



“Proyecto Plan de Marketing Parque Safari”

Parte 2

**Tesis de grado para optar al grado de
MAGÍSTER EN MARKETING**

**Alumno: Claudia Pizarro F.
Profesor Guía: Cristobal Barra**

Santiago, Noviembre 2019

INDICE

INDICE GRÁFICOS, TABLAS E IMÁGENES	3
1. OBJETIVOS	4
1.1. Objetivos de Negocio	4
1.2. Objetivos de Marketing	4
2. ESTRATEGIA	5
2.1. Segmentación	5
2.1.1 Insight	6
2.1.2. Ejes de vinculación	7
2.1.3. Segmentos	9
2.2.3.1. El organizador	9
2.2.3.2. El amante de los zoológicos	9
2.2.3.3. El retraído	9
2.2.3.4. El activista	10
2.2. Definición de mercado objetivo	10
2.2.1. Arquetipo	11
2.2.2. Proceso de decisión de compra	15
2.3. Propuesta de valor	15
2.4. Posicionamiento	16
3. MARKETING MIX	20
3.1. Servicio/ Producto	20
3.1.1. Descripción	20
3.1.2. Identidad y elementos de marca	22
3.1.3. Acciones	24
3.2. Distribución	26
3.2.1. Descripción	26
3.2.2. Acciones	26
3.3. Comunicación	27
3.3.1. Descripción	27
3.3.2. Acciones	29
3.4. Precio	34
3.4.1. Descripción	34
3.4.2. Acciones	34
3.5. Personas	35

3.5.1. Descripción	35
3.5.2. Acciones	36
3.6. Evidencias físicas	36
3.6.1. Descripción	36
3.6.2. Acciones	37
3.7. Procesos	37
3.7.1. Descripción	37
3.7.2. Acciones	37
4. PRESUPUESTO	39
5. CONTROL	40
6. IMPLEMENTACIÓN	40
7. ANEXOS	41
7.1. Anexo N°1: Proyección objetivo de ventad vistas 2020	41
7.2. Anexo N°2: Entrevistas segmentación Vincular	41
7.3. Anexo N°3: Desglose mercado potencial total	65
7.4. Anexo N°4: Protocolo de interacción con los visitantes	66

INDICE GRÁFICOS, TABLAS E IMÁGENES

Gráfico N°1: Mapa de Consenso	5
Gráfico N°2: Segmentos	8
Gráfico N°3 Segmentos según los constructos seleccionados	8
Gráfico N°4 : Eje factorial de Satisfacción Animal	17
Gráfico N°5: Eje factorial Calidad de Servicio	18
Gráfico N°6: Análisis factorial	18
Gráfico N°7: Nuevo posicionamiento	19
Tabla N°1: Arquetipo Jaime Peña	11
Tabla N°2: Arquetipo Catalina Troncoso	12
Tabla N°3: Arquetipo Isidora Peña Troncoso	13
Tabla N°4: Prueba de KMO y Bartlett	16
Tabla N°5: Presupuesto	39
Tabla N°6: Control	40
Tabla N°7: Implementación	40
Imagen N°1: Familia Peña Troncoso	11
Imagen N°2: Logo Parque Safari	22
Imagen N°3: Evolución del logotipo	23
Imagen N°4: Pagina Web de Parque Safari	27
Imagen N°5: Cartel de Boleteria Parque Safari	28
Imagen N°6: Letrero de señalización información de Parque Safari	29
Imagen N°7: Mock Up nueva web	32
Imagen N°8: Propuesta de ubicación de pantallas informativas	38

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivos de Negocio

Aumentar las visitas en un 30% en comparación con los 12 meses anteriores, sobrepasando el promedio anual de crecimiento de los competidores.

De acuerdo a los resultados de visitas en el años 2019, se realizó una proyección de manera proporcional, pasando de 421.932 en el año 2019 (considerando proyecciones para los últimos 3 meses) a 548.519 visitas como meta para el 2020 (revisar Anexo N°1).

1.2. Objetivos de Marketing

- Aumentar el ticket promedio de venta en un 15% en comparación con los 12 meses anteriores.
- Posicionar a Parque Safari como líder en la categoría de rescate y cuidado animal, entre sus públicos objetivos, respecto a sus competidores en los próximos 12 meses.
- Alcanzar una puntuación de 6 en la experiencia del visitante, durante los siguientes 12 meses.

2. ESTRATEGIA

2.1. Segmentación

Con fines de esta investigación se realizó una segmentación vincular a 18 personas, la muestra se efectuó a hombres y mujeres entre 30 y 69 años, GSE C2 C3, donde cada una contestó ocho asociaciones a los zoológicos (Anexo N°2). Una vez realizadas y analizadas las entrevistas, en el mapa de consenso podemos identificar 3 conceptualizaciones de necesidades de los clientes, que explican la real interacción de los usuarios con los zoológicos, como lo muestra el Gráfico N°1:

Gráfico N°1: Mapa de consenso.



- Experiencia de vida: dice relación con cómo las visitas a un Zoológico pueden marcar momentos en la vida. Este tipo de parques crean un ambiente principalmente familiar donde todos pasan un buen momento y al mismo tiempo, aprenden de la diversidad de animales que existen en todo el mundo, es un panorama clásico de fin de semana donde se puede pasar horas sin darse cuenta como corre el tiempo. Entre las asociación más frecuentes mencionadas por los

entrevistados se encuentra “Aprendizaje”, nombrada 18 veces, seguido de “Recuerdos” y “Panorama”, que explica que las personas asocian los zoológicos con una actividad de entretenimiento.

- Argumentos en contra: como se ha mencionado anteriormente, existen cada vez más personas que están en desacuerdo con la existencia de los zoológicos, para ellos estos parques lo asocian a conceptos negativos como la “Privación de libertad” y “Tristeza Animal” los cuales fueron 13 menciones cada una, siendo ambas las segundas más frecuentes.
- Características de los zoo: En esta categoría se reúnen asociaciones que dicen relación con la funcionalidad de un zoológico como “Cuidado Animal”, “Amplios Espacios Libres” y “Rescate Animal”, que expresa la creciente importancia que otorgan las personas al bienestar animal.

2.1.1 Insight

durante las entrevistas realizadas destacan tres principales insight, los cuales se repitieron en más oportunidades:

- Aprendizaje: "La manera más natural y entretenida de aprender"

Los visitantes, principalmente familias, ven como una buena opción de aprendizaje para sus hijos, el hecho de asistir a un zoológico, donde pueden conocer sobre distintas especies animales sin necesidad de un libro. Los niños son quienes quedan más impactados al ver directamente a un imponente león o una alta jirafa, incluso pueden llegar a interactuar con animales más del tipo “granja” los cuales suelen estar más sueltos dentro de este tipo de parques.

Frases de entrevistados:

“El zoológico es la instancia perfecta que tenemos los padres para entregar a nuestros hijos conocimientos relacionados con las diferentes especies de animales”

“Al mismo tiempo que lo pasan bien mis hijos, también aprenden temas relacionados con animales”

- Recuerdos: "Un recorrido salvaje por los recuerdos"

En las personas adultas, al momento analizar qué significan los zoológicos para ellos, uno de los sentimientos que más evocan es el del recuerdo y nostalgia, vuelven al pasado cuando en familia visitaban el zoológico, los olores y los sonidos de animales son parte de estas memorias que les vienen a la cabeza.

Frases de entrevistados:

"Para una persona adulta el concepto zoológico evoca cuando un era chico y tenía esos paseos al zoológico, estos forman parte de los recuerdos."

"Muchas veces visité un zoológico siendo niña. Lo hacía en compañía de mis padres y hermanos. Era considerado un paseo familiar y ahora son recuerdos de esa etapa de paseos todos juntos."

- Panorama: "Zoológicos ideales para un día en familia"

Qué hacer el fin de semana con los niños? El zoológico siempre es una buena alternativa para pasar tiempo en familia, donde los visitantes viven un buen momento descubriendo animales que se van presentando en el camino. El tiempo pasa más rápido cuando panoramas como estos se disfrutan con los que más se quiere.

Frases de entrevistados:

"El zoológico es una alternativa de panorama de fin de semana para pasar un día agradable junto a la familia"

"Al igual que un Zoológico, un lugar de atracción turística, principalmente de familias, que vienen a divertirse."

2.1.2. Ejes de vinculación

El primer eje de segmentación (horizontal) está relacionado con el involucramiento que tienen los usuarios con los zoológicos, donde se diferenciar el "alto involucramiento" y "bajo involucramiento". Alto involucramiento, hace referencia a aquellas personas que sienten un alto compromiso con los zoológicos, principalmente con los animales, mientras que el bajo

involucramiento refleja a aquellas personas donde los zoológicos son más indiferentes. El segundo eje (vertical) mide la percepción que tienen los visitantes del estado del zoológico y los animales, donde por un lado está el “confort” que refleja la preocupación y bienestar, y por otro lado se encuentra la “carencia” que muestra la falta de atención y cuidado.

Gráfico N°2: Segmentos



Gráfico N°3: segmentos según los constructos seleccionados



2.1.3. Segmentos

2.2.3.1. El organizador

Es aquella persona que considera al zoológico como una buena alternativa de panorama para un fin de semana, donde disfruta con sus seres queridos de la variedad de animales y se entretiene al mismo tiempo, no es fan de este tipo de parques, pero lo tiene siempre entre sus opciones de paseo.

Como lo dice su nombre, el organizador disfruta de coordinar todas las salidas familiares y entre amigos, es planificado/a, tiene todos los tips y está al tanto de los nuevos panoramas que ofrece el mercado. Es una persona más bien extrovertida, que rara vez se queda en casa durante los fines de semana.

2.2.3.2. El amante de los zoológicos

Zoolover al 100%, este tipo de persona conoce los principales zoológicos del país y los visita año a año junto a su familia. Busca de estos parques principalmente aprender e interactuar con los animales, se encuentra al tanto del papel que cumplen los zoológicos con la preservación de la fauna, lo que hace que se sienta comprometido/a con esta causa.

Son personas cercanas a su núcleo familiar, el cual está compuesto siempre por niños. En cada viaje a nuevas ciudades, aprovechan de visitar el zoológico de la zona, trayendo consigo recuerdos comprados en la tienda del parque. Para este segmento, la visita a un zoológico es tradición familiar, donde todas las generaciones participan, compartiendo y rememorando anécdotas.

Grupo 100% relevante para el proyecto.

2.2.3.3. El retraído

Es aquel visitante que tiene sentimientos encontrados al visitar los zoológicos, por una parte no le gusta ver a los animales en situación de encierro y por lo mismo disfruta viéndolos de cerca, por lo que de igual manera asiste al zoológico.

Son personas empáticas, informadas, que disfrutan de asistir a panoramas con la familia y amigo, pero que no se suelen movilizar o levantar la voz por problemas que no les afectan directamente.

Este segmento suele asistir a espectáculos de todo tipo, no es un visitante recurrente a los zoológicos, por la contradicción que le producen.

2.2.3.4. El activista

Estos individuos se reconocen a sí mismos, como animalistas. Son extrovertidos y suelen a vociferar su opinión entorno a la causa animal. Por lo general son vegetarianos, por la necesidad de cuidar a los animales. Para ellos los zoológicos representan un lugar de sufrimiento animal y no un centro de reinserción y cuidado animal. Están en contra de toda actividad que lucre con la fauna y suelen tomar acciones en contra de estos lugares.

Este segmento debe ser constantemente observado, para medir el impacto y los posibles riesgos que sus opiniones y/o acciones pueden causar en la reputación del zoológico en la comunidad en que está inserto.

2.2. Definición de mercado objetivo

Para efectos de este trabajo definiremos como mercado objetivo de Parque Safari a “los amantes de los zoológicos” y para entender en detalle el segmento dentro del mercado se define lo siguiente:

Familias C1a, C1b, C2 y C3 compuestas por:

- Padres o madres entre 25 y 45 años, con un promedio de dos hijos de entre 3 y 12 años.
- Hogares que habitan preferentemente en las regiones de O'Higgins, Metropolitana y del Maule. Según los indicadores socio-demográficos del Censo 2017¹, encuesta Casen 2015² y la nueva segmentación GSE³, se puede identificar que el tamaño

¹ <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/regiones>

² http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/fichas_regionales_2015.php

³ <https://www.pauta.cl/economia/ab-c1a-y-c1b-la-nueva-segmentacion-de-los-grupos-socioeconomicos-altos>

potencial de mercado en total es de 767.376 hogares⁴ (Anexo N°3): Mercado Potencial Total).

