

Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla

Nava Tellechea, Acela Carolina

2016

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/2245>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con reconocimiento de validez oficial por Decreto
Presidencial del 3 de abril de 1981



PROGRAMA DE ADOPCIÓN VIRTUAL DE LOS ANIMALES DEL ZOO PARQUE LORO PUEBLA

DIRECTOR DEL TRABAJO
MTRA. MARÍA AURORA BERLANGA ÁLVAREZ

ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE CASO
que para obtener el Grado de
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

presenta

ACELA CAROLINA NAVA TELLECHEA

INDICE

ZOO PARQUE LORO PUEBLA	3
Breve historia y recorrido	4
Grupo interdisciplinario que resolverá el problema	8
I. ANALISIS DEL CASO: ZOO PARQUE LORO PUEBLA	10
1.1 Problemática del Zoo Parque Loro Puebla	10
1.2. Objetivos	11
1.2.1. Breve descripción del proyecto	12
1.2.2. Aprendizajes alcanzados por el alumno	13
1.2.2.1 Dimensión de análisis	15
1.2.2.2 Dimensión conceptual	18
II. PROGRAMA DE ADOPCION VIRTUAL DE LOS ANIMALES DEL ZOO PARQUE LORO PUEBLA	23
2.1 Antecedentes	23
2.2 475 especies en peligro de extinción en México	34
2.3 Aplicación del Design Thinking	36
2.3.1 Design Thinking para encontrar la solución al problema	36
2.3.2 Justificación	37
2.4 Toma de Decisiones	38
2.5 Conclusiones	43
Bibliografía	45
Glosario	46

ZOO PARQUE LORO PUEBLA



Proyecto del Zoo Parque Loro Puebla presentado por Acela Carolina Nava Tellechea estudiante de la Maestría en Comunicación y Diseño Gráfico.

Zoo Parque Loro Puebla es un zoológico creado por el sector privado para la reproducción y conservación de los animales. Su giro es de recreación, enfocado desde su creación a la educación ambiental de la comunidad.

Está ubicado en Puebla en la Carretera Federal a Atlixco km 9, colonia San Bernardino en Tlaxcalancingo. CP 72820. México.

Inicio del proyecto: 24 de junio, 2016.

Plazo para resolverlo: 5 de julio, 2016.

Alejandro Reed Leal, cliente, busca un proyecto de seguimiento de educación ambiental y educación para evitar el maltrato animal y que los visitantes del parque incluyan este aprendizaje en su vida cotidiana.

BREVE HISTORIA Y RECORRIDO

Zoo Parque Loro Puebla inicia su trayectoria en 1991 cuando 30 caballos miniatura llegan al Rancho “El Herradero”. En noviembre de 1999 inicia operaciones como parque recreativo.

Al principio era tan solo un albergue y criadero de un gran número de animales silvestres que son amenazadas en su hábitat natural por lo que el dueño decide albergarlos, cuidarlos y hacer un parque para la comunidad. Como ya se mencionó Su giro es recreación pero su enfoque es de educación.



Imagen 1. Zoo Parque Loro Puebla inició como albergue de caballos miniatura

La Misión de Zoo Parque Loro Puebla es salvar al planeta, enseñando y empoderando a la sociedad a respetar la vida animal y a su entorno. Y la Visión del parque es llegar a ser una organización modelo en temas de educación ambiental y conciencia ecológica.

Zoo Parque Loro Puebla es un zoológico que cumple con los objetivos de recreación y conservación por lo que la Asociación de Zoológicos y Acuarios de México (AZCARM) le otorgó su primera certificación en el 2011 como uno de los tres primeros zoológicos del país en lograr dicha certificación. El 27 de mayo del presente año se le otorgó su última acreditación.

Tiene convenio con varias instituciones para realizar prácticas sociales, de las cuales destaca la Universidad Mesoamericana. De esta universidad son reclutados muchos de sus colaboradores. Cuenta con 50 empleados.

En el habitan 96 especies y más de 400 ejemplares de animales silvestres de las cuales se pretende su reproducción para venta o intercambio con otros zoológicos para obtener recursos para el mantenimiento del parque, conservación y

alimentación de sus animales en peligro de extinción. Su fauna se compone de mamíferos y ovíparos. Mamíferos como tigres blancos, leones, jaguares, osos negros, agutíes, ardillas, erizos, tamarines, lémures, mapaches, perritos de la pradera, puercoespín africanos, changos de varias especies, conejos, cabras, wallabys, perezosos y cabeza de león dorado. Aves como el caique cabeza negra, loros, cotorros, guacamayas, pericos y pájaros. Ovíparos como lagartos, ajolotes, camaleones, dragones, tegús, tortugas, varanos y serpientes. Los animales se encuentran en pequeños espacios abiertos que cuentan con protecciones y están divididos por jaulas, mallas de metal o cristales por los cuales los visitantes pueden observar a los animales.



Imagen 2. Mono Titi, fauna del Zoo Parque Loro Puebla.

Además de la convivencia con los animales, el visitante encuentra en el parque un taller de reciclaje impartido para visitantes de todas las edades, pero que aprovechan más los niños; pláticas o conferencias impartidas en el auditorio; un área de reproducción, un área de cuarentena, una clínica veterinaria y una hemeroteca del zoológico que, por cierto, casi nadie visita.

Su situación comercial es buena pero no óptima, así es que el Zoo Parque Loro Puebla necesita desarrollar una actividad adicional a la venta o intercambio de sus animales para mejorar la infraestructura con la que cuenta actualmente, así como para mejorar la vida de las especies que en él habitan.

Las familias van a este zoológico a pasear. Esto lo hacen en fin de semana o en su día de descanso. Por lo regular llegan de 3 a 6 miembros por familia. La edad de los niños que gustan de recorrer este parque fluctúa entre los 3 y 14 años.

Los grupos escolares asisten al Parque de lunes a viernes y hacen el recorrido con un guía. Entre los grupos de estudiantes y las familias, el Parque tiene una afluencia de 400 personas por semana aproximadamente. Por lo que con este proyecto, se pretende vincular al Parque con la sociedad y darlo a conocer un poco más en las redes para lograr una afluencia de 700 visitantes a la semana.



Imagen 3. Recorrido guiado en el parque

Además de pasear, durante el recorrido del Zoo Parque Loro Puebla, el visitante podrá realizar las siguientes actividades:

1. Taller de reciclaje: en el primero patio a mano derecha se encuentran unas mesas en las que personal del parque invita a los niños a pintar pájaros, pollos, cotorros, máscaras de tigre o cebra y huellas de osos o tigre.

Para esta actividad utilizan el cartón del papel de baño, cartón de cajas, plumas y pintura de agua de distintos colores. Mientras los niños pintan unos rollos de cartón que cuentan con unas tapas y ojos que parecen pájaros, la instructora les pregunta ¿qué es el reciclaje?. Según la respuesta de cada visitante, les comenta a los niños que los cartones con los que están pintando son reciclados y que pueden realizar esta misma actividad en su casa.

2. Herpetario Draconis: en un cuarto cerrado se encuentran especies de iguanas, serpientes, tarántulas y arañas que el usuario puede visitar con la ayuda de un guía.



Imagen 4. Recorrido dentro de Draconis

A veces, este guía que está en la entrada del área, saca a pasear a algún reptil para que los usuarios del Zoo Parque Loro Puebla puedan tocarlos e identifiquen el área donde los puedan encontrar.

3. Pláticas interactivas con animales a las 12:30 y 3:30 pm en el auditorio. El personal del zoológico realiza esta actividad. Ellos dan estas pláticas ya que

conocen el manejo de los animales y las actividades que realiza cada especie dentro y fuera del parque. Únicamente hablan de la vida de los animales silvestres; no de los domésticos. El personal comenta que antes tenían un show con animales como guacamayas pero ya no existe porque las nuevas leyes lo prohíben.

A veces hay talleres o pláticas impartidas por especialistas como el que Steve Martín impartirá sobre el comportamiento y cuidado animal, el 27 y 28 de julio.

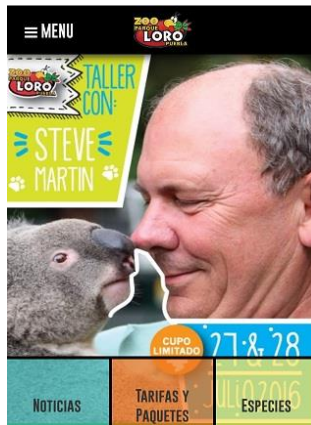


Imagen 5. Promoción de un Taller en la página web del Zoo Parque Loro Puebla.

4. Fotografía oficial con el logotipo del Zoo Parque Loro Puebla. En medio del pasillo principal se encuentra un área con una banca en la que por una cuota adicional, un profesional de la lente le tomará al visitante una fotografía oficial del Zoo Parque Loro Puebla con algún animal.

5. Salón de recuerdos: Son 2 cuartos cerrados en los que se encuentra una compilación de noticias del parque. Hay información que data desde sus inicios cuando era un rancho donde cuidaban caballos miniatura. Dichas noticias se han difundido tanto en periódicos como revistas.

En esta sala también hay diplomas y reconocimientos que se le han otorgado tanto al Director general, Sr. Alejandro Reed, como al parque.

6. Clínica veterinaria: En esta área podemos encontrar tanto a los nuevos miembros del parque como a los que se encuentran en recuperación. Un veterinario está al pendiente de su alimentación y de sus cuidados.

Además, en el pasillo de esta área, hay una televisión donde se transmiten videos de la reproducción de distintas especies animales.

7. Área de cuarentena: hay una flecha que señala el camino para llegar a esta área pero no se distingue ya que no está bien delimitada. Por ello, el visitante no percibe si está en el área o se la pasó de largo.

En Puebla, su competencia directa es Africam Safari. Aunque en extensión y fauna no se parecen mucho puesto que Africam es mucho más grande y cuenta con muchísimos más animales viviendo en éste; pero los dos parques fueron hechos con la misma misión de recreación y reproducción de animales salvajes y con la misma intención de que los visitantes convivan con estos en su hábitat natural.

GRUPO INTERDISCIPLINARIO QUE RESOLVERÁ EL PROBLEMA

Cinco personas de distintas profesiones analizan la problemática que tiene el zoológico de que sus visitantes no muestran una vinculación con lo aprendido dentro del parque acerca de la naturaleza y la conservación del medio ambiente. Y que no replican lo aprendido en su vida cotidiana.

El equipo está formado por:

Eduardo de Jesús Ortiz Jasso, arquitecto de profesión. Quien radica y labora en Cancún, Quintana Roo. Lugar donde formó un despacho de arquitectura junto con un socio. En el despacho elaboran proyectos urbanos. Hace 5 años cursó la Maestría en Estudios y Gestión de la Ciudad, pero le faltó la titulación por lo que se integra a este curso del IDIT para actualizar sus conocimientos y entregar su proyecto de titulación.

Mario Rojas de la Rosa, es ingeniero mecánico y trabaja en la empresa Volkswagen en el departamento de supervisión de piezas. Pronto iniciará la Maestría en Diseño Estratégico por lo que cursó este Maratón de Innovación Tecnológica como inducción para los siguientes estudios.

Ivette Rivera es comunicóloga, imparte algunas asignaciones en el Departamento de Arte, Diseño y Arquitectura. Impartirá clases a la siguiente generación de la Maestría en Diseño Estratégico por lo que cursa el Maratón del IDIT para tener un panorama completo de la Maestría, así como la disciplina en la que proyectaran sus alumnos.

Luis Tellería. Luis estudia el cuarto semestre de la carrera de Administración, por lo que es pasante de la Universidad Iberoamericana. Luis busca con estas horas enriquecer y abordar sus proyectos desde otro enfoque ya que hace algún tiempo desarrolló un proyecto en Brodmann52 con Carlos Martínez Domínguez, profesor del Maratón.

