**Proyecto: Realidad Aumentada en Museos.**

**Integrantes:**

Frank Franco

Juan Camilo González

Ever Iván Lerma

Daniela Beltrán

1. **¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO / PRODUCTO / SERVICIO?**

Una de las problemáticas que se encuentran en los sitios patrimoniales como los museos, es la poca motivación de los usuarios en visitar sus exhibiciones, por lo que en la literatura se ha encontrado que una solución es utilizar tecnologías inmersivas como la realidad aumentada para mostrar contenidos virtuales interactivos y comparándolo con métodos tradicionales como las audioguías, permite preservar los elementos patrimoniales que se encuentren degradados usando modelos tridimensionales.

1. **PROPUESTA DE VALOR**

* **Descripción del Producto/Servicio:**
  + Aplicación que permite a los usuarios obtener información virtual adicional sobre los elementos patrimoniales que se exhiben en los museos.
  + Aplicación que permite a los curadores de los museos agregar los contenidos virtuales sobre los elementos patrimoniales que desean mostrar a los usuarios.
  + Aplicación que utilizará realidad aumentada para mostrar información virtual adicional sobre los elementos patrimoniales de los museos que se vayan a catalogar en el software.
* **¿Qué lo hace único?:**
  + La aplicación permitirá a los usuarios obtener mayor detalle de los elementos patrimoniales a través de contenidos virtuales interactivos
  + Ayuda a los museos a mostrar contenidos virtuales sin tener preocuparse por la disponibilidad del espacio físico.
* **Estudio del mercado:**
  + **Distribución:** la aplicación se distribuirá a través de las tiendas de aplicaciones móviles (App Store y Google Pay)
  + **Cobertura:** inicialmente a algunos museos de la ciudad
  + **Aceptación:** por parte de los usuarios, estos podrán tener información virtual adicional de los elementos exhibidos dentro de los museos. Por parte de los curadores, permite agregar contenidos interactivos a los elementos patrimoniales de la exhibición sin tener que preocuparse por el espacio físico disponible dentro del museo
  + **Casos de éxito:** en la literatura se encuentran aplicaciones como:
    - Archeoguide
    - Turist@
    - PhotoTrip
    - SmartMuseum
  + **Productos de referencia:** 
    - CorfuAR
  + **Productos sustitutos:**

    - Tours virtuales
    - Sitios web de los museos
  + **Productos complementarios:** al ser una aplicación de realidad aumentada puede beneficiar a otros sectores como el turismo para encontrar sitios donde pasar la noche y en cuanto al transporte la manera en que se moverá dentro de la ciudad para visitar los museos.
  + **Estrategia de Precios:** la aplicación se encuentra enfocado en aspectos educativos, por lo que la tarifa se basará en el costo de la base de datos para almacenar los contenidos virtuales de los elementos patrimoniales.
  + **Publicidad:** redes sociales, dueños de los museos, curadores de las exhibiciones, sitios de alojamientos.
* **El usuario / consumidor:**
  + Turistas
  + Amantes del arte
  + Población local
* **Motivaciones de consumo:** 
  + Obtener información adicional de forma interactiva de los elementos patrimoniales exhibidos dentro del museo.
  + Atraer a diferentes tipos de usuario en visitar las exhibiciones de los museos, así como fomentar el aprendizaje del patrimonio cultural de la ciudad
* **Hábitos de compra:**
* **Preferencias y aceptación:** 
  + **Precio:** en principio solamente se considerará los costos de almacenamiento de los contenidos virtuales de los elementos patrimoniales exhibidos.
  + **Calidad:** la aplicación se pone en disposición a los museos y curadores de las exhibiciones donde podrán generar los contenidos virtuales que desean mostrar a los visitantes
  + **Facilidad de uso:** la aplicación podrá ser utilizada por cualquier tipo de usuario interesado en aprender en el patrimonio cultural del país y donde usando su propio dispositivo móvil, pueda ver los contenidos virtuales de los elementos exhibidos en el museo.