2.2.1. Arquetipo

Imágen N°1: Familia Peña Troncoso



Integrantes:

Tabla N°1: Arquetipo Jaime Peña

JAIME PEÑA		
Quién	Perfil general	Jefe de Mantención Trabaja en la misma compañía desde hace 7 años. Casado, con 1 hija (8 años)
	Información demográfica	Hombre 40 años Ingreso promedio por familia: \$1.800.000 Vive en el área sur de Santiago
	Identificadores	Es tranquilo, le gusta disfrutar en familia y al aire libre. Está involucrado en la educación de sus hijos y suele enseñar con ejemplos concretos
Qué	Objetivos	Pasar tiempo de calidad con su familia y entretenerse al mismo tiempo.

⁴ Cálculo en base a los hogares con niños y adolescentes, del los segmentos C1a, C1b, C2 y C3 en las regiones de O'Higgins, Metropolitana y del Maule.

	Retos	Tiene muchísimo trabajo, poco tiempo y energía para las actividades en familia.
	Cómo podemos ayudar	Con una oferta de servicios completa, que incluye diversión y educación al mismo tiempo.
Por qué	Comentarios	<p><i>“El zoológico es una alternativa de panorama de fin de semana para pasar un día agradable junto a la familia”.</i></p> <p><i>“En el zoológico los niños aprenden y lo pasan bien”</i></p>
	Quejas Comunes	“Puede ser un poco caro ir, por eso las visitas no son tan frecuentes”
Cómo	Mensaje de marketing	Parque Safari es aventura y conocimiento, en torno al cuidado y respeto animal. Rescatar, rehabilitar y reinsertar animales es nuestro principal propósito, te invitamos a ser parte de esta causa.
	Mensaje de ventas	Parque Safari te ofrece un lugar único de aventura y conocimiento para ti y tu familia a un precio sin igual.

Tabla N°2: Arquetipo: Catalina Troncoso

CATALINA TRONCOSO		
Quién	Perfil general	Vendedora Trabaja en la misma empresa hace 2 años. Casado, con 1 hija (8 años)
	Información demográfica	Mujer 36 años Ingreso promedio por familia: 1.800.000 Vive en el área sur de Santiago
	Identificadores	Es amante de los animales y de la vida en familia, le encanta pasar tiempo con ellos al aire libre.

Qué	Objetivos	Disfrutar de un panorama donde su familia pase tiempo de calidad, disfrute del entorno natural y el contacto con los animales.
	Retos	Lograr hacer un balance entre la diversión familiar y su desafío de entregar valores y conocimiento a su familia.
	Cómo podemos ayudar	A través de una oferta de servicios que sea un lugar donde la naturaleza y la diversión se juntan para entregar un momento inolvidable aprendiendo y ayudando en la rehabilitación de animales.
Por qué	Comentarios	<i>“El zoológico es la instancia perfecta que tenemos los padres para entregar a nuestros hijos conocimientos relacionados con las diferentes especies de animales, y valores enfocados en el cuidado y respeto de nuestro planeta”.</i>
	Quejas Comunes	Son pocos los lugares donde todos podemos disfrutar del mismo modo en familia y que podamos apoyar una causa.
Cómo	Mensaje de marketing	Rescatar, rehabilitar y reinsertar animales es nuestro principal propósito, te invitamos a ser parte de esta causa.
	Mensaje de ventas	Parque Safari te ofrece un lugar único de aventura y conocimiento para ti y tu familia a un precio sin igual.

Tabla N°3: Arquetipo: Isidora Peña Troncoso

ISIDORA PEÑA TRONCOSO		
Quién	Perfil general	Estudiante Tercero básico Padres unidos civilmente.
	Información demográfica	Mujer 8 año de edad Ingreso promedio por familia: 1.800.000

		Vive en el área sur de Santiago
	Identificadores	Es amante de los animales y de la naturaleza, disfruta de pasar tiempo con su gata Ramona y sus amigas de manera online. La mayoría de sus amigos son del colegio y viven lejos de su casa.
Qué	Objetivos	Conocer, ver e interactuar con distintos animales.
	Retos	Es ver y disfrutar de todas las atracciones.
	Cómo podemos ayudar	Con una oferta variada de atracciones y con una mayor disponibilidad de animales para estar en contacto directo.
Por qué	Comentarios	<i>“Me encanta ir al zoológico a ver a los animales y saber más de ellos”.</i>
	Quejas Comunes	No se puede tocar a todos los animales.
Cómo	Mensaje de marketing	Ven a conocer distintos animales con nuestros safaris y vive de cerca la experiencia del rescate animal.

En general los Peña Troncoso son una familia consolidada y unida, donde los padres tienen claras las enseñanzas que quieren entregar a su hija, son afectuosos con sus seres más cercanos y en todas las salidas familiares que realizan, priorizan el pasar tiempo de calidad a través de la enseñanza. Respetan a los animales y es uno de los valores que inculcan dentro de su núcleo, es por esto que suelen visitar zoológicos y granjas aventuras, para que su hija interactúen lo más posible con diferentes especies.

2.2.2. Proceso de decisión de compra

Al tratarse de un panorama dirigido a las familias, durante el de proceso de compra participan todos integrantes, incluyendo a los más pequeños, quienes parten con dicho proceso:

- **Influenciador:** Los hijos y las madres son quienes normalmente influyen la compra, pero es el hijo quien ejerce más presión en este punto.
- **Decisor:** La madre es quien normalmente organiza los panoramas, por ende quien decide el lugar a visitar.
- **Comprador:** Al tratarse de una familia donde el padre como la madre trabaja, ambos ejercen el rol de comprador.
- **Usuario:** Como familia disfrutan todos por igual, los hijos con los animales y los padres al ver como disfrutan sus hijos.

2.3. Propuesta de valor

Ser más que un zoológico, ser un centro de entretenimiento y aprendizaje vinculado al cuidado animal.

Parque Safari es el único zoológico en Chile que le da la posibilidad a sus visitantes de vivir una experiencia tipo safari, donde son ellos los que ingresan a los amplios hábitats de los animales.

Cabe destacar que la entretenimiento es una parte importante la entrega de valor que hace Parque Safari, diseñando cada una de sus experiencias con un alto porcentaje de entretenimiento.

Uno de los propósitos de los zoológicos en Chile es el cuidado y la preservación animal, actividades que son parte del ADN de la organización, es por ello que se encuentran capacitados para entregar ese conocimiento a la comunidad.

2.4. Posicionamiento

Para conocer el posicionamiento de Parque Safari entre sus competidores más cercanos, se realizó una encuesta a 30 personas para determinar cómo los visitantes evaluaban los parques: Zoológico Nacional, Buin Zoo y Parque Safari.

La encuesta consistió en 11 preguntas, de las cuales 8 eran de selección múltiple y 3 en escala de Likert, que tienen como objetivo medir entre los tres zoológicos analizados los siguientes atributos: variedad de especies; bienestar animal; instalaciones óptimas; experiencia; seguridad; accesibilidad; limpieza y conveniencia de la entrada.

El instrumento arrojó que la medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo es de 0,899, lo que indica que las correlaciones parciales entre las variables son lo suficientemente pequeñas y que al ser mayor a 0,5, se valida el instrumento, así lo demuestra la tabla N° 4, Prueba de KMO y Bartlett.

Tabla N°4: Prueba de KMO y Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,899
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	619,185
	gl	28
	Sig.	,000

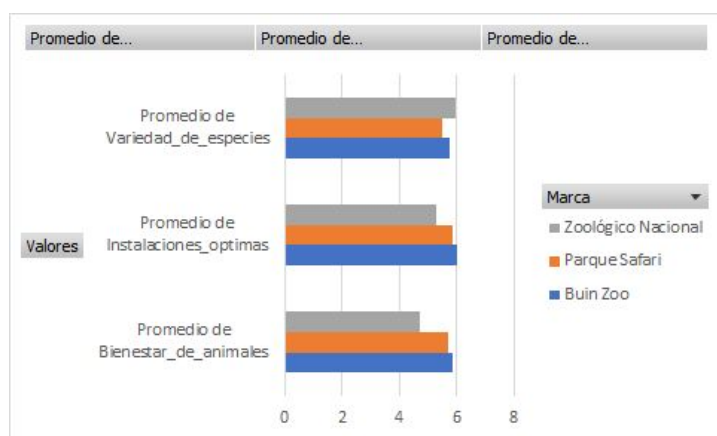
Debido al resultado del análisis, que arrojó sólo un componente, se forzó un segundo componente para poder obtener ambos ejes. De esta manera, los ejes obtenidos se definieron como: Eje factorial X, Satisfacción animal; Eje factorial Y, Calidad de Servicios.

El Eje X Satisfacción animal está formado por los siguientes componentes: Variedad de Especies, Instalaciones Óptimas y Bienestar de los animales. En el Gráfico N°4 Eje Satisfacción animal, podemos apreciar que el zoológico que es percibido por sus visitantes con la mayor variedad de especies es el Zoológico Nacional, con un promedio de 5,9, mientras que el que tiene menos especies de animales es el Parque Safari con un promedio de 5,5.

En tanto, cuando se les consulta por el recinto con las condiciones óptimas para la vida animal, el Zoológico Nacional resulta ser el peor evaluado con un 5,2, le sigue Parque Safari con un 5,8, mientras que Buin Zoo obtiene un 6,0

En la categoría Bienestar Animal, nuevamente el Zoológico Nacional tiene el puntaje más bajo con un 4,7, seguido por Parque Safari con un 5,7 y como mejor evaluado en la categoría se encuentra Buin Zoo con un 5,9.

Gráfico N°4: Eje factorial Satisfacción animal



El Eje Calidad de Servicio está formado por los componentes; Seguridad, Experiencia y Accesibilidad, justamente este último aparece como el atributo destacado de Parque Safari, con una puntuación de 6,0, mientras el Zoológico Nacional obtiene un 5,5 y BuinZoo un 5,8.

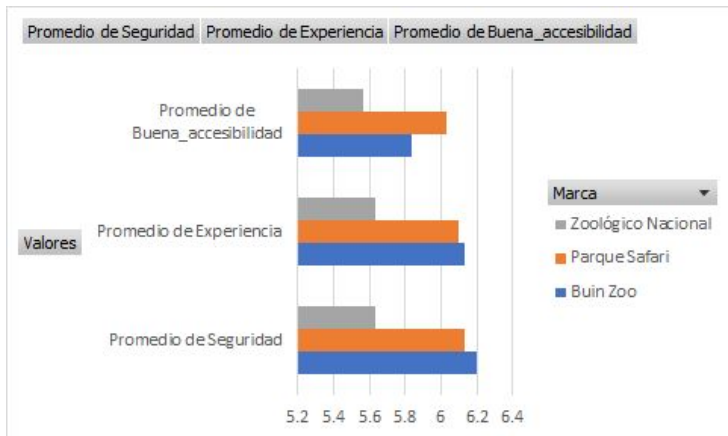
En tanto, en el promedio de Experiencia, los visitantes evalúan prácticamente iguales a Parque Safari con BuinZoo, donde el primero obtiene un promedio de 6,1 y el segundo de 6,13, mucho más atrás es percibida la experiencia de Zoológico Metropolitano con 5,3.

El atributo seguridad BuinZoo es percibido como el más seguro con un promedio de 6,2, le sigue Parque Safari con un 6,13 y finalmente el Zoológico Nacional con un 5,6.

Estos resultados muestran que de los tres zoológicos, el que tienen más oportunidades de mejora es Zoológico Nacional, y que la distancia en la percepción de los encuestados entre

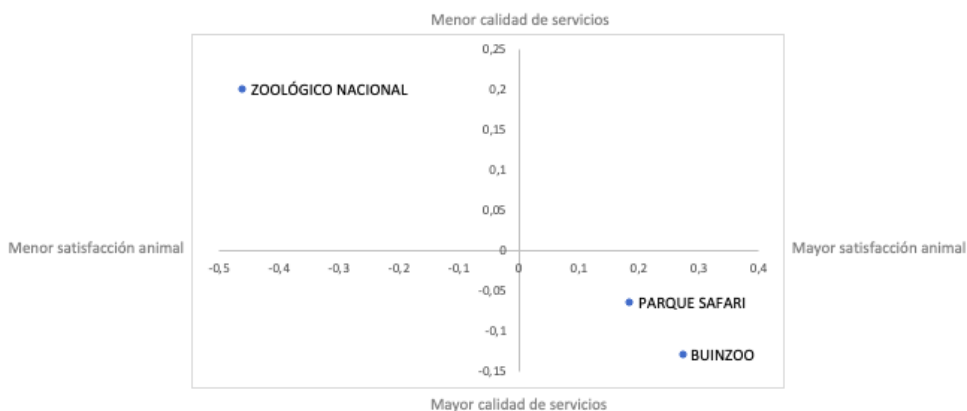
Parque Safari y BuinZoo en los atributos mencionados es, en la mayoría de las veces, pequeña.