Y la que suscribe el presente trabajo, Acela Carolina Nava Tellechea, comunicóloga, egresada de la Universidad de las Américas Puebla. Quien actualmente trabaja en el ramo de las telecomunicaciones. Y hace algunos años cursó la Maestría en Comunicación y Diseño Gráfico pero le falta el proceso de titulación, razón por la cual tomó el Maratón en el IDIT.



Imágenes 6 y 7. Integrantes del equipo que presentó el caso Zoo Parque Loro Puebla.

El equipo se enfoca en el seguimiento de la educación ambiental, el cuidado animal y la experiencia que adquieren los visitantes del zoológico para poder agarrar de raíz el problema presentado por Alejandro Reed.

Para resolver el problema que es la escasa educación ambiental en la comunidad para evitar el maltrato animal y que los usuarios del parque incluyan este aprendizaje en su vida cotidiana, el equipo desarrolla un Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla que en primera instancia se dará a conocer en persona en las instalaciones del parque y se difundirá con ayuda de videos, memes y blogs en los medios de comunicación electrónicos de la institución; mismos medios con los que se dará el seguimiento del objetivo que se persigue.

El personal del zoológico a través del Programa de adopción virtual de los animales de Zoo Parque Loro Puebla logrará la interacción con los usuarios del parque, objetivo que persigue el cliente. Esta interacción llena de educación ambiental logrará experiencias significativas en cada persona que adopte un animal por lo que con el seguimiento de este programa la comunidad conocerá más sobre la vida de los animales, lo que se traducirá en el aumento de personas consientes que eviten el maltrato animal y que cuiden el medio ambiente.

La implementación del Programa de adopción virtual de los animales de Zoo Parque Loro Puebla y el cambio en las técnicas de interacción del personal del parque con sus visitantes y en sus talleres, serán vitales para lograr la concientización que queremos lograr en la población. Y para lograr el vínculo entre los visitantes y la fauna del Zoo Parque Loro Puebla, se harán las sugerencias necesarias para mejorar ciertos problemas que se perciben en las instalaciones que ayudarán a este acercamiento que se persigue.

I. ANALISIS DEL CASO: ZOO PARQUE LORO PUEBLA

Debido a ciertas actividades que el hombre realiza por pasatiempo, comercio o desconocimiento en México han desaparecido muchas especies de flora y fauna por lo que Zoo Parque Loro Puebla desea transmitir conocimiento sobre el cuidado y protección ambiental para evitar que esto siga sucediendo.

Zoo Parque Loro Puebla desea que los usuarios del parque incluyan el aprendizaje aprendido en su experiencia del recorrido de sus instalaciones en su vida cotidiana, por lo que se desarrolla el Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla.

El personal de este parque dará a conocer al visitante el Programa de adopción virtual de los animales de Zoo Parque Loro Puebla durante su recorrido en el parque y posteriormente se difundirá en videos, memes y blogs que se subirán a los medios de comunicación electrónicos de la institución.

1.1 PROBLEMÁTICA DEL ZOO PARQUE LORO PUEBLA

La gente que visita el Zoo Parque Loro Puebla durante su recorrido no recibe una experiencia vivencial en la que interactúe y aprenda sobre la vida de los animales que en él habitan.

Primero porque el diseño del recorrido del parque no ayuda a resaltar las áreas enfocadas para la reproducción y cuidado de los animales en cuarentena, por eso los visitantes se pasan de largo áreas tan importantes como la veterinaria donde podrían aprender mucho sobre la reproducción o sobre los animales que son atendidos y cuidados en el momento en el que ellos están en las instalaciones del zoológico.

Segundo porque desde que el visitante empieza su recorrido debería obtener más información sobre ciertos temas como lo que hacen los animales y sus actividades. Por ejemplo, si están comiendo, cómo y de qué se alimentan. Si están durmiendo, la hora en la que duermen. Si están en el área de cuarentena, su temporada de reproducción, etc. Es decir, se le debe dar más información de la que hay actualmente en fichas colocadas frente a la jaula de cada especie.

Tercero, no existe una base de datos de los visitantes que permita la comunicación directa para lograr un seguimiento de educación constante entre el visitante y el parque.

Cuarto, en las redes sociales y en la página del parque encontramos mucha información acerca de otros parques de recreación como lo son zoológicos, acuarios, parques de diversión, circos, así como sobre educación ambiental. Pero

en el caso de las redes del parque la información no nos permite la navegación o acceso dentro de la información de sus ligas. Esta información debe ser más explícita en cuanto a temas de educación ambiental.

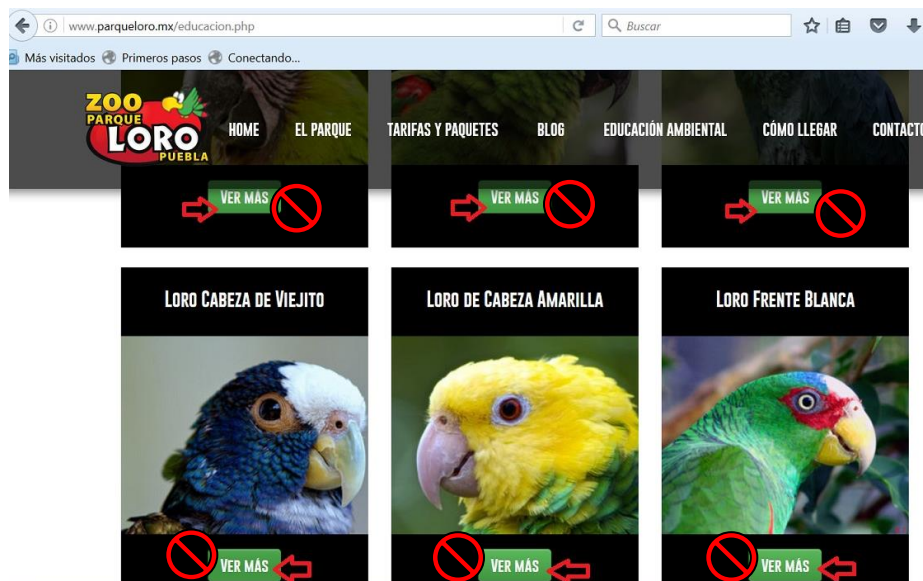


Imagen 8. Las ligas de educación ambiental no te dejan ver más información sobre cada especie. Solo se pueden ver las fotos de la fauna que vive en el parque.

Por lo anterior y debido a que el Zoo Parque Loro Puebla está interesado en proyectos de seguimiento de educación ambiental y educación para evitar el maltrato animal, así como que sus visitantes incluyan en su vida cotidiana este aprendizaje para evitar la extinción de más especies, se desarrolla un Programa de adopción virtual de los animales de Zoo Parque Loro Puebla. A partir de su implementación, el personal del zoológico deberá jugar uno de los papeles principales durante el recorrido de los visitantes ya que buscará interactuar con ellos y tocar temas de educación ambiental. Tratando de que el usuario se lleve una experiencia significativa y despierte curiosidad por la vida de los animales para que tal vez con esto y con la comunicación constante por mail y por las redes sociales del parque, adopte un miembro de la comunidad que habita en el zoológico y siga protegiendo a las especies endémicas de su comunidad.

1.2. OBJETIVOS

El parque creará una base de datos de sus visitantes con el fin de mantener una comunicación constante con ellos.

Para lograr concientizar a la población de que se están extinguiendo las especies a causa de la explotación y maltrato que reciben del hombre se mejorará la técnica de interacción del personal del parque con sus visitantes. Esto desde que los reciben y la información que dan en sus talleres.

Se mejorarán las instalaciones del parque para que el visitante se lleve más información sobre las necesidades y actividades de cada especie.

Se creará el Programa de adopción virtual de la fauna del Zoo Parque Loro Puebla para vincular a la comunidad con el zoológico y con ello la vida animal.

1.2.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Se desarrollará un Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla. Dicho programa será presentado por el staff al visitante dentro de las instalaciones del parque a través de la interacción durante su recorrido. En el módulo destinado a la adopción o en la clínica, el veterinario logrará que algún miembro de la familia se interese por adoptar a un animal de los que viven en el parque y se encargará de acrecentar la base de datos para mandar a los visitantes más información sobre la adopción. Dicho programa posteriormente, será difundido a través de la actualización de la información e interacción de las ligas de su página y sus redes sociales. Cabe señalar que actualmente se difunde información sobre el parque pero la información es básica y superficial; además de que las ligas no te llevan a ninguna información adicional que pudiera despertar en el internauta, el interés por la vida de la fauna del zoológico.

Las herramientas que se usarán para despertar el interés de este tema en el visitante son: la fauna del zoológico, sus empleados, las áreas de reproducción, el área de cuarentena, la clínica veterinaria y los medios digitales. Y un módulo nuevo destinado a la adopción.

Estas herramientas se adaptarán de la siguiente manera para que haya una mejor información durante el recorrido de los usuarios del parque:

En primer lugar, el letrero que está en el pasillo principal del zoológico que indica la misión y visión del parque no es leído por la mayoría de los visitantes.

Por lo que durante la implementación del proyecto, al llegar a este letrero habrá un veterinario con un cachorro en este pasillo para que cuando llegue el visitante a este punto pueda tocar a un cachorro; mientras que el veterinario le señala lo importante del letrero y le muestra el camino para llegar a las áreas de reproducción y cuneros, logrando con esto que el visitante enfoque su atención en la información, así como en dichas áreas.



Imagen 9. Personal del Zoo Parque Loro Puebla cargando a cachorros, que invitan al visitante al área de cuneros y reproducción.

Hay un letrero en forma de cruz que muestra el camino a las áreas que señalará la persona que da la bienvenida pero no se ve, por lo que se deberá modificar, ampliar y cambiar de lugar además de ser explicadas cada una de las banderas para que el visitante sepa a donde se dirige.



Imagen 10. Señalética que muestra las áreas del parque

En cuanto a la información de las redes tenemos lo siguiente. Son la cuenta de tuitter @ZooParqueLoro, la página del parque y el Facebook. El tuitter es de fácil accesibilidad pero las demás redes sociales del parque no lo son ya que sus ligas no funcionan. Por ello, no existe interacción virtual entre el usuario y el parque.

1.2.2. APRENDIZAJES ALCANZADOS POR EL ALUMNO

Durante el curso, el alumno aprende a usar el pensamiento divergente en los pasos del *Design Thinking* como herramienta para innovar en el proceso creativo.

Existen 2 clases de pensamiento para dar la solución o respuesta a un problema. Según el hemisferio que se utilice este será: divergente o convergente.

El *pensamiento convergente* se lleva a cabo en la parte del hemisferio izquierdo del cerebro y sirve para escoger una opción entre muchas. Es decir, te lleva solo a una respuesta. Es el pensamiento que por años se ha inculcado en los alumnos en el sistema educativo actual y por el cual se da una sola respuesta a un problema.

El *pensamiento divergente* se lleva a cabo en la parte del hemisferio derecho del cerebro y sirve para generar tantas ideas y pensamientos como sean posibles. Este es muy usado por los diseñadores en el proceso creativo para innovar ya que te lleva a entender las necesidades de las personas y a conectar las partes del problema o insights para dar varias opciones de respuesta.

Con esta premisa se manejó, durante todo el curso, el proceso creativo. Saltando de lo divergente a lo convergente y viceversa en cada etapa del proceso.

Por ejemplo, en la investigación del tema para resolver el caso, se usó el pensamiento convergente. Es decir, se planteó el problema y se trató de encontrar una solución. En el caso específico del Zoo Parque Loro Puebla, se buscó la información primaria del parque, por ejemplo cómo se llega a él, qué animales tiene, cuántos parques similares hay y demás información básica.

En la segunda etapa, la divergente, se recabó información de todas partes para poder analizarla. En ese momento, fue cuando se realizó la investigación secundaria. Por ejemplo, la etnográfica. Esta se lleva a cabo en el lugar de los hechos para conocer qué es lo que piensa la gente. Se recoge información de todas partes desde tomar fotos hasta hacer entrevistas a la gente que está en ese momento en el parque.

