

**Enero  
2015**

Diego Ocampo Pérez

Plan de proyecto

Rev. 2.0

chattyhive



## [PLAN DE PROYECTO]

Chattyhive es un servicio de chat y red social enfocado a temas de conversación. Los usuarios pueden conocer gente que comparte sus intereses, participar en sus temas de conversación y comunidades favoritos; y recibir actualizaciones instantáneas sobre aquello que les importa. Todo con un perfil anónimo y control absoluto sobre su privacidad.

## Motivación

Los sistemas de comunicación en tiempo real, en concreto los chats, han ido evolucionando de forma paralela a Internet desde los inicios de la World Wide Web. Su historia ha ido ligada en gran medida a los cambios de tendencia en el uso de la web.

En los primeros años de la década de los 2000, en plena expansión del uso de Internet en los hogares del mundo desarrollado, dos de los sistemas que aglutinaban el mayor número de redes de usuarios eran el IRC (el primer sistema global y popular de chat online) y los foros de discusión. En ambos sistemas los usuarios eran anónimos y se agrupaban por salas o temas de discusión, se compartían experiencias e inquietudes con desconocidos, se creaban comunidades y se conocía gente nueva a través de la conversación. Ambos sistemas de comunicación siguen teniendo un notorio protagonismo en Internet hoy en día y sin apenas cambios importantes sobre su concepto original.

La llegada de las grandes redes sociales (Hi5, MySpace y finalmente Facebook) cambió la experiencia de uso de Internet para la gran mayor parte de los usuarios. Se pasó de la conversación anónima y temática para centrarse en lo personal; y se proporcionó a cada usuario un entorno en el que mantener su propia red de usuarios, formada por amigos, familiares y conocidos, con los que poder enriquecer a través de la red las experiencias y conversaciones que ya compartían entre ellos en la vida real.

Los sistemas de chat evolucionaron del mismo modo. Fueron muy populares los clientes de mensajería instantánea para PC y Mac, ¿quién no se acuerda del Messenger o el ICQ? Al extenderse el uso de las redes sociales como Facebook o Tuenti (en España), los usuarios pasaron a usar sobre todo los chats integrados en estas redes sociales mientras que algún cliente de mensajería instantánea como Google Talk y Skype se centraban en el mundo laboral y en comunicaciones de audio y video entre amigos y familiares separados por grandes distancias.

Llegaron los Smartphones. El chat adquiere todavía más protagonismo, hay una nueva explosión de apps de mensajería instantánea con un claro ganador pero con otras muchas apps que se han hecho también con un hueco en el mercado. Esta es la situación de hoy en día y es indiscutible que las apps de chat están entre las favoritas de los usuarios y nunca han dejado de reinventarse y de constituir un importante músculo dentro del mercado de los negocios web y apps para móviles.

¿Es éste el fin de las oportunidades para negocios basados en servicios de chat y de red social? ¿Está todo ya inventado y explotado? Nosotros creemos que no.

En chattyhive somos conscientes de en todo este proceso de evolución y renovación de los servicios de red social y chat se ha perdido parte de la esencia inicial de lo que Internet siempre nos ha ofrecido. Internet nos abre las puertas a la diversidad, nos da la oportunidad de conocer gente increíble y adquirir conocimientos que de otro modo no tendríamos. Nos permite expandir nuestros lazos de amistad más allá de las barreras físicas y sociales que nos atan en el mundo real y poder expresarnos de forma libre sin estar condicionados por lo que los demás saben o no saben de nosotros. A través de la red, y especialmente a través del chat, podemos

hablar sobre aquello que no nos atrevemos a contar ni a nuestra pareja, podemos compartir ese hobby que mataría de aburrimiento a nuestro mejor amigo y podemos crear comunidades inéditas de gente de todo el mundo que comparten la pasión por un videojuego, la afición por la astronomía, un estado de ánimo, una preferencia musical, una preocupación social o, en definitiva, cualquier cosa que uno pueda imaginar. Esta era parte de la magia que ayudó a que Internet creciera y que se ha ido perdiendo en gran parte con el paso de los años.

Sin embargo sabemos que no somos los únicos que echamos en falta una revitalización del concepto del chat anónimo y temático. Hay comunidades enormes de usuarios utilizando los foros, el IRC, servicios emergentes como Reddit e incluso “mal utilizando” los servicios de mensajería instantánea existente para crear grupos de chat temáticos, cuando estos servicios no están realmente diseñados para explotar este tipo de comunicación en la red. Estas comunidades de usuarios están formadas en su mayor parte (pero no sólo) por geeks, universitari@s y gente joven en general.

Chattyhive es una idea concebida en el 2010. Empezó a desarrollarse en Septiembre de 2013 a un ritmo lento al principio y se sigue desarrollando ahora a muy buen ritmo ya. Durante este año y pico de desarrollo hemos aprendido muchísimo, hemos superado muchas dificultades y hemos madurado y refinado la idea y el diseño una y otra vez hasta dar forma a un proyecto que nos hace sentir orgullosos y seguros.

Se presentan 6 meses intensos de desarrollo hasta el lanzamiento de la primera versión pública de la app para Android antes de Julio de 2015. Contamos con toda la motivación y un muy buen equipo que esperamos que pronto crezca para poder hacer realidad al menos una parte de las innumerables posibilidades que le vemos a chattyhive.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jiego D.", is positioned in the lower right quadrant of the page. It is written in a cursive style with a long, sweeping flourish on the right side.

# Índice

<b>PRESENTACIÓN DEL SERVICIO.....</b>	<b>5</b>
<i>¿Cómo funciona?.....</i>	5
Hives, suscripciones y usuarios .....	5
Crear y explorar hives .....	6
Las listas del usuario .....	8
Tipos de hives. Comunidades.....	8
Chats y contextos.....	9
<i>Ejemplo básico de uso .....</i>	10
<i>¿Qué vas a poder hacer en chattyhive?.....</i>	17
A.    Como usuario estándar. ....	17
B.    Como empresa u organización.....	18
C.    Como artista o famoso .....	18
D.    Como web máster .....	18
<b>DISEÑO Y FUNCIONALIDAD.....</b>	<b>20</b>
<i>Registro e inicio de sesión.....</i>	20
Pasos del registro .....	21
Validación de la cuenta .....	23
<i>Tutorial de inicio .....</i>	23
<i>Hives y creación de hives .....</i>	23
<i>Explora.....</i>	25
<i>Panel izquierdo. Pestañas “Chats”, “Hives” y “Amigos”.....</i>	27
La pestaña de chats.....	27
La pestaña de hives.....	28
La pestaña de amigos.....	30
<i>Menú y notificaciones.....</i>	31
<i>Home o Inicio.....</i>	32
<i>Chats.....</i>	33
Funcionalidades comunes en los tres tipos de chat .....	34
Chat público .....	34
Chat privado entre hivemates .....	36
Chat privado entre amigos.....	36
<i>Perfil del usuario. Control de la privacidad.....</i>	39
Perfil público .....	39
Perfil privado.....	39
Vista de mi perfil. Edición de perfil .....	40
<i>Otras pantallas y funcionalidades .....</i>	41
Peticiones y amistades .....	41
Ajustes.....	42
Ayuda .....	42
Comunidades y widget.....	42
<i>Más sobre moderación, seguridad y privacidad.....</i>	43
<i>Líneas futuras .....</i>	45
Sistema de reputación – especialidades .....	45
<b>COMPETENCIA. ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>47</b>
<i>Introducción.....</i>	47
<i>Elementos diferenciales clave en chattyhive .....</i>	48
<i>Mercado objetivo y tendencias de uso .....</i>	50

<i>Principales competidores</i> .....	55
A. Spotbros .....	55
B. Banter.....	57
C. BeeTalk.....	59
D. Rooms.....	61
<b>MODELO DE NEGOCIO</b> .....	<b>62</b>
<i>Introducción</i> .....	62
El poder de la información .....	62
El valor del tiempo invertido por el usuario.....	63
¿Necesitará chattyhive mucha infraestructura?.....	64
<i>Comunidades y widget – corto/medio plazo</i> .....	65
Organización administrativa e interfaz web de gestión de comunidades .....	67
El widget.....	67
Capa gratuita y capas de pago .....	72
<i>Hives promocionados – corto/medio plazo</i> .....	74
¿Cómo se realiza la promoción y el pago?.....	75
¿Por qué puede interesar?.....	75
<i>In-app purchases – corto/medio plazo</i> .....	77
<i>Servicios Premium – medio/largo plazo</i> .....	78
<i>Venta de datos estadísticos sobre conversaciones – largo plazo.</i> .....	78
<i>Publicidad segmentada. Compra programática – largo plazo.</i> .....	79
<b>EQUIPO. ESTADO DEL DESARROLLO</b> .....	<b>82</b>
<i>Equipo actual</i> .....	82
<i>Colaboradores</i> .....	83
<i>Estado actual del desarrollo</i> .....	83
<i>Informe de aportaciones realizadas hasta Diciembre de 2014</i> .....	84
<b>ROADMAP</b> .....	<b>87</b>
<i>Objetivos. Primera beta pública de chattyhive.</i> .....	87
<i>Calendario provisional</i> .....	87
<i>Funcionalidades a implementar</i> .....	88
1. Registro básico de usuarios.....	91
2. Registro de usuarios usando redes sociales .....	91
3. Pequeño tutorial de inicio. ....	91
4. Creación de hives. ....	91
5. Explora y suscripción a hives. ....	92
6. Panel izquierdo. Pestañas “Chats”, “Hives” y “Amigos” del usuario.....	92
7. Menú y gestión de notificaciones. ....	94
8. Home o Inicio básico .....	94
9. Chats, opciones de chat y contextos del chat. ....	95
10. Perfil de los usuarios. Edición de mi perfil. ....	98
11. Otras pantallas. ....	99
12. Funcionalidades relacionadas con las comunidades .....	99
13. Moderación, seguridad y privacidad.....	100
<b>ENLACES</b> .....	<b>103</b>

# Presentación del servicio

Chattyhive es un servicio de chat y red social enfocado a temas de conversación.

Los usuarios exploran listados de temas sugeridos y se suscriben a los que más les interesan (o crean los suyos) para chatear anónimamente de lo que les gusta, hacer amigos y poder estar al día, de forma pasiva, sobre lo que pasa en sus comunidades favoritas. Cualquier comunidad online existente puede integrarse.

El modelo de negocio se apoya en la relación que los usuarios establecen con los hives (los temas de conversación) y en estadísticas anónimas sobre aportaciones de los usuarios en los chats públicos. Los hives están categorizados y llevan asociados tags y una descripción. Toda esta información nos permitirá ir perfilando los intereses y necesidades de los usuarios a medida que estos usan el servicio y sentará la base para segmentar la publicidad y hives promocionados o para proporcionar a empresas u organizaciones estadísticas anónimas de tendencias de uso y de conversación en tiempo real.

A lo largo de este apartado se hará una introducción a los elementos que dan forma al servicio y a las posibilidades del mismo.

## ¿Cómo funciona?

### *Hives, suscripciones y usuarios*

En primer lugar, para aclarar conceptos, definimos los elementos básicos del servicio.

- A. Los **hives** representan temas de conversación a los que los usuarios se pueden suscribir. Es importante no confundir un hive con una sala de chat. Un hive es un contenedor de chats. Dentro de un hive habrán **chats privados** entre usuarios suscritos al hive y un **chat público** donde todos pueden chatear en una misma conversación. Ese chat público sí es similar a lo que estamos acostumbrados a entender como sala de chat. No obstante, a diferencia de los chats tradicionales, no es necesario estar dentro de un chat público o chat privado para estar activo en esa “sala”, ni es necesario acceder al chat público para poder iniciar conversaciones privadas.
- B. Las **suscripciones** a hives son el principal medio de interacción entre usuarios. Todas las conversaciones entre usuarios se inicien a través de un hive por lo que toda interacción inicial entre usuarios comienza por suscribirse al hive que te interesa para poder iniciar nuevas conversaciones con gente que también está suscrita a ese hive.

Todas las suscripciones a hives de un usuario quedan recogidas en su lista de hives que perdura entre sesiones de usuario. Esto, entre otras cosas, permite que chattyhive pueda hacer un seguimiento del uso de la red por cada usuario (y del conjunto global de usuarios) y que los usuarios puedan estar activo en todos los temas de conversación simultáneamente, tanto para recibir mensajes de nuevos usuarios que quieren

chatear, cómo para poder acceder a un resumen de la actividad de todos los chats públicos de sus hives desde una misma pantalla a la que llamamos *Home*.

C. Los **usuarios** pueden registrarse en el servicio con su email o autenticándose en su red social favorita (Facebook, Twitter, Google +). Todo usuario en chattyhive tiene asociados dos perfiles independientes:

- Un **perfil público**, visible a cualquier otro usuario de la red y posiblemente (de momento no) a cualquier usuario de Internet sin necesidad de estar logueado en el servicio. En este perfil los usuarios se identifican por un pseudónimo y un avatar.
- Un **perfil privado**, visible sólo a aquellos usuarios que previamente añadas como amigos tras enviar (o aceptar) una petición de amistad. En este perfil los usuarios se identifican con su nombre y apellidos y una foto de perfil.

Dos usuarios dentro de chattyhive pueden estar relacionados por dos vías:

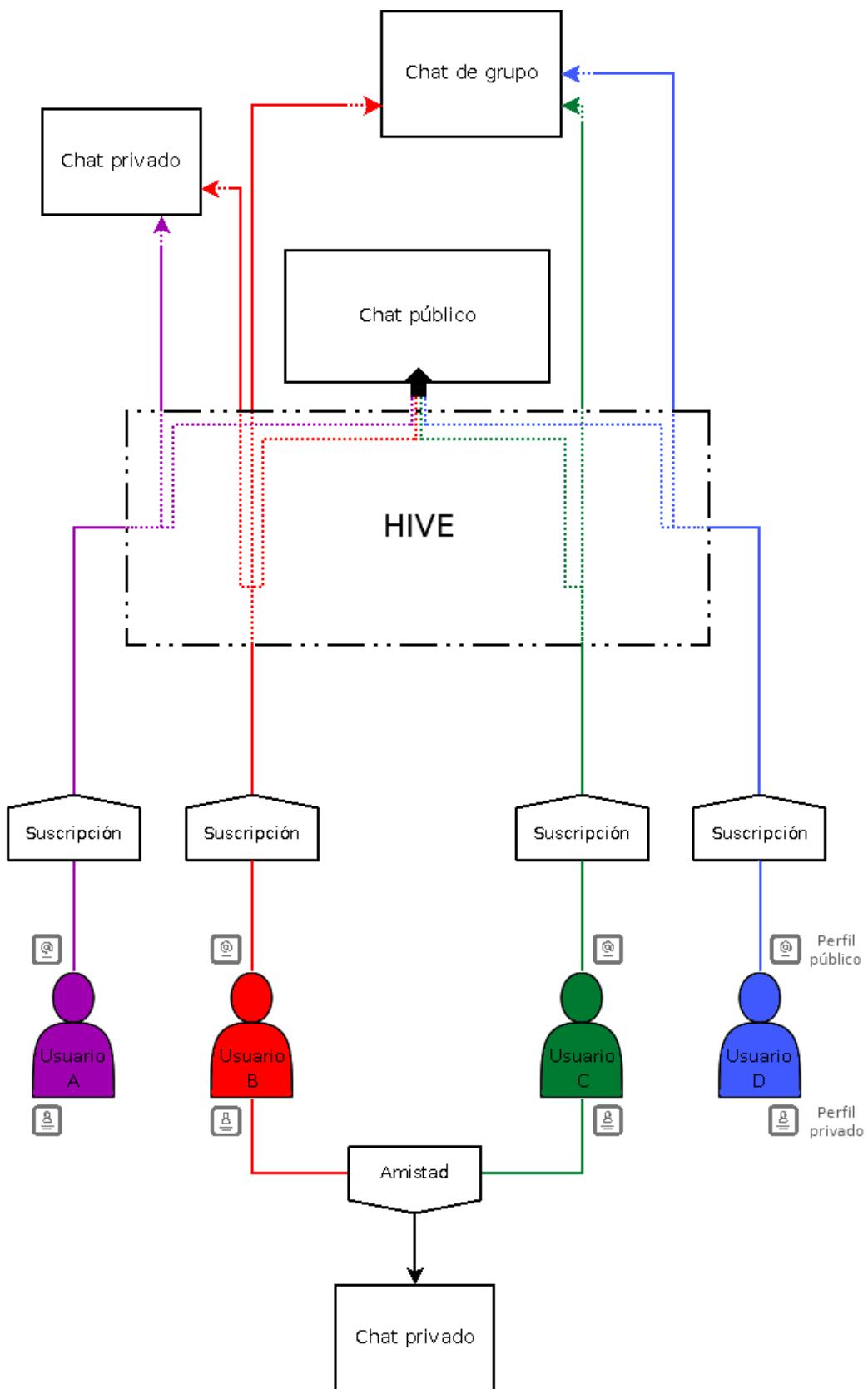
- A través de un hive. Los usuarios exponen su perfil público, los chats privados entre ellos se establecen en el contexto de un hive. A estos usuarios que tienen en común la suscripción a un determinado hive se les llama **hivemates**.
- A través de una relación de amistad. Los usuarios exponen su perfil privado. Los chats privados se establecen fuera del contexto de un hive. A estos usuarios se les llamará **amigos**.

### *Crear y explorar hives*

Cualquier usuario de chattyhive puede crear un tema de conversación, un hive, y publicarlo en la red. Una vez creado ya no le pertenece a él, **no existe la figura de “administrador” en un hive estándar**, el hive pasa a ser una herramienta para todo aquel usuario que se suscriba y dejará de existir una vez todos los usuarios hayan cancelado su suscripción a ese hive o cuando ninguno de los usuarios suscritos haya tenido actividad en la aplicación durante un tiempo determinado.

Los hives deberán tener un nombre único en la red, por lo que si un usuario introduce un nombre ya existente para un nuevo hive se le sugerirá que se suscriba al hive existente en vez de crear uno nuevo.

Todos los hives de la red social están accesibles desde la sección **Explora**. En esta sección se presentan los hives ordenados por diferentes criterios, algunos relacionados con la ubicación o gustos del usuario (preferencias extrapoladas de las suscripciones a hives realizadas por el usuario hasta la fecha). El usuario puede navegar por los distintos listados de hives, ver información ampliada de cualquiera de ellos y suscribirse con el botón “Join”.



## *Las listas del usuario*

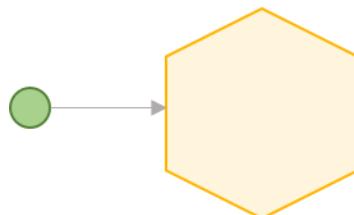
Cada usuario mantendrá tres listas independientes que son almacenadas en el servidor y mantenidas entre sesión y sesión:

- A. Una lista de **chats recientes**. Similar a la que nos encontramos en apps de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, Facebook Messenger). En el caso de chattyhive el usuario tendrá tres tipos de chat en esta lista: chats privados con amigos, chats privados con hivemates y chats públicos. Se explicarán los tipos de chat en el siguiente punto.
- B. Una lista con los **hives a los que el usuario está suscrito**. Desde esta lista el usuario puede acceder al chat público del hive (en el que pueden participar simultáneamente todos los usuarios suscritos que estén activos en ese chat) y a listados de usuarios suscritos con los que poder abrir un chat privado uno a uno (más adelante se podrán formar chats con 3 o más usuarios).  
Los hives se ordenan de forma que aquel que ha tenido actividad más reciente por parte del usuario aparece en primer lugar.
- C. Una lista con los **amigos** del usuario.

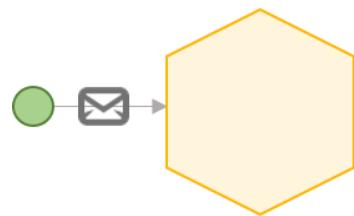
## *Tipos de hives. Comunidades.*

Los distintos tipos de hives se pueden clasificar según los siguientes criterios:

- Según su visibilidad y criterio de acceso:
  - **Hive abierto:** Son hives que van a estar visibles en la sección *Explora*. Cualquier usuario puede suscribirse de forma inmediata.



- **Hive accesible por invitación<sup>1</sup>:** No se mostrarán en la sección *Explora* y sólo se podrá suscribir a él a través de una invitación.



---

<sup>1</sup> Los hives por invitación se implementarán a medio plazo a menos que se decida priorizarlos.

- Según el modelo de negocio aplicado:
  - **Hive estándar:** Ningún usuario está pagando para que sea más visible dentro del servicio.
  - **Hive promocionado:** Una empresa, organización, artista, famoso o usuario común está pagando para hacer que el hive sea más visible dentro del servicio. Normalmente la condición de hive promocionado tiene carácter temporal.
- Según quién tiene el control del hive
  - **Hive estándar:** No existe un administrador, la moderación es automática basada en un sistema de votación democrática y un algoritmo que decide cuando expulsar a usuarios en función de los votos acumulados y la cantidad de usuarios activos en el hive.
  - **Comunidad:** Es un tipo de hive con una importancia especial en chattyhive. Está destinado a integrar comunidades online u offline ya existentes para que se migren a chattyhive o complementen su presencia online con nuestro servicio. Es también la opción a escoger para una empresa, organización, artista, famoso o usuario común que quiera tener control (administración y moderadores) sobre la comunidad.

Las comunidades forman parte del modelo de negocio freemium. Habrá una capa gratuita de uso con funcionalidades básicas y capas de pago con más funcionalidades. Además, las comunidades también ser hives promocionados.

## *Chats y contextos*

Existen varios tipos de chat en los que los usuarios pueden interactuar:

- ⌚ **Chat público:** Cada hive estándar tiene un único chat público asociado. En el caso de las comunidades pueden haber más de un chat público. En el chat público todos los usuarios suscritos al hive (todos los *hivemates*) pueden participar compartiendo mensajes o contenido multimedia.
- ⌚ **Chat privado entre hivemates:** Son chats uno a uno o de grupo<sup>2</sup> entre usuarios suscritos a un mismo hive y que muestran su perfil anónimo.
- ⌚ **Chat privado entre amigos:** Son chats uno a uno o de grupo entre usuarios que previamente se han añadido como amigos con una petición de amistad. Muestran su perfil privado.

Los **contextos** son la información relacionada con cada uno de los tipos de chat. Cada chat tendrá asociado un contexto que muestra un resumen de la información más relevante compartida en ese chat. El más importante será el contexto del chat público, donde el usuario

---

<sup>2</sup> Los chats de grupo, tanto entre hivemates como entre amigos, están planificados para implementar a medio – largo plazo y pendiente de perfilar bien su funcionalidad.

puede ver las últimas imágenes compartidas en el chat, nuevos usuarios suscritos en el hive, frases más votadas del día, etc.

## Ejemplo básico de uso

A modo de resumen visual del servicio se muestra a continuación un ejemplo de uso básico utilizando para ello capturas de un prototipo semi-funcional con que incluye todas las funcionalidades previstas para el MVP.

Utilizaremos para ilustrar el ejemplo una usuaria ficticia llamada “Sandra”.

1. Sandra **descarga e instala la app** de la Google Play
2. Al abrir al app se encuentra con la **pantalla de registro e inicio de sesión** que se muestra en la *captura de prototipo 1*. Desde esta pantalla Sandra puede registrarse usando alguna de sus redes sociales para más comodidad. Decide registrarse utilizando Facebook.



*Captura prototipo 1*

3. En las **pantallas del registro en tres pasos** Sandra va a ver la mayor parte de los datos ya completados puesto que son extraídos de su cuenta de Facebook.

En el **paso 1**, mostrado en la *captura de prototipo 2*, se cubren los datos para perfil privado, aquél que sólo van a ver aquellos usuarios que Sandra agregue como amigos. Todo le viene cubierto y sólo tiene que decidir si quiere mostrar la edad a los amigos que haga en chattyhive o no.

En el **paso 2**, mostrado en la *captura de prototipo 3*, se cubren los datos para el perfil público, el que cualquier usuario de la red va a poder ver. Aquí se le sugiere un nombre de usuario que no esté en uso basándose en su dirección de correo electrónico o en su nombre y apellidos. Aquí Sandra elige un avatar con la opción “Elegir foto desde mi móvil” y decide no mostrar ninguno de sus datos opcionales en su perfil público.

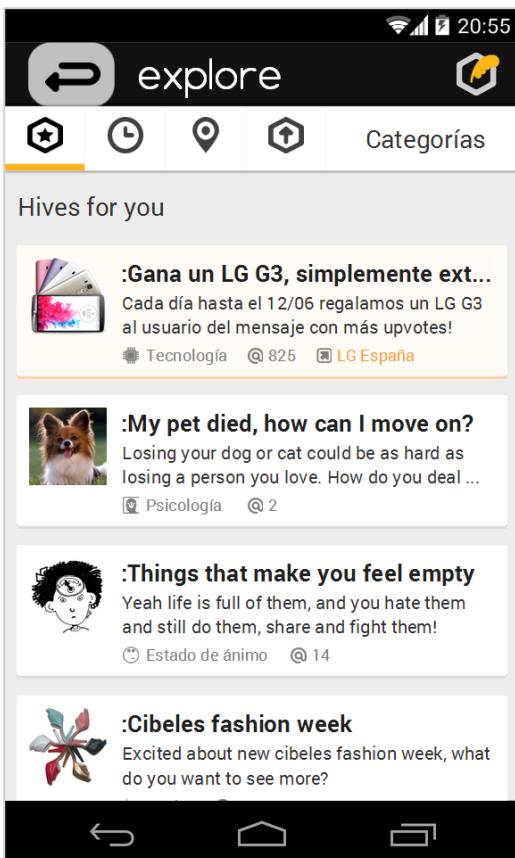
**Captura prototipo 2**

**Captura prototipo 3**

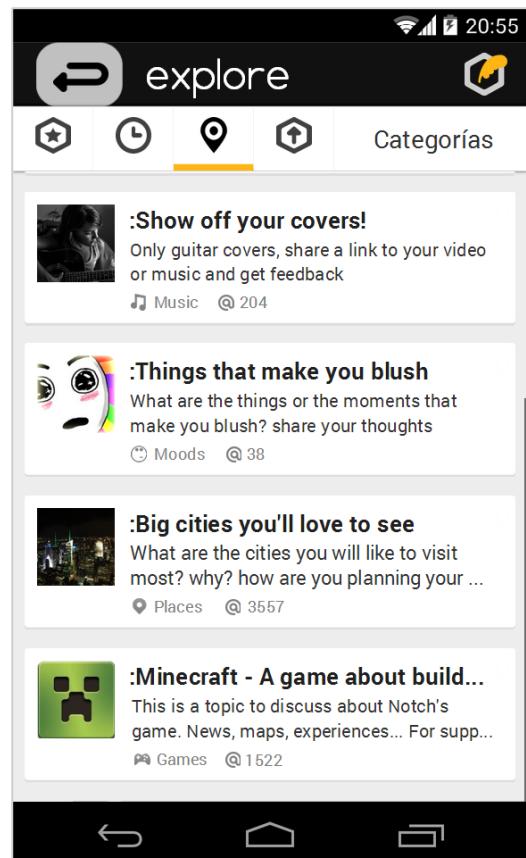
Finalmente en el **paso 3**, Sandra verifica que su cuenta de email es la correcta e introduce una contraseña para su cuenta.

4. Al terminar el registro y tras un pequeño tutorial que indica como suscribirse a un hive Sandra puede **navegar por la sección Explora para suscribirse a su primer hive**. *Captura prototipo 4*.

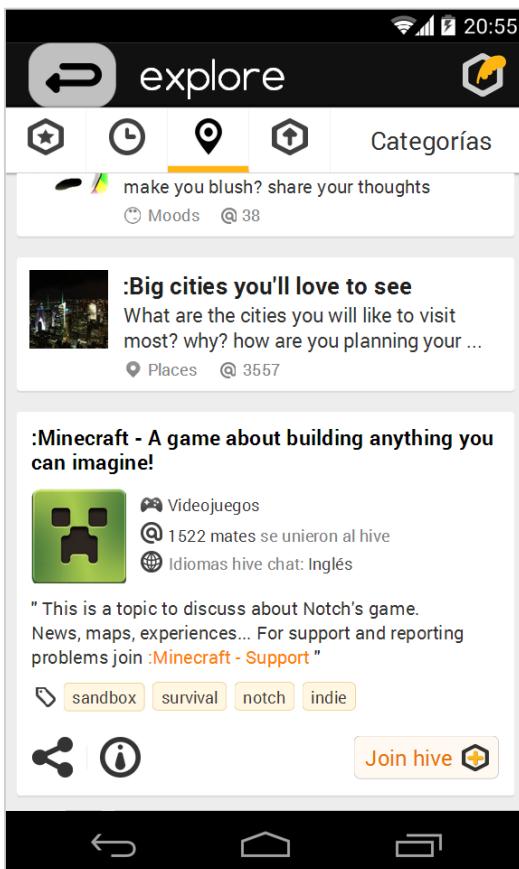
En esta sección ve listados de hives ordenados por distintos criterios. Escoge el criterio “Hives cerca de ti”, que muestra hives que tienen visibilidad sólo en su región o que están asociados a algún evento / lugar de su región. *Captura prototipo 5*.



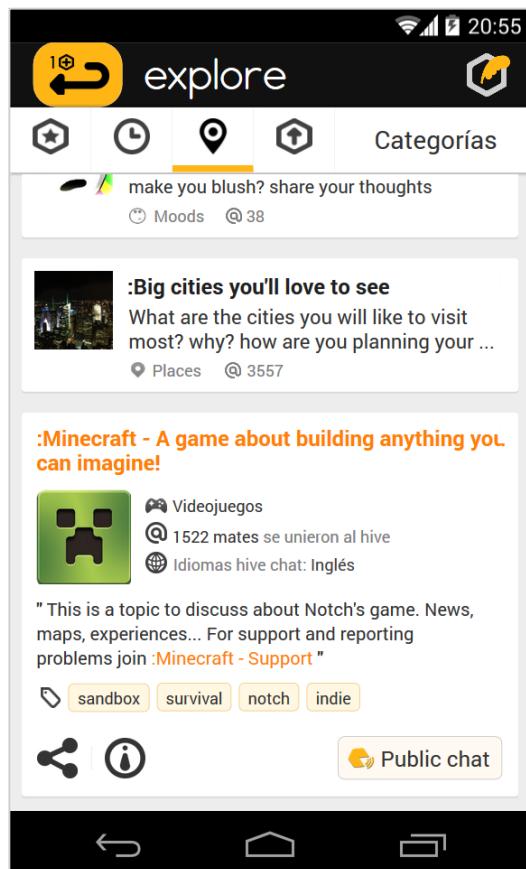
Captura prototipo 4



Captura prototipo 5



Captura prototipo 6

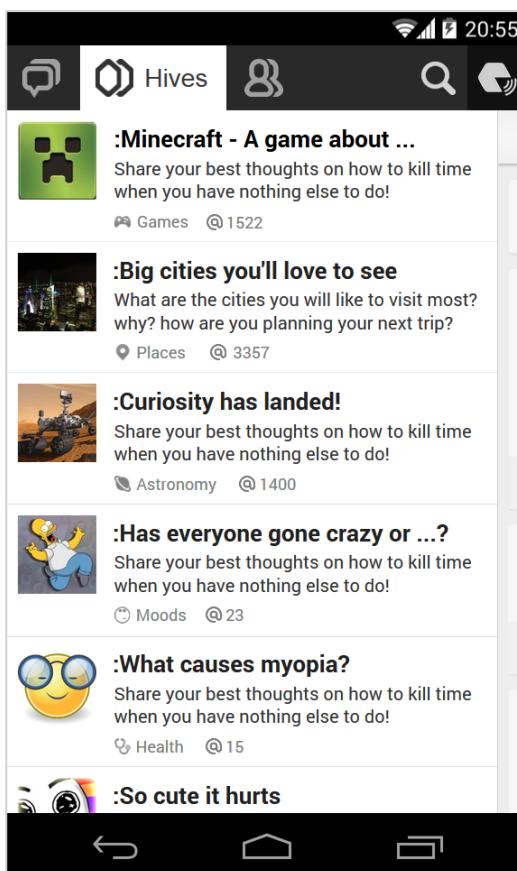


Captura prototipo 7

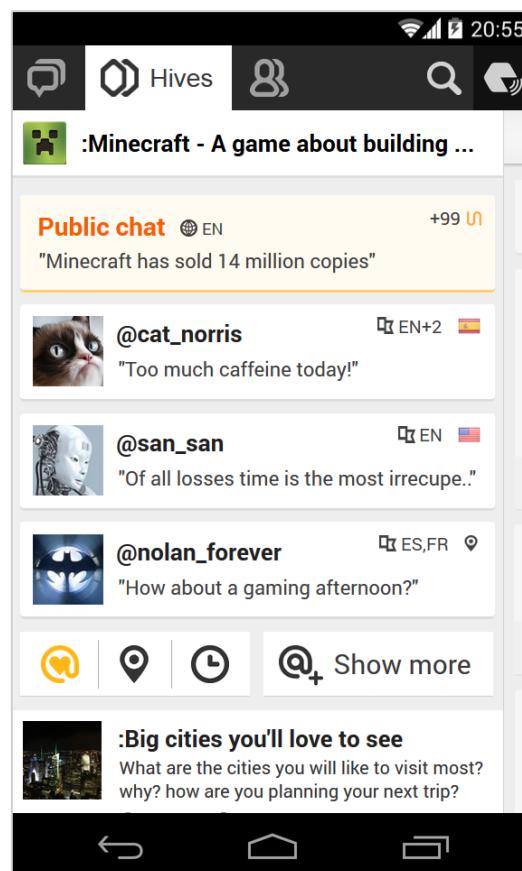
Le llama la atención un hive sobre el videojuego *Minecraft*. Tocando sobre él lo *expande* y puede ver más información como se muestra en la *captura prototipo 6*.

Para suscribirse al hive sólo tiene que tocar en “Join hive”. Una vez se ha suscrito, el botón de “Join hive” cambia a “Public chat” y puede ver en el botón de la esquina superior izquierda cómo se le ha añadido esa suscripción.

5. Ahora Sandra podría empezar a chatear en el chat público de ese hive tocando en “Public chat” y podría también seguir suscriéndose a otros hives que se irían acumulando. Se suscribe a unos cuantos hives más y luego decide tocar el botón “atrás” de la esquina superior izquierda que la lleva a **mostrarle su pestaña de suscripciones a hives**, siempre disponible en el panel izquierdo de la app. Esta pestaña se muestra en la *captura de prototipo 8*.



