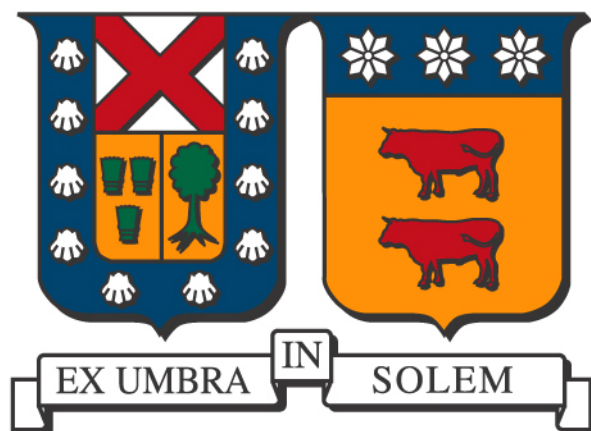


UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA
SANTIAGO – CHILE



**DESARROLLO DE APLICACIÓN MÓVIL IOS PARA
PLATAFORMA KIKVI.TV**

BASTIÁN ALEJANDRO SUÁREZ CASTRO

MEMORIA DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO EJECUCIÓN EN INFORMÁTICA

PROFESOR GUÍA: CECILIA REYES COVARRUBIAS

PROFESORA CORREFERENTE: PEDRO GODOY BARRERA

JULIO - 2016

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, mis amigos, a los Magnéticos, a aquellos que ya pasaron y no están, y a todos aquellos que dieron una palabra de apoyo en cualquier momento de este largo proceso, infinitas gracias.

Resumen

El presente documento aborda la solución diseñada para resolver uno de los principales problemas que posee la plataforma de Kikvi.tv: la escasa participación de los usuarios a través de dispositivos móviles. Para resolver esta problemática se propone el desarrollo de una aplicación para dispositivos iOS que contenga las principales características del sitio web, y ofrezca una alternativa a ésta. A fin de cumplir lo anterior, se analiza el problema a resolver y la solución propuesta. A continuación, se determinan las funcionalidades generales, las cuales se definen a través de una especificación de requerimientos y un diagrama general con sus casos de uso. Posteriormente, se detalla el diseño completo y finalmente se realiza la validación de la solución a través de un testing con un grupo de usuarios.

Abstract

This paper is about the designed solution to resolve one of the main problems in the Kikvi.tv platform: the low participation of users through mobile devices. To solve this problem, it proposes the development of an application for iOS devices that contains the main features of the website, and offers an alternative to itself. To accomplish this, it analyzed the problem to resolve and the proposed solution. Then, it determines the main functions, which ones are defined in requirements and in a general diagram with his use cases. Later, it defines the complete design and finally it performs the validation of the solution through a testing with a group of users.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	7
CONTEXTO	7
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
OBJETIVOS DE UNA SOLUCIÓN	9
OBJETIVO PRINCIPAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
CAPITULO 2: MARCO CONCEPTUAL DE LA SOLUCIÓN.....	10
SOLUCIÓN PROPUESTA.....	10
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	12
CONTENIDO BASADO EN LA WEB KIKVI.TV.....	12
CONTENIDO UNICO DE LA APLICACION MOVIL	14
HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO	16
HARDWARE	16
SOFTWARE.....	17
CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA IOS.....	18
CAPITULO 3: DISEÑO DE LA SOLUCIÓN	22
REQUERIMIENTOS DE LA APLICACIÓN	22
CASOS DE USO	23
DETALLE CASOS DE USO	24
CASO DE USO Nº1: INICIAR SESIÓN (CU01).....	24
CASO DE USO Nº2: VER LISTA VIDEOS (CU02).....	25
CASO DE USO Nº3: VER VIDEO (CU03).....	26
CASO DE USO Nº4: FILTRAR VIDEOS (CU04)	27
CASO DE USO Nº5: VER INFORMACIÓN VIDEO (CU05).....	28
CASO DE USO Nº6: SELECCIONAR VIDEOS FAVORITOS (CU06).....	29
CASO DE USO Nº7: VER VIDEOS FAVORITOS (CU07)	30
CASO DE USO Nº8: VER VIDEOS COMPARTIDOS (CU08).....	31
CASO DE USO Nº9: COMPARTIR POR FACEBOOK (CU09)	32
CASO DE USO Nº10: COMPARTIR POR TWITTER (CU10).....	33
CASO DE USO Nº11: COMPARTIR POR WHATSAPP (CU11)	34
CASO DE USO Nº12: COMPARTIR POR MESSENGER (CU12).....	35
CASO DE USO Nº13: VER PERFIL (CU13)	36
CASO DE USO Nº14: CONFIGURAR APLICACIÓN (CU14).....	37
CASO DE USO Nº15: VER SORTEOS (CU15).....	38
CASO DE USO Nº16: CONCURSAR SORTEOS (CU16).....	39
CASO DE USO Nº17: VER PREMIOS (CU17).....	40
CASO DE USO Nº18: CANJEAR PREMIO (CU18).....	41
CASO DE USO Nº19: VER CANJES REALIZADOS (CU19)	42
CASO DE USO Nº20: CERRAR SESIÓN (CU20)	43
DISEÑO INTERFAZ DE LA APLICACIÓN	44
VISTA INICIO SESIÓN	44
VISTA ÚLTIMOS VIDEOS	45

VISTA VITRINA VIDEO	46
VISTA PERFIL.....	47
VISTA CONFIGURACIÓN.....	48
VISTA VIDEOS FAVORITOS	49
VISTA VIDEOS COMPARTIDOS.....	50
VISTA CENTRO DE CANJES	51
VISTA SORTEO.....	54
VISTA PREMIO	55
VISTA MENÚ LATERAL.....	56
CAPITULO 4: VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	58
OPERACIONES A REALIZAR	58
RESULTADOS DE LA ENCUESTA	59
CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LOS USUARIOS.....	59
RESULTADOS SOBRE LA APLICACIÓN	60
CONCLUSIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, internet es una herramienta que funciona como uno de los principales medios de comunicación para la entrega de contenidos sobre diferentes áreas de interés como tecnología, educación, entretenimiento, entre varias otras.

Con respecto al uso de internet, día a día éste crece, solo a nivel latinoamericano el crecimiento en un año (2013 a 2014) fue de 1%, cifra consecuente con el alza a nivel global. Siguiendo en Latinoamérica, internet es usado por más de 175 millones de personas, siendo los países que más destacan Brasil y México, posicionando a Chile en el sexto lugar con 6.4 millones de visitas en la web. Continuando con indicadores sobre su uso, el rango de edad que mayormente usa internet es menor a 35 años, estando aquí concentrado el 60% de los usuarios.

Ahora, se observa una tendencia desde 2013 a 2014 en el uso de dispositivos móviles, ya que el uso de ellos ha ido en alza, mientras que el uso de computadores está cada vez más con tendencia a la baja, países que son claro ejemplo de esto son México y Chile, los cuales han tenido un aumento en el impacto de los dispositivos móviles.

Así mismo, la audiencia de videos publicados en internet ha ido en aumento, teniendo en Latinoamérica a México, Argentina y Chile como los países que más video online consumen (minutos por videos) y a Brasil como el país que más videos vistos (vistas únicas) tiene a nivel región.

Conociendo y tomando en cuenta todo lo anterior, es que han nacido, a nivel global, varias plataformas de distribución de contenido digital en internet centradas en distintos ámbitos. También, con el innegable aumento de las redes sociales, y con el compartir contenido a través de ellas, las plataformas de distribución han crecido y mantenido en el tiempo. Un claro ejemplo de plataforma de distribución de contenidos, es la que se basa principalmente en la distribución de videos de distinta índole, los cuales provienen esencialmente de YouTube, y que se centran principalmente, en el entretenimiento, el ocio y las ganas de ganar de los usuarios. Dentro de estas plataformas, se encuentra Kikvi.

CAPITULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

CONTEXTO

Kikvi es una plataforma web de viralización de contenido (videos) proveniente de YouTube, en donde éste se transforma en algo divertido, novedoso y beneficioso para el usuario, es decir, explotando principalmente el interés por el ocio, las ganas de ganar y lo último en videos virales (video difundido ampliamente en internet).

Principalmente se basa en incentivos en forma de puntos, los cuales son asignados a cada video en particular, y son obtenidos por un usuario, que previamente se ha registrado en la web. La forma de obtenerlos es simple, una vista del video equivale a cierta cantidad de puntos que le llegan directamente al usuario, y éste consigue vistas por video al compartir el contenido en sus diferentes redes sociales como pueden ser Facebook y/o Twitter, además de poder compartir el link también directamente con sus amigos por cualquier vía que estime conveniente.

Los videos que son promocionados en la web vienen de dos fuentes principales. La primera son los videos virales que se encuentran en la web, o más aún, videos que tienen un gran potencial de ser virales en un futuro. La intención principal, es ofrecer los videos más nuevos en internet que llamen en gran medida la atención de los usuarios y sus cercanos, para así atraer más vistas a estos y a Kikvi en sí. La segunda fuente son los videos que empresas quieran promocionar a través de la plataforma. Lo ideal es que el contenido a usar sea llamativo para lograr la atención de los usuarios, sin embargo, en caso de no ser así, tienen una gran ventaja puesto que ofrecen más puntos que un video normal que no está promocionado, por lo cual, los usuarios los comparten para así ganar puntos más rápidamente.

Finalmente, los usuarios que a través de compartir los videos obtengan cierta cantidad de puntos, pueden canjearlos por productos que se ofrecen a cambio, y/o usarlos para concursar en los diferentes sorteos que se realizan semanalmente en la web.

Kikvi está en funcionamiento desde finales de 2013, comenzando sin ningún financiamiento externo, y en la actualidad tiene más de 2700 usuarios en la web, y más de 18.000 likes en la Fan Page de Facebook.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, Kikvi es una plataforma solo web que ha estado en constante crecimiento, pero que no ha explotado una de las tecnologías que más desarrollo ha tenido en los últimos tiempos: los celulares inteligentes o más conocidos como smartphones. Estos hoy en día concentran una gran cantidad de aplicaciones como Facebook, Twitter o Instagram, las cuales tienen un importante número de usuarios, y han experimentado este crecimiento gracias a aplicaciones en estos dispositivos.

Para Kikvi, la principal debilidad que posee es la escasa participación de los usuarios a través de los dispositivos móviles. Esto se debe principalmente a que la web no está hecha para mostrar el contenido total en un dispositivo móvil, lo cual produce un rechazo al usuario, no otorga todas las opciones que se obtienen a través de la web normal que se ingresa a través de un computador. Un ejemplo de esto, es la cantidad de videos que se puede acceder vía un dispositivo móvil en comparación a un computador, ya que el primero está limitado a una cantidad definida de videos lo que establece un límite de contenido a acceder y a posteriormente compartir en las redes sociales de cada usuario. Sumado a lo anterior, no se puede acceder a secciones esenciales de la plataforma como lo es el centro de canjes, funcionalidad básica para un usuario que desea hacer uso de los puntos que ha juntado durante el tiempo.

Por otra parte, las compañías que contratan el servicio ofrecido por Kikvi pueden ser de distintas áreas: videojuegos, alimentación, servicios sociales, venta de artículos, entre otras, es decir, cualquier compañía que quiera utilizar el servicio para distribuir contenido digital a través de videos. Para ellas, no tener un número importante de usuarios que hagan uso de la plataforma vía dispositivos móviles, provoca que una gran cantidad de público no pueda acceder a sus videos promocionados en Kikvi. Esto ocasiona, la pérdida de interés en el servicio, ya que el contenido no es entregado a la cantidad de personas deseadas.

Por último, al no tener Kikvi una aplicación móvil se pierden varias de las ventajas que éstas entregan como lo son disponer de la plataforma en cualquier lugar, contar con notificaciones que avisen a los usuarios de nuevo contenido disponible (por ejemplo, nuevos videos, nuevos sorteos y premios, e información relevante de la plataforma en general), y finalmente lograr una mayor cantidad de usuarios activos y usando la plataforma.

OBJETIVOS DE UNA SOLUCIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL

El principal objetivo es desarrollar una aplicación móvil en dispositivos iOS (iPhone e iPod) para la plataforma kikvi.tv, ofreciendo así una alternativa a la versión web para los usuarios del sitio. Incluyendo características propias de un dispositivo móvil como lo es conectividad a través de datos móviles, portabilidad permitiendo su uso en cualquier lugar, comunicación directa con los usuarios, entre otras.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para cumplir con el objetivo presentado previamente, se debe:

- Diseñar una interfaz específica para dispositivos móviles que cubra las funcionalidades de la versión web e incorpore nuevas con las bondades de los dispositivos móviles.
- Implementar una aplicación en iOS que permita aumentar la cantidad de usuarios que se conectan a la plataforma.
- Validación de la implementación a través de testing con un grupo de usuarios para corroborar y probar el cumplimiento de las funcionalidades.

CAPITULO 2: MARCO CONCEPTUAL DE LA SOLUCIÓN

En este capítulo se describen los principales elementos que componen la solución a diseñar, desarrollar, y posteriormente, distribuir para enfrentar el problema explicado en el apartado anterior. En conjunto a esto, se detallan las herramientas a usar en el desarrollo así como también las características principales que posee el sistema propuesto.