**Modelo Lean Canvas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Problema**  -Pocos recursos guía para búsqueda de exhibiciones/museos que sean detallados y ofrezcan información relevante  -Falta de catalogo virtual e interactivo de museos/ exhibiciones y atractivos turísticos relacionados con arte e historia  -Medio de divulgación enfocado en atracciones artísticas históricas.  **Alternativas del producto/servicio**  -Páginas de internet como TripAdvisor  -Google Earth | **Solución**  -Uso de realidad aumentada para mostrar contenidos interactivos de los elementos patrimoniales utilizando imágenes como marcadores  -Uso de mapas para ubicar el museo/exhibición  -Reproducción de contenidos virtuales a través del dispositivo móvil del usuario | **Propuesta de Valor \***  **¿Qué problema resolvemos?**  -Poca motivación de la población local para visitar puntos de interés de la ciudad relacionados con arte e historia y de igual forma pocos o inexistentes canales de divulgación de este tipo de lugares  **¿Qué valor ofrecemos con el producto / servicio?**  -Promover el arte e historia  -Acceso a contenidos interactivos  -Complementar información de elementos patrimoniales con contenido digital  -Experiencias inmersivas  **Metodologías, reducción de costos, ofertas diferenciales, diseño, calidad, estatus, desempeño**  - Al utilizar realidad aumentada, los museos no tienen que preocuparse por el espacio físico con el que dispone  -Con el uso de modelos tridimensionales se pueden obtener mayor detalle de los elementos patrimoniales.  -La realidad aumentada a diferencia de otras tecnologías mejora la percepción de autenticidad de los elementos patrimoniales superponiendo contenidos virtuales. | | **Ventaja especial**  **¿Qué lo hace diferente al resto de competidores / mercado?**  -Permite mostrar contenidos interactivos de un catálogo amplio de museos/ exhibiciones  -Conocer la ubicación de cada museo/exhibición  -Autenticidad del elemento patrimonial con la superposición de contenido virtual | **Segmentos de clientes**  **Perfil de usuarios**  -Turistas  -Amantes del arte e historia  **Segmentación del grupo objetivo (edad, sector económico, estrato, personas naturales, empresas, etc.)**  **¿Para quién creamos valor?**  **¿A quién dirijo mi producto / servicio?**  **¿Quién se beneficia / afecta directa e indirectamente?**  -Dueños/trabajadores de museos  -Artistas  -Sitios de alojamiento |
| **Métricas clave \***  -Levantamiento de requerimientos  -Diseño de la aplicación  -Construcción de la aplicación móvil  -Validación del sistema (test de desempeño, test de carga, entre otras)  - Pruebas de usabilidad (TAM, IMMS, entre otros)  -Mantenimiento, monitoreo y soporte de la aplicación  \*Primera toma de decisiones | **Canales**  **¿A través de qué canales se llega al grupo objetivo / clientes / usuarios?**  -Redes sociales  -Página oficial de la aplicación  -Oficinas de turismo  **¿A través de qué herramientas se establecen relaciones con el grupo objetivo / clientes / usuarios?**  **Tipos de canales (propio o externo), fases (Percepción, evaluación, compra, entrega y postventa) y espacios de interacción**  **¿Cómo se integran el cliente y socios clave con el modelo de negocio?**  Fidelización |
| **Estructura de costos**  **Costos asociados (directos e indirectos) para el desarrollo de la actividad / producto / servicio**  -Mantenimiento, actualización y soporte de la aplicación  -Licenciamientos de los contenidos  -Almacenamiento de los contenidos virtuales  -Diseñadores para la generación de modelos tridimensionales  -Desarrolladores de la aplicación  -Servidores  -Pruebas y validación del sistema  -Pago de servicios de software de terceros (Google Maps, Vuforia, etc). | | | **Fuentes de Ingreso**  **Ingresos, apalancamientos, alianzas estratégicas, financiación y sociedades**  -Alianzas con entidades del gobierno para promover el turismo  -Museos  -Artistas e historiadores  -Publicidad desde la aplicación | | |