Captura prototipo 8

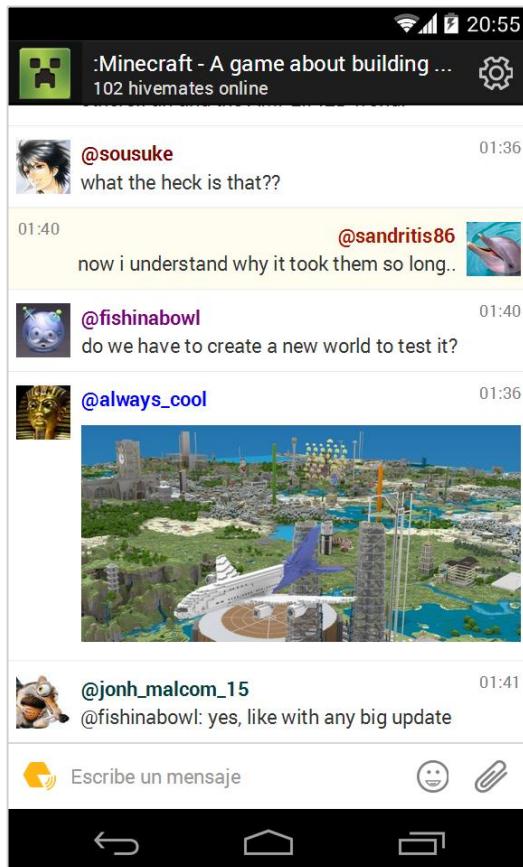


Captura prototipo 9

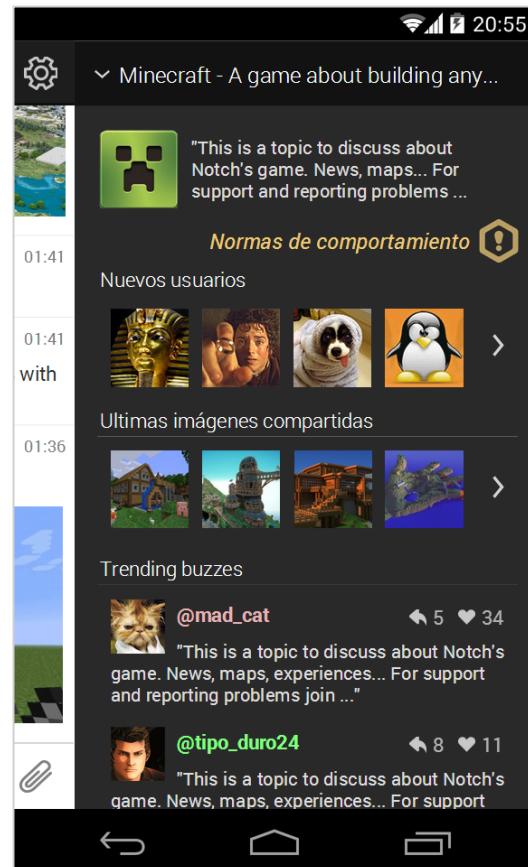
6. Desde esta pestaña de suscripciones a hives Sandra va a ver todas sus suscripciones que estarán siempre ordenadas de modo que el primer hive de la lista es aquel para el que ha realizado alguna acción más recientemente.

Si Sandra toca en uno de ellos, el hive se expande y muestra un acceso al chat público y a algunos de los otros usuarios suscritos al hive. El **hive expandido** se muestra en la *captura prototipo 9*. Sandra puede darle a “Show more” para seguir viendo usuarios o cambiar el criterio de ordenación de los mismos (por ejemplo usuarios que están suscritos al hive y que son de la misma región o ciudad que Sandra).

7. Sandra decide entrar en el **chat público** y participa un rato en la conversación. La vista del chat público se muestra en la *captura prototipo 10*. Si hace swipe sobre la vista de chat (panel central) de derecha a izquierda, accede al **contexto** del chat público. El contexto se muestra en la *captura prototipo 11*.



*Captura prototipo 10*

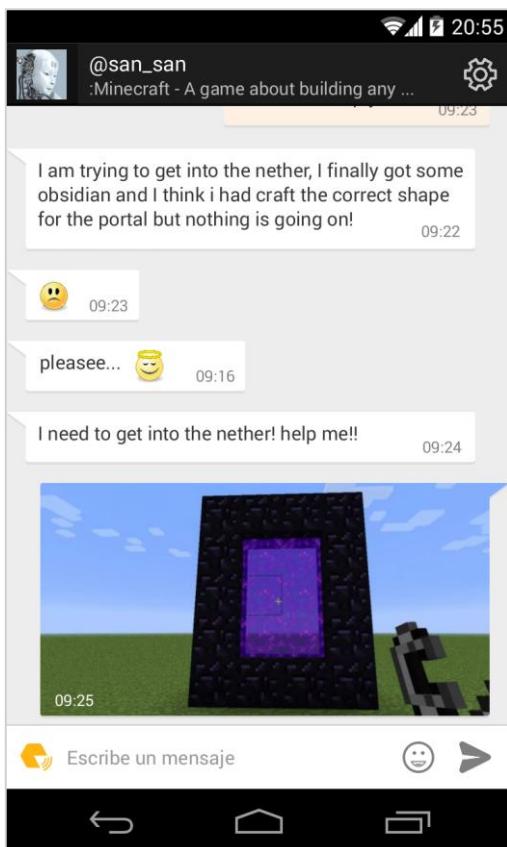


*Captura prototipo 11*

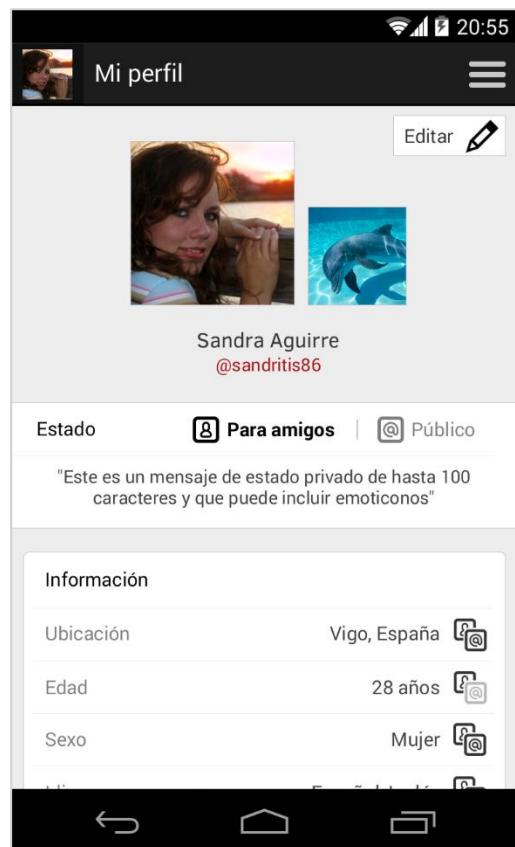
En el contexto Sandra puede ver cuales han sido las últimas imágenes compartidas por otros usuarios, que usuarios nuevos se han suscrito al hive y cuales son los mensajes que están ganando más popularidad dentro de la conversación.

8. Ahora Sandra abre una **conversación privada** con el usuario @san\_san. *Captura prototipo 12*. Tras un tiempo chateando con @san\_san, Sandra decide ir a su perfil para editarlo y cambiar la frase de estado. En la **vista de su perfil** (*captura prototipo 13*) puede en una vista un resumen de todo lo que comparte tanto en el perfil privado como en el público. Si Sandra toca en editar podrá ver los dos perfiles totalmente separados en dos pestañas (*capturas prototipos 14 y 15*) y podrá **tocar en los distintos elementos sobre el propio perfil para editar su contenido**.

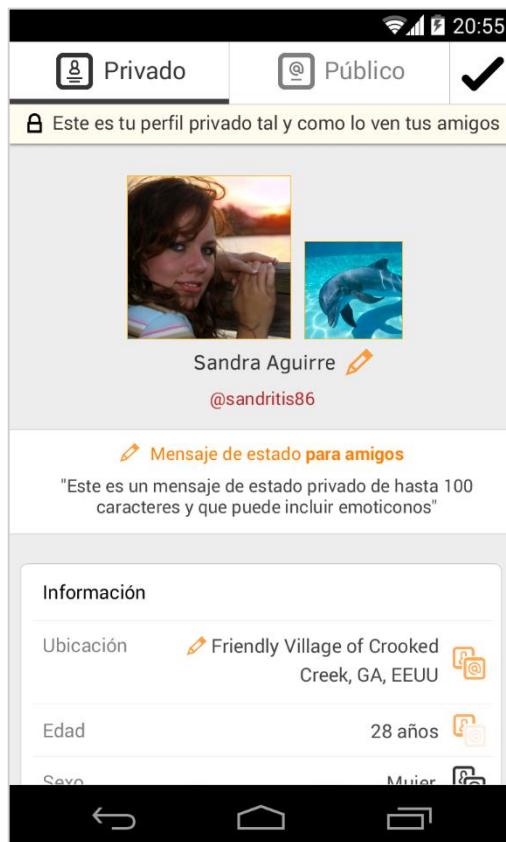
Cambia su mensaje de estado público dentro del perfil público y decide además ocultar la información sobre su ubicación.



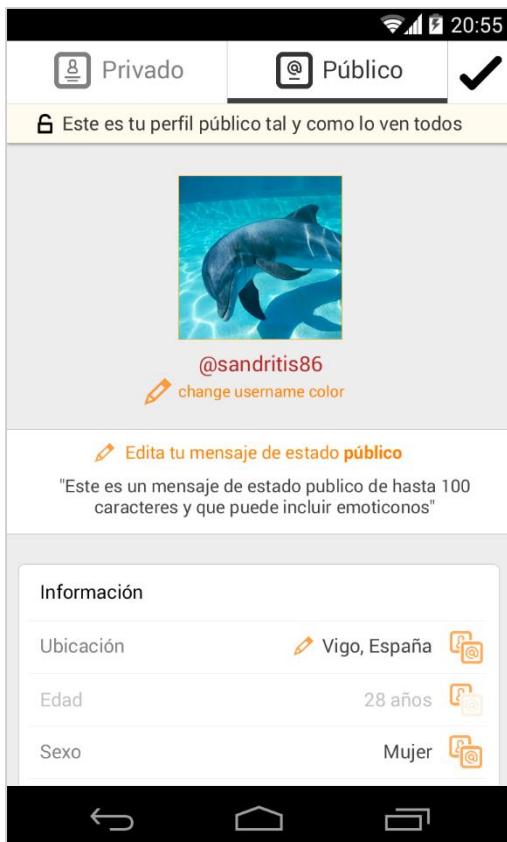
*Captura prototipo 12*



*Captura prototipo 13*



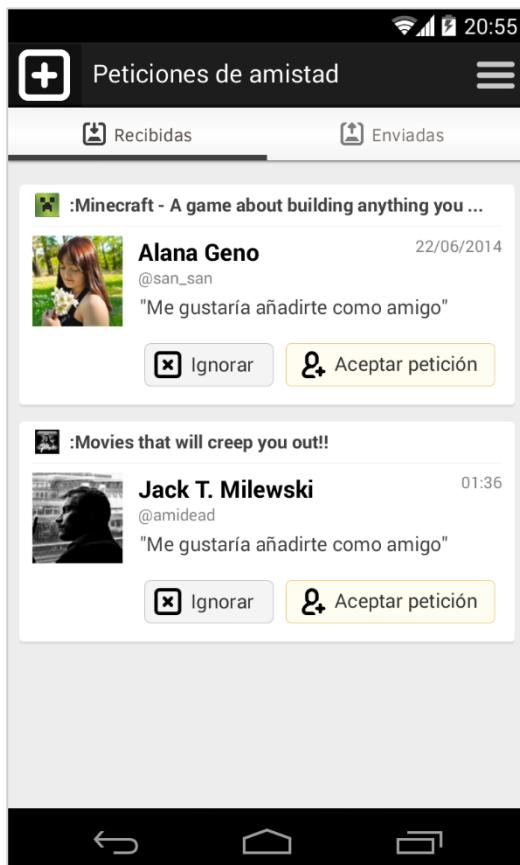
*Captura prototipo 14*



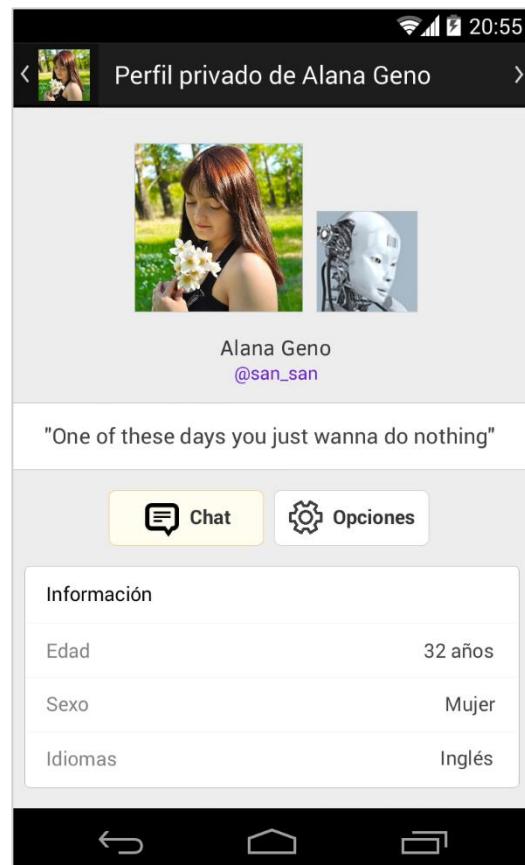
*Captura prototipo 15*

9. Le llega una notificación a su dispositivo Android. Es un aviso de una **petición de amistad** nueva. Al tocar sobre la notificación se abre la vista de peticiones de amistad que se puede ver en la *captura prototipo 16*.

En esta vista ve que tiene dos nuevas peticiones de amistad. Y una de ellas, la primera, es del usuario @san\_san con quién estaba hablando. Al ser una petición de amistad se está mostrando ya parte del perfil privado del usuario (la foto de perfil y el nombre completo). Decide aceptar esta petición de amistad y de este modo puede visualizar el perfil privado del usuario y saber más acerca de ella. La vista del perfil privado del usuario @san\_san se muestra en la *captura prototipo 17*.



*Captura prototipo 16*



*Captura prototipo 17*

# ¿Qué vas a poder hacer en chattyhive?

Chattyhive está lleno de posibilidades. En este apartado se da una idea inicial de alguna de estas posibilidades desde la perspectiva de distintos tipos de usuario. En realidad serán los propios usuarios y empresas los que decidan qué contenido y uso va a predominar más en el servicio y marcarán la evolución del mismo.

## A. Como usuario estándar.

- **Chatea anónimamente** sobre los temas que más te importan
- **Conoce gente** online de un modo más cercano al mundo real: a partir de conversaciones sobre intereses en común. Gracias a la búsqueda de usuarios cercanos dentro de cada tema podrás conocer gente afín y que vive cerca de ti.
- **¡Forma parte de comunidades increíbles!** En torno a tu afición, videojuego, peli, o deporte favorito. Siempre con el chat como protagonista pero con herramientas para acceder al contenido que se ha compartido mientras no estabas conectado.
- Un punto de encuentro con otros estudiantes, un modo de organizar quedadas y seguir eventos en tiempo real chateando, un lugar en el que plantear dudas y buscar ayuda en problemas que no puedes compartir con tu entorno más cercano.



- Un **medio de contacto** con empresas, emprendedores y personas populares a las que sigues.
- **Mantente al día** sobre todo lo que pasa en todos tus hives visitando una única vista. El “home”.
- **Promociona el hive** que has creado para ganar notoriedad y que se suscriban más usuarios.

#### *B. Como empresa u organización.*

- **Da a conocer tu marca o producto** creando un hive o comunidad y utilizando la promoción de hives para ganar visibilidad.
- **Consulta estadísticas** de tendencias de cambio en las conversaciones para ver cuánto se habla de tu marca, de una categoría o tag relacionada con tu producto o sobre productos y marcas de la competencia.
- Haz que el portal web de tu producto o marca cobre vida integrando un **widget** con el que los visitantes de tu web puedan ver o interactuar con el chat público de un hive relacionado con tu producto o marca.
- **Comparte noticias y eventos** con tus clientes desde tu comunidad oficial dentro de chattyhive. Proporciona una interacción consumidor – empresa más cercana a través del chat.
- **Publicita tus productos y servicios**, haz llegar esa publicidad a quién más le interesa: a quienes están hablando de temas relacionados ahora, o a quienes les gusta hablar mucho de temas relacionados con tus productos y servicios.

#### *C. Como artista o famoso*

- Crea una comunidad para **estar en contacto con tus fans y seguidores**.
- **Promociona hives con eventos, concursos o lanzamiento de nuevas obras.** Incluye una demo de tu obra como un post fijo dentro del hive.
- Haz que el portal web de tu música u otro tipo de obras cobre vida integrando un **widget** con el que los visitantes de tu web puedan ver o interactuar el/los chat/s público/s de tu comunidad oficial.

#### *D. Como web máster*

- **Integra tu comunidad online existente** dentro de chattyhive. Disfruta de una autopromoción de tu comunidad al formar parte de la sección “Explora” de chattyhive dónde usuarios externos a tu comunidad podrán localizarte y unirse.

- Utiliza el **widget** de chattyhive como un complemento al tu portal web. Podrás crear varios chats públicos y tus visitantes podrán visualizar el flujo de conversación de estos chats o participar en ellos. Da acceso desde el móvil a todos los usuarios de tu comunidad para obtener actualizaciones de tu comunidad utilizando los chats públicos para dar a conocer noticias que enlacen a tu portal.

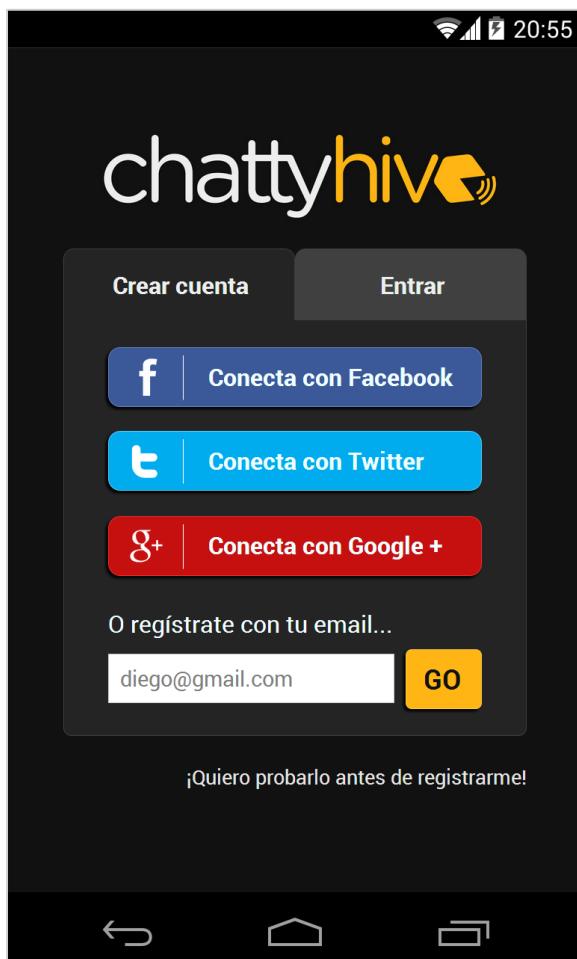
# Diseño y funcionalidad

En este apartado se hace un repaso completo a toda la funcionalidad planificada para el MVP y algunas funcionalidades a implementar poco después del MVP.

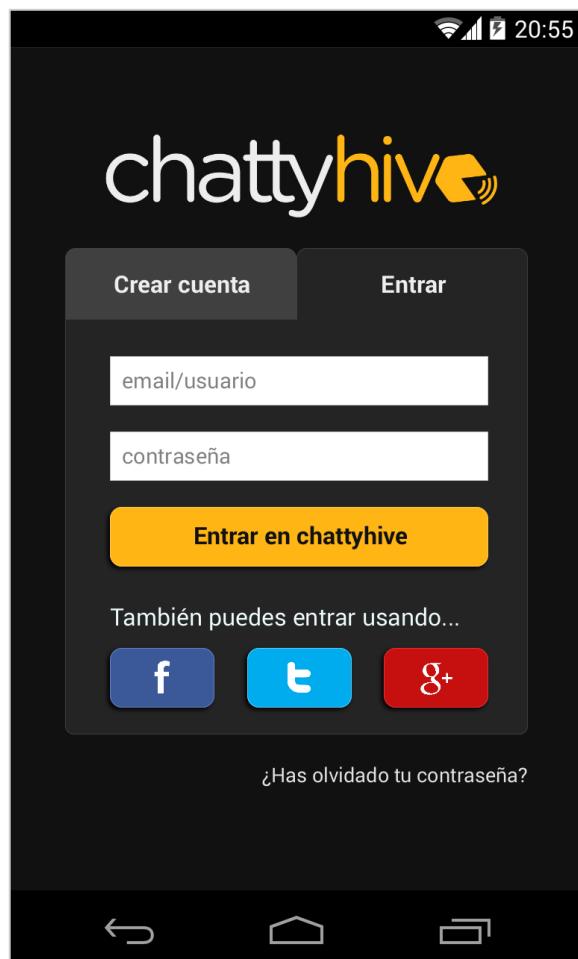
En el apartado “Roadmap” se especificará qué funcionalidades entran en el MVP y cuales se implementarán a continuación; en este apartado sin embargo se busca una explicación más visual y completa de lo que ofrecerá el servicio y se verá a través de capturas del prototipo de app para Android. Este prototipo ha permitido que se hayan podido ir refinando muchos aspectos del diseño y la funcionalidad antes de hacer la implementación real en Java para Android.

Algunas vistas de la app para Android así como funcionalidad no se mostrarán en este apartado ya que son expuestas en otros apartados a lo largo del documento. Del mismo modo, todo lo relacionado con las comunidades y el *widget* se comenta en el apartado “Modelo de negocio”.

## Registro e inicio de sesión



*Captura prototipo 18*



*Captura prototipo 19*

El usuario que abre la app por primera vez se encontrará con la pantalla de inicio de sesión o de registro.

Para **iniciar sesión** tocaría en la pestaña “Entrar” e introduciría su email o nombre de usuario y su contraseña.

También podría iniciar sesión desde Facebook, Twitter o Google Plus, pero sólo en el caso de que se haya registrado utilizando esa red social<sup>3</sup>.

Para el **registro**, el usuario puede hacerlo utilizando Facebook, Twitter o Google Plus. En el caso de usar Google Plus, el proceso de autenticación se hará utilizando la cuenta de Google que tiene asociada a su dispositivo Android, por lo que no tendrá que introducir sus credenciales. Lo mismo sucederá con Facebook y Twitter en caso de que tenga las apps instaladas en su dispositivo y esté logueado en ellas. En cualquiera de los tres casos se le presentará un pop up de autenticación (este pop up lo proporcionan las estas redes sociales, no chattyhive) en el que el usuario da permiso a que chattyhive recoja algunos datos de su cuenta en la red social.

**La otra opción de registro es la tradicional.** Introduciendo el email que quiere utilizar para chattyhive.

### *Pasos del registro*

Chattyhive permite un registro en tres pasos. En el caso de registrarte utilizando Facebook, Twitter o Google Plus, parte de esa información va a auto-rellenarse con los datos extraídos de la cuenta del usuario en esas redes sociales.

En el **paso 1**, mostrado en la *captura prototipo 20*, el usuario introduce los datos de su perfil privado. Este será el perfil que sólo aquellos usuarios que añada como amigos en la red van a poder visualizar. Se introduce el nombre completo, una foto perfil (desde la cámara o desde la galería de imágenes de Android), una fecha de nacimiento, el sexo, una ubicación y uno o más idiomas.

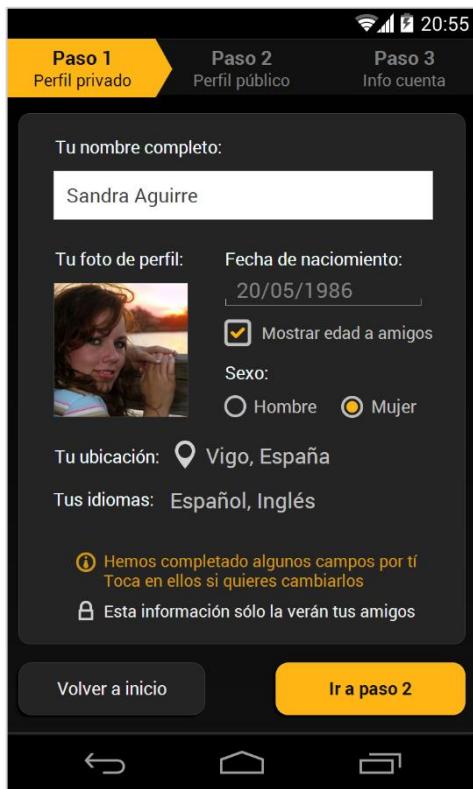
En el **paso 2**, mostrado en la *captura prototipo 21*, el usuario introduce los datos de su perfil público. Este perfil será visible para cualquier usuario dentro de la red de chattyhive<sup>4</sup>. Se introduce un nombre de usuario (que es único en todo chattyhive) y se escoge un avatar. Hay algunos avatares predefinidos y que se muestran aleatoriamente, también se podrán cargar desde la galería de imágenes de Android y desde la cámara. Aquí se decide cuáles si algunos de los datos introducidos en el perfil privado se desean mostrar también en el perfil público.

En el **paso 3**, mostrado en la *captura prototipo 22*, el usuario comprueba que el email es correcto e introduce una contraseña.

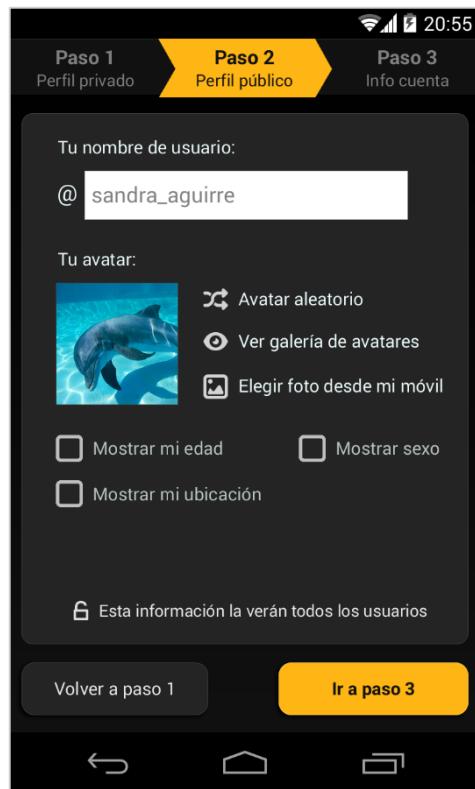
---

<sup>3</sup> Más adelante el usuario podrá asociar una o múltiples redes sociales a su cuenta de email y podrá por lo tanto iniciar sesión con cualquiera de ellas.

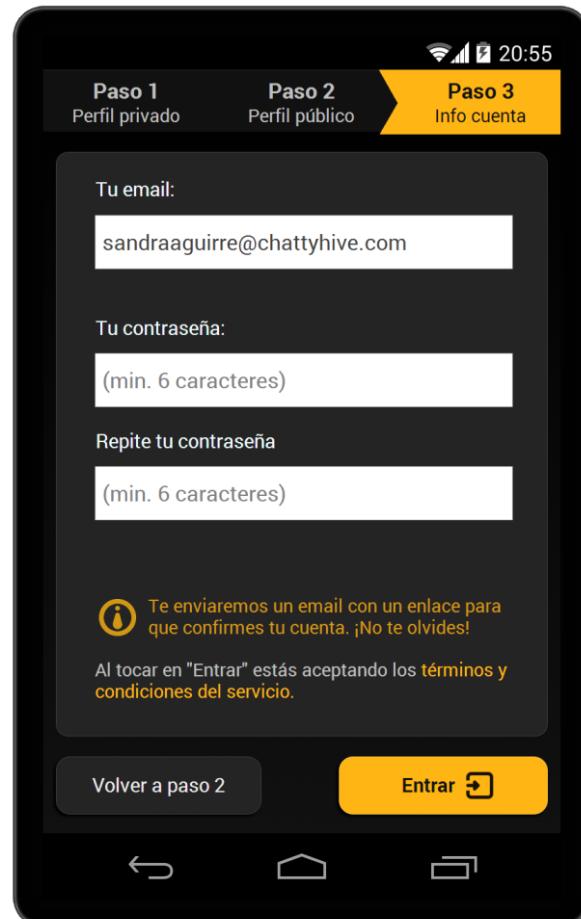
<sup>4</sup> Este perfil podría además ser visible en un futuro por personas que no hayan iniciado sesión en el servicio y que accedan al perfil a través del widget o de motores de búsqueda.



Captura prototipo 20



Captura prototipo 21



Captura prototipo 22

## *Validación de la cuenta*

Tras introducir todos los datos de los tres pasos del registro el usuario entra ya en su sesión dentro de chattyhive. Simultáneamente un email de activación de cuenta es enviado a su correo electrónico. **El usuario tiene 72 horas para activar su cuenta** utilizando este email. Mientras no la activa el usuario puede utilizar el servicio con normalidad pero no podrá enviar mensajes en los chats.

## Tutorial de inicio

Tras el registro de un usuario se le guiará en sus primeros pasos por la aplicación con un breve tutorial de inicio. Este tutorial se hará sobre la propia interfaz de la aplicación, indicándole al usuario que botones tocar para realizar su primera suscripción a un hive en la sección explora.

## Hives y creación de hives

Un hive está compuesto de los siguientes elementos que se introducirán al crear un hive:

- **Un nombre.** Este nombre no puede coincidir con el de ningún otro hive. Hay algunas reglas para los caracteres permitidos al introducir este nombre.
- **Una descripción.** Se puede introducir cualquier texto y puede incluir enlaces.
- **Una categoría.** Hay unas 100 categorías recogidas en 24 grupos. Cuando se crea un hive primero se escoge un grupo de los 24, luego si es un grupo de más de una categoría se escoge una de las categorías dentro del grupo.



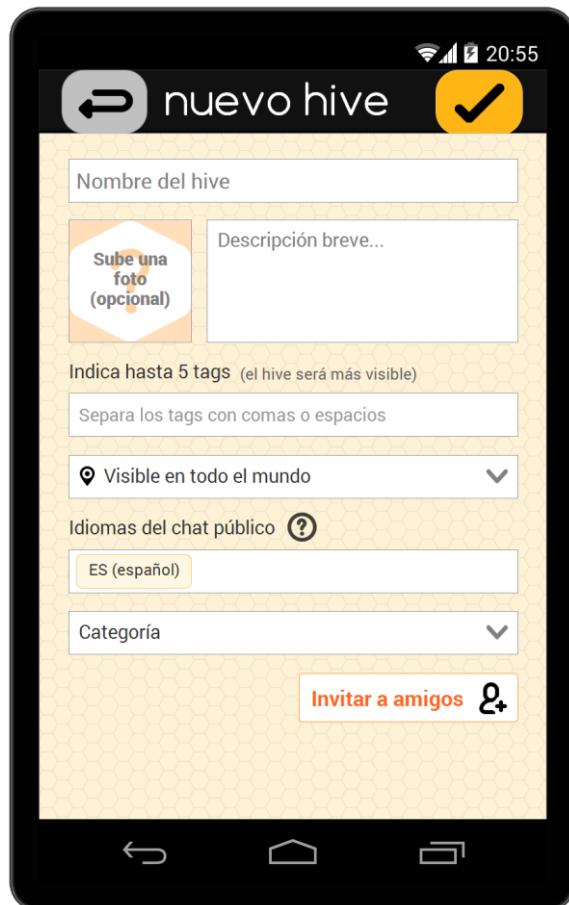
- **Un nivel de visibilidad.** Se decide si se quiere que el hive sea visible desde Explora por usuarios de todo el mundo o sólo los de un país, región o ciudad concretos.
- **Una foto.** Es opcional pero se penalizarán los hives sin fotos con menos visibilidad dentro de Explora.

- **Hasta 5 tags.** Opcional pero se insta al usuario a que los introduzca, se utilizarán para búsquedas, para ofrecer recomendaciones de hives y para la publicidad programática.



- **Uno o más idiomas del chat público.**

La pantalla de creación de hives se muestra en la *captura prototipo 23*.

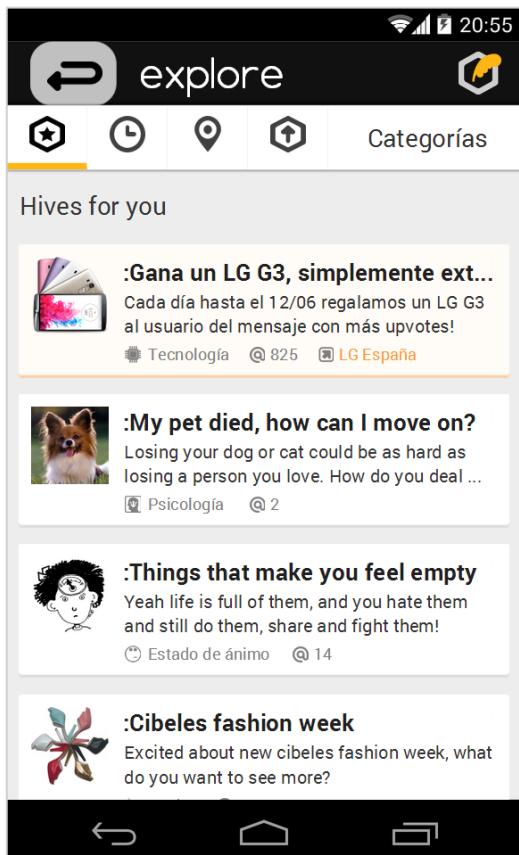


*Captura prototipo 23*

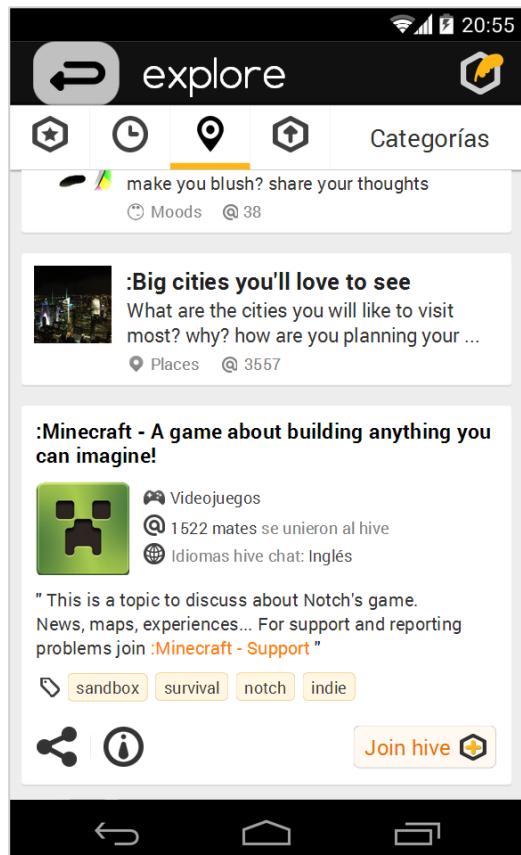
El usuario puede acceder a esta pantalla de creación de hives desde Explora, desde el Home y desde un acceso en el panel derecho de la app.

## Explora

En la sección Explora el usuario accede a todo el universo de hives que otros usuarios o empresas han creado. Sólo algunos hives podrían no estar visibles para él por tener una ubicación en su perfil que no está dentro de la región de visibilidad asignada a esos hives.



