



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE: COMUNICACIÓN

TÍTULO: FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE
ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

CASO: AMARU ZOOLOGICO CUENCA.

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE:

INGENIERÍA EN GESTIÓN DE MARKETING

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: MARÍA VICTORIA ARBELÁEZ ORTIZ

NOMBRE DEL TUTOR: ECO. MAURICIO CALERO CEDEÑO, MBA

SAMBORONDÓN, OCTUBRE, 2014

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE
ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor de la estudiante María Victoria Arbeláez Ortiz, con código estudiantil 2008174886, perteneciente a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

CERTIFICO:

Que como requisito previo para optar por su grado de Ingeniería en Gestión de Marketing he analizado el trabajo de investigación con el título: Factores que aportan a una cultura de visita de zoológicos en el Ecuador; considero que dicho trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos establecidos de carácter académico y científico, por lo que expreso la aprobación correspondiente.

Atentamente,

Eco. Mauricio Calero Cedeño, MBA.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo convertirse en una referencia de consulta para aquellos involucrados en el turismo de zoológicos en el Ecuador, dado que el desarrollo de estas atracciones turísticas en los últimos años están tomando fuerza y siendo consideradas recientemente en el país como espacios que aportan al turismo ecuatoriano. Es por eso que el presente trabajo realiza un análisis del perfil de los consumidores que aportan a la creación de una cultura de visita a zoológicos. Para éste análisis se desarrolló una investigación de los factores que determinan la conducta de los consumidores de zoológicos por medio de encuestas a los visitantes de estos centros y entrevistas a quienes los manejan, tomando como caso de estudio al Amaru Zoológico Cuenca. La intención de esta investigación es que los factores concluyentes sirvan a que todos los zoológicos del país enfoquen sus objetivos de acuerdo a las necesidades de los consumidores.

Palabras claves: zoológicos, conducta del consumidor, atracciones turísticas, parques temáticos, sector turismo, educación ambiental, recreación, visitantes

Abstract

This research aims to become a benchmark reference for those involved in the wildlife touristic operations in Ecuador, specifically zoos. The above referred, is based on the fact that during the last few years, the development of these tourism attractions has strengthened and began to be acknowledged as a niche opportunity to foster Ecuadorian tourism. That is why this paper analyzes a consumer profile, which contributes to assess the trend of zoo visitors zoos. This analysis was

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

conducted based upon an investigation of the different variables that influence the consumer behavior, through zoo visitor surveys and interviews to management staff, using Amaru Zoo Cuenca as the object of study. The intent of this research is to produce conclusive data that may be useful to all zoos in the country, in order to focus their goals according to the consumer needs.

Keywords: zoo, consumer behavior, attractions, theme parks, tourism, environmental education, recreation, visitors

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

INTRODUCCIÓN

Las exigencias de los consumidores van evolucionando a pasos agigantados, en el ámbito nacional e internacional el sector turístico se encuentra en una transformación constante debido a la demanda de los usuarios, lo que le ha obligado de cierta manera al sector turístico a desarrollar ofertas de nuevos destinos y productos medioambientales. Las ofertas recreativas, de entretenimiento ligadas a la conservación y educación ambiental se han ido expandiendo de acuerdo a las posibilidades y limitaciones de cada país.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT), en el año 1993 define al turismo como el conjunto de actividades que se realizan en un tiempo inferior a un año con fines de ocio, recreación, negocio u otros motivos, dichas actividades son realizadas fuera del entorno habitual y sin motivos lucrativos.

En el mundo existen varias formas de hacer turismo, el mismo se encuentra catalogado de acuerdo a las motivaciones de los consumidores, una de éstas implica la interacción directa del consumidor con la vida silvestre, y es allí donde nacen los jardines zoológicos, parques safari, acuarios, aviarios, parques de reptiles; catalogados todos en nuestro país dentro del turismo cultural o turismo de parques temáticos. Alredor del mundo existen más de 10,000 a 12,000 zoológicos, datos estadísticos del año 2005 por la World Association of Zoos and Aquariums (WAZA); en el Ecuador en al año 2013 el Ministerio del Ambiente tiene contabilizados 39 zoológicos, 21 centros de rescate y 15 zocriaderos autorizados.