SOLUCIÓN PROPUESTA

Tal como se explicó previamente, una de las principales falencias de la plataforma de Kikvi es la poca participación de los usuarios a través de dispositivos móviles, por lo cual, para solucionar este problema de manera directa se propone implementar una aplicación que funcione en este tipo de dispositivos.

Se desarrolla una aplicación específicamente para móviles con sistema operativo iOS, es decir, dispositivos Apple, para este caso iPhone y iPod. Este sistema operativo móvil permite interacción directa entre el usuario y el dispositivo por medio de gestos, ya sean toques, pellizcos y/o deslices en la pantalla multitáctil. Como parte de la solución, la aplicación será validada a través de un testing con un grupo de usuarios para corroborar y probar el cumplimiento de las funcionalidades.

En la figura 1, se visualiza un esquema general de la solución propuesta. Se puede ver la relación que posee cada uno de los elementos, donde los videos de YouTube son subidos y usados en la plataforma; a la vez, ésta mantiene conexión intercambiando información con la aplicación móvil, y finalmente el usuario se hace parte viendo videos y participando a través de su dispositivo.

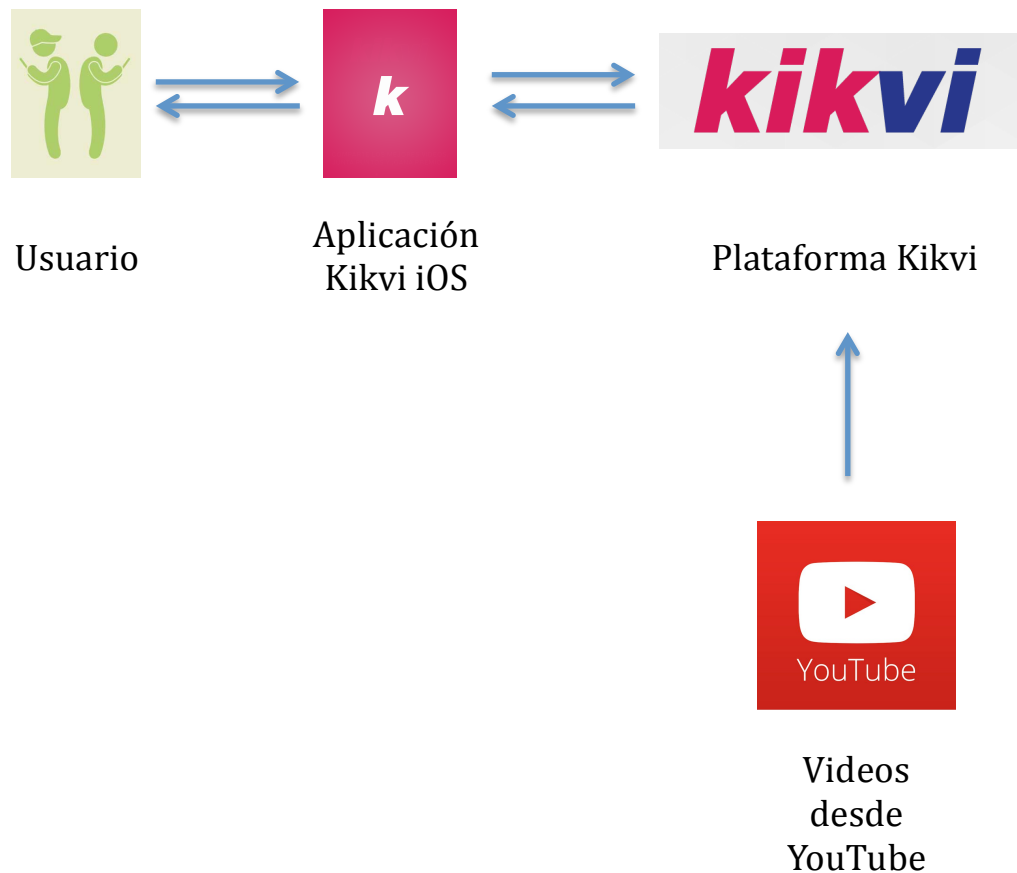


Figura 1: Solución propuesta.
Fuente: Elaboración propia.

Los principales contenidos de la nueva aplicación son los que se encuentran en la web de Kikvi.tv, agregando a ellos cualidades propias de los dispositivos móviles e implementando nuevas funcionalidades a la plataforma.

Con esta solución, se espera generar un aumento en los usuarios que utilicen el sistema implementado originalmente solo como contenido web, logrando una mayor participación con el uso de la aplicación en dispositivos móviles. Esta alternativa permitirá acercar y ofrecer contenido de interés para los usuarios de la plataforma de una manera directa, quitando varias limitantes, como de conectividad ya que podrá ser usada a través

de datos móviles, y también movilidad, pues podrá ser usada en cualquier lugar. Todo lo anterior, permitirá al usuario mejorar su usabilidad, acercamiento, y en sí, experiencia al momento de usar la plataforma, agregando la cualidad de mantener comunicación directa para transmitir los contenidos deseados, desde Kikvi hacia los usuarios.

Consiguiendo lo anterior, por el lado de las marcas que contraten el servicio para promocionar su contenido, se espera lograr mejor publicidad, llegando a una mayor cantidad de gente que en la actualidad, y logrando un acercamiento con su público objetivo.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La aplicación desarrollada, como se ha explicado anteriormente, tiene los mismos contenidos que la web de Kikvi.tv, todo esto adaptado para contenido móvil, agregándole las cualidades propias y únicas de este tipo de dispositivos. A continuación se describen sus características.

CONTENIDO BASADO EN LA WEB KIKVI.TV

❖ Registro y entrada a través de Facebook

Los usuarios, al igual que en la web, se registrarán y entrarán a través de la plataforma de Facebook, ya que la aplicación se encuentra enlazada con esta red social para la captura de los datos. Por ello, los usuarios deben aceptar los permisos requeridos por Facebook para su uso; realizado esto, cuando la acción de registro esté hecha, los datos son enviados a la base de datos de Kikvi para proceder a su registro, y así tener al usuario identificado correctamente.

❖ Perfil usuario (Mi perfil)

Los usuarios tendrán la posibilidad de ver los datos de su cuenta en la sección de perfil, permitiendo observar su nombre, correo electrónico, puntos hasta el momento y puntos por expirar. Además, se agregan varias opciones de ayuda: "¿Cómo funciona Kikvi?" para mostrar el funcionamiento de la plataforma, "¿Tienes alguna consulta?" para enviar preguntas y retroalimentación en general, y "Acerca de" que muestra los términos y condiciones de uso de Kikvi y sus aplicaciones.

❖ Últimos videos

En esta sección se muestran los videos subidos a la plataforma de Kikvi, clasificados según el orden de subida y tendrán la opción de ser vistos y compartidos directamente desde esta vista. Además, existe la opción de filtrar los videos por cada una de las diferentes categorías que tiene la aplicación.

❖ Videos favoritos

En esta sección se muestran los videos que el usuario puede proceder a elegir como favoritos al marcar la opción disponible en éstos.

❖ Videos compartidos

En esta sección se muestran los videos que el usuario haya compartido por las diferentes redes sociales en alguna ocasión a través de la aplicación.

❖ Vitrina video

En esta vista se muestra la información específica de un video, se puede observar el nombre, imagen, descripción, puntos por vista, vistas obtenidas y puntos obtenidos por el usuario, todo esto incluido al hecho de poder elegir ver el video.

❖ Centro de canje

En esta sección se muestran los diferentes sorteos, canjes de premios directos y el resumen de los canjes hechos por el usuario (sorteos y canjes directos en los que ha participado), así también se muestran sus puntos actuales y puntos por expirar.

❖ Vitrina de canje de sorteos

Esta vista se muestra cuando el usuario selecciona un sorteo en el cual desea participar. Aquí puede observar la información de un sorteo como lo son el nombre, fecha, cantidad de tickets a canjear, puntos para el canje, puntos por ticket, puntos disponibles. Con esto, finalmente puede decidir si quiere participar en este sorteo en específico.

❖ Vitrina de canje de premios directos

Esta vista se muestra cuando el usuario selecciona un premio directo que quiere canjear. Aquí se puede observar el nombre, los puntos del premio, los puntos restantes después del canje, y finalmente la opción para realizar el canje directo.

CONTENIDO UNICO DE LA APLICACION MOVIL

❖ Menú para mostrar secciones

En este menú se muestra cada una de las secciones a las que se puede acceder, las cuales son "Mi perfil", "Últimos videos", "Ver categorías", "Videos favoritos", "Videos compartidos" y "Centro de canje". Este se desplegará a la izquierda de la pantalla.

❖ Configuración

En esta vista se muestran las opciones de configuración que existen en la aplicación, como lo son las notificaciones que el usuario desea recibir, borrar caché de imágenes y cerrar sesión. A esta vista se accede a través de "Mi perfil".

❖ Notificaciones

Dentro de las cualidades únicas que ofrece una aplicación móvil, una de las más importantes son las notificaciones. Para este caso, se tendrán las que se definen a continuación:

➤ Videos destacados

Se enviará una notificación a cada usuario con la información de algún video que sea considerado "destacado" por el staff de Kikvi, y los cuales obviamente sean de interés de los usuarios.

➤ Videos más vistos

Se enviará una notificación a los usuarios con la información de algún video que haya sido el más visto del día o la semana en la plataforma.

➤ Puntos por expirar

Se enviará una notificación a los usuarios para recordar cuándo se vencerá una determinada cantidad de puntos en el periodo establecido (comúnmente final de mes).

➤ Noticias Kikvi

Se enviará una notificación a los usuarios para informar con respecto a la plataforma en general, por ejemplo, caída del servicio, cambio en condiciones, cambio en premios, entre otras.

➤ Próximos sorteos

Se enviará una notificación a los usuarios para informar sobre los próximos sorteos que se avecinan en la plataforma.

❖ Redes sociales

Otra de las características que ofrecen los dispositivos móviles es el acceso a las redes sociales, pues a pesar de que esto también es posible desde un computador, la movilidad, conectividad y usabilidad que entrega un smartphone, hace el compartir experiencias a través de estas redes algo único.

Para el caso de la plataforma de Kikvi, el poder compartir un video desde la palma de la mano hace que esta acción sea más rápida e inmediata. La información que principalmente se puede compartir en la aplicación es la de los videos, y sus respectivos links para verlos. Esto se podrá hacer para las siguientes plataformas:

➤ Facebook

En los últimos años, Facebook, ha dominado como una de las principales redes sociales en internet, por lo cual, se hace imperante poder mostrar contenido a través de esta plataforma. La información que se compartirá esencialmente es el link del video en Kikvi, ya que Facebook obtiene automáticamente el nombre del video, descripción e imagen de éste al ser publicado. En conjunto con esto, el usuario podrá agregar un comentario sobre el video en el link a publicar en su cuenta.

➤ Twitter

Al igual que Facebook, Twitter es una de las principales redes sociales en internet. Aquí se compartirá directamente el nombre, link e imagen del video; a esto el usuario podrá agregar el comentario que desee.

➤ WhatsApp

Como una de las principales aplicaciones de mensajería, WhatsApp, también tiene una gran cantidad de usuarios, por lo cual compartir contenido a través de este medio es importante. Aquí se compartirá el nombre y link del video, a lo que el usuario puede agregar el comentario que desee.

➤ Messenger (Facebook)

La aplicación de mensajería de Facebook, al estar en conjunto con Facebook en sí, también posee una gran cantidad de usuarios y se hace importante como alternativa para compartir contenido. Aquí, la información que se compartirá esencialmente es el link del video en Kikvi, ya que se obtiene automáticamente el nombre del video, descripción e imagen de éste al ser enviado como mensaje. En conjunto con esto, el usuario podrá agregar un comentario sobre el video.

HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO

Para el desarrollo e implementación de una aplicación siempre es necesario analizar diferentes herramientas con las cuales se pueda cumplir el objetivo. Para el caso de los dispositivos móviles, diversas son las tecnologías que se usan, y en el caso específico de desarrollar para un sistema operativo móvil como lo es iOS, existen herramientas que son esenciales para completar la tarea.

HARDWARE

Para aplicaciones con sistema operativo iOS, el hardware es importante, ya que para desarrollar, testear, y posteriormente, subir la aplicación a la App Store es necesario de ciertos equipos de Apple. En esta memoria, se usan las herramientas que se nombran a continuación.

❖ MacBook Pro - 15 pulgadas - versión 2013

Para el desarrollo se requiere un equipo que se adapte a lo exigido por Apple (dueña del sistema operativo) que solo permite trabajar con iOS nativo a través de sus computadores. El MacBook es parte de la línea de computadores portátiles de Apple, el cual tiene como mercado objetivo trabajadores profesionales y cuenta con todas las herramientas necesarias, para en este caso, el desarrollo de aplicaciones iOS.

❖ iPod 5ta generación

Al igual que el equipo anterior, es necesario tener algún dispositivo móvil compatible donde sea posible testear lo programado, pero en este caso, en un dispositivo real y no un simulador como lo sería en el MacBook. El iPod es un dispositivo multipropósito creado por Apple, y que al igual que el iPhone, está basado en una interfaz de usuario que funciona con pantalla táctil.

SOFTWARE

Así como el hardware es importante, el software también lo es. Esto es debido a que para el desarrollo de aplicaciones nativas en iOS es necesario contar con los siguientes programas en el portátil.