Captura prototipo 24

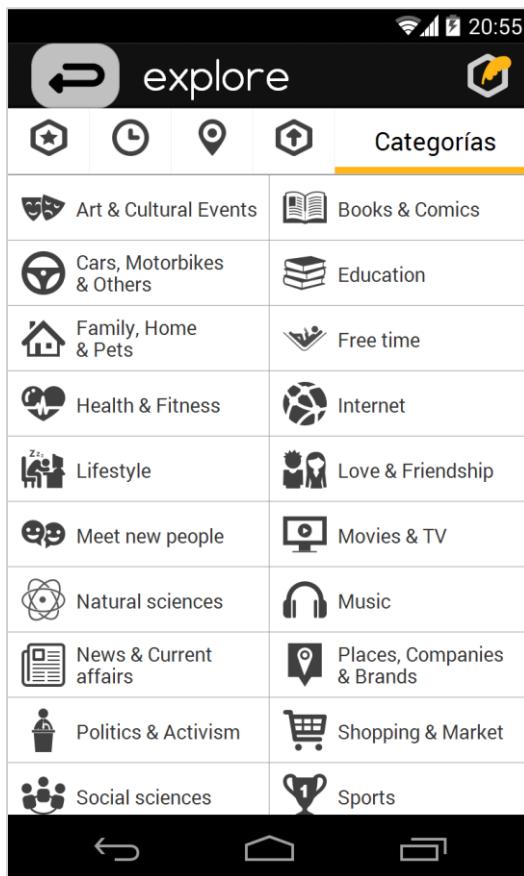


Captura prototipo 25

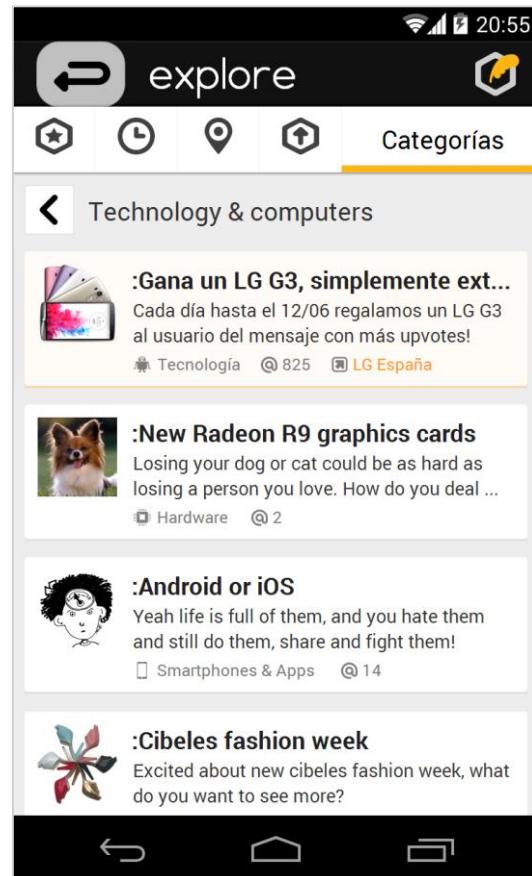
En Explora el usuario puede ordenar los hives en base a distintos criterios, algunos relacionados con su perfil de uso de la aplicación. Algunos de estos criterios se muestran en las *capturas prototipo 24, 25 y 26*. Los criterios contemplados para las primeras versiones son los siguientes:

- **Hives para ti:** Son recomendaciones de hives basadas en las preferencias del usuario. Estas preferencias se estimarán en base a las suscripciones que el usuario ha hecho a otros hives y cuánto ha participado en ellos. Inicialmente, dado que no va a haber una cantidad de usuarios importante y los usuarios existentes tendrán poco recorrido en el servicio, se mostrarán algunos hives destacados escogidos por el equipo humano de chattyhive.
- **Hives de reciente creación.**

- **Hives cerca de ti:** Son hives con posibilidad de contener un mayor número de suscriptores dentro de la región del usuario. De momento sólo se basará en la opción de visibilidad de los hives, se está estudiando otras formas de obtener esta información.
- **Comunidades:** Cuando se implemente todo lo relacionado con comunidades se reemplazará la pestaña “Hives cerca de ti” por la pestaña “Comunidades”. En esta lista se priorizarán aquellas comunidades que tienen visibilidad sólo en la región del usuario.
- **Top hives:** Hives con mayor número de suscriptores.
- **Categorías:** Se muestran los 24 grupos de categorías. Dentro de cada grupo se muestra un listado de los hives pertenecientes a cualquier categoría de ese grupo. Se puede ver la vista de un grupo en la *captura prototipo 27*.



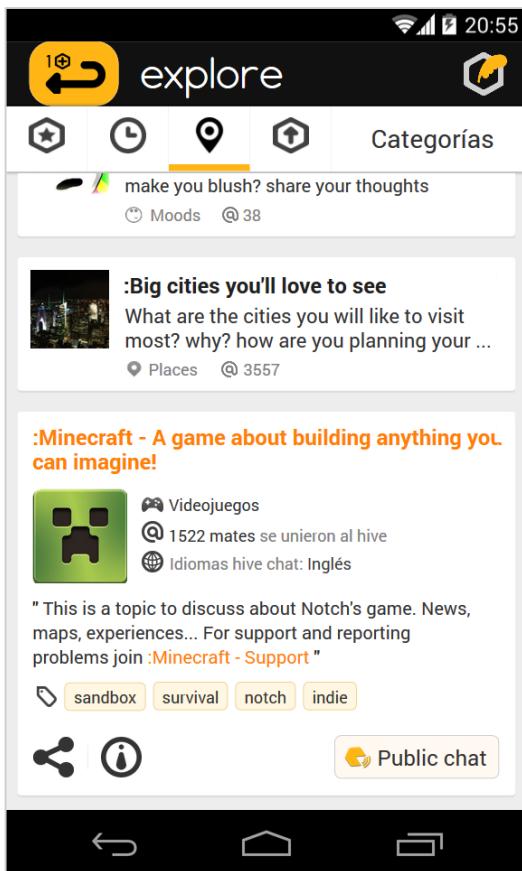
*Captura prototipo 26*



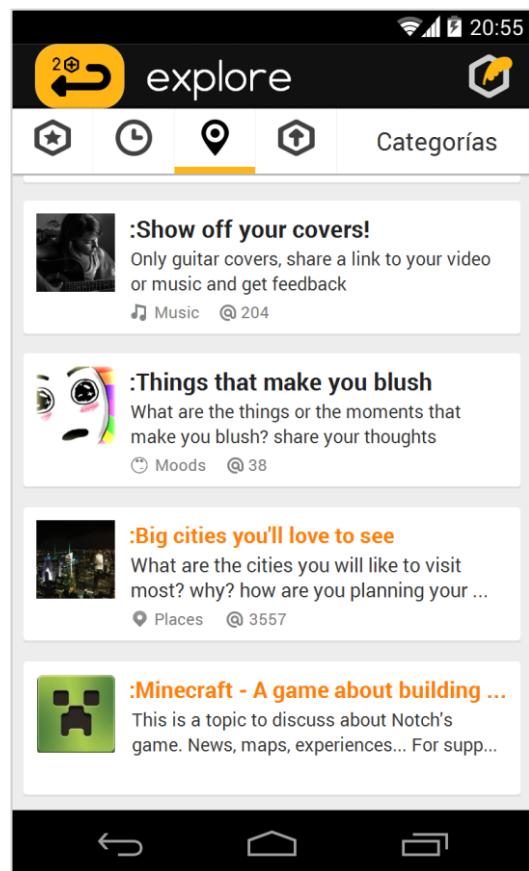
*Captura prototipo 27*

Cualquiera de los hives que visualiza el usuario dentro de Explora se puede expandir para ver más información. Y tocando en el botón “Join” que se ve en la *captura prototipo 25* se realiza la suscripción al hive. Una vez suscrito se puede acceder directamente al chat público del hive para comenzar a participar en la conversación pública o se puede seguir explorando hives y acumulando suscripciones. El número de nuevas suscripciones acumuladas se muestra dentro del botón “atrás” arriba a la izquierda, como se ve en la *captura prototipo 29*.

Al tocar en el botón “atrás” el usuario será llevado al panel izquierdo de la aplicación, en el que está el listado de todas sus suscripciones a hives.



Captura prototipo 28



Captura prototipo 29

## Panel izquierdo. Pestañas “Chats”, “Hives” y “Amigos”

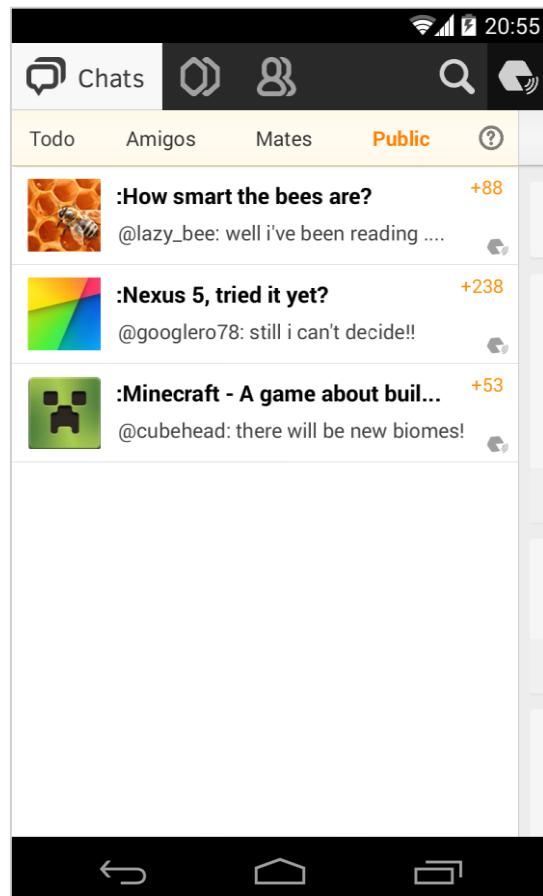
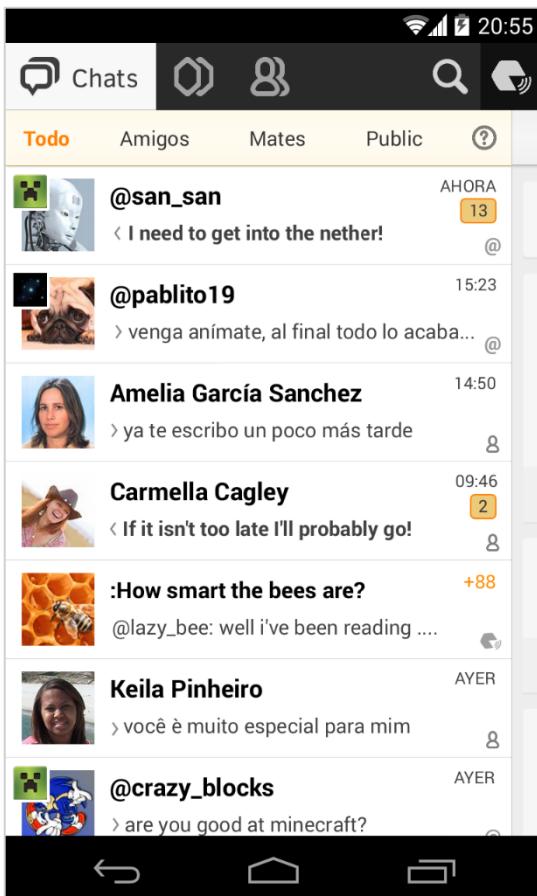
Desde el panel izquierdo de la app el usuario puede gestionar todo lo que “es suyo”: los chats que ha comenzado, las suscripciones a hives que ha realizado y los usuarios que ha añadido como amigos.

### *La pestaña de chats*

**Se muestran las conversaciones más recientes** en las que participó el usuario.

Se ordenan de modo que estará siempre en primera posición aquella conversación para la cual el usuario ha escrito o le han escrito más recientemente. Se mostrarán tanto los chats públicos como los chats privados (que pueden ser con otro usuario anónimo dentro de un hive o con un amigo).

En la parte superior del contenido de esta pestaña habrá disponible una barra con filtros de modo que el usuario puede elegir visualizar todos los chats, sólo los chats públicos, sólo los chats privados con otros usuarios dentro de un hive o sólo los chats con amigos. En la *captura prototipo 31* se está filtrando para visualizar sólo los chats públicos.

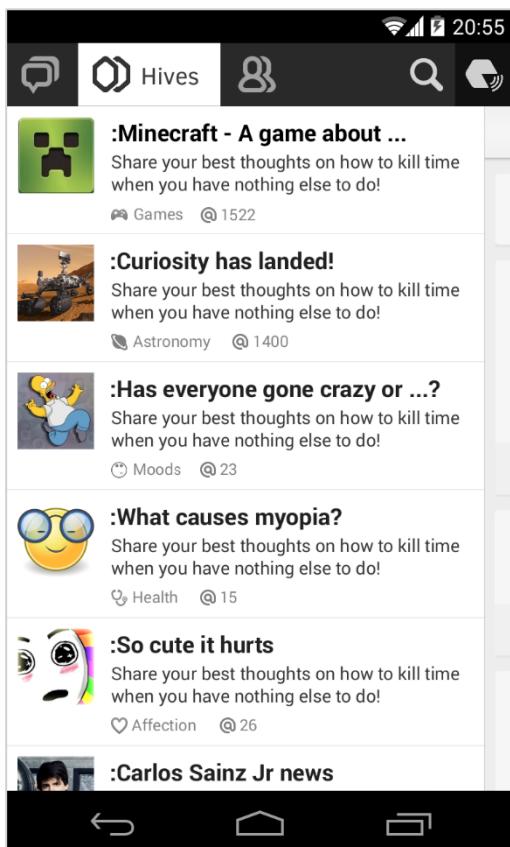


### La pestaña de hives

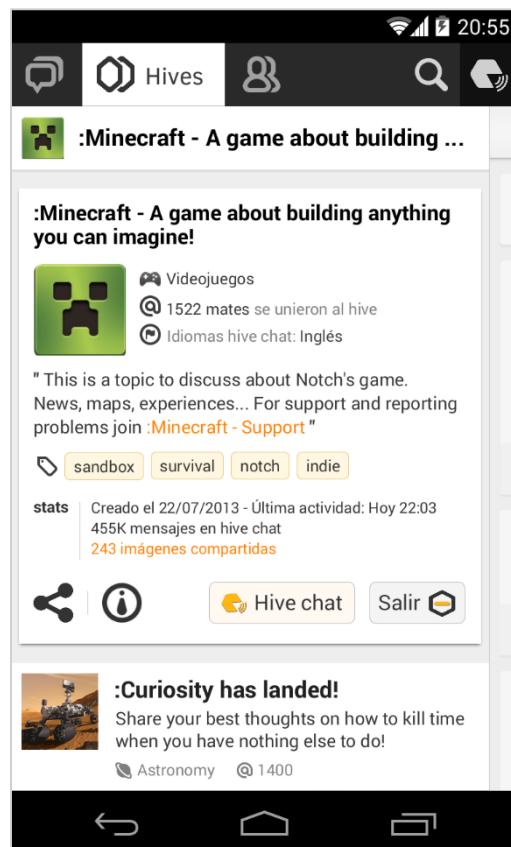
**Se muestran todos los hives a los que se ha suscrito el usuario.** Se ordenan de modo que estará siempre en primera posición aquel hive para el cual el usuario haya tenido actividad reciente (suscribirse al hive, participar en su chat público, comenzar una conversación privada nueva). En la *captura prototipo 32* se muestra la apariencia del listado de suscripciones a hives del usuario.

Cada uno de los hives de esta lista se puede expandir de dos formas:

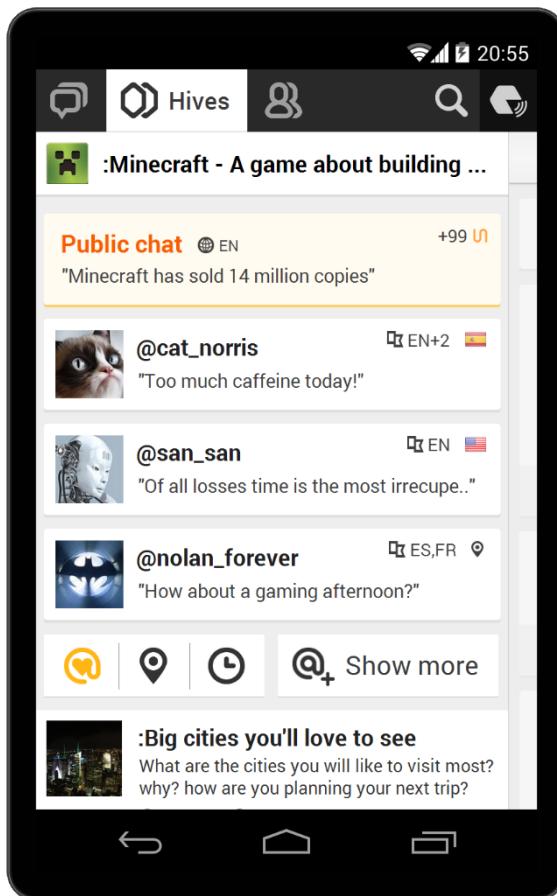
- **Tocando en la imagen del hive se accede la información del mismo.** Es una vista prácticamente idéntica a la que se ve cuando se expande un hive en Explora. Se muestra en la *captura prototipo 33*.
- **Tocando en el cualquier otra parte del hive este se abre y muestra un acceso al chat público del hive y un breve listado de usuarios recomendados.** Dentro de esta misma vista habrán botones disponibles para ver más usuarios y filtrar usuarios por otros criterios. En la *captura prototipo 34* se ve el hive expandido y los botones que permiten ordenar por los diferentes criterios. **Los criterios para filtrar usuarios son:**
  - **Usuarios recomendados:** De momento se usará un algoritmo simple, que muestra coincidencias de otros usuarios que están cerca del usuario y que además se han suscrito recientemente al hive.



Captura prototipo 32



Captura prototipo 33



Captura prototipo 34

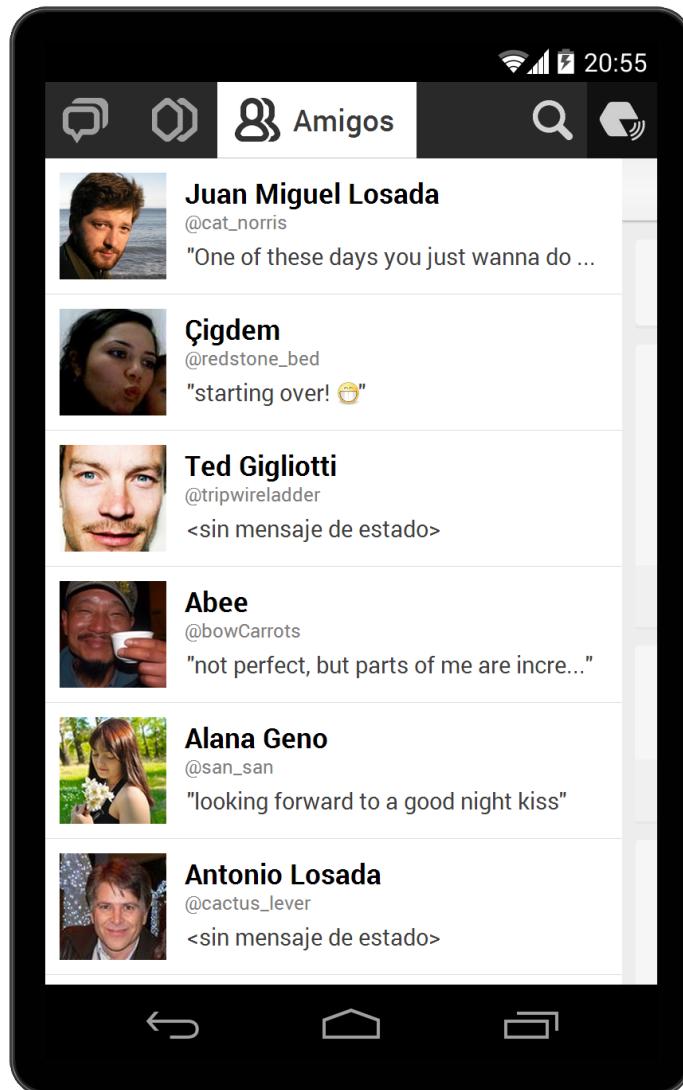
- **Usuarios cercanos:** Usuarios que se encuentran cerca del usuario, se ordenan según lo cerca que están (aunque de momento, no se consideran distintas distancias dentro de una misma ciudad, no se usa geolocalización).
- **Usuarios recientemente online.**

Desde esta lista el usuario también puede cancelar su suscripción a cualquier hive. El cancelar la suscripción eliminará todos los chats que tenga relacionados con ese hive.

### *La pestaña de amigos*

**Se muestran todas las amistades del usuario dentro de chattyhive.** Estos han tenido que ser previamente invitados o aceptados como amigos a través de las peticiones de amistad. Para cada amigo se mostrará su foto de perfil, su nombre completo, su mensaje de estado (información el perfil privado) y su pseudónimo.

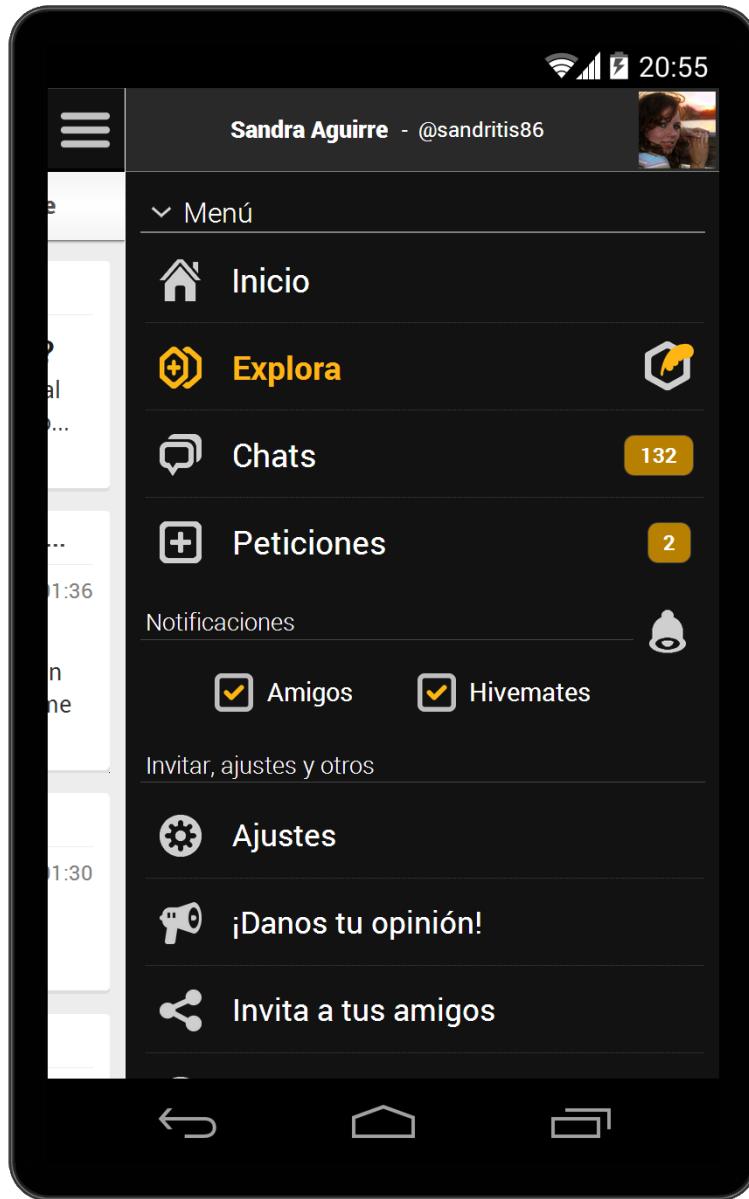
Este listado estará ordenado por orden alfabético. Desde esta pestaña el usuario podrá comenzar un chat privado con cualquiera de sus amigos.



*Captura prototipo 35*

## Menú y notificaciones

El menú estará compuesto de los siguientes elementos: Inicio, Explora, Chats, Peticiones, Notificaciones, Ajustes, “¡Danos tu opinión！”, Invita a tus amigos, Ayuda y Cerrar sesión.



*Captura prototipo 36*

La mayor parte de estos elementos se irán comentando a lo largo del resto del apartado (alguno ya se ha comentado).

A la derecha del elemento “Chats” se ve un número que representa la cantidad de mensajes en chats privados que el usuario aún no ha leído.

A la derecha del elemento “Peticiones” se ve un número que representa la cantidad de peticiones de amistad que el usuario tiene pendientes de aceptar o rechazar.

**El elemento “Notificaciones”** del menú será una subsección dentro del menú con dos casillas que el usuario puede marcar o desmarcar según si quiere o no recibir notificaciones de: chats privados con usuarios dentro de un hive, chats privados con amigos, ambos.

Además, en un futuro próximo, habrá una casilla adicional en la que el usuario decidirá si quiere recibir notificaciones de chats públicos para aquel mensaje que haya sido publicado después del último que ha dejado el usuario.

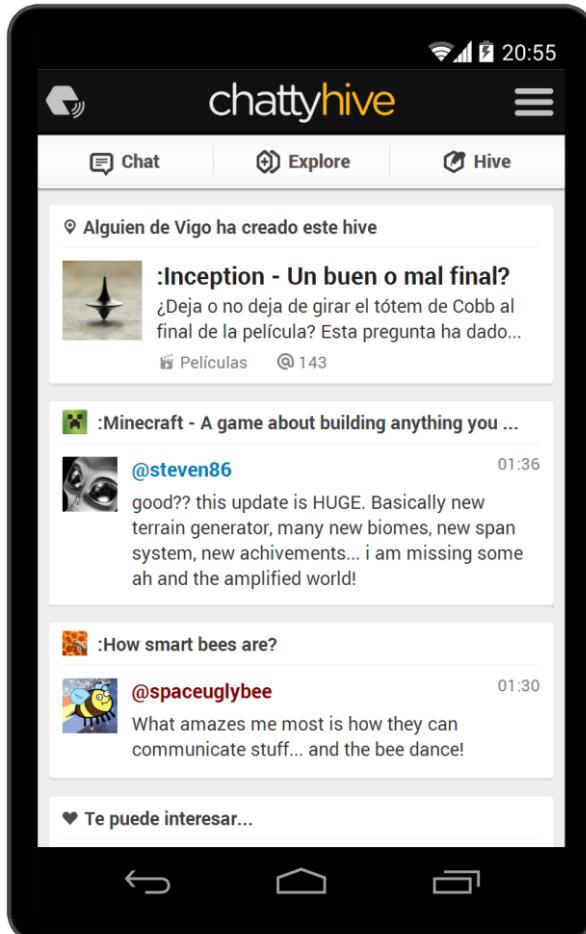
El elemento “Cerrar sesión” devuelve al usuario a la pantalla de registro / inicio de sesión.

## Home o Inicio

Es la pantalla que se le muestra al usuario cuando inicia sesión en la aplicación y mientras no tiene ningún chat abierto todavía. Se puede acceder al inicio desde el menú del panel derecho o con el botón “atrás” del dispositivo Android desde cualquier pantalla de chat.

**En el home del MVP se muestran tarjetas con los últimos mensajes de chats públicos de los hives a los que estás suscrito.**

Tocando en cualquiera de las tarjetas el usuario accede al correspondiente chat público para participar en él.



*Captura prototipo 37*

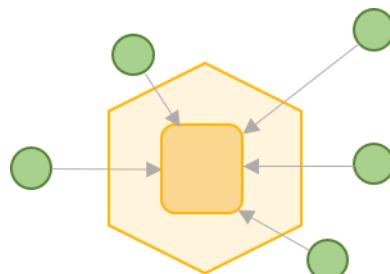
**El Home irá evolucionando mucho con cada versión de la aplicación.** La idea final es que sea un completo timeline con un extracto de la información que más le puede interesar al usuario ver de un vistazo: información sobre sus suscripciones a hives, conversaciones en los chats públicos (mensajes e imágenes más populares de las últimas horas) y recomendaciones de otros hives; pero también datos relacionados con la actividad de sus amigos en la red.

## Chats

Como ya se comentó en la presentación del servicio, tenemos tres tipos de chats en chattyhive:

- ⌚ **Chat público:** Cada hive estándar tiene un único chat público asociado. En el caso de las comunidades pueden haber más de un chat público. En el chat público todos los usuarios suscritos al hive (todos los *hivemates*) pueden participar compartiendo mensajes o contenido multimedia.

Para participar en este chat es necesario suscribirse al hive que lo contiene.



- ⌚ **Chat privado entre hivemates:** Son chats uno a uno o de grupo entre usuarios suscritos a un mismo hive y que muestran su perfil anónimo.

Estos chats privados **siempre se dan en el contexto de un hive**, y por lo tanto si se mantuviesen dos chats privados con el mismo usuario pero dentro de distintos hives, el usuario tendrá dos chats independientes con ese usuario.



- ⌚ **Chat privado entre amigos:** Son chats uno a uno o de grupo entre usuarios que previamente se han añadido como amigos con una petición de amistad. Muestran su perfil privado.

Estos chats se realizan fuera del contexto del cualquier hive.



Estos tres tipos de chats comparten algunas características de funcionamiento y luego cada tipo tiene algunas particularidades y un contexto distinto asociado. Veremos inicialmente cuáles son los elementos en común y luego pasamos a analizar cada caso individual.

### *Funcionalidades comunes en los tres tipos de chat*

- A. **Posibilidad de compartir imágenes y videos de Youtube:** Se podrán subir imágenes desde la galería de imágenes del dispositivo o directamente desde la cámara del dispositivo. Las imágenes se almacenarán en Amazon S3. Para compartir videos de Youtube se opta inicialmente por un sistema básico: el usuario introduce la URL del video que desea compartir, los otros usuarios del chat ven una miniatura del video y si tocan en él para reproducirlo se abrirá un menú del sistema Android en el que da al usuario a elegir su aplicación favorita para reproducir el video (normalmente la app de Youtube para Android).

En un futuro próximo se proporcionará además una interfaz básica que permita localizar un video en Youtube en base a unos términos de búsqueda, haciendo mucho más cómodo para el usuario el elegir la URL del video a compartir.

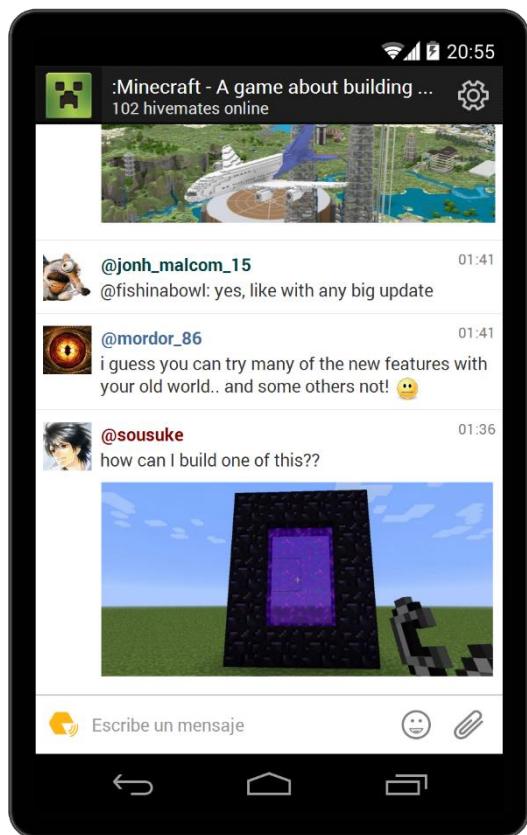
- B. **Emoticonos:** Muy similares en aspecto y cantidad a lo ofrecido por Whatsapp a fecha de hoy.
- C. **Informe de entrega:** Para los chats privados 1 a 1, se le indicará al usuario si su mensaje enviado ha sido recibido por el otro usuario en cualquiera de sus dispositivos. No es un informe de lectura, sólo de recepción.
- D. **Compartir mensajes:** Se podrán seleccionar uno o múltiples mensajes y compartirlos en otra app o en otro chat dentro de chattyhive.
- E. **Opciones de chat:** Para cada uno de los tipos de chat el usuario podrá acceder a un menú mostrando acciones a realizar sobre la conversación.
- F. **Contexto del chat:** El contexto del chat ofrece al usuario un resumen de la información compartida recientemente en el chat.

### *Chat público*

En las *capturas prototipo 38,39 y 40* se muestran las vistas de la conversación del chat público, el contexto del chat público y las opciones del chat público respectivamente.

En un chat público todos los usuarios suscritos a un hive o comunidad pueden chatear simultáneamente.

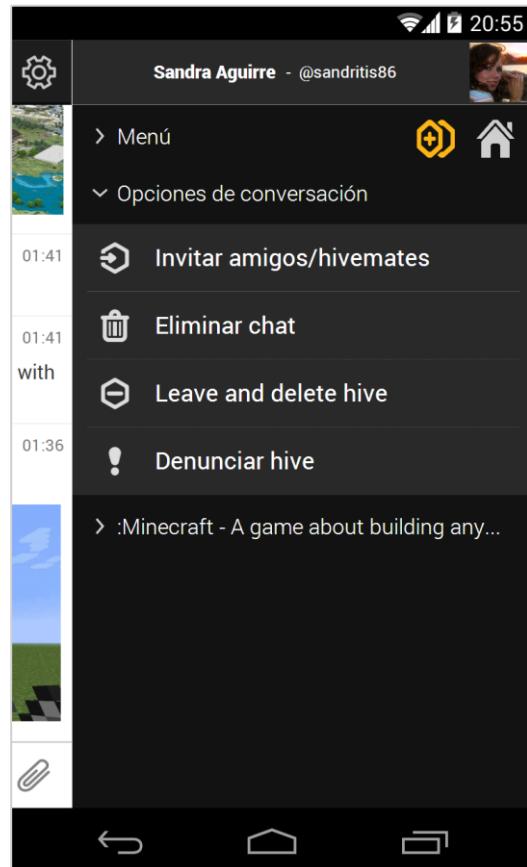
Cada mensaje enviado por un usuario tendrá asociado el avatar y el pseudónimo del usuario que lo envía, el contenido del mensaje (texto y/o una imagen o un video de Youtube) y una hora de envío.



*Captura prototipo 38*



*Captura prototipo 39*



*Captura prototipo 40*

**Tocando en un mensaje se puede marcar como molesto.** Si un usuario acumula varios mensajes marcados como molestos dentro de un chat público puede ser expulsado del chat por un tiempo.

**En versiones posteriores al MVP se podrán votar los mensajes,** a los que se llamarán *buzzes*. Este sistema de votaciones abrirá nuevas posibilidades: información útil resumida para los usuarios (mensajes más votados del día, mensajes o imágenes más populares en la historia del hive, mensajes relevantes a mostrarle en el Home de cada chat público...), sistema de reputación, datos más precisos sobre los intereses y experiencia del usuario en ciertos temas (útil para el modelo de negocio).

Tocando en un avatar se podrá ir al perfil un usuario, abrir un chat privado con un usuario dentro de ese hive, bloquear a un usuario o denunciarlo. Las denuncias sobre un usuario son para comportamientos más graves que el molestar en un chat público y serán revisadas manualmente por el equipo humano de chattyhive.

En el **contexto del hive/chat público**, situado en el panel derecho y mostrado en la *captura prototipo 39*, tenemos accesos a la descripción completa del hive, las normas de comportamiento del hive (común a todos los hives, sólo distintas en el caso de las comunidades, sobre las comunidades se hablará en el apartado “Modelo de negocio”), la galería de los últimos usuarios suscritos al hive (se muestra alguno), la galería de las últimas imágenes compartidas en el chat (se muestran algunas) y en un futuro la galería de los mensajes que están siendo más populares en las últimas horas (y también se pone una pequeña muestra en el panel derecho).

### *Chat privado entre hivemates*

Son chats privados entre dos usuarios dentro de un hive.

En las *capturas prototipo 41,42 y 43* se muestran las vistas de la conversación del chat privado entre hivemates, el contexto del chat privado entre hivemates y las opciones del chat privado entre hivemates respectivamente.

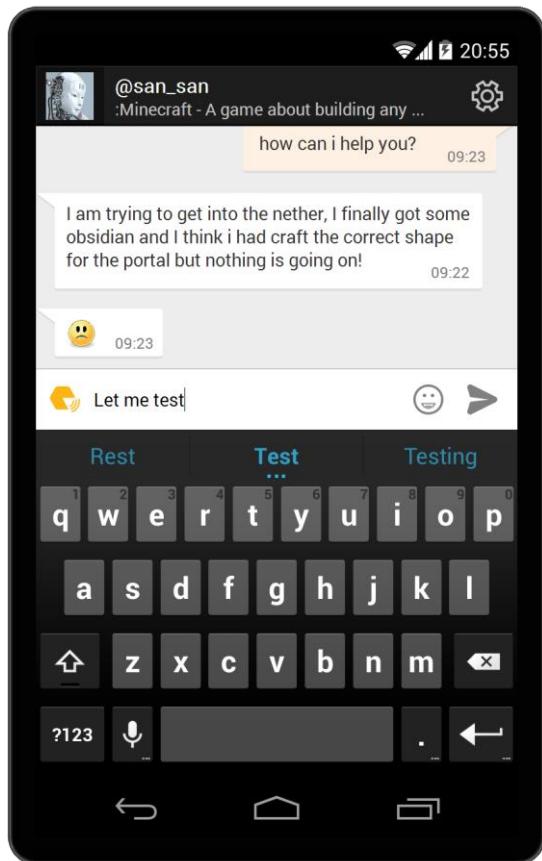
En el contexto del chat privado entre hivemates hay un acceso al perfil público del otro usuario y se pueden ver las últimas fotos compartidas en el chat.