Los zoológicos son definidos como los espacios creados artificialmente por el hombre para mantener y exhibir animales exóticos o no domésticos que no son comunes para el hábitat urbano. “El zoológico no es, sin embargo, sólo un

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

lugar de exhibición sino que también es un espacio de preservación y reproducción de estos animales ya que expertos y científicos de todas las áreas trabajan para recrear los ambientes naturales y permitir a estos animales vivir en mejores condiciones.” (Diccionario ABC, 2007)

De acuerdo a un artículo publicado en el Diario La Hora (2014), el turismo interno en el Ecuador aumento en el último año, consiguiendo movilizar en el 2013 a más de tres millones y medio de personas según estadísticas del Ministerio de Turismo. En un estudio realizado por el Ministerio de Turismo en el año 2011, en donde se cuantifican las variables del turismo interno, se destaca que el motivo de viaje del 33% de los turistas internos es por vacaciones, recreación y ocio, y en referencia a las actividades realizadas dentro del territorio nacional el 26% realiza turismo cultural y el 0,02% turismo de parques temáticos, estos dos tipos de turismo enmarcan a los zoológicos según las descripciones obtenidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

En referencia a las actividades realizadas dentro del turismo se debe en primera instancia conocer que el turismo cultural está definido por la Organización Mundial de Turismo en 1955 como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos experiencias y encuentros. En un sentido muy amplio el turismo cultural se refiere desde visitas a parajes naturales o entornos históricos como a festivales de cine y gastronómicos, todo es cultura. “Todo el patrimonio según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y la Cultura (UNESCO) dentro de la lista

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

de patrimonios mundiales entra, todo, tanto cultural como natural, como los Parques Naturales” (Morére & Perelló, 2013)

Los parques temáticos son definidos por la International Association of Amusement Parks and Atracciones (IAAPA) como “un parque recreativo que tiene una o varias identidades temáticas que determinan las distintas alternativas en materia de atracciones, restauración, comercio, etc” (Loverseed, 1994). La asociación de parques temáticos involucra a unas 5,600 corporaciones pertenecientes a la industria del ocio, entre estas se pueden encontrar a parques temáticos, parques de atracciones, parques acuáticos, zoológicos, museos, acuarios, centros de ocio, etc. Varios autores definen a los parques temáticos con características comunes entre diversidad de atracciones, localización y equipamientos, áreas temáticas planificadas, identidad temática, niveles altos de calidad ambiental y precio único. (Fuertes & Molina, 2000).

Al turismo interno se lo puede definir como las actividades realizadas por un visitante residente del país en referencia, si bien existen las cifras de las actividades realizadas por el turismo interno, se desconocen los factores determinantes que aportan a una cultura de visita de zoológicos en el Ecuador, es por eso que en ésta investigación se analizará el perfil de los consumidores de zoológicos, con el objetivo de identificar las variables de los turistas de zoológicos para que los diferentes centros a nivel nacional sepan encaminar sus objetivos y estrategias hacia los intereses y experiencias de los consumidores de ésta atracción turística.

En este estudio realizado a los visitantes del Amaru Zoológico Cuenca se intenta comprender como éstos se comprometen con el medio ambiente dentro de

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

los zoológicos, la interacción con los animales, además se identifican las necesidades de los usuarios, la evaluación de las exhibiciones desde su punto de vista, el uso de los diferentes componentes educativos, el conocimiento y actitudes de los consumidores frente al rol de los zoológicos; finalmente la obtención de datos demográficos para una mejor aplicación de las estrategias de marketing.

En el Ecuador por primera vez en la historia del país se está conformando la Asociación Ecuatoriana de Zoológicos y Acuarios (AEZA), en donde actualmente se encuentran participando doce instituciones de los 39 contabilizados por el Ministerio del Ambiente del Ecuador. Entre ellas están: Zoológico El Pantanal de Guayaquil – Guayas; Amaru Zoológico Cuenca – Azuay; Ecozoológico San Martín en Baños de Ambato – Tungurahua; Zoológico El Arca – Tena; Parque Cóndor – Imbabura; Zoológico El Edén – Pastaza; Zoológico Municipal de Loja – Loja; Acuario y Serpentario San Marín de Baños de Ambato – Tungurahua; Zoológico Tarqui – Pastaza; Paseo de los Monos – Pastaza; Zoológico de Quito en Guayllabmaba – Pichincha y Refugio Yanacoha – Pastaza; la asociación promueve el mejoramiento continuo de los programas de investigación y educación, de los zoológicos y acuarios del Ecuador para la protección de la fauna y los ecosistemas Ecuatorianos, a través de estrategias de cooperación, intercambio, asesoría y acción conjunta; ésta investigación espera ser de utilidad para esta asociación y quienes aún no la conforman con la finalidad de que dichas instituciones apliquen sus objetivos orientados a los perfiles de los consumidores que aportan a una cultura de visita de zoológicos en el país.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