Gráfico N°5: Eje Factorial Calidad de servicio.



Al análisis realizado anteriormente, podemos incluir el Gráfico N°6: Análisis Factorial, donde se analiza la posición de los tres zoológicos consultados. Sobre el eje X, Satisfacción animal, BuinZoo es el mejor posicionado de los tres, seguido de cerca por Parque Safari, al igual que en el Eje Y, Calidad de servicios.

Gráfico N° 6: Análisis factorial



Si bien, al consultar por los atributos de los tres parques analizados, Parque Safari se encuentra en una posición favorable ubicada entre los ejes Mayor calidad de servicios y

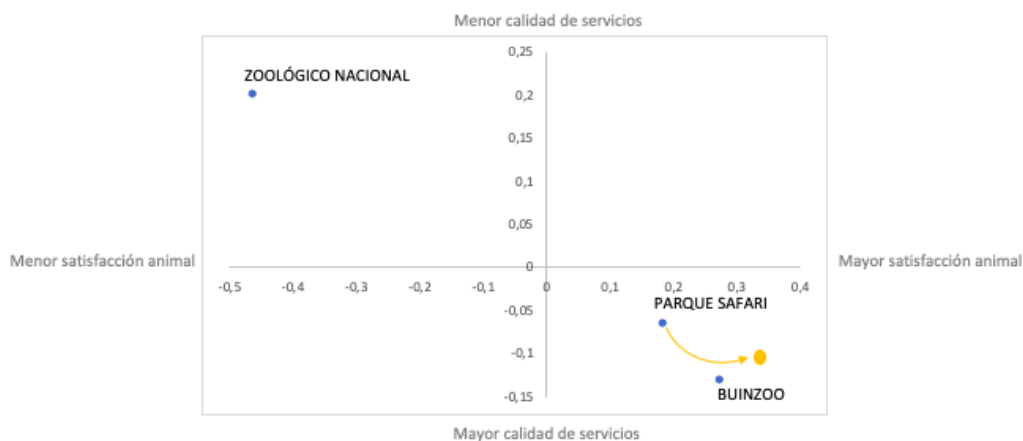
Mayor satisfacción animal, aún tienen una brecha importante que sortear con quien aparece como líder de la categoría, Buin Zoo. Cabe destacar que, Parque Safari debe ser percibido como un negocio de entretenimiento educativo. Esto significa que el zoológico se alía y debe continuar combinando la educación con el entretenimiento. Los visitantes deben salir del parque con recuerdos de un buen día y también con un importante mensaje de conservación de las especies y del medio ambiente. El posicionamiento también debe tener como base la pasión animal y debe hacer que los visitantes se sientan involucrados con el zoológico.

En definitiva, Parque Safari, debe pasar de ser un lugar que se queda en el corazón de las personas. En este sentido, las empresas que operan en esta industria deben saber cómo personalizar el servicio y lidiar con las emociones de las personas.

Si bien, al consultar por los atributos de los tres parques analizados, Parque Safari se encuentra en una posición favorable ubicada entre los ejes Mayor calidad de servicios y Mayor satisfacción animal, aún tienen una brecha importante que sortear con quien aparece como líder de la categoría, Buin Zoo.

Por lo tanto, la posición deseada es acercarse a la competencia, mejorando principalmente la satisfacción de los animales en exhibición, lo que va de la mano con la nueva propuesta de valor, donde uno de los principales drivers es el bienestar animal, de esa manera se espera reposicionar la marca en la mente de los visitantes.

Gráfico N° 7: Nuevo posicionamiento



3. MARKETING MIX

Con el fin de realizar la estrategia de marketing de Parque Safari, realizaremos el nuevo Marketing Mix, basado en las 7p actuales.

3.1. Servicio/ Producto

3.1.1. Descripción

Parque Safari es un servicio que tiene como propósito generar una experiencia basada en la posible interacción de los visitantes con los animales exhibidos, sobre todo con aquellos que pertenecen a los Safaris ofrecidos, intentando emular la experiencia de un safari en la sabana africana.

Si bien el parque cuenta con 22 hectáreas de terreno, sólo 12 son utilizadas por las diversas atracciones y servicios turísticos ofrecidos. Según sus registros, Parque Safari es visitado por más de 150.000 visitantes anuales y cuenta con 300 ejemplares correspondientes a 90 especies.

Entre las atracciones que ofrece el parque, podemos encontrar las siguientes alternativas:

- Herpetario: Cuenta con una serie de Reptiles y tiene como principal atracción la posibilidad de tomarse una foto con una serpiente pitón.
- El Arca de Iván: Un espacio dentro de Parque Safari donde se pueden conocer muchos animales pequeños y recién nacidos. En este lugar los visitantes pueden tomarse fotos con "tucó" el tucán del Parque
- Safari Expedition: En este Safari puedes recorrer todos el Safari Herbívoro, como el Jurásico abordo de un vehículo anfibio que cruza un humedal.
- Safari Jurásico: Disfruta del primer y único Safari de dinosaurios en Chile. Esta aventura permite recorrer tres hectáreas plagadas de estos fantásticos gigantes en un vehículo especialmente diseñado para ello. .
- Safari de Herbívoros: Esta atracción permite a los visitantes ingresar al habitáculo de una veintena de animales, en un tren a alimentar diversas especies herbívoros,

con la posibilidad de interactuar con ellas, entre las que destacan: jirafas, cebras, avestruces, ciervos y muchas otras especies en la compañía de un guía que les contará todas las características de estos entretenidos amigos.

- Safari en Kayacs: Esta atracción permite navegar por la laguna del Parque a bordo de un Kayac para dos personas, con la posibilidad de recorrer parte del Safari de herbívoros, donde se puede ver de muy de cerca muchísimos animalitos.
- Safari Grandes Felinos: Esta atracción permite a los visitantes vivir una experiencia única en el país: ingresa a bordo de vehículos especialmente acondicionados a interactuar a escasos centímetros con tigres blancos y leones Africanos. Esta es la mayor atracción del parque.
- Tirolesa: Permite a los visitantes recorrer más de 50 metros por los aires a más de 6 metros de altura.
- Tren: Recorre todos los rincones del parque a bordo de este simpático tren para grandes y pequeños.
- Zona Arcade: Esta área del Parque cuenta con más de 20 juegos Arcade.
- El Garage: Es una atracción compuesta de una colección de super autos de todos los tiempos, donde destacan varios modelos deportivos, algunos clásicos y autos que marcaron generaciones.
- Euro Bungy: No pares de saltar en estas populares camas elásticas amarrado a cuerdas elásticas que te permite dar grandes saltos y realizar increíbles piruetas.

Adicionalmente Parque Safari cuenta con los siguientes servicios de apoyo:

- Restaurantes: En Parque Safari, tiene varias alternativas para almorzar; si se buscas algo económico, tiene varios puntos de venta que abren según la cantidad de visitantes dentro del parque y que ofrecen productos de comida rápida y al paso a precios bastante accesibles.
- También se encuentra ubicado dentro del Parque el Restaurante Masterchef "Safari Adventure", perteneciente a la cadena de restaurantes Masterchef, que tiene como especialidad la comida Norteamericana.

- Zona de Picnic: Con el fin de ofrecer mayor comodidad a las familias que visitan el Parque, se incorporaron zonas de picnic donde los visitantes pueden disfrutar de la comida que ellos llevan al parque.
- Safari Lodge (Cabañas): Si un solo día no es suficiente para ti, también está la opción de vivir esta increíble aventura de dormir a solo pasos del Safari Grandes Felinos y escuchar su rugido en la mitad de la noche.
- Ubicadas en el medio entre el safari de Grandes Felinos y el Safari de Herbívoros, estas cabañas permitirán disfrutar la cercanía con los animales mientras se comparte en familia.
- Celebra tu cumpleaños: Este servicio permite a los visitantes celebrar su cumpleaños junto a un grupo de amigos. El servicio tiene una duración de 4 hr. e incluye: entrada al Parque, anfitriona que acompaña a los niños durante el tiempo de la celebración, entrada al Safari Herbívoros, Kayak, Tirolesa y Muro de escalada.

Lo anterior responde a la tendencia internacional, de los grandes Parques con Safari, que buscando ampliar la experiencia se han convertido en parques temáticos o centros turísticos que muchas veces incluyen hoteles, restaurantes, campos de golf y atracciones de feria, como juegos, atracciones animatronic, entre otros. Siguiendo este modelo, Parque Safari actualmente cuenta con seis cabañas que puede ser arrendadas por los turistas para pasar una noche cerca de los animales. Adicionalmente tiene un centro de eventos con dos salones, los que se arriendan para fiestas de todo tipo.

3.1.2. Identidad y elementos de marca

Imagen N°2: Logo de Parque Safari



Según el modelo de Wheeler, se puede analizar la marca Parque Safari bajo los siguientes ideales de la Identidad de Marca:

- Visión: “posicionarnos como el principal parque temático del país bajo el concepto de una aventura africana”
- Significado: El logo del parque está asociado a los atributos que representa la marca, conectándose con los visitantes a través de la experiencia Safari.
- Autenticidad: la marca demuestra lo que promete en su misión y valores mencionados anteriormente, donde destaca el respeto a la naturaleza a través de la educación e información.
- Diferenciación: Parque Safari se ha diferenciado principalmente a través de sus safaris, al ser el único en el país con esta atracción, lo que al día de hoy lo distingue de la competencia.
- Durabilidad: actualmente es una marca con capacidad de tener longevidad, la cual desde el cambio de nombre ha sufrido modificaciones en su logotipo, volviéndose más moderno y legible.

Imagen N°3 : Evolución del logotipo



- Coherencia: entre los distintos ideales de marca, la coherencia es una de las características más débiles del parque, debido a que la información que se encuentra al interior, no necesariamente está alineada, compitiendo en ocasiones, lo que impide una legibilidad clara.

- Flexibilidad: es otra característica débil del parque, debido a que la marca comunica literalmente la atracción de safari, dejando fuera la exhibición de otros animales y servicios como las cabañas.
- Compromiso: para el caso de Parque Safari, este se obtiene a través del compromiso con la idea central relacionado al respeto a la naturaleza, lo que se evidencia principalmente con el rescate y reinserción animal, trascendiendo a lo largo del tiempo como uno de los principales pilares del parque.
- Valor: a través del cuidado animal y la educación, Parque Safari se conecta con sus consumidores apelando a las emociones, al ofrecer Safaris donde los animales están libres en grandes espacios, mientras que las especies exhibidos, en su mayoría son rescatados y se encuentran en tratamiento.

Por otra parte, al analizar los elementos que contiene la marca según la clasificación de Keller, se puede determinar que el nombre Parque Safari entra dentro de la categoría descriptivo, donde queda explícita la funcionalidad dirigida a la atracción principal de parque. Su nombre es simple y fácil de pronunciar diferenciándose de un típico zoológico. En cuanto al logotipo y símbolo, gráficamente es limpio, simple y reconocible, donde el nombre es legible con una tipografía alineada al concepto safari, mientras que el símbolo es del tipo Pictorial Marks, el cual está basado en la imagen principal de león, uno de los principales ejemplares que forman parte de Parque Safari.

El slogan “una ruta salvaje”, es una frase corta que promueve la fuerza central del servicio, invitando a que los visitantes vivan una experiencia salvaje y única a través de los safaris ofrecidos.

3.1.3. Acciones

Para enriquecer la oferta de servicios de Parque Safari se incluirán las siguientes acciones:

Mejorar la ambientación: Se trabajará en cada exhibidor y habitáculos de los distintos animales incorporando paisajismo, con el fin de emular su hábitat original, lo anterior, no sólo ayuda a los animales para sentirse a gusto en su habitáculo, sino que también ayuda a

los visitantes a imaginar el lugar desde donde vienen y dándoles contexto de su estado actual.