La información secundaria genera los insights. Según Jonah Lehrer (2012) un *insight* surge del análisis de esa información. Y un insight sucede cuando se ve lo conocido desde una nueva perspectiva o reacomodo.

Los Insights expresan deseos o puntos de dolor. Son los pequeños problemas y oportunidades que encontramos en el gran problema.

Es muy fácil encontrar los insights (problemas) si se articula la siguiente oración:

Yo (*hecho*), porque (*razón*), pero (*tensión*).

Las oraciones que se formaron con las ideas que se extrajeron de las entrevistas a los visitantes, son las siguientes:

-Yo vengo al Zoo Parque Loro Puebla porque me gusta convivir con los animales, pero aquí no se puede convivir.

-Yo visito el Zoo Parque Loro Puebla porque quiero saber cómo nacen los animales pero nadie me indica dentro del parque.

-Yo voy a conocer el Zoo Parque Loro Puebla porque no lo conozco pero no me gustó mucho.

Se separa en partes el análisis de la información que se obtuvo para después reacomodar de una nueva manera haciendo una síntesis.

¿Qué vimos?, ¿qué aprendimos?, ¿qué significa?, ¿Cómo se aplica?

Se encapsularon las historias de la gente que estaba recorriendo el parque para obtener información. Después se reacomodó la información por temas y se extrajeron los insights.



Imagen 11. Formación de la matriz de insights del Zoo Parque Loro Puebla

También se trabajó con la Matriz de ideación para identificar a los arquetipos de los visitantes del parque. Se definieron las cualidades, habilidades y necesidades de los posibles visitantes.

1.2.2.1 DIMENSIÓN DE ANÁLISIS

Las habilidades que desarrolla el alumno durante el Maratón de Innovación son: identificar problemas, explicar causa y efectos de un problema, desarrollar y criticar alternativas de solución, desarrollar criterios de decisión y tomar decisiones y justificarlas a partir de análisis y juicios.

Se alumno se enfoca en los siguientes pasos para innovar: cuestiona, explora, aprende, imagina y crea.

Se identificaron los siguientes problemas:

Que la educación ambiental en la comunidad es muy poca por lo que se refleja en la contaminación del medio ambiente y el daño que se les hace a las especies que cada vez se extinguen más.

Que en el Zoo Parque Loro Puebla no se ha implementado un Programa que incluya actividades con una buena técnica de enseñanza de educación ambiental para que lo aprendido sea significativo en cada individuo y así lo incluyan en su vida cotidiana.

Que el parque no cuenta con una base de datos que le permita tener una comunicación continua con sus visitantes.

Las causas y efectos de estos problemas son que el visitante al no tener una experiencia vivencial en la que interactúe y aprenda sobre la vida de los animales que en él habitan no se conecta con lo que sucede en el parque. Puede ser, porque el diseño del recorrido del parque no ayuda a resaltar las áreas enfocadas para la reproducción y cuidado de los animales en cuarentena. Porque desde que el visitante empieza su recorrido debería obtener más información sobre el cuidado de los animales, su reproducción y sus actividades. Porque no obtienen más información que la poca que hay escrita en las fichas colocadas frente a la jaula de cada especie. Porque no existe una base de datos de los visitantes que permita la comunicación directa entre el visitante y el parque. Porque las redes sociales y la página del parque no muestran información completa y explícita en cuanto a temas de educación ambiental. Y porque no hay información en sus blogs.

La falta de educación ambiental y el desconocimiento del cuidado de las especies animales se reflejan en que la población las siga maltratando indirectamente con la contaminación ambiental y que cada vez hay menos lugares propios para su reproducción y evitar con esto la extinción de algunas especies.

Se desarrollaron las siguientes alternativas para interesar al usuario en la educación ambiental:

1. **Mimetízate con un animal.** Durante la bienvenida, con ayuda de un guía, cada visitante se identificará con una especie del zoológico. Esto se logrará, tomando una fotografía del visitante para que se le haga una comparación de su sonrisa con la de algún animal del zoológico, y así se les pueda vender la idea de aportar para su manutención y que se les pueda vender productos como gorras, playeras, peluches, etc. con la imagen de esa especie. Con ayuda de la mimetización de la sonrisa del visitante con la de alguna especie del parque se logrará tener la atención del visitante para darle más información sobre esos animales y que aprenda algo más sobre ella. En la práctica suena a copia ya que en un zoológico más grande realizan con éxito la venta de productos con imágenes de cada uno de los animales del parque. Y resultaría un gasto para el parque, el crear un programa para la mimetización de las sonrisas. Tampoco existe la seguridad de que sea una necesidad de la gente el gastar en la foto, la aportación y los souvenirs o recuerdos con la imagen de la especie con la que se le mimetizó.

2. Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla. En México existen varios refugios de animales hechos por extranjeros. Estos se sostienen a través de “aportaciones voluntarias” que en la mayoría de los casos son hechas por gente de otros países que tiene otra mentalidad, ya que en sus países reciben información sobre la educación ambiental y sobre salvar el planeta. Por ello, si se enseña a los visitantes a cuidar a las especies para evitar su extinción, tendría éxito la idea de desarrollar un programa de adopciones virtuales con pequeñas mensualidades que darán los visitantes del parque y que a cambio reciban información del animal que adoptaron para establecer un lazo o un vínculo afectivo entre los visitantes y los animales. Logrando con esto la interacción y educar a la población sobre el cuidado ambiental como lo desea el cliente de este proyecto.

El parque no cuenta con una bitácora o base de datos de sus visitantes por lo que se tendrá que hacer una para vincularlos con las redes del parque, mantenerlos informados de los acontecimientos (nuevos nacimientos, pláticas de educación ambiental, nuevos talleres y conferencias del medio) y con esto lograr más participación activa de los visitantes.

Desde la llegada de los visitantes, el personal del Zoo Parque Loro Puebla buscará interactuar con ellos y tocará temas de educación ambiental, resaltando la extinción exponencial de especies que está ocurriendo en este país. Tratará de que el usuario del parque se lleve una experiencia significativa y despertar en él la curiosidad por la vida de los animales para que adopte a un animal del zoológico. Este mismo esquema de aprendizaje constante se seguirá en las redes con cosas chuscas como memes, videos y blogs interesantes y un espacio especial con información de eventos y fotografías de los miembros que han adoptado. Lo cual atraerá a ese segmento de los visitantes que fueron al parque pero que aún no son miembros del Programa de adopción.

Este programa de adopción de animales es virtual porque la persona no está comprando al animal. No se lo lleva a su casa. El parque seguirá siendo su hábitat natural para estar protegido y cuidado por especialistas, en un lugar propicio para seguirse reproduciendo. Ahí lo podrá ir a visitar y se le mantendrá informado de su crecimiento vía mail.

Para ser miembro de este Programa de adopción virtual de los animales de Zoo Parque Loro Puebla se desarrolla un sistema de membresías que se categorizará por rango de donación. Con esta membresía, las personas que adopten podrán ir a visitar a su protegido al parque.



Imagen 12. Tipos de membresía del Programa de adopción virtual. Membresía cachorro, loro y Rey de la Selva

Los tipos de membresía del Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla son:

Membresía cachorro: \$199 pesos mensuales.

Membresía Loro: \$249 pesos mensuales. Una visita al parque al mes.

Membresía Rey de la Selva: \$299 pesos mensuales con 2 visitas al parque.

Se decidió que esta alternativa es viable ya que se tocará el punto altruista y de amor por lo animales de la comunidad. Además que prácticamente están pagando su entrada, su próxima visita al parque, la protección y el cuidado de un habitante del zoológico entre otros beneficios.

1.2.2.2 DIMENSIÓN CONCEPTUAL

El Design Thinking es un proceso no lineal en el que cada vez que es necesario se avanza o se retrocede en cada paso, según las decisiones que se vayan tomando. Para la toma de decisiones se sondea, se observa, se percibe, se cuestiona es decir se analizan las respuestas como alternativas del problema y se analiza su contexto.

Los siguientes son los pasos de la metodología del design thinking:

1. Definir
2. Investigar
3. Crear
4. Implementar
5. Probar

Pensar, analizar, conectar y refrescar en los pasos señalados siempre en equipo, son los ingredientes que se necesitan si se tiene la intención de redefinir el modelo de una empresa, sus productos o servicios para que tengan vigencia en el mercado.

El design thinking innova en la forma que se está satisfaciendo las necesidades de las personas, tanto en productos como en servicios.

Design Thinking es lo que Tomás Alva Edison quería conceptualizar hace muchos años cuando decía que la fórmula para inventar o crear es: *1% inspiración y 99% transpiración.*

El design thinking es la metodología usada para encontrar la solución a problemas de una empresa puesto que permite diseñar los productos, servicios, procesos, la experiencia vista desde el enfoque del servicio que otorga y hasta permite modificar los modelos de negocio de una empresa.

Para el análisis de proyecto primeramente se elaboraron Matrices de Ideación. En dichas matrices, se vació la información en papeles que se segmentaron según problemas. Con eso, se formó la primer matriz de los problemas o insights. Surgieron las alternativas y se fueron conectando según las necesidades del cliente o se fueron desechando según la viabilidad, deseabilidad y factibilidad de cada una.

Una matriz de ideación, muy importante fue la que se elaboró para identificar a los arquetipos. Dicha matriz se elaboró en una hoja con 4 columnas y 4 filas que se fueron llenando con papeles en los que se fue vaciando la información.

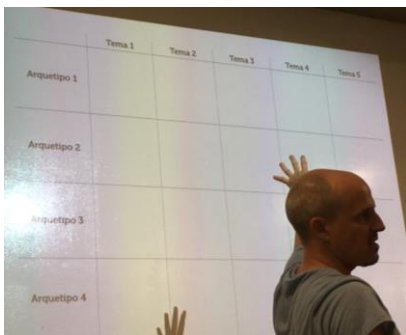


Imagen 13. Matriz de ideación de arquetipos

Usando el pensamiento convergente para sintetizar, se identificaron y caricaturizaron a los arquetipos o posibles clientes del parque. Estos son: el explorador y/o aventurero, la Heidi, el Tekky y el Godínez.

Al realizar la Matriz de ideación de los arquetipos se encontró la solución del problema. Ya que se analizó las necesidades y habilidades de los posibles visitantes al Zoo Parque Loro Puebla y con ello se identificó a detalle lo que se necesita.

Se clasificó a los arquetipos en:

Explorador: al explorador y/o aventurero le gusta descubrir, buscar, investigar, conocer más de los temas de su interés por lo que va al Zoo Parque Loro Puebla a

saciar su sed de conocimiento y si se puede convivir con los animales que en el habitan. Por lo regular es un estudiante.

Heidi: este personaje ama convivir con los animales, de preferencia en su hábitat y sabe sus gustos. Debido a su conocimiento del tema es capaz de enseñarle y transmitir sus conocimientos a otros niños de su edad o mayores.

Tekky: es un personaje casi introvertido, sin interacción social por lo que lo podríamos considerar antisocial. Desde pequeño gastaba la mayor parte del día jugando con la tecnología. Su tableta es su compañía. Conoce el mundo a través de internet y las redes sociales.

Godínez: a un Godínez se le reconoce en las redes como a un empleado que ha perdido el interés por su trabajo y que solo ejecuta las actividades propias de su puesto de forma automática. A pesar de su indiferencia y apatía debe cumplir con los reglamentos de su empresa.

