

Usuarios Arquetipos

Experiencia de Realidad Virtual

Mario Fernando Gonzalez
Hector Cobos

Who is the Audience for VR?

Fiona Bell encontró que usualmente el tipo de usuarios que usan realidad virtual son **hombres entre 18 a 34 años**. Afirma que muchas mujeres no se ven impresionadas ya que estas aplicaciones además de ser hechas por hombres muy poco enfocan la aplicación para incluirles.



<https://wewillthrive.co.uk/resources/blogs/vr-audiences#:~:text=So%2Cin%20summary%2C%20the%20average,ups%20are%20run%20by%20men.>

The thing is, VR is a technology that the Baby Boomers, Millennials, and the Founders (Post Millennials) embrace. VR skews more towards the younger generation, but that doesn't mean the elderly shuns it. In fact, a 2015 survey revealed that people in their golden years also find VR enjoyable.

Who to Target and Attract Using Virtual Reality Marketing

<https://www.viz360.com/virtual-reality-marketing-target-audience/>

This is good news for travel businesses who are considering a VR campaign. They can target all ages. Today's Gen X are retirees, Gen Y are workers, and Gen Z are students. All of them, at some point in a year, need a vacation.

Target

Personas turistas que visitan el centro de interpretación de la panela, Generación Z, Jóvenes y Adultos que les llame la atención la tecnología. Personas curiosas de aprender y de probar dispositivos nuevos.

Por medio de la tradición evocar nostalgia en personas mayores que genere recuerdo de la tradición de sus padres o abuelos relacionado a la cosecha de la caña.

Jóvenes que por medio de la tecnología puedan aprender de una forma didáctica la cosecha de la caña.

Enfocado en personas turistas, en viajes espontáneos, familias y jóvenes adultos. 18-34 Años prioritariamente sin excluir a las personas de 13+ y adultos mayores.



Personal

- Curiosos de la tecnología
- Personas dominantes que quieren sobresalir
- Son apasionados de probar cosas nuevas
- Interesados en conocer más sobre la labor de los campesinos
- Valientes y Arriesgados

Social

- Quieren conocer sobre las tradiciones del país
- Muestran interés en interactuar con dispositivos nuevos e inmersivos
- Aprenden a usar la tecnología intuitivamente
- Quiere ser protagonista

Usuarios Arquetipos segmentados en el tipo de jugador (Gamer) basados en:

Understanding the VR Gaming Market

Written by: Sophiya Shahla, UX Researcher and
Caitlin Bigham, Developer Ecosystems Manager •
9 dic 2020

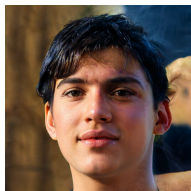
Segment	VR Target	US Gamer Population (<i>millions</i>)	US Gamer Population (<i>percentage</i>)
Dedicated Gamer	✓✓✓	21	18%
Play-to-Win Gamer	✓✓✓	13.2	11%
Steady Gamer	✓✓✓	7.6	6%
Participant Parent	✓	10.4	9%
Story Seeker	✓	27.7	23%
Bench Player	✗	25.6	21%
Time passer	✗	12.4	12%

La empresa oculus hace un estudio donde determina que tipo de jugadores son los más llamativos para la realidad virtual. Los cuales son segmentados en usuarios arquetipos, y se hace un estudio para determinar la cantidad de estos que hay en Estados Unidos.

Usuarios Arquetipos

PÚBLICO OBJETIVO

Jóvenes entusiastas de la Tecnología (Gamers)



JUAN

Edad: 16 años

Ocupación: Estudiante de 10mo grado

Origen: Bucaramanga - Colombia

Experiencia: Conocimiento previo del VR, pero nunca lo ha experimentado por el presupuesto.

Motivo de Visita: Paseo Familiar con motivo de vacacionar.

Padre de Familia Participativo



ALIRIO

Edad: 43 años

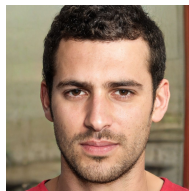
Ocupación: Empleado / Padre de familia

Origen: Bogotá - Colombia

Experiencia: NO Conoce el VR, y nunca lo ha experimentado.

Motivo de Visita: Paseo Familiar con motivo de vacacionar y relajarse conociendo junto con su familia nuevas vivencias.

Viajeros Jóvenes (Story Seekers)



ANTONIO

Edad: 23 años

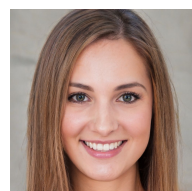
Ocupación: Estudiante periodismo 5 Semestre

Origen: Bogotá - Colombia

Experiencia: Conoce el VR, y alguna vez lo ha podido experimentar.

Motivo de Visita: Viaja por el país conociendo y capturando nuevas culturas y tradiciones

Joven Local de Güepsa influenciada por sus amistades (Steady Gamer)



ANA

Edad: 23 años

Ocupación: Comerciante

Origen: Güepsa - Colombia

Experiencia: NO Conoce el VR, y nunca lo ha experimentado.

Motivo de Visita: Conocer el nuevo atractivo de su pueblo y tener un espacio de esparcimiento con sus amigos y poder salir de la rutina



- **Juan**, vive en Bucaramanga, tiene 16 años va en décimo grado y tiene un grupo de amigos con los que se reúnen virtualmente todas las tardes a jugar videojuegos online.
- Es un Gamer dedicado, es impulsivo y competitivo. Ama la tecnología y quiere usar dispositivos de realidad virtual.
- Para atrapar su audiencia hay que crear aplicaciones que premien, den status y mecánicas de juego incorporadas.



- **Alirio**, vive en Bogotá, tiene 43 años está de vacaciones en familia con sus hijos. Este tipo de jugador es social, productivo y celebrativo. Juega videojuegos primordialmente con sus hijos como una forma divertida de pasar el tiempo. No tiene tanta familiaridad con la realidad virtual, pero lo ve como una forma de conectarse con su familia y amigos. Para atraer a esta audiencia hay que buscar una forma de implementar experiencias en grupo que incluyan a las personas que no están usando la realidad virtual.



- **Antonio**, vive en Bogotá tiene 23 años, él es un turista que acompañado de amigos visitan pueblos y buscan historias. Este tipo de usuario es paciente, imaginativo y amistoso. Juega videojuegos como una forma de escapar y sumergirse en un mundo diferente. Tiene conocimiento básico de realidad virtual. Para llamar su atención hay que comunicar madurez en la experiencia de realidad virtual con una narrativa robusta que ofrezca una AVENTURA.



- **Ana**, vive en Güepsa tiene 23 años, ella es entusiasta y amigable, tiene el día libre y va con sus amigos a visitar el centro de interpretación, es influenciada por ellos y lo que les divierte. Tiene poco conocimiento de realidad virtual pero se ve influenciada por sus amigos a jugar. Se ve atraída por las tendencias y por las cosas de las que todos hablan. Escuchó sobre la realidad virtual y tiene curiosidad de ver por que todos hablan de ello.