MARCO TEÓRICO

Alrededor del mundo los zoológicos son atracciones turísticas muy populares, que con el paso de los años han tenido cambios revolucionarios en cuanto a su rol y experiencias para los visitantes. Si bien los zoológicos forman parte de un destino turístico, ¿realmente son atracciones para los visitantes? Se argumenta que son simples atracciones turísticas, que atienden a las poblaciones locales y que son relegados por otras actividades recreacionales como los centros comerciales y las salas de cine, pero según un estudio realizado en el año 2010 por la World Association of Zoos and Aquariums (WAZA); en realidad las visitas a zoológicos sobrepasan los setecientos millones de visitantes anualmente, por lo que aportan a la industria turística de una manera significativa.

El turismo de zoológicos es la interacción directa de los visitantes con la vida salvaje, y actualmente forman parte de la ruta turística de los viajeros, cada vez más están siendo vistos como lugares de interés del mercado de masas. Es importante mencionar algo muy cierto “Un nuevo tipo de turista ha emergido, el cual requiere un mayor grado de interacción con la naturaleza: las personas que requieren oportunidades recreativas compatibles con el medio ambiente... en donde la naturaleza en lugar de la humanidad predomina” (Kerr, 1991)

Si bien existen a nivel mundial muchas críticas sobre el rol de los zoológicos, la Estrategia Mundial de Zoológicos y Acuarios para la Conservación (WZACS), aclara como actualmente la misión de todos los centros a nivel mundial debe ser enfocada a actividades conservacionistas, incluyendo la reproducción, investigación y educación. Los zoológicos tienen una audiencia masiva de visitantes y, según la estrategia éstos deben esforzarse por entusiasmar

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

a la gente sobre el mundo natural, fomentar el rol de conservación en los visitantes y desarrollar un apoyo público hacia los problemas de conservación, pero como prioridad deben transmitir a cada uno de sus visitantes experiencias, materiales y recursos en función a una mejora, protección y actividades en beneficio de la vida salvaje.

Para influenciar en los visitantes de los zoológicos la educación tiene que ser vista como una actividad conservacionista, las experiencias en un zoológico deben enfocarse en las actitudes y conocimientos de los visitantes. Existen varios estudios sobre los comportamientos de los visitantes en museos y zoológicos alrededor del mundo, los primeros estudios enfocados a la influencia del ambiente de un museo en el comportamiento de los visitantes fueron llevados a cabo en estos espacios por Benjamin Gilman en 1910, Edward Robinson en 1920 y Arthur Melton en 1930. Estudios específicos sobre zoológicos no aparecen hasta antes de 1970; considerando que el primer y el zoológico más famoso del mundo es el de Londres desde 1950; es decir veinte años después una autoridad de la época llamada Heini Hediger fue quién desarrolló el primer estudio llamado *“Comprehensive analisis of the public who visit zoos...are still part of the future”* (Hediger, 1969).

El auge de los estudios de los comportamientos de los consumidores se remonta: “a mediados de la década de 1950 las compañías comenzaron gradualmente a cambiar de una orientación a las ventas para adoptar una orientación al marketing. La causa principal de la nueva orientación al marketing fue darse cuenta de que era el momento de que las empresas se enfocaran más en los consumidores y las preferencias de éstos; es decir, se trataba de tener al

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

consumidor en primer lugar en su pensamiento y en su planeación de negocios”
(Shiffman & Lazar Kanuk, 2010)

Cuando los zoológicos en la época de los setentas cambian su rol drásticamente al de conservación y desarrollan programas de protección de las especies en peligro de extinción, todos los estudios se enfocan a estos nuevos problemas; con el paso del tiempo gracias al incremento de los visitantes se diversifican los estudios y se entabla la problemática de que si bien los animales están hoy en día incorporados a la vida de las personas se debe investigar sobre la influencia de éstos en el ser humano, igualmente algunos estudios aportan a que entre los seres humanos y los animales existe una estrecha relación dando como resultado una creciente preocupación por como son tratados los animales en la sociedad, así se inicia una exhaustiva búsqueda por averiguar cómo y porqué los usuarios se comportan de cierta manera dentro de los zoológicos.

