

RAE No.

FICHA TOPOGRÁFICA:

TÍTULO: ANALISIS CORRELACIONAL DE LA INDUSTRIA DE VIDEOJUEGOS EN BOGOTA

AUTOR (ES): YOHANNA ANGÉLICA PASTOR RAMIREZ, ANGÉLICA MARIA TRIANA GUARNIZO

MODALIDAD: PROYECTO DE GRADO

PAGINAS: 124 **TABLAS:** 105 **FIGURAS:** 12 **ANEXOS:** 3

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN

1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2. OBJETIVOS

3. MARCO REFERENCIAL

3.1 MARCO CONCEPTUAL

3.2 MARCO TEORICO

4. METODOLOGÍA PROPUESTA

5. ESPECIFICACIÓN DE FUENTES DE REVISIÓN

6. CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIDEOJUEGOS EN BOGOTÁ

7. CALCULO DEL COEFICIENTE CORRELACION DE PEARSON

8. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

PALABRAS CLAVES:

VIDEOJUEGO, CORRELACIÓN, DIGITALIZACIÓN, MODELO ECONÓMICO.

DESCRIPCIÓN:

Se realiza una investigación de que empresas se relacionan con los contenidos digitales y/o tienen el potencial para desenvolverse en la industria de los videojuegos en Bogotá, para luego caracterizar a partir de las halladas los modelos de negocio que se desarrollan y a que población se dirigen y determinar cualitativamente con el cálculo de coeficiente correlacional de Pearson que tan fuerte son estas relaciones y que áreas de desempeño son a los que apuntan estas empresas.

METODOLOGÍA:

El desarrollo del trabajo involucra un benchmarking estratégico para identificar tendencias de las empresas y caracterizarlas en la metodología canvas, ya realizado este proceso se establece vincular los modelos de negocios descritos en el canvas con las preguntas de análisis formuladas para luego ser evaluadas estas relaciones con el coeficiente correlacional de Pearson y determinar que modelos de negocios se están desarrollando en las empresas de contenidos digitales dirigidos a videojuegos en Bogotá.

CONCLUSIONES:

Los modelos de negocio que se identificaron en base a la pregunta sobre la especialidad de contenido digital asociados con el área de videojuegos o con la oportunidad para desenvolverse en este tipo de industria concluyen 11 modelos encontrados, los cuales son: advertise, adverggame, web game, mobile game, animación y diseño 2d, animación y diseño 3d, sonido y musicalización, motion interface, realidad virtual, realidad aumentada y videojuegos para consola.

Los modelos de negocio que se favorecen integran la industria de animación y diseño con un índice de 0,99 en publicidad y marketing son los modelos de negocio especializados de animación y diseño 2d y animación y diseño 3d, y los que se involucran con la industria multimedia que registra un índice de 0,98% en la población de diseño arquitectónico son los modelos de negocio advertise, adverggame, web game, mobile game, animación y diseño 2d, animación y diseño 3d, audio y musicalización, motion interface, realidad virtual.

FUENTES:

ALEGSA, Definición de informática [en línea]. Santa fe: Alegsa [citado 26 Abril, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/videojuego.php> >

ANIMAR STUDIO, Anfitrión virtual [en línea]. Bogotá: Animar studio [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.animarstudio.com/> >

BARRANTES Ángel, FUENTES Adrián, REYES Christian. Dirección estratégica y reingeniería de procesos [en línea]. Barrantes Ángel, Fuentes Adrián, Reyes Christian [citado 13 Febrero, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://benchmarking.galeon.com/definicion.html> >

BARRIOS Marcelo. Modelo de negocio [en línea]. Marcelo Barrios [citado 6 Febrero, 2013]. Disponible en Internet: < URL: http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/62/62-1323280539.pdf >

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, Diagnóstico y plan de acción para la industria de animación digital y videojuegos de Bogotá. Disponible en: Base de datos Universidad Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá. Consultado el: 23 de Febrero de 2013

CIBERSOCIEDAD. Modelos de negocio para el contenido interactivo [en línea]. Bogotá: Cibersociedad [citado 6 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:<URL: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/modelos-de-negocio-para-el-contenido-interactivo/699> >