### *Chat privado entre amigos*

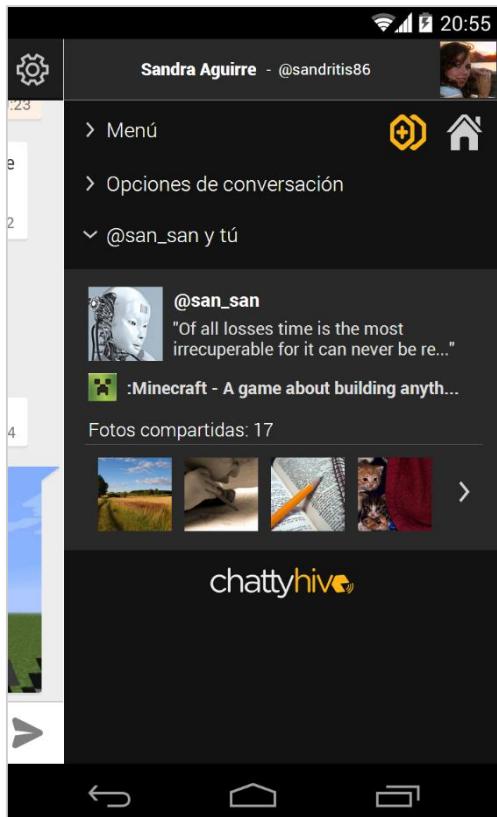
Son chats privados entre dos usuarios que previamente se han añadido como amigos. Este chat no está ligado a ningún hive.

En las *capturas prototipo 44,45 y 46* se muestran las vistas de la conversación del chat privado entre amigos, el contexto del chat privado entre amigos y las opciones del chat privado entre amigos respectivamente.

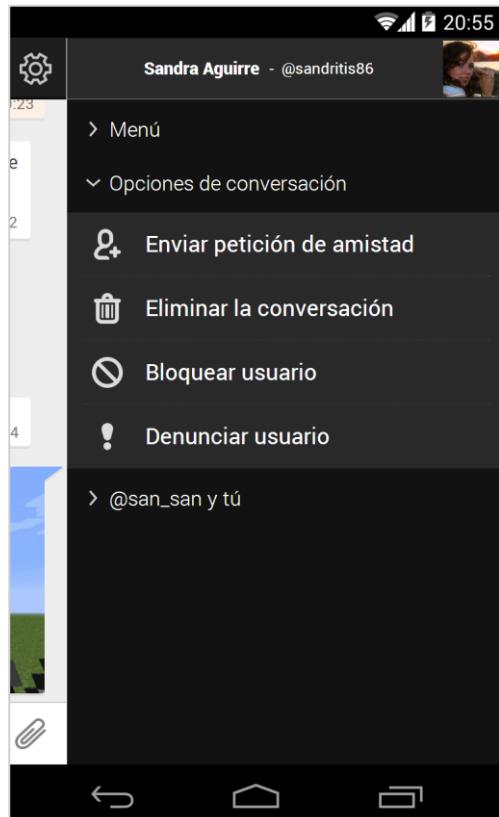
En el contexto del chat privado entre amigos se puede ver el acceso al perfil privado del otro usuario y las últimas fotos compartidas en el chat.



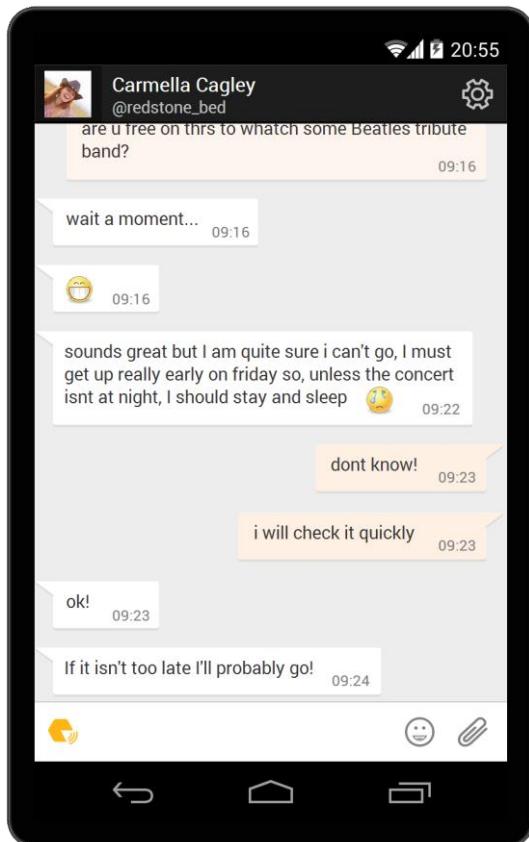
Captura prototipo 41



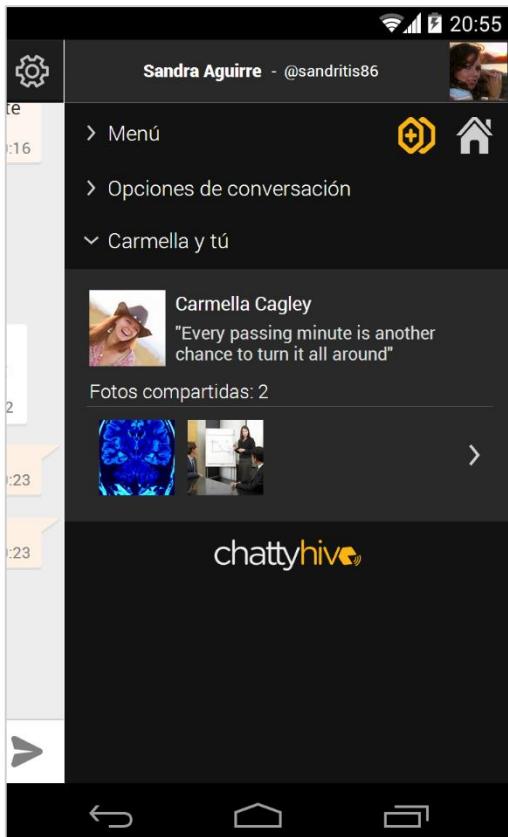
Captura prototipo 42



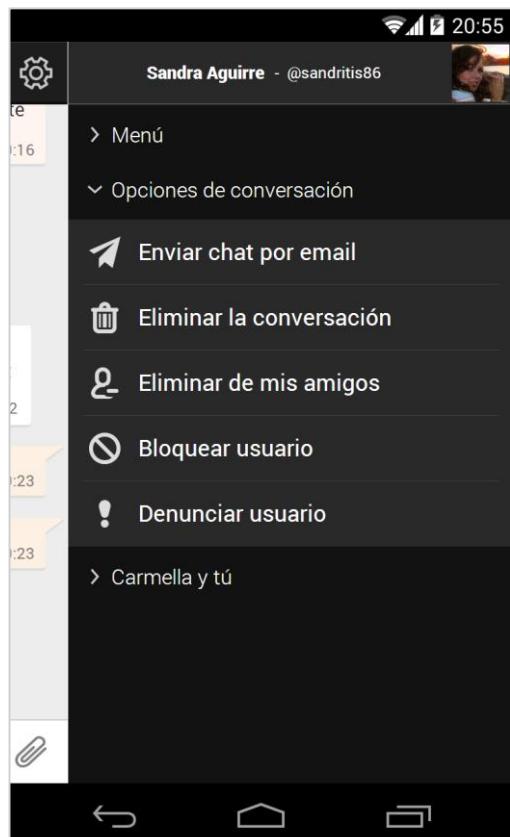
Captura prototipo 43



Captura prototipo 44



Captura prototipo 45



Captura prototipo 46

## Perfil del usuario. Control de la privacidad

En chattyhive se ha adoptado un **modelo simple de control de la privacidad** para que el usuario pueda tener la seguridad de saber qué información está exponiendo y a quién en todo momento. Con la separación de la información del usuario en dos perfiles independientes no sólo se simplifica el modelo: se consigue **transparencia y confianza del usuario en la red** y además proporciona **poder adicional de control sobre la información a mostrar**, ya que el usuario podrá mostrar diferentes versiones de un mismo dato según se muestre en el perfil público o en el privado. Por ejemplo el usuario puede tener un mensaje de estado en su perfil privado para que lo vean sus amigos dentro de chattyhive y un mensaje de estado distinto en su perfil público para que lo vean el resto de usuarios de la red.

Por lo tanto todo usuario en chattyhive tiene asociados dos perfiles independientes:

- A. Un **perfil público**, visible a cualquier otro usuario de la red y posiblemente (de momento no) a cualquier usuario de Internet sin necesidad de estar logueado en el servicio. En este perfil los usuarios se identifican por un pseudónimo y un avatar.
- B. Un **perfil privado**, visible sólo a aquellos usuarios que previamente añadas como amigos tras enviar (o aceptar) una petición de amistad. En este perfil los usuarios se identifican con su nombre y apellidos y una foto de perfil.

A continuación se detallan los contenidos de cada perfil. En las *capturas prototipo 47 y 48* se muestran las vistas de perfil público y privado, respectivamente.

### *Perfil público*

Se compone de un avatar, un pseudónimo con un color aleatorio asignado al usuario (que podrá cambiar el usuario en cualquier momento), el mensaje de estado público, botón de acceso al chat, botón de solicitud de amistad, botón de opciones (ir al chat público del hive, bloquear, denunciar usuario) e información básica sobre el usuario: ubicación, edad, sexo e idiomas (ubicación, edad y sexo pueden ocultarse por el usuario).

A corto plazo está prevista la inclusión de la galería de imágenes públicas del usuario<sup>5</sup>.

También está prevista la inclusión del listado de hives a los que el usuario está suscrito (podrá ocultarse)

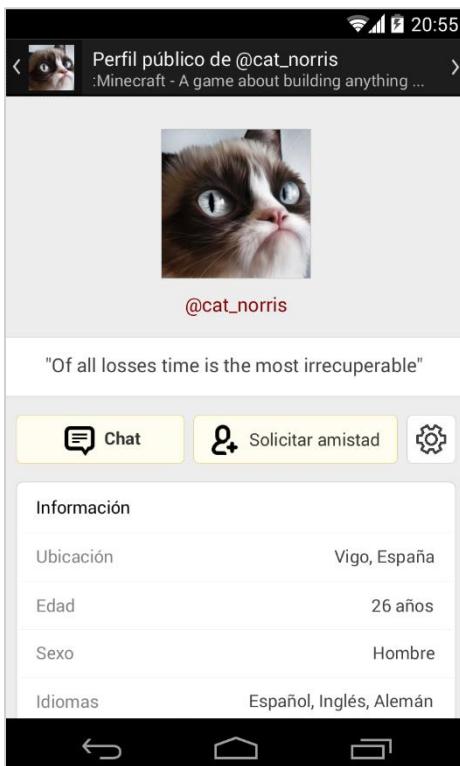
### *Perfil privado*

Se compone de un avatar, un pseudónimo con un color aleatorio asignado al usuario (que podrá cambiar el usuario en cualquier momento), el mensaje de estado privado, botón de acceso al chat, botón de opciones (eliminar de mis amigos, bloquear, denunciar usuario) e información básica sobre el usuario: ubicación, edad, sexo e idiomas (ubicación y edad pueden ocultarse por el usuario)

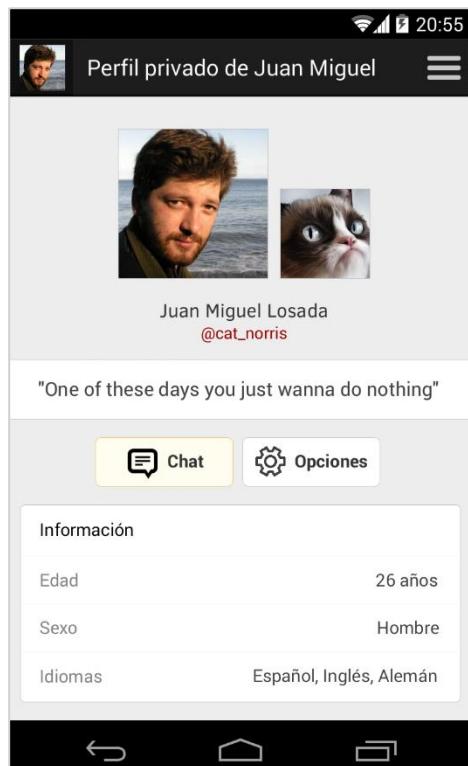
---

<sup>5</sup> Cuando un usuario sube una o varias fotos puede escoger mostrarlas en su perfil público, privado o ambos.

Al igual que para el perfil público, se implementará la galería de imágenes privadas del usuario, que sólo compartirá con sus amigos y el listado de suscripciones a hives que podrá decidir si mostrarlo o no.



Captura prototipo 47



Captura prototipo 48

### Vista de mi perfil. Edición de perfil

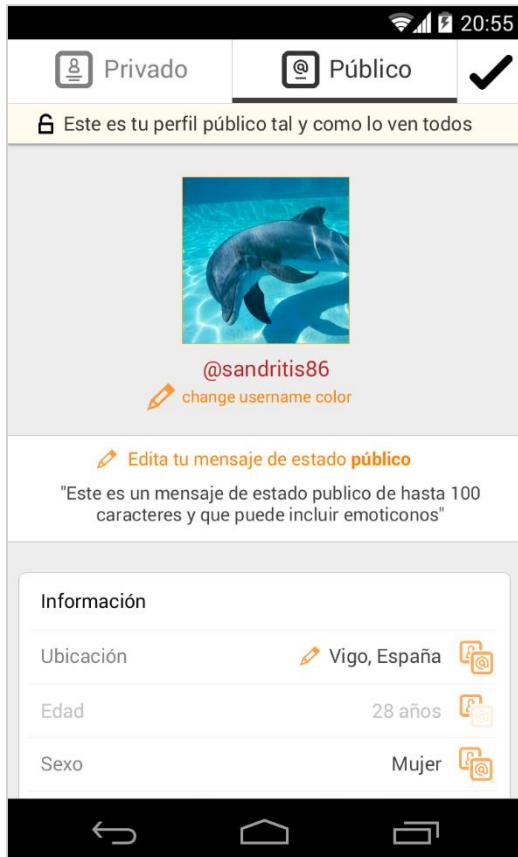
En la **vista de “Mi perfil”** el usuario va a poder ver todos sus datos en una única vista y con la indicación, para cada uno de los datos, de si se está mostrando en su perfil privado, público o ambos.

Desde esta pantalla el usuario podrá tocar el botón “editar” para pasar al **modo de edición del perfil**, que consistirá en dos pestañas, una para el perfil público y otra para el perfil privado. El usuario podrá ir editando los datos de su perfil privado y público tocando en los diferentes campos de esta vista e ir visualizando cómo van a ver el resto de los usuarios su perfil público o su perfil privado.

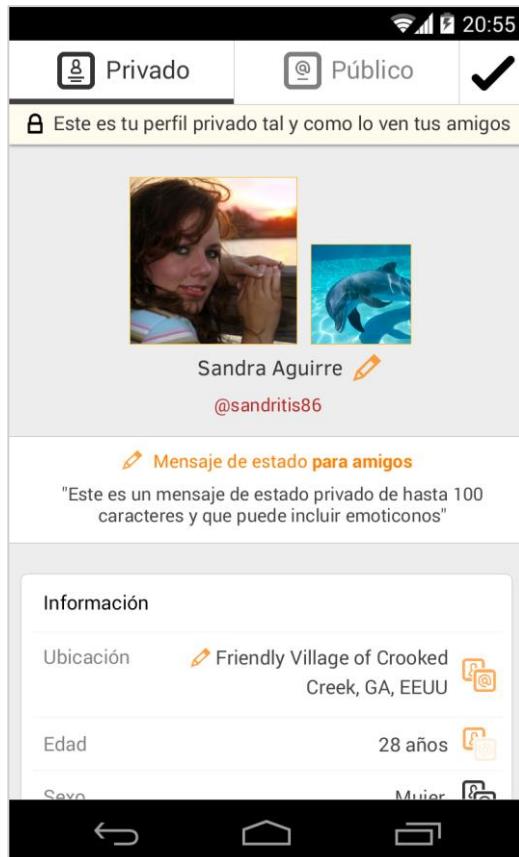
En las *capturas prototipo 49 y 50* se ven las vistas de edición de perfil. Todos los campos en naranja son editables. Para dejar claro en qué perfiles se están mostrando algunos de los datos comunes se utilizan los siguientes **iconos representativos**:

- Para representar el perfil público.** Si está en gris o naranja muy claro significa que el elemento no se está mostrando en el perfil público.
- Para representar el perfil privado.** Si está en gris o naranja muy claro significa que el elemento no se está mostrando en el perfil privado.

Algunos de los campos no pueden ser ocultados y se mostrarán con el icono representativo del perfil en gris, en vez de naranja.



Captura prototipo 49



Captura prototipo 50

## Otras pantallas y funcionalidades

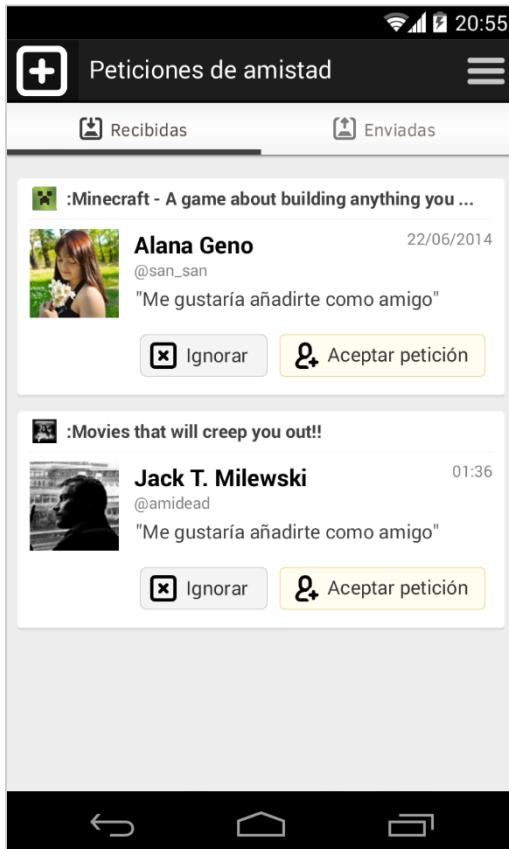
### Peticiones y amistades

Recordando lo visto en la presentación del servicio, tenemos los dos siguientes **niveles de relación entre usuarios**:

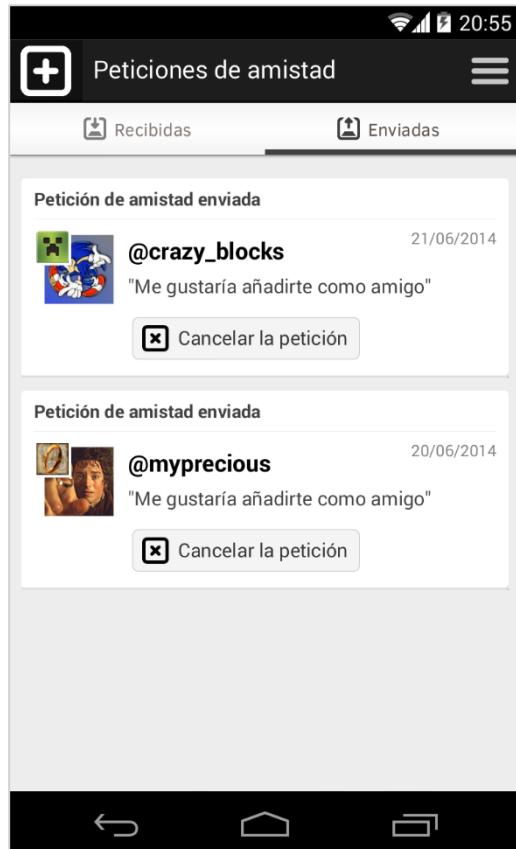
- A través de un hive. Los usuarios exponen su perfil público, los chats privados entre ellos se establecen en el contexto de un hive. A estos usuarios que tienen en común la suscripción a un determinado hive se les llama **hivemates**.
- A través de una relación de amistad. Los usuarios exponen su perfil privado. Los chats privados se establecen fuera del contexto de un hive. A estos usuarios se les llamará **amigos**.

**Para que dos usuarios se hagan amigos uno debe enviar una petición de amistad y el otro debe aceptarla.** Las peticiones de amistad son mensajes especiales dentro de un chat privado con un hivemate. Además de enviar esa petición en forma de mensaje dentro del chat, al usuario receptor le aparecerá una notificación y se le acumulará la petición de amistad en la sección "Peticiones" del servicio.

En las *capturas prototipos 51 y 52* se muestran las vistas de peticiones recibidas y enviadas.



Captura prototipo 51



Captura prototipo 52

## Ajustes

Desde esta pantalla el usuario puede cambiar su email y su contraseña.

En la *captura prototipo 53* se muestra la pantalla principal de ajustes.

## Ayuda

Se compone de varias pantallas explicando el funcionamiento básico de chattyhive para ayudar a los usuarios a comenzar a usar la app. Se puede acceder a ella desde el menú y desde la pantalla de registro.

En la *captura prototipo 54* se muestra una de las varias páginas de ayuda.

## Comunidades y widget

Las comunidades y las funcionalidades del widget requieren una descripción extensa y se explican en el apartado “Comunidades y widget” de la sección “Modelo de negocio”, ya que están muy relacionados con la parte de negocio del servicio.



Captura prototipo 53



Captura prototipo 54

## Más sobre moderación, seguridad y privacidad

Las siguientes medidas para proteger al usuario serán implementadas:

### 1. Eliminar chat

Los usuarios pueden eliminar definitivamente cualquier chat de su lista de chats.

En el caso de chats privados se conservará en el servidor si el otro usuario aún mantiene el chat en su lista de chats. Si el usuario que eliminó el chat volviese a comenzar una conversación con el otro usuario no va a recuperar los mensajes anteriores al momento en el que eliminó su chat.

Los chats públicos podrán ser eliminados de la lista del usuario pero obviamente no van a ser eliminados del servidor hasta que el propio hive sea eliminado.

En el caso de las comunidades, el administrador / propietario podrá eliminar un chat público en cualquier momento.

### 2. Eliminar hive

Dado que un hive no pertenece a nadie sólo se eliminará cuando todos los usuarios hayan eliminado su suscripción al mismo.

En el caso de las comunidades, el propietario podrá eliminar la comunidad en cualquier momento que lo considere oportuno.

### **3. Filtrado de palabras al crear un hive**

Al crear un hive, su nombre y descripción pasarán por un filtro que busca coincidencias de términos considerados inadecuados por el tipo de contenido a permitir en chattyhive, principalmente serán términos relacionados con pornografía y violencia. Se le instará al usuario a introducir un nombre o descripción distintos si el hive no superase el filtro. Los filtros estarán disponibles en esta primera versión sólo en español e inglés.

### **4. Bloquear un usuario**

Cualquier usuario podrá bloquear a otro usuario en cualquier momento. Cuando el usuario A bloquea al usuario B, el usuario B ya no puede enviar mensajes al usuario A ni a través de un chat privado como amigo ni a través de un chat privado dentro de un hive.

### **5. Denunciar un usuario o hive**

Tanto los usuarios molestos o que incurren en incumplimiento de las normas de comportamiento de chattyhive, cómo los hives que no cumplen con las normas de contenido del servicio pueden ser denunciados. Estos informes de denuncia tendrán los siguientes campos: usuario denunciado (si es el caso), usuario que denuncia, hive sobre el que se denuncia (si se denuncia un usuario desde un hive o si se denuncia un hive por su contenido), motivo de denuncia y descripción del denuncia.

Los usuarios o hives denunciados podrán ser eliminados por el equipo humano de chattyhive. Como medida intermedia un usuario puede ser expulsado de un hive durante un tiempo si está molestando en el mismo.

### **6. Desactivar o eliminar cuenta**

El usuario dispone de dos niveles distintos de baja en el servicio.

- El usuario podrá desactivar su cuenta, de forma que mantiene sus chats y suscripciones pero su perfil se hace invisible al resto de usuarios del servicio.
- El usuario podrá eliminar su cuenta. Todos sus datos de perfil son eliminados aunque se mantienen sus suscripciones a hives y se mantiene reservado su email y pseudónimo. Si el usuario intenta loguearse con ese email de nuevo se le dará la opción de recuperar su cuenta. Tendrá que introducir de nuevo sus datos pero recuperará todas sus suscripciones a hives.

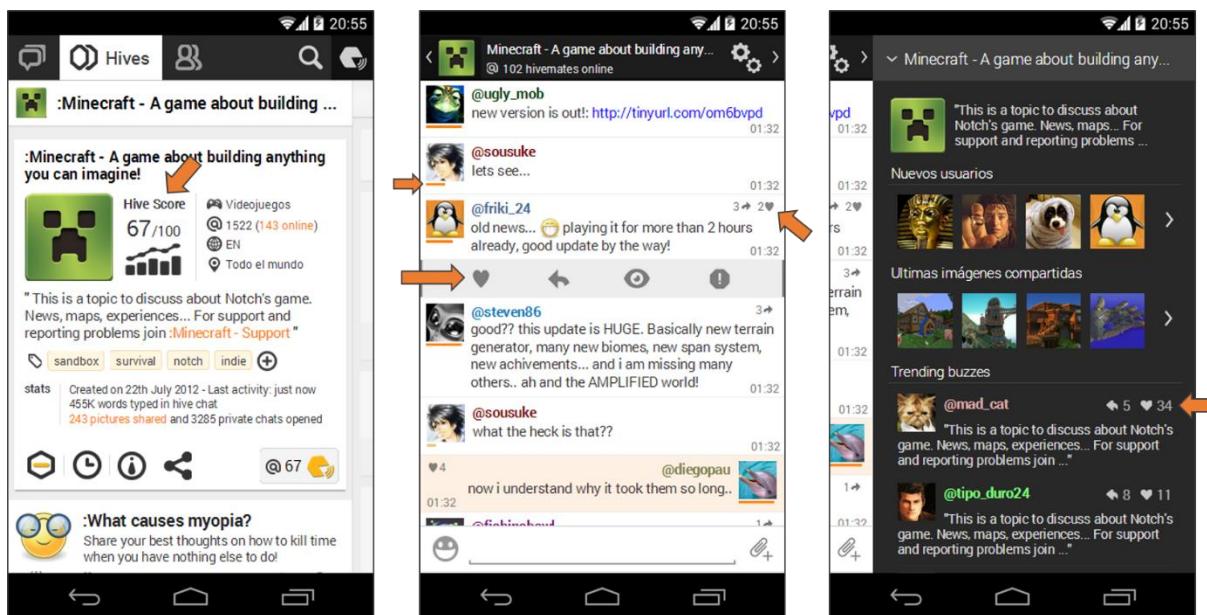
### **7. Conexión segura**

Todo intercambio de datos se realizará utilizando una conexión segura con cifrado (SSL/TLS).

# Líneas futuras

## Sistema de reputación – especialidades

Una funcionalidad que estamos seguros de que debería llegar a medio plazo es el sistema de reputación. Gran parte del diseño de la interfaz y funcionalidad está ya enfocada a albergar todo los elementos necesarios para esta implementación.



El sistema de reputación se dividiría en dos aspectos:

- **Reputación para los hives:** Se asigna una **puntuación numérica a un hive** (“hive score”) en función de varios parámetros relacionados con el nivel de actividad en los chats de ese hive. Esta **puntuación es dinámica e irá cambiando con el paso del tiempo**; es responsabilidad de los usuarios suscriptores del hive el hacer que el *hive score* aumente o al menos se mantenga estable. En el caso de las comunidades los administradores y moderadores se ocuparán de dar la vitalidad necesaria para mantener una buena puntuación.

La puntuación depende del nivel de actividad del resto de hives de chattyhive. Es decir **no es un parámetro independiente y absoluto, sino relativo y ponderado en función de cuál sea el hive/comunidad que tenga la puntuación máxima**.

Además será fácilmente accesible y visible por todos los usuarios, un histórico de cómo ha evolucionado el hive score a lo largo del tiempo.

- **Reputación para los usuarios:** Está **basado en el sistema de votaciones de los chats públicos**. Los usuarios reciben votos positivos por mensajes (buzzes) que dejan en los chats públicos. Estos votos permiten que se pueda establecer cuál es su puntuación tanto dentro del chat público con respecto a los otros usuarios del hive, como a nivel global o para un tag concreto.

- **Especialidades.** Aunque todo el sistema de reputación está aún por definir bien, es evidente que utilizando los tags de los hives a los que los usuarios están suscritos es sencillo extraer el nivel de experiencia que un usuario tiene para un determinado hive. Para este cálculo podría utilizarse no sólo el número de votos obtenidos, sino también la cantidad de mensajes compartidos, de chats privados abiertos dentro del hive, etc.

De este modo si por ejemplo un usuario participa mucho en temas relacionados con Android va a tener una puntuación alta para el tag Android.

Algunos **beneficios de este sistema de reputación** son:

1. **Añade valor al modelo de negocio.**
  - a. Se puede obtener información más precisa sobre gustos y tendencias de los usuarios.
  - b. Da un valor añadido al promocionar un hive o comunidad: permite mejorar el *hive score*, el hive score será un parámetro muy a tener en cuenta a la hora de dar más visibilidad a unos hives sobre otros en la sección *Explora*.
2. **Abre nuevas posibilidades** gracias a la especialización de los usuarios en función de los tags para los cuáles tienen más votos y más actividad.
  - a. Se les puede hacer llegar publicidad, ofertas de trabajo, etc., basándose en la puntuación que tiene para estos tags.
  - b. Los usuarios con Cuentas Premium podrán hacer búsquedas de usuarios “expertos” en ciertos tags. Sobre esto se podría elaborar mucho, hasta la posibilidad de crear un consultorio online en el que tanto el usuario que necesita información como el usuario que la proporciona obtienen un beneficio. Las consultas se realizarían en forma de chat.
3. **Fideliza a los usuarios.**
  - a. Los usuarios participan mucho más para obtener más puntos y *badges*. Es un modelo probado que funciona en otros negocios web.
  - b. Además, si se identifican con una comunidad o hive, cooperarán para hacerla subir en la puntuación global.

# Competencia. Análisis del mercado

## Introducción

Desde que empezamos a trabajar en chattyhive, en Septiembre de 2013, hemos aprendido mucho sobre cómo evoluciona el mercado de las apps para móviles y los negocios web en general. En concreto hemos ido siguiendo muy de cerca la evolución y el emerger de redes sociales y apps de chat que tienen similitudes con nuestro servicio.

También hemos aprendido a analizar y relativizar el éxito de algunos negocios web y su repercusión en nuestra iniciativa.

En nuestra experiencia el **determinar si un negocio web ya consolidado o emergente se superpone con nuestro mercado objetivo requiere de un análisis profundo de cada una de las iniciativas**. Sin ese análisis se puede tender a confundir enemigos con aliados y a generalizar el objetivo y funcionalidad de estos servicios, clasificándolos únicamente en (por ejemplo) redes sociales y servicios de chat; como si dentro de estos dos grandes grupos no existieran cientos de servicios conviviendo y creciendo en paralelo. De este modo si haces una red social te comparan con Facebook o Twitter y si haces un servicio de chat te comparan con Whatsapp y por eso nos tienen preguntado cosas como: ¿y qué ofrecéis que no ofrezca Twitter ya? o incluso ¿y no es lo mismo un hive que un grupo de Whatsapp?, cuando en realidad nos parecemos menos a Twitter o a Whatsapp de lo que los Beatles se parecen a los Rolling Stones, por mucho que las dos se definan como bandas de rock inglesas.

Es cierto que la “tarta” de usuarios tenemos que repartírnosla entre todos los negocios web, y que hay un grupo numeroso de usuarios de Smartphones o que acceden a la web desde un PC y que emplean el 90% de su tiempo en la red a caballo entre Facebook, Twitter y Whatsapp. Pero hay otro grupo muy numeroso de usuarios (el de aquellos que usan Internet por hobby más que por necesidad) que usan Whatsapp lo justo, Facebook y Twitter apenas lo tocan y que hacen uso intensivo de otros muchos servicios existentes, algunos muy clásicos (como los Foros y el IRC), y otros más actuales (como blogs diversos, Reddit, 9gag). Estos son los usuarios que marcan en gran parte las tendencias de uso en la web, son más cambiantes y exigentes pero también mucho más activos, participativos y agradecidos si la app les interesa de verdad. Estoy hablando de un **grupo de usuarios compuesto principalmente por geeks, universitarios, informáticos y en general gente inquieta y enganchada a la red. Son nuestro mercado objetivo inicial**. Esto no quiere decir que no tengamos pensado llegar a otras capas del mercado con el tiempo, chattyhive encaja en cualquier tipo ámbito o edad, pero sí que es el grupo de usuario en el que podemos conseguir una mayor penetración inicial.

**Es también muy importante el enfoque que se le da a un servicio.** Por poner un ejemplo, Badoo Facebook, LinkedIn y Google Plus muy similares en su uso, funcionalidad y estructura, y sin embargo tienen tres enfoques muy diferenciados y sus usuarios están segmentados en base a este enfoque. Badoo es una red social para conocer gente nueva y ligar, donde los usuarios no buscan a personas que ya conocen en el mundo real y en la que hay muchas características para promocionar el propio perfil del usuario (puntuar fotos, subir puestos en listados de usuarios para ser más visto, etc.) que implica perfiles de usuarios muy abiertos y

bastante despreocupados por su privacidad. Facebook es también una red social pero para estar en contacto sobre todo con amigos y amigos de amigos, con familiares, en general con personas que ya conocemos en el mundo real pero que no podemos tener siempre al lado. En Facebook la privacidad cuenta más, preocupa que tipo de cosas mostramos o no a nuestros conocidos, amigos y familiares. Y por poner dos últimos ejemplos de redes sociales, LinkedIn está totalmente enfocado al mundo laboral y Google Plus, aunque sería un competidor directo de Facebook, está quedando relegada más a compartir contenido de interés entre comunidades de personas, siendo muy útil para enterarse de novedades sobre temas de interés a través de contactos, empresas, personas populares u organizaciones.

Del mismo modo, mientras el enfoque de la mayoría de aplicaciones web basadas en chats está conduciendo a que el público mayoritario sea gente en busca de pareja, sexo o amistad; **chattyhive se centra en los temas de conversación y se busca atraer a un público mucho más variado**, que incluya a empresas, intelectuales, comunidades de ámbitos específicos, periódicos y canales de noticias, representantes de diferentes sitios web, especialistas en diferentes sectores y por supuesto a todos los usuarios que se registren simplemente para chatear sobre temas que les interesen y conocer de paso a otros usuarios con los mismos intereses.

## Elementos diferenciales clave en chattyhive

A continuación se citan alguno de los elementos que creemos que desmarcarán a chattyhive dentro del mercado competitivo.

- **Orientado al anonimato**, los usuarios exponen un perfil público con avatares y pseudónimos para hablar con otros usuarios desconocidos.
- **Control total sobre la privacidad**. Cada usuario tiene dos perfiles uno público visible a todos los usuarios de la red y otro privado sólo para amigos, así podrá tener un perfil más completo y con datos reales pero sólo visibles para la gente que él/ella decida.
- Mayor énfasis en la actividad intelectual e intercambio de conocimiento que en las relaciones personales (amistad, pareja, sexo). **Público objetivo** inicial: estudiantes, geeks (y gamers) y mentes inquietas.
- **Buena base para implementar el modelo de negocio.**

- **Los chats privados entre *hivemates* se dan en todo momento “dentro” del hive.** Esto permite que el servicio tenga la información en tiempo real de qué conversaciones se están generando para cada tema o hive.