❖ Xcode 6

Xcode es un entorno de desarrollo integrado (IDE) creado por Apple y viene de manera gratuita junto con Mac OS X. Este contiene un conjunto de herramientas para el desarrollo de software para los sistemas OS X e iOS, y trabaja conjuntamente con el denominada "Interface Builder" el cual es una herramienta gráfica para el desarrollo de interfaces de usuario.

❖ iOS Simulator 8.1

El iOS Simulator es una aplicación disponible dentro de Xcode y presenta la interfaz de usuario de iPhone o iPad según se requiera. Se puede interactuar con esta interfaz

simulada, ya sea utilizando el teclado y/o el mouse del PC para emular los diferentes gestos de rotación, toques, deslices, entre otras acciones del usuario en la pantalla multitáctil. Esto es esencial para probar y/o realizar testing en una aplicación que se esté desarrollando.

CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA IOS

Por último, y más importante, el sistema operativo móvil a usar es iOS como se ha mencionado previamente. Se usará la versión iOS 8.1 que tiene como "base SDK" la versión 8. Ésta es compatible con dispositivos que usen iOS 7 y 8, los cuales están disponibles para los equipos que se muestran en las figuras 2,3 y 4.

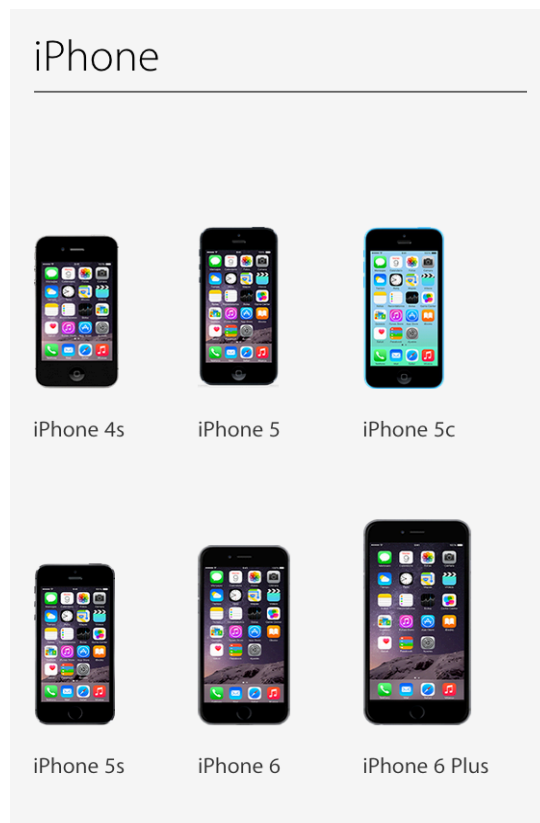


Figura 2: Dispositivos iPhone compatibles.

Fuente: www.apple.com/es/ios/whats-new/

iPod



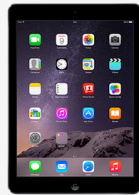
iPod touch
5.ª generación

Figura 3: Dispositivos iPod compatibles.
Fuente: www.apple.com/es/ios/whats-new/

iPad



iPad Air 2



iPad Air



iPad 2



iPad 3.ª
generación



iPad 4.ª
generación



iPad mini 3



iPad mini 2



iPad mini

Figura 4: Dispositivos iPad compatibles.
Fuente: www.apple.com/es/ios/whats-new/

Cabe destacar que como sistema operativo móvil, iOS tiene varias características. Entre las principales se distinguen:

❖ Pantalla principal

En la pantalla principal de un sistema con iOS, se ubican los íconos de cada una de las aplicaciones que posee el usuario. Se incluye en ella una parte especial, en la zona inferior, donde se anclan las aplicaciones de uso frecuente denominado "dock". Además de esto, en la parte superior tiene una barra de estado que muestra diferentes datos como lo son la hora, el nivel restante de batería en el equipo, y la intensidad de la señal del operador correspondiente (si es que existe alguno, pues en iPod no existe conexión con un operador de telefonía móvil). Por último, cuando se abre una aplicación, ésta puede ocupar todo el espacio de la pantalla si lo desea.

❖ Carpetas

Con la versión iOS 4, se creó un sistema de carpetas para administrar las diferentes aplicaciones que posee un usuario en el sistema. Para lo anterior, basta con tan solo mover una aplicación sobre otra, y el sistema crea una carpeta para ellas con una selección de nombre automática que corresponda con el tipo de aplicaciones que contiene, aunque el usuario puede hacer cambio de este nombre.

Posteriormente, con el lanzamiento de iOS 7, la cantidad de aplicaciones por carpeta aumentó, pudiendo agregarse más de 9 iconos (1 icono por cada aplicación) que era el limitante para las antiguas versiones de iOS.

❖ Centro de notificaciones

El centro de notificaciones es una característica de iOS que otorga una visión general de las alertas que envían las diferentes aplicaciones que posee un usuario en el dispositivo. Muestra notificaciones hasta que el usuario complete una acción asociada (deslizar sobre la notificación o eliminarla directamente), en vez de exigir su atención y resolución de manera inmediata. El usuario puede ver las notificaciones deslizando desde la barra de estado hacia abajo. Finalmente, cada usuario puede elegir qué aplicaciones aparecerán en el centro de notificaciones, y cómo será su manejo.

❖ Seguridad

Apple toma con responsabilidad la seguridad de sus dispositivos, es por esto que el hardware y el firmware están específicamente diseñados para defenderse de virus y malwares. Incluido a lo anterior, iOS se preocupa de proteger la información personal del usuario. En sus últimos dispositivos, se agregó el llamado "Touch ID" el cual reconoce la huella digital única del usuario, permitiendo usar tanto la huella como su contraseña personal, evitando así que cualquier persona ingrese sin autorización al equipo. Este tipo de seguridad cifra los diferentes contenidos que se tienen en el dispositivo, como lo son el email, calendario, contactos, recordatorios, notas, mensajes y aplicaciones de terceros.

Agregado a lo mencionado, Apple solo admite la activación de los equipos a través de iCloud, el cual solicita los datos de acceso del usuario original permitiendo bloquear e inutilizar el equipo en caso de extravío o de robo del mismo. Por último, también es posible conocer la ubicación de un dispositivo vía GPS.

❖ Privacidad

Al igual que en seguridad, Apple recuerda que la privacidad e intimidad de los usuarios es primero. Por esta razón, las diferentes aplicaciones del equipo deben solicitar permiso para acceder a los diferentes datos de un usuario, como lo son el calendario, contactos, fotos, entre otros. Incluso, las conversaciones de aplicaciones como iMessage y Facetime quedan cifradas, para que la conversación quede solo entre los participantes de ella.

❖ Multitarea

La multitarea permite que las diferentes aplicaciones en el dispositivo realicen determinadas tareas en segundo plano, mientras el usuario usa otras aplicaciones o mientras no se usa el dispositivo y éste se encuentra en espera. Con la multitarea, el usuario puede pasar de una aplicación a otra de manera rápida, y así ver el contenido actualizado cuando se abre o se vuelve de una a otra. Esto no ralentiza el rendimiento de las aplicaciones o del equipo, y no consume excesivamente la batería del dispositivo. Para acceder a las aplicaciones que se encuentran en multitarea, basta presionar el botón de inicio dos veces y elegir la acción deseada.

CAPITULO 3: DISEÑO DE LA SOLUCIÓN

En este capítulo se entregan las funcionalidades y diseños que presenta la aplicación a desarrollar. Para lo primero, se detallan los principales requerimientos y casos de uso que posee Kikvi. Para detallar el diseño, se muestran las diferentes vistas que se encuentran en la aplicación en conjunto con una explicación sobre estas mismas.

REQUERIMIENTOS DE LA APLICACIÓN

- ❖ El usuario podrá iniciar sesión con sus credenciales de Facebook.
- ❖ El usuario podrá visualizar todos los videos subidos a la plataforma según orden de subida descendente (del más nuevo al más viejo).
- ❖ El usuario podrá filtrar los videos por diferentes categorías.
- ❖ El usuario podrá ver la información de un video en específico.
- ❖ El usuario podrá seleccionar sus videos favoritos.
- ❖ El usuario podrá ver los últimos videos que ha seleccionado como favoritos.
- ❖ El usuario podrá compartir por su cuenta de Facebook el video que desee.
- ❖ El usuario podrá compartir por su cuenta de Twitter el video que desee.
- ❖ El usuario podrá compartir por su cuenta de WhatsApp el video que desee.
- ❖ El usuario podrá compartir por su cuenta de Messenger (Facebook) el video que desee.
- ❖ El usuario podrá ver los últimos videos que ha compartido.
- ❖ El usuario podrá ver los datos correspondientes a su perfil en la aplicación.
- ❖ El usuario podrá configurar las notificaciones que desea recibir.
- ❖ El usuario podrá ver los últimos sorteos disponibles.
- ❖ El usuario podrá canjear tickets para sorteos con sus puntos.
- ❖ El usuario podrá ver los últimos premios directos disponibles.
- ❖ El usuario podrá canjear premios directos con sus puntos.
- ❖ El usuario podrá ver sus últimos canjes realizados.
- ❖ El usuario podrá cerrar sesión en la aplicación.

CASOS DE USO

Con los requerimientos definidos en la parte anterior, se tiene la base de los casos de uso que posee la aplicación. Estos se presentan en un diagrama general, el cual contiene los casos de uso principales de la aplicación. Posterior a esto, se detalla individualmente cada caso de uso.

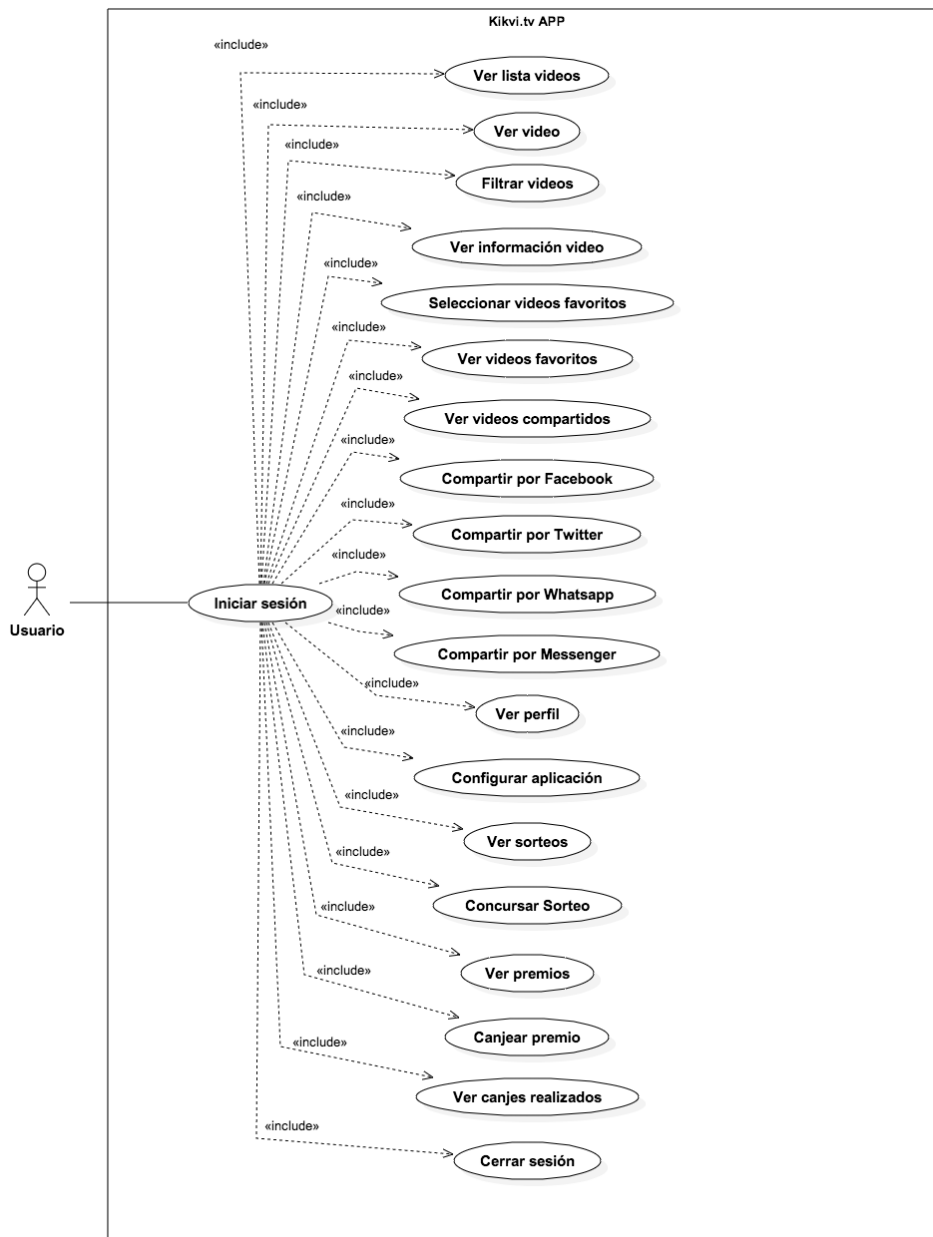


Figura 5: Diagrama casos de uso.

Fuente: Elaboración propia.