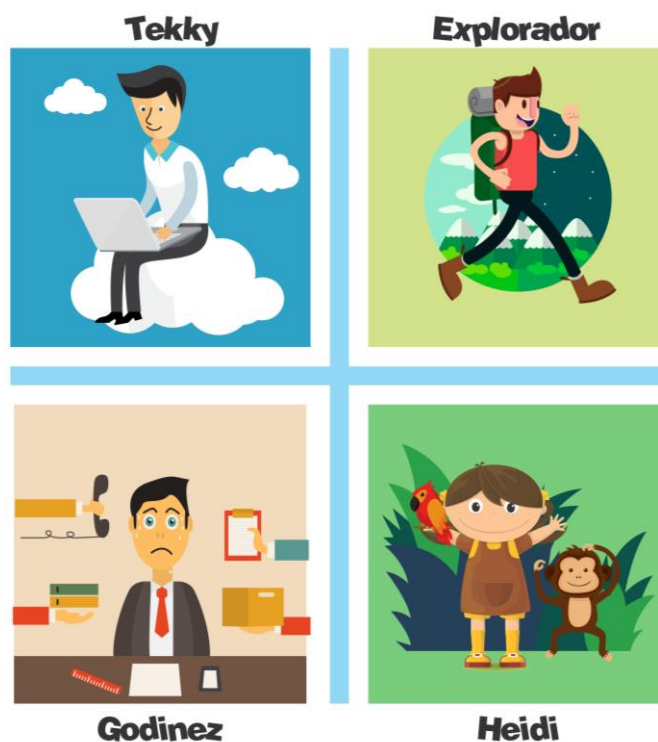


Imagen 14. Arquetipos de visitantes del Zoo Parque Loro Puebla

Se definen soluciones nuevas a un conflicto innovando con creaciones disruptivas. Una técnica disruptiva es contar la historia de nuestros arquetipos midiendo lo que queremos lograr en ellos a corto, mediano y largo plazo y podemos definiendo a través de que canales debemos hacerlo.

Por lo que en la mesa de trabajo, el equipo decide que los tiempos y medios que se utilizarán para lograr la participación de los usuarios en este proyecto serán los que a continuación se describen:

El explorador conocerá en su visita las instalaciones y actividades del Zoo Parque Loro Puebla. También sabrá del Programa de adopción a corto plazo. A mediano plazo, este personaje comprará la membresía a través de las redes sociales y de su mail recibirá información sobre el animal que adoptó. A largo plazo, lograremos que con sus vistas al parque se involucre con las nuevas actividades.

Heidi es una persona que ama a los animales. A corto plazo, conocerá y convivirá con algún animal en la clínica del Zoo Parque Loro Puebla. A mediano plazo, será miembro “Rey de la Selva” del programa de adopción, el cual además de la convivencia mensual con los animales incluye una invitación al alumbramiento de un nuevo miembro del parque que será filmada y subida a las redes sociales del parque. A largo plazo, participará como instructor en las actividades educativas del Zoo Parque Loro Puebla.

Godínez, es una persona que a corto plazo llegará a visitar el parque atraído por las promociones o paquetes ofrecidos en la empresa en la que trabaja y/o por las promociones hechas en los medios digitales, así como en la radio en espacios dedicados exclusivamente a los Godínez como sucede en el guión de “El Tlacuache” programa transmitido en los 40 principales de FM. Además atraeremos su atención con memes y videos que se subirán en Mundo Godínez en tuitter y Facebook de los Godínez visitando el Zoo Parque Loro Puebla. A mediano plazo, aunque va al parque aún no se integra a las actividades del mismo pero se le manda información de las mismas y se le mandan más memes.

Se llamará la atención de un Tekky que es la persona que se la pasa en internet, a través de videos de reproducciones de animales que habitan en el Zoo Parque Loro Puebla así como con memes que se virilizaran en las redes para que se interese en el parque. Esta acción se llevará a cabo a corto plazo. A mediano plazo, lograremos que compre una membresía de adopción y que reciba información de su mascota. A largo plazo, trataremos que se empiece a vincular con el Zoo Parque Loro Puebla aunque sea solo por interacción virtual.

Las dimensiones del diseño que se deben tomar en cuenta para lograr que el cliente tenga una experiencia que lo conecte con el producto son: 2D (gráfica –lo que siento por la marca), 3D (producto – lo que hace por mí la marca), 4D (servicio-diferencia), 5D (planeación estratégica). Bien diseñadas y articuladas cada una de estas dimensiones se transforman en una experiencia con la que el cliente se conecta emocionalmente que es lo que se busca. Estas dimensiones se deben incluir en la estrategia.

El éxito de una propuesta innovadora lo indican 3 factores: la factibilidad, la deseabilidad y la viabilidad. Una experiencia puede ser diferente pero sobre todo debe ser deseable para el cliente.

La técnica para medir la deseabilidad de una propuesta es el CHAE del diseño. El CHAE del diseño, denominado así por sus siglas, se desglosa de la siguiente manera:

C aracterísticas – lo que tiene u ofrece el producto o servicio.

H abilidades – lo que nos permiten hacer estas características.

A nhelos – qué necesidades satisfacen las características del producto?

E mociones – qué te hacen sentir sus características?

Se midió la deseabilidad del proyecto con el CHAE.

Las características del Programa de adopción virtual de los animales es que ayudará a educar a la comunidad en los temas de cuidado y protección de animales, mientras el adoptante se encarga de una parte de su manutención y tiene experiencia vivencial con los animales, se ayuda a que las especies vivan en un lugar propio para que se sigan reproduciendo y evitar con ello que desaparezcan del planeta.

Las habilidades de este programa es que al implementarlo se mejorarán ciertos puntos por los que no se está logrando el aprendizaje en el visitante. Se mejorará la técnica de enseñanza del cuidado de los animales y la interacción de los adoptantes con los animales.

Los anhelos del proyecto son mejorar la calidad de vida de los pobladores del planeta a través de la enseñanza. Enseñar a la población a cuidar su medio ambiente para evitar la extinción de las especies endémicas de cada región y con ello lograr el equilibrio en nuestro planeta.

Las emociones que se lograrán sentir con el programa de adopción son: amor y respeto por los animales, por el planeta, por el entorno, por dejarle algo bueno a las nuevas generaciones.

El alumno aprende a implementar el Design Thinking entendiendo las necesidades de las personas y sus conductas. Esto hará la diferencia de crear una solución deseable para cualquier problema o caso que se plantee.

El Business Model Canvas es usado para analizar la propuesta de valor del proyecto. Este es un modelo de negocio diseñado por Alexander Osterwalder que permite de forma gráfica explicar de manera sencilla en qué consistirán cada una de las acciones.

El Business Model Canvas menciona “4 áreas principales de un negocio para conseguir ingresos: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica. Que a su vez se dividen en 9 módulos: Asociaciones clave, estructura de costes, propuesta de valor, relaciones con los clientes, actividades clave, recursos clave, fuentes de ingresos, segmentos de mercado, canales” (Escudero, 2016).

II. ADOPCIÓN VIRTUAL DE LOS ANIMALES DEL ZOO PARQUE LORO PUEBLA

2.1 ANTECEDENTES

¿Quién es el tomador de decisión? Lic. Alejandro Reed Leal.

¿Qué puesto tiene y en qué organización? Gerente del Zoo Parque Loro Puebla.

¿Cuál es el giro de la organización? Recreación.

¿En dónde sucedieron los hechos? En el Instituto de Innovación Tecnológica de la Universidad Iberoamericana de Puebla.

¿Cuándo sucedieron? El 24 de junio del 2016.

¿Cuál parece ser el problema? La escasa educación ambiental que tiene la comunidad para evitar el maltrato animal y que los usuarios del parque no incluyen el aprendizaje sobre el cuidado de la naturaleza en su vida cotidiana.

¿Por qué se tiene este problema? Porque el Zoo Parque Loro Puebla no ha implementado una buena técnica de interacción del personal con sus visitantes. Además de que el visitante no logra tener un aprendizaje vivencial de cuidado y protección a los animales dentro y fuera del parque. Por ello, la población no se concientiza en este tema y no se vincula con el cuidado del reino animal y su extinción en el planeta.

¿Qué plazo se tiene para actuar? Durante el maratón de Innovación Tecnológica del 24 de junio al 4 de julio del 2016.

Experiencia vivencial del Maratón impartido en el IDIT de la IBERO Puebla.



Imagen 15. Grupo del Maratón de Innovación Tecnológica

BITÁCORA

Día 1. Presentación del curso impartido por Carlos Martínez Domínguez del despacho Brodmann52 en colaboración con el IDIT.

Resaltó los valores del curso los cuales son:

1. Se optimista de que el proceso funcionará
2. Hazte amigo de la incertidumbre, la frustración y la crítica
3. Trabaja más con las manos y menos con la computadora
4. Sé empático y rompe con los prejuicios y suposiciones
5. Pregunta más veces “por qué”
6. Piensa en imágenes y dibuja tus ideas
7. Colabora y haz que tu equipo sea exitoso
8. Aprópiate del proceso y emplea el lenguaje
9. Habla poco, haz más; equivócate frecuentemente y aprende del error
10. Encuentra historias humanas y cuéntalas

La metodología que vamos a usar en el maratón es el Design Thinking.

El Design Thinking comprendido como un proceso de innovación que aplica el pensamiento creativo y analítico para detectar necesidades no cubiertas en los usuarios, encontrar áreas de oportunidad y resolver problemas.

Para esto debemos cuestionar: Por qué lo hacemos?, quién lo usa? cómo le hacemos?, Qué hacemos?, quién lo compra?, dónde lo venden?, cuánto cobra?.

Al realizar un proyecto debemos cuestionar, explorar, aprender, imaginar y crear. Casi siempre en este orden pero se puede dar el caso de imaginar y regresarse a cuestionar o a cualquiera de las etapas que se necesite en ese momento.

Un proyecto se desarrolla en 2 etapas: la Divergente y la Convergente.

Etapas Divergente.

Nos presentaron varios proyectos y nos organizaron por equipos.

El equipo con el que me tocó trabajar debe desarrollar el proyecto del Zoo Parque Loro Puebla. Alejandro Reed, el cliente, está interesado en proyectos de seguimiento de educación ambiental y educación para evitar el maltrato ambiental; así como que los usuarios del parque incluyan en su vida cotidiana este aprendizaje.

Carlos explicó los personajes que intervienen en un proyecto. Las cosas que hacen definen quiénes son los personajes o arquetipos.

Vista del equipo al Zoo Parque Loro Puebla para hacer una investigación del lugar, recoger datos de la investigación secundaria y etnográfica de la gente que lo visita.

El parque inicia operaciones en noviembre de 1998 en Puebla. Este es un parque certificado y acreditado por la AZCARM. El 27 de mayo del 2016 fue su última acreditación. Tiene convenio con la Universidad Mesoamericana, de la cual vienen muchos de sus empleados.

Cuenta con 96 especies y más de 400 ejemplares de animales silvestres de las cuales se pretende su reproducción para venta o intercambio con otros zoológicos para obtener recursos para el mantenimiento del parque, conservación y alimentación de sus animales en peligro de extinción. Su fauna se compone de mamíferos y ovíparos.

Misión: Salvar al planeta, enseñando y empoderando a la sociedad a respetar la vida animal y a su entorno.

Visión: Ser una organización modelo en temas de educación ambiental y conciencia ecológica.

Las familias van a pasear en fin de semana al parque. Llegan de 3 a 6 miembros por familia. La edad de los niños que gustan de recorrer este parque fluctúa entre los 3 a 14 años.

También se pueden realizar otras actividades en el parque:

1. Taller de reciclaje
2. Herpetario
3. Pláticas interactivas
4. Fotografía del Zoo Parque Loro Puebla.
5. Hemeroteca
6. Clínica veterinaria

En bitácora de la visitas del parque están anotados varios grupos escolares que visitarán el parque. El próximo sábado 2 de junio tienen agendada la visita de 130 alumnos del Centro Escolar de Puebla.