Sirve para elaborar estadísticas de tendencias de uso en la red: ¿sobre qué tema se está hablando más? ¿Qué temas son más discutidos por mujeres ahora mismo? ¿Cuánta gente está hablando del partido Madrid-Barça de mañana?

Sirve también para hacer llegar publicidad a los usuarios relacionado con aquello de lo que están hablando en un momento dado.

- Los hives están bien identificados por categorías, tags, descripción y lenguajes utilizados. Esto permite **conocer perfectamente las preferencias de los usuarios a medida que se van suscribiendo a hives**.
- **Conocer a gente que está cerca a través de un hive.** Una de las bazas de chattyhive será el presentarse como una forma alternativa de conocer gente, mucho más cercana a cómo las buenas amistades surgen en el mundo real: a través de la conversación sobre temas o hobbies en común. Al partir de un perfil anónimo lo que va a contar es aquello de lo que se habla, no el aspecto físico o datos del perfil del usuario como sucede en la mayor parte de redes sociales para hacer amigos o de citas.

En chattyhive puedes explorar los usuarios suscritos a un hive y ordenarlos por cercanía para comenzar a hablar con ellos y llevarte esas amistades al mundo real.
- **Chat públicos con moderación automática.** Los chats públicos se moderan de forma democrática, es la gente la que decide quién debe ser expulsado. Es un sistema más justo (los moderadores no siempre son imparciales) y que evita la necesidad de un mantenimiento continuo. No es lo mismo moderar un foro que un chat en el que el flujo de mensajes es mucho más elevado.
- Está muy **inspirado en los foros y en el IRC.** Los foros siguen siendo la principal solución para cualquier comunidad online existente en torno a un producto, temática o videojuego (especialmente notoria la actividad de los foros creados en torno a videojuegos). Chattyhive busca enriquecer la experiencia ya existente en los foros y llevarla al chat. No busca necesariamente ser un reemplazo a los foros de comunidades online, sino un complemento que permita a los usuarios interactuar en la comunidad en forma de chat (muchos de los foros incorporan ya un chat sencillo o utilizan el IRC) y darles acceso tanto desde la misma web como desde su móvil.
- **Se permite registro a través de las redes sociales.** Además de hacer el registro mucho más rápido y cómodo, se utilizará en el futuro para ofrecer a los usuarios nuevos aquellos hives que más les pueden gustar (se extraen y extrapolan las tendencias de uso del usuario en otras redes sociales para ofrecer recomendaciones de hives similares)
- **Interfaz moderna y escalable.** Preparada para futuras funcionalidades (sin cambios drásticos en el diseño o en la distribución de los elementos) y adaptada a tablets u otros dispositivos de pantalla grande.
- **La sección “Explora”.** Todos los hives abiertos están accesibles a cualquier usuario que puede ordenarlos por el criterio que más le convenga (cercanía, categoría, fecha de creación, etc.). Esta sección da pie a introducir elementos en el modelo de negocio relacionado con el posicionamiento de los hives dentro de estos criterios de orden.
- **Las comunidades y el widget.** El widget permitirá que las comunidades con presencia en la web integren un chat de forma inmediata en su web. Los usuarios podrán acceder tanto desde la web como desde la app de chattyhive para Smartphones. Además al

tener presencia dentro de chattyhive están auto-promocionando su comunidad, ya que pasará a formar parte de la red y será visible dentro de la sección Explora.

Las comunidades tendrán varias funcionalidades exclusivas, entre las que destaca el poder crear varios chats públicos.

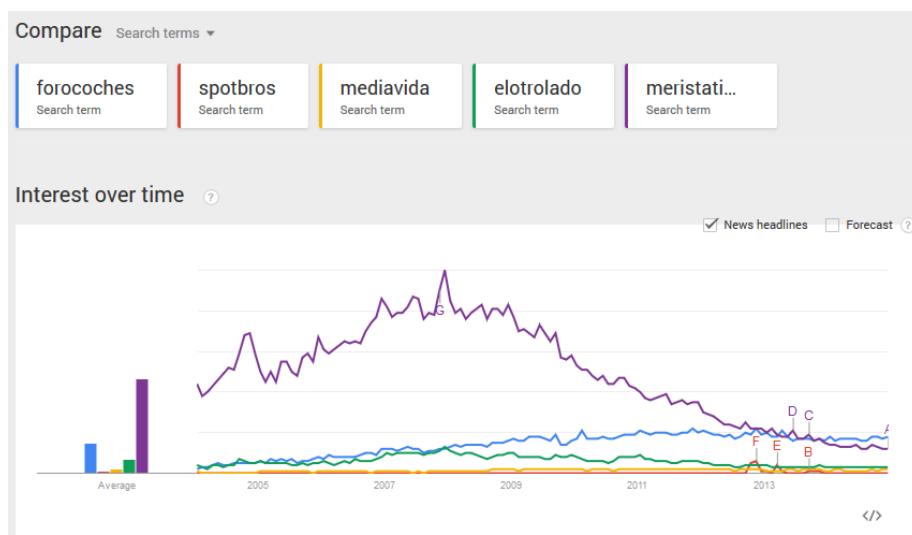
## Mercado objetivo y tendencias de uso

Ya adelantamos en la introducción de este apartado que nuestro público objetivo inicial es el de los estudiantes, geeks (y gamers), mentes inquietas y “adictos” a internet en general. Es un grupo de usuarios que se sale del uso básico de Internet por necesidad o empuje social (Facebook, Twitter, LinkedIn, Whatsapp, etc.) y pueblan los foros, blogs, chats y redes sociales o servicios web alternativos.

Aunque en este punto se va a demostrar que existe mercado y que no todo está acaparado por los gigantes (Google, Facebook, Twitter, Whatsapp y similares), es importante aclarar que en la historia de la web 2.0 muchas apps o negocios web han creado un mercado dónde no lo había o han hecho resurgir un mercado que estada casi muerto. Del mismo modo, no sólo es importante demostrar que hay un conjunto de X usuarios que está utilizando servicios de menor calidad que chattyhive, o similares pero incompletos, para demostrar que hay potencial en nuestra iniciativa; sino que hay que comprender también que sigue latente todo el potencial que en su momento tuvo el IRC (llego a tener hasta 10 millones de usuarios concurrentes) o los foros, ya que son necesidades que se mantienen bastante intactas pero se utilizan tecnologías en su mayor parte obsoletas para cubrirlas. De este modo van a haber posiblemente otros X usuarios potenciales que no están usando servicios similares y que por tanto es fácil contabilizarlos estadísticamente, pero que podrían fidelizarse a nuestro servicio una vez lo prueben.

**Uno de los grupos de usuarios a los que se hace referencia varias veces en este documento son los usuarios de los foros o portales web.**

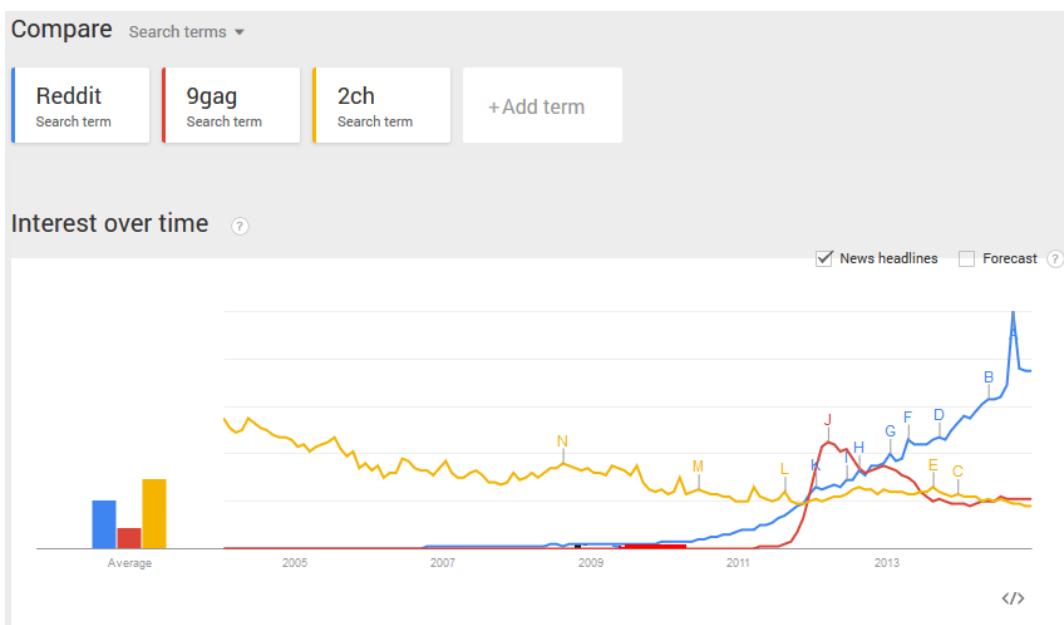
En esta gráfica se muestra la evolución del interés a lo largo del tiempo para algunos de los foros más conocidos en nuestro país:



Forocoches (en azul) es el foro más popular en España. Ni la explosión de las redes sociales (Tuenti, Facebook y Twitter) ni el más reciente uso de Whatsapp han conseguido que baje su tasa de usuarios activos. Otros portales, como Meristation (una publicación online sobre videojuegos) han sufrido un descenso importante pero aún mantienen bastante actividad. Como referencia se ha incluido a Spotbros (en rojo), una app que mantiene algunas similitudes con chattyhive y que ha tenido un éxito notable en nuestro país (proclamaban 1300000 usuarios registrados en Octubre de 2013). Cómo se puede ver Spotbros, aún con su éxito, no ha resultado tan popular como lo son Forocoches, Meristation, pero incluso Elotrolado o Mediavida.

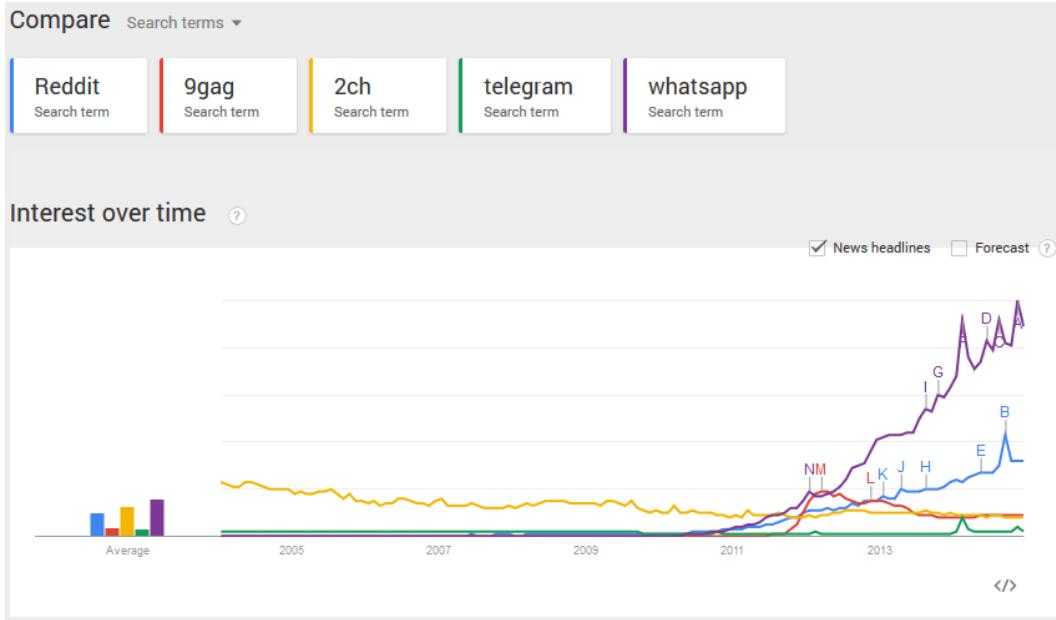
**En el panorama internacional** hay comunidades aglutinadas en foros o plataformas similares con cantidades masivas de usuarios. Algunos ejemplos son:

- **Foros de videojuegos populares.** Por ejemplo el Foro de Minecraft con 18400 usuarios concurrentes y cerca de 3400000 de registros a fecha de Diciembre de 2014 (<http://www.minecraftforum.net>).
- **2channel.** (<http://www.alexa.com/siteinfo/2ch.net>) Puesto 24 en Japón, 534 a nivel mundial. Es un foro de foros (en cierto modo chattyhive también lo es). En este enlace se pueden ver el número de posts diarios publicados (<http://stats.2ch.net/suzume.cgi?yes>). Los dos foros más populares tienen 234084 y 185223 posts respectivamente a fecha de 27 de Diciembre de 2014. A pesar de utilizar tecnología y diseños que se encuadrarían mejor en la década del 2000, llevan unos 4 años sin decrecer en popularidad.
- **Reddit.** Reddit está creciendo de forma lineal a un ritmo increíble. Funciona también como un foro de foros (los subreddits). Chattyhive es el complemento perfecto para los usuarios que utilizan Reddit. Proporcionan experiencias de usuario totalmente distintas, siendo la principal que en Reddit se postea y se comenta, mientras que en chattyhive se chatea, se mantienen conversaciones en tiempo real.

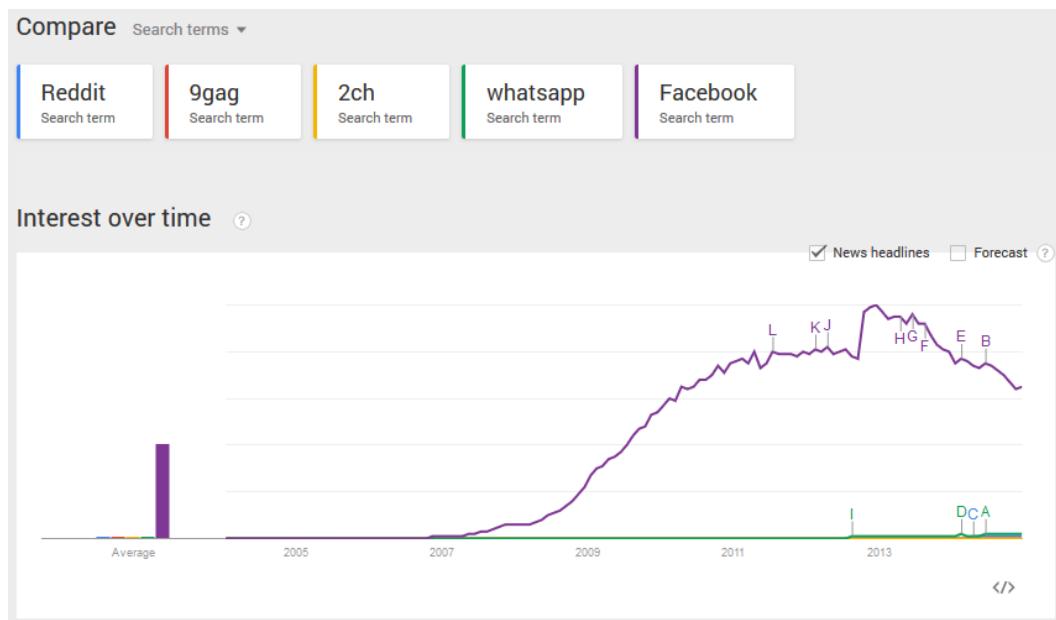


En esta gráfica vemos que el peso relativo de algunos de estos servicios web que o bien tienen una elevada facturación (2ch factura ¥100 millones/año) o importantes inversiones (9GAG ha obtenido 5,6 millones de dólares en total en 2012 y Reddit ha tenido una última inversión de 50 millones de dólares)<sup>6</sup>.

Si lo **comparamos con algunas apps de chat populares en Google Trends**:



Vemos que obviamente Whatsapp goza de una popularidad mucho mayor mientras, seguido por Reddit.



Finalmente, hasta Whatsapp “desaparece” si se la compara con Facebook.

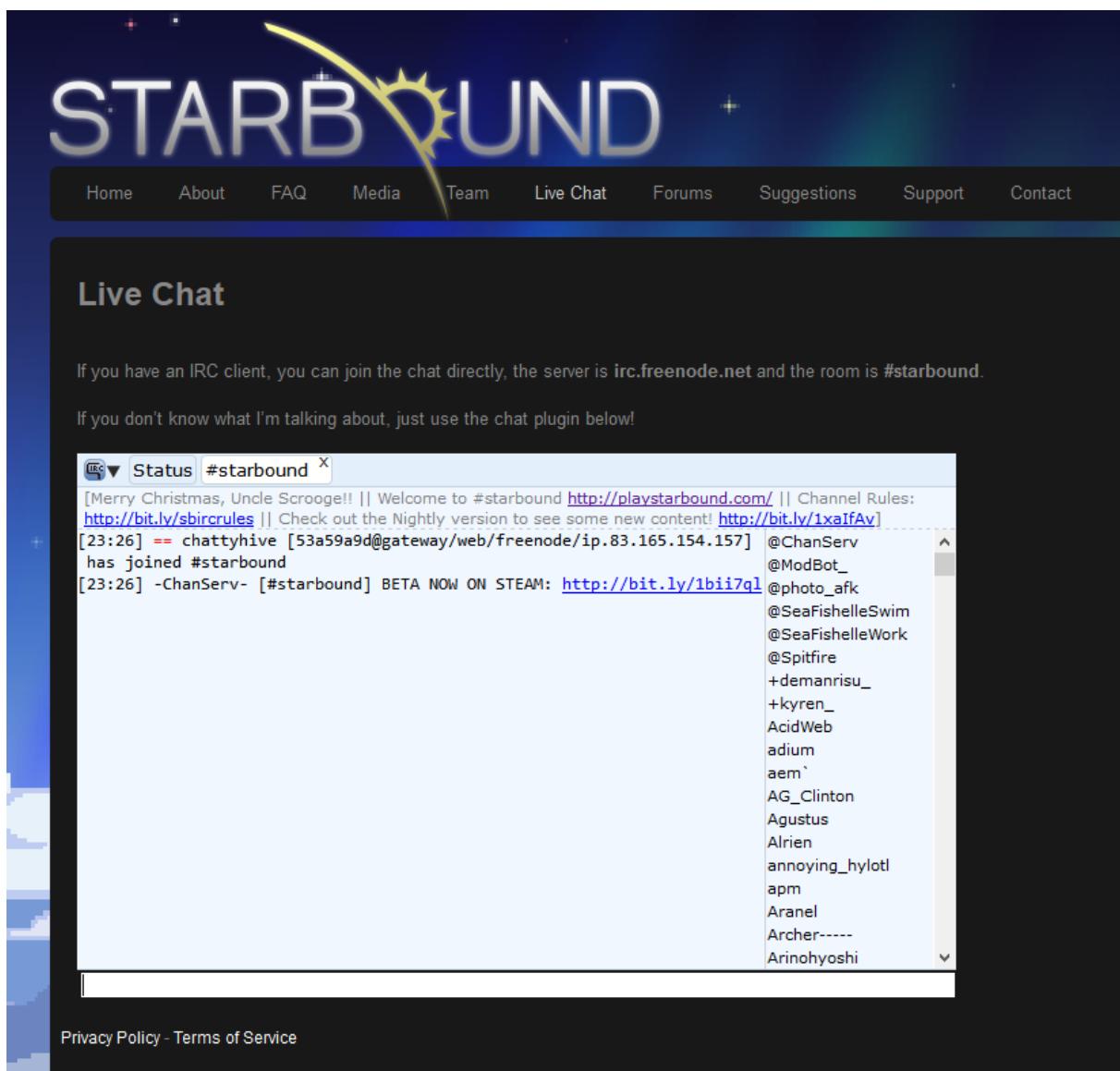
Con todos estos datos se pretende demostrar por una parte que **existe un conjunto de usuarios importante en los que podría encajar muy bien chattyhive**. Que este conjunto de

<sup>6</sup> Datos extraídos de la Wikipedia en inglés.

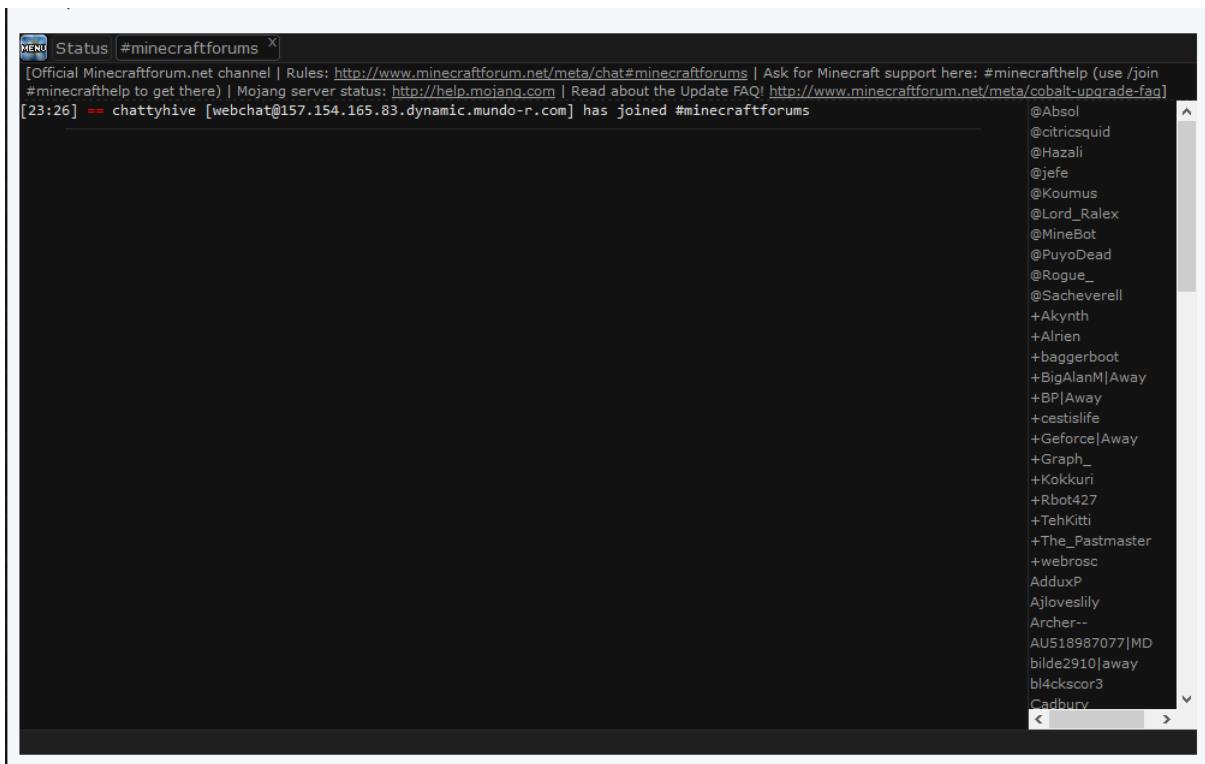
usuarios genera importantes beneficios para los servicios web que utilizan. Y que **a pesar de que los gigantes de internet hacen empequeñecer otras iniciativas, éstas buscan sus resquicios en el mercado y obtienen igualmente importantes cantidades** en forma de facturación o sucesivas inversiones. Ante todo esto se recuerda una vez más, que **el mercado de chattyhive aún está por descubrir** y no se puede estimar fácilmente el potencial real hasta que no se ponga a prueba.

El uso bastante extendido del **IRC** más de una década después de la popularización del mismo es también un interesante indicador de que podría haber una necesidad no cubierta o mal cubierta. Para muchas comunidades (desarrolladores y gamers especialmente) los canales del IRC es la única opción.

Las dos imágenes que se muestran a continuación son canales IRC abiertos sobre la página web de dos videojuegos indie (Starbound y Minecraft). Ambos canales con bastantes usuarios online. Es bastante obvio (visualmente) que estamos ante una tecnología con más de una década a sus espaldas.



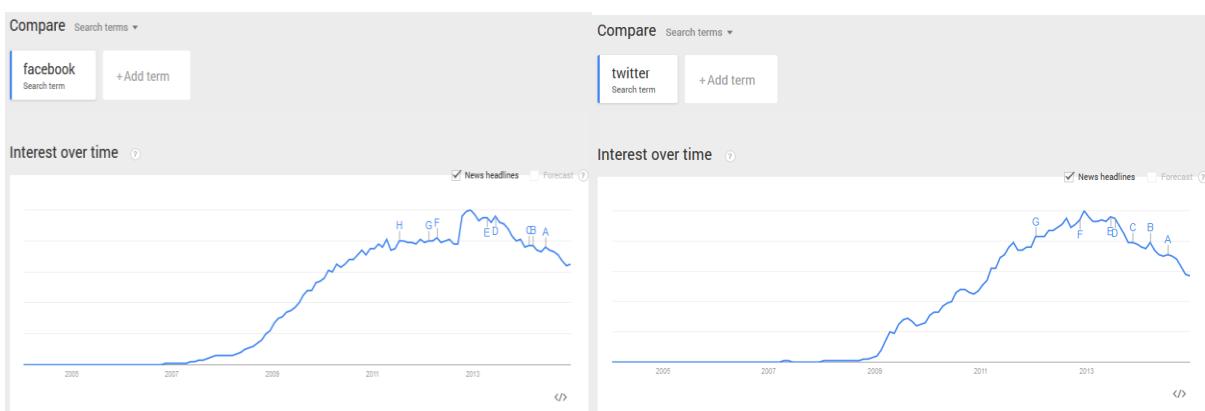
The screenshot shows the Starbound website's "Live Chat" section. At the top, there is a navigation bar with links: Home, About, FAQ, Media, Team, Live Chat, Forums, Suggestions, Support, and Contact. The "Live Chat" link is highlighted. Below the navigation bar, the main content area has a dark background with the Starbound logo at the top. The title "Live Chat" is displayed prominently. A message from an IRC client says: "If you have an IRC client, you can join the chat directly, the server is irc.freenode.net and the room is #starbound." Another message follows: "If you don't know what I'm talking about, just use the chat plugin below!" Below this text is a screenshot of a web-based IRC client window titled "Status #starbound". The window shows a list of messages and users. Some visible messages include: "[Merry Christmas, Uncle Scrooge!! || Welcome to #starbound http://playstarbound.com/ || Channel Rules: http://bit.ly/sbirrules || Check out the Nightly version to see some new content! http://bit.ly/1xaIfAv]" and "[23:26] == chattyhive [53a59a9d@gateway/web/freenode/ip.83.165.154.157] has joined #starbound" and "[23:26] -ChanServ- [#starbound] BETA NOW ON STEAM: http://bit.ly/1bii7ql". To the right of the messages is a scrollable list of user nicknames, which includes: @ChanServ, @ModBot\_, @photo\_afk, @SeaFishelleSwim, @SeaFishelleWork, @Spitfire, +demanrisu\_, +kyren\_, AcidWeb, adium, aem', AG\_Clinton, Agustus, Alrien, annoying\_hylotl, apm, Aranel, Archer----, Arinohyoshi. At the bottom of the page, there are links for "Privacy Policy" and "Terms of Service".



Estos son el **número de usuarios concurrentes que han registrado algunos de los servidores más importantes del IRC** el pasado año<sup>7</sup>:

- freenode – around 85k users at peak hours
- IRCNet – around 55k users at peak hours
- QuakeNet – around 53k users at peak hours
- Undernet – around 43k users at peak hours
- EFnet – around 33k users at peak hours
- rizon – around 20k users at peak hours

Como apunte, o curiosidad final, es interesante ver que podría estar dándose una tendencia a ir perdiendo popularidad en las dos redes sociales más potentes del mundo.



<sup>7</sup> Datos de Marzo de 2013 ([http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_Relay\\_Chat#Networks](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Relay_Chat#Networks))

## Principales competidores

En este apartado consideramos sólo a aquellas otras apps que consideramos que tienen varias funcionalidades que se superponen a las que chattyhive ofrecerá y que por tanto pueden ofrecer una experiencia de usuario similar.

### A. *Spotbros*

Spotbros es una app creada por una startup española, y con notable éxito entre 2012 y 2013. A lo largo del 2014 parecen haber tenido problemas para seguir manteniendo el ritmo de desarrollo sin poder monetizar el servicio. Es incierto si están trabajando activamente en ello aún o no.

Tiene algunas similitudes con chattyhive ya que se propone también como un servicio de chat temático y es interesante analizarlo especialmente para determinar las causas de sus dificultades para continuar creciendo.

Aunque sólo se puede teorizar sobre alguno de los factores que han podido influir en la problemática que atraviesan **se exponen a continuación algunas observaciones y diferencias con respecto a chattyhive**:

- i. **Spotbros agrupa a sus usuarios en “Spots” que tienen cierta similitud con nuestros hives.** Al igual que en nuestro servicio los usuarios pueden suscribirse a estos Spots para participar en chats públicos. **Las similitudes acaban aquí:**
  - a. **En Spotbros los usuarios suben fotos reales y la mayor parte introduce su nombre real.** No existen dos perfiles independientes. Los usuarios no buscan el anonimato en general. Esto los desliga ya totalmente como alternativa a los foros o al IRC, dónde chattyhive encaja perfectamente.
  - b. Nada más registrarse se recuperan los contactos de la agenda que usen Spotbros. Muy en la línea de Whatsapp en ese sentido.
  - c. **Las conversaciones privadas en Spotbros no se hacen en el marco de un Spot.** Se pierden todas las oportunidades de negocio que surgen en chattyhive al enmarcar las conversaciones privadas uno a uno dentro de un hive.
  - d. **Los Spots tienen un moderador.** En muchos casos el moderador se ausenta o no es objetivo, esto causa el descontento de los usuarios.
  - e. **El enfoque del servicio es distinto.** En Spotbros predomina un nivel cultural medio/bajo, son más importantes los spots sobre ligar, sexo, gimnasio, coches y radares, intercambio de ficheros. En chattyhive buscamos nivel cultural medio/alto, lo debemos promocionar en los círculos de usuarios que ya comentados (universitarios, geeks, nerds, gamers...) y en cualquier caso no permitimos contenido pornográfico (en Spotbros es muy fácil encontrarlo). Esto podría hacernos perder tracción inicial, pero a la larga, si quieres introducir instituciones,

colegios, institutos y universidades, empresas, etc., tienes que ofrecer un entorno serio y para todos los públicos, que no por ello va a dejar de ser entretenido o adictivo.

- f. Chattyhive está preparado para interesantes funcionalidades futuras, como un **sistema de reputación** y la posibilidad de que se formen usuarios especialistas en ciertos tags (ej. #desarrollador\_android). Estas funcionalidades no encajarían en Spotbros.
  - g. Además chattyhive estará capacitado para **integrar a comunidades online ya existentes (muy importante el widget y las comunidades con sus múltiples chats públicos, ambos inexistentes en Spotbros)**, su diseño está más pulido y cuenta con un modelo de negocio más elaborado, combinando elementos que podrán facturar a corto/medio plazo y otros (la publicidad) para implementar a medio/largo plazo.
- ii. Es arriesgado crear un producto y **querer abarcar un número enorme de funcionalidades en muy poco tiempo**. Nosotros creemos que la clave del éxito de algunos de los negocios web ya mencionados aquí (Twitter, Reddit, Whatsapp) es que han sabido centrarse en un mensaje y funcionalidad únicos. En Spotbros se pueden hacer demasiadas cosas y en su marketing se promocionan demasiados aspectos. Entre otras cosas Spotbros se ha vendido como:
- a. **Una alternativa a Whatsapp con privacidad reforzada**. Está claro que a los usuarios la privacidad les importa, es algo que tienen en cuenta pero está claro también que no es lo único. No ha sido lo suficiente importante como para que la mayor parte de los usuarios se moviese a otras apps más seguras y con más opciones de privacidad (cómo puede ser Telegram), Whatsapp sobrevivió a pesar de tener varios importantes fallos de seguridad a lo largo de su historia.
  - b. **Un sistema de almacenamiento en la nube con hasta un Tera por usuario**. Este fue el mensaje al que más importancia le dieron desde más o menos septiembre de 2013. Lo del Tera es muy atractivo y al principio han promocionado esto y conseguido bastante registros. Luego posiblemente esos usuarios se habrán ido dando cuenta de que nadie necesita tener un Tera de almacenamiento en una app de mensajería instantánea y menos en España donde el ancho de banda para dispositivos móviles es tan bajo.

Fue una estrategia de promoción pero que a nivel de desarrollo habrá supuesto una inversión importante y que es arriesgada en términos de escalabilidad si tienen pensado crecer rápido. Primero asientas una app sencilla, que no te de unos costes de mantenimiento brutales si escalas muy rápido / a nivel mundial.

Esta funcionalidad dio lugar a que muchísimos de los chats públicos se orientasen a compartir ficheros ilegales. Puede que hayan tenido problemas con esto también.

- c. **Un lugar donde hablar de los temas que te gustan, a través de los spots.** El aspecto que en mi opinión debieron explotar desde el principio y en el que debieron centrar su mensaje. Es la parte más innovadora, les funcionaba ya que a la gente les gustaba y además no necesitaban hacer grandes esfuerzos de promoción y desarrollo para poder desmarcarse de la competencia ya que era algo bastante exclusivo de ellos.
- d. Desarrollaron también una **API para permitir que aplicaciones de terceros se integrasen con Spotbros dentro de la propia app.** Estas apps básicamente eran Spots “robotizados” a los que les escribías unas preguntas o unos comandos y te respondían con la programación de la tele de hoy, el tiempo de mañana, los resultados del fútbol y otros aspectos similares. No han tenido mucho éxito.
- e. **Finalmente deciden orientarse al mundo empresarial con IMBox.me** aprovechando toda la infraestructura que han montado para Spotbros. Posiblemente en un intento de darle una salida y rentabilizar así su inversión<sup>8</sup>.  
Pero puede que sea también una mala decisión ya que aquí tienen un mercado bastante más competitivo con servicios como HipChat creciendo a buen ritmo<sup>9</sup>.

**Spotbros ha representado un interesante punto de referencia para nosotros desde el comienzo del desarrollo de nuestro proyecto.** Hemos analizado y razonado algunas de las diferencias y errores que consideramos que han cometido y considero que tenemos base suficiente como para asegurar que el hecho de que Spotbros no haya sabido aprovechar ese impulso inicial, no es en absoluto garantía de que chattyhive vaya a atravesar las mismas dificultades, ya que posiblemente sigamos hojas de ruta muy distintas.

## B. *Banter*

Banter es una app para Android e iOS que se asemeja en su esencia bastante más a chattyhive que Spotbros, pero es también mucho más humilde en todos los sentidos.

En Banter se recoge muy bien la esencia del IRC, y es poco más que un IRC llevado al móvil y con algunas mejoras, las salas de chat se llaman “rooms”. Creemos que le falta la personalidad, carisma e identidad que tiene chattyhive, tanto en presentación como

---

<sup>8</sup> <http://goo.gl/MgNn3N>

<sup>9</sup> <http://www.google.com/trends/explore#q=hipchat%2C%20spotbros%2C%20imbox.me&cmpt=q>

en funcionalidad. Además su app es bastante básica y no ha evolucionado mucho en los últimos 9 meses.

Es interesante ver cómo el no tener la opción de perfiles independientes (privado y público) de chattyhive, y aún a pesar de que en Banter se busca que los perfiles sean anónimos, hay una mezcla entre un gran número de usuarios que ponen su foto real y otros que ponen algún tipo de avatar.