DETALLE CASOS DE USO

A continuación se presenta el detalle de cada uno de los casos de uso incluidos en el diagrama general. Para esto, se conforma tablas para cada uno, con un resumen, actores involucrados, condición previa, flujo normal, flujo alternativo y la condición posterior al caso.

CASO DE USO N°1: INICIAR SESIÓN (CU01)	
Resumen	Este caso muestra los pasos a seguir por un usuario para iniciar sesión.
Actor	Usuario.
Precondición	El usuario debe tener instalada la aplicación, y posteriormente abrirla.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) EL usuario selecciona el botón iniciar sesión con su cuenta de Facebook.	
	2) El sistema traslada al usuario a una siguiente vista donde le pide aceptar los permisos de aplicación vía Facebook.
3) El usuario otorga los permisos de la aplicación vía Facebook.	
	4) El sistema retorna a Kikvi y lleva al usuario a la siguiente vista, donde le muestra un tutorial.
5) El usuario recorre el tutorial, y presiona "ir a la app".	
	6) El sistema lo traslada a la siguiente vista.
Flujo alternativo	
1) En el paso 3, el usuario no otorga los permisos requeridos.	El sistema retorna a Kikvi a la vista principal, y no inicia sesión.
Poscondición	El sistema continúa con el caso CU02.

CASO DE USO N°2: VER LISTA VIDEOS (CU02)	
Resumen	Este caso muestra como un usuario podrá visualizar la lista de videos subidos a la aplicación.
Actor	Usuario.
Precondición	CU01.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
	1) El sistema presenta la lista de videos por fecha en orden del más nuevo al más viejo (últimos videos).
2) El usuario recorre los videos.	
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde conexión a internet.	El sistema intenta reconectarse. En caso de no ser posible, presente una alerta al usuario informando del problema.
Poscondición	No existe poscondición.

CASO DE USO N°3: VER VIDEO (CU03)	
Resumen	Este caso muestra la acción del usuario para ver un video en específico.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona un video de la lista desplegada, presionando sobre la imagen de uno de estos.	
	2) El sistema despliega una vista donde muestra el video.
	3) El sistema al terminar el video, cierra la vista desplegada.
Flujo alternativo	
1) Posterior al paso 2, el usuario selecciona el botón "Done" en la vista desplegada.	El sistema detiene el video y cierra la vista desplegada.
2) El usuario pierde conexión a internet.	El sistema presenta una alerta al usuario notificando el problema.
Poscondición	El sistema vuelve a la lista de videos en la que se encontrará previo a este caso.

CASO DE USO Nº4: FILTRAR VIDEOS (CU04)	
Resumen	Este caso muestra como un usuario realiza un filtro de los videos en la lista según la categoría seleccionada.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario presiona sobre el nombre de la categoría actual.	
	2) El sistema despliega una lista con las diferentes categorías.
3) El usuario selecciona una categoría.	
	4) El sistema actualiza la lista con videos pertenecientes a la categoría seleccionada.
Flujo alternativo	
1) Posterior al paso 2, el usuario presiona sobre el nombre de la categoría actual nuevamente.	El sistema cierra la lista desplegada.
Poscondición	Se muestra la lista de videos según la categoría.

CASO DE USO N°5: VER INFORMACIÓN VIDEO (CU05)	
Resumen	Este caso muestra la acciona que realiza el usuario para ver la información de un video en particular.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón de información de uno de los videos.	
	2) El sistema avanza a una siguiente vista, donde se muestra la información del video en específico.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde conexión a internet.	El sistema presenta una alerta al usuario notificando el problema.
Poscondición	El usuario obtiene la información actualizada de un video.

CASO DE USO N°6: SELECCIONAR VIDEOS FAVORITOS (CU06)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por un usuario para seleccionar un video como favorito.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón de favorito de uno de los videos.	
	2) El sistema cambia de color el botón favorito.
	3) El sistema guarda el video en la lista de favoritos del usuario.
Flujo alternativo	
1) Posterior al paso 2, si el usuario no cuenta con internet.	El sistema envía una notificación al usuario informando del problema y devuelve el botón favorito el video al estado anterior.
Poscondición	El video queda seleccionado como favorito.

CASO DE USO N°7: VER VIDEOS FAVORITOS (CU07)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver la lista de sus videos favoritos.
Actor	Usuario.
Precondición	CU01.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario va al menú, y presiona sobre la opción "Mis videos favoritos".	
	2) El sistema cierra el menú, y muestra la vista videos favoritos.
3) El usuario recorre sus videos favoritos.	
Flujo alternativo	
1) El usuario no posee videos favoritos.	El sistema muestra una imagen destacando que no posee videos favoritos y los pasos para agregar uno.
Poscondición	El usuario queda en la vista videos favoritos.

CASO DE USO N°8: VER VIDEOS COMPARTIDOS (CU08)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver la lista de sus videos compartidos.
Actor	Usuario.
Precondición	CU01.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario va al menú, y presiona sobre la opción "Mis videos compartidos".	
	2) El sistema cierra el menú, y muestra la vista videos compartidos.
3) El usuario recorre sus videos compartidos.	
Flujo alternativo	
1) El usuario no posee videos compartidos.	El sistema muestra una imagen destacando que no posee videos compartidos y los pasos para agregar uno.
Poscondición	El usuario queda en la vista videos compartidos.

CASO DE USO N°9: COMPARTIR POR FACEBOOK (CU09)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para compartir un video por Facebook.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón compartir de uno de los videos.	
	2) El sistema despliega una lista con las opciones para compartir.
3) El usuario selecciona la opción de Facebook.	
	4) El sistema traslada al usuario a una siguiente vista vía Facebook para compartir el video.
5) El usuario agrega y/o modifica la información a compartir.	
6) El usuario comparte la información del video vía Facebook.	
	7) El sistema retorna al usuario a la vista previa con la lista de videos.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) Posterior al paso 4, el usuario cancela el compartir la información.	El sistema continúa con el paso 7.
Poscondición	El usuario sigue en la lista de videos.

CASO DE USO Nº10: COMPARTIR POR TWITTER (CU10)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para compartir un video por Twitter.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón compartir de uno de los videos.	
	2) El sistema despliega una lista con las opciones para compartir.
3) El usuario selecciona la opción de Twitter.	
	4) El sistema muestra al usuario una vista para compartir el video.
5) El usuario agrega y/o modifica la información a compartir.	
6) El usuario comparte la información del video.	
	7) El sistema retorna al usuario a la vista previa con la lista de videos.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) Posterior al paso 4, el usuario cancela el compartir la información.	El sistema continúa con el paso 7.
3) El usuario no posee una cuenta de Twitter en el dispositivo.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario sigue en la lista de videos.

CASO DE USO N°11: COMPARTIR POR WHATSAPP (CU11)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para compartir un video por WhatsApp.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón compartir de uno de los videos.	
	2) El sistema despliega una lista con las opciones para compartir.
3) El usuario selecciona la opción de WhatsApp.	
	4) El sistema traslada al usuario a una siguiente vista vía WhatsApp para compartir el video.
5) El usuario agrega y/o modifica la información a compartir.	
6) El usuario comparte la información del video vía WhatsApp.	
	7) El sistema retorna al usuario a la vista previa con la lista de videos.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) Posterior al paso 4, el usuario cancela el compartir la información.	El sistema continúa con el paso 7.
3) El usuario no posee una cuenta de WhatsApp en el dispositivo.	El sistema notifica al usuario del problema.
4) El usuario no tiene instalado WhatsApp.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario sigue en la lista de videos.

CASO DE USO Nº12: COMPARTIR POR MESSENGER (CU12)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para compartir un video por Messenger.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón compartir de uno de los videos.	
	2) El sistema despliega una lista con las opciones para compartir.
3) El usuario selecciona la opción de Messenger.	
	4) El sistema traslada al usuario a una siguiente vista vía Messenger para compartir el video.
5) El usuario agrega y/o modifica la información a compartir.	
6) El usuario comparte la información del video vía Messenger.	
	7) El sistema retorna al usuario a la vista previa con la lista de videos.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) Posterior al paso 4, el usuario cancela el compartir la información.	El sistema continúa con el paso 7.
3) El usuario no posee una cuenta de Messenger en el dispositivo.	El sistema notifica al usuario del problema.
4) El usuario no tiene instalado Messenger.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario sigue en la lista de videos.

CASO DE USO N°13: VER PERFIL (CU13)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver su perfil.
Actor	Usuario.
Precondición	CU01.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario va al menú, y presiona sobre la opción "Mi perfil".	
	2) El sistema cierra el menú, y muestra la vista con el perfil.
3) El usuario observa la información correspondiente a su perfil.	
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista Mi perfil.

CASO DE USO Nº14: CONFIGURAR APLICACIÓN (CU14)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para acceder a la configuración de la aplicación.
Actor	Usuario.
Precondición	CU13.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario presiona el botón para configuración.	
	2) El sistema avanza a una siguiente vista, la cual posee la configuración general de la aplicación.
3) El usuario cambia las opciones de notificaciones.	
	4) El sistema guarda los cambios realizados.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista configuración.

CASO DE USO Nº15: VER SORTEOS (CU15)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver los sorteos a realizarse.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario va al menú, y presiona sobre la opción "Centro de canjes".	
	2) El sistema cierra el menú, y muestra la vista centro de canjes.
	3) El sistema carga la lista de sorteos a realizarse
3) El usuario recorre la lista con los sorteos disponibles a realizarse.	
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista centro de canjes, en este se muestran los sorteos.

CASO DE USO Nº16: CONCURSAR SORTEOS (CU16)	
Resumen	En este caso se muestra la acción realizada por el usuario para comprar un ticket y concursar en un sorteo.
Actor	Usuario.
Precondición	CU15.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona un sorteo de la lista.	
	2) El sistema avanza a una siguiente vista, donde se muestra la información del sorteo en específico.
3) El usuario selecciona la cantidad de tickets a canjear para el sorteo.	
4) El usuario presiona el botón "Canjear".	
	5) El sistema valida la información enviada.
	6) El sistema notifica al usuario que el canje se ha hecho de manera correcta.
	7) El sistema actualiza los puntos del usuario.
Flujo alternativo	
1) En el paso 4, el usuario no posee suficientes puntos para realizar el canje.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista del sorteo actual.

CASO DE USO Nº17: VER PREMIOS (CU17)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver los premios disponibles.
Actor	Usuario.
Precondición	CU02.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario presiona sobre la opción "canjea premios".	
	2) El sistema carga la lista de premios disponibles.
3) El usuario recorre la lista con los premios disponible para canje.	
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista centro de canjes, en este se muestran los premios disponibles.

CASO DE USO Nº18: CANJEAR PREMIO (CU18)	
Resumen	En este caso se muestra la acción realizada por el usuario para usar sus puntos y canjear un premio.
Actor	Usuario.
Precondición	CU17.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona un premio de la	
	2) El sistema avanza a una siguiente vista, donde se muestra la información del premio en específico.
3) El usuario presiona el botón "Canjear".	
	4) El sistema valida la información enviada.
	5) El sistema notifica al usuario que el canje se ha hecho de manera correcta.
	6) El sistema actualiza los puntos del usuario.
Flujo alternativo	
1) En el paso 3, el usuario no posee suficientes puntos para realizar el canje.	El sistema notifica al usuario del problema.
2) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista del premio actual.

CASO DE USO N°19: VER CANJES REALIZADOS (CU19)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para ver los canjes de premios y sorteos realizados.
Actor	Usuario.
Precondición	CU15.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario presiona sobre la opción "revisa tus canjes".	
	2) El sistema carga la lista de sorteos y premios canjeados.
3) El usuario recorre la lista con los premios y sorteos realizados previamente.	
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	El usuario queda en la vista centro de canjes, en este se muestran los canjes de premios y sorteos realizados disponibles.

CASO DE USO N°20: CERRAR SESIÓN (CU20)	
Resumen	Este caso muestra la acción realizada por el usuario para cerrar su sesión en la aplicación.
Actor	Usuario
Precondición	CU14.
Flujo normal	
Acciones del usuario	Acciones del sistema
1) El usuario selecciona el botón "Cerrar Sesión".	
	2) El sistema valida la acción y borra los datos de sesión del usuario.
	3) El sistema vuelve a la vista inicial, previa al CU01.
Flujo alternativo	
1) El usuario pierde acceso a internet.	El sistema notifica al usuario del problema.
Poscondición	EL usuario vuelve a la vista de inicio de sesión.

DISEÑO INTERFAZ DE LA APLICACIÓN

En esta sección se muestran los diseños de cada una de las vistas que posee la aplicación de Kikvi.tv. En conjunto con esto, se explican los detalles relevantes de ésta, así como también su funcionamiento.

VISTA INICIO SESIÓN

Esta es la vista principal para un usuario que no ha iniciado sesión al ingresar a la aplicación. Aparece un botón de "Log in" con la plataforma de Facebook, el cual al ser presionado envía al usuario a una siguiente vista dentro de Facebook, donde se otorgan los permisos para hacer uso de la información del usuario en Kikvi. Además del botón, esta vista posee un video corriendo de fondo y una cinta de mensajes, haciendo referencia ambos al contenido general de la plataforma.