En cuanto a las distintas teorías aplicadas a la evaluación de la conducta de consumidores de zoológicos existen varios comentarios a lo largo de los estudios aplicados, a continuación algunos de ellos:

“El problema es generalizar porque existen diferencias entre los lugares, el diseño de los instrumentos de estandarización y las dificultades asociadas a comparar los perfiles de los visitantes en un zoológico dan como resultado diferencias pues existe una diversidad de regiones geográficas de donde provienen los visitantes”

“El mayor problema es la variación de los sitios estudiados. La diferencia de los estudios envuelve las características de los visitantes, las exhibiciones, diseños,

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

los animales, y el método de investigación. Esta variación, que es difícil de controlar, limita la aplicabilidad de los estudios, y en consecuencia, los estudios tienden a ser descriptivos y específicos del sitio estudiado”

“En un estudio de los visitantes de zoológicos y santuarios por Woods (2002: 355) se encontró que la interacción con los animales es un importante elemento de estas experiencias, la cual atribuye un deseo de conexión con los animales”

(Davey, 2006)

Es cierto que los zoológicos difieren unos de otros en diseño, entorno, recursos, manejo, ubicación geográfica, etc; y más aún en nuestro país en donde poco a poco los zoológicos están saliendo del concepto antiguo de manejar encierros de animales a manejar un concepto de zoológicos modernos, en donde existen diferencias significativas entre unos y otros, aún con éstas diferencias todos causan sensaciones, experiencias, motivaciones en todos aquellos que los visitan.

Los consumidores son individuos complejos, tienen varias necesidades psicológicas y sociales muy diferentes de las necesidades fisiológicas. Todas estas necesidades difieren de las prioridades de los consumidores y éstas preferencias son diferentes de cada segmento del mercado.

Los comportamientos de los visitantes de un zoológico se definen por las motivaciones, y la motivación se define como “la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción” (Shiffman & Lazar Kanuk, Comportamiento del Consumidor, 2010). Es decir que sus acciones dependen de

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

la personalidad, percepciones, del aprendizaje, experiencias y de las actitudes de los individuos. ¿Los motivos son identificables? ¿Cómo se miden? ¿Cómo se sabe que los motivos son causantes de ciertas conductas? Estas interrogaciones son medibles a pesar de que las motivaciones son entidades hipotéticas, pero las diferentes técnicas de investigación han hecho que se profundice en éste campo con el objetivo de identificar en los consumidores las razones de sus acciones.

Ésta investigación analiza a los usuarios de zoológicos pues es indispensable obtener características demográficas y características psicográficas de los mismos. Se realiza una evaluación enfocada en el impacto de los diseños de exhibiciones en los visitantes y las interacciones de los visitantes con los animales de un zoológico, es decir como los usuarios utilizan el zoológico, la interacción de la gente con los demás turistas, etc.

En el Ecuador no existe un estudio del comportamiento del consumidor enfocado directamente a los visitantes de los zoológicos, es por eso que esta investigación realiza un análisis de todas las variables que determinan los factores que aportan a la creación de una cultura de visita a zoológicos en el país, fundamentada en estudios realizados a nivel mundial.

MARCO METODOLÓGICO

Una vez dispuestas las variables a analizar para determinar los factores que aportan a una cultura de visita a zoológicos en el país por medio de la identificación de un perfil de usuarios de zoológicos, se desarrolla el diseño de la investigación, la población, muestreo, y la instrumentación que son los métodos de obtención de información.

Diseño de la Investigación e instrumentación

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

“El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Esto incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechan” (Shiffman & Lazar Kanuk, 2010)

Esta investigación tiene el objetivo de determinar los factores que aportan a una cultura de visita de zoológicos en el Ecuador, para esto se deben recopilar y evaluar todos los datos primarios y secundarios sobre los perfiles de usuarios de zoológicos. Los datos primarios son aquellos que son investigados actualmente mediante un diseño o recopilados para la investigación actual y se centran en la investigación cualitativa y cuantitativa; en éste estudio se utilizan estos dos métodos de investigación por medio de entrevistas telefónicas o por skype que es información cualitativa, también se aplican encuestas e investigación por observación que son investigación cuantitativa. Mientras que los datos secundarios son la información ya existente, que ya fue obtenida por estudios realizados con anterioridad y que puede ser usada como fuente para la nueva investigación e incluso puede reducir la investigación primaria, los datos secundarios pueden ser obtenidos de manera interna dentro de las organizaciones analizadas como también de fuentes externas, en este caso como no existen estudios dentro del país se usaron patrones de estudio aplicados a zoológicos en Australia, Europa y Estados Unidos.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

En cuanto al método cualitativo se usó la entrevista telefónica o por skype, la misma fue estructurada y duro alrededor de veinte minutos, fue dirigida a un solo individuo y tienen como propósito fortalecer las encuestas y la investigación por observación, está dirigida en esta investigación al personal de los zoológicos, en función a lo que piensan sobre los usuarios de los mismos. En esta investigación la entrevista fue realizada al Director del Zoológico del Pantanal en Guayaquil.

