

EVALUACION DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS EN EL ZOOLOGICO DE CALI

**JUAN FELIPE BARRIENTOS
LINA MARIA MOSQUERA**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
CALI
NOVIEMBRE 2019**

EVALUACION DEL DISEÑO DE EXPERIENCIAS EN EL ZOOLOGICO DE CALI

**JUAN FELIPE BARRIENTOS
LINA MARIA MOSQUERA**

Proyecto de Grado para optar el título de Ingeniero Industrial

**Director proyecto
ANDRES LOPEZ ASTUDILLO**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
CALI
NOVIEMBRE 2019**

Contenido

	pág.
GLOSARIO	7
RESUMEN	8
1 Introducción	9
1.1 Contexto, Justificación y Formulación del Problema	9
2 . Objetivos	12
2.1 Objetivo del Proyecto.....	12
3 Marco de Referencia	13
3.1 Antecedentes o Estudios Previos	13
3.1.1 An Exploratory Study of Competencies required to co-create Memorable Customer Experiences in the Hospitality Industry.	14
3.1.2 Exploring Visitors' Experience using strategic experiential modules (SEMs): the case of Zoo Negara, Kuala Lumpur.....	14
3.1.3 Modelo para el diseño de experiencias en la fundación zoológica de Cali. 14	14
3.1.4 Gestión de conocimiento en el zoológico de Cali para el fortalecimiento de la gerencia de las operaciones del parque caso: "Por el camino de los Andes" 15	15
3.2 Marco Teórico.....	15
3.2.1 ¿Qué es una experiencia?	15
3.2.2 ¿Qué es la economía de la experiencia?	16
3.2.3 ¿Qué es la inteligencia de la hospitalidad (HI)?	18
3.2.4 ¿Qué son los Módulos Estratégicos de Experiencias?	19
3.2.5 ¿Qué es el método de caso?	20
3.3 Contribución Intelectual o Impacto del Proyecto.....	21
4 Metodología	22
4.1 Gestión del proyecto de investigación	22
4.2 Metodologías de análisis	24
4.2.1 Identificación de la muestra de trabajo y personas entrevistadas	24
4.2.2 Diseño de entrevistas y encuestas.....	25
4.3 Cronograma del proyecto	26
5 Resultados	27
5.1 Desarrollo del objetivo 1	27

5.1.1	Discusión de Método de caso	28
5.1.2	Discusión de resultados	32
5.1.3	Elaboración de la guía Evaluativa	37
5.2	Desarrollo objetivo 2	41
5.2.1	Discusión de Resultados.....	42
5.2.2	Análisis Transversal	48
5.3	Desarrollo objetivo 3	49
5.4	Conclusiones	51
5.4.1	Recomendaciones y Oportunidades	51
BIBLIOGRAFÍA.....		54

Lista de Figuras

Figura 1. Experiencia	17
Figura 2. Los cuatro dominios de la experiencia.....	18
Figura 3. Progresión del valor económico	19
Figura 4. Inteligencia de la hospitalidad	20
Figura 5. Cronograma del proyecto	26
Figura 6. Unificación de metodos de caso	32
Figura 7. Conglomerado de la encuesta a visitantes	34
Figura 8. Analisis cualitativo escenario sin relato.....	35
Figura 9. Analisis cualitativo escenarios con relato.....	36
Figura 10. Porcentajes de los dominios en las experiencias de los escenarios sin relato.....	36
Figura 11. Porcentajes de los dominios en las experiencias de los escenarios con relato.....	36
Figura 12. Diagnostico de la experiencia dentro de los cuatro dominios	40
Figura 13. Circulos Diagnostico	41
Figura 14. Evaluación de escenario Jaziquima.....	43
Figura 15. Evaluación de escenario Andes.....	44
Figura 16. Evaluación de escenario Australia	45
Figura 17. Evaluación de escenario Acuario.....	46
Figura 18. Evaluación de escenario Aviario	47
Figura 19. Evaluación de escenario Mariposario	48
Figura 20. Discusión de resultados con el Zoológico.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz de trabajo	23
Tabla 2. Guia de evaluacion de experiencias	39
Tabla 3. Cronograma del proyecto detallado	42
Tabla 4. Guia entrevista a visitantes	51
Tabla 5. Evaluación Jaziquima	42
Tabla 6. Evaluación Andes	51
Tabla 7. Evaluación Australia.....	42
Tabla 8. Evaluación Acuario	51
Tabla 9. Evaluación Aviario	42
Tabla 10. Evaluación Mariposario.....	51

Lista de Anexos

Anexo 1. Cronograma detallado del proyecto	29
Anexo 2. Guía de entrevista para creadores	30
Anexo 3. Guía de entrevista para creadores	31
Anexo 4. Guía de entrevista para cuidadores	33
Anexo 5. Guía de entrevista para veterinarios	36
Anexo 6. Guía de encuestas para los visitantes	37
Anexo 7. Resultados de las entrevistas a visitantes	59
Anexo 8. Evaluación de Escenarios con Relato	65
Anexo 9. Evaluación de Escenarios sin Relato	70

GLOSARIO

GUIA EVALUATIVA: Herramienta de uso diagnóstico que permitirá al zoológico evaluar el tipo de experiencia que están ofreciendo a sus visitantes en los espacios actuales y en los espacios que serán construidos en el futuro.

ESCENARIOS CON RELATO: Un escenario con relato es una concepción utilizada por el zoológico de Cali para referirse a la manera en la que han diseñado y construido sus nuevas instalaciones. Los escenarios con relato se caracterizan por tener un tema principal que atiende a una problemática de índole social o ambiental. Este tema se desarrolla acorde el visitante va recorriendo el escenario mediante un hilo conductor, que es guiado por elementos visuales y de interacción.

ESCENARIOS SIN RELATO: Los escenarios sin relato son los más longevos del zoológico y atienden las necesidades de un zoológico convencional, que muestra un animal al visitante, haciendo del primero el protagonista de la experiencia. Caracterizando por ofrecer poca inmersión por parte del cliente.

METODOLOGIA CUANTITATIVA: Se basa de un análisis de cantidades. Se llevan a cabo procesos estadísticos para mostrar resultados concretos, que permitan comparar y calificar la experiencia de un visitante entre los escenarios con relato y sin relato.

METODOLOGIA CUALITATIVA: Se basa en un análisis de aquellos elementos de la experiencia que no pueden ser medibles. La alegría de un visitante al llegar a un escenario no puede compararse con la de otro visitante. Se requiere de un análisis semántico de lo que puede interpretarse de la experiencia en cada uno de los escenarios.

HOSPITALIDAD: Traducción directa del concepto en inglés "*Hospitality*", el cual se basa en el estudio de las competencias requeridas para que una empresa enriquezca la experiencia que ofrece a sus clientes. Todas las industrias tienen un tipo de contacto con sus clientes, que se forjara como una experiencia positiva o negativa.

RESUMEN

El siguiente documento aborda el desarrollo de la medición de las experiencias que ofrece el Zoológico de Cali a sus visitantes tanto en escenarios con relato, como aquellos sin relato, para posteriormente cumplir su objetivo de comparar ambas experiencias y determinar si los escenarios con relato ofrecen un valor agregado a la experiencia de los visitantes. Para todo esto, se comenzó entrevistando una muestra representativa de visitantes, a los que se les realizó un análisis tanto cualitativo como cuantitativo. Para este estudio no es únicamente pertinente lo que percibe el cliente, sino que es igual de importante conocer que querían ofrecer en primer lugar todos los actores de la experiencia, por lo que se entrevistó a todas las partes involucradas en la exhibición de los animales; desde los creadores de los escenarios hasta los anfitriones de estos. Así, se realizó un análisis semántico para interpretar y clasificar las entrevistas en los cuatro dominios de la experiencia. Con estas clasificaciones se evaluó en que magnitud encaja cada escenario del zoológico. Con este diagnóstico, se procedió a construir la guía evaluativa, la cual permitiría a la fundación evaluar nuevamente sus escenarios cuando estos sean modificados y le será útil para evaluar nuevos escenarios por construir. Esta guía utiliza las magnitudes de los cuatro dominios y muestra en un plano cartesiano con un cuadrante para cada dominio donde se ajusta la experiencia del visitante en cada escenario. La evaluación de estas experiencias arrojó que los escenarios con relato si ofrecen un valor agregado para el visitante y que para su percepción es muy diferente lo que se vivencia entre un escenario con relato y otro sin relato. En síntesis, esta guía será útil para que el Zoológico de Cali pueda saber cómo el cliente percibe sus escenarios actuales, y le será útil en el futuro, cuando se abran nuevas instalaciones y requieran saber cómo es la experiencia del visitante hacia ellas.

Palabras Clave: Guía Evaluativa, valor agregado, escenarios con relato, escenarios sin relato, índice.

1 Introducción

Los zoológicos han existido desde tiempos inmemoriales, esto con un propósito de exhibiciones privadas de animales de otras partes del mundo cuando viajar de un lugar a otro era extremadamente difícil. Con el tiempo, la globalización de la sociedad y la reducción de las distancias, los zoológicos han empezado a cambiar su propósito y su manera de acercarse al público.

Es aquí donde entra en juego el Zoológico de Cali, el cual en la última década se ha dedicado a exhibir a sus animales de una forma completamente diferente. Su propósito es crear experiencias inolvidables para sus visitantes y para esto han tenido que modificar muchos aspectos desde dentro de la organización. El zoológico se ha aliado con entidades gubernamentales para poder cumplir su misión, también se ha encargado de modificar su estructura interna, la forma en que se toman las decisiones de la organización y la comunicación de las diferentes áreas a cargo de la creación de la experiencia es mucho más explícita y simple. Durante todo el año el zoológico lleva a cabo distintas actividades que le permiten acercarse a sus visitantes, con los que busca generar un vínculo emocional hacia los habitantes de su región y enamorar constantemente a las nuevas generaciones que van llegando con el pasar del tiempo.

Para aquellos que han estado al tanto del zoológico en los últimos años, el cambio más notorio es el gran empuje que se ha realizado para la creación de nuevos escenarios temáticos en la fundación. Históricamente, nunca se habían construido tantos escenarios en tan poco tiempo en el zoológico de Cali. Con estos nuevos escenarios no solo se pretende exhibir a los animales de maneras más atractivas para el visitante sino enriquecer la manera en la que este interactúa con el escenario. Es particularmente en este enriquecimiento que se centrará el proyecto, que medirá la magnitud en la cual el cliente percibe un valor agregado en la construcción de su experiencia en la visita del zoológico.

1.1 Contexto, Justificación y Formulación del Problema

El zoológico de Cali hoy en día es un eje importante de estudio de la vida salvaje tanto en Colombia como fuera de ella. Lo anterior se debe a sus esfuerzos por la preservación de las especies allí presentes, y a su constante búsqueda de nuevas propuestas de valor para la satisfacción del cliente, lo que lo ha llevado a convertirse en uno de los mejores espacios de este tipo en América latina ocupando

actualmente el cuarto lugar. Esta organización se destaca por su generación y ejecución en programas de educación, investigación y de recreación para ayudar a preservar la biodiversidad colombiana y crear conciencia ciudadana.

En la actualidad, vivimos en un mundo globalizado que está en constante innovación, la acelerada evolución de la tecnología ha generado que las personas encuentren innumerables fuentes de información que les permite tener conocimiento sin necesidad de acudir a lugares como Jardines botánicos, museos y zoológicos. Por esto, espacios de esparcimiento y divulgación del conocimiento se han visto dramáticamente desplazados, siendo el caso del zoológico de Cali que experimento años atrás una fuerte caída en sus visitas anuales que permitieron evidenciar que era necesario un replanteamiento del sistema de experiencias a sus visitantes.

Es de esta manera como nace El Centro de Innovación y Desarrollo del Zoológico (CIDZOO), que tiene como objetivo modificar la manera en que los visitantes transforman su propia experiencia. En cumplimiento de este propósito, el CIDZOO ha implementado ideas vanguardistas que procuran establecer al visitante como el protagonista, otorgándole cierto conocimiento acompañado de un mensaje que le permitirá construir su propio criterio de la situación exhibida; a diferencia de una visita convencional al zoológico en donde el protagonista es el animal.

La herramienta escogida por el parque es el concepto del diseño de la experiencia expuesta por Joseph Pine y James Gilmore. Esta concepción busca establecer una medición cuantificable de las experiencias de los clientes basándose en que magnitud se involucra al consumidor en estas. En este proyecto, por sus particulares características, este concepto debe ser adaptado a una organización que tiene como principal objetivo ofrecer experiencias de impacto como lo es el zoológico de Cali.

Después de llevar a cabo una reunión con los integrantes del CIDZOO en el Zoológico de Cali se evidencio que hay una falta de conocimiento por parte de la organización acerca de la percepción del cliente conforme a los cambios realizados en las instalaciones. En otras palabras, se llevaron a cabo cambios importantes de infraestructura, pero se desconoce si esta inversión realmente posee un valor agregado en la generación de experiencias. Por esto último, se concluye que existe una necesidad latente de ejecutar una guía evaluativa, donde se tome como objetivo de estudio los escenarios con relato como lo son Andes, Jaziquima (primates) y Australia vs los escenarios convencionales sin relato pero que de una u otra manera existe alguna inmersión del visitante como lo son el mariposario, aviario y acuario. Todo lo anterior usando métodos cuantitativos y cualitativos, que permitan estudiar los cinco aspectos importantes para ellos y a los cuales le han apostado en estos últimos años que son: seguridad, amabilidad, confortabilidad, experiencia memorable y experiencia constructiva.

Formulación de la pregunta de investigación u objeto de estudio

Actualmente el zoológico de Cali desconoce si se genera una experiencia diferente entre las áreas con relato y sin relato, por lo tanto, requiere una guía evaluativa que le permita la orientación en cuanto al diseño con relatos y el funcionamiento de los escenarios actuales y futuros.

¿Cuál es la mejor forma en la que el zoológico de Cali podría medir las experiencias propuestas en los escenarios con relato y sin relato para trascender la experiencia de los visitantes?

Justificación o Importancia de la situación objeto de estudio

Los zoológicos actuales van muy ligados con la exhibición del animal, y esto es lo que ha querido cambiar el parque, generando así un ambiente de innovación y creando un lugar de vivencias y experiencias, al que se referirá de aquí en adelante como “Escenarios con Relatos”, muy enfocado en la educación ambiental, la conservación, el desarrollo sostenible y la conciencia ecológica. Por todo lo anterior es importante evaluar estas experiencias nuevas que van muy enfocadas en dos aspectos importantes, en primer lugar, se tiene el conocimiento que se le puede aportar al visitante en cuanto a hechos, ciencia y tradición oral literaria y en segundo lugar se encuentra el mensaje que se le quiere dar a las personas, siendo este un conflicto socio ambiental y se presenta de manera subjetiva para que haya una apropiación del mismo y el visitante tome una postura crítica respecto a lo que se le plantea.

Es pertinente aclarar que las experiencias innovadoras nombradas anteriormente solo se dan en tres áreas en específico las cuales son Andes, Jaziquima y Australia y para saber si en realidad el tiempo invertido valió la pena y es una forma de agregar valor es importante hacer un versus con las áreas que representan escenarios convencionales.

Teniendo en cuenta la relevancia de los clientes en todos los tipos de organizaciones, sobre todo en una empresa que se basa en vender experiencias de impacto como lo es el zoológico, es vital conocer muy bien al cliente y al nicho específico para poder realizar una guía evaluativa completamente dirigida y personalizada para lograr llegar a ellos.

2 . Objetivos

2.1 Objetivo del Proyecto

Evaluar la experiencia de los visitantes del zoológico de Cali en áreas con relato y sin relato, posteriormente comparar ambos escenarios para que la organización identifique si estos cambios agregan valor a la experiencia.

Objetivos Específicos:

- Diseñar una guía que permita medir las experiencias de los clientes, utilizando como base la teoría del diseño de la experiencia de Joseph Pine y James Gilmore, para calificar las experiencias de los visitantes con respecto a los diferentes escenarios.
- Evaluar las experiencias en los escenarios con relato y sin relato, haciendo uso de la guía evaluativa, generando contraste entre ellos, con el fin de identificar los elementos destacados en la experiencia de los visitantes.
- Presentar resultados que permitan al CIDZOO tomar una decisión conforme a ellos y concluir si el cliente tiene una diferenciación entre los escenarios con relato y aquellos sin relato.

Entregables:

- Guía que permita medir la calidad de las experiencias, incluyendo mediciones en sentidos cuantitativos y cualitativos.
- Evaluación de experiencias, que permitan diferenciar aspectos atribuibles a cada escenario.
- Informe de resultados concluyentes acerca de la pregunta de estudio, estos permitirán concluir si los espacios con relato si generan un valor al cliente o no.

3 Marco de Referencia

La misión del zoológico de Cali es: “Creamos experiencias inolvidables para contagiar nuestra pasión por la vida” (FUNDACIÓN ZOOLÓGICA DE CALI, 2017), esta permite entre ver que su principal propósito es generar experiencias de impacto para sus visitantes y por esta razón es de gran importancia que se genere la guía evaluativa, pues su finalidad es saber si se cumple con lo prometido al cliente. Es fundamental tener en cuenta los aspectos importantes para el zoológico y por esta razón se trabaja de la mano con el Plan Maestro de Educación, pues de esta forma siempre se tienen presente los lineamientos que son esenciales para los integrantes del centro de innovación y desarrollo del zoológico (CIDZOO), quienes serán los encargados de aceptar o rechazar la guía propuesta.

Como base del proyecto, se considera el artículo de la innovación y la economía de la experiencia, que se fundamenta en 4 dominios. Estos son las experiencias de entretenimiento, educativas, estéticas y escapistas (Pine and Gilmore, 2014). Este artículo es de gran importancia para el proyecto debido a que el Zoológico ha implantado los escenarios con relato teniendo como referencia la teoría antes explicada. Así como nacieron estos escenarios, es pertinente evaluarlos y compararlos utilizando la misma metodología con la que fueron concebidos para realizar una guía acertada.