Figura 6: Vista Inicio Sesión.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA ÚLTIMOS VIDEOS

Posterior al inicio de sesión de un usuario, sigue la vista últimos videos. Esta contiene el contenido central de Kikvi, que son los videos. En primera instancia, se cargan y se muestran los últimos videos subidos a la plataforma. Sin embargo, presionando el botón que tiene el nombre de la categoría, se puede elegir una distinta desde una lista desplegada. Además de esto, cada video en la lista tiene opciones: un botón de informaciones, uno para agregarlo como favorito y uno para compartirlo por las distintas redes sociales. Finalmente, para ver el video, se presiona sobre la imagen y éste comienza a reproducirse.

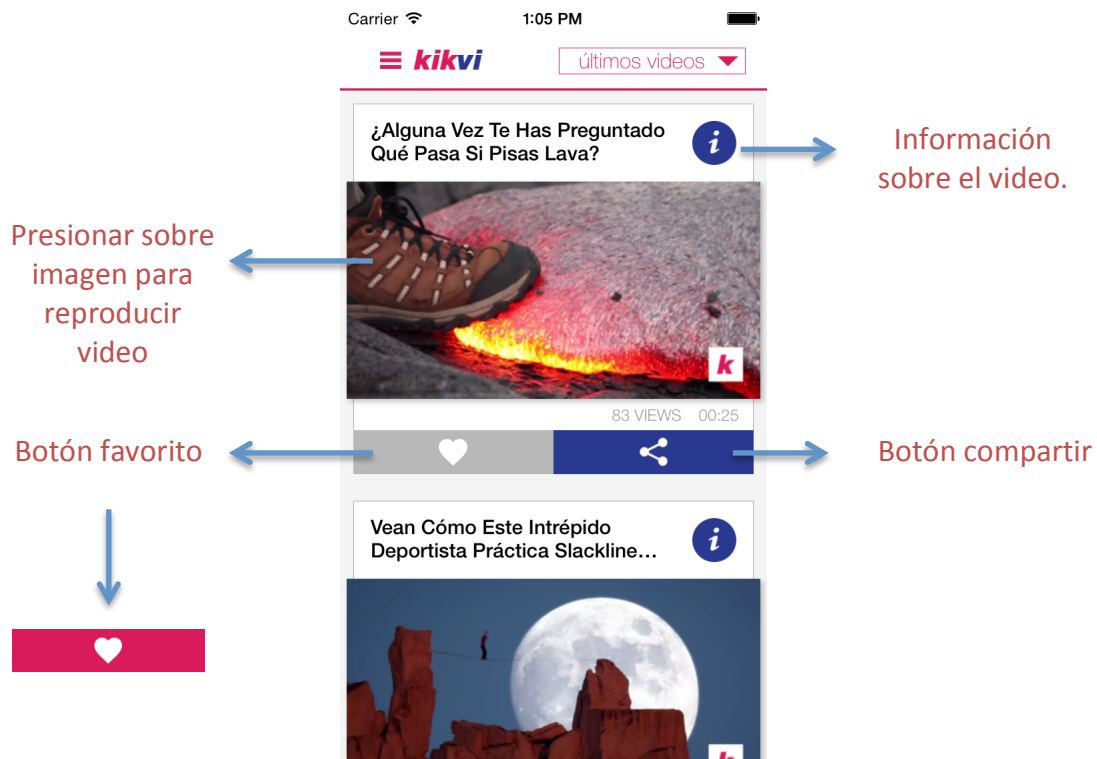


Figura 7: Vista últimos videos.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 8: Vista últimos videos.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA VITRINA VIDEO

Esta vista se despliega cuando se presiona el botón de información de video desde la vista últimos videos, videos favoritos y videos compartidos. Contiene la información principal, como lo son el título, descripción, botón para compartir, botón para favorito e imagen representativa del video. Además, contiene información específica con respecto al video compartido por el usuario, como lo son:

- ❖ Puntos por vista: Son los puntos que entrega un video al ser reproducido.
- ❖ Vistas obtenidas: Son las vistas que ha acumulado el usuario a través de las reproducciones del video por sus contactos en las distintas redes sociales.

- ❖ Puntos en total: Son las vistas obtenidas transformadas en puntos a partir de los puntos por vista.



Figura 9: Vista vitrina video.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA PERFIL

Esta vista muestra la información principal del usuario en la plataforma de Kikvi. Estos son el nombre del usuario, su imagen de perfil en Kikvi, su email, los puntos totales que tiene acumulado y los puntos por expirar al fin del periodo. Además, contiene opciones para entrar a la configuración (tuerca en la parte superior derecha), ver el tutorial ("¿Cómo funciona Kikvi?"), enviar feedback ("¿Tienes alguna consulta?") y leer sobre Kikvi ("Acerca de").

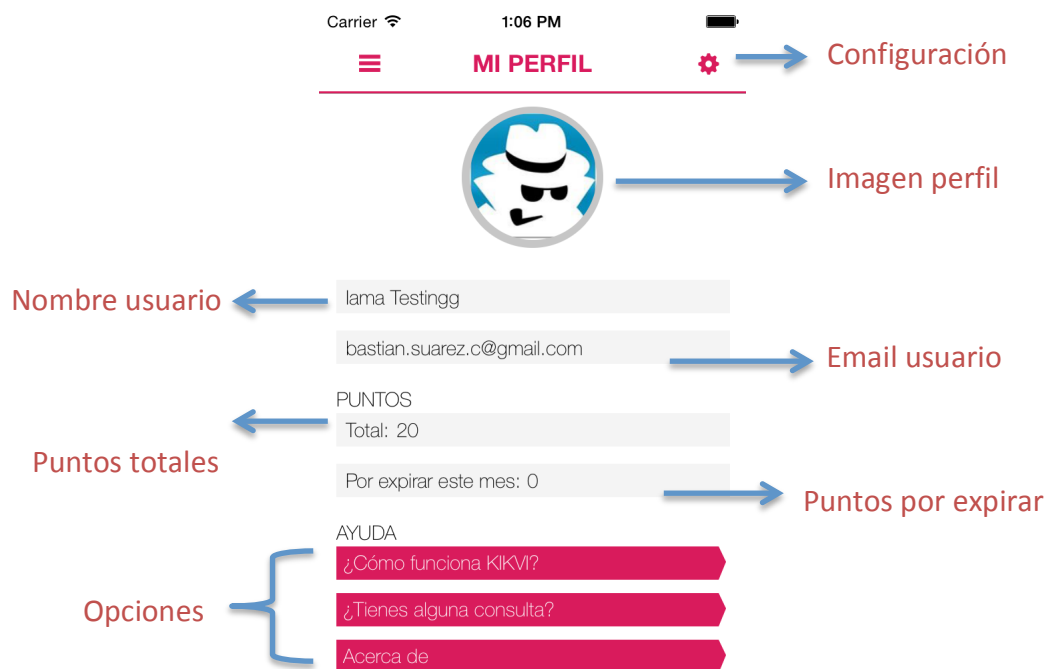


Figura 10: Vista perfil.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA CONFIGURACIÓN

Esta vista se despliega al presionar el botón de configuración en la vista anterior. Aquí se configuran las notificaciones que el usuario desea recibir, se borra el caché de imágenes y se puede cerrar la sesión actual en la aplicación. Entre las notificaciones a configurar se encuentran:

- ❖ Videos destacados
- ❖ Videos más vistos
- ❖ Tus puntos por expirar
- ❖ Noticias Kikvi
- ❖ Próximos sorteos

Cada una de las notificaciones anteriores tiene un estado encendida o apagada, y son configurables por el usuario.



Figura 11: Vista configuración.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA VIDEOS FAVORITOS

En esta vista se muestran los videos favoritos seleccionados por el usuario. Estos, al igual que en últimos videos, tienen un botón de informaciones, uno para agregarlo como favoritos y uno para compartir el video por las distintas redes sociales. Así también, para ver el video, se presiona sobre la imagen y éste comienza a reproducirse. Para quitar un video de esta lista basta con desmarcar la opción de favoritos, y cuando se recarguen los videos, éste no se encontrará. Para el caso contrario, basta con marcar la opción de favoritos de cualquiera de los videos en la vista últimos videos, y éste se guardará y

agregará a esta lista. Los videos se muestran del más nuevo al más viejo según la fecha en que se agregó.

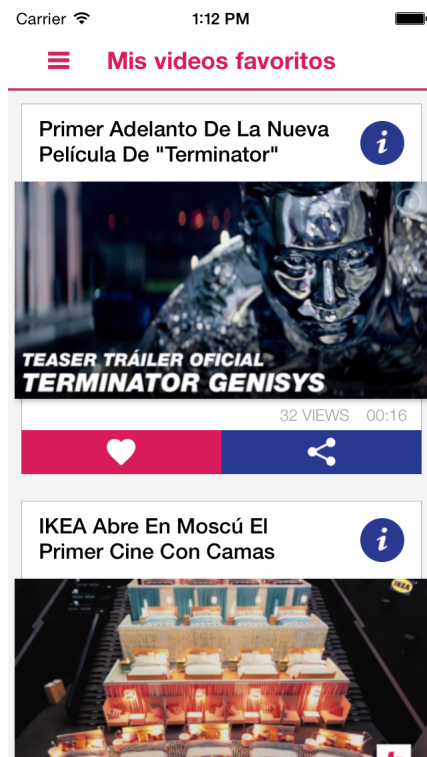


Figura 12: Vista videos favoritos.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA VIDEOS COMPARTIDOS

En esta vista se muestran los videos compartidos por el usuario. Es decir, videos que ha compartido el usuario en el último tiempo a través de alguna de las redes sociales. Estos, al igual que en la vista anterior, tienen un botón de informaciones, uno para agregarlo como favoritos y uno para compartir el video por las distintas redes sociales. Así también, para ver el video, se presiona sobre la imagen y éste comienza a reproducirse. Esta es una lista de carácter histórica, por lo cual, el usuario no puede modificarla quitando elementos, solo puede agregarlos a través de compartir un video. Los videos se muestran del más nuevo al más viejo según la fecha en que lo haya compartido.

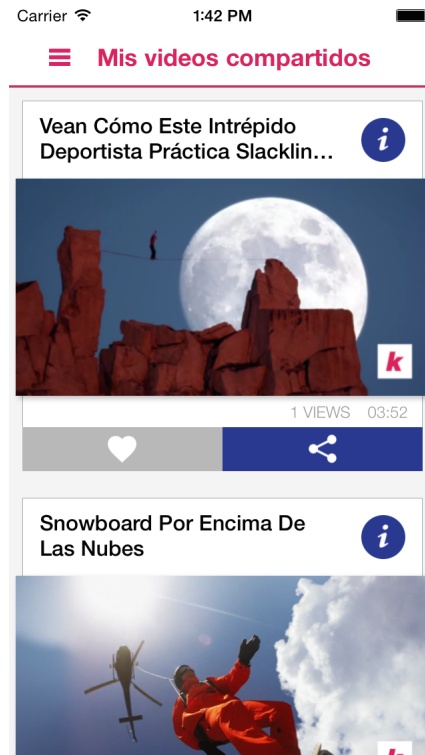


Figura 13: Vista videos compartidos.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA CENTRO DE CANJES

Esta vista contiene la información sobre sorteos y premios que están disponibles en la plataforma y a las cuales el usuario puede acceder. Esta contiene los puntos disponibles, una foto del usuario y los puntos por expirar. Además, tiene 3 pestañas con las siguientes opciones:

- ❖ Participa en sorteos: Esta tabla contiene todos los sorteos a los cuales un usuario puede acceder teniendo los puntos necesarios. Posee nombre, imagen representativa, cantidad de puntos requeridos, fecha a realizarse y estado de cada sorteo (activo o inactivo según fecha).

- ❖ Canjea premios: Esta tabla contiene los premios que se pueden canjear de manera directa por el usuario, si es que cuenta con los puntos suficientes. Posee nombre, imagen representativa, cantidad de puntos requeridos, stock disponible y estado de cada sorteo (activo o inactivo según stock).
- ❖ Revisa tus canjes: Esta tabla contiene todos los canjes de sorteos y premios que ha realizado el usuario en el último tiempo. Está en orden del más nuevo al más viejo según la fecha que se haya realizado. Posee los datos según sea un sorteo o un premio.

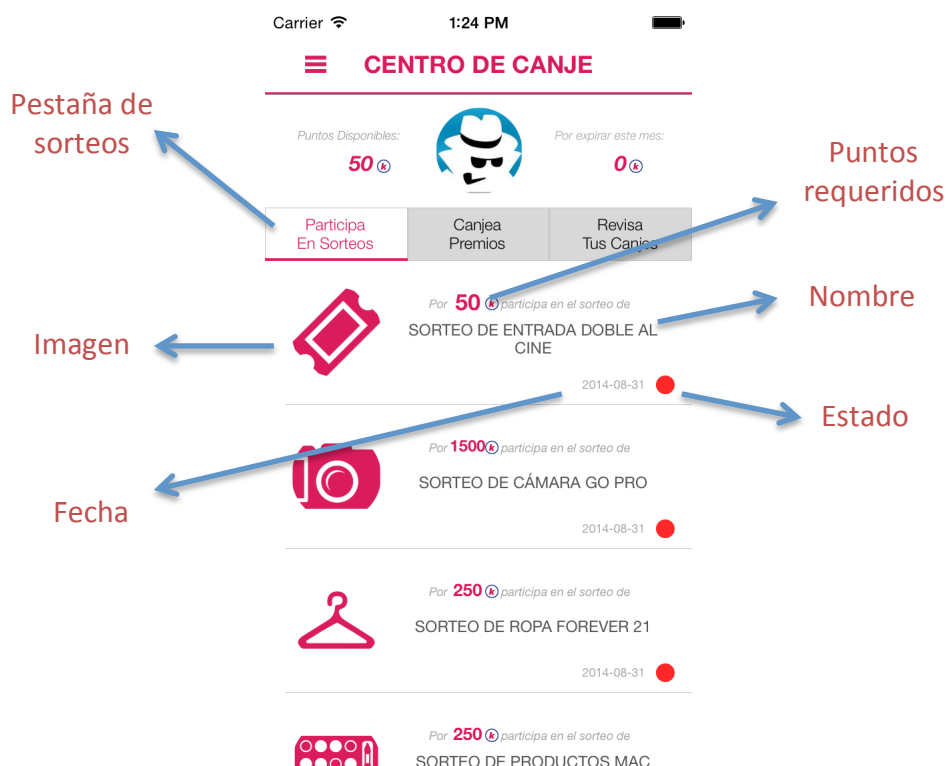


Figura 14: Vista Centro de Canjes: Sorteos.
Fuente: Elaboración propia.