Otra acción, dice relación con la experiencia de estar en un Parque Zoológico, la que se puede incrementar con sonidos de fauna o aves, que den la impresión que se está en un lugar lleno de vida como una selva o un bosque, sin afectar el bienestar de los animales.

Rescatista por un día: El programa rescatista por un día está basado en entregar los pilares del rescate y cuidado de la fauna a los visitantes.

Este programa busca mostrar de cerca a los visitantes la misión de rescate y reinserción que Parque Safari realiza, mostrándoles cuál es el proceso que sigue un animal desde que es rescatado, hasta que es liberado a su ambiente natural.

El programa incluirá: uniforme de rescatista (polera y jockey), algunas actividades como preparar la comida, alimentar a los animales que están en ese proceso de recuperación y limpieza de sus habitáculos, de esta manera los visitantes ayudan en tareas básicas del cuidado de los animales en proceso de recuperación.

Esta experiencia les permitirá a los visitantes continuar unidos a los animales con los que interactuaron, a través de información semanal sobre sus estado y avances. Así como videos especialmente generados para estas instancias.

Debido a que son cupos limitados, estas experiencias se reservarán vía online y tendrán un precio diferenciado.

Finalmente y respondiendo al análisis realizado durante este trabajo, la nueva propuesta de Marketing Mix se basa en la mejora de la experiencia del servicio actual, buscando actualizar los procesos, la comunicación según las nuevas necesidades de los visitante, que dicen relación con el conocimiento sobre los animales exhibidos y su conservación.

Nuevos Recorridos: Con el fin de asegurar una experiencia más estandarizada a los visitantes, se incorporarán dos recorridos para que los visitantes puedan seguir un trayecto con hitos importantes, que les permitan en un tiempo determinado recorrer las distintas atracciones sin perderse ningún animal, así como llegar a sus safaris sin retraso.

3.2. Distribución

3.2.1. Descripción

Actualmente Parque Safari sólo vende sus tickets de manera presencial en las boleterías del recinto, lo que -como se mencionó anteriormente- va en contra de las tendencias de compra del grupo objetivo.

Si bien, la venta presencial sigue siendo la principal fuente de venta, cabe mencionar que Parque Safari cuenta con alianza comercial con Groupon, que permite a los clientes acceder a un pack de la entrada general más un Safari a elección (Grandes Felinos; Herbívoros y Jurásico) por un precio rebajado de 6.500 pesos.

Esta alianza genera un detrimento en el valor del servicio entregado, también ocasiona confusión entre quienes han comprado las entradas a través de esta plataforma, ya que al momento de llegar al parque deben validar sus tickets en boletería, por lo que deben hacer la misma fila que el resto de los visitantes, lo que aumenta el tiempo de espera para ingresar al parque, generando un primer contacto negativo con el cliente.

3.2.2. Acciones

Por lo anterior, y debido a las crecientes necesidades de nuestro público objetivo, así como las tendencias de compra del mercado en general, se implementarán una serie de actividades que busquen mejorar la experiencia en el punto de venta, es decir en la boletería (lo que se analizará en el apartado de comunicación).

Adicionalmente, se incluirá un canal de ventas online, que permita a los clientes adquirir con antelación los tickets y reservas de los safaris deseados.

Ambas acciones buscan generar una mejora en el primer contacto con los visitantes.

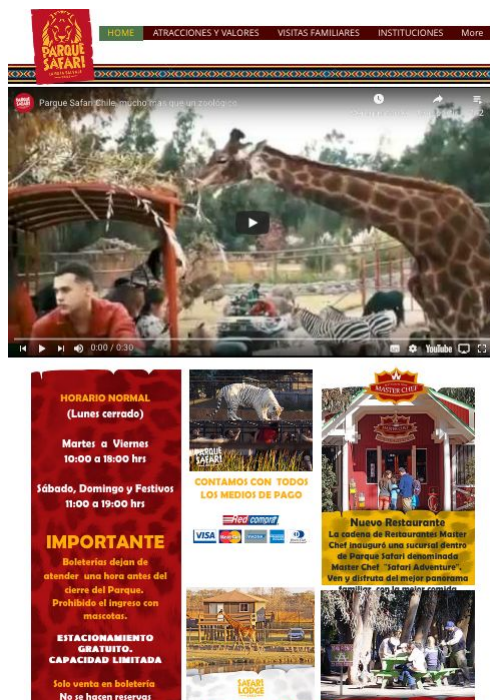
3.3. Comunicación

3.3.1. Descripción

La comunicación del parque hacia los consumidores es homogénea, la cual se centra en el posicionamiento y recordación de marca a través de los siguientes canales:

- Sitio Web: cuenta con 419.743 visitas durante el último trimestre. Si bien la página web se mantiene actualizada, no está jerarquizada. Además, la experiencia de navegación es poco intuitiva y no cuenta con un canal de compra en línea, como se puede apreciar en la Imagen N°3.

Imagen N°4: Página web de Parque Safari



- Pantallas Led públicas: cuentan con 8 pantallas ubicadas en la Región Metropolitana y de O`higgins, que pasan un video promocional del parque, el cual tiene una inversión total de \$2.380.000 mensual

- Cines: al igual que en las pantallas, pasan el video promocional del parque en los Cine Hoyts de Talca, San Fernando y Maipú, con una inversión de \$1.492.000 mensual.
- Redes Sociales: Actualmente Parque Safari cuentan con cuenta de Facebook (109.981 seguidores) e Instagram (62.4k seguidores), donde el principal foco es la interacción con el público en general, buscando y creando más seguidores, para al mismo tiempo fidelizar al ya existente. La inversión es de \$800.000 mensual, que consiste en el pago a la persona encargada de las redes sociales.
- Letreros, folleteria y similares: inversión de \$600.000 mensual. Desde que uno está a escasos metros de ingresar a Parque Safari, se puede visualizar una serie de banderas velas que anuncian el pronto ingreso al Parque.

Una vez adentro la fachada del parque con el nombre arriba, llama la atención de todos quienes llegan al lugar.

Otro cartel importante, es el que se encuentra en la boletería del Parque, este contiene mucha información, la que es entregada de manera poco ordenada, lo que confunde a los clientes en el momento de la compra (Imagen N°4)

Imagen N°5: Cartel de boletería Parque Safari



Al interior del Parque, se pueden apreciar una serie de letreros informativos y de indicaciones, lo que muchas veces tienen mucha información y poca jerarquización, como se puede ver en la Image N°5.

Imagen N°6: Letreros de señalización información de Parque Safari



En los habitáculos de los animales, la información está seccionada y puesta en distintas partes del mismo, lo que obliga al visitante a moverse para obtener toda la información.

En un ambiente de aprendizaje, la claridad del mensaje es fundamental, ya que busca no incurrir en confusiones al momento de la absorción de los mensajes.

Cuando nos referimos a un lenguaje cercano, queremos señalar que los mensajes, sobre todo los que buscan educar a las audiencias deben ser generados en un lenguaje próximo y cotidiano para las personas, el mensaje se debe crear no desde la perspectiva de un docente, más bien de desde la perspectiva de un amigo que enseña.

En el caso de la boletería, consideramos que los carteles deben ser cambiados por pantallas que puedan combinar imágenes de las atracciones con los precios de las mismas. De esta manera, los visitantes sabrán qué atracciones quieren visitar y cuál es el precio de cada una.

3.3.2. Acciones

- Problema de Marketing: Parque Safari es menos valorado que su principal competencia (Buin Zoo), en indicadores como: conveniencia, cantidad de animales y experiencia por su público objetivo.

- Detección del problema comunicacional general: Los atributos de Parque Safari son menos conocidos y por lo tanto, sus indicadores como conveniencia, cantidad de animales y experiencia son menos valorados por su público objetivo que los de su principal competidor, Buin Zoo.
- Solución a implementar: Para generar awareness de los atributos de Parque Safari, se usarán distintos canales de comunicación en las etapas correspondientes del proceso comunicacional. De esta manera se utilizará la comunicación digital, el PR, la comunicación presencial y colaterales.
- Objetivos de la estrategia de comunicación:
 - Generar awareness de los atributos de Parque Safari entre sus públicos objetivos, alcanzándolos al menos una vez en el periodo de 12 meses.
 - Impulsar la visita del público objetivo, a través de la comunicación de sus atracciones y novedades, apoyando el aumento del ticket promedio.
 - Lograr adherencia al mensaje de rescate, rehabilitación y reinserción de los animales, a través del engagement generado en medios de comunicación masiva y redes sociales, en los próximos 12 meses.
- Insight:
 - “Parque Safari reúne, aventura, diversión y conocimientos de las diferentes especies de animales en exhibición”
 - “Actualmente los zoológicos cumplen un rol en el rescate y reinserción animal”
- Mensajes:

Parque Safari es aventura y conocimiento, en torno al cuidado y respeto animal.

Rescatar, rehabilitar y reinsertar animales es nuestro principal propósito, te invitamos a ser parte de esta causa.
- Relato:

El relato del parque debe estar centrado en las historias de cada uno de los animales rescatados y basado en el proceso de rescate y rehabilitación de los

animales que continúan en el zoológico, buscando generar un lazo entre la historia del vida del animal con los visitantes, haciendo énfasis en el viaje de recuperación de cada uno de ellos.

Con cada animal, hay una historia de superación y un futuro auspicioso, ya sea en el Parque mismo o en libertad.

- Concepto Comunicacional:
“Parque Safari, mil aventuras de conservación”
- Valores centrales:
 - Profundo respeto por la naturaleza
 - Educar con el ejemplo
 - Espíritu de servicio

Mix Promocional

Página Web: Se realizará un cambio en la página web, simplificando la navegación a través de un trabajo de UX y UI, es decir mejorar la experiencia de usuaria y la interfaz de la web. Adicionalmente se realizará una estructura que beneficie el posicionamiento SEM.

En cuanto al look & Feel se cambiará el video promocional actual, por un banner y organizando el menú estático del header.

En este nuevo diseño se deben destacar la nueva implementación de la venta de tickets online (enfocándose en los nuevos pack de entradas para aumentar el ticket promedio), las información de cómo llegar y las últimas acciones entorno al papel del Parque en el rescate animal.

Imagen N°7: Mock up nueva web.



Pantallas vía pública: Si bien consideramos que las ubicaciones de la pantallas actualmente escogidas tienen un alto tráfico y que la frecuencia es alta, se debe hacer un cambio en el video promocional, el que no tiene un formato para este tipo de canal, puesto que tiene audio, en vez de subtítulos o información escrita que refuerce el mensaje visual a los transeúntes. Se realizará un video que recalque la experiencia de toda la familia en los distintos Safaris y el rescate animal. Así mismo, se debe, intensificar las pasadas durante los meses previos a la temporada alta y en temporada alta.

Cine: Se expandirá esta modalidad al cine de la Reina y adicionalmente se pondrá foco en otro tipo de categorías de películas, adicionales a la familiar, con el fin de que el mensaje le llegue tanto a los influenciadores (los niños) como a la tomadora de decisión, la madre.

Redes Sociales: Pese a que actualmente la inversión en redes sociales es de 800 mil mensuales, esto corresponde al pago de quien ejerce funciones de community manager y fotógrafo. Debido al objetivo de esta estrategia, se aumentará la inversión inicialmente en \$400.000 pesos mensuales, divididos entre Facebook, Instagram y Youtube. En las dos primeras redes se generarán post patrocinados que tendrán como objetivo la conversión, es decir, la compra de tickets en el sitio web. En tanto en Youtube se sugiere invertir en el segmento niños para generar awareness de la oferta de valor de Parque Safari, en los más pequeños.

Estas campañas se deben medir su desempeño diariamente para evaluar su efectividad.

SEM: Con el objetivo de conversión de venta de tickets online, enfocando en los nuevos pack de entradas, se desarrollará una estrategia SEM que busque posicionar a Parque Safari entre las primeras búsquedas al momento de consultar en google sobre zoológico, parques y panorama para niños. Se sugiere que la inversión inicial en este canal sea de 200.000 pesos. Y que se monitoree diariamente su desempeño.