Para entrar en contexto con la importancia de los clientes en una organización como el Zoológico de Cali encargado de brindar servicios y experiencias se tendrá como referencia el libro Marketing de servicios que se basa en realizar una correcta implementación de estrategias de servicio enfocándose en la retroalimentación del cliente (Lovelock and Wirtz, 2009). Este texto será clave para reconocer los principios de los sistemas efectivos de recuperación del servicio para llevar a cabo una correcta retroalimentación de la experiencia de los visitantes y de esta manera con todo lo recolectado realizar una guía que permita conocer mejor al cliente.

3.1 Antecedentes o Estudios Previos

En la actualidad se han realizado estudios dirigidos al diseño de las experiencias, por lo que se tendrán en cuenta los más relevantes y ligados a los objetivos del proyecto, entre ellos uno dirigido a la co-creación de experiencias memorables en la industria de la hospitalidad. Posterior, se tendrá en cuenta un estudio concreto utilizando la teoría de la experiencia en el Negará Zoo, Malasia. Adicional, se utilizarán como punto de partida dos trabajos de grado realizados por estudiantes de Ingeniería Industrial en la Universidad Icesi, enfocados a la aplicación del modelo de la experiencia específicamente en el Zoológico de Cali.

3.1.1 An Exploratory Study of Competencies required to co-create Memorable Customer Experiences in the Hospitality Industry.

Realizado por: Sonia Bharwani y Vinnie Jahuari

Haciendo uso de distintos estudios y literatura dirigidos a la economía de la experiencia y la administración de la hospitalidad, los autores lograron identificar y mapear las competencias requeridas para enriquecer la vivencia de los clientes, aplicable a diversos campos de la industria. Este estudio concluye con la concepción de la inteligencia de la hospitalidad, que capacita aquellas partes de la organización que poseen un contacto directo con el cliente para entregar una experiencia memorable. La investigación es pertinente para el proyecto porque cimienta las competencias de inteligencia de la hospitalidad necesarias para llevar a cabo el plan de acción que requiere de un contacto directo con los visitantes del zoológico.

3.1.2 Exploring Visitors' Experience using strategic experiential modules (SEMs): the case of Zoo Negara, Kuala Lumpur.

Realizado Por: Ghazali Musa, Izzah Mohammad, Thinaranjney, Thirumoorthi, Sedigheh Moghavvemi y Azilah Kasim.

Malasia se ha convertido en las últimas décadas en una potencia turística a nivel mundial, esto ha causado un acelerado crecimiento de visitantes en todo el país, y sobre todo en lugares de interés como el Negara Zoo. La problemática es que el zoológico no es autosostenible económicamente, por lo que la gerencia decidió llevar a cabo una investigación para generar experiencias enriquecedoras, formativas e integrativas con el cliente, para hacer que las visitas fueran reiterativas.

El estudio propone la exploración de las experiencias de los visitantes utilizando los módulos de experiencia estratégica (SEMs). La metodología utilizada por los autores fue recopilar y posteriormente analizar 37 ensayos escritos por estudiantes universitarios de Malasia argumentando su experiencia en el zoológico. El análisis constaba de identificar que elementos de la visita de los estudiantes pertenecían a los módulos de experiencia estratégica y se clasificaron en sensorial, afectiva, cognitiva, conductuales e identidad social. Los resultados confirmaron al zoológico un panorama general de las cosas positivas y negativas respecto a la percepción de los visitantes y las experiencias que se tenían dentro del parque. Este estudio es importante para este proyecto debido a que se usaran aspectos de la metodología utilizada por los autores en el análisis cualitativo de los datos. Es importante recalcar que el proyecto pretende ir mas allá abarcando un análisis cuantitativo, analizando datos estadísticos de la experiencia del visitante.

3.1.3 Modelo para el diseño de experiencias en la fundación zoológica de Cali.

Realizado por: Paola Andrea Fiat Cabezas y Maria Camila Mejía Gil

Este proyecto tuvo como principal objetivo plantear un modelo de gestión del conocimiento, gestión de calidad y co-creación, que permitiera a la Fundación Zoológica de Cali la interiorización de la nueva información recibida por parte de los visitantes y su posterior aplicación en el desarrollo de experiencias y en el servicio al cliente. Los autores lograron evidenciar la importancia del cliente para el zoológico de Cali, lo que permite justificar la cultura organizacional enfocada en el diseño de experiencias.

Todo lo anterior es importante para el presente proyecto debido a que esa investigación logro abrir el panorama al CIDZOO para de esta manera realizar escenarios con relato con el fin de brindarle al visitante una experiencia satisfactoria, diferente y de inmersión. Esto nos sirve de guía debido a que los casos a evaluar son las experiencias en los escenarios con relato versus los escenarios sin relato, y se podrán identificar las variables negativas y positivas gracias a esta investigación previa.

3.1.4 Gestión de conocimiento en el zoológico de Cali para el fortalecimiento de la gerencia de las operaciones del parque caso: “Por el camino de los Andes”

Realizado por: Laura María Valencia Cross y Omar Andrés Ortiz Correa

Es importante resaltar que existen precedentes en cuanto a valoraciones de escenarios como lo es este proyecto, que tuvo como objetivo principal evaluar las experiencias de los visitantes del zoológico en una zona específica llamada “Andes”.

Este será utilizado como un punto de partida, de igual manera cabe destacar que este texto solo evaluó una zona de las tres existentes con relato y la investigación actual además de evaluar los tres escenarios los comparara con aquellos que a pesar de representar escenarios convencionales generan una participación activa del visitante, aunque no posean relato.

3.2 Marco Teórico

La teoría necesaria para llevar a cabo el proyecto está basada en la gestión de servicios en ingeniería, abarcada desde ciertos enfoques como la inteligencia de la hospitalidad hasta los módulos experienciales de un cliente. A continuación, se muestran los conceptos requeridos para completar satisfactoriamente el proyecto.

3.2.1 ¿Qué es una experiencia?

El concepto de experiencia se refiere al conocimiento procedimental, es decir, aquel que se adquiere por acciones empíricas. La experiencia esta derivada de la observación y de las vivencias ocurridas por el individuo y necesita de dos elementos para que pueda existir; primero, un entorno del cual el individuo sea sensible, y segundo es necesario que el individuo se permita tener la experiencia. (Navarrete, 2013) Por otro lado las experiencias pueden ser clasificadas por el cliente como momentos inolvidables, unas teniendo mayor impacto que otras, que le permiten al individuo tener un criterio para decidir experimentar un producto o el otro. Asimismo, Las experiencias están condicionadas por las emociones que desencadenan en el cliente que está en la constante búsqueda de satisfacer sus expectativas. (Pine and Gilmore, 2014) (Ver figura 1)



Figura 1: Experiencia
Fuente: Elaboración propia

3.2.2 ¿Qué es la economía de la experiencia?

Según los autores norteamericanos Pine and Gilmore la economía de la experiencia tiene como base brindar a los clientes escenarios, servicios o productos memorables, para que de una forma positiva los visitantes se involucren de una manera absolutamente personal y pasen de ser consumidores pasivos a unos que interactúen de forma mas emocional y sensitiva (Pine and Gilmore, 2014). Lo anterior implica que el producto o servicio brindado por la organización pase a un segundo plano, pues lo que en realidad compran los clientes seria la experiencia que se ofrece, es decir algo inmaterial.

Actualmente el auge de la economía de la experiencia es mucho más visible en los mercados, donde ya no se adquieren las cosas por su valor real, si no por lo que te hacen sentir, esto es conocido también como la revolución de la creatividad.

Las experiencias más enriquecedoras para los autores son aquellas que se encuentran entre cuatro dominios, los cuales son:

- **Entretenimiento:** Las personas se empapan pasivamente de las experiencias por medio de los sentidos.
- **Educativo:** Se lleva a la persona a un nivel más activo mentalmente y/o corporalmente, ya sea por una actividad intelectual o física.
- **Escapista:** Las personas absorben activamente las experiencias pues se ven completamente inmersas.
- **Estético:** Se relaciona con observación y disfrute de las personas por el entorno o el ambiente físico de un espacio. (Ver figura 2)

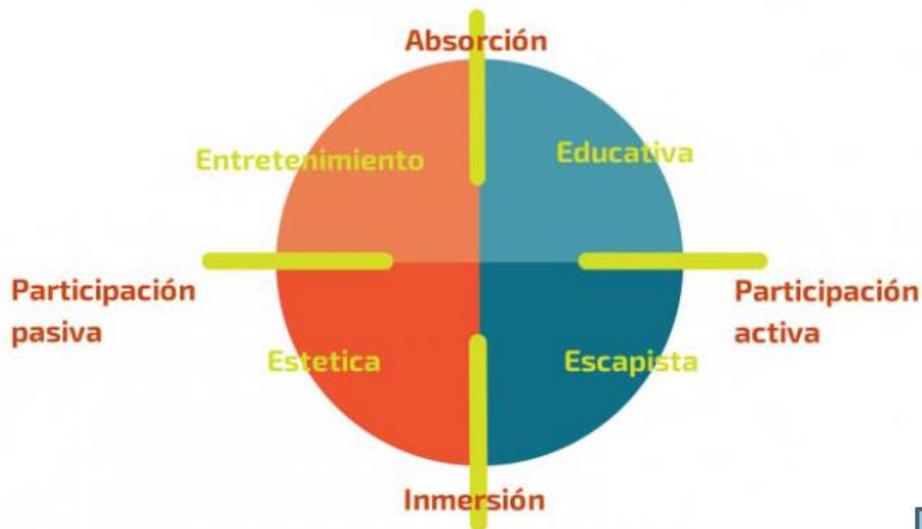
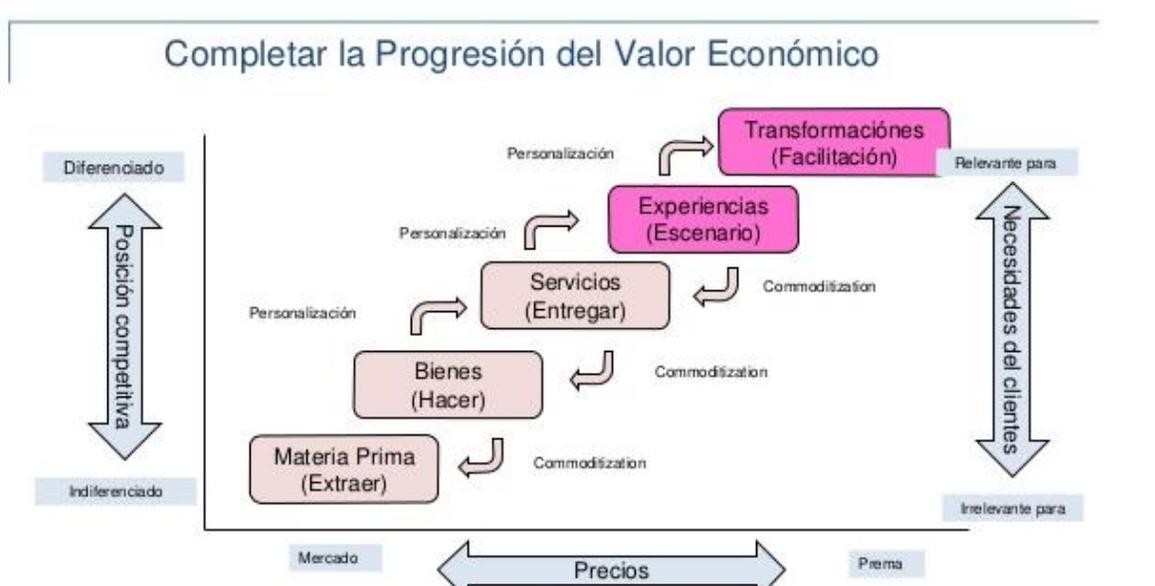


Figura 2: Los cuatro dominios de la experiencia
Fuente: Joseph Pine and James Gilmore

Adicional a esto, esta teoría también se basa en la personalización en masa, ya que esta genera una progresión del valor económico. El papel que juega la personalización es bastante importante ya que va creando una cadena hasta llegar a la experiencia y esta a su vez llega a que se vivan transformaciones por parte del cliente a diferentes niveles. (Ver figura 3)



*Figura 3: Progresión del valor económico
Fuente: Joseph Pine and James Gilmore*

La razón por la cual esta teoría es de gran importancia para el proyecto es porque todo este se fomenta y se basa en esta, teniendo en cuenta que todo lo realizado por el CIDZOO en cuanto a brindar experiencias y crear escenarios con relato tuvo como fundamento la economía de la experiencia y lo más adecuado es evaluar lo que se le ha estado brindando al visitante con la misma métrica con la que se realizó.

3.2.3 ¿Qué es la inteligencia de la hospitalidad (HI)?

Según los autores, Bharwani y Jahuari, el personal encargado de tener contacto directo con el cliente juega un rol clave en la generación de experiencias memorables percibidas por el visitante. Es necesario para la organización identificar los diversos puntos de contacto directo entre cliente y personal, pues si el contacto es positivo, dejara una gran marca en la percepción de los clientes (Bharwani and Jahuari, 2013). Donde más fallan las empresas tanto de bienes como de servicios es justamente en el contacto con el cliente, y estos se ven disgustados con el trato recibido. Es aquí donde Bharwani y Jahuari construyen un marco de trabajo que identifica las competencias requeridas para tener un contacto cliente-personal exitoso y agradable para el usuario.

Primero, los autores son conscientes que las experiencias construidas por los clientes son causadas por una combinación de diferentes factores atribuibles a las características propias de cada individuo o al ambiente físico de la organización, etc. El segundo y último elemento clave para construir una experiencia memorable recae en la interacción entre el personal y el cliente. Este punto de contacto es a su vez constituido por dos partes, la primera son las competencias técnicas que posee el personal encargado de interactuar con el cliente. La segunda parte es conocida como la inteligencia de la hospitalidad.

La inteligencia de la hospitalidad está compuesta por la inteligencia emocional del personal, contando con características empáticas (Inteligencia Interpersonal), y con características de resiliencia emocional (Inteligencia intrapersonal). La inteligencia de la hospitalidad también se compone por una conciencia de la cultura, es decir, el personal debe estar preparado para recibir una clientela a globalizada con muy distintas culturas y debe saber respetar y diferenciar los valores y percepciones de los distintos clientes que puedan llegar a atender. Además, el personal también necesita dimensionar la hospitalidad para cada cliente, es decir, personalizar el trato que tiene con los usuarios, alejándose lo más posible de la estandarización de interacciones, también conocidas como guiones de dialogo.

Este concepto es importante para el proyecto pues otorga un acercamiento a la correcta creación de experiencias memorables, y tiene en cuenta uno de los diversos elementos responsables de impactar positivamente al usuario. Permite dimensionar las cualidades y competencias requeridas por el personal para tener una buena conexión con su clientela. (Ver figura 4)

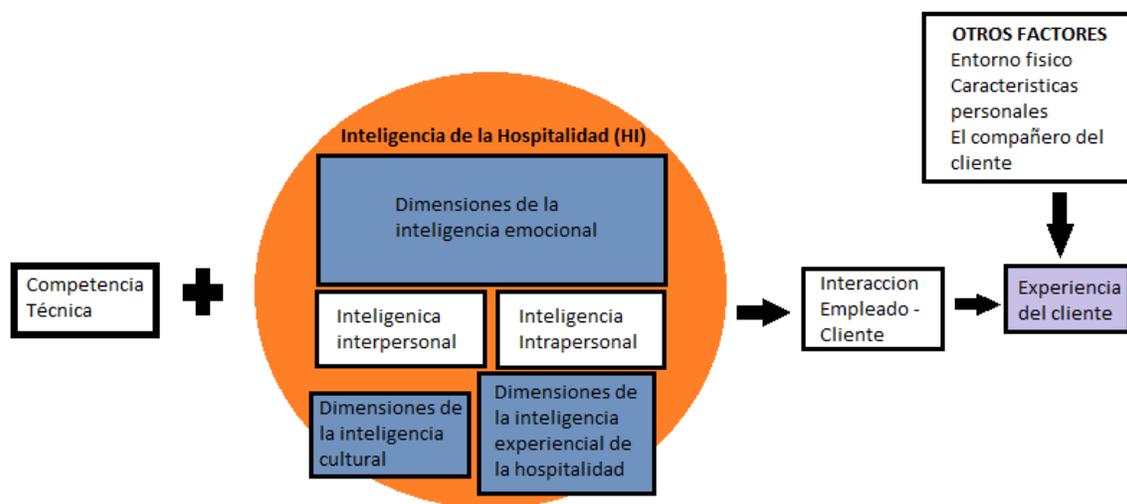


Figura 4: Inteligencia de la hospitalidad
Fuente: Sonia Bharwani and Vinnie Jauhari

3.2.4 ¿Qué son los Módulos Estratégicos de Experiencias?

Con el pasar del tiempo el mercado se vuelve más competitivo, y para encontrar contrastes entre competencias se desarrolló el marketing experimental, que es un concepto derivado de la economía de la experiencia. Esta filosofía de gestión ya no solo apunta a impactar al consumidor, si no que trata de convencer con experiencias ofrecidas, dando solución a sus problemas. Bernd Schmitt asegura que: “El cliente ya no elige un producto o servicio solo por la relación coste – beneficio, sino por la vivencia que ofrece antes de la compra y durante su consumo”(Schmitt, 2000).