Investigación secundaria. En las redes y en internet existe muchas información acerca de otros parques de recreación como lo son zoológicos, acuarios, parques de diversión, circos, así como sobre educación ambiental y la extinción de animales por tener poco cuidado con el medio ambiente

De la información de educación ambiental, tenemos que es: “la acción educativa permanente por la cual la comunidad educativa tiende a la toma de conciencia de

su realidad global, del tipo de relaciones que los hombres establecen entre sí y con la naturaleza, de los problemas derivados de dichas relaciones y sus causas profundas. Se desarrolla mediante una práctica que vincula al educando con la comunidad, valores y actitudes que promueven un comportamiento dirigido hacia la transformación superadora de esa realidad, tanto en sus aspectos naturales como sociales, desarrollando en el educando las habilidades y aptitudes necesarias para dicha transformación” (Teitelbaum, 1978).

Sobre la extinción de animales en México a causa de las actividades que realiza el hombre. Son 475 en peligro de extinción y 49 ya extintas. Y estamos viviendo una sexta etapa de extinción de las especies en México.

Las redes del parque son: @ZooParqueLoro, la página del parque y el Facebook.

Etnografía: las entrevistas son parte de la etnografía.

Se entrevistaron a 5 familias:

1. Familia López de Tlaxcala. Compuesta por 4 miembros. Papas, niño y niña. Venían de Tlaxcala a pasar el día. Juntos recorrieron el parque y los niños se pusieron a pintar en el taller de reciclaje mientras esperaban la plática interactiva de las 3:30 pm. A todos les gustó el parque y los animales. Lo que más les llamó la atención fue el jaguar y los changuitos. No saben que es un parque que tiene un área destinada para la cuarentena y/o reproducción de animales.

Al pintar, la empleada del Loro que estaba en el Taller les preguntó que era el reciclaje. A lo que la niña de 7 años respondió que era lo que haces para tener un mejor mundo. El niño de 12 años identificó los materiales de reciclaje como el cartón, botes de plástico y madera. Pintaron y se fueron del parque porque la lluvia los corrió y no había lugar para resguardarse. Era la tercera vez que vistan el parque.

2. Familia de 6 integrantes: Papas, 3 hijos y abuela. La abuela iba feliz paseando. Los niños también. Edades de los niños: 3 años, 6 años y 10 años. Era la segunda vez que visitaban el parque. Lo que más les gustó fueron los tigres blancos. Al taller de reciclaje solo se acercó la niña de 3 y no le preguntaron nada, sólo se dedicó a pintar. La entrevista la contestó el papá. No visitaron la clínica y no saben que animales están en cuarentena.

3. Familia de 3 personas: mamá y dos niños pequeños. No pintaron y la señora se quejó porque la carriola no cabe por algunos pasillos. No pasaron al área de reproducción, ni a la clínica y a los niños si les gustó el parque. Era la primera vez que iban. Les costó trabajo encontrar la entrada ya que venían de Chipilo y no vieron señalización. A uno de los niños le impresionó el oso negro.

4. Familia de 3 integrantes: papas y un bebé en carriola. A los papas les gustó el león perezoso. No pasaron por todos los pasillos pues no cabía la carriola. Si les gustó el zoológico pero dijeron que era muy poco espacio para los animales. No saben si hay nuevos miembros del zoológico y no vieron la señal hacia la clínica.

5. 3 jóvenes paseando. Un joven curioso que sabe mucho de la vida animal y su comercialización llevó a pasear a 2 muchachas de secundaria. Él contestó la entrevista. El joven las impresionaba con sus comentarios. Frente a la jaula del león comentó que 1 kg de la carne del león cuesta 400 pesos en Tepito. Él sí sabía que este parque tiene un área de reproducción y conoce la clínica. Se tomaron una foto de recuerdo.

Día 2. Qué es un insight?: sucede cuando se reestructura la información –ver lo conocido de una nueva forma – y una vez que se da este reacomodo no puede volverse atrás” (Lehrer, J., 2008).

Los insights expresan deseos o puntos de dolor. Para encontrar los insights (problemas) se debe articular una oración como esta: Yo (hecho), porque (razón), pero (tensión).

En relación al parque, las oraciones se formaron con las ideas extraídas de las entrevistas hechas a los visitantes. Estas son:

-Yo vengo al Zoo Parque Loro Puebla porque me gusta convivir con los animales, pero no aquí no se puede.

-Yo visito el Zoo Parque Loro Puebla porque quiero saber cómo nacen los animales pero nadie me indica dentro del parque

-Yo voy a conocer el Zoo Parque Loro Puebla porque no lo conozco pero no me gustó mucho.

Vamos a separar en partes el análisis de la información que obtuvimos de forma divergente, para después reacomodar en una nueva manera haciendo una síntesis de forma convergente.

¿Qué vimos?, ¿qué aprendimos?, ¿qué significa?, ¿Cómo se aplica?

Vamos a encapsular historias para obtener la información que necesitamos. Encapsulamos las historias por medio de post it. Después separamos los post it por temas o insights. Y así fue como el equipo decidió implementar un programa de adopción virtual de los animales del parque. Se nos ocurrió que así como los extranjeros hacen refugios de animales que se sostienen a través de “aportaciones voluntarias” podrían desarrollar un programa de adopciones con pequeñas mensualidades que dieran los visitantes del parque y que a cambio recibieran información de animal que adoptaron para establecer un lazo o vínculo afectivo entre los visitantes y los animales y lograr con esto la interacción que quiere el cliente de este proyecto.

Nos percatamos que el parque no cuenta con una bitácora o base de datos de sus visitantes por lo que se tendrá que hacer una para vincularlos con las redes del parque, mantenerlos informados de los acontecimientos (nuevos nacimientos, pláticas de educación ambiental, nuevos talleres y conferencias del medio) y con esto lograr más participación activa de los visitantes.

Día 3. Trabajamos la Matriz de ideación (dibujos de arquetipos) que llevamos de tarea. Con los arquetipos de nuestros visitantes terminamos de definir bien nuestro proyecto. Dividimos a los arquetipos en:

Explorador: al explorador y/o aventurero le gusta descubrir, buscar, investigar, conocer más de los temas de su interés por lo que va al Zoo Parque Loro Puebla a saciar su sed de conocimiento y si se puede convivir con los animales que en el habitan. Por lo regular es un estudiante.



Imagen 16. El explorador en el parque

Heidi: este personaje ama convivir con los animales, de preferencia en su hábitat y sabe sus gustos. Debido a su conocimiento del tema es capaz de enseñarle y transmitir sus conocimientos a otros niños de su edad o mayores.

Tekky: es un personaje casi introvertido, sin interacción social por lo que lo podríamos considerar antisocial. Desde pequeño gastaba la mayor parte del día jugando con la tecnología. Su tableta es su compañía. Conoce el mundo a través de internet y las redes sociales.

Godínez: a un Godínez se le reconoce en las redes como a un empleado que ha perdido el interés por su trabajo y que solo ejecuta las actividades propias de su puesto de forma automática. A pesar de su indiferencia y apatía debe cumplir con los reglamentos de su empresa.

En este momento nos juntaron con otro grupo. Tratamos de juntar lo mejor de cada propuesta.

Etapa Convergente.

Día 4. Servicios y experiencias. Aquí es donde entra el Diseño del negocio. El diseño del negocio es la experiencia que tiene el usuario que hace la diferencia con las demás empresas que compiten en el mercado. Actualmente las empresas prometen productos saturados, diezmados y estandarizados y “cuando las personas perciben a los productos como similares y basan su decisión de compra en el precio, se dice que la oferta está comoditizada” (Holston, David en bienpensado.com).

El éxito de algunas empresas consiste en darle un plus en lo que ofrecen al cliente. El “commodity” es ese plus. Tal cual lo ofrece Starbucks que no solo te dan café y alimentos de comida rápida, sino que también le añaden a la experiencia un lugar confortable para sentarte en sillones y que puedas trabajar con wi-fi. Creando con esto el “third place” que es lo que lo distingue de los demás establecimientos de café.

Para encontrar un commodity para los visitantes del Zoo Parque Loro Puebla debemos buscar verbos que nos indiquen lo que queremos lograr en cada uno de los arquetipos que hemos identificado como visitantes. Según el equipo, los verbos que identifican a cada uno son:

Explorador: descubrir

Heidi: aprender

Tekky: participar

Godínez: interesar.

Se pueden contar historias a partir de un verbo. Y a partir de este mismo se puede pensar en la estrategia a seguir.

Las Dimensiones del diseño son: 2D (gráfica –lo que siento por la marca), 3D (producto – lo que hace por mi la marca), 4D (servicio), 5D (planeación estratégica).

Bien diseñadas y articuladas cada una de estas dimensiones se transforman en una experiencia con la que el cliente se conecta emocionalmente.

El éxito de nuestra propuesta innovadora nos lo indicaran 3 factores: la factibilidad, que sea deseable para los usuarios y que sea viable de realizar en nuestro negocio.

Podemos hacer que nuestro ciclo de experiencia sea diferente pero sobre todo deseable si nos apoyamos en el Chae del diseño. El CHAE del diseño es:

C aracterísticas – lo que tiene el producto o servicio

H abilidades – lo que nos permite hacer estas características

A nhelos – qué necesidades satisfacen las características del producto

E mociones – qué te hacen sentir sus características.

Aplicado al Programa de adopción virtual del Zoo Parque Loro Puebla:

Características = experiencia vivencial con animales

Habilidades = interacción

Anhelos= cuidar animales y el planeta

Emociones= amor y respeto por los animales.

Basados en estos 3 conceptos, el nuevo equipo eligió la idea de proyecto que fuera viable, deseable y factible. Así nos sentamos a trabajar en el Business Model Canvas para encontrar la propuesta de valor de nuestro proyecto, tomando en cuenta todo lo que interviene en su entorno: Back End (tras bambalinas), Value Proposition (Escenario), Front End (cómo se enteró del producto).

En el Back end (tras bambalinas) suceden todas las actividades y encontramos a las sociedades que una organización necesita para poder cumplir su promesa de valor.

La Propuesta de Valor, es donde se encuentra el corazón de la organización. Carlos comenta que es la promesa que se hace a los usuarios y clientes. Esta propuesta, hace única la organización en un mar de ofertas.

Y el Front end es donde la promesa de valor se pone en práctica. Aquí se dan las relaciones entre segmentos de clientes y medios en cierto tiempo.

El entorno es creado por 9 áreas:

Socios clave: el voluntariado del parque y las personas que compran los animales que se reproducen en el Zoo Parque Loro Puebla.

Actividades: nuevos talleres de interacción con animales y conferencias o pláticas.

Recursos: materiales de reciclaje, pinturas, alimento para mascotas, batas para entrar a la clínica de reproducción

Propuesta de valor: implementar un Programa de adopción virtual de los animales que hay en el Zoo Parque Loro Puebla invitando a los visitantes a participar y mantenerlos informados sobre el crecimiento y vida de los animales que adoptaron.

Relación con clientes: que el visitante se lleve una buena experiencia de lo que ve en la veterinaria y área de reproducción, así como los espacios de cuarentena para invitarlos a participar en las actividades y talleres del parque.

Segmentos de mercado: familias que salen a pasear, grupos escolares, mamás que llevan a sus hijos, jóvenes exploradores, personas que aman la naturaleza.

Con el cobro de las mensualidades de las membresías se aumentarán los ingresos del parque ya que por el momento únicamente lo son las entradas.

Si ayudamos a la empresa a conocerse para ser diferentes, pensar estratégicamente e innovar la propuesta de valor será un éxito.

La propuesta de las membresías de adopción es una idea novedosa que ningún parque de México tiene y que nos ayudará con el objetivo que tenemos de relacionar a los visitantes con la fauna del parque así como mantener la comunicación entre el Zoo Parque Loro Puebla y sus visitantes. Además de fomentar el cuidado de las especies y su hábitat para que se sigan reproduciendo en México.

Día 5. Carlos, hizo una comparación entre aprender a innovar en el innovation lab con bucear para encontrar nuevos mundos. Entre más real o concreto y más experimentado sea en el tema mayor probabilidad de encontrar algo nuevo.

