

Resumen

La aceptación o éxito que tenga un prototipo de RV va a depender de la aceptación final que tenga el usuario que lo haya probado. Para esta investigación se ha tomado en cuenta 4 dimensiones a ser evaluadas; perfil del turista, usabilidad, satisfacción del usuario y adopción tecnológica, para lo cual fueron implementadas técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, haciendo uso de diferentes instrumentos como la entrevista, encuestas y SPSS. La población objeto de estudio consta de un total de 4.693 estudiantes de los cuáles la muestra es de 355 potenciales turistas en un rango de edad de 17 a 30 años, encontrándose mayormente en una edad de 21 a 22 años de las ciudades de Quito y Latacunga, siendo su principal motivación viajar por naturaleza. Las dimensiones con significancia en el apartado de satisfacción del usuario con las afirmaciones positivas con un comportamiento homogéneo tienen su significancia en una escala neutro, por lo cual los encuestados se mantienen en una postura indiferente frente a que las personas podrían aprender a utilizar el prototipo de forma rápida y su confianza al interactuar con el prototipo; con respecto a las afirmaciones negativas la mayor significancia de las variables homogéneas es aquella que afirma que el prototipo es incómodo de usar pero en una puntuación en escala totalmente en desacuerdo, entendiéndose que es cómodo de usar. En el apartado de adopción tecnológica al analizar las causas de significancia, la homogeneidad se encuentra en las afirmaciones; la experiencia al interactuar con el prototipo fue enriquecedora, recomendaría esta experiencia a otras personas, considera que hubo los equipos necesarios para disfrutar de la experiencia y considera que esta tecnología es aceptable para promocionar destinos turísticos se encuentra en una posición neutral, mientras que las afirmaciones respecto a requirió de esfuerzo para interactuar con el prototipo y hubo alguna interferencia de conexión que impidiera la experiencia están en desacuerdo.

Palabras clave: Investigación de mercados, realidad virtual, tercera dimensión, evaluación, prototipo.

Abstract

The acceptance or success of a VR prototype will depend on the final acceptance by the user who has tested it. For this research, four dimensions have been taken into account for evaluation: tourist profile, usability, user satisfaction, and technological adoption. Qualitative and quantitative research techniques were implemented, using various instruments such as interviews, surveys, and SPSS. The target population consists of a total of 4,693 students, of which the sample consists of 355 potential tourists aged 17 to 30, mostly in the 21 to 22 age range, from the cities of Quito and Latacunga, with their main motivation being nature travel. The dimensions with significance in the user satisfaction section, regarding positive statements with homogeneous behavior, show significance on a neutral scale, indicating that respondents maintain an indifferent stance towards people's ability to quickly learn to use the prototype and their confidence in interacting with it. Regarding negative statements, the greatest significance of homogeneous variables is that which states the prototype is uncomfortable to use, but with a score indicating complete disagreement, suggesting it is comfortable to use. In the technological adoption section, analyzing the significant causes, homogeneity is found in statements such as: the experience of interacting with the prototype was enriching, would recommend this experience to others, considers there were necessary equipment to enjoy the experience, and considers this technology acceptable for promoting tourist destinations, all of which are in a neutral position. Statements regarding requiring effort to interact with the prototype and experiencing some connection interference that hindered the experience are in disagreement.

Key words: Market research, virtual reality, third dimension, evaluation, prototype.