Basado en lo anterior, Schmitt identificó 5 módulos estratégicos de experiencias que pueden generarse en la vivencia de un consumidor antes, durante y después de la compra del servicio y/o producto, estos son:

- **Sensorial:** Satisface al consumidor por medio de los sentidos, crea experiencias mediante la vista, el oído, el tacto, el gusto y el olfato.
- **Emocional:** Apela a los sentimientos y emociones de los consumidores actuales y potenciales.
- **Cognitiva:** Acude al intelecto para orientar a un pensamiento creativo y positivo hacia el producto, y de esta manera propiciar experiencias cognitivas que resuelvan problemas y atraigan a las personas.
- **Conductual:** Se centra en crear experiencias que tengan que ver con estilos de vida, comportamientos, acciones corporales e interpersonales que fortalezcan las expectativas y vida de nuestros consumidores.
- **Relacional:** Reúne los módulos ya mencionados con anterioridad, pero adicionalmente se ven involucradas experiencias grupales que forman una red en donde se recrean los valores de la organización.

Es importante resaltar que estos módulos fueron los que se tuvieron en cuenta para realizar la investigación en el Negara Zoo, Malasia y por ende es una de las herramientas que se tendrán en cuenta para realizar el análisis cualitativo del presente proyecto.

3.2.5 ¿Qué es el método de caso?

Esta herramienta consiste en realizar una descripción narrativa de una situación de la vida real para poder evaluar diferentes decisiones. Esta debe constar no solo del hecho sino también de información que permita direccionar a la solución. Es de gran importancia resaltar que al momento de realizar un método de caso es crucial ser lo más imparcial posible, para que de esta manera no se cambie la percepción del receptor.

Esta metodología requiere de gran análisis y adaptación de soluciones que se consideren convenientes, lo que permite gran desarrollo de las habilidades de las personas. Para la elaboración de los casos al ser un proceso dispendioso se debe en primer lugar definir el objetivo del caso, posterior a esto se procede a desarrollar el contenido, para luego empezar a escribir el texto.

Resolver un caso implica analizar la situación para tomar decisiones e indicar cuales son las acciones para tomar y mejorar o solucionar el problema. Es importante ponerse en el rol de consultor, utilizar herramientas teóricas y de esta manera lograr la mejor solución posible, esto quiere decir que se debe aprovechar las oportunidades de crecimiento que se presentan. Para resolver el caso se debe analizar el problema en toda su complejidad, con una mirada sistémica de la situación, se deben tener en cuenta los factores internos y externos.

3.3 Contribución Intelectual o Impacto del Proyecto

Según la revista semana “En Colombia cada año se gradúan menos ingenieros”, explicando que las ingenierías se han venido viendo desplazadas por carreras administrativas y ciencias puras. Actualmente la industria busca profesionales en ingeniería industrial que no solo tengan conocimientos cuantitativos si no también cualitativos, esto va muy ligado con el desarrollo y auge de la aplicación de la innovación en la prestación de servicios.

Este proyecto se vincula fuertemente en la aplicación de la ingeniería Industrial con la gestión de servicios que lleva a cabo el Zoológico de Cali con sus visitantes. La organización tiene como objetivo generar emociones en el consumidor al prestar sus diferentes operaciones de servicios, basando su enfoque de servicio en los modelos de la economía de la experiencia.

La evaluación de experiencias que será realizada en el zoológico no solo será útil para esta organización. Cualquier otra empresa que ofrezca unas experiencias, tales como restaurantes o tiendas de ropa, pueden tomar la guía evaluativa y modificarla de tal manera que se adapte a su servicio ofrecido y de esta manera poder evaluar sus competencias y la percepción de sus clientes. Para esto deben de usar la guía teniendo en cuenta los conceptos y antecedentes presentes en el documento, para saber cómo y donde utilizarla en la empresa.

Todo lo anterior, junto con el diseño de la experiencia y como evaluar estas forman la base de este proyecto donde el anclaje principal con ingeniería industrial está en la gestión de servicios y estandarizar estos para generar valor y llenar las expectativas del cliente.

4 Metodología

4.1 Gestión del proyecto de investigación

Con el fin de ejecutar el objetivo general del proyecto se planearon un conjunto de actividades que nos permiten alcanzar los objetivos específicos del mismo. Estas acciones se deben cumplir de una manera lógica, posible y oportuna.

La metodología que se estableció para cada objetivo se indica en la siguiente tabla:

No.	Objetivo	Metodología de recolección de datos	Metodología de análisis	Actividades	Entregables
1	Diseñar una guía que permita medir las experiencias de los clientes, utilizando como base la teoría del diseño de la experiencia de Joseph Pine y James Gilmore, para calificar las experiencias de los visitantes con respecto a los diferentes escenarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación en el zoológico en los escenarios con relato y sin relato • Entrevistas a los integrantes del CIDZOO • Encuestas a la muestra seleccionada de visitantes. • Sesiones de grupo en forma de conversatorio que permita destacar de manera más personal los elementos destacados de las experiencias de los visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de sensibilidad • Método de caso 1: escenarios con relato (Andes, Australia y Jaziquima) • Método de caso 2: Escenarios sin relato (Mariposario, acuarios y aviario) • Análisis estadístico y semántico de las entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y validar entrevistas para los integrantes del CIDZOO • Diseñar y validar encuestas para los visitantes. • Identificar las propuestas de valor esperadas por los integrantes del CIDZOO en los escenarios con relato • Identificar lo que el visitante espera, quiere y le gusta de la experiencia ofrecida. • Diseñar herramientas cuantitativas 	Guía que permita medir la calidad de las experiencias, incluyendo mediciones en sentidos cuantitativos y cualitativos.

				<p>y cualitativas con las que se van a evaluar las experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unificar los resultados de las entrevistas y las herramientas para elaborar la guía evaluativa 	
2	<p>Evaluar las experiencias en los escenarios con relato y sin relato, haciendo uso de la guía evaluativa, generando contraste entre ellos, con el fin de identificar los elementos destacados en la experiencia de los visitantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo representativo de la población que visita el zoológico de Cali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapas de las experiencias • Análisis transversal 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de experiencias teniendo en cuenta los cuatro dominios de la economía de la experiencia • Discusión sobre lo descubierto 	<p>Evaluación de experiencias, que permitan diferenciar aspectos atribuibles a cada escenario.</p>
3	<p>Presentar resultados que permitan al CIDZOO tomar una decisión conforme a ellos y concluir si el cliente tiene una</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registros y documentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis transversal entre los dos tipos de escenarios, con relato y sin relato. 	<ul style="list-style-type: none"> • Validar y organizar resultados • Realizar reunión para comunicar los resultados y hallazgos de la investigación 	<p>Informe de resultados concluyentes acerca de la pregunta de estudio, estos permitirán concluir si los espacios con relato si</p>

	diferenciación entre los escenarios con relato y aquellos sin relato.			<ul style="list-style-type: none"> • Hacer entrega de la guía evaluativa al zoológico de Cali 	generan un valor al cliente o no.
--	---	--	--	--	-----------------------------------

Tabla 1: Matriz de trabajo

Fuente: Proyecto de grado "Desing Thinking y la economía de la experiencia en la Fundación Zoológica de Cali (2016)

4.2 Metodologías de análisis

Para el desarrollo del proyecto se realizó una revisión de varias investigaciones y artículos, que dieron la base para la fundamentación de este, ya que sirven para tomar datos veraces que cumplieran con los estándares necesarios y de este modo alcanzar los objetivos propuestos. Adicional, es importante mencionar el constante acompañamiento y colaboración por parte del personal del CIDZOO y las sesiones de orientación en la universidad, pues aportan al proyecto gran valor teniendo en cuenta que sus opiniones y corroboraciones son de gran impacto para realizar la guía evaluativa (Objetivo1).

Es importante resaltar que la base de la metodología usada en la presente investigación es el método de caso, pues este permite analizar los escenarios con mayor profundidad, y esto a su vez logra que las herramientas cualitativas y cuantitativas propuestas sean efectivas. Las herramientas mencionadas con anterioridad serán usadas para evaluar las experiencias que se están presentando en este momento y de acuerdo a eso generar una evaluación veraz que sirva tanto a corto como a largo plazo (objetivo 2), a la cualitativa se le realizara un análisis semántico y la cuantitativa un análisis estadístico y de esta manera obtener las respuestas necesarias para realizar un análisis transversal de los dos métodos de caso (Con relato y sin relato) para lograr presentar resultados (Objetivo 3) que agreguen valor al Zoológico de Cali.

Es pertinente tener en cuenta los dominios de la economía de la experiencia en todo el desarrollo del proyecto, pues estos ayudan en la medición de las vivencias en los clientes.

4.2.1 Identificación de la muestra de trabajo y personas entrevistadas

Debido a que uno de los objetivos propuestos involucra entrevistas con personas, se tomó una muestra representativa de cada población, ya que el tipo de personas que comprende los hitos son de diferente tipo.

- **Objetivo 1:** Para realizar la guía evaluativa es muy importante entrevistar a las personas encargadas del proceso creativo y productivo de los escenarios con

relato y también sin relato para saber de primera mano la propuesta de valor que se quería generar al momento de realizar estos espacios. Esto servirá para triangular información y variables relevantes para la creación de la herramienta.

Los visitantes a los que se les realizara la entrevista para evaluar sus experiencias se dividen en dos grupos: Visitantes con enfoque educativo y visitantes con enfoque recreativo. Lo anterior teniendo en cuenta que las experiencias son muy distintas dependiendo de la índole de la visita.

Teniendo en cuenta que la población que visita mensualmente el zoológico es muy variable debido a su demanda de tipo estacional, se estima que 170 entrevistados es una muestra suficiente representativa para la población total.

4.2.2 Diseño de entrevistas y encuestas

- **Objetivo 1:** Las entrevistas diseñadas serán aplicadas a los miembros del zoológico que tienen contacto directo con las zonas a estudiar y algunos integrantes del CIDZOO que participaron en la construcción y desarrollo de los escenarios:

1. Maria Isabel Ribera – Curadora de Acuario
2. Albaro Arroyabe – Curador de Andes y Jaziquima
3. Cristian Córdoba – Curador de Andes y Aviario
4. Viviana Santamaria – Curadora de Mariposario
5. Juliana Peña – Veterinaria
6. Jefferson Muñoz – Cuidador de Acuario
7. Fanor Marroquí – Cuidador de Mariposario
8. Jhon Edwar – Cuidador de Australia
9. Miguel Pérez – Cuidador de Aviario
10. Elías Silva – Cuidador de Jaziquima
11. Jhon Días – Cuidador de Andes
12. Iginio Mercuri – Director del CIDZOO
13. Carlos Collante – Profesional de innovación y desarrollo del CIDZOO

El propósito de estas entrevistas es identificar de primera mano aquellos aspectos de los espacios con relato y sin relato que tienen mayor impacto en la creación y vivencia de experiencias en el visitante, estos datos son cruciales para el desarrollo de la futura guía evaluativa, pues permiten construir esta guía apuntando especialmente a aquellos elementos estimados por los integrantes del CIDZOO.

La guía evaluativa estará estructurada con base en las variables de la teoría de la experiencia, diseñando ítems en torno a estas variables. Para la realización de estos se tomarán dos tipos de muestras representativas como se mencionó

anteriormente; las visitas educativas y las visitas recreativas. Para las visitas educativas, mayormente colegios, se tendrá únicamente una restricción de edad mínima para participar, que será de 10 años de edad. No se lleva a cabo una restricción con la edad máxima pues no se descarta la posibilidad de que la visita educativa sea de estudiantes universitarios, y se tendrá en cuenta también a los maestros de diferentes disciplinas que acompañen a los estudiantes escolares. La guía estará compuesta por preguntas de los seis escenarios en cuestión, identificando los elementos destacables tanto de las plataformas con relato como aquellas sin este. Cabe recalcar que la misma guía será utilizada para visitas educativas como recreativas, la diferencia radica en la muestra utilizada para que ambas sean representativas.

4.3 Cronograma del proyecto

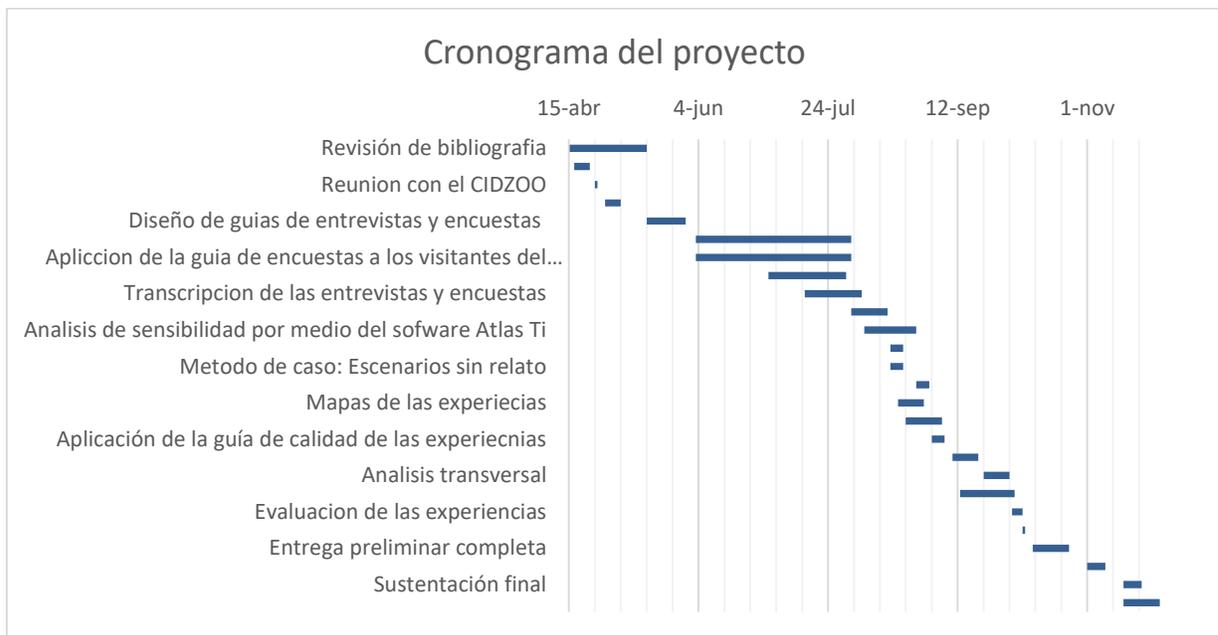


Figura 5: Cronograma del proyecto
Fuente: Elaboración propia

Para ver el cronograma del proyecto mas detallado ver Anexo 1.

5 Resultados

En esta sección se dará pie a la explicación y conclusión de los resultados obtenidos en el proceso de investigación. Se mostrará la información utilizada para concretar los objetivos específicos del proyecto. Se espera que estos resultados sean útiles para la fundación zoológica de Cali en su proceso de otorgar experiencias memorables para sus visitantes.

5.1 Desarrollo del objetivo 1

Para el desarrollo del primer objetivo específico se tuvo en cuenta los conceptos de la teoría de la experiencia anteriormente expuestos. El primer paso fue realizar la teoría del método de caso y el segundo utilizar las cuatro dimensiones de la economía de la experiencia para realizar las herramientas que se utilizaron para construir la guía.

La base para la construcción de las entrevistas que se realizaron a los diferentes actores encargados de la construcción de experiencias en el zoológico se ejecutó con base en la teoría de los cuatro dominios de la teoría expuesta antes. Teniendo en cuenta que fueron seis zonas en estudio, se eligieron cuatro expertos de diferentes disciplinas por cada escenario con relato, y otros tres expertos por cada escenario sin relato.

Cabe aclarar que todos los integrantes del CIDZOO son parte de la ideación y creación conceptual de los nuevos escenarios, y es por esto que se decidió entrevistar a dos de ellos de manera individual para que se pudieran tener resultados que incluyeran todos los puntos de vista posibles. Para los escenarios sin relato no se tuvo en cuenta entrevistar a los creadores pues tanto el acuario, mariposario y el aviario son instalaciones considerablemente viejas y su creación no tuvo un proceso de innovación y diferenciación tan importante como sus contrapartes con relato. *Ver Anexo 2*

La segunda área tenida en cuenta para las entrevistas fue la de los curadores de los escenarios. Ellos son los administradores del hábitat de los animales. Son los encargados de la logística de alimentación, ingreso de nuevos animales y del bienestar en general. En esta área solo se realizaron tres entrevistas para los seis diferentes escenarios pues en el zoológico los curadores se dividen en tres ramas de los animales allí presentes. Estas entrevistas fueron de carácter mixto, pues los tres curadores estaban relacionados tanto con escenarios con relato como con aquellos sin relato. *Ver Anexo 3*

La tercera área tenida en cuenta fue la correspondiente a los cuidadores de los escenarios. Ellos se diferencian de los curadores puesto que son quienes tienen el contacto directo con los animales; se encargan de alimentar y atender las necesidades en todo momento de las especies a su cargo. Estas personas son muy

importantes en la creación de la guía pues no solo están todo el tiempo en contacto con los animales, sino que además al estar presentes en el hábitat son el puente entre el visitante y el animal, por lo que es vital saber lo que piensan de la experiencia ofrecida. Se procedió a entrevistar a un cuidador por escenario, tendiendo en total seis entrevistas de cuidadores. *Ver Anexo 4*

La última área fue la de veterinaria. Estas entrevistas fueron muy enfocadas al bienestar del animal. La salud psicológica y mental es importante para la creación de experiencias, no solamente tener en cuenta su salud física sino su comodidad con su hábitat y los animales con los que lo comparte. Se decidió también entrevistar a seis diferentes veterinarios, uno encargado de cada escenario. *Ver Anexo 5*

Añadido a los responsables de la creación de experiencias, es vital saber qué es lo que piensan los visitantes, concretamente lo que esperan de su visita a las instalaciones del zoológico. Es por esto que se encuestó a treinta visitantes, cinco por cada escenario, y se tomaron sus respuestas para realizar un análisis cuantitativo que fue necesario para realizar la guía evaluativa.