Según un estudio realizado por la World Association of Zoos and Aquariums (WAZA), los zoológicos en el mundo manejan aproximadamente el diez por ciento de la población en donde se encuentran instalados, es decir la provincia del Azuay actualmente tiene 712,127 mil habitantes según los últimos datos en el 2010 por del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). “De acuerdo a información que maneja el Ministerio de Turismo, Cuenca es visitada por 215,000 personas extranjeras y 600,000 turistas nacionales anualmente. Julio, agosto, septiembre y noviembre son los meses con mayor registro de visitas” artículo publicado por Diario el Mercurio (2014). Como lugar de muestreo se escogió al Amaru Zoológico Cuenca ya que es un zoológico recientemente nuevo, con un concepto moderno en cuanto a su estructura y que está ubicado en una de las ciudades del Ecuador en donde existe un alto índice turístico, por lo tanto es una muestra representativa de los zoológicos del país.

Para la obtención de datos cuantitativos las encuestas son el método más usado para averiguar las preferencias y hábitos de consumo de los usuarios, en éste estudio para averiguar los factores que aportan a una cultura de visita de zoológicos en el Ecuador se han realizado encuestas con base a entrevistas

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

personales, se realizó durante tres días entre semana pruebas piloto para ver si la aplicabilidad de las preguntas era correcta, una vez comprobadas las mismas fueron realizadas al final del recorrido escogiendo al azar a visitantes adultos entre dieciocho y sesenta y cinco años, la intercepción a los visitantes se la realizó en el Amaru Zoológico Cuenca de martes a domingo a una muestra de 150 visitantes, la población esta basada en los 91,000 visitantes que visitan anualmente éste zoológico con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%, se adjunta en el Anexo #1 el calculo de la muestra para población finita. “Una muestra es un subconjunto de la población que se utiliza para estimar las características de toda la población. Por lo tanto, la muestra debe ser representativa del universo bajo estudio” (Shiffman & Lazar Kanuk, 2010)

La investigación por observación es una técnica usada para comprender la relación entre los seres humanos y los productos o servicios, lo que permite es obtener una mejor visión del vínculo entre las personas y los productos o servicios; sus acciones, actitudes, expresiones, etc. En éste estudio se realizó la observación de la interacción de los visitantes del zoológico con los animales y las exhibiciones, además se realizó una recolección de los comentarios de los visitantes obtenidos del libro de comentarios que se encuentra en el área de boletería a la salida del zoológico. La obtención del muestreo de observación se realizó en exhibiciones/hábitats escogidos del Amaru Zoológico Cuenca por medio de dispositivos de video para captar el comportamiento del visitante, además dos guías capacitados recolectaron datos importantes por medio de la observación, ubicados en sitios estratégicos del zoológico, los mismos fueron

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

analizados minuciosamente y comparados con los resultados de los demás métodos usados para ésta investigación.

Los métodos de recolección de información aplicados en ésta investigación tanto cualitativos como cuantitativos ayudaron a encontrar los resultados de las variables planteadas en ésta investigación. Dentro de ésta investigación se planteó obtener características demográficas “como edad, género e ingresos de una persona son objetivos y empíricos, y se determinan fácilmente a través de preguntas (algunos incluso pueden observarse) y permiten una clasificación precisa de cada entrevistado dentro de una categoría dada”. Así mismo los datos psicográficos “también conocidos como estilo de vida consisten en las actividades, los intereses y las opiniones, que son en su mayoría actitudes o cogniciones hacia diversos temas, y no pueden clasificarse usando definiciones estandarizadas” (Shiffman & Lazar Kanuk, 2010)

Además dentro del estudio se realiza una evaluación enfocada en el impacto de los diseños de las exhibiciones en los visitantes y la interacción de los visitantes con los animales, el análisis de estas dos variables se realizó bajo la teoría aplicada de Kellert (1985, 1991) quién examina las actitudes del público hacia los animales y hacia las exhibiciones/hábitat de los zoológicos bajo valores básicos de la vida salvaje propuestos por el autor. “Los valores básicos de la vida silvestre y la naturaleza sugeridos por Kellert (1985) sirven como marco conceptual de la construcción de la tipología e ilustra las actitudes hacia los animales, enfatizados por cada tipo de exposiciones” (Frost, 2011)

