

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA	1
3. ALCANCES Y LIMITACIONES	2
3.1. ALCANCES	2
3.2. LIMITACIONES	2
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	2
4.1. OBJETIVO GENERAL	2
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
4.3. RESULTADOS ESPERADOS	3
5. MARCO CONCEPTUAL	3
5.1. REALIDAD AUMENTADA	3
5.1.1 Definición General RA	3
5.1.2 RA aplicada al turismo	4
5.1.2.1 Definición de Smart City	4
5.1.3 Estado del Arte	5
5.1.3.1 Ejemplos de aplicaciones de RA	5
5.1.3.2 Avances de RA dentro del contexto de esta tesis	6
5.1.3.3 Formas de Pago/Difusión	7
5.1.3.3.1 Formas de Pago Existentes	7
5.1.3.3.2 Medios de difusión Existentes	8
5.2. PLATAFORMA Y ECOSISTEMA	9
5.2.1 Definición general de plataforma	9
5.2.2 Colaboración	11
5.2.3 Definición general de ecosistema	12
5.3. DEFINICIÓN GENERAL DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITAL	12
5.3.1 Contenido	14
5.3.2 Experiencia del cliente	14
5.3.3 Plataforma	15
6. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y ANÁLISIS	15
6.1. DEMANDA	16
6.1.1 Usuarios	16
6.1.1.1 Necesidades de los usuarios	16
6.1.2 Desarrolladores de contenido de RA	18

6.1.2.1	Principales desarrolladores de RA en el mundo	19
6.1.2.2	Necesidades de los desarrolladores	20
6.1.3	Operadores.....	20
6.1.3.1	Estadísticas del turismo en Chile	21
6.1.3.2	Impulso turismo tecnológico por parte del gobierno	22
6.2.	OFERTA TECNOLÓGICA	24
6.2.1	Participación mercado OS	24
6.2.2	Potencial aplicaciones móviles	25
6.2.3	Realidad Aumentada en el tiempo.....	25
6.2.4	Online Travel Agencies y Comunidades.....	26
6.2.5	Aplicaciones de RA.....	28
6.2.5.1	Principales características	28
6.2.5.2	Ejemplos de aplicaciones	29
6.3.	COMPETIDORES	29
6.4.	ANÁLISIS.....	32
7.	MODELO DE NEGOCIOS	33
7.1.	ELEMENTOS CLAVE DE UN MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.....	33
7.1.1	Segmentos clientes	33
7.1.2	Propuesta de valor.....	34
7.1.2.1	Usuarios	34
7.1.2.2	Operadores	34
7.1.2.3	Oferentes.....	34
7.1.2.4	Comunidades	35
7.1.3	Relación con el cliente.....	35
7.1.4	Canales	36
7.1.5	Socios clave.....	36
7.1.6	Actividades clave	37
7.1.7	Recursos clave	37
7.1.8	Estructura de ingresos.....	38
7.1.9	Estructura de costos	39
7.1.10	Resumen Modelo Canvas	40
7.2.	MODELO DE NEGOCIOS DIGITAL	40
7.2.1	Contenido	41
7.2.2	Experiencia del cliente.....	42
7.2.3	Plataforma	43
8.	PROTOTIPO	44

8.1.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	46
9.	CONCLUSIONES	46
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	49
10.1.	LIBROS	49
10.2.	TESIS/ESTUDIOS.....	49
10.3.	SITIOS WEB.....	49
11.	ANEXOS	52
11.1.	HOJA DE RUTA TRANSFORMA TURISMO.....	52
11.2.	COMUNIDADES (DENTRO DE LAS REDES)	53
11.3.	ARTÍCULO OMT-CHILE Y LA REVOLUCIÓN DIGITAL	54
11.4.	EVALUACIÓN MOCKUP DE LA APLICACIÓN.....	55