5.1.1 Discusión de Método de caso

En esta sección se realizarán dos casos, uno para los escenarios con relato y otro para los escenarios sin relato. Dentro de cada caso se hizo una breve explicación de lo que ofrece cada una de las distintas zonas, esto se hizo de una manera objetiva y recogiendo información de diferentes personas encargadas de las mismas. Estos casos permiten ver los escenarios de una forma mas amplia y poder concluir aspectos importantes.

CASO 1: Escenarios con Relato

Los escenarios con relato en el zoológico de Cali son relativamente nuevos, se decidieron implementar aproximadamente hace siete años con la intención de darle al zoológico un aspecto innovador y vanguardista, y al mismo tiempo ofrecerles a los visitantes un ambiente y experiencia en el que no solamente se priorice en ver al animal, sino también para que los invitadores puedan construir experiencias propias, únicas, memorables y significativas.

Los escenarios con relato creados por el zoológico son: Andes, Australia y Jaziquima.

ANDES

Considerado uno de los proyectos más grandes donde se buscó mostrar la biodiversidad de los Andes colombianos. Este escenario se caracteriza por imitar las casas típicas de esa zona, e invita a conservar las cordilleras.

Al entrar al escenario lo primero que encontramos son mesas, sillas y cuadros inspirados en el área que se quiere representar, los olores y sonido ahí presentes hacen que el visitante se sienta en el ambiente al que aluden, al igual que los colores

y por supuesto lo animales que están ahí expuestos. Esta exhibición pretende dar la sensación de que se va subiendo la montaña, se llega al pico y luego se vuelve a descender. El visitante recorre tres casas típicas, la primera de ellas es una casa campesina y se podrán observar los jaguares; la segunda tiene una atmosfera que pretende transportar a una casa típica de parques naturales donde se pueden visualizar lo cóndores; la última área se identifica como un espacio de investigadores, en ese punto se podrán apreciar los osos de anteojos.

Los hábitos de los animales sufrieron cambios importantes, pues se buscó que además de ser amigable con el visitante, los animales se sintieran cómodos y su adaptación fuera rápida. También se adaptaron pantallas y letreros para que las personas conozcan datos curiosos e importantes del animal, además de recalcar mensajes de conservación.

AUSTRALIA

Es un proyecto que está basado en una de las zonas más áridas de Australia, donde los protagonistas son los animales. Es un escenario que se destaca por el contacto directo con algunas de las especies allí presentes, e invita a la conservación del agua.

En este escenario hay representatividad de todos los grupos animales, se encuentran aves, reptiles, mamíferos. Es importante resaltar que desde el momento de entrar la estructura da una sensación de llegar a otro lugar, debido a la decoración y la atmosfera; Canguros rojos, dragones barbudos, cuca burras, cacatúas, wallabies y emús; son algunas de las nueve especies que se pueden encontrar en este escenario. Se recrea un hábitat similar al de las granjas de la tierra árida australiana, se caracteriza por tener tierra y rocas rojas, poca vegetación y por supuesto poca agua.

Los visitantes pueden disfrutar de la experiencia que permite conocer la manera de vivir de cada una de las especies allí presentes, mostrando la forma en que se alimentan, donde duermen, las actividades que realizan a diario lo que permite que las personas se sientan mucho más cerca de la zona a la que se representa. También se pueden encontrar letreros con datos curiosos de los animales y alusiones a la conservación de los recursos hídricos.

JAZIQUIMA

La exhibición está basada en exaltar las culturas del Amazonas y del Pacífico colombiano, donde los principales protagonistas de escenario son los primates y destaca la diversidad de culturas que podemos encontrar en nuestro país.

La concepción de este proyecto ha sido muy importante, ya que es considerada una de las mejores de su tipo en todo Latinoamérica. Jaziquima está construido totalmente de guadua y madera, representa una especie de vereda en medio de la selva, y desde el inicio del recorrido se puede visualizar una atmosfera diferente; es amigable con el visitante no solo por lo que se puede ver, si no por los sonidos y olores que se pueden percibir alrededor.

Los diseños de los hábitats de las especies son especiales, pues se pueden observar arboles grandes, vegetación e incluso hamacas. Por otro lado, también se destacan elementos de interacción, donde se pretende aludir a la erradicación de la tala de árboles; juegos educativos, carteles, letreros y pantallas con datos curiosos de las especies presentes y puentes que conectan exhibiciones entre si y dan la sensación de estar “perdido en la selva”.

CASO 2: Escenarios sin relato

Los escenarios sin relato son aquellos que conservan su estructura convencional y no tratan de contar una historia alrededor de una atmosfera en específico. Se consideraron tres zonas del zoológico que, a pesar de no tener relato, al entrar en ellas se prestan para conseguir sensaciones diferentes, además de solo ver el animal como una exhibición.

ACUARIO

Esta zona del zoológico resalta por la cantidad de especies allí presentes, además, de que posee una estructura que llama bastante la atención de los visitantes, por su tamaño y los colores.

Es un recorrido que le da una experiencia diferente a las personas ya que desde que la persona ingresa, por tratarse de un espacio tan cerrado da la sensación de que se debe hablar bajo, hay silencio y es un área oscura teniendo en cuenta que debe ser así por el bienestar de los animales. En el escenario se pueden ver las diferentes especies en una especie de peseras grandes, y un cartel de información debajo de cada una de ellas.

AVIARIO

Es una de las estructuras más grandes del zoológico, pues contiene una numerosa cantidad de aves, y resalta por el contacto directo que se puede tener con las especies que allí se encuentran.

Al entrar al aviario las personas perciben una atmosfera diferente, pues además de estar rodeado de distintas aves, los olores y colores que se pueden observar cumplen un papel importante. Se destaca que los animales no se encuentran en jaulas, están “libres”, ya que el aviario toma el papel de una jaula gigante donde el visitante puede entrar e interactuar con todo lo que contiene esta. También se pueden encontrar carteles informativos.

MARIPOSARIO

Este escenario permite introducirse en el mundo de las mariposas, donde se puede convivir e interactuar con más de 700 ejemplares.

Este lugar se destaca porque es un espacio pedagógico y creativo para el entretenimiento, además, se enfatiza que desde el inicio hasta el final del recorrido se siente un ambiente amigable, pues además de estar al aire libre, teniendo en cuenta que no hay techo si no una malla, se puede sentir el sol, y es un espacio que

está rodeado de arbustos, dando la sensación de estar en un pequeño bosque. Adicional a esto hay una zona de alimentación que permite interactuar directamente con las mariposas y carteles con información importante.

5.1.1.1 Unificación de los Métodos de Caso

Teniendo en cuenta los casos anteriores se decidió realizar un mapa mental que juntara los escenarios, donde básicamente se muestra lo que hace ese escenario único para el zoológico, además de exponer las características que tiene cada uno. Esto se hizo con el fin de relacionar y analizar de una mejor forma cada una de las exhibiciones frente a los cuatro dominios de la experiencia.

Es evidente que las cualidades que tiene cada escenario, como los cambios que se generen en estos tiene una relación directa con las consecuencias que puede sufrir el zoológico como un todo. Estas consecuencias pueden ser tanto positivas como negativas, por eso es importante tener en cuenta lo que el visitante espera, vive y crea durante la experiencia entregada.

Es interesante y de resaltar que para los visitantes uno de los factores mas importantes de su experiencia es el bienestar animal, y uno de los componentes que más llama la atención es saber si el animal esta bien cuidado, quien lo cuida, como lo cuida. Sin embargo, que además de eso se sorprenda al visitante brindándole la experiencia de ubicarlo geográficamente, ofrecerle comodidad y pedagogía hace sin lugar a duda que el zoológico sobresalga.



Figura 6: Unificación de métodos de caso
Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Discusión de resultados

En esta sección se abordará con mayor detalle los resultados y hallazgos en las encuestas y entrevistas que se realizaron a los visitantes y al personal del zoológico respectivamente.

Primero se detallarán las encuestas realizadas a los visitantes. Como ya se especificó anteriormente estas encuestas fueron diseñadas para ser resueltas fácilmente en un tiempo menor a 5 minutos procurando no hostigar con preguntas complejas. De esta manera, se plantearon preguntas que se responderían calificando de uno a cinco, siendo cinco la calificación más alta y 1 el menor valor posible. En síntesis, entre mayor sea la calificación, el escenario está cumpliendo

con dar una experiencia memorable, mientras que entre más alejado este del cinco, el escenario otorga una experiencia negativa, u olvidable.

A continuación, se expone el grafico en donde se conglomeran los resultados obtenidos en las encuestas de los visitantes, en este se detallan los promedios de calificación de los escenarios con relato y sin relato. Divididos en las cuatro categorías expuestas por James P Gilmore. Se evidencia que las calificaciones en los espacios con relato son considerablemente más altas que sus contrapartes sin relato. Esto da indicios a *grosso modo* de que los visitantes diferencian la experiencia que construyen entre los dos tipos de escenarios. Para tener la información detallada de las encuestas a cada uno de los visitantes: *Ver Anexo 6*

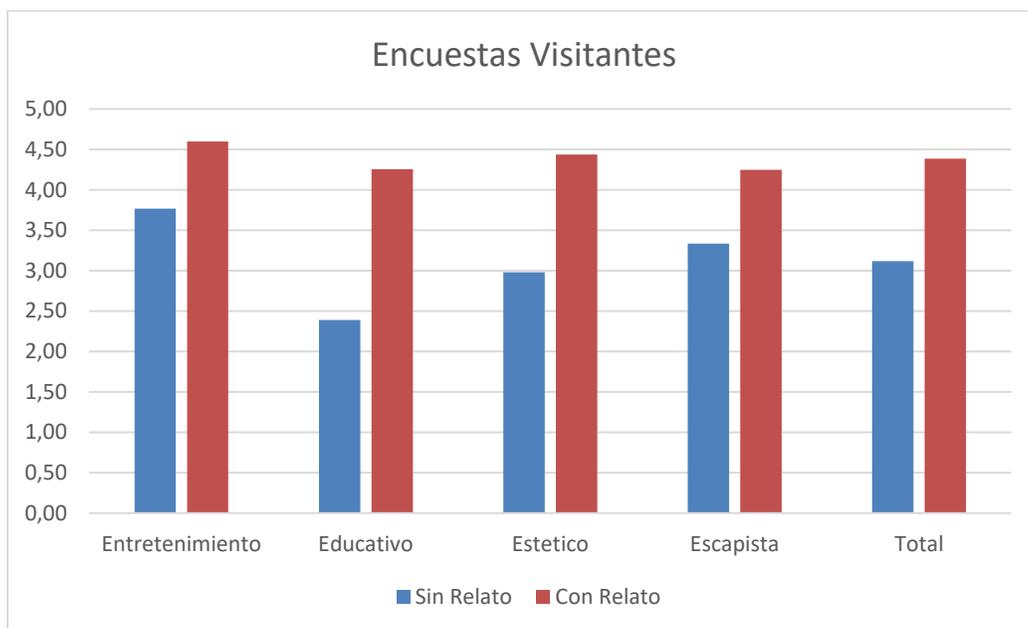


Figura 8: Conglomerado de la encuesta a visitantes
▪ Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las entrevistas realizadas a los integrantes del zoológico se obtuvieron los siguientes resultados:

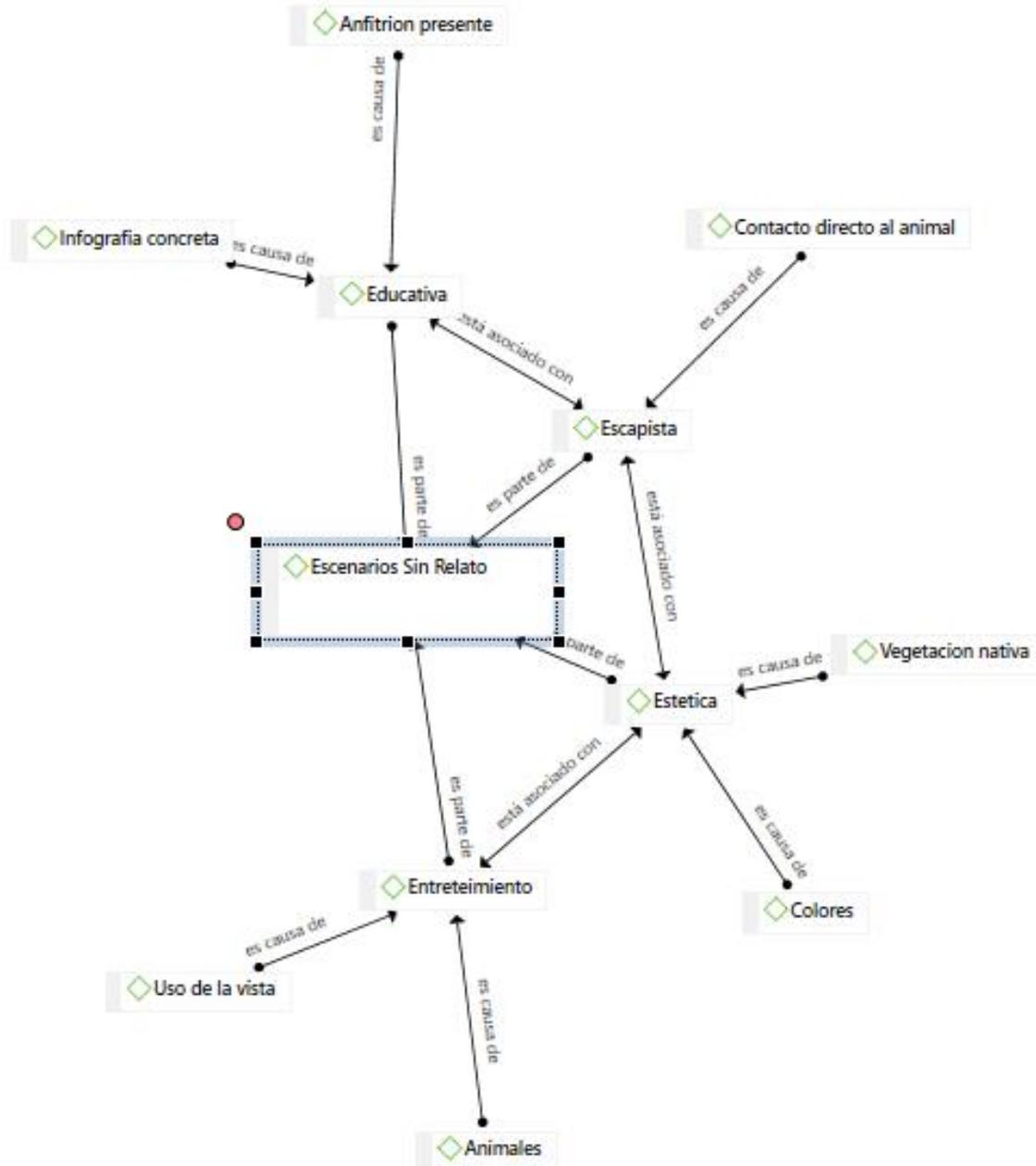


Figura 7: Análisis cualitativo escenarios sin relato
 ■ Fuente: Atlas TI

tomadas de los escenarios sin relato, y el segundo serian todas aquellas basadas en los escenarios con relato. Asi, para cada caso, se tendrían presentes los cuatro dominios de la experiencia, y basado en cada una de las respuestas tanto de los integrantes del zoológico como de los visitantes, el programa clasificaría sus resultados en el dominio de mayor magnitud, dando como resultado una nueva subrama con los resultados repetidos por los entrevistados como se aprecia en las figuras ocho y nueve.