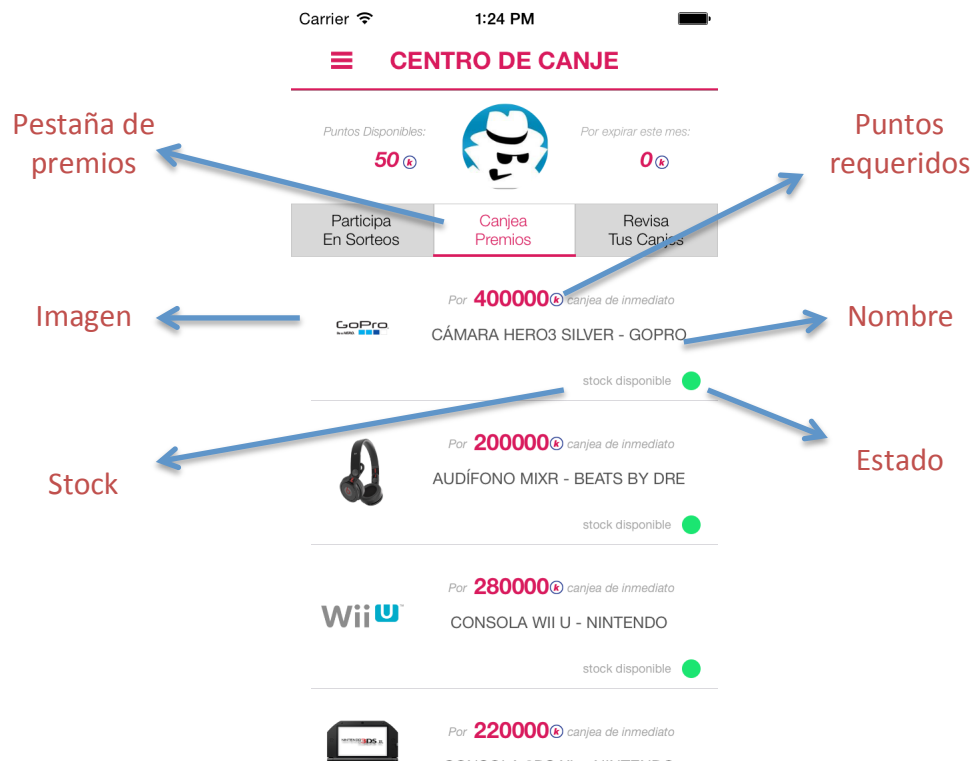


Figura 15: Vista Centro de Canjes: Premios.
Fuente: Elaboración propia.

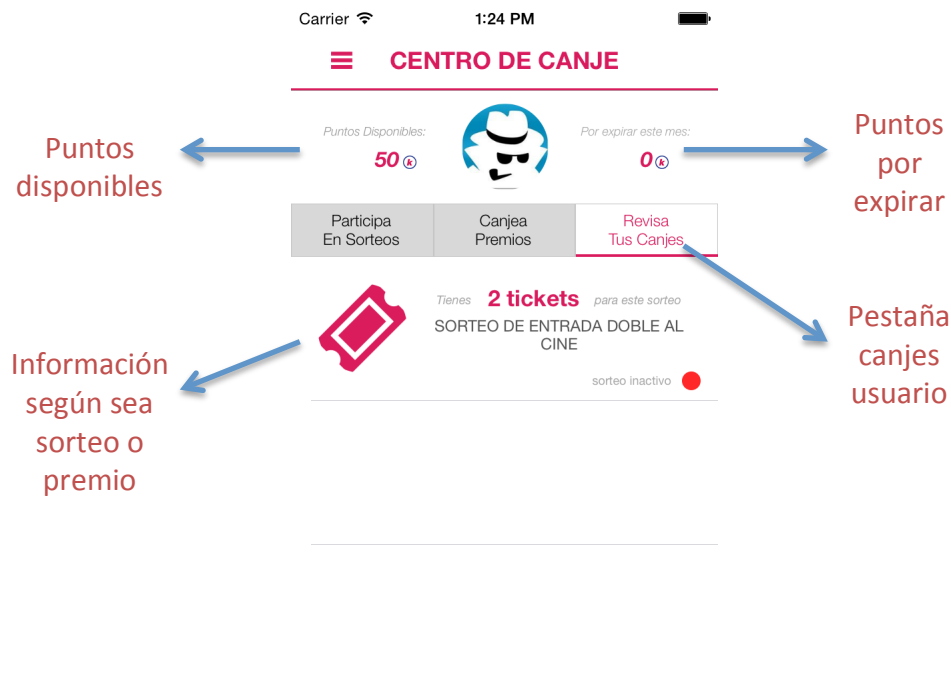


Figura 16: Vista Centro de Canjes: Canjes usuario.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA SORTEO

En esta vista se muestra en detalle un sorteo en específico elegido por el usuario de la tabla de sorteos en el centro de canjes. Posee nombre, imagen representativa, puntos requeridos y fecha del sorteo.

Para el canje, se puede elegir la cantidad de tickets que se desean comprar con los puntos disponibles, mostrando la cantidad de tickets elegidos, los puntos disponibles (puntos restantes después del sorteo) y la cantidad de puntos a usar en este sorteo. Finalmente se tiene el botón canjear con el cual se confirma la acción y se procede a realizar el canje.



Figura 17: Vista sorteo.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA PREMIO

En esta vista se muestra en detalle un premio en específico elegido por el usuario de la tabla de premios en el centro de canjes. Posee nombre, imagen representativa y puntos requeridos para canjear el premio.

Para el canje, se necesita de la cantidad total de puntos, en caso de tenerlos, los puntos restantes después de realizarse éste serán los del usuario menos los que toma el canje. En caso de no tenerlos, la cantidad de puntos restantes será los puntos que el usuario tiene en el momento. Finalmente se tiene el botón canjear con el cual se confirma la acción y se procede a realizar el canje.



Figura 18: Vista premio.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA MENÚ LATERAL

Este menú lateral es con el que se accede a cada una de las secciones que posee la aplicación y se divide en las vistas mostradas en las figuras anteriores. Las vistas principales que contiene son:

- ❖ Mi perfil (Vista perfil)
- ❖ Últimos videos (Vista últimos videos)
- ❖ Mis videos favoritos (Vista videos favoritos)
- ❖ Mis videos compartidos (Vista videos compartidos)
- ❖ Centro de canjes (Vista centro de canjes)

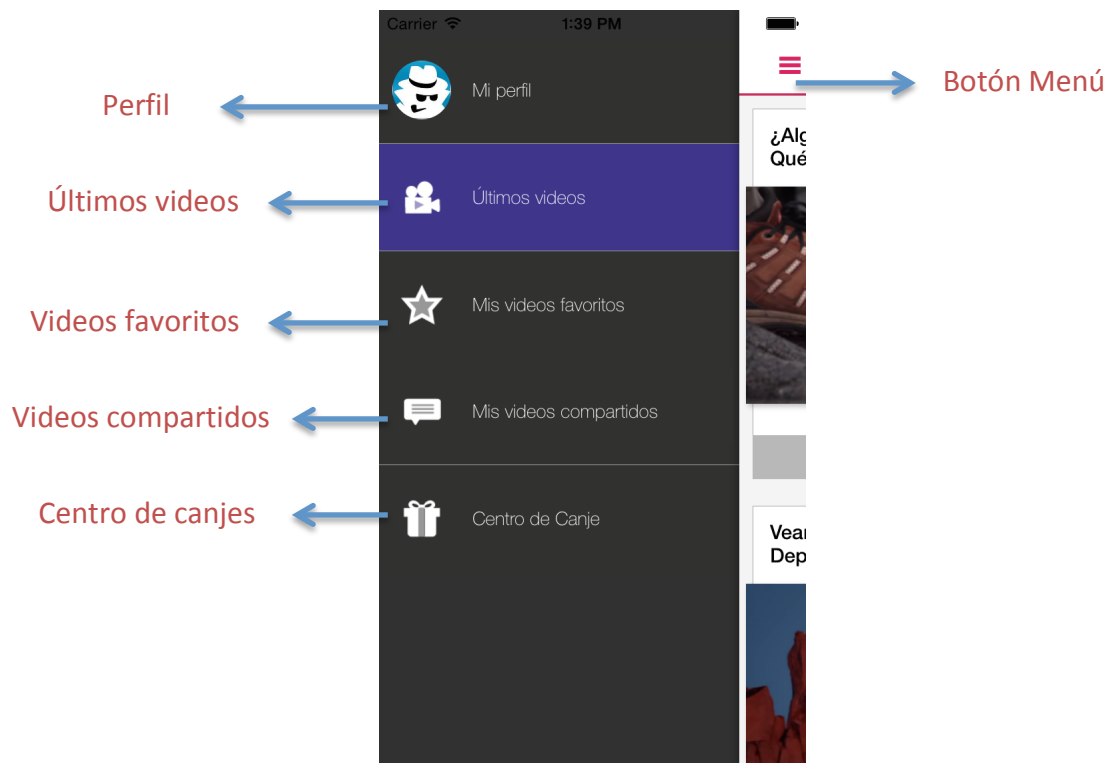


Figura 19: Vista menú lateral.
Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO 4: VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

Para la validación de la solución propuesta, se realizó un testing con un grupo de usuarios, los cuales siguieron una serie de pasos que están directamente relacionados con los requerimientos y los casos de usos definidos para esta aplicación. Esto, con el principal objetivo de corroborar y probar el cumplimiento de las principales funcionalidades.

Posterior a la realización de este testing, se procedió a encuestar a los usuarios con respecto a la experiencia en el uso de la aplicación. La encuesta, primero obtiene información para identificar a los usuarios de forma anónima y general, y segundo, conocer su apreciación con respecto a lo claro y entendibles que son las funcionalidades.

OPERACIONES A REALIZAR

Los usuarios debieron seguir la siguiente serie de pasos para probar la aplicación:

1. Abra la aplicación kikvi.tv.
2. Ingrese a través de Facebook.
3. Recorra el tutorial, y seleccione la opción de ir a la App.
4. Recorra la lista de videos y reproduzca un video.
5. Vea el video completo.
6. Acceda a la opción de información del video.
7. Lea la información del video y reproduzca el video.
8. Agregue el video a sus favoritos.
9. Comparta el video a través de alguna red social.
10. Vuelva a lista general de videos.
11. Seleccione la categoría de "virales" y vea la lista de videos que está allí.
12. Vea las opciones en el menú lateral.
13. Acceda a su perfil y lea la información en éste.
14. Seleccione configuración y desactive alguna notificación.
15. Vuelva a la vista anterior, y seleccione el menú lateral nuevamente.
16. Seleccione la sección "Mis videos favoritos" y vea si su video elegido se encuentra ahí, en caso contrario, refresque la lista.
17. En el menú lateral, seleccione la sección "Mis videos compartidos", y vea si su video compartido se encuentra ahí, en caso contrario, refresque la lista.