Estrategias de diferenciación. Esta es la planeación del proyecto que para efectos del maratón Innovación se llevará a cabo con herramientas como el Storytelling. La traducción de storytelling es contar la historia. Lo que Carlos propone es que contemos nuestra historia gráficamente como si fuera una caricatura. Primero propone pensar historias a partir de un verbo.

Esta historia desarrollará el contenido de nuestro proyecto. Que deberá contar con un principio o llamado a la aventura, un conflicto (problema o tensión), una solución y un fin o resolución.

Podemos definir soluciones nuevas a un conflicto innovando con creaciones disruptivas. Una técnica disruptiva es contar la historia de nuestros arquetipos midiendo lo que queremos lograr en ellos a corto, mediano y largo plazo y podemos definiendo a través de que canales debemos hacerlo.

Por lo que en la mesa de trabajo, el equipo decide que los tiempos y medios que se utilizarán para lograr la participación de los usuarios en este proyecto serán los que a continuación se describen:

El explorador conocerá en su visita las instalaciones y actividades del Zoo Parque Loro Puebla. También sabrá del Programa de adopción a corto plazo. A mediano plazo, este personaje comprará la membresía a través de las redes sociales y de su mail recibirá información sobre el animal que adoptó. A largo plazo, lograremos que con sus vistas al parque se involucre con las nuevas actividades.



Imagen 17. Storytelling de lo que queremos lograr con el Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla a corto, mediano y largo plazo.

Heidi es una persona que ama a los animales. A corto plazo, conocerá y convivirá con algún animal en la clínica del Zoo Parque Loro Puebla. A mediano plazo, será miembro “Rey de la Selva” del programa de adopción, el cual además de la convivencia mensual con los animales incluye una invitación al alumbramiento de un nuevo miembro del parque que será filmada y subida a las redes sociales del parque. A largo plazo, participará como instructor en las actividades educativas del Zoo Parque Loro Puebla.

Godínez, es una persona que a corto plazo llegará a visitar el parque atraído por las promociones o paquetes ofrecidos en la empresa en la que trabaja y/o por las promociones hechas en los medios digitales, así como en la radio en espacios dedicados exclusivamente a los Godínez como por ejemplo en el programa “El Tlacuache”, transmitido por los 40 principales de FM. Además, se atraerá su atención con memes y videos que se subirán en Mundo Godínez en tuitter y Facebook de los Godínez visitando el Zoo Parque Loro Puebla. A mediano plazo, aunque va al parque aún no se integra a las actividades del mismo pero se le manda información de las mismas y se le mandan más memes.

Tekky: se llamará la atención de esta persona que se la pasa en internet, a través de videos de reproducciones de animales que habitan en el Zoo Parque Loro Puebla así como con memes que se virilizaran en las redes para que se interese en el parque. Esta acción se llevará a cabo a corto plazo. A mediano plazo, lograremos que compre una membresía de adopción y que reciba información de su mascota. A largo plazo, trataremos que se empiece a vincular con el Zoo Parque Loro Puebla aunque sea solo por interacción virtual.

Para saber que tan disruptivos podemos ser con nuestro proyecto o solución al problema planteado por nuestro cliente necesitamos romper con él ciertos clichés. Entendiendo un cliché como la forma en que se presenta el producto en la industria, así como en sus soluciones e interacción del staff de la empresa con el usuario para que valga la pena la relación entre precio y producto por el que se está pagando.

El éxito de nuestra propuesta innovadora nos lo indicaran 3 factores: la factibilidad, que sea deseable para los usuarios y que sea viable de realizar en nuestro negocio.

En términos económicos, se pueden romper los clichés de ingresos entre más disruptivos podamos ser en el cobro. A partir de esto tenemos que pensar en esquemas de cobro en niveles que le den cierto plus del producto a los clientes.

En este proyecto de adopción virtual, el equipo toma la decisión de crear 3 niveles en los miembros según la mensualidad que paguen:

Membresía cachorro: \$199 al mes. Primer Nivel. Tiene derecho a una visita al mes para ver a su mascota y a un peluche regalo por ingresar al Programa.

Membresía Loro: \$249 al mes. Segundo nivel. Tiene derecho a una visita al mes para ver a su mascota, a un peluche de su mascota de regalo por inscripción y a la invitación a participar en un alumbramiento de algún miembro del Zoo Parque Loro Puebla.

Membresía Rey de la Selva: \$299 al mes. Nivel Premium o tercer nivel. Tiene derecho a dos visitas al mes para ver a su protegido, a un peluche de regalo por inscripción y la invitación a participar un video del alumbramiento de algún miembro del parque que se subirá a las redes sociales del parque. Además por su fidelidad en cada aniversario podrá adoptar un miembro más por el mismo costo.

Día 6. Las estrategias se deben realizar desde el front end más el back end. Carlos, nos muestra un ejemplo de cómo presentar nuestro proyecto, para lo cual señala nos basemos en un índice que contenga los siguientes puntos: antecedentes del proyecto, los insights, los arquetipos de la historia, la solución o proyecto, las estrategias desarrolladas en el proyecto y las conclusiones para dar una reflexión final.

Conclusiones: la reflexión final de este proyecto es lograr que las familias descubran experiencias emotivas en el Zoo Parque Loro Puebla al convivir con los animales que en éste habitan. Y mejorar la comunicación e interacción entre Zoo Parque Loro Puebla y sus visitantes tratando de vincularlos a través del programa de adopción para lograr que el visitante se involucre en las actividades del parque así como que el adoptante aprenda a cuidar a las especies para evitar su extinción.

Debido a que desde sus inicios el Zoo Parque Loro Puebla de Puebla ha albergado en sus instalaciones a un gran número de especies que son amenazados por el ser humano en su hábitat natural, este programa logrará el acercamiento y participación de la comunidad con las actividades del parque que se llevaran a cabo dentro de sus instalaciones.

Trabajamos en equipo para hacer la presentación y nos dejó de tarea validar con 3 personas la viabilidad del proyecto.

En conclusión este proyecto es viable, deseable y factible. Ya que logrará la vinculación directa a través de los medios de comunicación existentes mejorando su contenido y usabilidad.

Viable: generará ingresos para el negocio?

Factible: contamos con la tecnología para implementar la solución?

Deseable para los usuarios.

Es viable y sustentable ya que financieramente aportará un ingreso para la manutención y conservación tanto de los animales como de las instalaciones del zoológico.

Es deseable ya que logrará la vinculación de sus visitantes y usuarios de sus redes sociales y multimedios con las actividades del parque. Y seguirá fomentando la

educación ambiental que uno de los propósitos con que inició el parque y es la problemática actual y objetivo de este proyecto.

Y es factible ya que actualmente el parque cuenta con las herramientas que se necesitan para iniciar el Programa de adopción mientras se mejoren ciertos contenidos digitales.

Día 7. Día de presentaciones al cliente final y a un jurado. Todos los equipos expusimos las estrategias que desarrollamos según la problemática que nos contaron el primer día.

El equipo en el que me tocó participar y colaborar estaba integrado por personas de distintas carreras.



Imagen 18. Los integrantes del equipo que presentó el proyecto para Zoo Parque Loro Puebla.

2.2 475 ESPECIES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN EN MÉXICO

Hace 65 millones de años desaparecieron del planeta los dinosaurios por causas naturales. Esta fue la primer época de extinción de especies animales en el mundo.

Desde la revolución industrial, la tasa de extinción de las especies del reino animal se ha incrementado en más de 100 por ciento. Por lo que el planeta ha pasado varios ciclos de extinción de animales. Actualmente, estamos viviendo una “sexta extinción de especies”; esta vez causada por la intervención y contaminación que el hombre le ha hecho a su entorno.

A la fecha, en el mundo han desaparecido 834 especies de las cuales 49 han desaparecido solo en México. Entre las que destacan el oso gris mexicano, la foca monje del Caribe y el pájaro carpintero imperial.”⁴⁹ es el número oficial registrado en la Norma Oficial Mexicana 059, donde están registradas las especies en peligro de extinción pero hay documentos que afirman que hay alrededor de 129”, indicó Carlos Galindo Leal, director de Comunicación de la Ciencia de la Conabio (Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la Biodiversidad) en Milenio.com.

De acuerdo con la Norma Oficial 059 y a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) de las 49 especies extintas en nuestro país 19 son aves, 11 son mamíferos, 13 son peces y 6 son plantas. Sin embargo, 475 especies se encuentran en peligro de extinción, 896 están amenazadas de desaparecer y hay 1,185 que están sujetas a protección especial.

Es evidente que la mano del hombre ha coadyuvado al incremento de la desaparición de las especies. La poca educación ambiental que tiene la población, así como ciertas actividades que realiza que contaminan y acaban con su hábitat. Actividades de recreación como la cacería que aún sigue permitiéndose en el país hubiera acabado con el lobo mexicano, si no es porque grupos ambientalistas intervinieron en la situación, capturando a algunos ejemplares, a los cuales les dieron protección en cautiverio. Ha sido gracias a estos grupos de la población que no han desaparecido más especies.

La extinción de las especies se debe a:

1. El deterioro y pérdida de su hábitat lo que ha reducido su población hasta desaparecer.
2. La extracción de las especies de su hábitat que provoca la sobre explotación de las mismas. Por ejemplo, el comercio de nuevas especies que se introducen en países donde desplazan la venta de animales locales y les quitan la posibilidad de ser cuidados por la comunidad en las regiones que habitan.
3. La introducción de especies invasoras a otro hábitat en el que transmiten enfermedades propias de otra región; cuestión por la cual, las especies endémicas no se logran recuperar con sus propios medios. O porque estas nuevas especies traídas de otro lugar al estar en contacto con nuevas especies desconocidas terminan por comérselas. O que por enfermedades como el zika que transmiten los moscos, las poblaciones usen insecticidas que acaban no solo con los moscos, si no con la catarinas, las cuijas, etc.
4. La poca educación ambiental que tiene el hombre que se refleja en actividades cotidianas que afectan a los animales. Por ejemplo, la caza y la pesca indiscriminada.

De acuerdo con la NOM 059 las aves son las especies que más han desaparecido en México. Han desaparecido la paloma del socorro, el cine trompetero, el caracara quebrantahuesos de Guadalupe, el pinzón del Mar de Cortés y el zanate de Lerma. Entre los 11 mamíferos desaparecidos de su hábitat natural, 8 son ratas y ratones como la rata canguro de San Quintín; mientras que la mitad de los peces exterminados son variedades de carpa u otros pequeños.

Muchas son las señales que indican que urge concientizar a la población para que tome medidas al respecto, para que deje de contaminar el medio ambiente y que deje de matar a las especies. Al contrario, las especies endémicas se debe cuidar y

proteger en su entorno para que se sigan reproduciendo y haya un equilibrio en nuestro planeta.

México es un país privilegiado por tener tantos recursos naturales disponibles pero si no se crea conciencia ahora. Esto se va a acabar.

Hoy en día, la Ciudad de México está viviendo una situación de contingencia ambiental debido a tanta contaminación que hay en el ambiente. Ésta no solo ha sido provocada por smog y basura, sino por todos los productos tóxicos que se usan en la industria y en las casas. Por lo que al no existir un ecosistema equilibrado en las ciudades se propicia un entorno insalubre que se traduce en enfermedades para la población.

Es triste ver como poco a poco el hombre acaba con su entorno y no hace nada por preservar lo que le queda. Por eso, es momento de poner un alto y crear espacios donde se cuide y proteja a la naturaleza. Espacios propicios para que las especies sigan reproduciéndose. Es una tarea para todos, ya que toda la población se verá beneficiada al vivir rodeada de un entorno saludable.

2.3 APLICACIÓN DEL DESIGN THINKING

Las teorías, conceptos y técnicas vistas en el maratón de Innovación tecnológica se aplicaron durante el desarrollo del proyecto: Programa de adopción virtual de los animales del Zoo Parque Loro Puebla de Puebla.

Para desarrollar la creatividad de manera innovadora se cuestiona, explora, aprende, imagina y crea. Siempre haciendo uso del pensamiento divergente y del convergente.