A continuación se citan algunas **diferencias entre chattyhive y Banter**:

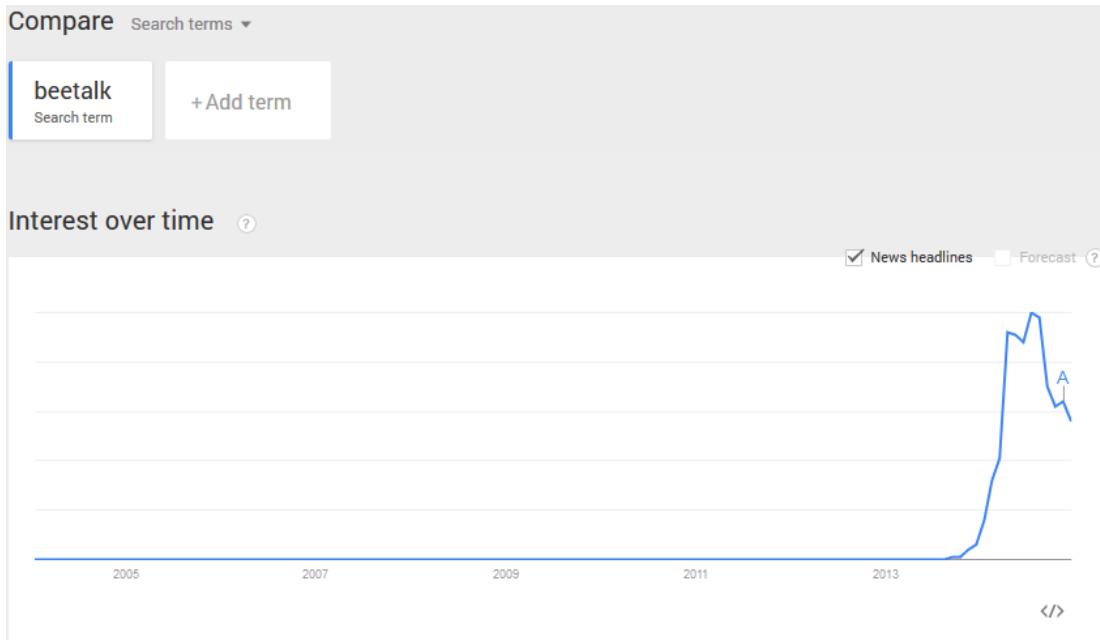
- i. En Banter hay salas de chat, equivalente a nuestros chats públicos. **Un hive es mucho más que una sala de chat**; es un contendor de usuarios suscritos, chats públicos y privados, imágenes compartidas, etc. Separar el concepto de chat público y tema de conversación (hive) tiene implicaciones importantes para nuestro modelo de negocio.
- ii. **Los hives están categorizados, especificados mediante tags y con una descripción.** Esto, además de dar una mejor y más completa experiencia al usuario, es de gran ayuda para el modelo de negocio y ayuda a que el servicio conozca mejor a los usuarios para ofrecerle recomendaciones de otros hives o de otros usuarios. En Banter las salas sólo se identifican por un nombre.
- iii. **En chattyhive hay una parte de red social.** Se pueden añadir usuarios como amigos para acceder a su perfil privado. Además habrá un timeline con información relevante respecto a los hives a los que estás suscrito, actividad de tus amigos y recomendaciones de otros hives.
- iv. **El registro a través de redes sociales** de chattyhive, además de hacer el registro más cómodo, permitirá conocer a los nuevos usuarios nada más registrarse en nuestro servicio para ofrecerles sugerencias de hives recomendados.
- v. **Los hives estándar de chattyhive no están moderados ni administrados**, se moderan mediante un sistema de votaciones en el que los propios usuarios tienen el control y la responsabilidad de mantener los chats públicos libres de usuarios problemáticos. Esto da más control a los usuarios (los moderadores no siempre pueden estar vigilando y a veces no son imparciales) y libra de la necesidad de un mantenimiento continuo de las salas como sucede en Banter.
- vi. En general la interfaz de chattyhive goza de un **mejor diseño y apariencia**.

**Banter es una iniciativa que hay que seguir de cerca** a pesar de ser una app mucho más básica y no tener apenas tráfico de momento. Nos llevan ventaja en cuanto que ya han lanzado y tienen app también para iOS, incluso alguna sala es accesible desde la web. Por ahora creemos honestamente que chattyhive es a día de hoy ya más

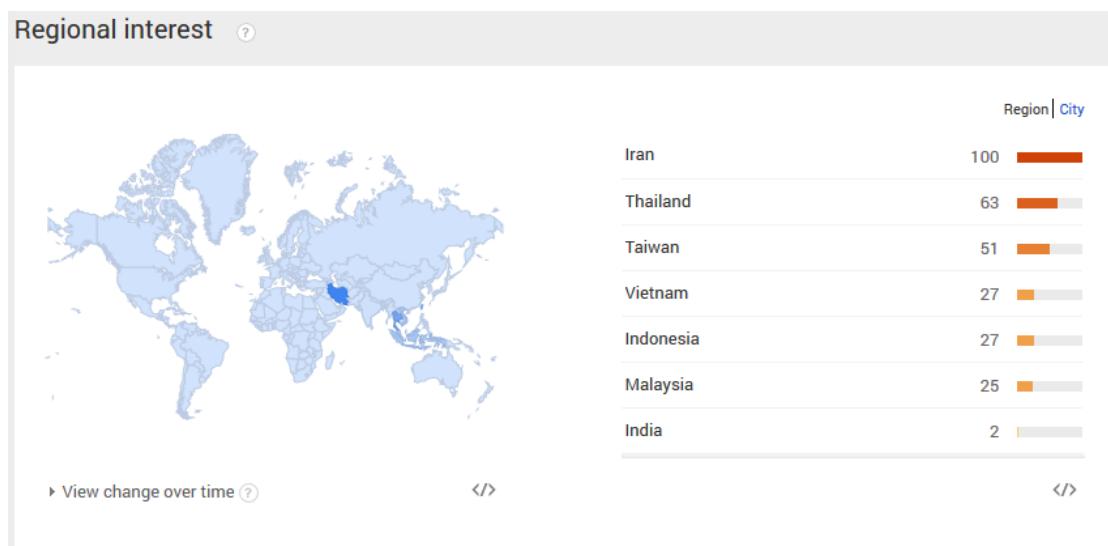
atractivo que Banter aún a falta de unos 6 meses de desarrollo por nuestra parte pero estaremos atentos a su evolución.

### C. BeeTalk

BeeTalk es una app de mensajería instantánea que ha experimentado un crecimiento enorme en tan sólo unos meses. Alcanza las 10.000.000 de descargas en al Google Play.



El servicio está popularizándose (con mucho éxito) en algunos países asiáticos, de oriente medio y de Oceanía. En concreto, la mayor parte de usuarios son de Irán, Tailandia, Taiwán, Vietnam, Indonesia y Malasia. **En occidente sin embargo no tienen apenas representación**, a pesar de que la app está en inglés y se puede descargar desde cualquier región.

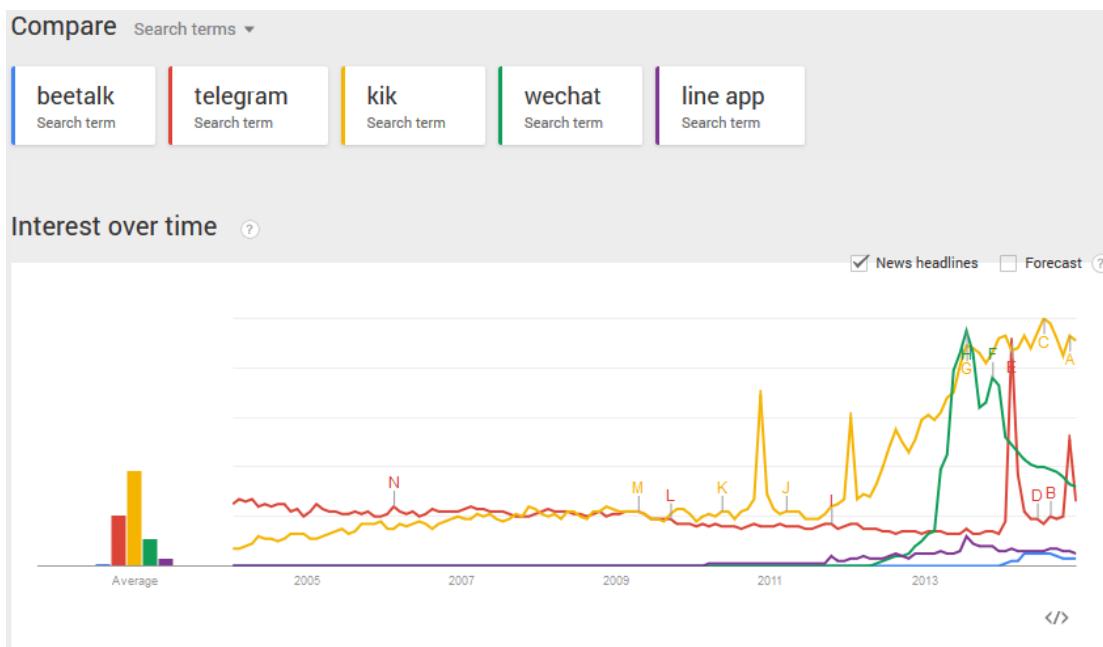


**Se trata principalmente de una app de mensajería instantánea con algunos toques de app para citas** (tiene un sistema de ranking de usuarios a lo Sexy o No), con muchas similitudes a otras ya existentes, y muy ambiciosa ya que incorpora prácticamente

cualquier funcionalidad que se pueda esperar de una app de mensajería instantánea, con algunos extras: video llamadas, juegos, perfiles públicos a los que seguir (tipo Twitter), un muro global donde la gente puede publicar contenido y filtrar publicaciones por cercanía (más propio de Facebook y otras redes sociales), posibilidad de enviar mensajes con autodestrucción (como en SnapChat), encontrar usuarios cerca de ti (radar), etc.

**Una de estas funcionalidades, incorporada recientemente, se llama “clubs”, y tiene similitudes con nuestros hives**, ya que agrupan a usuarios en torno a un tema, un local o un evento. Se parece en realidad más a los Spots de Spotbros, ya que en general los usuarios tienen perfiles con información real y también por el grupo de usuarios que utilizan la app. Está disponible de momento sólo en algunas regiones, todavía no en España, y es necesario un número de teléfono extranjero, por lo que no se ha podido probar bien sino sólo basarse en algunas capturas de pantalla e información extraída de Internet.

En las regiones mencionadas, en las que se ha popularizado, rivaliza principalmente con Line y con WeChat que gozan también de popularidad en esas regiones. Si se la comparan con otras apps populares de mensajería instantánea (sin incluir Whatsapp para que la comparativa sea más justa) vemos que de momento tanto sus dos rivales Line y WeChat, como otras alternativas a Whatsapp (Kik o Telegram) tienen de momento mayor peso.



Como curiosidad esta app BeeTalk comparte parte de los términos que se utilizan en chattyhive por estar basados ambos en la apicultura (por decirlo de algún modo) como temática para la marca. En su app hay en general un toque más infantil en todo su diseño, con varias animaciones e iconos graciosos y bien logrados, aunque el diseño general de la interfaz es más flojo y anticuado que el de chattyhive. El público asiático es posiblemente bastante menos exigente en cuanto a tendencias de diseño que se imponen en occidente.

Se ha decidido incluir BeeTalk en la sección de competidores porque aunque en líneas generales su servicio se enfoca a un público distinto y con una propuesta de uso distinta que la de chattyhive, **es importante ver cómo evoluciona esa nueva funcionalidad “clubs” y ver si serán capaces de expandir fronteras y llegar al mercado europeo o americano.**

#### D. *Rooms*

**Rooms es un nuevo servicio lanzado por Facebook** (pero totalmente independiente de la red social), con app disponible de momento sólo para iOS (a fecha de Diciembre de 2014) y que se ha anunciado en todos los medios a nivel mundial. Es un lanzamiento reciente por lo que están aún en plena fase de experimentación y es difícil hacer predicciones de que camino van a tomar, pero de momento está mucho más en la línea de Reddit o cualquier otra red social que se base en el posteo de contenido.

Se menciona en este documento por varias razones.

Por una parte se ha mencionado en muchos medios (equivocadamente) como una app de chat que retoma el concepto de las salas de chat tipo IRC, por lo que en principio se enmarcaba como rival directo para nuestro servicio.

El que una empresa con la fuerza de promoción (casi ilimitada) que Facebook tiene esté detrás de la iniciativa es muy a tener en cuenta por más que de momento estén en una línea de funcionalidad distinta.

**Rooms se organiza en salas temáticas y los usuarios son anónimos. Pero la experiencia de usuario es muy distinta por el momento ya que en Rooms no se puede chatear.** Los usuarios postean contenido en un muro y sobre cada post otros usuarios pueden comentar o darle a “me gusta”. De momento no hay demasiadas salas abiertas (un gran número de salas son accesibles sólo por invitación) y la aplicación es muy simple por lo que **estamos a la espera de ver que camino siguen y ver si en un futuro representan un problema para nosotros.**

# Modelo de negocio

## Introducción

Los diferentes elementos del modelo de negocio propuesto en este documento tienen como finalidad el **dar una idea general del potencial del servicio a la hora de monetizar** el uso que los usuarios hacen de él. **No son definitivos**, no hay plazos fijos para implementarlos y según evolucione el servicio, y teniendo en cuenta el *feedback* de los usuarios, se eliminarán, mantendrán, cambiarán o añadirán propuestas para sacar el máximo rendimiento al servicio sin que la experiencia de usuario se vea dañada.

**Chattyhive se presenta como un servicio que ofrece varias vías de desarrollo del modelo de negocio en paralelo.** Algunos de los elementos podrán ser integrados a corto plazo, otros no tendrá sentido integrarlos hasta que haya una base de usuarios asentada, pero en cualquier caso el planteamiento a futuro es el de varias vías de monetización funcionando en paralelo al igual que ocurre en LinkedIn.

En este proceso de búsqueda de un buen rendimiento económico del servicio **hay que tener presente siempre al usuario y cómo afecta a su experiencia la integración de ciertos elementos**. Si queremos que chattyhive tenga una vida larga y digna es importante ir dando los pasos poco a poco y sin precipitarse, entendiendo las exigencias de un conjunto de usuarios acostumbrados a utilizar servicios web de calidad, gratuitos y en su mayor parte libres de publicidad o con publicidad poco intrusiva. Un punto sensible en este sentido es por tanto la integración de publicidad. No estamos ya en el año 2000, y no podemos poner un banner llamativo en la parte superior de cada página para sacar unos pocos euros y dejar claro que somos un servicio de poca calidad y con pocas aspiraciones. Los usuarios no van a tener piedad con nosotros si no los cuidamos y nuestro mercado objetivo principal es un conjunto de usuarios exigentes e inteligentes, que entienden perfectamente que un negocio necesita generar beneficios con publicidad o servicios de pago y que por tanto no van a rechazarla si está bien integrada y llega en el momento adecuado.

Por suerte **en chattyhive contamos con otros medios menos intrusivos para rentabilizar el servicio** y que se pueden integrar en un plazo menor que la publicidad segmentada. La publicidad es uno de los platos fuertes, posiblemente el elemento de más peso, pero tendrá que llegar algo más adelante, cuando haya una base de usuarios consolidada.

Antes de comenzar con la descripción de cada uno de los elementos **se repasan algunos de los factores clave para la monetización de un servicio web** y cómo encaja chattyhive en este panorama.

### *El poder de la información*

Google es sin duda el principal proveedor de contenidos de todo Internet y google.com es, seguido por facebook.com, el dominio más popular según el Alexa Rank. Además, Google obtiene enormes ingresos con sus servicios web gratuitos y su principal fuente de ingresos proviene de la publicidad con sus sistemas AdWords y AdSense. La publicidad es también la base de ingresos en Facebook aunque no le está resultando tan rentable como a Google.

Pero en ambos casos y en muchos otros negocios 2.0, **la publicidad ha evolucionado haciendo uso de la principal baza que la web 2.0 nos ofrece: la interacción de los usuarios con el servicio.** Cada vez que un usuario interactúa en una red social, en el buscador de Google o en cualquier otro servicio web, a través de sus contenidos dinámicos, está regalando información sobre sus necesidades, preferencias y perfil de usuario. Esta información es el verdadero modelo de negocio de los gigantes de Internet y permite, entre otras cosas, que **la publicidad se segmente de modo que a cada usuario le llegue sólo la publicidad que más le puede interesar.** Pero no sólo eso, **toda esa información** acerca de los usuarios **se traduce en estadísticas de tendencias y necesidades de los individuos que son de gran interés para empresas externas** que compran esa información o pagan por hacer uso de ella.

Por su puesto cuanto más se aproxime la información que un usuario entrega a un servicio web sobre sí mismo, a la realidad sobre los gustos y necesidades de esa persona, mayor será la efectividad de la publicidad enfocada a él y en general mayor valor tendrá esa información. Facebook ha tenido siempre un problema en este sentido, ya que los “me gusta” que sus usuarios hacen, y que son su principal instrumento de segmentación de la publicidad, no siempre reflejan la realidad de lo que realmente le importa a sus usuarios; en Facebook la gente le da a me gusta muchas veces por inercia, para quedar bien con amigos o familiares, o simplemente porque no cuesta esfuerzo ninguno hacerlo. Además en Facebook la gente está condicionada por todo el entorno que le rodea. Según tu situación de vida y el conjunto de contactos que tengas van a haber determinadas cosas sobre las que no vas a interactuar por miedo a lo que piensen los demás.

**En chattyhive hay una relación muy directa entre lo que los usuarios comparten en el servicio y lo que les interesa y necesitan en la vida real.** A través de las suscripciones a los hives el usuario da mucha información relevante sobre sí mismo de un modo muy claro: “Me gusta hablar de esto, porque esto me importa o me interesa”. Y además, al ser perfiles anónimos, están libres de cualquier condicionante. Cada hive tiene asociada una categoría y varios tags, que junto con el nombre y descripción dan información muy concreta sobre el tema de conversación al que está suscrito el usuario. Además se va a poder tener en cuenta cuánto participa un usuario en cada uno de los chats públicos, y en cuales está más activo recientemente. Al cabo de un tiempo de uso, el usuario va perfilándose más y más a medida que se va suscribiendo a distintos hives y participando en ellos. Por todo lo anteriormente citado, tanto a nivel del individuo, muy importante para la publicidad segmentada y los hives promocionados de los que hablamos en breve, como a nivel global, muy útil para vender información de tendencias y seguimiento de marcas, productos y servicios a terceros; **vamos a tener en chattyhive una fuente inagotable de información útil y económicamente rentable.**

### *El valor del tiempo invertido por el usuario*

Muchas veces, cuando pensamos en éxito de una aplicación web, pensamos en algunos indicadores típicos como las visitas únicas por usuario, tasa de nuevos usuarios registrados, etc. Todos esos indicadores son muy importantes, pero cuando se habla de rentabilidad de un negocio web, y en especial cuando es un modelo de negocio basado en RTB (publicidad

programática), hay un indicador que consideramos aún más importante: el tiempo invertido por día y por usuario en la aplicación.

**Cuento más tiempo sea capaz de “enganchar” el servicio a sus usuarios, más publicidad van a ver estos y mayor es la probabilidad de que un usuario haga clic en un anuncio** a lo largo del día. Por esto creemos que valen más 100 usuarios activos que pasan una hora al día chateando en chattyhive que 1000 usuarios activos que emplean 5 minutos al día en ver los últimos tweets publicados (por poner un ejemplo). Y no sólo es bueno para la publicidad, cuanto más tiempo se mantiene al usuario activo en la aplicación más probable es que visualice hives promocionados, que haga compras mediante micropagos, etc., consecuencia de su mayor fidelización con el servicio y la marca.

**Es difícil pensar en algo que retenga más a los usuarios que chatear.** Los chats ofrecen además oportunidades de visualización de publicidad que muy pocos servicios proporcionan: tiempos muertos, entre frase y frase, tiempos muertos en los que el usuario espera respuesta a su mensaje y su vista se va a cualquier parte de la web o app para hacer tiempo. Estos breves espacios de tiempo, bien aprovechados, son perfectos para hacer llegar a los usuarios los hives promocionados y la publicidad segmentada. Además esta publicidad y los hives promocionados mostrados pueden ambos tener relación directa o casi-directa con la temática de los chats que tiene el usuario abiertos en ese momento dado. El diseño y modelo publicitario de chattyhive se adaptarán para aprovechar al máximo esta ventaja de la que nuestra aplicación debe hacer uso.

### *¿Necesitará chattyhive mucha infraestructura?*

De nada sirve tener un buen modelo de negocio si el coste de mantenimiento del servicio, por usuario, supera el beneficio económico que cada uno de estos usuarios puede proporcionar.

Aunque es difícil hacer un cálculo exacto de los costes por usuario necesarios para mantener el servicio (depende de muchos factores y hacer simulaciones de carga de usuarios serias requiere un tiempo de desarrollo costoso para un pequeño equipo como el nuestro), hay bastantes evidencias de que estamos hablando de un servicio con coste bajo de mantenimiento.

**En general todo servicio web tiene costes muy asumibles hoy en día si se usan servicios en la nube de bajo coste.** Todos estos servicios escalan sus tarifas a medida que la aplicación escala en número de usuarios. Esto quiere decir que sólo en caso de que el servicio experimente un gran crecimiento se podría dar la problemática de cifras poco asumibles, pero en este caso estaríamos avanzando por el buen camino y se espera que se consigan a tiempo inversiones mayores para cubrir gastos.

Por otra parte, en cuanto a la parte técnica, el **utilizar los servicios en la nube más punteros** (Heroku, Amazon S3, Pusher, etc.) nos permite desentendernos de muchos de los problemas de mantenimiento del servicio en producción y escalabilidad, y centrarnos en el desarrollo. Sólo si el servicio escala de forma exponencial tendremos que ser rápidos en tomar las medidas necesarias (especialmente cambios en la base de datos, que es lo que requiere una gestión más manual) para poder asumir mayores cargas de usuarios sin caídas ni lentitud en

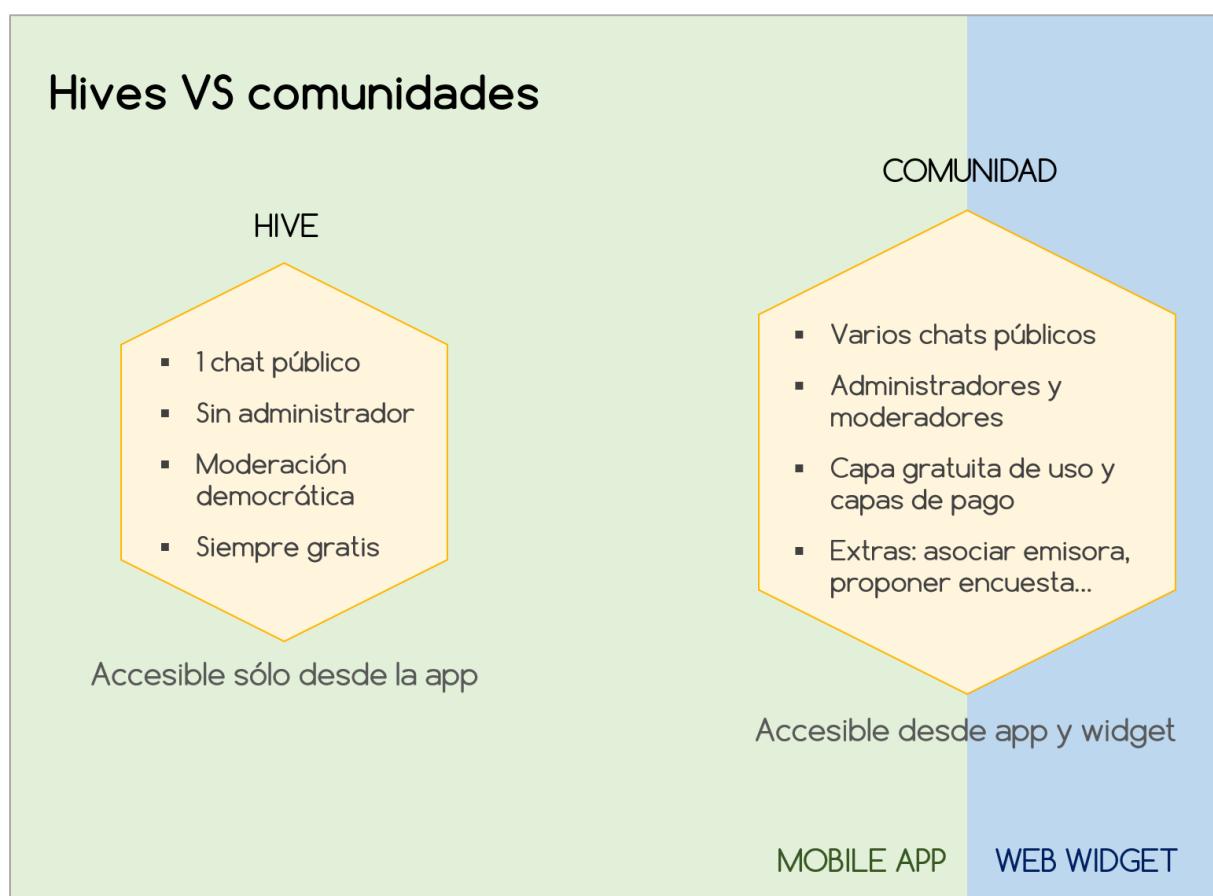
nuestros servidores. Toda esta problemática la iremos preparando de forma anticipada en paralelo con el desarrollo. Por suerte, todo lo que concierne a la puesta en producción del servicio mejora y se abarata muchísimo con el paso de los años, y muchos de los problemas que habían hace tan sólo 3 – 4 años quedan ahora en manos de terceros y permite que equipos más pequeños puedan asumir proyectos más grandes.

## Comunidades y widget – corto/medio plazo

**Las comunidades son un tipo de hive administrado y moderado.** Al contrario que algunos hives, las comunidades tienen siempre carácter permanente y están destinadas a agrupar a todos los usuarios de comunidades online y offline existentes o de reciente creación.

**Las comunidades son la mejor opción para web masters y comunista managers de empresas** y organizaciones que quieran mantener un hive oficial en torno a un producto, temática o iniciativa.

Las principales diferencias entre **hive estándar y comunidades** se resumen en el siguiente diagrama:



◇ **Los hives** están orientados a:

- Temas de conversación.
- Comunidades que surgen en la propia app.

- Eventos y otros temas con carácter temporal (caducan), noticias actuales o tendencias, concursos, encuestas...

Los puede crear cualquier usuario y son siempre gratuitos salvo si se promocionan.

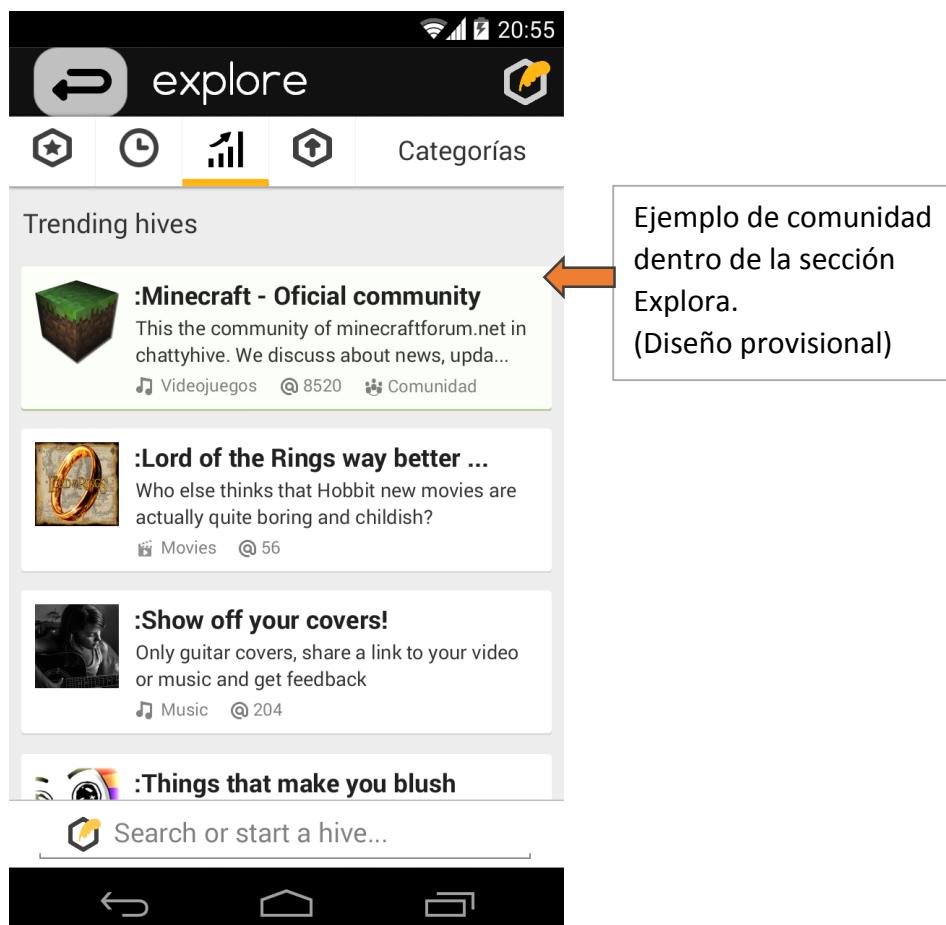
Se puede acceder a los hives desde la app para móviles y desde la web (que se desarrollará más adelante).

◇ **Las comunidades** están orientadas a:

- Comunidades online (foros, blogs, periódicos y radios online).
- Empresas y productos.
- Comunidades offline (centros de estudio, ONGs, peñas de fútbol, etc.)
- Músicos, productoras, desarrolladoras de videojuegos, famosos, etc.

Las puede crear cualquier usuario pero en general lo harán representantes de las distintas entidades mencionadas ya que requieren administración y algunas de las características requieren una suscripción de pago.

Se puede acceder a las comunidades desde la app para móviles, desde la web y desde el widget incrustado en la web de la organización, empresa o comunidad.



Las comunidades tendrán una visibilidad especial dentro de Explora.

Al permitir varios chats públicos en las comunidades se da una importante herramienta de estructuración de las mismas. Algunos de esos chats públicos podrían ser de acceso únicamente por invitación. De este modo los administradores pueden plasmar estructuras similares a la de los foros, aunque menos complejas ya que no tendría sentido llegar a los niveles de jerarquía existentes en los foros que son de naturaleza más estática.

### *Organización administrativa e interfaz web de gestión de comunidades*

Las comunidades tienen la siguiente organización administrativa:

- **Propietario** (uno por comunidad, que se mostrará como un administrador más al usuario común pero tiene algunas peculiaridades): puede crear / eliminar administradores, puede eliminar la propia comunidad. Y por supuesto puede hacer además todo lo que puede hacer cualquier administrador y moderador.
- **Administradores** (varios por comunidad): No pueden eliminar la comunidad ni pueden agregar o eliminar otros administradores. Pueden editar cualquier información sobre la comunidad y añadir/eliminar moderadores. Además pueden crear o eliminar chats públicos.
- **Moderadores** (varios por chat público): Sólo pueden expulsar usuarios de los chats públicos y editar la información del chat público asignado.

Para gestionar de forma más cómoda la parte administrativa y funcional de las comunidades, los propietarios, administradores y moderadores de comunidades tendrán a disposición una **interfaz web para la gestión de comunidades**, cuyo desarrollo está previsto a corto plazo.

Esta interfaz es un cliente web que permite el inicio de sesión de cualquier usuario en el servicio chattyhive y tendrá como objetivo único la gestión de las comunidades. Aunque esta interfaz está orientada principalmente a empresas, organizaciones y web masters, cualquier usuario podrá crear una comunidad si así lo desea. Luego ésta se someterá a una revisión manual por el equipo humano de chattyhive.

#### **La interfaz web de gestión permitirá las siguientes acciones:**

- Crear o eliminar comunidades.
- Asignar / eliminar administradores en una comunidad.
- Asignar / eliminar moderadores en un chat público.
- Editar los datos de la comunidad.
- Editar los datos de un chat público.

### *El widget*

El widget es un pequeño código HTML que se puede incrustar en cualquier página web para visualizar todo el contenido de una *Comunidad* de chattyhive.

Hay dos versiones del widget planificadas:

- **Panel lateral:** Se visualiza un botón flotante siempre visible en uno de los laterales de la web. Al hacer clic en ese botón se superpone un panel que se desliza sobre la web mostrando el chat público principal.

En esta imagen se ve en el lateral derecho (indicado por la flecha) el botón flotante que lanza el widget:

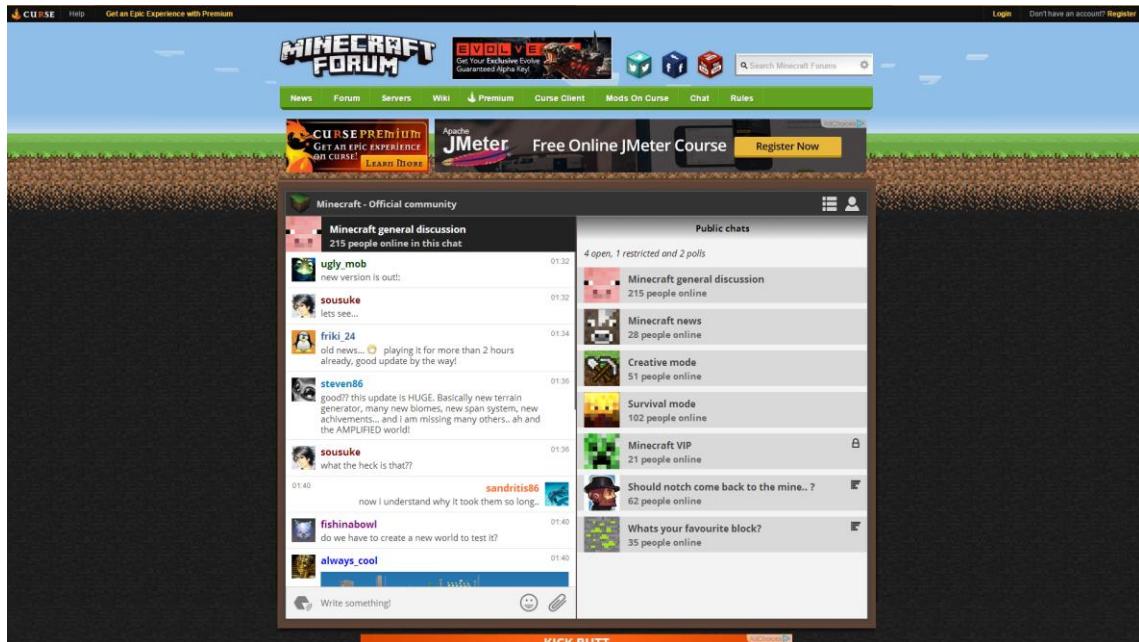


En esta otra imagen se ve el panel desplegado con el chat principal:



- **Embebible:** Se puede incrustar en cualquier div del HTML con lo que puede encajar en cualquier espacio de la web y a diferencia del panel lateral, este estará fijo sólo en una sección de la web.

Para este tipo “embebible” habrá dos opciones: widget de una sola vista (cómo el que se ve en el panel lateral) o el widget de dos vistas, en el que siempre habrá un chat abierto a la izquierda y a la derecha si visualizan distintos menús o contextos de los chats. En esta imagen se muestra el modelo de dos vistas:



**El widget será también configurable desde la interfaz de gestión de comunidades.** De este modo los propietarios y administradores de una comunidad podrán decidir entre combinaciones de colores, tamaño y algún otro parámetro del aspecto del widget.

Los usuarios que no hayan iniciado sesión en chattyhive, podrán igualmente ver el contenido de los chats públicos cuando acceden a una web que integre el widget. De este modo podrán visualizar todo el flujo de conversación y se animarán a participar. Para participar tienen que iniciar sesión en chattyhive (y registrarse si no lo habían hecho).

