociedad. El presente trabajo de investigación realiza una revisión de la evolución y la estructura del ecosistema móvil, analizando al mismo tiempo los principales actores que interactúan en el mismo e introduciendo aquellos de nueva generación. Por otra parte, también se lleva a cabo una revisión de los principales descriptores que influyen en la optimización y posicionamiento de las aplicaciones móviles en App Store (iOS) y Play Store (Android); lo que se conoce como ASO (*App Store Optimization*). Para llevar a cabo la investigación se han utilizado métodos de carácter cualitativo y cuantitativo; además, el diseño de la investigación combina un análisis directo e indirecto de la realidad estudiada.

Palabras clave: Medios de comunicación de masas, comunicación móvil, teléfono móvil, aplicación móvil, sociedad de la información

Abstract: *The evolution of telecommunications systems has made mobile devices indispensable instruments for society. This research work reviews the evolution and structure of the mobile ecosystem, analyzing at the same time the main actors that interact in it and introducing the new generation. On the other hand, there is also a review of the main descriptors that influence the optimization and positioning of mobile applications in the App Store (iOS) and the Play Store (Android). Traditionally it is what is known as ASO (App Store Optimization). To carry out the research, qualitative and quantitative methods have been used; In addition, the design of the research combines a direct and indirect analysis of the reality studied.*

Keywords: *Mass media, mobile communication, mobile phones, mobile app, information society*

URL de consulta: <http://dspace.ceu.es/handle/10637/8619>