Cartelería: En general para toda la cartelería del Parque, se realizará una homologación del lenguaje y del look & feel de los mismos, ya que actualmente se aprecian varias líneas gráficas en su cartelería que compite entre ellas al interior del Parque.

En todas ellas, así como en todas las comunicaciones del Parque Safari con sus audiencias, se utilizará un lenguaje claro, simple y cercano, con el fin de que el mensaje entregado sea absorbido por sus audiencias.

La simpleza del lenguaje, dice relación con que gran parte de sus públicos objetivo son niños, con un lenguaje en evolución, por lo que se les debe hacer llegar el mensaje de rescate, rehabilitación y reinserción de manera que ellos lo puedan entender.

Teatro de concientización: Adicionalmente durante los días de mayor flujo se activará una acción comunicacional enfocada a la transmisión de los valores del cuidado de la flora y la fauna, enfocada en los niños que asisten al parque. Esta actividad debería ser de carácter gratuito y tener dos funciones diarias. De esta manera se refuerza el mensaje de que Parque Safari es un lugar de rescate, reinserción y conservación a la audiencias.

PR y gestión de medios: Se aprovecharán todos los hitos importantes relacionados al rescate, rehabilitación y reinserción de los animales de Parque Safari, para realizar gestión de prensa con los medios target, buscando siempre el mayor número de apariciones positivas que recalquen el valor del parque como un lugar de conservación animal por hito.

Frases radiales: Para aumentar el awareness de la oferta de servicios de Parque Safari entre sus públicos objetivos, se incluirá la compra de frases radiales previo y durante los meses de temporada alta.

Por ejemplo, el auspicio del segmento matutino de Radio Disney durante los meses de Junio y Julio sería ideal, ya que es la radio N1 entre el segmento de madres entre 25 y 35 años, quienes generalmente durante la mañana trasladan a sus hijos al colegio.

La frase radial de 30” debería resaltar los atributos del parque e incorporar el mensaje clave: “Parque Safari, mil aventuras de conservación”.

3.4. Precio

3.4.1. Descripción

Resulta importante indicar que, tanto adultos mayores de 70 años como los niños hasta los 90 cm. cuentan con acceso liberado a Parque Safari, mientras que la entrada general tiene un costo de \$5.000 pesos, que incluye el recorrido por el parque, acceso al Herpetário y al Arca de Iván. El resto de las atracciones, mencionadas anteriormente, tiene precios diferenciados y son adicionales a continuación detallamos los precios de las diversas atracciones:

- Safari expedition (\$14.000)
- Safari dinosaurios (\$5000)
- Safari de Herbívoros (\$5.000)
- Safari en Kayacs (\$1.000)
- Safari Grandes Felinos (\$5.000)
- Tirolesa (\$1.000)
- Tren (\$1.000)
- Zona Arcade (\$500 c/u)
- El Garage (\$1.000)
- Euro Bungy (\$1.500).
- Maíz para alimentar aves (\$500)

3.4.2. Acciones

Al analizar la propuesta diferenciadora de valor que entrega Parque Safari a sus visitantes, versus la que entregan sus principales competidores, resalta la diferencia en el precio de

los tickets que cada uno tiene, ya que mientras Buin Zoo cobra un ticket máximo de \$10.500, que incluye acceso a todas sus atracciones, el Zoológico Nacional sólo cobra una adhesión de \$4.000. En este escenario, la oferta de servicios de Parque Safari es la más costosa de todas, de hecho es incluso más caro que el ticket del parque de recreaciones más concurrido de la Región Metropolitana, Fantasilandia, cuyo ticket alcanza los \$12.000 pesos por todas sus atracciones.

Entendiendo que tenemos una posición única en el mercado, por ser los primeros y los únicos con esta oferta de valor, consideramos que se deben mantener el valor actual de las atracciones por separado, pero que se debe incorporar Packs con descuentos por la compra de tickets para más de una atracción. De esta manera, se asegura el valor del servicio y se busca obtener mayor volumen de venta.

Los nuevos packs de entrada son:

- Pack 1: Entrada General + Safari a elección entre Jurásico; Grandes Felinos y Herbívoros = \$7.500
- Pack doble: Entrada General + 2 safari a elección entre Jurásico, Grandes Felinos y Herbívoros = \$12.000

Adicionalmente, se incluyen los precios de las acciones recomendadas:

- Tours nocturnos + safari grandes Felino = \$8.000
- Rescatista por un día= \$20.000 Cupos limitados (5 diarios durante los fin de semana)
- Guía exclusivo =\$10.000 (duración 1,5 horas)

3.5. Personas

3.5.1. Descripción

Actualmente Parque Safari está formada por seis áreas funcionales: dirección, administración y finanzas, coordinación de eventos, guía del parque, mantenimiento y manejo animal, siendo este último el área más relevante, debido a que es de manera

obligatoria el cuidado y buen mantenimiento de las especies según las leyes correspondientes a este giro.

En cuanto a los trabajadores, todos los que tienen contacto con los visitantes, utilizan un uniforme para poder ser identificados de manera más fácil.

Según la temporada el número de colaboradores varía, lo cual se explica por el aumento de visitas durante los meses peak:

- Temporada Alta: 146 Trabajadores promedio (de enero a marzo y julio)
- Temporada Baja: 88 Trabajadores promedio (de abril a junio y de agosto a diciembre)

3.5.2. Acciones

Se realizarán constantes capacitaciones al personal para que este sea más especializado, cuente con mayor información sobre los animales del parque y se le instruirá para que sea proactivo en la interacción con los visitantes; entregando información didáctica especialmente diseñada para los niños.

Un número específico de monitores debe estar constantemente moviéndose al interior del parque, para que al momento de captar a un grupo de personas fuera de una jaula, pueda acercarse a entregar información sobre el animal en exhibición.

Adicionalmente, se debe considerar contar con personal para cada una de las nuevas atracciones, considerando temporalidad y capacidad técnica. Así como también se debe considerar el perfil del personal a contratar, ya que deben ser proactivos y empáticos.

Por otra parte, se propone incorporar una alianza con una compañía de teatro para ejecutar la obra de teatro de concientización.

3.6. Evidencias físicas

3.6.1. Descripción

Actualmente Parque Safari, no entrega evidencia física de manera gratuita a sus visitantes, quienes están dispuestos a pagar por un souvenir pueden llevarse, peluches, chapitas,

entre otros alusivos a los animales exhibidos, en la tienda especialmente habilitada para esto en el Parque.

3.6.2. Acciones

Para lograr mantener en la mente de los visitantes a Parque Safari, se entregará un álbum a cada uno de los niños que ingresen al parque, este material, tendrá información como nombre del animal, procedencia y un dato de su especie, con el fin de entregar un material que pueda ser revisado posteriormente y que incentive una nueva visita al parque. Este álbum, será completado con sticker entregados en las diversas atracciones y safaris realizados.

3.7. Procesos

3.7.1. Descripción

El servicio inicia con la compra de las entradas, el cual puede ser de forma presencial directamente en las boleterías u online a través de la alianza con Groupon. En ambos casos el primer contacto es con la sección de cajas donde se realiza la compra o validación de entradas, posterior a esto, luego que el visitante ingresa al parque podrá de forma independiente recorrer el lugar. En el caso de haber pagado por cualquiera de las tres opciones de safari, el cliente deberá estar a la hora indicada en su entrada donde comienza el safari para abordar el vehículo. Ante cualquier duda, al interior del parque se encuentran guías, quienes se preocupan por la correcta interacción entre visitantes y animales.

3.7.2. Acciones

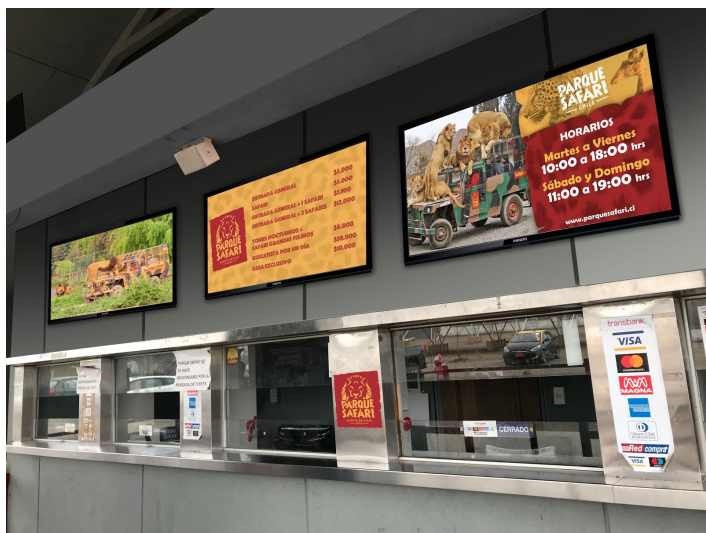
Sin lugar a dudas, el primer proceso que se sugiere mejorar es el del ingreso de los visitantes, quienes deben hacer largas filas debido a la poca claridad del precio de las atracciones y a las extensas filas que deben realizar en temporada alta los visitantes.

De esta manera, el proceso de compra se debe ampliar al online, incorporando un carro de compra en la página web. Así quienes adquieran sus tickets de manera online, podrán validarlos directamente desde su celular en la entrada, sin tener que pasar por boletería.

Para esto es necesario que se habilite un sistema que permita validar los tickets en el sistema.

Para apoyar el proceso de información en la entrada del parque se propone instalar pantallas con información sobre las atracciones, en modo loop, con el fin que los visitantes conozcan las actividades que pueden disfrutar dentro del parque y que puedan comprar los tickets necesarios para hacer todo lo que buscan.

Imagen N°8: Propuesta de ubicación de pantallas informativas



Se recomienda que todo el personal del parque tenga un protocolo de interacción con los visitantes (ver Anexo N°1)

Para incentivar un recorrido tipo, con el fin de generar un experiencia similar entre todos los visitantes, se recomienda ubicar un mapa con indicaciones que proponga la primera atracción a visitar y así sucesivamente; incorporando estratégicamente mapas completos del parque, que indiquen la ubicación actual, el recorrido sugerido como la dirección de los distintos safaris, la salida de cada safari y servicios básicos.

Para apoyar en el desarrollo de la experiencia educativa que Parque Safari busca entregar, se recomienda modificar las funciones de los actuales guías del parque, donde se les asigne la misión de acercarse de manera sutil a grupos de personas que estén recorriendo el parque, con el fin de entregarles datos sobre el animal que están observando.

4. PRESUPUESTO

El presupuesto para las acciones de marketing para Parque Safari, están generadas en línea con lo manifestado por la gerencia general de la empresa, que indicó que pueden duplicar el actual presupuesto de marketing para acciones futuras.

