

PRODUCTORA AUDIOVISUAL:
EXPERIENCIAS INTERACTIVAS DE REALIDAD AUMENTADA

Diana Prado Cárdenas
Paula Santana Sierra
Andrés Guillermo Luengas Ramírez

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE ESPECIALISTAS EN
GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL

Tutor: Rubiela Gómez Gómez

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
BOGOTÁ
2014



EXPERIENCIAS INTERACTIVAS DE REALIDAD AUMENTADA

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	7
1. DESCRIPCIÓN.....	9
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
2.1 Estado del arte.....	10
2.1.1 Política de Cultura Digital.....	10
2.1.2 Economía creativa.....	13
2.1.3 Organizaciones inteligentes.....	14
2.1.4 Desarrollo de software y Realidad Aumentada.....	17
2.1.5 Arte y tecnología.....	18
3. ANTECEDENTES.....	20
3.1 Plataforma Bogotá: Laboratorio interactivo de arte, ciencia y tecnología.....	21
3.2 MediaLab Bogotá.....	22
3.3 Portal nacional de realidad aumentada.....	22
3.4 Bakia Colombia.....	23
3.5 Telefonía móvil.....	23
3.6 Teletrabajo.....	24
3.7 ViveLab.....	24
3.8 Layar.....	24
3.9 Playing for change.....	25

4. JUSTIFICACIÓN.....	26
5. OBJETIVOS.....	27
5.1 Objetivo general.....	27
5.2 Objetivos específicos.....	27
6. MARCO TEÓRICO.....	28
6.1 La cibercultura.....	28
6.2 Humano y tecnología: interfaces.....	30
6.3 La web 2.0.....	31
6.4 Trabajo colaborativo.....	33
6.5 Sonido holofónico.....	34
6.6 Paisajes sonoros.....	35
7. PLAN DE NEGOCIOS	
7.1 Datos generales.....	36
7.1.1 Datos básicos.....	36
7.1.2 Datos empresa.....	36
7.1.3 Datos emprendedores.....	37
7.1.4 Garantías.....	40
7.2 Función empresarial.....	40
7.2.1 Descripción de la idea de Negocio.....	40
7.2.2 Objetivos a Corto y Mediano Plazo.....	41
7.3 Plan de mercados.....	42
7.3.1 Definición del Sector y Análisis económico del sector.....	42

7.4 Descripción y análisis de los Productos o Servicios.....	47
7.4.1 Línea de negocios 1: Escenografías 3D,.....	47
7.4.2 Línea de negocios 2: Diseño interactivo de marcas culturales y creativas.....	48
7.4.3 Línea de negocios 3: Formación en nuevas tecnologías.....	50
7.5 Competencia.....	51
7.5.1 Análisis de la Competencia.....	51
7.6 Mercado objetivo y global.....	55
7.6.1 Patrimonio cultural.....	55
7.6.2 Artes escénicas y espectáculos.....	57
7.6.3 Sector educativo.....	57
7.6.4 Clientes potenciales.....	59
7.6.5 ¿Que potencial tiene este mercado?.....	60
7.7 Estrategias de Mercado.....	61
7.7.1 Estrategias de producto.....	61
7.7.2 Estrategia de precio.....	61
7.7.3 Estrategia de plaza.....	62
7.7.4 Estrategias de promoción.....	63
7.7.5 Plan de Alianzas.....	64
7.8 Plan operativo y / o técnico.....	66
7.8.1 Productos y / o servicios.....	66
7.8.2 Descripción procesos.....	67

7.8.3	Flujograma de procesos.....	71
7.8.4	Abastecimiento de Materias Primas.....	72
7.8.6	Localización e Instalación.....	74
7.9	Plan Organizacional y Administrativo.....	74
7.9.1	Misión.....	74
7.9.2	Visión.....	74
7.9.3	Organigrama.....	75
7.9.4	Análisis DOFA.....	76
7.10	Plan Financiero y Económico.....	82
7.11	Impactos.....	83