COLOMBIA 3.0 Colombia 3.0 [en línea] [citado 11 Mayo, 2013]. Disponible en internet:
<URL:http://www.col30.co/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=102&lang=es >

CORRELACION Y COEFICIENTE DE PEARSON. Correlación y coeficiente de Pearson. [en línea] [citado 9 Mayo, 2013] Disponible en internet: http://www.cca.org.mx/cca/cursos/estadistica/html/m14/coef_pearson.htm >

CLUSTER ICT AUDIOVISUAL DE MADRID. Nuevos modelos de negocios en los contenidos Digitales. [en línea] Madrid: Cluster ICT Audiovisual de Madrid [citado 10 Mayo, 2013]
Disponible en internet:
http://www.madridnetwork.org/Info/Audiovisual/Documentos/Estudio_nuevos_modelos_de_negocio_marzo2013.pdf >

EN RODAJE, En rodaje [en línea]. En rodaje [citado 9 Febrero, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.enrodaje.net/> >

ESPACIOS MULTIMEDIA, El concepto de stop motion [en línea]. Espacios Multimedia [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://espaciosmultimedia.wordpress.com/2012/07/14/el-concepto-sobre-stopmotion>>

FAREZ Enrique. Modelo Canvas, una Herramienta para Generar Modelos de Negocios. [en línea] Farez Enrique [citado 6 Mayo, 2013] Disponible en internet: <URL:<http://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/> >

FIGUEROA Pablo. Programa Animación Videojuegos [en línea] Bogotá: Proyecto David [citado 11 de Mayo de 2013] Disponible en internet: <URL:<http://sistemas.uniandes.edu.co/~programaAnimacionVideojuegos/dokuwiki/doku.php?id=start> >

GERENCIE. Emprendimiento. [en línea] Emprendimiento [citado 6 Mayo, 2013] Disponible en Internet: < URL: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>>

HERNÁNDEZ Coralia. ¿Qué es un modelo de negocio? [en línea]. Bogotá: Hernández Coralia [citado 9 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:<URL: <http://coraliahernandez.wordpress.com/2011/11/12/que-es-un-modelo-de-negocio/>>

HIDALGO Verenice. Tipos de Benchmarking [en línea] Hidalgo Verenice [citado 9 Febrero, 2013] Disponible en internet: <URL: <http://es.scribd.com/doc/56207311/TIPOS-DE-BENCHMARKING>>

IGDA Colombia Asociación de Desarrolladores de Videojuegos en Colombia, Directorio de empresas [en línea]. Igda Colombia [citado 28 Abril, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://igdacolombia.co/> >

JOAN E Ricart. Modelo de negocio: el eslabón perdido en la dirección estratégica. [en línea] Barcelona: Joan E. Ricart [citado 23 Febrero, 2013] Disponible en internet: <URL: http://ubr.universia.net/pdfs_web/UBR_2300912.pdf >

LA MAGNETICA, Transmedia Storytelling y la lógica transmedia en marketing y comunicación [en línea]. Barcelona: El blog de La magnética [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://blog.lamagnetica.com/2011/05/19/transmedia-storytelling-y-la-logica-transmedia-en-marketing-y-comunicacion/> >

LOPEZ Eduardo. Estadística Descriptiva Bivariada (I): La correlación de Pearson-ry. [en línea] López Eduardo [citado 1 Mayo, 2013] Disponible en internet: <URL:<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mide/docs/CorrelPearson.pdf>>

MENDIZ NOGUERO Alfonso, Advergaming: concepto, tipología, estrategias y evolución histórica [en línea]. Madrid: Alfonso Méndiz Noguero [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.icono14.net/Num.-15.-Interactividad/advergaming> >

MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES. Contenidos Digitales. [en línea] Bogotá: MinTIC [citado 9 Febrero, 2013] Disponible en internet: <URL: <http://www.mintic.gov.co/index.php/iniciativas/contenidos-digitales>

MIS RESPUESTAS, ¿Qué es multimedia? [en línea]. Mis respuestas [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.misrespuestas.com/que-es-multimedia.html> >