**Desde el widget se podrá acceder a todas las vistas de una comunidad tal y como si se hiciese desde la app para el móvil.** Estas vistas son:

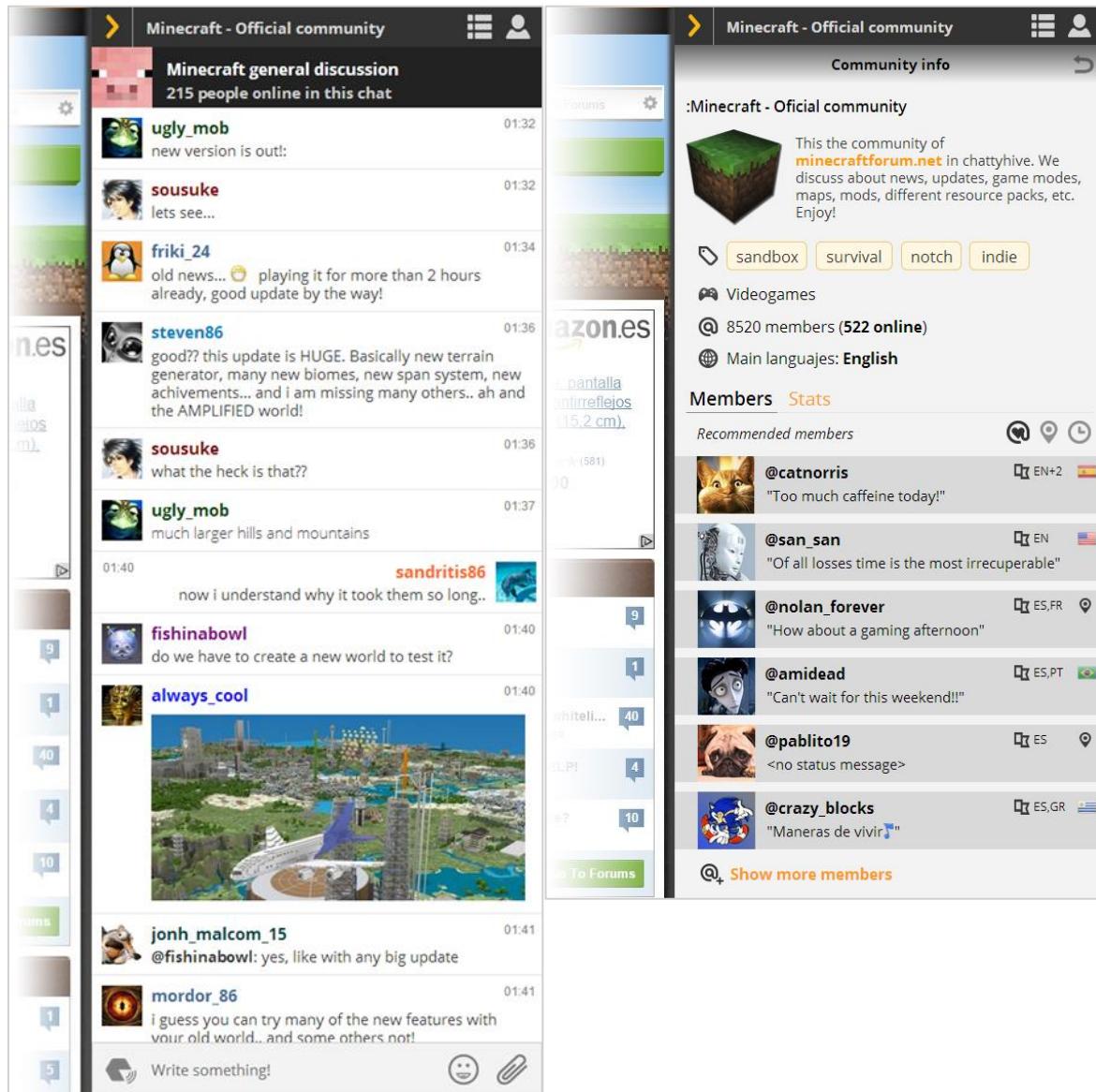
- **La vista de chat.**

Siempre habrá un único chat activo. Puede ser un chat público o un chat privado. Todos los chats privados en el widget son entre hivemates, nunca entre amigos.

- **La vista de información de la comunidad.**

Desde esta vista se puede ver el nombre completo, descripción, categorías, lenguajes hablados, y varios datos estadísticos de una comunidad.

Además se puede ver un listado de usuarios que están suscritos a la comunidad. Este listado se puede filtrar por recomendados, cercanos o recientemente suscritos.



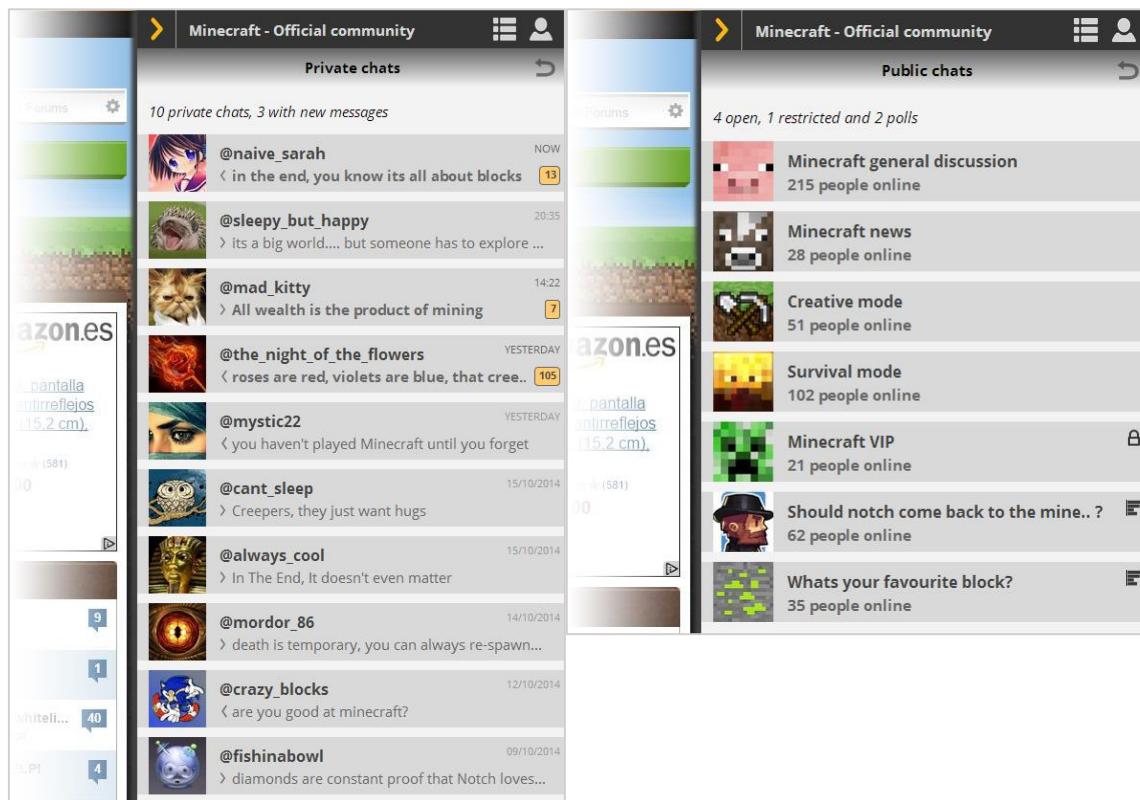
En la imagen de la izquierda vemos la vista de un chat y en la imagen de la derecha vemos la vista de información de la comunidad.

#### ■ La vista de listado de chats públicos.

Se listan todos los listados públicos. Algunos pueden ser accesibles sólo mediante invitación. Otros pueden tener asociado algún contenido especial como un video o una encuesta.

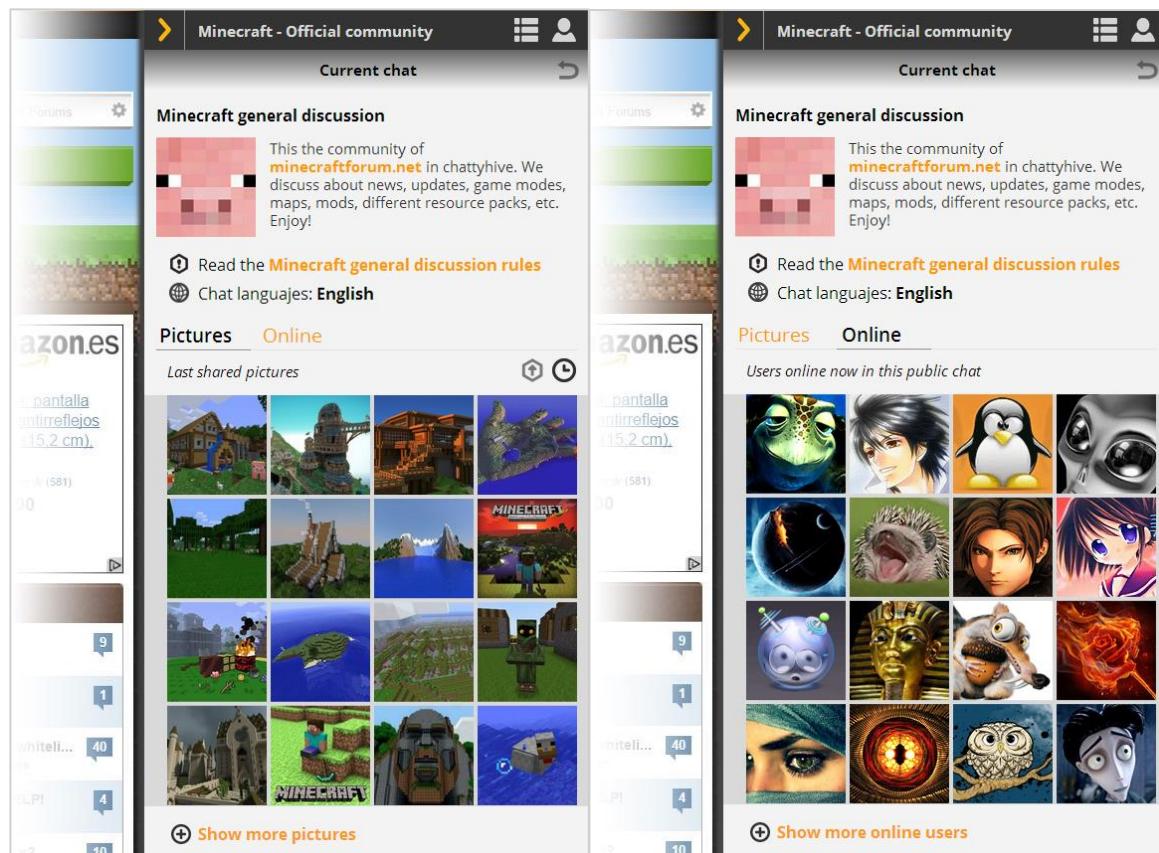
#### ■ La vista de listado de chats privados.

Se listan todos los chats privados del usuario que ha iniciado sesión con otros usuarios de la comunidad. Está todo sincronizado con sus dispositivos móviles.



En la imagen de arriba a la izquierda vemos la vista de listado de chats privados y en la imagen de la derecha vemos la vista de listado de chats públicos.

Las dos siguientes imágenes muestran dos sub-vistas dentro de la vista de contexto.



- **La vista de contexto de un chat.**

Da información relevante sobre la actividad del chat público, como pueden ser las últimas imágenes compartidas, los usuarios online, los mensajes más votados del día, etc.

### *Capa gratuita y capas de pago*

**El widget y las comunidades forman parte del modelo Freemium de chattyhive.** Habrá una **capa de uso básica y gratuita y varias capas de pago.** Como el widget y comunidades no están planificados para el MVP inicial (aunque se implementarán a corto plazo y parte de la funcionalidad ya está implementada en el servidor) no están decididas las distintas capas de pagos pero se deja a continuación una **tabla con una posible configuración** para hacerse una idea:

	Free	Small	Medium	Big
Price / month	-	10 €	30 €	100 €
Max. communities	1	1	3	10
Public chats / per community	1	3	10	20
Private chats	YES	YES	YES	YES
chattyhive Ads (g. adwords)	YES	NO	NO	NO
Pictures sharing	NO	YES	YES	YES
Widget	YES	YES	YES	YES

A continuación se citan algunas de las **webs/comunidades en las que el widget podría encajar** y cuáles son sus problemas o ventajas:

**A. Tienen un modelo de negocios basado en publicidad.**

**1. Publicaciones online.**

Ejemplos:

<http://www.meristation.com/>  
<http://politica.elpais.com/politica/>

El widget respeta perfectamente su publicidad. Si optimizan la distribución de sus banners para que esté visible siempre que el widget esté desplegado van a obtener aún más clics ya el chat retiene aún más a los usuarios y nada tiene tantos tiempos muertos (entre mensaje y mensaje) como un chat.

Les puede preocupar que parte de los usuarios se vayan a la aplicación móvil a participar en la comunidad, con lo que estarían fuera de su web pero:

- Les sirve para tener presencia en el móvil y que la gente siga hablando de ellos aun cuando no están con sus PCs.
- Como administran la comunidad pueden constantemente poner en el chat de la comunidad los enlaces de sus publicaciones y no cuesta nada hacer que esos enlaces se abran en un navegador integrado en nuestra app.
- En un futuro se podrá ver un modo de que la publicidad que se vea en el widget de estas comunidades genere beneficios compartidos entre chattyhive y su empresa, al igual que hizo Facebook con juegos como Candy Crush o Farmville.

**B. Su modelo de negocio no va a través de la web.**

En todos estos casos ya no hay ningún tipo de pérdida para las webs que hospedan el widget, sólo ganan en interacción con sus clientes/usuarios.

**2. Servicios de streaming (complejos o simples)**

Ejemplos:

<http://grooveshark.com/>  
<http://www.radiotunes.com/tophits>

**3. Webs de productos tecnológicos**

Ejemplo:

<http://www.bq.com/es/>

**4. Portales de productos software (código abierto o comerciales)**

Ejemplos:

<http://www.scala-lang.org/>  
<https://es.opensuse.org>

**5. Webs de videojuegos**

Ejemplo:

[http://www.dragonage.com/#!/es\\_ES/home](http://www.dragonage.com/#!/es_ES/home)

**6. Foros de videojuegos (especialmente los indie, pero no sólo esos)**

Ejemplos:

<http://community.playstarbound.com/index.php#starbound.1>  
<http://forums.ubi.com/>

## 7. Otras comunidades ya existentes

Ejemplos:

<https://betabeers.com/>  
<http://fatic.uvigo.es/index.php/es/>

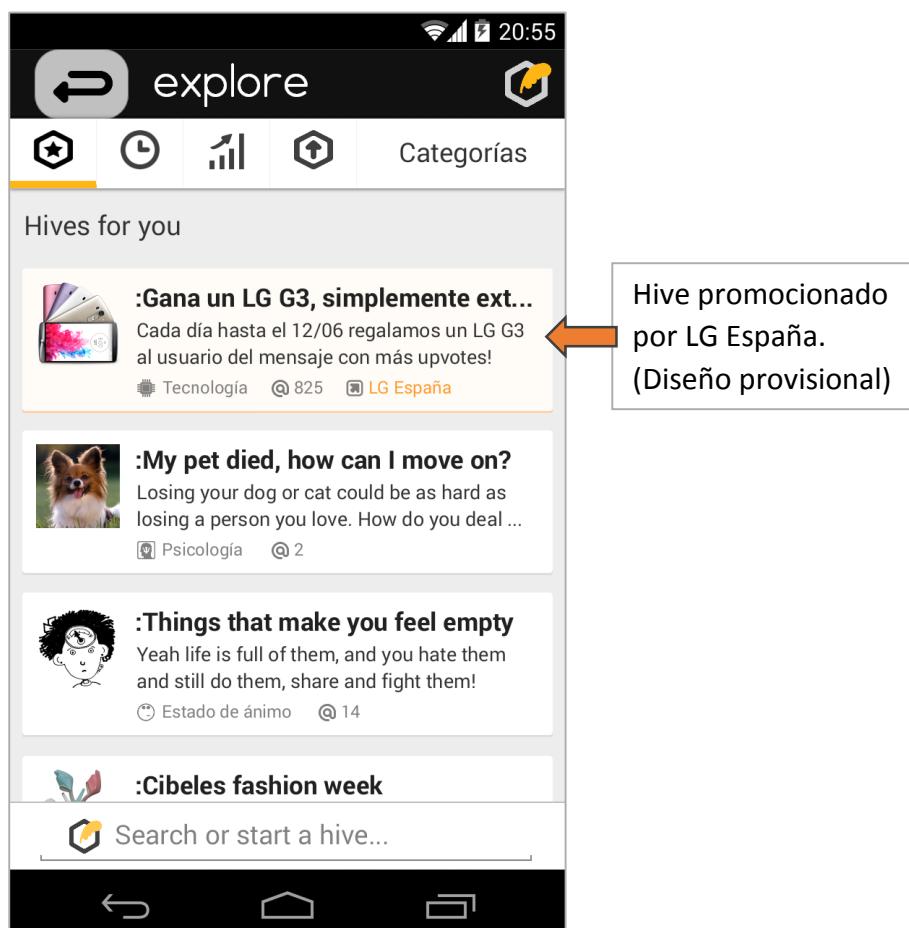
## 8. ONGs

Ejemplo:

<http://www.oxfam.org/>

Hives promocionados – corto/medio plazo

Son hives sobre los que cualquier usuario, empresa, organización, institución, famoso o artista hace un pago para que estén más visibles en la sección Explora y en el Home de los usuarios relevantes, durante un tiempo. Más adelante también se podrían mostrar en forma de publicidad en dispositivos con pantalla más grande o en la Web.



Debido a la naturaleza de los hives, que no tienen administrador ni moderador, hay dos posibles situaciones que pueden darse para promocionar un hive.

- i. Se puede **crear un nuevo hive y promocionarlo un número de días tras su creación**. Durante ese período de tiempo el usuario o entidad que lo promocione tendrá el control del hive, podrá moderar su chat público, cambiar la descripción y otros datos, y asociar al hive una encuesta, un video o cualquier otro contenido que ayude a cumplir con sus objetivos. Tras el periodo de promoción el hive pasa a ser un hive estándar y el control efectivo pasa a ser de los usuarios suscritos.
- ii. Se puede **promocionar un hive ya existente durante un número de días**. En este caso el usuario que pague por promocionarlo no tendrá control sobre él, pero obtendrá el objetivo básico de darle mucha más visibilidad dentro de las diferentes vistas de la aplicación.

### *¿Cómo se realiza la promoción y el pago?*

Para la promoción de hives hay que buscar que sea **lo más simple y rápida posible**. En este sentido **contrastará totalmente con el sistema de publicidad segmentada** que se implementará, en el que se darán múltiples opciones de segmentación y será una opción más enfocada a empresas. A cualquier usuario le puede interesar dar más notoriedad a un hive que haya creado (o incluso a uno que haya creado otro) promocionándolo para así dar a conocer algo que le importa, conseguir que se hable más de un evento, para organizar una quedada o simplemente para conocer gente. Por este motivo se busca que el sistema de promoción de hives sea un sistema cómodo y fácil de entender.

**Se permitirá elegir un periodo de tiempo en días** (habrá un máximo) y **un nivel de visibilidad** (bajo, medio y alto por ejemplo), se presentará el coste total de la promoción y con un toque se procederá a realizar el pago. De este modo con un micropago asumible por cualquier usuario será posible dar visibilidad a un hive que te importa por 1 o 2 días con un nivel bajo de visibilidad. Además, en el caso de ser un hive recién creado, se podrá elegir un nombre a mostrar (distinto del nombre de usuario) como administrador y moderador del hive mientras dure la promoción.

### *¿Por qué puede interesar?*

**Según el grupo de usuarios que haga la promoción del hive puede haber un motivo u otro.** A continuación se enumeran algunas posibilidades:

- **Usuario común:** Ya se ha adelantado antes que cualquier usuario puede tener interés en que un hive creado por él o incluso creado por otro usuario sea promocionado. Algunos ejemplos son:
  - Dar a conocer un evento local.
  - Organizar una quedada, fiesta o plan.
  - Conocer gente a través de algún hobby o tema de conversación que le fascine.
  - Crear un grupo de apoyo en temas de estudios, psicológico, de salud, etc.

▪ **Artista o famoso:**

- Promocionar sus obras.
- Promocionar conciertos, exposiciones, eventos, etc.
- Conseguir más fans a través de su hive principal
- Organizar quedadas virtuales con sus fans: un momento del día en el que el famoso accede al chat a contestar algunas de las preguntas más votadas.

▪ **Organizaciones y empresas:**

- **Promocionar su marca a través de hives relacionados:** Aquí es importante destacar que los hives pueden tener carácter temporal y no necesariamente tiene que ser el hive oficial y único de la marca. Una empresa busca que se hable de su marca o producto y estarán muy interesados en crear y promocionar hives que consigan que mucha gente hablen de ellos.

**Es trabajo de las empresas el tener capacidad para crear un marketing inteligente que aproveche las virtudes del servicio.** Por ejemplo una marca puede crear hives que propongan un reto, o un concurso, o un juego sencillo que se consiga mediante el chat. De este modo mantienen a los usuarios muy activos y están promocionando su marca o producto de una forma menos directa.

Un ejemplo sería:

**Nombre del hive:** Gana con Coca-Cola, escribe el mensaje más gracioso!

**Descripción:** Escribe el mensaje más gracioso que incluya la “Coca-Cola” en su contenido, y vota los mensajes de los demás. Cada día, desde el 7 al 14 de Enero, entregamos un premio al ganador. El premio de esta noche es una PS4.

- Promocionar eventos relacionados con el evento o producto
- Promocionar el hive oficial de la marca o producto para conseguir más seguidores.
- Utilizar un hive para realizar una encuesta de satisfacción del consumidor + discusión relacionada. Promocionarlo para obtener mucho más feedback.
- Organizar campañas humanitarias en el caso de una ONG.
- Convocar una manifestación.
- Utilizar un hive para dar a conocer una campaña política.
- Promoción de escuelas y universidades privadas que se dan a conocer a través de un hive y resuelven dudas por el chat.

## In-app purchases – corto/medio plazo

Otro elemento que no necesita de una base enorme de usuarios para que los usuarios existentes puedan disfrutar de ello y proporcionar algunos ingresos a chattyhive es la disponibilidad de algunos elementos con los que complementar la funcionalidad de la app y distinguirse del resto de usuarios haciendo uso de los micropagos.

Serían **pequeños complementos de coste bajo**, 1 o 2 euros por complemento, algunos son ampliamente utilizados por apps de mensajería instantánea o red social.

- **Paquetes de *Stickers* o emoticonos animados**

Chattyhive vendrá con un paquete de emoticonos base (idénticos a los que nos encontramos en Whatsapp y otras apps). Si los usuarios quieren disponer de paquetes extra más originales y grandes (*Stickers*) o animados, tendrán que hacer un único micropago por paquete para adquirirlo de forma permanente (va asociado a su cuenta).

- **Fondos de chat compartidos**

Es una idea no inspirada en ninguna otra app. Permite al usuario elegir el fondo para la vista del chat privado con otros usuarios, con la peculiaridad de que cuando otro usuario inicie una conversación con él tendrá ese mismo fondo en su vista de chat. De este modo, cuando el usuario A inicia un chat con el usuario B, el usuario A está viendo el fondo de chat del usuario B y el usuario B estará viendo su propio fondo de chat. El usuario A podrá en cualquier momento hacer clic en el botón de “compartir mi fondo” y se invertirán los papeles: el usuario A verá su propio fondo y el usuario B verá el fondo del usuario A.

Estos fondos tendrán un formato de imagen exclusivo para chattyhive de modo que sólo se puedan adquirir mediante su adquisición por micropago (posiblemente se compren paquetes con varios fondos y posiblemente deba haber un paquete básico gratuito).

- **Paquetes de avatares personalizados**

Chattyhive ya viene con un paquete de avatares básico. El usuario podrá elegir un avatar dentro de este paquete al registrarse en el servicio.

Se podrán adquirir nuevos paquetes de avatares mediante micropagos. Algunos de estos paquetes podrían ser personalizables, es decir tendrían una temática base y se le podría modificar aspecto (colores, formas de pelo, ojos, etc.)

Las tres opciones requieren un mayor esfuerzo en diseño gráfico que en desarrollo de código.

## Servicios Premium – medio/largo plazo

La cuenta Premium también encajaría bien en chattyhive, pero tendrá más sentido cuando se hayan alcanzado ciertos niveles de actividad en la red y número de usuarios registrados. **Se trataría de una suscripción mensual o anual y se accedería a un paquete de funcionalidades**, algunas exclusivas y otras disponibles también como micropagos pero que tendrían más coste si se adquiriesen de forma individual.

**Algunas de las ventajas de las cuentas Premium** pueden ser:

- **Desactivar la publicidad.**
- **Destacar a su usuario / mensajes** en los chats públicos de los hives (ayuda a conseguir mayor atención y por tanto mayor número de votos que influyan en su reputación (ver apartado sobre el sistema de reputación)
- A la hora de marcar negativamente a usuarios para expulsarlos de un chat por comportamiento molesto, **su voto tiene mayor peso**.
- **Búsqueda de usuarios** en función de su reputación para determinados *tags*. Muy útil para encontrar usuarios expertos en ciertas materias.
- **Acceso a hives exclusivos** para usuarios Premium o acceso prioritario en hives limitados en “aforo”. En un futuro podrían haber hives, asociados a famosos, a concursos exclusivos o eventos dentro de la red, que por su naturaleza necesiten tener un aforo más limitado. Una buena forma de limitarlo y de sacar partido es dar la opción de suscribirse sólo a los usuarios Premium, o en cualquier caso darles una mayor prioridad para suscribirse.
- Se podría regalar una o varias in-app purchases (de las comentadas en el punto anterior) al mes.

Esto está obviamente aún por madurar, pero se ha dejado claro que hay suficientes posibilidades como para considerar esta opción. Habría que estudiar también una cuenta Premium de empresa que incluya estas ventajas más lo ya comentado en las capas de pago de las comunidades / widget.

## Venta de datos estadísticos sobre conversaciones – largo plazo

Ya más a largo plazo (hace falta una buena base de usuarios y actividad en la red) hay mucho potencial en la cantidad de información en tiempo real se puede proporcionar a empresas y organizaciones sobre tendencias en la conversación.

Por su puesto hay ya varias redes sociales que proporcionan estadísticas sobre cambios en los gustos y preferencias de los usuarios, pero lo importante es que **nosotros podemos dar un punto de vista distinto** ya que nos basaremos en otro tipo de datos que sólo nuestra red puede proporcionar.

Nosotros **podemos proporcionar instantáneas sobre conversaciones**: ¿Cuánta gente está chateando ahora mismo sobre la categoría “política”? ¿Cómo de activas son las conversaciones que se están dando para el tag “iOS”? ¿Cuántos chats privados hay abiertos relacionados con Coca-Cola? Y por supuesto podremos también proporcionar históricos sobre cambios de tendencia. De este modo Coca-Cola podría ver cuantos usuarios chatean sobre eso en relación al número de usuarios total que están chateando en la red y ver si aumentan o disminuyen con el paso del tiempo.

Sólo Twitter se acerca a este tipo de estadísticas y no obstante no es lo mismo hacer menciones de un producto o temática en un Tweet que mantener un chat sobre esta misma temática o producto. Todo el resto de datos estadísticos más típicos los podemos dar sin problema: temas con más suscriptores, tags más populares, fluctuación en la actividad (mensajes por día y votaciones sobre mensajes por día) para determinados hives o comunidades, etc.

Esta es una funcionalidad que requiere mayor inversión en desarrollo pero que puede proporcionar importantes beneficios. Se podría ofrecer tanto en pagos puntuales por informes estadísticos completos como en una suscripción mensual / anual que permita el acceso a una interfaz web en la que poder filtrar la información en base a distintos parámetros.

## Publicidad segmentada. Compra programática – largo plazo.

La opción de los hives promocionados proporciona un sistema cómodo y rápido para dar notoriedad a un hive. Es una vía que las empresas pueden utilizar para dar a conocer su producto, marca o servicio. En el caso de los hives promocionados son los servidores de chattyhive los que se encargan de decidir a qué usuarios se hace más visible ese hive en base a sus gustos y preferencias, pero el usuario o entidad que lo promociona no tiene control alguno sobre estas decisiones.

**La segmentación de la publicidad y el basarse en un sistema RTB (real-time bidding) permite hacer llegar cada anuncio publicitario sólo a aquellos usuarios que puedan estar interesados** y se establece un sistema de pujas para que los anunciantes tengan más o menos opciones de llegar a su público objetivo en función de cuánto están dispuestos a pagar por cada clic, por cada mil impresiones o incluso por cada interacción de los usuarios con su anuncio. Este modelo es ya ampliamente utilizado y resulta beneficioso tanto para anunciantes como para la plataforma que los integra o incluso para los usuarios ya que les llega publicidad en la que realmente pueden estar interesados.

Al ser una funcionalidad compleja y planificada a largo plazo, todavía está por perfilar el cómo implementarla y que opciones de segmentación proporcionar. Por ello lo que se expone a continuación son tan sólo algunos apuntes en relación con esta implementación a largo plazo.

- **Es posible que se implemente en varias fases.** El sistema final deseado es complejo por lo que podría resultar conveniente ir introduciendo la publicidad utilizando modelos más simples al principio. **Utilizando DoubleClick for Publishers (DFP) podría fácilmente asumirse esta implementación en dos fases.**

**En una fase inicial se utilizaría DFP sólo para definir el target para los anuncios.** Es decir, se le dice a DFP que para un determinado usuario o para una determinada vista muestre sólo los anuncios relacionados con una región, lenguaje, o categoría. Todos los anuncios serían proporcionados por AdSense, también de Google. Se podría utilizar *DFP for small business* que es gratuito, sin limitaciones mientras se utilicen anuncios de AdSense<sup>10</sup>.

**El segundo paso sería integrar nuestra propia interfaz de gestión de anuncios** para que aquellos usuarios que representen a empresas puedan crear sus campañas publicitarias. Esta interfaz permitiría darle forma al anuncio (nombre, pequeño texto, imagen, enlace al que lleva el anuncio), da a elegir el público objetivo en base a varios parámetros y se escogería un periodo para la ejecución de la campaña. Además se escogería un criterio de puja y una cantidad (cantidad con la que se puja por clic, por mil impresiones o por interacción). Se seguiría utilizando DFP para entregarle los anuncios que los usuarios crean y que sea DFP el que se encargue de asignar los anuncios a los usuarios correspondientes en función de cuál es el anunciante que gana la puja para cada vez que se solicita mostrar un anuncio en la web o la app para Smartphones. De este modo la parte más compleja de la implementación la hostea Google. Obviamente esto crea una dependencia del sistema de Google y si la tasa de anuncios impresos es muy elevada hay que comenzar a pagar. Pero es una muy buena solución.

**La solución más costosa, y que podría no llegar a darse en mucho tiempo, sería el hostear nuestro propio sistema de RTB.** Hay algunas implementaciones de código abierto para hacer esto. Esto incrementa en mucho los costes en servidores, desarrollo y mantenimiento pero no dependeríamos de ningún proveedor externo.

- En paralelo a la implementación de las tres posibles fases hay que estudiar el cómo **incorporar publicidad contextual en tiempo real** para las conversaciones. Esto serían anuncios que todos los usuarios que están dentro de una conversación estarían viendo simultáneamente, y anuncios relacionados con la conversación en sí. De este modo se busca que los usuarios interactúen con el anuncio y lo discutan. Esto puede interesar a empresas según el tipo de anuncio, muchas veces es más relevante que hablen de tu marca a que hagan clic en un enlace.
- Debería ser posible elegir que un anuncio apunte a un enlace a la web o que apunte a un hive dentro de chattyhive. Es decir, se podrían publicitar hives o comunidades para el caso de que los *hives promocionados* no den la potencia o granularidad deseada por la empresa.
- A la hora de elegir los datos de segmentación para hacer llegar la publicidad sólo al público objetivo idóneo para la entidad se consideran, como mínimo, los siguientes criterios:

---

<sup>10</sup> Tiene un límite de 90 millones de impresiones por mes cuando se usan otros proveedores de anuncios o anuncios propios.

- Edades, regiones y sexo.
  - Idiomas.
  - Tags y/o categorías de los hives a los que el usuario está suscrito.
  - Palabras clave (para esto se utilizaría información de mensajes en chats público, votaciones sobre mensajes y las descripciones de los hives, entre otros).
  - Seleccionar si se quiere que el anuncio se incluya en publicidad contextual.
- Una vez escogida la campaña el usuario podrá realizar un seguimiento estadístico de la misma, en la web o app para móviles y tablets.
  - Hay que tener en cuenta la insatisfacción que produce la publicidad en dispositivos de pantalla pequeña. Esto no quiere decir que no puedan contener anuncios, pero sí que se buscará el modo de que sea poco molesta o premiar a los usuarios que la visualizan, dando la opción de ocultarla temporalmente.

# Equipo. Estado del desarrollo

## Equipo actual

### ⌚ Álvaro Gómez Vieites

Es CEO en chattyhive desde Octubre de 2014. Es responsable del desarrollo del negocio, del plan de marketing y del contacto con clientes institucionales e inversores potenciales.

### ⌚ Diego Ocampo Pérez

Ha sido el promotor inicial del proyecto y CEO en chattyhive desde Septiembre de 2013 hasta Septiembre de 2014. Ahora coordina el diseño y el desarrollo técnico del proyecto además participar en el desarrollo del servidor.

### ⌚ Jonathan Rodríguez González

Ha formado parte del equipo desde Septiembre de 2013 asumiendo principalmente el desarrollo del núcleo de la app para Android.

### ⌚ J. Guzmán Figueira Domínguez

Forma parte del equipo desde Septiembre de 2014. Trabaja en la interfaz de la app para Android.



# Colaboradores

Han colaborado o siguen colaborando en el proyecto las siguientes personas:

## 👤 Lorenzo García Cortiñas

Desarrolló su Proyecto de Fin de Carrera en chattyhive y ha estado colaborando desde Septiembre de 2013 hasta Septiembre de 2014. Aún realiza alguna colaboración puntual. Desarrollador de backend.

## 👤 Xurxo Legaspi Ramos

Desarrolló su Proyecto de Fin de Carrera en chattyhive y estuvo colaborando desde Septiembre de 2013 hasta Junio de 2014. Desarrollador de backend.

## 👤 Daniel Otero Prol

Desarrolla su Proyecto de Fin de Carrera en chattyhive. Está trabajando en el *widget*. Comenzó a colaborar en el proyecto en Abril de 2014 y seguirá haciéndolo hasta presentar su proyecto en 2015.

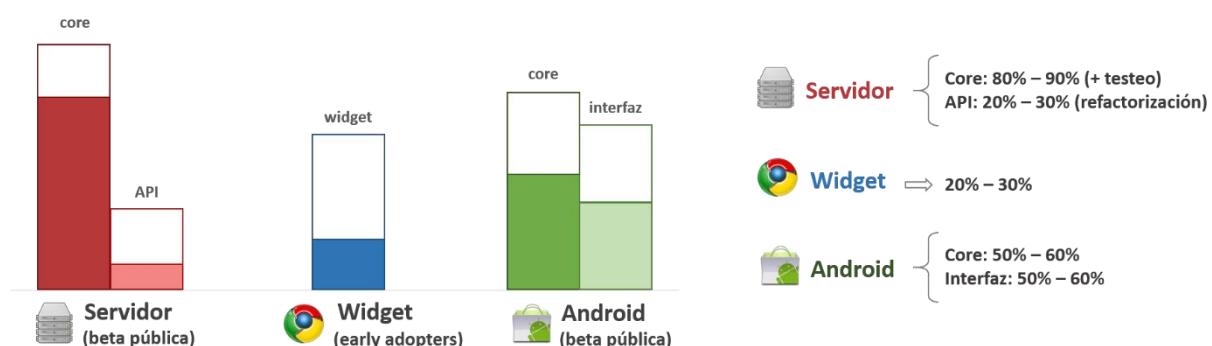
## 👤 Adrián Fernández Huidobro y José Manuel Maceda González

Comenzaron a dar asesoramiento al equipo de chattyhive mientras estudiaban el Máster en Derecho de Empresa en la Universidad de Vigo. Siguen dándonos asesoramiento y consejo en la actualidad.