Tabla N°5: Presupuesto

		COSTO ANUAL
SERVICIOS	Rescatista por un día	\$12.000.000
	Ambientación exhibidores	\$16.000.000
	Incorporar sonidos de fauna	\$2.000.000
	Nuevos recorridos	\$0
DISTRIBUCIÓN	Canal de ventas online	\$2.000.000
COMUNICACIÓN	Mejora sitio Web	\$2.000.000
	Nuevo video	\$3.000.000
	Pantallas vía pública	\$16.660.000
	Publicidad en cines	\$14.000.000
	Inversión en RRSS	\$14.400.000
	Homologación cartelería	\$2.000.000
	Teatro de concientización	\$12.000.000
	PR y gestión de medios	\$0
	Frases radiales	\$8.000.000
PRECIO	Pack de entradas	\$0
EVIDENCIA FÍSICA	Album y Sticker	\$3.000.000
PERSONAS	Capacitaciones	\$3.000.000
PROCESOS	Validación e-tickets	\$2.000.000
	Pantallas informativas	\$1.500.000
	Implementación protocolos	\$2.000.000
		\$115.560.000

5. CONTROL

Tabla N°6: Control

		OBJETIVO	KPI	CONTROL
SERVICIO	Rescatista por un día	Aumentar Ticket Promedio	Nº ventas de ticket	Estado financiero
	Ambientación exhibidores	Reposicionar a PS como Líder...	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción
	Incorporar sonidos de fauna	Reposicionar a PS como Líder...	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción
	Nuevos recorridos	Reposicionar a PS como Líder...	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción
DISTRIBUCIÓN	Canal de ventas online	Aumentar Ticket Promedio	Nº ventas de ticket	Estado financiero
COMUNICACIÓN	Mejora sitio Web	Mejorar Experiencia del cliente	% Aumento de tráfico	Información sitio web
	Pantallas vía pública	Reposicionar a PS como Líder...	Nº impresiones x pasadas	Proveedor / Encuesta
	Publicidad en cines	Reposicionar a PS como Líder...	Nº impresiones x pasadas	Proveedor / Encuesta
	Inversión en SEM	Aumentar Ticket Promedio	Nº de Conversiones	Google analytics
	Inversión en RRSS	Reposicionar a PS como Líder...	Nº Conversiones (CPT)	Analítica de RRSS
	Homologación cartelera	Mejorar Experiencia del cliente	Disminución preguntas a personal	Encuesta satisfacción
	Teatro de concientización	Reposicionar a PS como Líder...	Nº asistentes	Conteo torniquete
	PR y gestión de medios	Reposicionar a PS como Líder...	Nº publicaciones	Encuesta awareness
PRECIO	Frases radiales	Aumentar Ticket Promedio	Nº frases por alcance	Encuesta awareness
	Pack de entradas	Aumentar Ticket Promedio	Nº ventas de ticket	Estado financiero
EVIDENCIA FÍSICA	Album y stickers	Aumentar Ticket Promedio	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción
PERSONAS	Capacitaciones	Mejorar Experiencia del cliente	Nº capacitaciones realizadas	Encuesta satisfacción
PROCESOS	Validación e-tickets	Mejorar Experiencia del cliente	Nº validaciones	Infotmación validador
	Pantallas informativas	Mejorar Experiencia del cliente	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción
	Implementación protocolos	Mejorar Experiencia del cliente	Aumento valoración estado de parque	Encuesta satisfacción

6. IMPLEMENTACIÓN

Tabla N°7: Implementación

		2020																																															
		ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
SERVICIO	Rescatista por un día																																																
	Ambientación exhibidores																																																
	Incorporar sonidos de fauna																																																
	Nuevos recorridos																																																
DISTRIBUCIÓN	Canal de ventas online																																																
COMUNICACIÓN	Mejora sitio Web																																																
	Pantallas vía pública																																																
	Publicidad en cines																																																
	Inversión en SEM																																																
	Inversión en RRSS																																																
	Homologación cartelera																																																
	Teatro de concientización																																																
	PR y gestión de medios																																																
PRECIO	Frases radiales																																																
	Pack de entradas																																																
PERSONAS	Capacitaciones																																																
EVIDENCIAS FÍSICAS	Album y stickers																																																
PROCESOS	Validación e-tickets																																																
	Pantallas informativas																																																
	Implementación protocolos																																																

7.

7. ANEXOS

7.1. Anexo N°1: Proyección objetivo de ventad vistas 2020

	2019	2020
ENE	33.308	43.300
FEB	46.256	60.133
MAR	22.673	29.475
ABR	20.047	26.061
MAY	20.268	26.348
JUN	17.411	22.634
JUL	93.719	121.835
AGO	40.919	53.195
SEP	25.280	32.864
OCT	38.208	49.670
NOV	41.208	53.570
DIC	22.635	29.426
TOTAL	421.932	548.512

7.2. Anexo N°2: Entrevistas segmentación Vincular

NOMBRE, EDAD Y OCUPACIÓN	QUÉ ES UN ZOOLOGICOS PARA TI?	DESCRIPCIÓN	ASOCIACIÓN	CONCEPTO
Alejandra Vergara 38 años Dueña de casa	Un excelente panorama para llevar a los niños el fin de semana y en vacaciones	Bebé durmiendo	Esa imagen representa lo indefensos y frágiles que se encuentran los animales	Cuidado animal
		Carabineros formados con sus autos	Puedo visitar tranquila un zoológico con mis hijos, ya que me siento segura en ellos	seguridad
		Parque de juegos	Los zoológicos son un lugar de entretenimiento para la familia	Entretenimiento

		Profesora dando una clase	Al mismo tiempo que lo pasan bien mis hijos, también aprenden temas relacionados con animales	Aprendizaje
		Una familia de 4 integrantes	El zoológico siempre es un buen panorama para compartir en familia	Panorama
<p>Ayleen Morales 37 años Recursos humanos</p>	<p>Encierro, tristeza animal, sin libertad, pena</p>	Borde de la cancha de football americano varios hombres y un corpóreo	En los zoológicos para lo único que tienen a los animales es para entretener	Entretención
		Cascadas, bosques y mucha naturaleza	Ese es el ambiente en que deberían estar los animales	amplios espacios libres
		Es una pantera negra gruñendo	Lo asocio al zoológico por el encierro y el maltrato.	maltrato animal
		Kim Kardashian, con una mirada melancólica	Los zoológicos son lugares tristes, donde los animales están tristes y las personas que amamos a los animales también	Tristeza animal
		La cara de un león	Tristeza	Tristeza animal
		Perrito siendo arrastrado	La naturaleza es libertad, el zoológico es represión	Privación de libertad
		Playa, rocas y una persona mirando el mar	El mar es el único lugar donde los animales aún son libres y donde el hombre no ha podido conocer al 100%	Privación de libertad
		Un dragón envuelve a un edificio y tit fuego	Opresión de los animales	maltrato animal

<p>Camila Arce 34 años Nutricionista</p>	<p>Los zoológicos para mí son lugares donde poder pasar un fin de semana en familia</p>	<p>En esta foto aparece un veterinario examinando a un perrito blanco, el cual se encuentra con su dueña a un lado.</p>	<p>esta imagen la socio con la parte de rescate de animales que tienen por lo menos los tres zoológicos que están cerca de Santiago, los cuales reciben animales heridos para luego reintegrarse a su estado natural.</p>	<p>Rescate animal</p>
		<p>es un estante con muchos libros apilados, sobre todo antiguos.</p>	<p>Para mí siempre he visto los libros como un objeto de enseñanza, y al igual los zoológicos siento que te dejan una enseñanza importante, sobre todo a los niños</p>	<p>Aprendizaje</p>
		<p>Lo que veo es una ilustración con múltiples caminos y calles donde entremedio conviven personas, automóviles y hogares.</p>	<p>Estoy imagen la socio con los zoológicos, debido a la integración que tienen estos con la vida más urbana, como lo es el caso del zoológico Nacional y por cierto aparte el BuinZoo, ya que ambos tienen una muy buena conexión.</p>	<p>conectividad</p>
		<p>Veo a cinco mujeres donde una de ellas está levantando una sus manos como a modo de protesta.</p>	<p>Esta asociación la veo más por el lado de casos en particulares, donde por descuidos o malos manejos de las personas han resultado con consecuencias animales (ejemplo: cuando una persona ingresó a la jaula de los leones o tigres para suicidarse en el zoológico Nacional)</p>	<p>Cuidado animal</p>

		<p>Veo a cuatro laboratoristas que están examinando unas frutas con telescopios, dentro de un laboratorio.</p>	<p>Esta imagen me recuerda el cuidado, a nivel médico, que tienen los zoológicos con los animales en exhibición.</p>	<p>Cuidado animal</p>
		<p>Veo a un papá con su hijo haciendo unos castillos de arena en una playa.</p>	<p>Hola sensación que tengo con esta imagen a los zoológicos es debido a que el interior hay mucha vida familiar, normalmente los papás con sus hijos sean quién es visto en estos lugares para paseo de fin de semana o similar.</p>	<p>Panorama</p>
		<p>Veo como la entrada a un parque, a través de un puente y un letrero que indica que en esa dirección hay una fiesta.</p>	<p>Lo asocio con esas como salidas de curso cuando uno visita al zoológico, ya que esto es como una foto que representa como un paseo más por ese lado</p>	<p>Aprendizaje</p>
		<p>Veo ocho personas distintas, de diferentes edades, géneros y colores.</p>	<p>Esta imagen la socio con la diversidad de especies de animales con los que uno se encuentra dentro del zoológico.</p>	<p>Variedad de animales</p>
<p>Carla 35 años Periodista</p>	<p>Un lugar de muchos recuerdos y entretención</p>	<p>Dos insectos</p>	<p>La belleza de ver en toda su magnitud a los animales</p>	<p>Variedad de animales</p>
		<p>Dos personas caminando en un río</p>	<p>Aventura, en la naturaleza</p>	<p>amplios espacios libres</p>
		<p>Tres niños riendo</p>	<p>Las gélidas de los niños al conocer animales de otras latitudes, que solo</p>	<p>Variedad de animales</p>

			pueden conocer en zoológicos	
		Un hombre mirando al horizonte	La contemplación de las personas en los zoológicos.	Aprendizaje
		Una ciudad	Me recuerda como los zoológicos están metidos en medio de la ciudad, sería ideal que estuvieran en ambientes más naturales	amplios espacios libres
		Una escultura, hombre derrotado	Me evoca la postura del ser humano en la conservación de la flora y fauna, estamos derrotados y los zoólogos son una salida que me causa dualidad, ya que por un lado, quiero que se preserven, pero no se si el zoológico y el encierro es la solución	Contradicción de ir
		Una jirafa	Me produce alegría y buenos recuerdos de mis vistas de niña.	Recuerdos
		Una manada entorno a un árbol	Los animales deben estar en manadas y no solo, muchas veces los animales en los zoológicos se ven tristes o solitarios	Tristeza animal
Carmen Estay 61 años Terapeuta floral	Lugar poco adecuado para los animales, algunos carentes de espacios y ubicados en lugares no apropiados.	Billetera abierta con tarjetas y dinero	Me encantaría que hubieran muchos recursos económicos para que así fuesen prioridad la manutención del zoológico como el	Cuidado animal

			bienestar de los animales	
		Hay 5 productos para proteger la piel del sol. Están sobre 2 toallas	Me surge la duda si con el cambio climático, los animales necesitan productos especiales para protegerlos de los rayos UV.	Cuidado animal
		Personas caminan por un puente que tiene cables en la parte superior	Lo asocio con la seguridad del lugar donde habitan los animales, para ellos y los visitantes.	seguridad
		Playa con gran cantidad de personas en ella, en la arena y el mar.	Los animales a veces están en espacios reducidos quedando con muy poco espacio.	Privación de libertad
		Una mujer (mamá) tiene a una niña en la espalda y un hombre (papá) tiene a un niño sobre sus hombros mientras están rodeados de árboles.	El zoológico es un buen lugar para paseo familiar si el recinto cumple con las condiciones adecuadas para los animales. Como recuerdo de haber disfrutado cuando niña y después cuando siendo adulta con mis hijos y sobrinos.	Cuidado animal
		Una mujer está con los ojos cerrados tocándose los oídos con sus manos	Evocó el canto de las aves cuando visitaba el zoológico siendo niña con mis padres.	Recuerdos
		Una mujer está de pie frente a un ventanal mirando el mar mientras sostiene una taza.	Dudo si realmente son necesarios que estén tan cerca de la ciudad los zoológicos porque creo que no se cumple	espacios pequeños

			con los requerimientos para los animales.	
		Una mujer está de pie sobre una escalera de concreto	En lo personal, preferiría que la infraestructura fuera menos cemento y más vegetación.	amplios espacios libres
Claudia 33 años Enfermera	Paseo familiar, una forma de conocer animales exóticos, pero cautiverio para ellos	Animales en reposo..	Descanso en un hábitat similar a la suya	Bienestar animal
		Cautiverio	Tristeza, encierro	Tristeza animal
		Conocer lo diferente, tocar lo que parece inalcanzable	Lograr algo que parece lejano	Aprendizaje
		Conocer y disfrutar	Aprender de lo diferente	Aprendizaje
		Conocer y disfrutar de las animales en familia	Conocer y pasar tiempo en familia	Buen momento en familiar
		Refugio y ayuda a animales dañados	Ayudar al más desvalido	Rescate animal
		Tranquilidad, descanso en una hábitat similar a la suya, majestuoso	Tranquilidad, hábitat similar	Bienestar animal
		Tristeza tras las rejas	Encierro, angustia, pena ... falta de libertad	Privación de libertad
Claudia Ruiz 36 años Jefa de redes	Un lugar tranquilo donde aprender de los animales, el cual me trae lindos recuerdos de mi infancia	Abuela besando a su nieta	Es inevitable asociar a mi abuela con las visitas al zoológico. Me encantaba ir con ella, siempre nos tenía pepas de zapallo secas para darle a los monos.	Recuerdos