MUÑOZ LEIVA Francisco. Benchmarking y marketing estratégico de ciudades referencia especial al caso de Granada. [en línea] Granada: Muñoz Leiva Francisco [citado 6 Febrero, 2013]

Disponible en: <URL: <http://www.ugr.es/~franml/files/Bmk%20y%20mk%20estrat%20ciudades.pdf>>

NEGOCIOS MBA, Benchmarking Estratégico [en línea]. Negocios MBA [citado 9 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:

< URL: <http://negociosmba.com/benchmarking-estrategico/> >

OBSERVATORIO PARA LA CIBERSOCIEDAD CITILAB CORNELLA. Modelos de Negocios para el contenido interactivo. [en línea] Citilab Cornella [citado 6 Febrero, 2013] Disponible en:

<URL: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/modelos-de-negocio-para-el-contenido-interactivo/699/>>

ONTSI (Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI) Informe de Los Contenidos Digitales en España 2011 del ONTSI [citado 11 Mayo, 2013]. Disponible en:

<URL: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_contenidos_digitales_edicion2012.pdf>

ORDENADORES Y PORTATILES, ¿Qué es WAP? [en línea]. Ordenadores y portátiles [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.ordenadores-y-portatiles.com/wap.html> >

PALACIOS PRECIADO Mariana, DUQUE OLIVA Edison Jair, Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad [en línea] Bogotá: Administración & Desarrollo [citado 9 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:

< URL: <http://revistas.esap.edu.co/administracion/wp-content/uploads/2011/11/23-a-34.pdf> >

PDXSTUDIO, Definición de realidad aumentada [en línea] Pdxstudio [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.pdxstudio.com/augmented-reality/definicion-de-realidad-aumentada> >

PEÑEÑORY Víctor Manuel. Modelo para contenidos digitales [en línea]. Peñeñory Víctor Manuel [citado 6 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:<URL: <http://www.slideshare.net/vmpenenori/modelo-para-contenidos-digitalesclase-4> >

REALIDAD VIRTUAL, Que es la realidad virtual [en línea] Realidad Virtual<http://www.realidadvirtual.com/que-es-la-realidad-virtual.htm> [citado 4 Mayo,

2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.realidadvirtual.com/que-es-la-realidad-virtual.html> >

RUIZ VELASCO SANCHEZ Enrique, Desarrollo de contenidos digitales educativos en comunidades de aprendizaje [en línea]. Enrique Ruiz Velasco Sánchez [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece2002/Grupo2/Ruiz.pdf> >

SANTILLANA DIGITAL. Contenidos digitales educativos: concepto y requisitos [en línea]. Santillana digital [citado 6 Febrero, 2013]. Disponible en Internet:<URL: <http://santillanadigital.blogspot.com/2010/10/1-contenidos-digitales-educativos.html> >

TECHTERMS, Third party [en línea]. Techterms [citado 4 Mayo, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.techterms.com/definition/thirdparty> >

TECNICAS PARA EL ESTUDIO DE LA RELACION ENTRE VARIABLES Concepto correlación y correlación de Pearson [en línea]. Técnicas para el estudio de la relación entre variables [citado 2 Abril, 2013]. Disponible en Internet: < URL: http://eqaula.org/eva/file.php/2025/moddata/forum/1011/10777/CORRELACIONE_2.pdf >

THE FREE DICTIONARY, advertise [en línea]. The free dictionary [citado 26 Abril, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://www.thefreedictionary.com/advertise> >

THE FREE DICTIONARY, animación [en línea]. The free dictionary [citado 26 Abril, 2013]. Disponible en Internet: < URL: <http://es.thefreedictionary.com/animaci%C3%B3n> >

TONG Federico. Videojuegos y violencia: guía para la acción Usar lo provechoso y reducir lo dañino. [en línea] Lima: Tong Federico [citado 10 Mayo, 2013] Disponible en: <URL: http://www.anobium.es/docs/gc_fichas/doc/ReFmzN3P2f.pdf>

LISTA DE ANEXOS:

ANEXO A. Lista de empresas consultadas

ANEXO B. Tabla de datos de las empresas consultadas

ANEXO C. Tabla de relación de las empresas con las variables utilizadas para análisis correlacional