La metodología utilizada fue el Design Thinking con herramientas como el Business Model Canvas, las dimensiones del diseño y el Chae.

2.3.1 DESIGN THINKING PARA ENCONTRAR LA SOLUCION AL PROBLEMA

La metodología utilizada fue el Design Thinking. Avanzando y retrocediendo en cada paso, según las decisiones que se tomaron y utilizado tanto el pensamiento divergente como el convergente.

Para vaciar y clasificar la información encontrada se utilizaron las Matrices de Ideación. Dichas matrices fueron de mucha ayuda para encontrar los problemas o insights y para encontrar al personaje del proyecto.

El storytelling fue la técnica utilizada para encontrar las historias de los personajes que intervienen en el proyecto, para especificar las necesidades del cliente y para conocer el entorno del proyecto.

Para armar la estrategia del proyecto se validó la propuesta de valor con el Business Model Canvas (BMC) como herramienta fundamental y con las dimensiones del diseño.

Se analizó todo el entorno del proyecto: lo que sucede con el programa tras bambalinas, cuando ya está en el escenario y lo que viene después de la función.

Esta etapa del proyecto en la que se define al cliente o usuario final tiene mucha relevancia ya que si el proyecto no está hecho para satisfacer sus necesidades reales no será un proyecto exitoso.

2.3.2 JUSTIFICACIÓN

La realización de este Programa de adopción virtual de la fauna del Zoo Parque Loro Puebla es importante para el cliente ya que logrará la comunicación constante con sus visitantes.

Durante el maratón de Innovación se analizaron las dimensiones del diseño para evaluar los beneficios del programa de adopción.

Al atender las mejoras que se le sugieren en sus instalaciones, también se mejorará la interacción que tenga el visitante con la fauna del parque; lo cual se traducirá en una experiencia vivencial de convivencia del visitante con los animales y que éste a su vez se lleve más información sobre las necesidades que tienen los miembros del zoológico. Información que ayudará a concientizar a la población de que se están extinguiendo las especies a causa de la explotación, contaminación y maltrato que reciben del hombre por no estar informado.

El Programa es necesario ya que hace falta crear un vínculo entre la comunidad y las especies endémicas de cada región para evitar que sigan desapareciendo más especies en México.

Los beneficios que recibirá la población serán enormes ya que su día a día estará rodeada de espacios naturales cuidados por todos y habrá menos contaminación lo que se traduce en salud para todos.

2.4 TOMA DE DECISIONES

Para armar la estrategia del proyecto se validó la propuesta de valor con el Business Model Canvas (BMC) como herramienta fundamental.

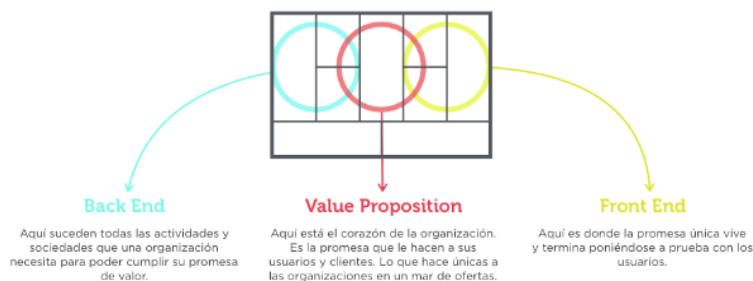


Imagen 19. Estrategia para encontrar la propuesta de valor: Back + Front end (Recuperado del material del maratón de Innovación Tecnológica.)

El Business Model Canvas es el método con el que se busca la propuesta de valor del proyecto, tomando en cuenta todo lo que interviene en su entorno: Back End (tras bambalinas), Value Proposition (Escenario), Front End (cómo se enteró del producto).

En el Back end (tras bambalinas) suceden todas las actividades y encontramos a las sociedades que una organización necesita para poder cumplir su promesa de valor.

La Propuesta de Valor, es donde se encuentra el corazón de la organización. Es la promesa que una organización le hace a sus usuarios y clientes. Esta propuesta es la que hace única a una organización dentro de un mar de ofertas.

Y el Front end es donde la promesa de valor se pone en práctica. Aquí se dan las relaciones entre segmentos de clientes y medios en cierto tiempo.

En bienpensado.com Andrés Gananci (2015) explica que la metodología BMC consiste en completar los 9 bloques planteados por Alexander Osterwalder como herramienta de análisis donde quedan reflejadas las fortalezas y debilidades de un modelo de negocio, dando como resultado una visión global de cómo funciona una empresa para generar ingresos. Los nueve módulos son:

1. Segmentos de clientes : se refiere a conocer bien tu público objetivo; a quién va a ir dirigida la oferta; cuáles son las preferencias de ese mercado o mercados, sus gustos, así como cuáles serán los clientes más importantes para el negocio y su propuesta de valor.

2. Propuesta de valor: Esa propuesta de valor hay que dirigirla hacia tus clientes, por lo que tendrás que establecer una relación con ellos a partir de ese principal argumento de tu oferta. La forma en la que se distribuye esa propuesta de valor al cliente es a través de una serie de canales.
3. Canales de distribución: es la forma con la que vamos a establecer el contacto con el cliente. Estos canales pueden ser directos, mayoristas, a través de Internet o puntos de venta propios.
4. Relación con el cliente: es cómo vas a relacionarte con cada tipo de cliente, teniendo en cuenta sus características y sus necesidades. El tipo de relación deberá ser coherente con el segmento de clientes a los que nos dirigimos, el tipo de propuesta de valor que les ofrecemos y estará condicionada por los recursos disponibles.
5. Fuentes de ingreso: qué ingresos entran en nuestra empresa; cómo es el flujo (mensual, semanal, diario); cómo y cuánto está dispuesto a pagar tu cliente. Todas estas cosas tienen que ser coherentes con la propuesta de valor de nuestra empresa. Esto nos permitirá ver el margen de las distintas fuentes de ingresos para poder tomar decisiones acerca de la rentabilidad de la compañía.
6. Recursos clave: son los activos que una empresa necesita tener. Por ejemplo: maquinarias, tecnologías, recursos humanos, un local, bienes tangibles, etc.
7. Actividades clave: son las actividades estratégicas que se desarrollan para llevar la propuesta de valor al mercado, relacionarse con el cliente y generar ingresos. A qué se dedicará tu empresa.
8. Socios clave: son los agentes con los que necesitas trabajar para desarrollar el negocio: inversores, proveedores, alianzas comerciales, o una autorización por parte de algún órgano de la Administración Pública.
9. Estructura de costos: son todos los costos que tendrá la empresa, una vez analizadas las actividades, los socios y los recursos clave. Además, será una forma de saber cuál es el precio que tendrá que pagar el cliente para adquirir el producto o servicio.

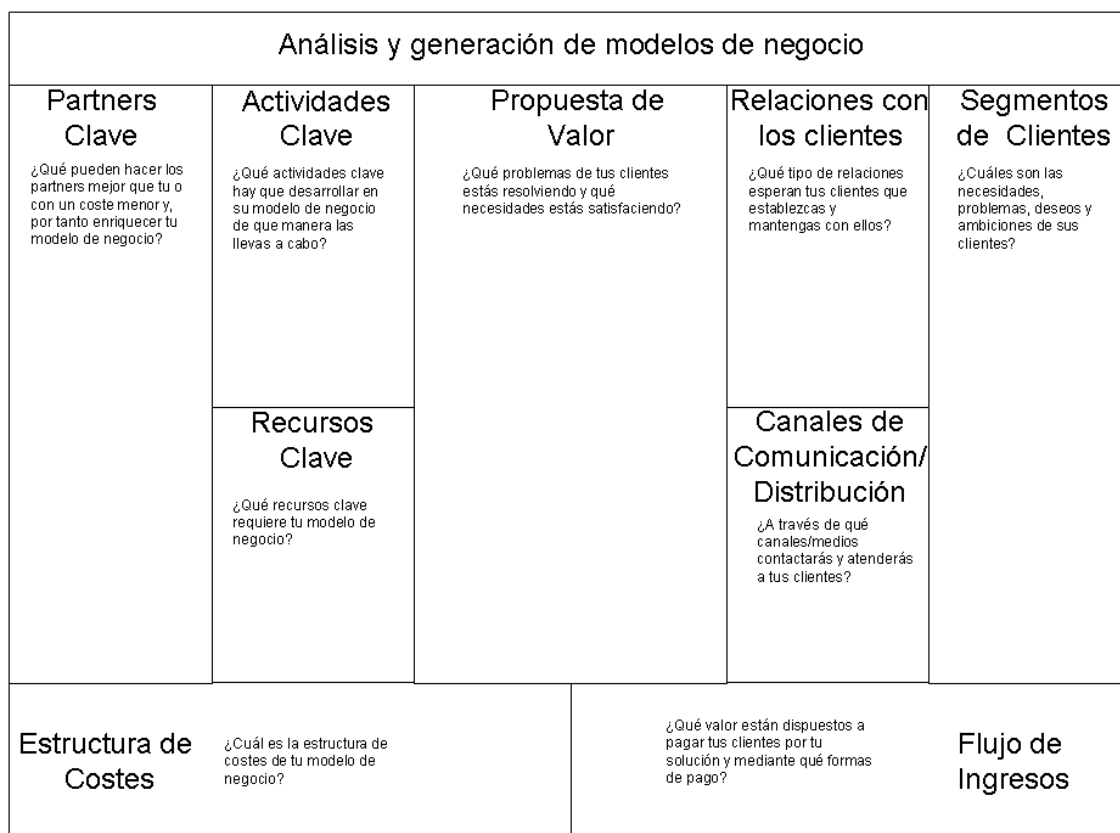


Imagen 20. Los 9 bloques que componen el Business Model Canvas (Recuperado de: <http://advenio.es/wp-content/uploads/2010/11/PlantillaAdvenioBMG2.png>)

Este método se puede aplicar a cualquier empresa y se adapta a cualquier tipo de estrategia empresarial. Los 9 bloques interactúan entre sí para reflejar la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. En él se clarifican los canales de distribución y las relaciones entre las partes, se determinan los beneficios e ingresos, y se especifican los recursos y actividades esenciales que determinan los costos más importantes. Finalmente, se pueden determinar las alianzas necesarias para operar y poner en marcha la empresa.

El análisis de los bloques del Business Model Canvas del Zoo Parque Loro Puebla es el siguiente:

-sus socios clave son el voluntariado del parque y las personas que compran los animales que se reproducen en el Zoo Parque Loro Puebla.

-sus actividades son los nuevos talleres de interacción con animales y las conferencias o pláticas.

-sus recursos son los materiales de reciclaje, las pinturas, el alimento para mascotas, las batas para entrar a la clínica de reproducción

-su propuesta de valor es implementar un Programa de adopción virtual de los animales que hay en el Zoo Parque Loro Puebla invitando a los visitantes a participar y mantenerlos informados sobre el crecimiento y vida de los animales que adoptaron.

-su relación con los clientes se da cuando el visitante se lleva una buena experiencia de lo que ve en la clínica veterinaria y en el área de reproducción; así como en los espacios de cuarentena para invitarlos a participar en las actividades y talleres del parque.

-los segmentos de mercado son las familias que salen a pasear, grupos escolares, mamás que llevan a sus hijos, jóvenes exploradores, personas que aman la naturaleza.



Imagen 21. Análisis del modelo de negocio del Zoo Parque Loro Puebla

Se deberá valorar que con este nuevo programa salgan los egresos o costos de funcionamiento y mantenimiento del Zoo Parque Loro Puebla. Los ingresos son las entradas al parque así como la cuota mensual que se pagará por adoptar a los animales.

En términos económicos, se pueden romper los clichés de ingresos entre más disruptivos podamos ser al definir varios tipos de aportaciones, donaciones o precios. A partir de esto, se debe pensar en esquemas de cobro en niveles que le den a los clientes cierto plus del producto.