		Familia saltando en la playa	<p>Porque por lo general, la visita al zoológico es un panorama que se realiza en familia. Es la típica salida de domingo, cuando te levantabas temprano por la ansiedad, corres y juegas con tus hermanos por todo el zoológico y luego te vas durmiendo rendido en el auto.</p>	Buen momento en familiar
		Kiosko con varios productos	<p>Es inevitable no salir con algún souvenir, me acuerdo que me gustaban mucho las máscaras de animales y las arañas saltarinas.</p>	Comercio
		Mujer descansando sobre pasto con flores	<p>Tranquilidad y olvido de los problemas (al menos por la jornada). Un día en el zoológico es ideal para descansar y pasar un buen rato disfrutando de la naturaleza.</p>	Panorama
		Niña hablándole al oído a un perro	<p>Más allá de la diversión, el zoológico es un lugar donde se le puede inculcar a los niños el amor por los animales. Especialmente, en los zoológicos que tienen granjas educativas y que permiten interactuar de manera directa con los animales.</p>	Aprendizaje

		Niña sobre una mano gigante	Nos sentimos pequeños ante tan majestuosos animales.	Variedad de animales
		Personas sobre una montaña rusa	Representa la mezcla emociones que se siente cuando ves a un animal desde tan cerca, más aún cuando puedes tocarlos.	Contradicción de ir
		Veterinario revisando un oso panda	Los zoológicos no sólo nos entregan diversión y buen tiempo de ocio, sino que son un importante aporte a la conservación de la fauna... Sin ellos, quizás nunca hubiéramos conocido un rinoceronte, por ejemplo.	conservación de la fauna
Constanza Soto 35 años Masoterapeuta	Una experiencia de aprendizaje significativo	Alguien alimentando a un bebé tigre.	Los cuidados de los animales, la responsabilidad.	Cuidado animal
		Emoji levantando la mano	Es la opinión que se forma al visitar el zoo, de animales, cuidados, es todo aquello que analizamos en esta experiencia, ya si es positiva o negativa.	Contradicción de ir
		Niño dando de comer a un conejito.	Esta imagen es de respeto hacia un ser más pequeño, respetando su espacio y su entorno.	Rescate animal
		Un niño observando concentradamente un sapito.	Descubrir, conocer cómo es y cómo se comporta.	Aprendizaje

		Una niña acariciando un cerdito.	Traté de buscar una imagen al aroma del zoo y como este te transporta a los recuerdos del campo y tu experiencia con animales, olores, sabores y texturas.	Recuerdos
		Una niña asombrada al ver una mariposa	Asocio el zoo con el asombro en los niños y niñas cuando van corriendo a ver un animal por primera vez.	Aprendizaje
		Una niña caminando en el campo.	Sentir la naturaleza, el que humanos no estamos solos y lo bueno que es conocer.	Aprendizaje
		Una niña soplando burbujas de recuerdos	El zoo sin duda te transporta a nuestra infancia, al llevar a mi hija al zoo cultivo una experiencia de vida en ella.	Recuerdos
Consuelo Ruiz Santos 57 años Trabaja en el área Portuaria	Tengo una idea muy clara de los zoológicos, y es que es el fin de la libertad de los animales. Los sacan de su hábitat y los obligan a vivir encerrados, soportando a veces condiciones climáticas a las que su especie no está acostumbrada ni biológicamente preparada	Campo abierto, cerros y una división hecha con un cierre	Imagino este lugar habitado por animales, eliminando el cierre. Esto es, cambiar la imagen de lo que veo en un zoológico	espacios pequeños
		Leones en actitud de juegos	No veo límites, rejas ni guardias. Veo felicidad en plenitud	Privación de libertad
		Niños en el campo, disfrutando y conociendo un caballo y un ternero	Los niños siempre disfrutan la compañía de los animales. Ellos disfrutaron mucho la vez que visitaron el zoológico	Entretención

		Océano, horizonte, nubes	Sentir el relaxo y la paz, después de pasar una tarde en el zoológico	Panorama
		Peluquería en una calle de Villa Alegre. Un pueblo en la Región del Maule	Imagino que es una peluquería canina, especializada en atención de lavado y corte de pelo. Me pregunto si este beneficio lo tiene los animales de los zoológicos	Cuidado animal
		Un burro amarrado con una sog a un poste, en el Cerro Playa Ancha	Me recuerda la pena que sentí la única vez que visité un zoológico. Ver animales privados de libertad	Privación de libertad
		Un perro callejero descansando en la calle	Me hace mucho sentido lo que significa la compañía de un perro. Es como tener un amigo incondicional. No recuerdo haber visto perros en el zoológico	Variedad de animales
		Una ballena con su cría dando giros en el océano	Sentir la unión y la fuerza de la conexión entre dos seres vivos relacionados por una red de familia. La libertad de vivir fuera de un zoológico	Privación de libertad
Eveleen Morales 33 años Técnico en párvulos	Los zoológicos ayudan a preservar a los animales pero a la vez los hacen vivir en condiciones que me gustaría que fueran mejores.	4 mujeres distintas y 1 hombre comparten y serían	Podemos ver y conocer distintos animales provenientes de diversos lugares geográficos de Chile y del mundo	Aprendizaje

		Hombres y mujeres de pie aplaudiendo y sonriendo	Al estar los animales detrás de vidrios o rejas, parecieran que están en exhibición o que son parte de un espectáculo y los visitantes del zoológico son el público.	espectáculo
		Se ve una imagen de una cabeza de una mujer con los ojos cerrados y sobre ella hay un dibujo de 3 veces la misma mujer conectando y desconectando cables	Yo tengo sentimientos y/o discursos contradictorios frente a los zoológicos que me generan cierta disyuntiva. Por un lado, representan la ayuda de los humanos a animales que por distintos motivos no viven en sus hábitat y ,por otro lado, no me gusta que vivan encerrados o lejos de la naturaleza	Contradicción de ir
		Un oso panda está sentado sobre el pasto	Los pandas son a mi parecer los animales símbolos de las especies en extinción y se supone que los zoológicos brindan ayuda y supervivencia a las especies que están por desaparecer del mundo.	Rescate animal
		Una calle tiene muchas personas caminando por ella en distintos sentidos	En los zoológicos recuerdo que de niña había mucha gente visitandolos y era necesario estar siempre pendiente para no perderse. Por mi trabajo, es un aspecto	Aglomeración de personas

			que consideramos para estar muy atentos al grupo de alumnos que visitan los zoológicos.	
		Una mujer se toca la cara con expresión afligida	Al visitar un zoológico hay instancias que me aflige ver algunos animales porque están encerrados o en espacios reducidos. Pienso que quizás desearían estar en otro lugar	Contradicción de ir
		Una niña está sentada sobre un hombre y juntos a ellos hay una mujer. Están en traje de baño frente a una playa.	Muchas veces visité un zoológico siendo niña. Lo hacía en compañía de mis padres y hermanos. Era considerado un paseo familiar y ahora son recuerdos de esa etapa de paseos todos juntos.	Recuerdos
		Una niña observa un cuento que le muestra una educadora	En el ámbito de la educación, la visita a un zoológico es considerado una salida pedagógica, ya que está pensada como una instancia de aprendizaje para los niños	Aprendizaje
Jimena Basaure Jadur 42 años Ejecutiva	Un lugar de esparcimiento, paseo con la familia	Animales con grandes espacios	Tal vez si se proporciona grandes espacios, los animales no darán cuenta de estar en zoológicos	amplios espacios libres
		Animales enojados	El encierro siento que produce enojo	Tristeza animal

		Animales tristes	Tal vez lo que a nosotros, los humanos nos hace felices, para los animales les entristece	Tristeza animal
		Libertad	Todos queremos ser libres	Encierro animal
		Niños felices	Aprendizaje divertido	Aprendizaje
		Paseo en familia	Felicidad, tiempo libre	Panorama
		Picnic	Compartiendo comida al aire libre	Recuerdos
		Verano, buen clima	Temperatura agradable, se siente rico	Recuerdos
<p>Juan Toledo 37 años Jefe de Marketing Digital</p>	<p>Los zoológicos representan para mi principalmente mi época de niñez, cuando en familia visitamos este tipo de lugares.</p>	Es como un cajón o caja llena de cachureos y recuerdo	Para una persona adulta el concepto zoológico evoca cuando un era chico y tenía esos paseo al zoológico, estos forman parte de los recuerdos.	Recuerdos
		Es como un set de limpieza.	Me acuerdo cuando iba al zoológico y estaban los cuidadores aseando a los animales o dándoles comida, me di cuenta de que requería mucho trabajo que lo animales estuviesen bien.	Cuidado animal
		Es un perro al parecer dentro de un departamento o logia.	Lo asocio con los zoológicos por qué el perro aparece asustando, y muchas veces me tocó ver animales asustados por la gente que los iba a ver, se sentía que no estaban en su hábitat y	Tristeza animal

			al merced del resto de la gente.	
		Es una familia que está en el mar tropical.	Me evoca al zoológico porque era típico panorama de vacaciones con la familia, cuando los papás tenían más tiempo para salir.	Panorama
		Es una familia, padre, madre con dos niños que están sonriendo	Me recuerda a los zoológicos porque eran el típico pasea familiar de los domingos, donde el papá le explicaba a los hijos el valor del zoológico y los tipos de animales que habían ahí.	Buen momento en familiar
		Es una ilustración de niñas como el colegio.	Me acuerdo de haber ido con mi curso al zoológico en la época de colegio, y tener clases de ciencias naturales con el zoológico donde uno también aprendía con los animales.	Aprendizaje
		Es una mujer con un fondo de dunas.	Me acuerdo cuando chico en la parte de animales exóticos, estos eran selváticos, como la sabana africana	amplios espacios libres

		La primera foto es de un living de un departamento o una casa que se ve decorada y acogedora.	Me recuerda un zoológico porque cuando chico veía a los animales como en un hogar, porque quizás había animales que no estaban preparados para vivir en su hábitat natural, o que habían sido maltratados y en el zoológico encontraban un hogar donde se sentían cobijados y contenidos.	Cuidado animal
<p>Maria Fernanda Ruiz</p> <p>34 años</p> <p>se dedica al cuidado de sus hijas</p>	<p>Son lugares en los que mis hijas tienen la oportunidad de conocer animales que normalmente ven desde la televisión, por lo tanto donde pueden aprender.</p>	Dos flechas apuntando entre sí	Cuando visitó un zoológico me siento contradictoria. No me gusta la existencia de lugares donde se tienen privados de libertad a los animales (y en general en condiciones precarias de espacio), pero de igual forma los visito porque a mis hijas les gusta y además aprenden.	Contradicción de ir
		Familia reunida	Los zoológicos representan un panorama para compartir y reunir a la familia y/o amigos, y vivir juntos la experiencia que ofrecen los zoológicos.	Buen momento en familiar
		Niños jugando	Para los niños los zoológicos representan mucha entretención, tanto por la experiencia de conocer animales como la de pasar un	Buen momento en familiar

			momento agradable junto a la familia.	
		Niños leyendo libros	En los zoológicos los niños tienen la oportunidad de aprender sobre animales y vida silvestre.	Aprendizaje
		Patos en el campo	Cuando visito un zoológico en particular, Buin Zoo, tengo la agradable experiencia de entrar en contacto con animales propios de campo chileno	Interacción
		Personas reunidas	Los días en que habitualmente la familia tiene tiempo de visitar un zoológico, se reúne mucha gente, lo que a veces hace la experiencia algo desagradable	Aglomeración de personas
		Viviendas con condiciones precarias	En muchos zoológicos los animales viven bajo malas condiciones, en especial por el poco espacio.	maltrato animal
		Zapallo camote	Cuando era pequeña mi abuela me llevaba al zoológico metropolitano y alimentamos a los monos con semillas de zapallo que días antes ella había secado. Una experiencia maravillosa. Sentir una manito pequeña, suave y blanda de un animal asombroso.	Recuerdos