18. Vaya al menú lateral nuevamente, y seleccione la sección "Centro de canje", vea sus puntos disponible y por expirar, y recorra las secciones "Participa en sorteos", "Canjea premios" y "Revisa tus canjes".
19. Seleccione un sorteo en "Participa en sorteos" y lea su información.
20. Seleccione un premio en "Canjea premios" y lea su información.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

El testing fue realizado a 10 usuarios, los cuales siguieron los pasos mencionados, y respondieron la encuesta, arrojando los resultados que se muestran a continuación.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LOS USUARIOS

Sobre el género de los usuarios encuestados, 7 fueron hombres, mientras que, 3 fueron mujeres. La edad se encuentra en el rango de los 15 a 44 años, con 8 de estos en el rango de los 15 a 29 años y los 2 restantes de 30 a 44 años. Sobre el nivel de estudio alcanzado por los encuestados, 9 tenían educación universitaria y 1 educación media. Ahora, sobre la cantidad de contenido compartido en las principales redes sociales como lo son Facebook, Twitter, entre otras, se pueden observar los siguientes resultados:

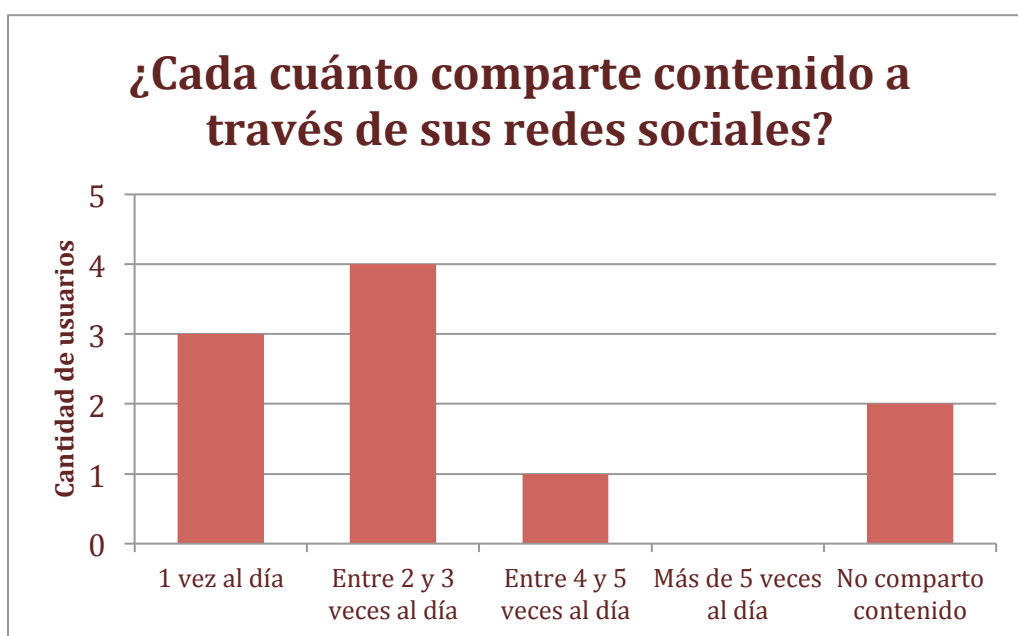


Figura 20: Gráfico sobre cantidad de contenido compartido en redes sociales.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los usuarios que participaron comparte contenido entre 2 y 3 veces al día, seguido por los que comparten 1 vez al día. Así también, 2 del total no comparte contenidos a través de las redes sociales.

Con respecto a la cantidad de videos que los usuarios ven en internet a través de sitios como YouTube, Vimeo, Dailymotion, entre otros, y son de su gusto, los resultados muestran lo siguiente:



Figura 21: Gráfico sobre 5 videos visto en internet, cuántos son de gusto del usuario.

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico se puede observar que para la mayoría de los usuarios, de los videos vistos en internet a través de las distintas plataformas, 3 a 4 videos son del gusto personal. Así también, para 2 de los usuarios, solo 2 de los 5 videos son de su gusto.

RESULTADOS SOBRE LA APLICACIÓN

En relación a la aplicación de Kikvi en sí, y en base a las instrucciones que realizaron los usuarios en ella, se tienen los siguientes resultados:

¿Qué le pareció la forma en que se muestra la lista de videos?



Figura 22: Gráfico sobre ¿Qué le pareció la forma en que se muestra la lista de videos?
Fuente: Elaboración propia.

¿Qué le pareció la forma de mostrar las categorías de los videos?



Figura 23: Gráfico sobre ¿Qué le pareció la forma de mostrar las categorías de los videos?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 24: Gráfico sobre ¿Qué tan clara se muestra la información de un video en específico?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 25: Gráfico sobre ¿Qué tan claro le pareció el menú lateral para acceder a las diferentes secciones?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 26: Gráfico sobre ¿Qué tan clara le pareció la forma en que se agregan los videos favoritos?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 27: Gráfico sobre ¿Qué le pareció la forma en que se muestran sus videos favoritos?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 28: Gráfico sobre ¿Qué le pareció la forma en que se seleccionan los videos a compartir?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 29: Gráfico sobre ¿Qué le pareció la forma en que se muestran sus videos compartidos?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 30: Gráfico sobre ¿Qué tan clara se muestra la información de su perfil?
Fuente: Elaboración propia.

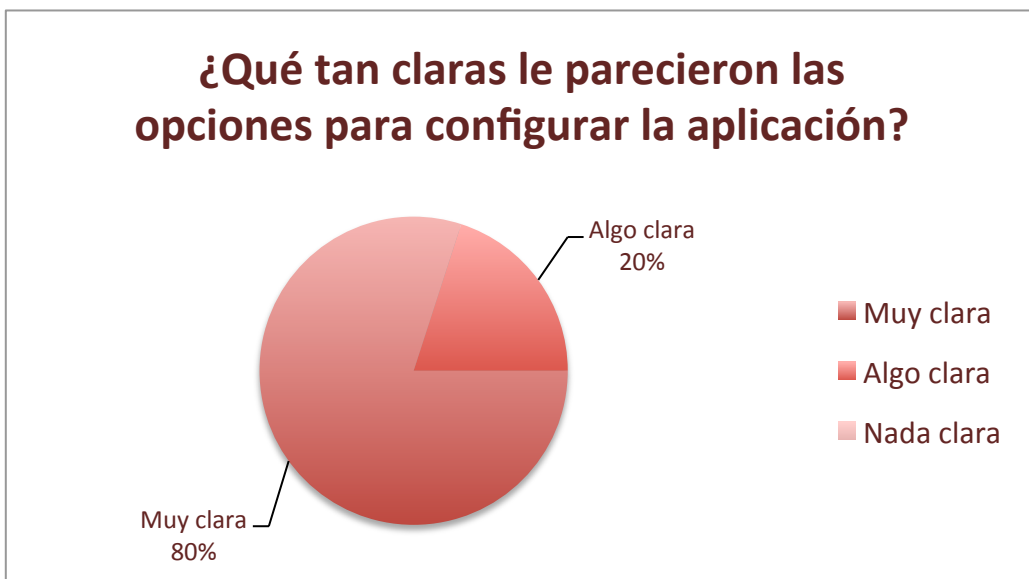


Figura 31: Gráfico sobre ¿Qué tan claras le parecieron las opciones para configurar la aplicación?
Fuente: Elaboración propia.

¿Qué tan claros se muestran los sorteos a realizar?

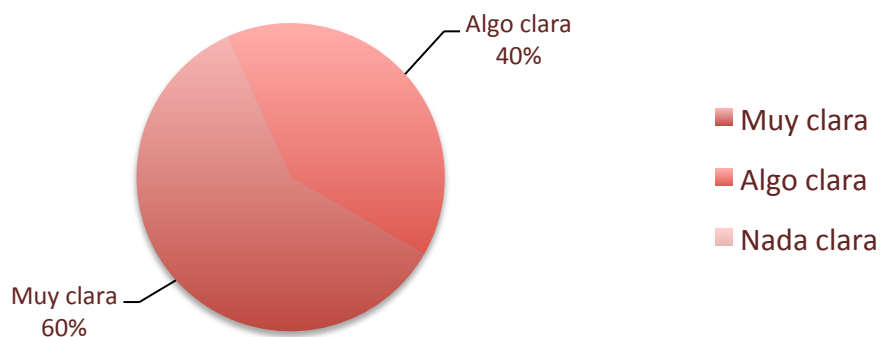


Figura 32: Gráfico sobre ¿Qué tan claros se muestran los sorteos a realizar?

Fuente: Elaboración propia.

¿Qué tan claros se muestran los premios a canjear?

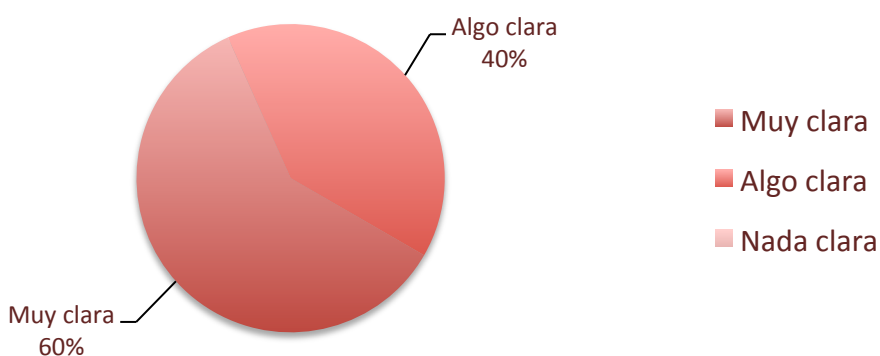


Figura 33: Gráfico sobre ¿Qué tan claros se muestran los premios a canjear?

Fuente: Elaboración propia.

¿Qué tan clara se muestra la información de los premios y sorteos?

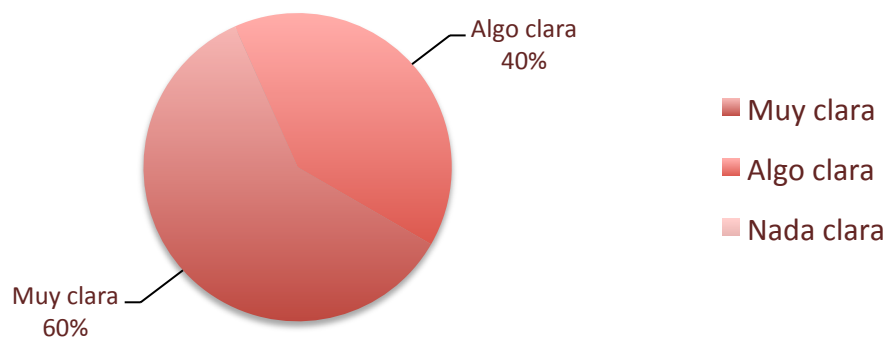


Figura 34: Gráfico sobre ¿Qué tan clara se muestra la información de los premios y sorteos?
Fuente: Elaboración propia.

¿Utilizaría este sistema para ver videos y compartirlos?

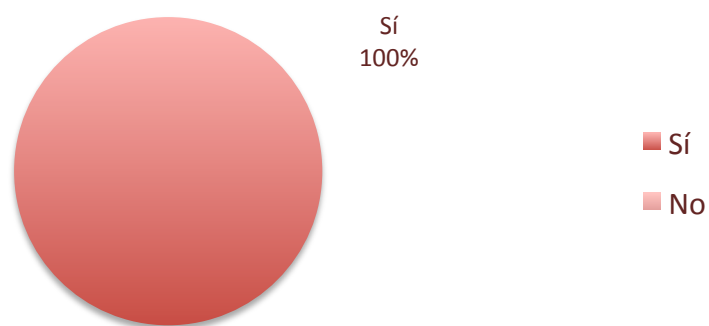


Figura 35: Gráfico sobre ¿Utilizaría este sistema para ver videos y compartirlos?
Fuente: Elaboración propia.



Figura 36: Gráfico sobre ¿Le recomendaría esta aplicación a sus conocidos?
Fuente: Elaboración propia.

De los resultados obtenidos en la encuesta, se tiene que en general la aplicación es muy clara en la forma que presenta sus funcionalidades, y por ende, en su uso.

Al analizar cada una de las preguntas, se obtuvo que la forma como se muestra la lista de videos y las categorías para éstos, resultaron ser muy claros para los usuarios.

Respecto a la pregunta sobre cómo se muestra la información de un video en específico, para 9 de los usuarios resultó ser muy clara, sin embargo, para 1 usuario resultó ser solo "algo clara" y esto se puede deber a la forma que se muestran los puntos en esta vista, lo cual complica el entendimiento y no logra ser del todo clara (ver figura 9: Vitrina video).

Para las preguntas sobre qué tan claro les pareció el menú lateral, la forma de agregar videos favoritos, la forma en que se muestran éstos últimos, la forma en que se seleccionan los videos a compartir y la forma que se muestran éstos videos, para todos los usuarios resultaron ser estas funcionalidades muy claras.

Sobre qué tan clara se muestra la información en el perfil del usuario, se obtuvo que al 90% le resultó muy claro, y al restante 10% solo algo clara, esto se puede deber nuevamente al sistema de puntos y la forma que éstos expiran cada cierto tiempo.

Sobre qué tan claras le parecieron las opciones para configurar la aplicación, a 8 personas les pareció muy clara, y a las restantes 2 tan solo algo clara, esto se puede deber a las opciones para configurar las notificaciones y a la funcionalidad de borrar caché, sobre todo esta última, que no posee una explicación de su uso.

Sobre las preguntas de qué tan claros se muestran los sorteos y premios a realizar, a 6 personas les pareció muy clara la forma que se muestran, y a las 4 restantes les pareció algo clara (esto para ambas preguntas), probablemente debido a la forma en que se muestran los puntos para cada uno y por la forma en que se muestran las 3 opciones para ver sorteos, premios y los hechos por un usuario.

Sobre qué tan clara se muestra la información (detalle) de los premios y sorteos, también obtuvo un 60% de respuestas "muy clara" y un 40% de "algo clara", esto también debido a la forma en que se muestran los puntos en estas vistas, sumándose a los análisis sobre las preguntas anteriores que no poseen un 100% de "muy clara".

Sobre las preguntas si utilizaría este sistema para ver videos y compartirlos, y si recomendarían esta aplicación a sus conocidos, ambas preguntas obtuvieron un 100% de aprobación de los usuarios.