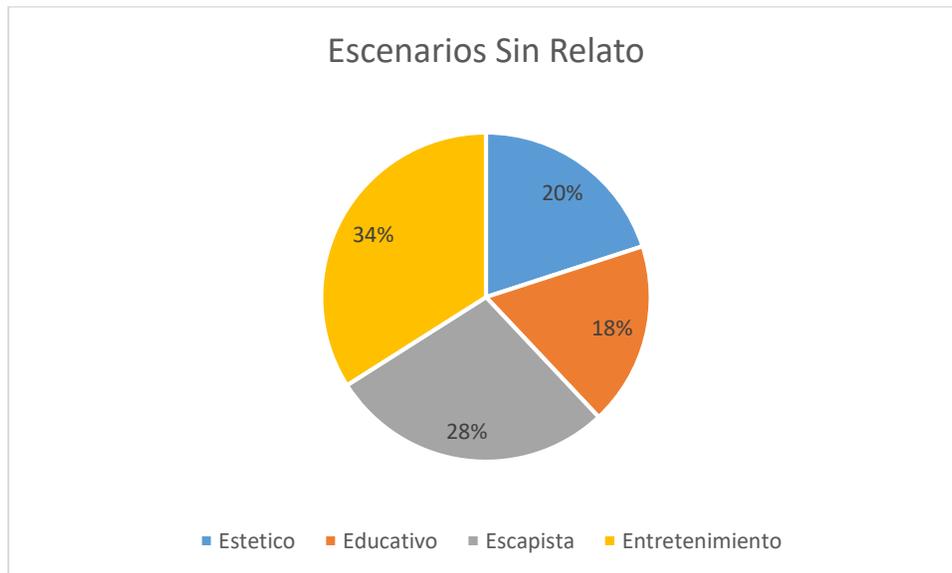


Figura 10: Porcentajes de los dominios en las experiencias de los escenarios sin relato
Fuente: Elaboración propia

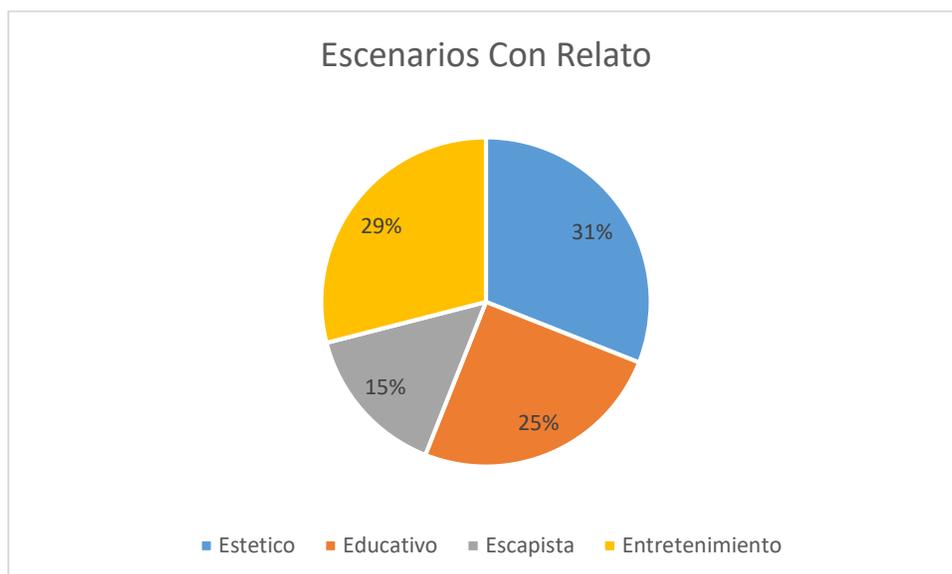


Figura 11: Porcentajes de los dominios en las experiencias de los escenarios con relato
Fuente: Elaboración propia

Según las respuestas de las personas entrevistadas, Atlas TI arrojó porcentajes calculados de lo que representa cada dominio de la experiencia para ellos. Es así

como según el caso, con relato o sin relato, el software muestra un porcentaje mostrado en las figuras ocho y nueve. De los resultados cualitativos se puede evidenciar que el entretenimiento percibido es muy similar, arrojando valores porcentuales un poco menores en los escenarios con relato, debido a que los demás dominios incrementaron en general. El dominio estético aumenta su magnitud considerablemente en los escenarios con relato, exactamente subiendo once puntos porcentuales, posicionándose como el dominio de mayor magnitud. Asimismo, el dominio educativo experimenta un incremento apoyado en la noción de que los escenarios con relato procuran entregar un concepto al visitante sobre una problemática, y hacer que este tome partido sobre ella. Por último, se tiene que el dominio escapista es uno de los que más se reduce, esto se puede explicar a que, dentro del grupo de escenarios sin relato, se encuentran el mariposario y el aviario, dos escenarios que permiten al visitante tener un contacto en primera mano con el animal, que representan en gran medida este dominio.

5.1.3 Elaboración de la guía Evaluativa

Después de realizar las respectivas evaluaciones y análisis a los métodos de caso, las entrevistas y encuestas se procedió a realizar lo que se podría considerar el aspecto mas importante de este proyecto, la guía evaluativa, que le permitirá a los integrantes del CIDZOO medir la satisfacción de los visitantes con las experiencias que se están dando, y si lo que ellos creen valor agregado en realidad es percibido de esta manera.

Se decidió que la mejor forma de realizar la guía para medir las experiencias de los visitantes, que pueda ser empleada a corto y largo plazo, y además que pueda ser usada por el CIDZOO de una manera más ágil y certera es creando una lista de parámetros con lo que los escenarios cumplen o no cumplen, guiándonos tanto por los análisis presentados anteriormente como por la teoría de la experiencia.

La guía se divide en 5 partes, cuatro de ellas son los dominios de la experiencia: educativa, escapista, entretenimiento y estético; y la otra parte son criterios que los visitantes consideraron importantes y de gran valor en cuanto a la experiencia que vivieron y les gustaría vivir.

La siguiente guía evaluativa funciona de la siguiente manera:

- Cero (0) si no cumple con lo presentado en el ítem
- Tres (3) si cumple parcialmente con lo presentado en el ítem
- Cinco (5) si cumple a su totalidad con lo presentado en el ítem

GUÍA DE EVALUACION DE EXPERIENCIAS

Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	
El personal está capacitado	
Se demuestra respeto por los animales	
Plan de acción en caso de incidente (Ej.: Fuga de un animal)	
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	
Es evidente el bienestar animal	
Ponderación	
EXPERIENCIA EDUCATIVA	
Infografía con información científica de los animales	
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	
Implementación de actividades de enriquecimiento	
Ponderación	
EXPERIENCIA ESTETICA	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	
Ponderación	
EXPERIENCIA ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	
Los visitantes están seguros de los animales	
El sentido de la vista predomina en el escenario	
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	

Ponderación	
EXPERIENCIA ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	
La experiencia va dirigida al visitante	
Ponderación	

*Tabla 2: Guía de Evaluación de Experiencias
Fuente: Elaboración propia*

Es importante resaltar que las ponderaciones pueden dar un número con decimales, para efectos del funcionamiento del gráfico se procederá a redondear este número con los siguientes parámetros: Si el decimal del número es mayor a 5 se redondea hacia arriba, si el decimal es menor o igual a 5 se redondea hacia abajo.

Posterior a la evaluación de los ítems se procederá a realizar la ponderación de cada una de las partes, esto servirá para llenar un gráfico que nos dirá que dominios destacan en la experiencia y que participación está teniendo el visitante durante la experiencia, independientemente de que el escenario tenga o no relato. *Ver figura 12*

Este gráfico lo componen cuatro cuadrantes que son los cuatro dominios de la experiencia, pero, su diferencia se basa en que no trabaja igual que un plano cartesiano normal, ya que cada cuadrante está compuesto por dos dominios y asimismo contiene una de las cuatro formas en las que el visitante puede vivir la experiencia: Participación pasiva, absorción, participación activa e inmersión.

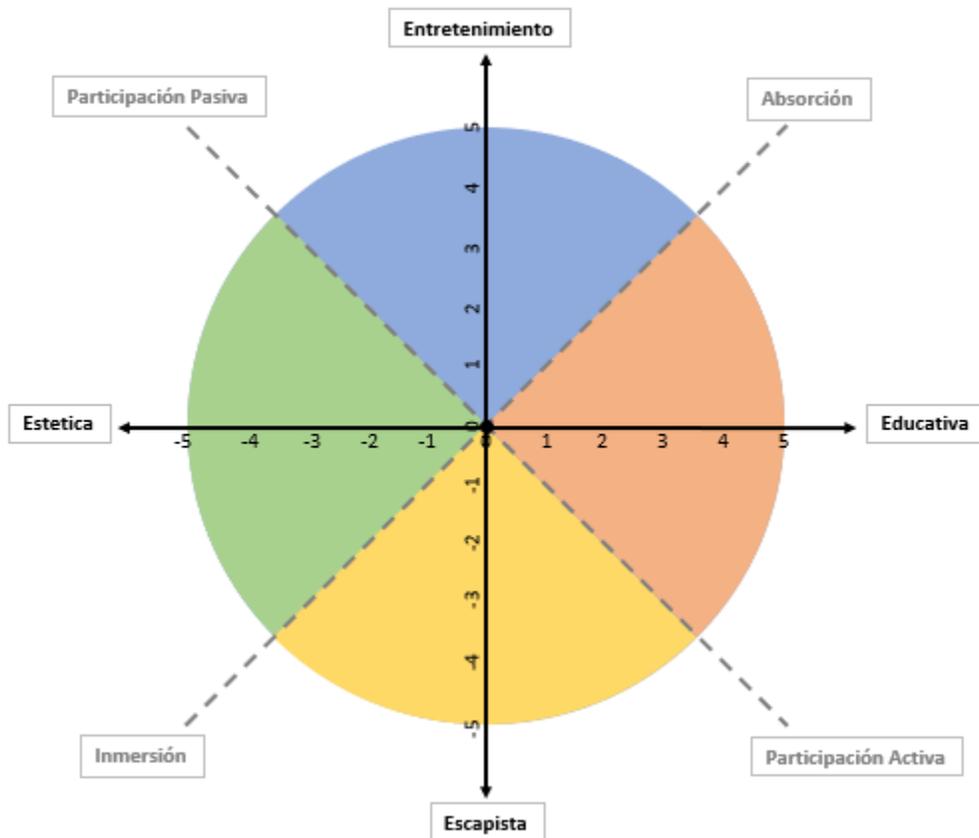
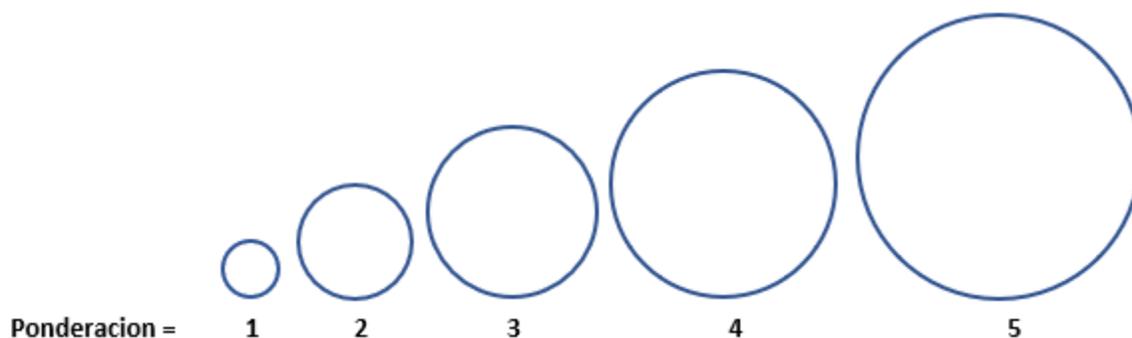


Figura 12: Diagnostico de la experiencia dentro de los cuatro dominios
 Fuente: Elaboración propia

Cada ponderación será el numero de puntos que se debe desplazar el índice en el eje correspondiente del dominio, para los dominios educativo y estético las ponderaciones serán positivas y para las dimensiones escapista y estética se tomarán negativos. Esto se hará de esta forma para índole del correcto funcionamiento del gráfico.

Además de lo anterior, el grafico contara con unos círculos que exponen de mejor manera los dominios que integran esa experiencia, estos y su tamaño salen de la ponderación de la parte de criterios que no hacen parte de ningún dominio.



*Figura 13: Círculos de diagnóstico
Fuente: Elaboración propia*

El vértice del círculo de diagnóstico se localizará justo encima del índice encontrado en el gráfico, de esta manera se podrá leer de una manera más clara cuales son los dominios que se encuentran dentro de la experiencia. Los dominios mas fuertes dentro de la experiencia serán los que están dentro del círculo.

Adicional y de gran importancia se encuentra el índice de valor agregado, que corresponde al porcentaje de valor agregado que contiene el escenario evaluado, esto quiere decir que dará una noción de lo que esta percibiendo el visitante y si las experiencias que se están brindando están siendo memorables. Este índice se saca ponderando los resultados de las ponderaciones de los ítems de la guía evaluativa y luego haciendo una regla de tres, siendo 5 igual al 100%. Cabe resaltar que esta ponderación se debe realizar con el resultado real de cada ítem, no con el redondeado y en valor absoluto.

5.2 Desarrollo objetivo 2

Para el desarrollo de este objetivo específico, que consta de evaluar las experiencias en los escenarios con relato y sin relato, haciendo uso de la guía evaluativa, generando contraste entre ellos, con el fin de identificar los elementos destacados en la experiencia de los visitantes se tiene en cuenta las herramientas desarrolladas en el objetivo 1.

Estas evaluaciones serán el entregable de mayor valor para los integrantes de CIDZOO, pues le permite medir la calidad de la experiencia y el valor agregado que se ha adquirido después de la implementación de los cambios. Las herramientas con las que se realizaron las evaluaciones serán entregadas al zoológico de Cali para que puedan ser utilizadas a corto y largo plazo, y puedan continuar evaluando experiencias nuevas o las ya creadas.

Para implementar la guía evaluativa se necesita tener conocimiento de primera mano acerca del escenario que se va a evaluar y las características que posee, ya

que los ítems que la conforman lo requiere así para una efectiva evaluación y lectura de los resultados.

5.2.1 Discusión de Resultados

Se procedió a realizar las respectivas evaluaciones a cada uno de los escenarios, para posterior a esto analizar los resultados de cada uno y ejecutar un análisis transversal donde se considerarán las diferencias, pros y contras de los escenarios con relato y sin relato. Los hallazgos obtenidos servirán para darle al zoológico una mejor vista acerca de lo que los visitantes perciben en cada una de las experiencias ofrecidas y creadas.

Estas evaluaciones se realizaron teniendo en cuenta las encuestas que se hicieron a los visitantes, con trabajo de observación en cada uno de los escenarios y también, se hizo el recorrido con dos personas que hace muchos años no iban al zoológico para captar las primeras impresiones de estos. Esto fue de mucha ayuda ya que de primera mano se consiguió la información de que gustaba, que no gustaba, que no esperaban y sobre todo que le agregaba y podría agregarle valor a la experiencia.

Escenarios con Relato

Se puso en práctica la guía evaluativa en cada uno de los escenarios con relato y arrojaron resultados sorprendentes y de gran valor para la organización. Para ver con mas detalle los resultados de las evaluaciones realizadas: *Ver anexo 8.*

Al realizar el análisis en el escenario Jaziquima, el grafico arrojó que es una exhibición la cual ofrece una experiencia que se acerca bastante al origen del plano, lo que quiere decir que es bastante completa. Sin embargo, es importante resaltar que el dominio más fuerte es el estético, después siguen por igual nivel el entretenimiento y el escapista y por último, pero aun así a un nivel representativo el educativo. Por otro lado, es de gran importancia destacar que la forma en la que el visitante crea la experiencia es en mayor medida en forma de participación pasiva o inmersión, lo cual quiere decir que el escenario de por si ofrece una experiencia enriquecedora y memorable sin necesidad de que el usuario tenga que participar activamente de este.

Uno de los hallazgos más importantes es el índice del valor agregado, el cual nos revela que este espacio posee un 87,1% de valor agregado, esto se traduce a una experiencia realmente significativa para las personas que las viven.

JAZIQUIMA	
Criterios importantes	4
Educativa	3
Entretenimiento	5
Estética	-4
Escapista	-5
Valor Agregado	87,1%

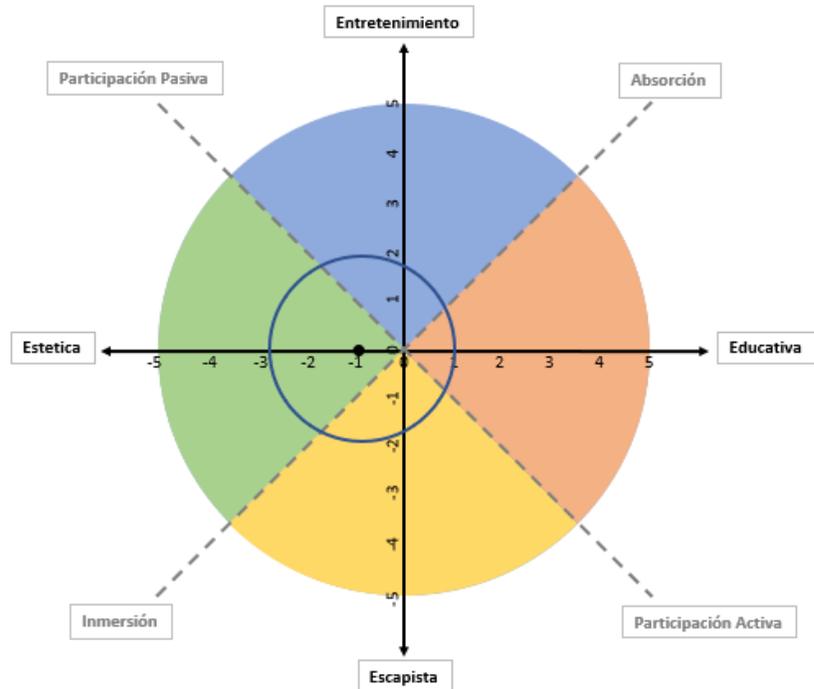


Figura 14: Evaluación de escenario Jaziquima
Fuente: Elaboración propia

Se realizó la evaluación al escenario de Andes y expuso un diagnóstico con datos que tienen gran alcance. A simple vista se puede observar que es el escenario que más enfoque tiene en el dominio estético, lo cual significa que es el espacio más agradable en cuanto a la percepción visual y comodidad, de igual manera es evidente el papel de los dominios entretenimiento y escapista, que de una u otra manera juegan un papel importante en el desarrollo del recorrido y aunque el dominio educativo es tangente al círculo diagnóstico tiene características del mismo, no obstante está bastante alejado de ser reconocido por esta dimensión. En este escenario los visitantes no participan activamente.

Se puede apreciar de igual forma que este escenario posee el índice de valor agregado más alto, siendo este un 88,7%, esto representa un nivel bastante elevado en cuanto a valor agregado y es por esto que este escenario se posiciona como uno de los más importantes desde la percepción de los visitantes frente al zoológico.