<p>Paola Gutiérrez</p> <p>30 años</p> <p>Educadora de Parvulos</p>	<p>En términos generales un zoológico es un parque de atracción, en el cual se exhiben diferentes especies de animales y que pueden ser visitados por todo público. No obstante para mí un zoológico es una fuente de dinero capaz de destruir la vida animal, poniendo en peligro la biodiversidad de nuestro planeta.</p>	Día soleado	El zoológico por el hecho de ser un recinto al aire libre me recuerda un día agradable de verano, ya que la mayoría de las veces lo he visitado con esas circunstancias climáticas.	Panorama
		Dinero	El zoológico es un organismo que aparta a los animales de su vida salvaje, llevándolos a un ambiente artificial con el objetivo de obtener ganancias millonarias.	Lucro con animales
		Paseo familiar	El zoológico es una alternativa de panorama de fin de semana para pasar un día agradable junto a la familia.	Panorama
		Un grupo de niños y niñas	El zoológico es un parque de atracción que busca la entretención de los más pequeños.	Entretención
		un grupo de personas jugando y divirtiéndose	El zoológico es una actividad que permite divertirse y pasar un día agradable junto a la familia, pareja o amigos.	Buen momento en familiar
		Una lágrima	Ver a los animales encerrados me evoca un sentimiento de tristeza, ya que considero que todos ellos estarían más	Privación de libertad

			felices en un entorno real y natural, en su propio hábitat, en su hogar...	
		Una profesora enseñando	El zoológico es la instancia perfecta que tenemos los padres para entregar a nuestros hijos conocimientos relacionados con las diferentes especies de animales, y valores enfocados en el cuidado y respeto de nuestro planeta.	Aprendizaje
		Vida en el planeta.	El zoológico es una entidad que aparta a los animales de su hábitat natural lo que conlleva a la destrucción de la biodiversidad de nuestro planeta.	Destrucción de la biodiversidad
Patricia Cabezas Vergara 36 años Croupier	Son cárceles de infierno eterno para los animales que son inocentes	Barrotes que dejan ver en el fondo un camino y entre deja ver poca luz natural y en general poca luz en la sala	Los zoos son sólo cárceles, los animales no ven más que barrotes y nada de su hábitat natural	Privación de libertad
		El dibujo de una mujer sólo con un palo que está sobre 3 piedras, alrededor nada...sólo desierto	Todo animal en un zoo está confinado al aislamiento sin poder escapar a ningún lado. Completamente sólo y lejos de su pares.	Privación de libertad
		El retrato de 3 osos polares abrazados evidenciando ser una familia	Una imagen que no pasará en un zoo, los animales de los zoos no podrán ser felices si no continúan su vida	Tristeza animal

			normal...sin familia, sin los suyos.	
		Personas comiendo en un restaurante y a través del vidrio que los separa de la calle otras personas disfrazados de animales viéndolos comer	Cómo sería en un mundo al revés donde las personas estuvieran encerradas mientras los animales se entretienen viéndonos en nuestra rutina, sólo para su diversión o "conocimiento"	Privación de libertad
		Un cachorro de perro blanco con manchas café, echado en el suelo con la mirada triste	La misma mirada triste y resignada de los animales de los zoológicos, destinados a ser infelices para toda su vida	Tristeza animal
		Un payaso en medio de un bosque deforestado	Los animales en los zoológicos están completamente fuera de su hábitat	Privación de libertad
		Una imagen de lava y volcanes haciendo erupción, todo en fuego ardiendo	Similitud del infierno que deben vivir los animales en un zoológico	Tristeza animal
		Una jaula que cree que con tener un techo de un lindo y colorido amarillo deja de ser una jaula y ya.	Las jaulas son jaulas sin importar cuánto puedan decorarlas	Privación de libertad
Robinson Morales 69 años Pensionado	Es la primera experiencia mágica de ver reunidas tantas especies diferentes y desconocidas algunas	6 hombres adolescentes están juntos sonriendo	La primera visita es con los padres pero la visita al zoológico con los compañeros de curso también es especial .	Recuerdos
		Cuatro elefantes caminan en fila	El elefante representa lo más fantástico de un zoológico , su inmenso	Variedad de animales

			tamaño y a su vez su docilidad	
		La portada de un libro muestra diversos animales chilenos. Algunos de ellos son: pájaro carpintero, puma, cóndor, huemul, sapo y pudú.	Siempre me pregunté si La convivencia y su diversidad era la misma de día que de noche	Cuidado animal
		Un hombre adulto está agachado junto a un niño que tiene una herida en la pierna	Algo transversal. De todos los padres o adultos , la preocupación de accidentabilidad de los niños por la ansiedad y la curiosidad de ellos.	Aprendizaje
		Un hombre camina por un puente colgante de madera en medio de un bosque	Antes de conocer el zoológico lo imaginaba con mucha vegetación y con animales muy cercanos los caminos	Recuerdos
		Un hombre come empanada	La ida al zoológico partía en la mañana con la merienda a llevar , pero eran más ricas las cabritas, los barquillos y dulces que vendían allá.	Comercio
		Un oso panda camina solo	Cada vez que visitaba el zoológico , pensaba que iba a encontrar un panda.	Variedad de animales
		Una mujer y un hombre están sentados junto a un niño frente a un paisaje natural	Siempre pensé que al zoológico se tenía que ir con los padres , recuerdo haber visto Solo familias .	Buen momento en familiar

<p>Sofía Soto Fica 33 años DEPTO. Adquisiciones</p>	<p>Siento que en algunos zoológicos, los animales se ven tristes, tienen poco espacio para transitar, están flacos y hambriento, por consecuencia estresados. Por otro lado hay zoológicos que rescatan animales de circos en muy mal estado, para brindarles una mejor vida, también en el zoológico es posible conocer animales que nunca podremos ver en nuestra fauna nacional, además creo que este espacio permite a la familias compartir juntos y dejar de lado lo cotidiano o rutina y que los niños puedan conocer en directo los animales.</p>	<p>Ave de colores exóticos</p>	<p>Los zoológicos también nos brindan la posibilidad de conocer en vivo y en directo animales que jamás podremos ver en nuestra fauna. Animales que son exóticos para nosotros.</p>	<p>Aprendizaje</p>
		<p>Es una Familia contenta.</p>	<p>El zoológico le brinda a las familias una espacio donde pueden compartir, e interactuar con los animales.</p>	<p>Buen momento en familiar</p>
		<p>Hombre con mucha rabia, ya que tiene su plato sin comida y tiene hambre.</p>	<p>Hay animales que están hambriento, decaídos y también con rabia.</p>	<p>Tristeza animal</p>
		<p>Hombre flaco</p>	<p>En algunos zoológicos que a tocado ver a animales muy flacos, debido a la poca alimentación que les brindan.</p>	<p>Cuidado animal</p>
		<p>Mujer con manos en la cabeza, agobiada por el estrés.</p>	<p>Los animales al no tener suficiente espacio para transitar, al no estar en su hábitat natural, le genera un estrés, que lo noto cuando ellos dan vueltas y vueltas en sus jaulas. Es por ello que asocio que padecen de estrés.</p>	<p>Tristeza animal</p>
		<p>Mujer en un departamento muy pequeño.</p>	<p>Creo que algún animales se siente de esa forma, ya que son de gran tamaño y están en jaulas pequeñas, no</p>	<p>espacios pequeños</p>

			tienen un espacio idóneo para transitar.	
		Mujer rescatando a un perezoso.	Por otro lado se que los zoológicos Rescatan animales que se encuentran en mal estado desde Circos o de otro zoológicos que no les brindan los cuidados necesarios. Lo cual me parece muy bueno.	Rescate animal
		Mujer Triste	Creo que es lo que sienten algún animales que viven en el zoológicos.	Tristeza animal
Victor Ruiz F 30 Años Ingeniero en eléctrico	Paseo familiar	Artesanía de Feria Santa Lucía	En los Zoológicos hay bastante comercio, con beneficiarios tanto internos como externos al centro turístico.	Comercio
		Desierto	Generalmente se asiste al Zoológico en épocas de Primavera y Verano, por el buen clima. En mi experiencia, recuerdo el alto calor sumado a las extensas caminatas al interior del Zoológico.	Cansancio
		Un grupo de personas haciendo trekking	Los Zoológicos son muy extensos en circuitos, y hay que caminar bastante. Agotadores	Cansancio
		Un Parque de Diversiones	Al igual que un Zoológico, un lugar de atracción turística, principalmente de	Panorama

			familias, que vienen a divertirse.	
		Un roedor en la mano de una persona	Por películas orientadas a Asia, donde cazadores se introducían en selvas en busca de orangutanes para el mercado negro, dejaban a muchos animales huérfanos.	Lucro con animales
		Una fuente con frutos secos	Los frutos secos, en especial el maní con cáscara, lo asocio a la época en que uno iba al Zoológico y se nos permitía alimentar a los animales	Interacción
		Una granja de vacas	Por sobretodo lo que uno pueda asociar a un Zoológico, prima que los dueños lucran con la infelicidad de animales privados de libertad	Lucro con animales
		Una lechuga en una caja del SAG	Por historias de conocidos, entiendo que los Zoológicos también generan rescate y cuidado animal	Rescate animal

7.3. Anexo N°3: Desglose mercado potencial total

Cálculo basado en los indicadores socio-demográficos del Censo 2017⁵, encuesta Casen 2015⁶ y la nueva segmentación GSE⁷

Región Metropolitana

- Hogares totales 2.378.442
- Hogares con niños y adolescentes: 47,6%
- % Hogares C1a: 8,8% / C1b: 7,9% / C2: 14,1% / C3: 27,3%
- Hogares potenciales de la región: 657.772

Región de O'Higgins

- Hogares totales 354.313
- Hogares con niños y adolescentes: 48,2%
- % Hogares C1a: 3,8% / C1b: 4,2% / C2: 8,9% / C3: 24%
- Hogares potenciales de la región: 69.849

Región del Maule

- Hogares totales 411.201
- Hogares con niños y adolescentes: 48,1%
- % Hogares C1a: 2,2% / C1b: 3,3% / C2: 7,3% / C3: 7,3%
- Hogares potenciales de la región: 39.755

⁵ <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/regiones>

⁶ http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/fichas_regionales_2015.php

⁷ <https://www.pauta.cl/economia/ab-c1a-y-c1b-la-nueva-segmentacion-de-los-grupos-socieconomicos-altos>

7.4. Anexo N°4: Protocolo de interacción con los visitantes

Cada vez que un funcionario de Parque Safari, se acerca a un visitante debe entregar el siguiente saludo: ¡Hola! ¡Feliz día en Parque Safari! ¿En qué puedo ayudarte?.

1) Direcciones dentro del parque:

- a) En caso que la duda sea cómo llegar a un lugar del Parque, el colaborador debe acompañar al visitante a dicho lugar, mientras les cuenta características del animal exhibido o de la atracción.
- b) Al llegar al sitio, el profesional debe preguntar ¿Alguna otra indicación o duda que tengas sobre el parque?
- c) Si la respuesta es no el colaborador debe despedirse con la siguiente frase: Nos vemos y sigue disfrutando de Parque Safari.
- d) Si la respuesta es si: Se debe entregar la información requerida, hasta que la respuesta sea no.

2) Horarios del Parque:

- a) En caso que un visitante consulte sobre el horario del parque el profesional debe indicar el horario de finalización de actividades, seguido del número de horas o minutos que quedan por delante con la siguiente frase: “Te quedan X horas de diversión en Parque Safari”.
- b) Luego de entregar esa información, el colaborador debe preguntar. ¿Te puedo ayudar en algo más? En caso que haya una segunda pregunta, seguir el protocolo para esa pregunta. En caso que no hayan más preguntas, el colaborador se debe despedir con la siguiente frase: Nos vemos, sigue disfrutando el Parque.

3) Estado de un Animal:

En caso que un visitante pregunte por el estado de un animal, el colaborador debe entregar la siguiente información: Nombre, especie, tiempo que lleva en el parque, procedencia y un tip de su especie en su hábitat natural.

- a) Finalizada esta entrega de la información el colaborador debe incentivar al visitante a hacer uso del código QR ubicado en el habitáculo del animal.

- b) Luego de entregada toda esta información el profesional debe preguntar ¿Te puedo ayudar en algo más? En caso que la respuesta sea no, el colaborador se debe despedir con la siguiente frase: Nos vemos, sigue disfrutando el Parque Safari.
- c) En caso que el visitante realice una pregunta que el colaborador no sepa su respuesta, este debe solicitar apoyo de otro colaborador, pero antes le debe responder: No tengo la respuesta exacta para tu pregunta, pero le pediré a mi compañero que nos explique a los dos.
- d) Si no hay un colaborador cerca, este debe ir a buscarlo o llamarlo por radio para hacer la consulta. Si el visitante tiene prisa, se le debe indicar: “continúa y yo te busco en la próxima atracción”.