# Estado actual del desarrollo

En el diagrama que se muestra a continuación se da una aproximación del **porcentaje del MVP desarrollado en cada uno de los diferentes desarrollos necesarios**. El widget se ha incluido por ampliar información, pero se está desarrollando a un ritmo más lento y no está planificado dentro del MVP.

Es importante mencionar que aunque versiones para iOS y Windows Phone están previstas a medio plazo, el desarrollo de la app para Android se está realizando de tal modo que el núcleo (“core” en la imagen) sea lo más portable posible a otras plataformas. Por lo que se prevé que la migración a iOS y Windows Phone sea bastante rápida.



# Informe de aportaciones realizadas hasta Diciembre de 2014

## 1. Horas de trabajo aportadas

Diego: 4320

Jonathan: 1880

Lorenzo: 1040

Xurxo: 960

Daniel: 560

Guzmán: 320

Álvaro: 80

TOTAL: 9160 horas

## 2. Código

Servidor:

407 contribuciones de código

12415 líneas de código añadidas

Android:

244 contribuciones de código

70753 líneas de código añadidas

Widget:

57 contribuciones de código

2023 líneas de código añadidas

## 3. Tecnologías y servicios que usamos y dominamos

- Heroku
- Amazon S3
- Amazon EC2
- Pusher
- Poxa (<https://github.com/edgurgel/poxa>)
- GitHub
- BitBucket
- Específicos del desarrollo Android:
  - Desarrollo en Java
  - Android Studio
- Específicos del desarrollo de Servidor
  - Django y Python
  - Gunicorn web server

- Redis (BBDD NoSQL)
- Python-social-auth
- Django-cities-light
- PyCharm
- PostgreSQL
- Específicos del desarrollo del Widget
  - AngularJS
  - Javascript, CSS y HTML5
  - WebStorm
- Específicos del prototipado, diseño y merchandising:
  - Justinmind Prototyper
  - Adobe Photoshop
  - Adobe Illustrator
  - Adobe After Effects, Sony Vegas Pro

#### **4. Especificaciones y diseño**

- Plan de Proyecto inicial - 80 páginas
- Plan de Proyecto 2015
- Prototipo Android 2.3 inicial completo
- Mock up inicial de la aplicación web
- Prototipo Android 4+ completo
- Prototipo widget completo
- Logo
- Iconos de toda la app en formato svg (unos 320 iconos en total de los cuales unos 120 han sido creados o modificados específicamente para chattyhive).
- Tipos de fuente “chattyhive” y “chattyhiveSlim”

#### **5. Documentación**

- Más de 100 documentos de Google definiendo la funcionalidad, comportamiento y aspecto de la aplicación.
- Varios diagramas para visualizar la estructura del servidor, de la app para Android y de otros aspectos técnicos.
- Trello: 6 pizarras públicas y 2 privadas. 289 Tarjetas en total.

#### **6. Promoción y merchandising**

- Desarrollo de launch page
- Desarrollo del blog y posts en el mismo.
- Camisetas, tarjetas de invitación a la beta, póster
- Video promocional creado con Adobe After Effects y Sony Vegas Pro

- Comunidades (de momento pequeñas) en Facebook, Twitter y Google Plus.
- Unos 300 beta testers anotados tras un esfuerzo de promoción en las escuelas de Teleco, Industriales y Minas.

## **7. Negocio**

- Business Model Canvas
- Presentaciones en Powerpoint
- Análisis de la competencia completo
- Listado de potenciales clientes para widget y comunidades

## **8. Aportaciones dinerarias**

- 1680 euros ya invertidos
- 5500 euros se pondrán en el momento de la constitución

# Roadmap

Objetivos. Primera beta pública de chattyhive.

1. Desarrollo de una app para dispositivos con Android 2.3.3 y superiores que proporcione toda la funcionalidad básica para cumplir con la definición del servicio indicada en el apartado “Presentación del servicio”.
2. Proporcionar además la funcionalidad añadida de *comunidades* a la app para Android. Las comunidades son un tipo de hive con administradores y moderadores que están orientadas a integrar en chattyhive comunidades ya existentes tanto online como del mundo real.
3. Desarrollo de una interfaz web para la gestión de las comunidades por parte de organizaciones, empresas y usuarios. Desde esta interfaz un administrador de una o varias comunidades puede añadir o eliminar moderadores a cada chat público y modificar la información de la comunidad o de los chats públicos.
4. Desarrollo del servidor web que da soporte a los objetivos 3.1, 3.2 y 3.3.
5. Todo intercambio de datos se realizará utilizando una conexión segura con cifrado (SSL/TLS).
6. Todas las funcionalidades desarrolladas serán testeadas y validadas con varios usuarios y dispositivos.

## Calendario provisional

En el diagrama que se muestra a continuación se da una idea aproximada de los tiempos de desarrollo para los próximos 6 meses. El objetivo principal es lanzar el MVP antes del 30 de Junio de 2015. Objetivos intermedios son rediseñar y re-implementar la API, y lanzar una o varias betas privadas de la app para Android mes y medio o dos meses antes del lanzamiento de la versión pública.

El desarrollo de clientes para otras plataformas comenzará en cuanto se estabilice la situación tras el lanzamiento de la versión pública.



## Funcionalidades a implementar

Vamos a clasificar las funcionalidades con tres niveles de prioridad destacados en tres colores distintos:

1. **Funcionalidad MVP.** En color negro. Se va a implementar obligatoriamente para la primera beta pública, para la que se propone un plazo de 6 meses de desarrollo (Enero – Junio 2015).
2. **Funcionalidad a corto plazo.** En color azul. Son las funcionalidades que más prisa corren tras lanzar el producto. Completarán los objetivos básicos de la aplicación e introducirá el concepto de comunidades para ir dando forma al modelo de negocio.
3. **Funcionalidad a medio plazo.** En color morado. No tienen prisa, eso no quiere decir que alguna no se introduzca a corto plazo si resultase sencilla y si el equipo de desarrollo encuentra un tiempo extra para ello.

Para la comprensión plena de las funcionalidades a implementar se definen una serie de **elementos básicos** que formarán parte del servicio chattyhive.

- a. **Usuarios:** Los usuarios podrán iniciar sesión en el servicio utilizando su pseudónimo o su email. Tendrán dos perfiles asociados: uno público y otro privado.
- b. **Hives y suscripciones:** Un hive representa un tema de conversación o una comunidad de usuarios. Los usuarios tienen que suscribirse a un hive para poder iniciar chats privados o participar en el chat público del hive. Cualquier usuario puede crear un hive. Los hives no tienen administradores ni moderadores, son los propios usuarios los que se encargan de denunciar a aquellos usuarios que tienen un comportamiento inadecuado en cualquiera de los chats públicos.
- c. **Perfiles de usuario:** Todo usuario en chattyhive contará con dos perfiles. Un perfil público con el que participa en las conversaciones públicas y privadas dentro de los hives y con el que muestra al resto de usuarios un avatar y un pseudónimo (perfil anónimo). Y un perfil privado que es el que muestra a aquellos usuarios que previamente haya añadido cómo amigos.
- d. **Comunidades:** Son un tipo especial de hive. Las comunidades están orientadas a integrar en chattyhive comunidades ya existentes tanto online como del mundo real. En una comunidad si existe la figura del administrador. El propietario de la comunidad puede asignar administradores y tanto el propietario como los administradores pueden asignar moderadores a los chats públicos de la comunidad. Los moderadores y administradores de la comunidad aparecen destacados en los chats públicos cuando publican mensajes.
- e. **Chats:** Son las conversaciones a través de las cuales los usuarios interactúan unos con otros. Hay tres tipos de chats:

- **Públicos:** Es un chat dentro de un hive en el que todos los usuarios suscritos al hive pueden participar.
  - **Privados con otros usuarios dentro de un hive:** Es una conversación uno a uno entre dos usuarios suscritos a un mismo hive. En este chat los usuarios sólo exponen su perfil público, nunca el privado.
  - **Privados con amigos:** Son conversaciones uno a uno que se producen fuera de cualquier hive. Los dos integrantes del chat han establecido previamente una relación de amistad dentro del servicio. En este chat los usuarios exponen su perfil privado.
- f. **Mensajes:** Son los elementos básicos que los usuarios comparten en los chats. Un mensaje puede ser sólo texto, sólo imagen, sólo video, texto + imagen y texto + video. Todos los mensajes tienen asignado un usuario emisor y una fecha / hora.
- g. **Categorías:** Todos los hives (y por tanto también las comunidades) tendrán asignada una única categoría.
- h. **Tags:** Hasta 5 tags o palabras clave pueden asociarse a un hive o comunidad.
- i. **Ubicación:** Los usuarios introducirán una ubicación en el registro (País, región y ciudad). Esta ubicación se utilizará para buscar coincidencias de usuarios recomendados para comenzar chats privados dentro de un hive.
- Además a los hives se le puede asignar también una ubicación (visibilidad). Se puede dejar que el hive sea visible en todo el mundo o especificar una ubicación (país, región o ciudad) de tal modo que sólo los usuarios de esa ubicación van a ver esos hives en la sección Explora (esto no quiere decir que otros usuarios no puedan suscribirse, pero tendrán que ser invitados ya que no van a poder encontrar el hive).
- j. **Idiomas:** Los usuarios podrán especificar 1 o más idiomas en los que pueden expresarse. Esto se utilizará para buscar coincidencias de usuarios recomendados y también cómo indicación a los usuarios de qué usuarios podrán comunicarse con él correctamente.
- A los chats públicos también se le asignará uno o más idiomas. En este caso es sólo una indicación de que idiomas se recomiendan para chatear, de forma que si uno o varios usuarios chatean en otro idioma podrían ser considerados como molestos por el resto de usuarios.
- En el caso de las comunidades se asignará uno o más idiomas a la comunidad (para indicar cuál es el idioma predominante y de uso general en sus chats públicos) y se podrá especificar también uno o más idiomas para un chat público concreto (a veces se puede desear tener un chat público en un idioma completamente distinto al del resto de chats de la comunidad).

- k. Denuncias:** Tanto los usuarios molestos o que incurren en incumplimiento de las normas de comportamiento de chattyhive, como los hives que no cumplen con las normas de contenido del servicio pueden ser denunciados. Estos informes de denuncia tendrán los siguientes campos: usuario denunciado (si es el caso), usuario que denuncia, hive sobre el que se denuncia (si se denuncia un usuario desde un hive o si se denuncia un hive por su contenido), motivo de denuncia y descripción del denuncia.
  - l. “Inicio” o “Home”:** Es la pantalla que se le muestra al usuario cuando inicia sesión en la aplicación y mientras no tiene ningún chat abierto todavía. Se puede acceder al inicio desde el menú del panel derecho o con el botón “atrás” del dispositivo Android desde cualquier pantalla de chat.

En el home se mostrarán de momento tarjetas con los últimos mensajes de chats públicos de los hives a los que estás suscrito. En el futuro será un news feed completo.
  - m. “Explora” o “Explore”:** Desde la pantalla de “explora” el usuario navega por listados que muestran todos los hives disponibles. El usuario puede tocar en cualquier hive para ver más información sobre el mismo y suscribirse para empezar a chatear dentro de ese hive con otros usuarios.
  - n. Pestañas “Chats”, “Hives” y “Amigos” del usuario:** Se mostrarán todas en el panel izquierdo de la app, representarán la información que el usuario ha acumulado en el servicio: chats que ha abierto, hives a los que se ha suscrito y amistades que ha hecho.
  - o. Amistad y peticiones de amistad:** El usuario podrá realizar peticiones de amistad a usuarios con los que está conversando dentro de un hive o aceptar las peticiones que le lleguen. El agregar a un usuario como amigo implica un acceso mutuo al perfil privado y el tenerlo en una lista separada de “amigos” con los que poder tener una conversación en cualquier momento independientemente de cualquier suscripción a hives.
  - p. App Android:** Será de momento nuestro único cliente de acceso al servicio para los usuarios (aunque la interfaz web de gestión de comunidades será también un cliente pero con sólo algunas funcionalidades muy específicas). Será compatible con Android 2.3.3 y superiores. Se podrá utilizar tanto en posición vertical como horizontal, excepto en el caso de las pantallas de registro y la pantalla de inicio de sesión que estarán disponibles únicamente en posición vertical.
  - q. Servidor:** Recibe las peticiones de los clientes (de momento de la app Android y de la interfaz web de gestión de comunidades), las procesa y envía la respuesta adecuada. Además hace llegar los mensajes de los chats y las notificaciones en tiempo real a los clientes. Se desarrollará utilizando como base el framework Django.
  - r. Interfaz web de gestión de comunidades:** Es un cliente web desde el que cualquier usuario podrá loguearse en el servicio para crear o modificar parámetros de

comunidades que ha creado o que administra. Desde esta interfaz web podrá crear o eliminar comunidades, modificar la información de las mismas, asignar otros administradores (sólo para el propietario) o moderadores (tanto el propietario como los administradores) y modificar la información relacionada con los chats públicos de las comunidades.

Más adelante será esta interfaz web la que los usuarios que representen a empresas, organizaciones o simplemente personas que quieran tener una comunidad más completa y con más funcionalidades, utilizarán para elegir entre capas gratuitas y capas de pago. Desde esta interfaz los usuarios gestionan sus medios de pago y suscripciones mensuales o anuales. Pero todas estas funcionalidades relacionadas con el modelo de negocio están fuera del alcance de los objetivos para esta primera etapa de desarrollo.

A continuación se detallan las **funcionalidades a implementar y testear**:

#### **1. Registro básico de usuarios.**

Al abrir chattyhive por primera vez (o al cerrar sesión si ya estaba logueado) el usuario visualiza la pantalla de registro. Desde esta pantalla inicia el registro introduciendo su email. El registro se compondrá de 3 pasos (distribuidos en tres pantallas):

Paso 1: El usuario introduce los datos de su perfil privado: nombre, apellidos, foto de perfil, fecha de nacimiento, sexo, ubicación e idiomas.

Paso 2: El usuario introduce los datos de su perfil público: un pseudónimo y un avatar. Además decide que si desea mostrar también en su perfil público los siguientes datos introducidos en el paso 1: edad, ubicación y sexo.

Paso 3: El usuario introduce una contraseña para acceder al servicio.

#### **2. Registro de usuarios usando redes sociales**

Utilizando Facebook, Twitter y Google.

#### **3. Pequeño tutorial de inicio.**

Tras el registro inicial del usuario se le indicarán al mismo los primeros pasos a dar en la app: navegar por la sección explora, expandir un hive, suscribirse, entrar en el chat público.

#### **4. Creación de hives.**

Una pantalla dentro de la app que permite a cualquier usuario crear un nuevo hive. La creación de un hive implica llenar los campos: nombre del hive, foto del hive (opcional), descripción breve, hasta 5 tags (opcionales), visibilidad geográfica (en todo el mundo o en una región concreta), idioma/s hablado/s en el chat público y categoría.

Además desde esta misma pantalla podrá seleccionar uno o más amigos dentro de la app para invitarles a que se suscriban a este hive.

Sobre el nombre y la descripción elegidos para el hive se pasará una revisión automática de palabras inadecuadas que puedan delatar hives creados para contenido no permitido en chattyhive.

## 5. Explora y suscripción a hives.

**5.1. Criterios de orden/filtros:** Habrán disponibles 5 pestañas para filtrar u ordenar todos los hives dentro de la aplicación:

**5.1.a. Hives destacados:** Serán escogidos manualmente por el equipo humano de chattyhive para mostrar los que nos parezcan más importantes impulsar o que tengan mayor valor para el usuario.

**5.1.b. Hives creados recientemente.**

**5.1.c. Comunidades:** Ordenadas de las creadas más recientemente a las creadas menos recientemente pero priorizando aquellas que tienen visibilidad sólo en la región del usuario.

**5.1.d. Hives con más usuarios suscritos.**

**5.1.e. Categorías:** se muestra un listado de las 24 categorías disponibles y el usuario podrá tocar en una para ver sólo los hives de esa categoría. Para cada categoría los hives se ordenan de los creados más recientemente a los creados menos recientemente pero priorizando aquellos que tienen visibilidad sólo en la región del usuario.

**5.2. Información de los hives:** Cualquier hive se podrá tocar para que se expanda (*vista expandida del hive*) y ver más información sobre el mismo.

**5.3. Suscripción a hives:** Desde la vista expandida de un hive y tocando en “Join hive” el usuario se suscribirá a ese hive. Las suscripciones son acumulativas, es decir, el usuario puede seguir navegando por las distintas pestañas de la sección Explora y suscribirse a otros hives. El número de nuevas suscripciones acumuladas se muestra en la parte superior izquierda de la pantalla. Cuando el usuario sale de la sección Explora va a ver todas sus nuevas suscripciones dentro de su pestaña Hives.

## 6. Panel izquierdo. Pestañas “Chats”, “Hives” y “Amigos” del usuario.

Desde el panel izquierdo de la app para Android el usuario podrá acceder a toda la información sobre chats, suscripciones y amistades que ha ido acumulando con su uso del servicio. Esta información se mostrará organizada en 3 pestañas:

- 6.1. Pestaña de Chats:** Se muestran las conversaciones más recientes en las que participó el usuario. Se ordenan de modo que estará siempre en primera posición aquella conversación para la cual el usuario ha escrito o le han escrito más recientemente. Se mostrarán tanto los chats públicos como los chats privados (que pueden ser con otro usuario anónimo dentro de un hive o con un amigo). En la parte superior del contenido de esta pestaña habrá disponible una barra con filtros de modo que el usuario puede elegir visualizar todos los chats, sólo los chats públicos, sólo los chats privados con otros usuarios dentro de un hive o sólo los chats con amigos.
- 6.2. Pestaña de Hives:** Se muestran todos los hives a los que se ha suscrito el usuario. Se ordenan de modo que estará siempre en primera posición aquel hive para el cual el usuario haya tenido actividad reciente (suscribirse al hive, participar en su chat público, comenzar una conversación privada nueva).

Cada uno de estos hives se podrá expandir en dos posibles vistas:

- 6.2.a. Vista de información del hive:** Tocando en la imagen del hive se accede la información del mismo. Será la misma vista de información que se mencionó en el punto 5.2.
- 6.2.b. Vista de chats y usuarios del hive:** Tocando en el cualquier otra parte del hive este se abre y muestra un acceso al chat público del hive y un breve listado de usuarios recomendados. Dentro de esta misma vista habrán botones disponibles para ver más usuarios y filtrar usuarios por otros criterios. Los criterios para filtrar usuarios son:
  - 6.2.b.1. Usuarios recomendados:** De momento se usará un algoritmo simple, que muestra coincidencias de otros usuarios que están cerca del usuario y que además se han suscrito recientemente al hive.
  - 6.2.b.2. Usuarios cercanos:** Usuarios que se encuentran cerca del usuario, se ordenan según lo cerca que están (aunque de momento, no se consideran distintas distancias dentro de una misma ciudad, no se usa geolocalización).
  - 6.2.b.3. Usuarios recientemente online.**

En la parte superior del contenido de esta pestaña habrá disponible una barra con filtros de modo que el usuario puede elegir visualizar todos los hives, sólo aquellos que son comunidades o sólo aquellos que él creó o que son comunidades administradas por él.

**6.3. Pestaña de amigos:** Se muestran todas las amistades del usuario dentro de chattyhive. Estos han tenido que ser previamente invitados o aceptados como amigos a través de las peticiones de amistad. Para cada amigo se mostrará su foto de perfil, su nombre completo, su mensaje de estado (información el perfil privado) y su pseudónimo.

Este listado estará ordenado por orden alfabético. Desde esta pestaña el usuario podrá comenzar un chat privado con cualquiera de sus amigos.

Además dentro de cada pestaña habrá disponible un buscador que filtre entre los elementos presentes en esa pestaña según el término introducido.

## 7. *Menú y gestión de notificaciones.*

En el panel derecho el usuario accede a un menú que da acceso a las principales pantallas de la aplicación. El menú estará compuesto de los siguientes elementos: Inicio, Explora, Chats, Peticiones, Notificaciones, Ajustes, “**¡Danos tu opinión!**”, Invita a tus amigos, Donaciones, Ayuda y Cerrar sesión.

El elemento “Notificaciones” del menú será una subsección dentro del menú con dos casillas que el usuario puede marcar o desmarcar según si quiere o no recibir notificaciones de: chats privados con usuarios dentro de un hive, chats privados con amigos, ambos.

Habrá una casilla adicional en la que el usuario decidirá si quiere recibir notificaciones de chats públicos para aquel mensaje que haya sido publicado después del último que ha dejado el usuario.

El elemento “Cerrar sesión” devuelve al usuario a la pantalla de registro / logueo.

El resto de elementos llevan a otras pantallas que se irán explicando en los siguientes puntos.

## 8. *Home o Inicio básico*

Es la pantalla que se le muestra al usuario cuando se loguea en la aplicación y mientras no tiene ningún chat abierto todavía. Se puede acceder al inicio desde el menú del panel derecho o con el botón “atrás” del dispositivo Android desde cualquier pantalla de chat.

En el home se muestran tarjetas con los últimos mensajes de chats públicos de los hives a los que estás suscrito.

Tocando en cualquiera de las tarjetas el usuario accede al correspondiente chat público para participar en él.

Se priorizarán los mensajes de chats públicos en los que el usuario participó recientemente.

## 9. Chats, opciones de chat y contextos del chat.

Tendremos tres tipos de chats distintos. Todos estos chats van a tener varias características en común:

- A. **Possibilidad de compartir imágenes y videos de Youtube:** Se podrán subir imágenes desde la galería de imágenes del dispositivo o directamente desde la cámara del dispositivo. Las imágenes se almacenarán en Amazon S3. Para compartir videos de Youtube se opta inicialmente por un sistema básico: el usuario introduce la URL del video que desea compartir, los otros usuarios del chat ven una miniatura del video y si tocan en él para reproducirlo se abrirá un menú del sistema Android en el que da al usuario a elegir su aplicación favorita para reproducir el video (normalmente la app de Youtube para Android).

Se proporcionará además una interfaz básica que permita localizar un video en Youtube en base a unos términos de búsqueda, haciendo mucho más cómodo para el usuario el elegir la URL del video a compartir.

- B. **Emoticonos:** Muy similares en aspecto y cantidad a lo ofrecido por Whatsapp a fecha de hoy.

- C. **Informe de entrega:** Para los chats privados 1 a 1 (puntos 9.2 y 9.1), se le indicará al usuario si su mensaje enviado ha sido recibido por el otro usuario en cualquiera de sus dispositivos. No es un informe de lectura, sólo de recepción.

- D. **Compartir mensajes:** Se podrán seleccionar múltiples mensajes y compartirlos en otra app o en otro chat dentro de chattyhive. Lo subdividimos en varias funcionalidades:

- Seleccionar y copiar texto (uno o varios mensajes)
- Reenviar texto o imágenes a otro contacto o un chat público dentro de chattyhive (se presentará una pantalla muy similar al panel izquierdo, con sus tres pestañas, sólo que para los hives sólo se podrá enviar a los chats públicos).
- Reenviar varios mensajes de texto (concatenados a un único mensaje) o una única imagen a app externa.
- Reenviar múltiples imágenes, videos de Youtube o mezcla de multimedia y texto, a app externa.

- E. **Opciones de chat:** Para cada uno de los tipos de chat el usuario podrá acceder a un menú mostrando acciones a realizar sobre la conversación. En los puntos 9.1, 9.2 y 9.3 se particularizan estas acciones para cada caso.

**F. Contexto del chat:** El contexto del chat ofrece al usuario un resumen de la información compartida recientemente en el chat. En los puntos 9.1, 9.2 y 9.3 se particulariza el contexto disponible para cada tipo de chat.

### 9.1. Chat público

En un chat público todos los usuarios suscritos a un hive o comunidad pueden chatear simultáneamente.

Cada mensaje enviado por un usuario tendrá asociado el avatar y el pseudónimo del usuario que lo envía, el contenido del mensaje (texto y/o una imagen o un video de Youtube) y una hora de envío.

Se puede denunciar cualquier usuario que deje un mensaje inadecuado tocando en su avatar. La revisión de esas denuncias será manual, por parte del equipo humano de chattyhive.

Las siguientes *opciones de chat* están disponibles para el chat público:

- [Invitar amigos/hivemates](#)
- [Eliminar chat:](#) Elimina el chat de la lista de chats del usuario
- [Salir del hive y eliminarlo:](#) Se elimina la suscripción del usuario al hive y se elimina de su lista de hives. Además se eliminarán todos los chats asociados a ese hive.
- [Denunciar hive:](#) Si el usuario considera que el tema propuesto por el hive es inadecuado o que en su chat público se comparte continuamente contenido inadecuado, podrá denunciar el hive especificando el problema.

En el *contexto de chat* vemos los siguientes elementos:

- Descripción del hive
- Normas de comportamiento del hive (común a todos los hives) / comunidad (personalizada para cada comunidad)
- Nuevos usuarios: Usuarios más recientemente suscritos al hive.
- [Últimas imágenes compartidas en el chat.](#)
- [Trending buzzes:](#) mensajes más votados de las últimas horas.

Se puede tocar sobre cualquier mensaje para marcarlo como molesto.

Se puede tocar sobre cualquier mensaje para darle un voto negativo (esto hay que discutirlo aún, ventajas y desventajas de incluir el voto negativo).

Se puede tocar sobre cualquier mensaje para darle un voto positivo.

Se puede mencionar a un usuario en un mensaje. Idealmente esta mención irá asociada siempre a un mensaje en concreto, esto da lugar a futuros usos (ej. encadenar esos mensajes como si de respuestas se tratases)

## 9.2. Chat privado con un usuario dentro de un hive

Las siguientes *opciones de chat* están disponibles para el chat privado con un usuario dentro de un hive:

- Enviar chat por email
- Enviar petición de amistad
- Eliminar chat
- Bloquear usuario
- Denunciar usuario

En el *contexto de chat* vemos los siguientes elementos:

- Acceso al perfil público del otro usuario
- Últimas fotos compartidas en el chat

## 9.3. Chat privado con un amigo

Las siguientes *opciones de chat* están disponibles para el chat privado con un amigo:

- Enviar chat por email
- Eliminar chat
- Eliminar de mis amigos
- Bloquear usuario
- Denunciar usuario

En el *contexto de chat* vemos los siguientes elementos:

- Acceso al perfil privado del otro usuario
- Últimas fotos compartidas en el chat

## **10. Perfil de los usuarios. Edición de mi perfil.**

Todo usuario en chattyhive tendrá dos perfiles: uno público y otro privado. Sólo se podrá acceder al perfil privado de un usuario si se ha establecido previamente una relación de amistad con dicho usuario.

Se va a poder acceder al perfil público o privado de un usuario desde múltiples pantallas de la app para Android: contextos de un chat, pestaña de chats, pestaña de amigos, pestaña de hives, mensajes del chat público, etc. A continuación se detalla el contenido de cada tipo de perfil.

### **10.1. Perfil público**

Se compone de un avatar, un pseudónimo con un color aleatorio asignado al usuario ([que podrá cambiar el usuario en cualquier momento](#)), el mensaje de estado público, botón de acceso al chat, botón de solicitud de amistad, botón de opciones (ir al chat público del hive, bloquear, denunciar usuario) e información básica sobre el usuario: ubicación, edad, sexo e idiomas (ubicación, edad y sexo pueden ocultarse por el usuario).

[Además se mostrará la galería de fotos públicas del usuario.](#)

[Además se mostrarán las suscripciones a hives del usuario.](#)

### **10.2. Perfil privado**

Se compone de un avatar, un pseudónimo con un color aleatorio asignado al usuario ([que podrá cambiar el usuario en cualquier momento](#)), el mensaje de estado privado, botón de acceso al chat, botón de opciones (eliminar de mis amigos, bloquear, denunciar usuario) e información básica sobre el usuario: ubicación, edad, sexo e idiomas (ubicación y edad pueden ocultarse por el usuario)

[Además se mostrará la galería de fotos privadas del usuario.](#)

[Además se mostrarán las suscripciones a hives del usuario.](#)

El usuario acceder a su perfil desde el panel derecho de la app para Android.

### **10.3. Mi perfil**

En la vista de “Mi perfil” el usuario va a poder ver todos sus datos en una única vista y con la indicación, para cada uno de los datos, de si se está mostrando en su perfil privado, público o ambos.

Desde esta pantalla el usuario podrá tocar el botón “editar” para pasar al modo de edición del perfil, que consistirá en dos pestañas, una para el perfil público y otra para el perfil privado. El usuario podrá ir editando los datos de su perfil privado y público tocando en los diferentes campos de esta vista e ir

visualizando cómo van a ver el resto de los usuarios su perfil público o su perfil privado.

## 11. *Otras pantallas.*

### 11.1. **Peticiones**

Desde esta pantalla el usuario podrá visualizar todas las peticiones de amistad. Tanto las que él realizó (que podrá cancelar en caso de que el otro usuario aún no la haya aceptado o la haya ignorado), como las que le han enviado (que podrá aceptar o ignorar).

### 11.2. **Ajustes**

Desde esta pantalla el usuario puede [cambiar su email](#) y su contraseña.

### 11.3. **Ayuda**

Se compone de varias pantallas explicando el funcionamiento básico de chattyhive para ayudar a los usuarios a comenzar a usar la app. Se puede acceder a ella desde el menú y desde la pantalla de registro.

### 11.4. **Donaciones**

Se mostrará como una barra de progreso en el menú que irá cambiando en base a objetivos. La información de estos objetivos deberá estar en el servidor. Idealmente al tocar sobre este elemento se abrirá un navegador web incrustado en nuestra app que muestre una mini-web de donaciones (o crowdfunding si lo hubiera).

## 12. *Funcionalidades relacionadas con las comunidades*

### 12.1. [Interfaz web de gestión de comunidades](#)

Es un cliente web que permite el logueo de cualquier usuario en el servicio chattyhive y tendrá como objetivo único la gestión de las comunidades. Aunque esta interfaz está orientada principalmente a empresas, organizaciones y web masters, cualquier usuario podrá crear una comunidad si así lo desea. Luego ésta se someterá a una revisión manual por el equipo humano de chattyhive.

La interfaz web de gestión permitirá las siguientes acciones:

- [Crear o eliminar comunidades](#)
- [Asignar / eliminar administradores en una comunidad](#)
- [Asignar / eliminar moderadores en un chat público](#)

- Editar los datos de la comunidad
- Editar los datos de un chat público

## **12.2. Validación de comunidades**

Cada vez que una comunidad es creada por un usuario, ésta se someterá a una revisión manual por el equipo humano de chattyhive. Una vez se haya revisado se hará una comunicación por email con el usuario propietario para explicarle el funcionamiento de la interfaz de gestión de comunidades y establecer así también un vínculo humano entre nuestro equipo y los administradores de comunidades que nos permita dar un soporte más cercano y humano al menos en las primeras etapas del servicio.

## **12.3. Filtro de comunidades en Explora**

Cómo se ha indicado en el punto 5.1.c., una de las pestañas de filtrado / orden de los hives dentro de la sección “Explora” será el visualizar sólo las comunidades, ordenadas de las creadas más recientemente a las creadas menos recientemente pero priorizando aquellas que tienen visibilidad sólo en la región del usuario.

## **12.4. Filtro de comunidades en la pestaña “Hives”**

Dentro de la pestaña de Hives del usuario podrá filtrar rápidamente sus suscripciones para ver solamente aquellos hives que sean comunidades o aquellos hives que él ha creado o administra.

## **12.5. Creación simple de comunidades desde la app para Android**

En la pantalla de creación de hives habrá disponible una casilla a marcar “es comunidad”. Al tocarla se le muestra al usuario un popup explicándole en qué consiste una comunidad y que el proceso de revisión es manual, así como indicarle que tendrá que utilizar la interfaz de gestión para realizar gran parte de las modificaciones en la comunidad.

Al crear el hive de este modo se crearía una comunidad muy básica con un solo chat público.

## **12.6. Normas de comportamiento de la comunidad**

Los administradores de la comunidad podrán crear/modificar las normas de comportamiento para su comunidad. Estas normas nunca podrán contradecir las normas de comportamiento básicas de chattyhive comunes a todos los hives del servicio.

# **13. Moderación, seguridad y privacidad.**

Las siguientes medidas para proteger al usuario serán implementadas:

### **13.1. Eliminar chat**

Los usuarios pueden eliminar definitivamente cualquier chat de su lista de chats.

En el caso de chats privados se conservará en el servidor si el otro usuario aún mantiene el chat en su lista de chats. *Si el usuario que eliminó el chat volviese a comenzar una conversación con el otro usuario no deberá recuperar los mensajes anteriores al momento en el que eliminó su chat.*

Los chats públicos podrán ser eliminados de la lista del usuario pero obviamente no van a ser eliminados del servidor hasta que el propio hive sea eliminado.

*En el caso de las comunidades, el administrador / propietario podrá eliminar un chat público en cualquier momento.*

### **13.2. Eliminar hive**

Dado que un hive no pertenece a nadie sólo se eliminará cuando todos los usuarios hayan eliminado su suscripción al mismo.

*En el caso de las comunidades, el propietario podrá eliminar la comunidad en cualquier momento que lo considere oportuno.*

### **13.3. Filtrado de palabras al crear un hive**

Al crear un hive, su nombre y descripción pasarán por un filtro que busca coincidencias de términos considerados inadecuados por el tipo de contenido a permitir en chattyhive, principalmente serán términos relacionados con pornografía y violencia. Se le instará al usuario a introducir un nombre o descripción distintos si el hive no superase el filtro. Los filtros estarán disponibles en esta primera versión sólo en español e inglés.

### **13.4. Denunciar usuario o hive**

Tanto los usuarios molestos o que incurren en incumplimiento de las normas de comportamiento de chattyhive, como los hives que no cumplen con las normas de contenido del servicio pueden ser denunciados. Estos informes de denuncia tendrán los siguientes campos: usuario denunciado (si es el caso), usuario que denuncia, hive sobre el que se denuncia (si se denuncia un usuario desde un hive o si se denuncia un hive por su contenido), motivo de denuncia y descripción del denuncia.

Los usuarios o hives denunciados podrán ser eliminados por el equipo humano de chattyhive. *Como medida intermedia un usuario puede ser expulsado de un hive durante un tiempo si está molestando en el mismo.*

### **13.5. Desactivar o eliminar cuenta**

[El usuario dispone de dos niveles distintos de baja en el servicio.](#)

- El usuario podrá desactivar su cuenta, de forma que mantiene sus chats y suscripciones pero su perfil se hace invisible al resto de usuarios del servicio.
- El usuario podrá eliminar su cuenta. Todos sus datos de perfil son eliminados aunque se mantienen sus suscripciones a hives y se mantiene reservado su email y pseudónimo. Si el usuario intenta loguearse con ese email de nuevo se le dará la opción de recuperar su cuenta. Tendrá que introducir de nuevo sus datos pero recuperará todas sus suscripciones a hives.

### **13.6. Conexión segura**

Todo intercambio de datos se realizará utilizando una conexión segura con cifrado (SSL/TLS).

# Enlaces

- » Página de lanzamiento: <http://join.chattyhive.com>
- » Blog: <http://blog.chattyhive.com>
- » Facebook: <http://www.facebook.com/chattyhive>
- » Twitter: <https://twitter.com/chattyhive>
- » Google +: <https://plus.google.com/+chattyhive>
- » LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/chattyhive>
- » Video promocional: <http://goo.gl/Kqe0Wb>