ANDES	
Criterios importantes	4
Educativa	3
Entretenimiento	5
Estética	-5
Escapista	-5
Valor Agregado	88,7%

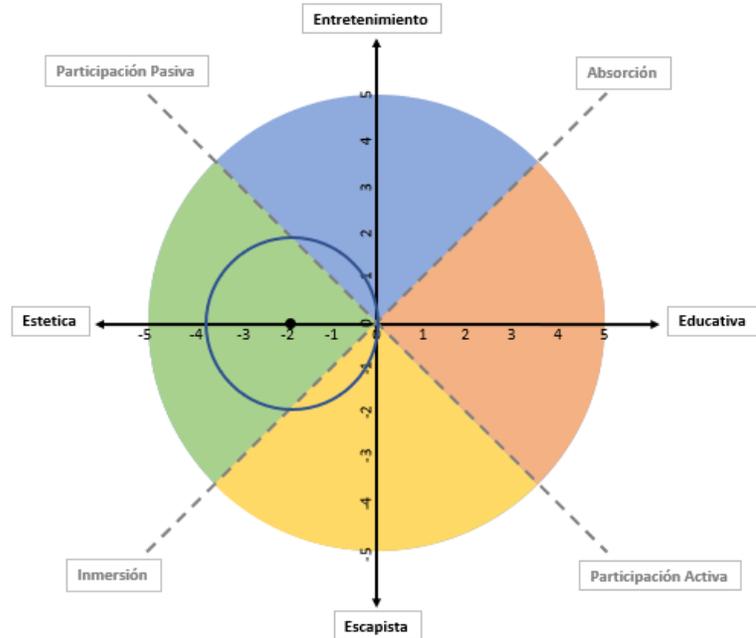


Figura 15: Evaluación de escenario Andes
Fuente: Elaboración propia

Australia fue el ultimo escenario con relato que fue evaluado, y la guía evaluativa arroja unos resultados de gran ayuda no solo para el mejoramiento del mismo si no para conocer más acerca de este. A simple vista se puede observar que los dominios de entretenimiento y estético son los que mas sobresalen durante toda la experiencia, pues esto se debe mucho a que en dicha exhibición se encuentran unos animales que se podrían definir como “taquilleros”, y al llamar tanto la atención los elementos de interacción pasan a un segundo plano, sin embargo los dominios educativo y escapista juegan un papel importante, esto es debido a que al principio de la experiencia se hace bastante enfoque en la conservación del agua. En este escenario resalta la participación pasiva del visitante.

En cuanto al índice de valor agregado, es importante resaltar que es de 72,9% lo que significa que es el mas bajo dentro de los escenarios con relato sin embargo es un porcentaje bastante representativo en cuanto a generación de valor y es por esto que se percibe como uno de los escenarios mas trascendentales del zoológico.

AUSTRALIA	
Criterios importantes	4
Educativa	3
Entretenimiento	4
Estética	-4
Escapista	-3
Valor Agregado	72,9%

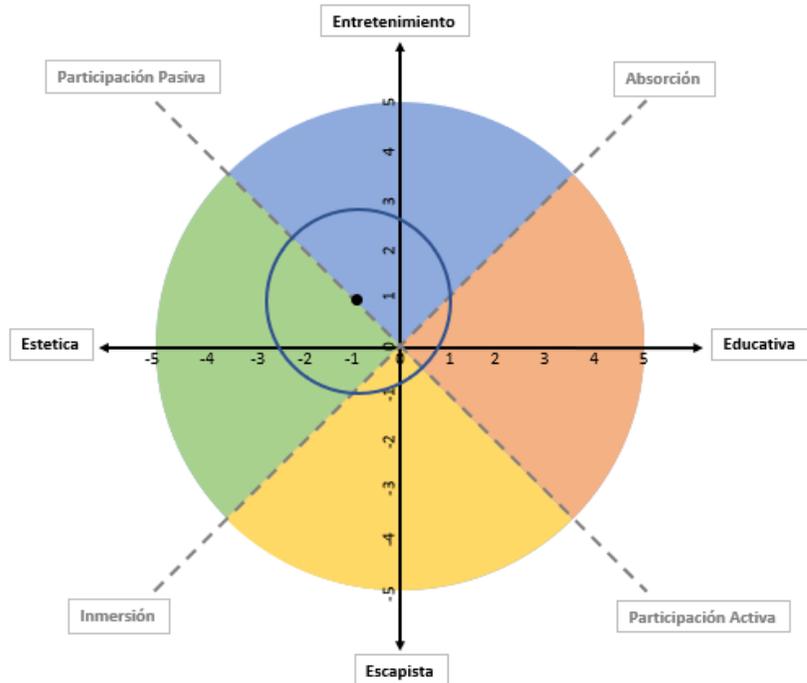


Figura 16: Evaluación de escenario Australia
Fuente: Elaboración propia

Escenarios sin Relato

Se procedió a implementar la guía evaluativa en cada uno de los escenarios sin relato y se evidenciaron resultados de gran valor e importancia para la organización. Para ver con más detalle los hallazgos de las evaluaciones realizadas: *Ver anexo 9.*

Estos escenarios sin relato son bastante particulares, ya que ofrecen una experiencia al visitante así no tengan una historia que contar más allá de sus específicas exhibiciones. Lo anterior se debe a que estos escenarios invitan al usuario a participar en hábitat del animal y al hacer esto ofrecen una serie de elementos que hacen interesante e inolvidable la vivencia.

Se realizó la evaluación al Acuario, arrojó resultados muy sorprendentes y de gran ayuda para las posteriores recomendaciones. Es evidente en el gráfico que de los cuatro dominios el que más resalta es el estético, esto se debe a que se tomó el escenario como toda la estructura que hace parte de él y lo rodea, el comienzo de la experiencia se encuentra con zona donde se encuentran las carpas, y posterior a esto se encuentran los murales, el tamaño de la estructura, y el interior de esta. El segundo dominio que más resalta es el entretenimiento, y se podría decir que los dominios educativo y escapista son casi nulos; debido al tipo de animales y ambiente que hay dentro de la exhibición. Se puede reconocer fácilmente que la participación del visitante durante toda la experiencia es pasiva.

Se debe agregar que el índice de valor agregado es de un 67,7% lo cual hace que este escenario se posicione en un muy buen lugar, teniendo en cuenta que su contra

parte son exhibiciones creada hace poco comparadas con la creación de este. Además, hay opciones de mejora que lo harían regalarle al usuario una experiencia enriquecedora y con mayor valor.

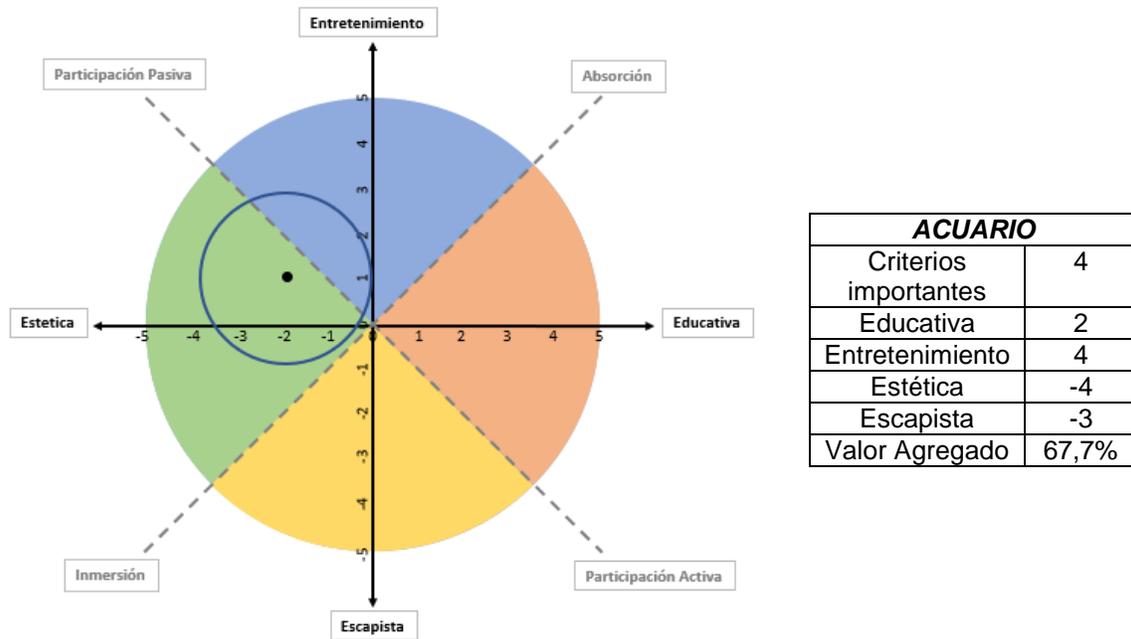


Figura 17: Evaluación de escenario Acuario
Fuente: Elaboración propia

Se realizó la respectiva evaluación al Acuario y los hallazgos fueron concluyentes. El círculo diagnóstico está en su mayoría en el dominio del entretenimiento, esto se debe a la atmósfera que se crea desde el inicio de la experiencia, y a la convivencia con el animal en el mismo lugar. Después se encuentra el dominio estético, que juega un papel importante debido a sus colores y vegetación y por último se observa casi inexistentes los dominios educativo y escapista. Lo anterior no quiere decir que dentro de la experiencia no se encuentren, significa que es muy poco lo que hay de estos dominios y por eso sobresalen los otros dos. Por otro lado, este escenario invita al usuario a tener una participación pasiva.

Se debe agregar que el indicador de valor agregado es 58,8% lo cual lo posiciona en uno de los escenarios con menor valor agregado de los evaluados; sin embargo, no está bajo considerando la antigüedad de la exhibición. Es necesario recalcar que con pequeños cambios su valor agregado podrá crecer exponencialmente.

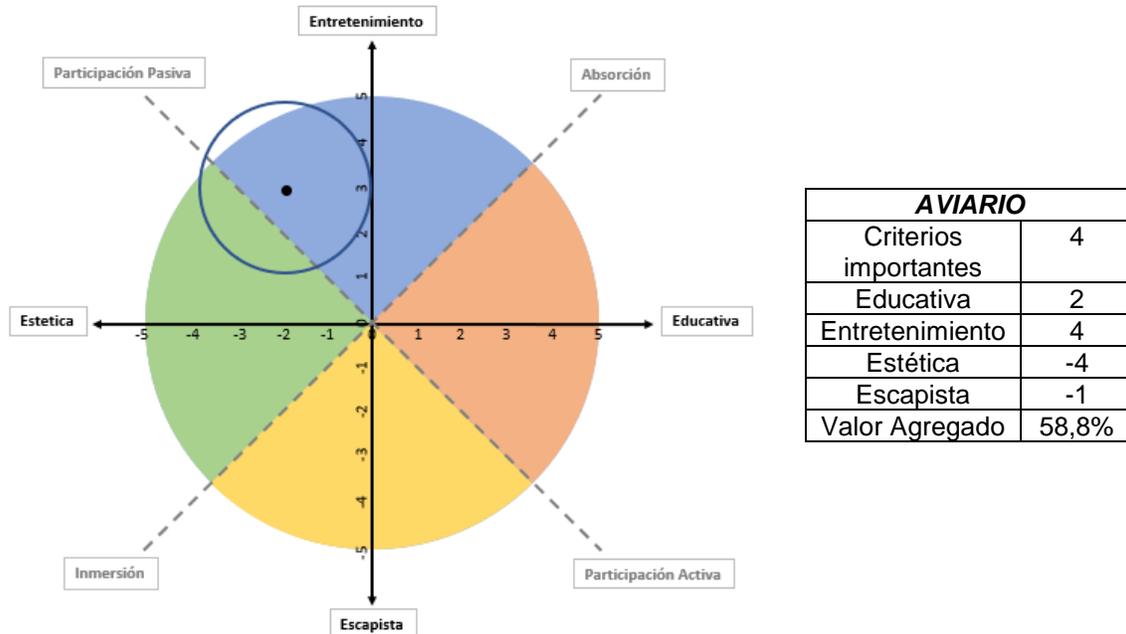


Figura 18: Evaluación de escenario Aviario
Fuente: Elaboración propia

Se evaluó el Mariposario con la guía evaluativa y se obtuvieron resultados inesperados y bastante positivos. Es evidente que los dominios que predominan durante toda la experiencia son estética y escapista, esto se traduce a una total inmersión del visitante durante toda la experiencia. A su vez se puede ver que a pesar de no ser fuertes los dominios educativo y entretenimiento están presentes a través de todo el recorrido y esto hace esta exhibición una de las más completas. Todo lo anterior se debe a el tipo de experiencia que ofrece este escenario, desde convivir con el animal, darle de comer, ver su evolución, la vegetación que rodea el lugar, entre otras variables.

Es de gran importancia resaltar que el índice de valor agregado es sorprendentemente alto, con un 74%. Esto quiere decir que es una de las exhibiciones con más potencial, y con algunos pocos detalles el zoológico podría ser reconocido por este espacio.

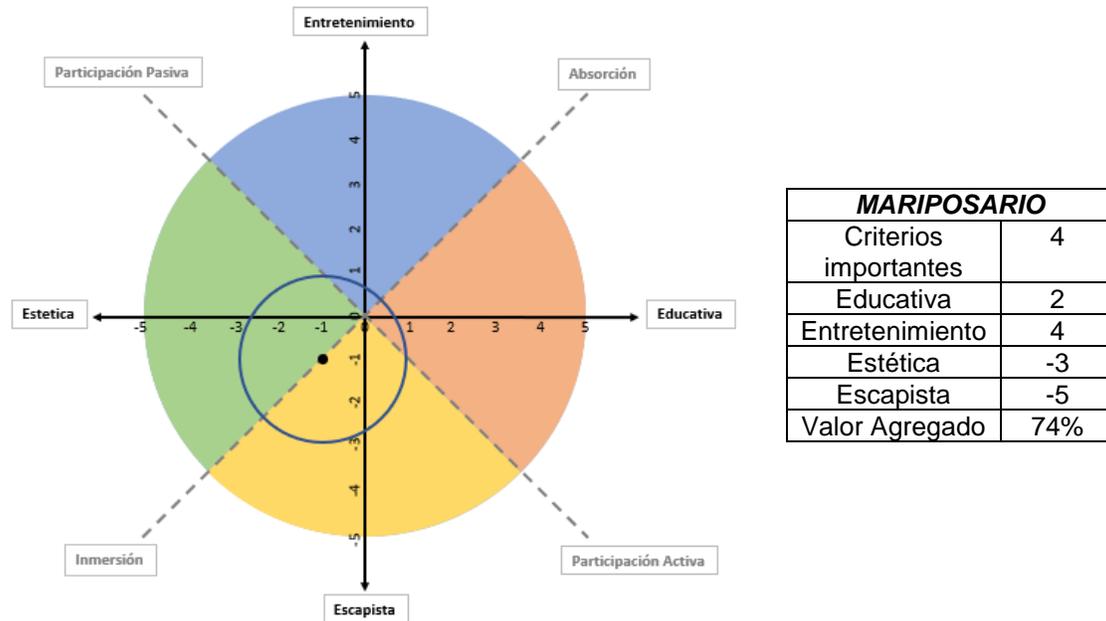


Figura 19: Evaluación de escenario Mariposario
Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Análisis Transversal

La guía evaluativa permitió realizar un diagnóstico concreto acerca de adonde se encuentra la experiencia ofrecida por cada uno de los escenarios actualmente. El punto de partida de este análisis son los resultados de cada escenario en el índice de valor agregado. Se observa claramente que los dos valores más altos son aquellos correspondientes a los escenarios con relato, Jaziquima, y Andes. Obteniendo cada uno respectivamente 87.1% y 88.7%. Los altos valores de Andes y Jaziquima se deben a que han sido los de construcción más reciente y en los que se utilizó la economía de la experiencia de manera más apegada para su creación.

Australia por su parte, fue el primero de los escenarios con relato, y tal como fue explicado por diferentes actores en su creación y actual administración, tuvieron algunas dificultades al momento de su creación, que no permitieron que su forma final fuera completamente fiel al diseño inicial que se tenía. Esto hace que su índice de valor agregado, 72.9%, sea el menor de los escenarios con relato, siendo superado incluso por el mariposario. Este último es el más alto del grupo de los escenarios con relato, obteniendo un puntaje de 74%. Este puntaje es de resaltar, pues es muy superior a sus pares aviario y acuario que obtuvieron 58.8% y 67.7% respectivamente. El acuario adquiere este puntaje gracias a que desde que fue inaugurado ha representado una parte muy importante del zoológico, sin embargo, no alcanza un puntaje mayor debido a que con el pasar del tiempo, este no ha tenido cambios significativos en sus instalaciones, lo que hace que al día de hoy no sea un proyecto vanguardista ya que no se explota al máximo su potencial.

Acerca de cuál es el cuadrante que predomina en cada escenario, es necesario aclarar previamente que todos los escenarios, exceptuando el aviario, gozan de una virtud importante. Aunque ninguno sea totalmente central, (algo que es muy complicado), estos están muy cerca al origen del plano, lo que se traduce en que el escenario comparte fuertes características de los cuatro dominios para la creación de la experiencia del visitante. Los escenarios Andes, Jaziquima y Acuario se rigen mucho más por el dominio estético, en especial los primeros dos. El mariposario, fiel a una experiencia de inmersión se establece entre los dominios estéticos y escapista, siendo el escenario más cercano a este último dominio. Australia se encuentra en una situación similar al mariposario, solo que se debate entre los cuadrantes de los dominios estético y de entretenimiento. Se destaca su cercanía al origen comparado con el aviario, que es el escenario más alejado de este. El aviario está muy arraigado al entretenimiento dada su naturaleza y su antigüedad.

5.3 Desarrollo objetivo 3

Este objetivo específico que consistió en presentar resultados que permitan al CIDZOO tomar una decisión conforme a ellos y concluir si el cliente tiene una diferenciación entre los escenarios con relato y aquellos sin relato se desarrolló de la siguiente manera.