Como ya se mencionó, en el front end se dan las relaciones entre segmentos de clientes y medios en cierto tiempo. Para darle una propuesta de valor a la membresía de adopción virtual, se crean 3 niveles de membresías según la mensualidad que paguen:

Membresía Cachorro: \$199 al mes. Primer Nivel. Tiene derecho a una visita al mes para ver a su mascota y un peluche de su mascota de regalo por ingresar al Programa.

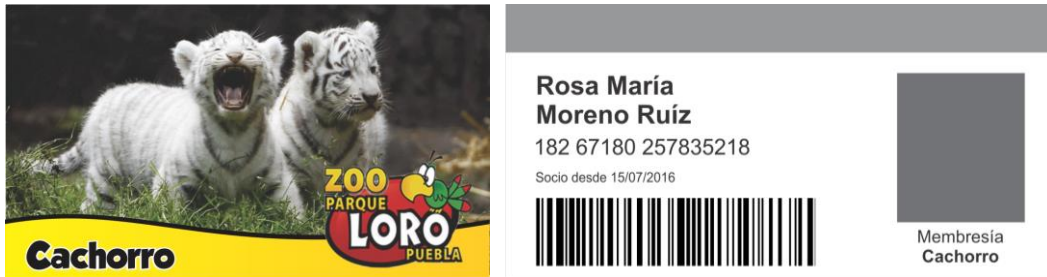


Imagen 22. Diseño de la membresía Cachorro

Membresía Loro: \$249 al mes. Segundo nivel. Tiene derecho a una visita al mes para ver a su mascota, un peluche de su mascota de regalo por inscripción y la invitación a participar en un alumbramiento de algún miembro del Zoo Parque Loro Puebla.



Imagen 23. Diseño de la membresía Loro

Membresía Rey de la Selva: \$299 al mes. Nivel Premium o tercer nivel. Tiene derecho a una visita al mes para ver a su mascota, un peluche de su mascota de regalo por inscripción y la invitación a participar un video del alumbramiento de algún miembro del parque que se subirá a las redes sociales del parque. Además por su fidelidad en cada aniversario podrá adoptar un miembro más por el mismo costo.



Imagen 24. Membresía Rey de la Selva

La propuesta de las membresías del Programa de adopción virtual es una idea novedosa que ningún zoológico de México ha puesto en marcha y que ayudará a vincular y relacionar a los visitantes con la fauna del parque así como mantener la comunicación entre el Zoo Parque Loro Puebla y sus visitantes.

2.5 CONCLUSIONES

En México han desaparecido 475 especies de animales debido al maltrato y explotación que causa el ser humano. El maltrato, el descuido y el poco interés que se tiene por preservar el medio ambiente, acabará en destrucción del entorno natural con el que se cuenta todavía. Es tiempo de parar con esa destrucción y mejorar lo que se tiene para evitar llegar a vivir etapas de contingencia ambiental como la que actualmente viven en la Ciudad de México.

En cada una de las regiones del país se debe cuidar la naturaleza y sus especies endémicas para evitar se sigan extinguiendo. Se deben crear espacios propicios para la reproducción de animales. Esto debería ser de preferencia en su hábitat o reservas territoriales pero también en cautiverio para evitar que mueran al ser cazados y se sigan reproduciendo.

Debido a que desde sus inicios el Zoo Parque Loro Puebla de Puebla ha albergado en sus instalaciones a un gran número de animales silvestres que son amenazados en su hábitat natural implementar un Programa de adopción virtual logrará vincular a la sociedad con las actividades del parque.

Los problemas de comunicación e interacción encontrados en el caso del Zoo Parque Loro Puebla con sus visitantes se convertirán en oportunidades para lograr el objetivo de evitar el maltrato animal y ayudar a que las familias descubran experiencias emotivas en el Zoo Parque Loro Puebla conviviendo y adoptando a la fauna del parque.

El Programa de adopción virtual será el gancho para lograr la participación activa de sus miembros en las distintas actividades del Zoo Parque Loro Puebla. Este programa será virtual para asegurar que los animales sean cuidados en un hábitat lo más propicio posible para que continúen reproduciéndose.

Desarrollar la creatividad para llegar a una solución como este Programa de adopción virtual no hubiera sido posible sin ayuda de la metodología del design thinking enseñada durante el maratón de Innovación Tecnológica, ya que el analizar en cada paso del proceso la información y enfocar este análisis con esta metodología dio como resultado una propuesta de solución viable, deseable y factible.

Es un proyecto viable porque financieramente aportará un ingreso para la manutención y conservación del zoológico y las especies que en él habitan. Es deseable ya que logrará la vinculación de los visitantes y usuarios del parque con éste. Así como que su implementación ayudará a seguir fomentando la educación ambiental que es uno de los propósitos con los que inició Zoo Parque Loro Puebla. Y es factible ya que el parque cuenta con todas las herramientas que se necesitan para implementar el Programa de adopción virtual, siempre y cuando se sigan las sugerencias hechas en este documento.

Al terminar el proyecto, se encuestaron a diez personas para saber lo que pensaban de implementar este Programa en el Zoo Parque Loro Puebla. De estas diez personas, la mayoría de la gente contestó que les parece que este Programa es un proyecto innovador y que los motivaría a seguir conociendo más sobre las especies que habitan en el Zoo Parque Loro Puebla de Puebla, a cuidar y a conservar la naturaleza.

BIBLIOGRAFIA

Brown, T. (junio 2008). Design Thinking en Harvard Business Review by Tim Brown. Recuperado de https://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf

Escudero, J. (17 de enero de 2016). Cómo se elabora y modelo Canvas. Recuperado de <http://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3>

Galindo Leal, Carlos (5 de Agosto de 2016). En México, 49 especies extintas: extraoficial 129. Por Fanny Miranda. Recuperado de <https://twitter.com/milenio>

Gananci, A. (17 de junio de 2015). Estrategia de Marketing: Qué es el modelo canvas para diseño de negocios. Invitado. Recuperado de <http://bienpensado.com/que-es-el-modelo-canvas-para-diseno-de-negocios>

Lehrer, J. (12 de marzo de 2012). The Saturday Essay: How To Be Creative by Jonah Lehrer. The Wall Street Journal. Recuperado de <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203370604577265632205015846>

Teitelbaum, A. (1978). El papel de la educación ambiental en América Latina, UNESCO. Imprimerie des Presses Universitaires de France, Vendôme. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0002/000298/029861so.pdf>

REFERENCIA DE IMÁGENES:

Imagen 8 extraída de: www.parquero.mx

Imagen 20 extraída de: <http://advenio.es/wpcontent/uploads/2010/11/PlantillaAdvenioBMG2.png>

GLOSARIO

Aprendizaje vivencial: “El aprendizaje vivencial es un proceso a través del cual los individuos construyen su propio conocimiento, adquieren habilidades y realzan sus valores, directamente desde la experiencia” (www.synapsis-patagonia.com/cursos/AV/AV-APUNTE_1.pdf).

Blog: Un blog (*del inglés web log*) o bitácora web es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores.

Sirve como publicación en línea de historias con una periodicidad muy alta, que son presentadas en orden cronológico inverso, es decir, lo más reciente que se ha publicado es lo primero que aparece en la pantalla. Es muy frecuente que los blogs dispongan de una lista de enlaces a otros blogs, a páginas para ampliar información, citar fuentes o hacer notar que se continúa con un tema que empezó otro blog. En cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo (<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>).

Cliché: Un cliché es una idea, frase o expresión que, debido a que ha sido muy usada o repetida, ha perdido su fuerza o novedad y se ha convertido en un tópico o lugar común. Recurrir a clichés en el discurso oral o escrito indica falta de creatividad, de ideas o de sinceridad por parte de una persona, por lo cual se considera desaconsejable su uso. (www.significados.com/cliche/)

Etnografía: es una rama de la antropología, un método de estudio o de investigación directa que tiene como objetivo observar y registra las prácticas culturales y los comportamientos sociales, decisiones y acciones de los diferentes grupos humanos, es decir, su identidad y sus estilos de vida. Este estudio es realizado mediante conversaciones y entrevistas a estos grupos, así como por registro de fotografías y vídeos. La etnografía organiza y describe detalladamente la historia, las costumbres, las tradiciones, los mitos, las creencias, el lenguaje, las genealogías, las prácticas, etc. de las diferentes razas, culturas o pueblos del mundo. Para ello, emplea sobre todo un método cualitativo, más que el cuantitativo.

En la etnografía, para realizar el registro de la información es necesario obtener notas o guías de campo donde se registran los datos de una forma objetiva a partir de la observación y de la vivencia del etnógrafo en una cultura determinada, y unos registros permanentes y materiales como fotos, grabaciones, vídeos, etc. de las historias de vida de esas personas. Estos datos se organizan almacenándolos

tanto cronológicamente como por categorías o temas para posteriores consultas (definicion.de/etnografia/)

Facebook: opera mundialmente como una red social en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real (muchos de los cuales pertenecen a momentos pasados de la vida de cada uno), expresar sus opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, etc. (<https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>)

Insight: es un término utilizado en Psicología proveniente del inglés que se puede traducir al español como "visión interna" o más genéricamente "percepción" o "entendimiento". Se usa para designar la comprensión de algo (este término fue introducido por el psicoanálisis). Mediante un insight el sujeto "capta", "internaliza" o comprende, una "verdad" revelada. Puede ocurrir inesperadamente, luego de un trabajo profundo, simbólicamente, o mediante el empleo de diversas técnicas afines ([https://es.wikipedia.org/wiki/Insight_\(psicología\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Insight_(psicología))).

Medios electrónicos: Entendemos por medio electrónico cualquier mecanismo, instalación, equipamiento o sistema que permite producir, almacenar o transmitir documentos, datos e informaciones, incluyendo cualquier red de comunicación abierta o restringida como Internet, telefonía fija y móvil o de otros (www.derecho.com/c/Medio_electrónico)

Meme: es un término utilizado en el mundo de Internet para describir una idea o un símbolo que se transmite de forma explosiva a través de los medios de Internet (mail, red social, blog, noticias y otros servicios). Meme viene de la palabra griega "mimema", que significa "algo imitado" y representa una forma de propagación cultural, un medio para que la gente transmita memorias sociales e ideas culturales entre sí. Los memes se transmiten como un virus, de forma rápida. Los memes que más circulan en Internet son humorísticos (https://es.wikipedia.org/wiki/Meme_de_Internet).

Staff: Conjunto de personas que en torno y bajo el mando del director de una empresa o institución coordinan su actividad o le asesora en la dirección (definicion.de/staff/)

Storyboard: es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, pre-visualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse. El storyboard es el modo de pre-visualización que constituye el modo habitual de pre-producción en la industria fílmica (<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>).

Storytelling: es el arte de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que transmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y

crear un significado personal de ello. (bienpensado.com › Comunicación de Marketing)

Tekky: Aficionado a la tecnología, no necesariamente profesional de la misma (muchaspalabras.com/definicion/tekky).

Twitter ó *tuit*: un término inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. En español se traduce como tuit (https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia).

Vinculación: La vinculación puede asociarse a la relación, la asociación o la unión. Dos personas o cosas están vinculadas cuando comparten algún tipo de nexo y existe algo en común. Algunas vinculaciones son simbólicas o espirituales, mientras que otras se constituyen por la vía material.

Un hombre puede tener una vinculación afectiva con un amigo que vive en otro país, a miles de kilómetros de distancia. No hace falta que dichas personas se encuentren o se vean personalmente para que exista la vinculación. En cambio, ese mismo hombre puede no tener una vinculación con otra persona que vive al lado de su casa. Esto quiere decir que la vinculación, en ocasiones, no tiene nada que ver con la proximidad o el contacto físico (definicion.de/vinculacion/)

Virtual: adj. que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de presente, frecuentemente en oposición a efectivo o real. II. adj. Implícito, tácito. III. adj. Físico: que tiene existencia aparente y no real. (dle.rae.es/?id=buDJhh3)