Por otra parte, sobre la forma usada para la validación, lo ideal para toda solución implementada es que la mayor cantidad de usuarios sea parte de ella. Para este caso, distribuir la aplicación a través de la App Store (iTunes Store) era la opción ideal debido al alcance que ésta tiene. Sin embargo, para llegar a un gran público hay que tener una buena distribución y promoción, y de esto estuvo falta Kikvi al momento de lanzar la aplicación. Por esta razón no se lograron la cantidad de usuarios deseados para una validación a través de la App Store, y se optó por la opción de tener un grupo de usuarios que realizara un testing directo y diera su opinión sobre la aplicación.

CONCLUSIONES

Al comienzo de este trabajo, se comentó sobre la importancia que posee internet en las diferentes áreas de interés para la sociedad en general. Ésta misma importancia poseen hoy en día los videos que circulan por internet, y que entregan y tratan sobre diferentes temas, llegando a ser una de las fuentes más relevantes del internet mismo.

Todo lo anterior se debe a muchas razones, entre las principales se encuentra el mayor acceso de la población a internet, por ende, un aumento en la cantidad de usuarios. Sumado a esto último, el aumento de las horas que los usuarios están conectados a internet, debido a la cantidad de accesos que realizan en su día a día. La disponibilidad de nuevas tecnología es también un factor importante, debido a que el acceso a internet, ya no se hace exclusivamente de un computador (como tiempo atrás) sino que a través de smartphones, televisores y otros artículos electrónicos pertenecientes al "internet de las cosas".

A nivel global, también sumar el impacto en los últimos años de las redes sociales, las cuales están en el top de utilización de internet, probablemente solo después de los correos electrónicos (email) en popularidad. En el ámbito de los videos, el usuario cada vez lee menos, por ende, la creación de contenido visual se hace imprescindible para éste. Esto ha provocado un crecimiento de la cantidad de contenido digital y videos que circulan en internet, teniendo como principal expositor a YouTube, el cual por sí mismo tiene actualmente un total de 2,78 millones de reproducciones por minuto. Además, en los últimos años se ha popularizado las transmisiones de video en vivo (contenido en tiempo real) a través de las distintas plataformas, las cuales son vistas por gran cantidad de público. Por último, y para enlazar todos los puntos anteriores, es importante mencionar el concepto y funcionalidad de compartir (share), el cual es responsable de la viralización de la mayoría de los distintos tipos de contenidos digitales que hay en internet.

Kikvi es una de las plataformas que hizo propio varios de los elementos mencionados, y que principalmente trabaja el interés de los usuarios por los videos de internet, el compartir estos mismos y las ganas de obtener beneficios de lo anterior. También se agrega un concepto importante, que es el de publicidad digital a través de videos. Esto se debe actualmente, a la constante necesidad de evolución que se ha vivido en los últimos años y que hoy es parte del mercado, donde las empresas tienen una

necesidad de anunciarse y ofrecer a la audiencia su contenido publicitario estén en cualquier lugar del mundo.

Uno de los principales problemas de Kikvi era el no haber aprovechado una de las plataformas que más desarrollo ha tenido en los últimos años: los smartphones. Éstos, centran una gran cantidad de aplicaciones y poseen un potencial importante para captar nuevos usuarios. La principal debilidad de Kikvi, por ende, era la poca participación de los usuarios a través de los dispositivos móviles, ya que su web no fue construida para la visualización correcta en móviles y no contaba con todas las funcionalidades que posee el sitio web normal que se obtiene al ingresar a través del computador. Esto claramente limitaba la capacidad del alcance del contenido ofrecido, y no se aprovechaban las ventajas que entrega una aplicación móvil, como lo son disponer de la plataforma en cualquier lugar, mantener al usuario informado constantemente a través de notificaciones, y finalmente, lograr una mayor cantidad de usuarios que accedan al servicio.

En base a lo anterior, se planteó el desarrollo de una aplicación móvil para dispositivos iOS (iPhone e iPod), que otorgue una clara alternativa a la versión web, y se complemente con las ventajas propias de un dispositivo móvil. Para cumplir con lo anterior, se propuso el diseñar una interfaz, implementar una aplicación y finalmente validarla, todo esto, para los dispositivos mencionados.

Con respecto al diseño e implementación, se planeó una aplicación que tuviera todas las funcionalidades que posee la web, y las cualidades propias y únicas de los dispositivos móviles. Las principales funcionalidades diseñadas e implementadas son:

- Registro y entrada a través de Facebook.
- Mostrar el perfil de un usuario.
- Lista de los últimos videos que se han subido a la plataforma con la posibilidad de filtrarlos por categorías.
- Vitrina de video, donde se muestre información específica relacionada al video y a Kikvi.
- Capacidad de seleccionar los videos favoritos y tener una lista de estos mismos.
- Poder compartir videos a través de las distintas redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp y Facebook Messenger, y tener una lista de los compartidos.
- Acceder al centro de canje, con los distintos sorteos y premios, sus detalles para participar y la lista en los cuales un usuario está siendo parte.

- Menú para acceder a todas las secciones.
- Notificaciones Push propias de los dispositivos móviles para mantener a un usuario informado.
- Opciones de configuración de la aplicación.

Con esta lista de funcionalidades a implementar, se realizó una lista de requerimientos, y posteriormente, el diseño de un diagrama general que los incluyera con sus casos de uso, los cuales representan el funcionamiento de la aplicación. Posterior a esto, se detallaron individualmente cada caso de uso incluido en el diagrama, describiéndolos paso a paso según la situación.

Con lo anterior ya definido, se procedió a crear un diseño que pudiera cumplir con todos los casos de uso de manera clara y que no presentara dificultad en su utilización para un usuario.

Lo anterior combina parte del contenido basado en la web de Kikvi y el contenido único que se puede ofrecer a través de los dispositivos móviles, todo esto plasmado en la aplicación móvil, dando por cumplido los objetivos de diseñar e implementar una aplicación para dispositivos móviles iOS.

Para el siguiente objetivo, que era validar la aplicación, se realizó un testing con un grupo de 10 usuarios, los cuales debían seguir ciertas instrucciones que van relacionadas directamente con los requerimientos y funcionalidades de la aplicación. Esto permitirá comprobar el cumplimiento y claridad de lo anterior. Posteriormente, debían responder una encuesta relacionada a lo que experimentaron.

El grupo de usuario que participó fue compuesto por 3 mujeres y 7 hombres, y su edad oscila en el rango de los 15 a 44 años. El nivel de estudio alcanzado por 9 es la educación universitaria, y 1 de ellos la educación media. Sobre la cantidad de contenidos que comparten en las redes sociales, 4 de ellos comparte entre 2 y 3 veces al día, 3 de ellos 1 vez al día, 2 no comparten contenidos y 1 entre 4 y 5 veces al día. Sobre la pregunta de 5 videos de internet ¿cuántos son de su gusto?, a 8 de ellos le gustan 3 o 4 videos, mientras que a 2 usuarios le gustan solo 2 de los 5 videos vistos.

Por otra parte, sobre las funcionalidades vistas y la claridad de ellas en la aplicación, para la mayoría de las preguntas se obtuvo 100% de respuestas "muy clara". Sin embargo, para las preguntas sobre vistas que contenían explicación o detalles de

puntos en ellas, se obtuvo respuestas de usuarios de tipo "algo clara", lo cual denota la dificultad de entender el sistema de puntos en la aplicación. Esto quiere decir, que la claridad para entender cuántos puntos se gana, gasta o cuesta un sorteo o premio, no es completa. Por ejemplo, en la vista de vitrina video (Figura 9) se pueden ver 3 campos que se refieren al puntaje, éstos hacen difícil el entendimiento para algunos usuarios, ya que no pueden relacionar completamente los puntos por vista, las vistas obtenidas y los puntos en total. Así también, si vemos la vista sorteo (Figura 17), los campos entre los cuales se encuentran los puntos que cuesta obtener un ticket, los puntos disponibles, los puntos totales para canjes y además la cantidad de tickets, provocan un entendimiento confuso para ciertos usuarios. La vista premio (Figura 18) que incluye también los detalles de puntos, a pesar de no tener tantos campos, igual genera confusión en el usuario con el campo puntos después de canje. Con esto dicho, a pesar que la cantidad de usuarios que comprendió el concepto de los puntos en la aplicación es mayor (60%), existe una cantidad de ellos que no los entendió de manera satisfactoria, por lo cual, el proceso de cómo se entregan los puntos, el cómo van aumentando, los beneficio que pueden obtener con ellos, y de cómo finalmente los gastan y éstos se transforman en algo tangible, debe ser mejorado y repensado para una mejor claridad de la totalidad de los usuarios de la aplicación.

Otro punto que presentó un porcentaje de respuestas "algo claro" (40%) fue el de vista configuración (figura 11), esto probablemente debido a la configuración de las notificaciones y a la utilidad del botón "Eliminar caché".

En conclusión, la encuesta arrojó resultados satisfactorios debido a que la mayoría de las respuestas de los usuarios fueron "muy clara" y no se recibieron respuestas del tipo "nada clara", lo que denota que la interfaz diseñada es adecuada para el usuario en su interpretación y uso. También, las respuestas de si usaría este sistema para ver videos y compartirlos, y de si recomendaría esta aplicación a sus conocidos fueron de 100% "Sí", por lo cual, se muestra que la aplicación fue del gusto e interés de los usuarios. Con todo esto, podemos dar la validación como lograda.

Con los 3 objetivos específicos logrados de manera satisfactoria, se puede decir que el objetivo general que era el desarrollo de una aplicación móvil para dispositivos iOS (iPhone e iPod), que otorgue una clara alternativa a la versión web, ha sido logrado de manera exitosa.

Por último, como en todo desarrollo siempre hay cosas que mejorar, y Kikvi no es la excepción a la regla. Para este proyecto es claro que el primer punto a mejorar, es el sistema de puntos. Este último es una de las principales características de la plataforma, sin embargo, presenta confusión para el entendimiento de algunos usuarios. Esto se debe principalmente a cómo se van generando los puntos en la plataforma, el cómo los usuarios los van ganando a través de compartir contenido y el cómo finalmente ellos transforman estos puntos en premios. Por lo cual, es necesario implementar un sistema más claro de puntos, que otorgue una mejor explicación de cómo funciona y que permita un canje de manera más directa, todo esto transversal a las plataformas, es decir, tanto para web como móvil.

Otro punto a mejorar es el reproductor de videos que tiene la aplicación de iOS, que en la actualidad utiliza una función nativa poco personalizable, por lo que, lo ideal sería implementar un reproductor propio que tenga la identidad de Kikvi, con más funcionalidades en él.

A nivel de plataforma, uno de los grandes desafíos sería implementar un sistema de videos propios, parecido al de YouTube, en donde los usuarios pudieran subir sus propios videos, compartir su contenido y ganar puntos a través de esto.

Con estos últimos puntos sobre mejoras, y la realización de los objetivos generales y específicos de manera exitosa, podemos decir que el proyecto cumple con todo lo propuesto al inicio de ese trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **¿Qué es iOS?. Web de Apple.** <http://www.apple.com/es/ios/what-is/>. Visitado Mayo 2016
2. **Diferencias entre desarrollar aplicaciones para iOS o Android. Web El androide libre.** <http://www.elandroidelibre.com/2014/10/diferencias-entre-desarrollar-aplicaciones-para-ios-o-android.html>. Visitado Junio 2015
3. **iOS. Wikipedia.** <https://en.wikipedia.org/wiki/IOS>. Visitado Junio 2015
4. **iOS SDK. Wikipedia.** https://en.wikipedia.org/wiki/IOS_SDK. Visitado Junio 2015
5. **Xcode. Wikipedia.** <https://es.wikipedia.org/wiki/Xcode>. Visitado Junio 2015
6. **iOS Características. Wikipedia.** <https://es.wikipedia.org/wiki/IOS#Caracter.C3.ADsticas>. Visitado Junio 2015
7. **Notification Center (centro de notificaciones). Wikipedia.** https://en.wikipedia.org/wiki/Notification_Center. Visitado Junio 2015
8. **iPod Touch. Wikipedia.** https://en.wikipedia.org/wiki/IPod_Touch. Visitado Junio 2015
9. **Sistema operativo móvil iOS. Web GFC AprendeLibre.** https://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/ipad/caracteristicas_generales_del_ipad/3.do. Visitado Junio 2015
10. **MacBook Pro. Wikipedia.** https://es.wikipedia.org/wiki/MacBook_Pro
11. **Acerca de Multitarea en el iPhone, el iPad y el iPod touch. Web Support Apple.** <https://support.apple.com/es-es/HT202070>. Visitado Junio 2015
12. **Distribución digital. Wikipedia.** https://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_digital. Visitado Mayo 2015
13. **Informe anual de los contenidos digitales en España (Edición 2012). Web ontsi (Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la si - España).** <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-anual-de-los-contenidos-digitales-en-espa%C3%B1a-edici%C3%B3n-2012>. Visitado Mayo 2015
14. **Futuro digital Latinoamérica 2014 - comScore. Web Cristian Delgado | Marketing.** <http://www.cristiandelgado.com/futuro-digital-latinoamerica-2014/>. Visitado Mayo 2015
15. **Futuro digital Latinoamérica 2014. Web comScore.** <https://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2013/2013-Latin-America-Digital-Future-in-Focus>. Visitado Mayo 2015
16. **"La importancia del video en internet: Estrategia de contenidos" por Juan Ricardo Rubi Alvarez. Columna opinión Pulse (web LinkedIn).**

<https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-del-video-en-internet-estrategia-de-rubi-alvarez>. Visitado Julio 2016