La reunión de presentación de resultados del presente proyecto fue conducida por el profesional en innovación y desarrollo, e integrante actual del CIDZOO Carlos Collante. El, además fue el mayor colaborador del proyecto por parte del Zoológico, y fue el intermediario con todas las áreas de la organización para efectuar el debido análisis. La reunión tuvo como partida la explicación de la metodología efectuada para la posterior construcción de la guía evaluativa. Aquí se ilustra como se utilizaron las estadísticas de las encuestas para realizar el análisis cuantitativo y así tener resultados concretos sobre la experiencia del visitante. También se explicó la importancia del proceso de entrevistas a los diferentes participantes en la creación de experiencias para llevar a cabo un correcto análisis cualitativo haciendo uso del software Atlas TI. Posterior a estas aclaraciones, se procedió a mostrar el funcionamiento de la guía. Se expusieron los diferentes elementos que componen la guía evaluativa, siendo sus principales sus ejes, la magnitud del índice del valor agregado, la tabla de magnitudes y el círculo diagnóstico. Se hizo énfasis en que la manera en la que fue construida la guía fue basada en los parámetros conseguidos en las entrevistas, sin embargo, en el futuro cuando se vaya a evaluar un nuevo escenario, o se realicen cambios en escenarios ya existentes y se desee conocer su impacto en la experiencia, es posible cambiar ciertos de los parámetros de la guía, y ubicarlos en uno de los cuatro dominios, para que de esta manera la ponderación sea personalizada para cada escenarios evaluado si así se desea. En otras palabras, esta herramienta les será útil en el futuro, y puede evolucionar a la forma que el Zoológico desee.

Posterior a esto, se expusieron los resultados obtenidos con la guía para cada uno de los seis escenarios en estudio. Aparte de solo mostrar lo arrojado, se tuvo una conversación de ambas partes de cuáles eran los factores que podían influenciar las diferentes posiciones en el mapa entre los escenarios. Dentro de las cosas que más llamaron la atención al CIDZOO, fue que en Andes se tuviera un bajo nivel educativo, comparado al que se creía que tenía. Por otro lado, según Carlos, este estudio sirvió para confirmar hipótesis que se tenían, tales como que el mariposario al día de hoy sigue siendo uno de los escenarios que más enriquece la experiencia del visitante, tal y como se expuso en los resultados obtenidos por la guía. También sorprendió el hecho de que el acuario tenga un índice de valor agregado considerablemente alto teniendo en cuenta su longevidad. Como conclusión se tiene que el visitante si diferencia mucho entre un escenario con relato y uno sin relato, y que además en general, en los primeros obtienen un concepto sobre una problemática social o natural, y de este toman partido y generan su propio razonamiento crítico. La guía permite evaluar de manera gráfica y comparable la situación de cada escenario y no solo ser útil en el presente, sino que puede ser modificada para ser implementada en futuros diagnósticos.



Figura 20: Discusión de Resultados con el Zoológico
Fuente: Elaboración propia

5.4 Conclusiones

En síntesis, el propósito de este proyecto fue crear una guía útil que permitiera evaluar la experiencia vivida por el visitante en los escenarios anteriormente mencionados y Gracias a este análisis se llegó a las siguientes conclusiones.

- Los seis escenarios, aportan un gran valor a la experiencia del visitante. Esto se corrobora con los altos índices de valor agregado que obtuvo cada uno de los escenarios en la guía evaluativa.
- Según los resultados obtenidos se evidencia que los escenarios en general tienen marcados atributos de los cuatro dominios. Según la teoría de la economía de la experiencia esto es una característica propia de aquellos lugares creadores de experiencias memorables para el cliente.
- Según los gráficos diagnósticos, apoyados por los resultados de las encuestas, los dos escenarios que más generan valor en la visita al zoológico son tanto Andes como Jaziquima.
- El mariposario, a pesar de ser un escenario sin relato, es el tercer escenario de mayor enriquecimiento de experiencia.
- Al realizar la discusión de resultados con el CIDZOO, se corroboró que muchas de las hipótesis que se tenían planteadas desde hace un tiempo atrás, fueron comprobadas con la utilización de la guía.
- Es necesario recalcar que la construcción de la guía fue pensada para que esta pueda ser utilizada en el futuro por el zoológico, para evaluar nuevos escenarios, o modificaciones a escenarios ya existentes.
- Por último, y como respuesta al presente proyecto, la evaluación de los escenarios permite concluir que los visitantes del zoológico si perciben un mayor enriquecimiento entre la experiencia vivida en los escenarios con relato, y aquella en los escenarios sin relato.

5.4.1 Recomendaciones y Oportunidades

Con el fin de mejorar la experiencia de los visitantes en el zoológico de Cali, se recomienda:

- Según observación de los visitantes, la infografía científica de los animales es muy pobre. Se recomienda tener los dos tipos de infografía, los “datos curiosos” y la científica, ya que no todos los visitantes tienen la misma idea de una

experiencia de valor. Es importante escuchar al cliente y si es posible darle lo que pide.

- Es notable que las personas no saben todo el trabajo que hay detrás de cada exhibición, pero aun así es algo que valorarían ver. Por el hecho anterior se sugiere poner fotos o videos de los cuidadores con los animales, es algo que los visitantes tomarían como un valor agregado sin lugar a duda, además funcionaria como una extra-motivación para los trabajadores.
- Se recomienda conectar a la gente emocionalmente contando la historia de algunos de los animales. También llamaría mucho la atención de las personas el hecho de ver imágenes de los escenarios anteriores versus los nuevos. Conocer la historia de las cosas genera lazos emocionales fuertes.
- Es importante y muy valorado por lo visitantes tener por lo menos un anfitrión en cada escenario, que este capacitado y conozca acerca de los animales ahí presentes, no solo científicamente, si no también que sepan que les gusta, que comen, como duermen, etc.
- Para que el visitante logre trasladarse emocionalmente se deben incluir más elementos visuales, dependiendo del lugar que quieren representar.
- Involucrar más al visitante, dándole la oportunidad de participar activamente en la experiencia. Por ejemplo, poner tableros y marcadores para que los visitantes dejen un mensaje, crear rompecabezas grandes con el mensaje de conservación y por último poner más datos impactantes sobre el tema que se quiera abordar. Lo anteriormente descrito funciona para que la experiencia entre dentro del dominio de la educación.
- Para el correcto funcionamiento de la guía evaluativa se debe ser objetivo, de lo contrario no habrá resultados concluyentes, que nos sirvan para realizar mejoras posteriores.
- Teniendo en cuenta que la teoría de la hospitalidad se basa en que la experiencia del visitante es completamente definida por aquel personal que tiene contacto directo con el cliente. Se recomienda al zoológico impulsar el proyecto de anfitriones de experiencia en donde se tenga una persona que enriquezca la vivencia del visitante.
- Para los escenarios sin relato, se recomienda potenciar la experiencia del visitante al adoptar herramientas utilizadas por los escenarios con relato, así sin un cambio significativo de infraestructura, se puede enriquecer considerablemente la experiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Bharwani, S. and Jauhari, V. (2017), "An exploratory study of competencies required to cocreate memorable customer experiences in the hospitality industry", *Hospitality Marketing and Consumer Behavior: Creating Memorable Experiences*, pp. 159–185.
- Fiat Cabezas, P.A. and Mejía Gil, M.C. (2015), *MODELO PARA EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS EN LA FUNDACIÓN ZOOLOGICA DE CALI*, Biomass Chem Eng, ICESI.
- FUNDACIÓN ZOOLOGICA DE CALI. (2017), *Plan Maestro de Educación*.
- Icesi. (2016), "El Método De Casos", Escuela de Graduados y Educación Continua, available at: <http://www.icesi.edu.co/blogs/metododecaso/files/2008/12/elmetododecasos11.pdf>.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2009), "Marketing de servicios Personal, tecnología y estrategia", *Marketing de Servicios Personal, Tecnología y Estrategia*.
- Navarrete, L.A. (2013), *Definición de Experiencia Conocimiento, La Experiencia, El Conocimiento y El Aprendizaje*, available at: <https://www.monografias.com/trabajos98/experiencia-conocimiento-y-aprendizaje/experiencia-conocimiento-y-aprendizaje.shtml#definicioa>.
- Pine, B.J. and Gilmore, J.H. (2014), "A leader's guide to innovation in the experience economy", *Strategy and Leadership*, available at: <https://doi.org/10.1108/SL-09-2013-0073>.
- Schmitt, B. (2000), "EXPERIENTIAL MARKETING", No. January 2012, pp. 1–17.
- Thirumoorthi, T., Musa, G., Mohammad, I., Moghavvemi, S. and Kasim, A. (2015), "Exploring visitors' experience using strategic experiential modules (SEMs): the case of Zoo Negara, Kuala Lumpur", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 1 No. 3, pp. 234–253.
- Valencia Cross, L.M. and Ortiz Correa, O.A. (2017), *GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL ZOOLOGICO DE CALI PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GERENCIA DE LAS OPERACIONES DEL PARQUE, CASO: "POR EL CAMINO DE LOS ANDES"*, ICESI.
- Yacuzzi, E. (2005), "EL ESTUDIO DE CASO COMO METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN: TEORÍA, MECANISMOS CAUSALES, VALIDACIÓN 1 Enrique Yacuzzi (Universidad del CEMA) 2", *CEMA Working Papers Serie Documentos de Trabajo*, pp. 1–37.

Yin, R.K. (n.d.). "Investigacion sobre estudio de casos (Yin)", pp. 1–35.

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma del proyecto detallado

Nombre de la actividad	Fecha de inicio	Duración (días)	Fecha de fin
Revisión de bibliografía	15-abr	30	15-may
Visitas al zoológico para conocer los escenarios	17-abr	6	23-abr
Reunión con el CIDZOO	25-abr	1	26-abr
Visitas para la creación de las guías de entrevistas y encuestas para la realización de los métodos de caso	29-abr	6	5-may
Diseño de guías de entrevistas y encuestas	15-may	15	30-may
Aplicación de las guías de entrevistas al personal del zoológico	3-jun	60	2-ago
Aplicación de la guía de encuestas a los visitantes del zoológico	3-jun	60	2-ago
Realización del recorrido con gente que no conozca el zoológico	1-jul	30	31-jul
Transcripción de las entrevistas y encuestas	15-jul	22	6-ago
Entrega del informe avance No.1	2-ago	14	16-ago
Análisis de sensibilidad por medio del software Atlas Ti	7-ago	20	27-ago
Método de caso: Escenarios con relato	17-ago	5	22-ago
Método de caso: Escenarios sin relato	17-ago	5	22-ago
Guía de calidad de las experiencias	27-ago	5	1-sep
Mapas de las experiencias	20-ago	10	30-ago
Entrega bitácora de avance	23-ago	14	6-sep
Aplicación de la guía de calidad de las experiencias	2-sep	5	7-sep
Análisis estadístico y semántico	10-sep	10	20-sep
Análisis transversal	22-sep	10	2-oct
Entrega de informe avance No.2	13-sep	21	4-oct
Evaluación de las experiencias	3-oct	4	7-oct
Reunión: Informe de resultados concluyentes	7-oct	1	8-oct
Entrega preliminar completa	11-oct	14	25-oct
Entrega a lector	1-nov	7	8-nov

Sustentación final	15-nov	7	22-nov
Entrega final Moodle	15-nov	14	29-nov

Tabla 3: Cronograma del proyecto detallado
Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2: Guía de entrevista para creadores

ENTREVISTA A LOS CREADORES DE LOS ESCENARIOS (Con Relato)

1. ¿Qué propicio la creación de Andes/Australia/Jaziquima?
2. ¿Qué herramientas se usaron para la idealización del escenario?
3. ¿Se cumplieron todas las expectativas de la idealización en la realización?
4. ¿Cómo cree que escenarios de este tipo beneficien el zoológico?
5. ¿Cuáles son los principales pilares que conforman Andes/Australia/Jaziquima?
6. ¿Qué tan vanguardista considera que fueron estos escenarios a nivel de Colombia y Latinoamérica?
7. ¿En qué orden clasificaría los adjetivos única, sensitiva, emocional, cultural y educativa, para este escenario? ¿Por qué?

■

Entretenimiento

1. ¿Logran los visitantes percibir que hay un ambiente estructurado y preparado para ese escenario, además de los animales?
2. ¿Cree que la experiencia que este escenario ofrece va dirigida específicamente al animal?
3. ¿El visitante usa todos sus sentidos en el momento de vivir la experiencia?
4. ¿Cree que la principal razón de este escenario es buscar el entretenimiento del visitante?

Educación

1. ¿Qué elementos de interacción tiene el escenario y que finalidad tienen?
2. ¿Cree que los elementos de interacción enriquecen la experiencia del cliente?
3. ¿Los visitantes hacen uso de los elementos de interacción o no los logran percibir como ustedes desean?
4. ¿El escenario requiere que los usuarios pongan en práctica habilidades mentales?
5. ¿El escenario involucra activamente la mente del visitante?

Esteticismo

1. ¿Qué hace amigable visualmente este escenario?
2. ¿Cree que las personas identifican el escenario con la zona que representa?
3. ¿Por qué cree que el escenario es cómodo?

4. ¿Considera que el escenario apela a las emociones para dejar un aprendizaje?
5. ¿Durante el recorrido del escenario domina el sentido de la vista?

Escapismo

1. ¿En qué grado los visitantes interactúan en este tipo de escenarios de manera activa con los animales?
2. ¿Cómo estos escenarios hacen que el visitante se sienta parte de ellos?
3. ¿Pueden los usuarios cambiar el rumbo de su experiencia dependiendo de la participación que se haya tenido durante el recorrido del escenario?
4. ¿Cómo estos escenarios invitan a que los usuarios involucren sentimientos y/o emociones?
5. ¿Qué acciones se puede realizar para generar una experiencia más escapista?

Anexo 3: Guía de entrevista para curadores

ENTREVISTA A LOS CURADORES (Con Relato)

1. ¿En que manera este escenario genera un valor agregado a la experiencia del visitante?
2. ¿Considera que este tipo de escenarios requiere un mayor mantenimiento comparado con sus contrapartes anteriores?
3. ¿Qué cambios propone para Andes/Australia/Jaziquima?
4. ¿Cree usted que las personas que están a cargo (cuidan/observan) de este escenario se sienten mas motivados al trabajar en este tipo de ambientes?
5. ¿Qué beneficios se perciben después de la transformación de estos espacios para el zoológico?

■

Entretenimiento

1. ¿Logran los visitantes percibir que hay un ambiente estructurado y preparado para ese escenario, además de los animales?
2. ¿Cree que la experiencia que este escenario ofrece va dirigida específicamente al animal?
3. ¿El visitante usa todos sus sentidos en el momento de vivir la experiencia?
4. ¿Cree que la principal razón de este escenario es buscar el entretenimiento del visitante?

Educación

1. ¿Qué elementos de interacción tiene el escenario y que finalidad tienen?
2. ¿Cree que los elementos de interacción enriquecen la experiencia del cliente?
3. ¿Los visitantes hacen uso de los elementos de interacción o no los logran percibir como ustedes desean?

4. ¿El escenario requiere que los usuarios pongan en práctica habilidades mentales?
5. ¿El escenario involucra activamente la mente del visitante?

Esteticismo

1. ¿Qué hace amigable visualmente este escenario?
2. ¿Cree que las personas identifican el escenario con la zona que representa?
3. ¿Por qué cree que el escenario es cómodo?
4. ¿Considera que el escenario apela a las emociones para dejar un aprendizaje?
5. ¿Durante el recorrido del escenario domina el sentido de la vista?

Escapismo

1. ¿En qué grado los visitantes interactúan en este tipo de escenarios de manera activa con los animales?
2. ¿Cómo estos escenarios hacen que el visitante se sienta parte de ellos?
3. ¿Pueden los usuarios cambiar el rumbo de su experiencia dependiendo de la participación que se haya tenido durante el recorrido del escenario?
4. ¿Cómo estos escenarios invitan a que los usuarios involucren sentimientos y/o emociones?

¿Qué acciones se puede realizar para generar una experiencia más escapista?

ENTREVISTA A LOS ADMINISTRADORES (Sin Relato)

1. ¿Qué factores han hecho que el Mariposario/Aviario/Acuario se mantengan en el zoológico?
2. ¿Qué herramientas han usado para la innovación de este escenario?
3. ¿El escenario cumple con todas las expectativas del zoológico?
4. ¿Cómo cree que escenarios de este tipo beneficien el zoológico?
5. ¿Cuáles son los principales pilares que conforman el Mariposario/Aviario/Acuario?
6. ¿Qué tan vanguardista considera que son estos escenarios a nivel de Colombia y Latinoamérica?
7. ¿En qué orden clasificaría los adjetivos única, sensitiva, emocional, cultural y educativa, para este escenario? ¿Por qué?
8. ¿En qué manera este escenario genera un valor agregado a la experiencia del visitante?
9. ¿Considera que este tipo de escenarios requiere un mayor mantenimiento comparado con los nuevos?
10. ¿Qué cambios propone para Mariposario/Aviario/Acuario?
11. ¿Cree usted que las personas que están a cargo (cuidan/observan) de este escenario se sienten más motivados al trabajar en este tipo de ambientes?
12. ¿Qué beneficios se percibe que este escenario le brinde al zoológico?

▪

Entretenimiento

1. ¿Logran los visitantes percibir que hay un ambiente estructurado y preparado para ese escenario, además de los animales?
2. ¿Cree que la experiencia que este escenario ofrece va dirigida específicamente al animal?
3. ¿El visitante usa todos sus sentidos en el momento de vivir la experiencia?
4. ¿Cree que la principal razón de este escenario es buscar el entretenimiento del visitante?

Educación

1. ¿Qué elementos de interacción tiene el escenario y que finalidad tienen?
2. ¿Cree que los elementos de interacción enriquecen la experiencia del cliente?
3. ¿Los visitantes hacen uso de los elementos de interacción o no los logran percibir como ustedes desean?
4. ¿El escenario requiere que los usuarios pongan en práctica habilidades mentales?
5. ¿El escenario involucra activamente la mente del visitante?

Esteticismo

1. ¿Qué hace amigable visualmente este escenario?
2. ¿Cree que las personas identifican el escenario con la zona que representa?
3. ¿Por qué cree que el escenario es cómodo?
4. ¿Considera que el escenario apela a las emociones para dejar un aprendizaje?
5. ¿Durante el recorrido del escenario domina el sentido de la vista?

Escapismo

1. ¿En qué grado los visitantes interactúan en este tipo de escenarios de manera activa con los animales?
2. ¿Cómo estos escenarios hacen que el visitante se sienta parte de ellos?
3. ¿Pueden los usuarios cambiar el rumbo de su experiencia dependiendo de la participación que se haya tenido durante el recorrido del escenario?
4. ¿Cómo estos escenarios invitan a que los usuarios involucren sentimientos y/o emociones?
5. ¿Qué acciones se puede realizar para generar una experiencia más escapista?

Anexo 4: Guía de entrevista para cuidadores

ENTREVISTA A LOS CUIDADORES/OBSERVADORES (Con Relato)

1. ¿Cómo ha sido para usted cuidar este escenario?
2. ¿Cree usted que los visitantes perciben un valor agregado con estos escenarios?
3. ¿Qué diferencias percibe entre un escenario con relato y sin relato?
4. ¿Percibe mayor afluencia de gente desde que fue creado Andes/Australia/Jaziquima?
5. ¿Cómo es la interacción entre los animales y los visitantes?
6. ¿Desde su perspectiva considera que si se realizaran actividades que involucren al visitante, este participaría o preferiría no ser partícipe de ellas?

Entretenimiento

1. ¿Logran los visitantes percibir que hay un ambiente estructurado y preparado para ese escenario, además de los animales?
2. ¿Cree que la experiencia que este escenario ofrece va dirigida específicamente al animal?
3. ¿El visitante usa todos sus sentidos en el momento de vivir la experiencia?
4. ¿Cree que la principal razón de este escenario es buscar el entretenimiento del visitante?

Educación

1. ¿Qué elementos de interacción tiene el escenario y que finalidad tienen?
2. ¿Cree que los elementos de interacción enriquecen la experiencia del cliente?
3. ¿Los visitantes hacen uso de los elementos de interacción o no los logran percibir como ustedes desean?
4. ¿El escenario requiere que los usuarios pongan en práctica habilidades mentales?
5. ¿El escenario involucra activamente la mente del visitante?

Esteticismo

1. ¿Qué hace amigable visualmente este escenario?
2. ¿Cree que las personas identifican el escenario con la zona que representa?
3. ¿Por qué cree que el escenario es cómodo?
4. ¿Considera que el escenario apela a las emociones para dejar un aprendizaje?
5. ¿Durante el recorrido del escenario domina el sentido de la vista?

Escapismo

1. ¿En qué grado los visitantes interactúan en este tipo de escenarios de manera activa con los animales?
2. ¿Cómo estos escenarios hacen que el visitante se sienta parte de ellos?
3. ¿Pueden los usuarios cambiar el rumbo de su experiencia dependiendo de la participación que se haya tenido durante el recorrido del escenario?

4. ¿Cómo estos escenarios invitan a que los usuarios involucren sentimientos y/o emociones?
5. ¿Qué acciones se puede realizar para generar una experiencia más escapista?

ENTREVISTA A LOS CUIDADORES/OBSERVADORES (Sin Relato)

1. ¿Cómo ha sido para usted cuidar este escenario?
2. ¿Cree usted que los visitantes perciben un valor agregado con este escenario?
3. ¿Qué diferencias percibe entre un escenario con relato y sin relato?
4. ¿Percibe que el Mariposario/Aviario/Acuario tiene características que hacen que el usuario se sienta inmerso durante el recorrido? ¿Cuales?
5. ¿Cómo es la interacción entre los animales y los visitantes?
6. ¿Desde su perspectiva considera que si se realizaran actividades que involucren al visitante, este participaría o preferiría no ser partícipe de ellas?

Entretenimiento

1. ¿Logran los visitantes percibir que hay un ambiente estructurado y preparado para ese escenario, además de los animales?
2. ¿Cree que la experiencia que este escenario ofrece va dirigida específicamente al animal?
3. ¿El visitante usa todos sus sentidos en el momento de vivir la experiencia?
4. ¿Cree que la principal razón de este escenario es buscar el entretenimiento del visitante?

Educación

1. ¿Qué elementos de interacción tiene el escenario y que finalidad tienen?
2. ¿Cree que los elementos de interacción enriquecen la experiencia del cliente?
3. ¿Los visitantes hacen uso de los elementos de interacción o no los logran percibir como ustedes desean?
4. ¿El escenario requiere que los usuarios pongan en práctica habilidades mentales?
5. ¿El escenario involucra activamente la mente del visitante?

Esteticismo

1. ¿Qué hace amigable visualmente este escenario?
2. ¿Cree que las personas identifican el escenario con la zona que representa?
3. ¿Por qué cree que el escenario es cómodo?
4. ¿Considera que el escenario apela a las emociones para dejar un aprendizaje?
5. ¿Durante el recorrido del escenario domina el sentido de la vista?

Escapismo

1. ¿En qué grado los visitantes interactúan en este tipo de escenarios de manera activa con los animales?
2. ¿Cómo estos escenarios hacen que el visitante se sienta parte de ellos?
3. ¿Pueden los usuarios cambiar el rumbo de su experiencia dependiendo de la participación que se haya tenido durante el recorrido del escenario?
4. ¿Cómo estos escenarios invitan a que los usuarios involucren sentimientos y/o emociones?
5. ¿Qué acciones se puede realizar para generar una experiencia más escapista?

Anexo 5: Guía de entrevista para veterinarios

ENCUESTA A LOS VESTERINARIOS (Con Relato)

1. ¿Qué se tuvo en cuenta para el proceso de diseño del nuevo hábitat?
2. ¿Qué pasa si el animal no logra adaptarse?
3. ¿Qué aspectos innovadores y que los diferencien de los otros zoológicos tienen los nuevos habitas?
4. ¿Cómo fue el proceso de traslado y adaptación de los animales?
5. ¿El animal se siente cómodo con la presencia de los visitantes?
6. ¿Como potencian el estado de las especies en el nuevo escenario?
7. ¿Cómo se evalúa el estado de las especies?
8. ¿Qué sucede cuando el animal tiene un comportamiento poco habitual o no esperado?
9. ¿Cómo evalúan la efectividad de los nuevos hábitats?
10. ¿Cómo manejan los climas extremos en la ciudad?
11. ¿Alguna de las especies presentes en este escenario podrían tener un contacto mas directo con los visitantes?
12. ¿Cómo se trata la salud del animal y la interacción que tiene con las personas que visitan el lugar?
13. ¿Cómo son los planes de reproducción en este escenario?

ENCUESTA A LOS VESTERINARIOS (Sin Relato)

1. ¿Cómo cree que se podría enriquecer este hábitat, para e bienestar de las especies?
2. ¿Qué pasa si el animal no logra adaptarse?
3. ¿Qué aspectos innovadores y que los diferencien de los otros zoológicos tienen este hábitat?
4. ¿Cómo fue el proceso de traslado y adaptación de los animales?
5. ¿El animal se siente cómodo con la presencia de los visitantes?

6. ¿Como potencian el estado de las especies en este escenario?
7. ¿Cómo se evalúa el estado de las especies?
8. ¿Qué sucede cuando el animal tiene un comportamiento poco habitual o no esperado?
9. ¿Cómo manejan los climas extremos en la ciudad?
10. ¿Alguna de las especies presentes en este escenario podrían tener un contacto más directo con los visitantes?
11. ¿Cómo se trata la salud del animal y la interacción que tiene con las personas que visitan el lugar?
12. ¿Cómo son los planes de reproducción en este escenario?

Anexo 6: Guía de encuesta para visitantes

ENCUESTA A LOS VISITANTES

1. ¿Es la primera vez que visita el zoológico?
2. ¿Ya conocía esta instalación?
3. ¿Cuáles son sus expectativas al venir al zoológico?
4. ¿Qué lo motiva ir a un zoológico?
5. Aspectos relevantes de la experiencia
6. ¿Qué fue lo que más le gusto?
7. ¿Qué fue lo que menos le gusto?
8. ¿Qué cree usted que enriquecería mas el escenario y la experiencia?
9. ¿Tuvo contacto directo con algún cuidador de la zona? ¿Le gustaría/gusto tenerlo?

Dar una puntuación de 1 a 5.

ENTRETENIMIENTO
Cuantos Sentidos Utilizo durante el recorrido
Considera el zoológico es un lugar de entretenimiento
Se imagina a usted mismo en el escenario natural
Un buen lugar para pasar tiempo con familia/amigos
Disfruto la experiencia
Que tan feliz lo hizo este recorrido
EDUCATIVA
Involucra emociones durante el recorrido
Involucra activamente la mente
Hizo uso de los elementos de interacción

Hubo aprendizaje físico
Se adquirieron nuevos conocimientos
Se desarrollaron habilidades
Se tomo conciencia de algún tema en específico
ESTÉTICO
El entorno del escenario es amigable
Hay disfrute del ambiente físico
El lugar es cómodo
El lugar es cautivador
La atmosfera del lugar representa correctamente las zonas a las que aluden
El sitio invita a quedarse
El sentido de la vista predomina
ESCAPISTA
La experiencia logra sacar de la rutina
Son participantes activos de la experiencia
Participan emociones y sentimientos
Se siente parte del escenario

Tabla 4: Guía entrevista a visitantes

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 7: Resultados de las entrevistas a visitantes

Encuesta Acuario

David Paredes	Angelica Ordoñez	Julian Ordoñez	Alejandra Ceballos	Camilo Zuñiga
1	1	2	1	1
5	4	5	5	4
1	1	1	2	2
5	5	5	4	5
3	4	3	3	4

3	2	5	3	4
3	2	3	4	2
3	4	4	3	5
3	3	4	2	4
1	3	1	1	1
5	4	1	2	1
1	2	1	3	1
3	3	3	2	4
1	2	2	4	3
2	1	2	3	3
3	4	3	4	4
2	5	5	3	5
1	1	1	2	3
1	2	2	1	1
5	5	5	5	5
5	3	4	2	4
2	1	3	1	1
1	2	2	1	1
2	2	3	3	2

Encuesta Aviario

Luis Alejandro Molina	Andrea Sanchez	Lucia Santa	Gina Arboleda	Nicolas Rojas
3	3	2	2	2
5	4	5	5	5

5	5	3	4	5
3	4	5	3	5
3	4	4	4	4
3	3	4	3	4
2	3	3	3	5
2	3	4	2	2
2	2	1	2	1
1	1	1	2	1
3	2	3	2	2
1	1	1	1	1
1	2	3	3	2
3	4	5	5	5
2	2	2	3	3
1	2	1	1	1
3	4	2	3	3
5	4	4	3	4
2	2	2	2	2
5	5	5	5	5
5	5	3	5	5
4	4	3	5	4
4	2	3	3	3
5	5	5	4	5

Encuesta Mariposario

Sergio Gutierrez	Paula Alvarez	Ricardo Cabrera	Juliana Diaz	Andres Pedraza
2	3	3	4	4
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	5	4	4
5	5	5	5	4

5	4	4	4	4
2	2	1	2	1
2	2	3	4	3
5	4	4	5	1
3	4	3	2	2
3	2	2	1	1
1	1	1	1	2
3	4	4	3	4
3	2	3	3	4
2	5	5	5	4
2	2	1	1	1
3	3	2	4	4
2	2	3	4	2
1	1	1	2	1
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	2	4	1	4
1	1	2	4	1

Encuesta Jaziquima

Melina Montoya	Cesar Arroyo	Luis Miguel Arroyo	Catalina Barrios	Nicole Cruz
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5

5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	4	4	4	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
4	5	5	4	5
1	1	1	1	1
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
4	4	5	4	5
4	4	5	5	4
5	5	4	4	5
5	4	5	5	5
3	4	4	5	4
5	3	2	2	1
4	5	5	2	4
5	5	5	2	3
5	4	4	5	1
4	5	5	4	4

Encuesta Andes

Miguel Toro	Luz Mila Ijaji	Gina Tobar	Julian Cespedes	Fernando Garzon
4	4	3	4	4

5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	4	3	4	4
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	5	4	5	2
3	3	4	2	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	2	5	5	5
4	2	5	4	1
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	3	5	4	5
5	5	5	5	5
5	4	4	4	4
4	3	2	5	5
5	3	4	4	5

Encuesta Australia

Dario Guevara	Jessica Guevara	Adriana Pabon	Daniela Collazos	Maria del Mar Aguirre
3	3	4	3	4
5	4	3	5	5
5	5	5	5	5

5	4	4	5	5
5	5	4	5	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	5	5
3	3	2	4	4
5	5	5	5	5
5	4	3	2	2
5	5	5	5	5
3	3	4	4	4
5	5	4	5	3
4	4	5	3	5
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	4	3	2
5	5	4	4	4
5	5	5	4	4
5	3	5	4	5
5	4	3	5	4
5	3	5	4	5

Anexo 8: Evaluación de Escenarios con Relato

JAZIQUIMA	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	5
El personal está capacitado	5
Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	4,2

EDUCATIVA	
Infográfica con información científica de los animales	3
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	5
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	5
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	5
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	0
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	5
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	3,3
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	3
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	3
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	5
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	5
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	5
Ponderación	4,3
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	5
Los visitantes están seguros de los animales	5
El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	5
El escenario contiene colores cautivadores	5
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	5
Ponderación	5
ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	5
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	5
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	5
La experiencia va dirigida al visitante	5
Ponderación	5

Tabla 5: Evaluación Jaziquima

Fuente: Elaboración Propia

ANDES	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	5
El personal está capacitado	5

Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	4,2
EDUCATIVA	
Infográfica con información científica de los animales	0
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	5
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	5
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	5
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	3
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	3
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	3,0
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	5
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	5
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	5
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	5
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	5
Ponderación	5
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	5
Los visitantes están seguros de los animales	5
El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	5
El escenario contiene colores cautivadores	5
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	5
Ponderación	5
ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	5
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	5
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	5
La experiencia va dirigida al visitante	5
Ponderación	5

*Tabla 6: Evaluación Andes
Fuente: Elaboración Propia*

AUSTRALIA	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	5
El personal está capacitado	5
Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	4,2
EDUCATIVA	
Infográfica con información científica de los animales	3
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	5
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	5
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	3
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	0
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	3
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	2,7
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	5
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	0
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	3
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	5
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	5
Ponderación	3,8
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	5
Los visitantes están seguros de los animales	3
El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	3
El escenario contiene colores cautivadores	5
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	3
Ponderación	4
ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	5
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	3
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	3
La experiencia va dirigida al visitante	3
Ponderación	3,5

Tabla 7: Evaluación Australia
Fuente: Elaboración Propia

Anexo 9: Evaluación de Escenarios sin Relato

ACUARIO	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	3
El personal está capacitado	5
Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	3,8
EDUCATIVA	
Infografía con información científica de los animales	5
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	3
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	3
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	0
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	0
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	3
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	2,0
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	3
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	3
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	5
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	3
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	5
Ponderación	4,0
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	3
Los visitantes están seguros de los animales	5
El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	3
El escenario contiene colores cautivadores	5
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	5
Ponderación	4,3
ESCAPISTA	

El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	5
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	0
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	3
La experiencia va dirigida al visitante	3
Ponderación	2,8

*Tabla 8: Evaluación Acuario
Fuente: Elaboración Propia*

AVIARIO	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	3
El personal está capacitado	5
Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	3,8
EDUCATIVA	
Infográfica con información científica de los animales	5
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	3
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	0
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	0
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	0
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	5
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	1,9
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	3
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	3
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	5
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	3
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	3
Ponderación	3,7
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	5
Los visitantes están seguros de los animales	3
El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	5
El escenario contiene colores cautivadores	5

El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	0
Ponderación	3,8
ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	3
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	0
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	0
La experiencia va dirigida al visitante	3
Ponderación	1,5

*Tabla 9: Evaluación Aviario
Fuente: Elaboración Propia*

MARIPOSARIO	
Los animales tienen libertad de elección (Ej.: Si desean estar fuera o dentro de la zona de manejo)	3
El personal está capacitado	5
Se demuestra respeto por los animales	5
Hay un plan de acción si ocurre algún incidente (EJ: Fuga de un animal)	5
Es evidente el bienestar animal	5
El escenario contiene evidencia del trabajo que se hace diariamente con los animales	0
Ponderación	3,8
EDUCATIVA	
Infografía con información científica de los animales	5
Letreros con datos curiosos sobre los animales, que generan un aprendizaje emocional	3
El escenario otorga conceptos que tienen como intención generar en el visitante una reflexión, para que de esta manera forme un pensamiento crítico	0
Los elementos de interacción requieren de actividad corporal	0
Los elementos de interacción requieren de actividad intelectual	3
El escenario cuenta con un anfitrión o creador de experiencia	3
Implementación de actividades de enriquecimiento	0
Ponderación	2,0
ESTETICO	
El escenario se encuentra ordenado y aseado	5
El aseo a los hábitats de los animales se realiza diariamente	5
El escenario cuenta con olores representativos de la zona que simboliza	3
El escenario cuenta con sonidos/música representativos de la zona que simboliza	0
El escenario cuenta con un espacio óptimo para que los visitantes se sientan cómodos durante la visita	3
El escenario cuenta con elementos decorativos que aluden a la región que simboliza	5
Ponderación	3,5
ENTRETENIMIENTO	
Hay visibilidad del animal desde diferentes ángulos	5
Los visitantes están seguros de los animales	5

El sentido de la vista predomina en el escenario	5
El escenario requiere de por lo menos tres sentidos durante el recorrido	5
El escenario contiene colores cautivadores	5
El escenario cuenta con sillas y lugares donde los visitantes puedan descansar	0
Ponderación	4,2
ESCAPISTA	
El escenario tiene características que hacen sentir al visitante en el lugar que aluden	5
Los elementos de interacción presentes aluden a las emociones	5
Los elementos de interacción involucran activamente al visitante	5
La experiencia va dirigida al visitante	5
Ponderación	5,0

*Tabla 10: Evaluación Mariposario
Fuente: Elaboración Propia*