Según Kellert estas tipologías ilustran la diversidad y complejidad de las exhibiciones de animales en modernas atracciones turísticas, y se obtiene una

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

evidencia empírica sobre los visitantes y sus reacciones y actitudes hacia los animales y diversas exhibiciones, pero también se debe profundizar más en descubrir en futuras investigaciones el perfil socio-demográfico de los visitantes con respecto a los diferentes tipos de exhibiciones. Siguiendo esta sugerencia de Kellert en ésta investigación se aplicó el estudio socio- demográfico, psicodemográfico y la tipología de Kellert para la obtención del perfil de los visitantes de zoológicos por medio de los métodos de investigación antes mencionados.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El perfil socio-demográfico de los visitantes resulta de la segmentación de mercado realizada, la información demográfica clasifica a los individuos y mide a la segmentación con mayor exactitud, este método de medición es menos costoso y ayuda a localizar a segmentos específicos, los datos recabados permiten identificar oportunidades de negocio, hábitos de consumo, actitudes y patrones de los encuestados, etc. En la investigación cuantitativa aplicada a los visitantes del Amaru Zoológico Cuenca, por medio de 150 encuestas al azar la cual se encuentra adjunta en la carpeta Anexo #2, correspondiendo al 56,7% de los encuestado hombres y al 43,3% mujeres, se obtuvieron los siguientes datos demográficos:

La edad en los individuos es un factor importante al momento de comercializar bienes y servicios, las necesidades de los bienes y servicios varían de acuerdo a la edad, ésta influye en las prioridades al momento de comprar, es por eso que para éste análisis las encuestas fueron aplicadas a adultos de dieciocho a sesenta y cinco años, dando como resultado que el 34% de los encuestados fueron de los 18 a 24 años, el 25% de los 25 a los 31 años, el 21%

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

corresponde de los 32 a los 38 años, el 11% con edades entre 39 a 45 años y el 9% de los encuestados con edades entre los 46 a los 65 años. Si bien estos son datos en referencia a adultos se puede observar que en su mayoría los individuos que visitan el zoológico corresponden en un rango de edad de los 18 a los 38 años entre hombres y mujeres.

La educación es uno de los roles en los que los zoológicos actuales se enfocan alrededor del mundo, esta variable demográfica es un factor determinante en este estudio, para la aplicación correcta de estrategias educativas para la conservación es importante determinar el nivel de estudio de los visitantes. Los usuarios del Amaru Zoológico Cuenca demuestran que el 52% se encuentra cursando o a finalizado la universidad, mientras que el 34,7% que es un porcentaje considerable solo termino hasta la secundaria, el 10% termino hasta la primaria, y un índice muy bajo del 3,3% tiene título de cuarto nivel, es decir postgrados, maestrías, etc. Como los zoológicos reciben a visitantes del mercado de masas incluyendo niños que son su mercado objetivo, la comunicación educativa referente a las características de las especies y el rol que los zoológicos desempeñan debe ser digerible y fácil de comprender, enfocada a todos los rangos de edad y a todos los rangos de nivel de estudios, es un gran reto para estas instituciones realizar los componentes educativos en nuestro país donde no existe una cultura de lectura, de aprendizaje y donde poco a poco se está creando interés sobre la conservación ambiental.

La segmentación geodemográfica no es más que el lugar en donde vive una persona y como su procedencia influye en los hábitos de consumo de bienes o servicios, en esta investigación se comprobó que el 64% de los visitantes de los

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

zoológicos son locales, el 26% es turista nacional, el 8% es turista de la provincia tanto rural como urbano y el 2% es turista extranjero. Además los turistas nacionales en su mayoría vienen de ciudades cercanas a no más de tres horas de distancia, en el caso del Amaru Zoológico Cuenca la mayoría de los turistas provienen de las ciudades de Azogues, Guayaquil y Machala. Estos porcentajes son los indicadores de a que segmentos del mercado los zoológicos deben esforzarse por atraer para generar un incremento de las visitas. Así mismo el medio de transporte más utilizado por los visitantes para llegar al zoológico es su auto propio correspondiente al 53% de los usuarios esto se equipara a que la mayoría de turistas son locales o de ciudades cercanas, servicio de taxi utiliza el 39%, el 5% utiliza transporte público, el 2% camina hacia el zoológico, y el 1% utiliza bicicleta o moto; esta variable es importante considerar por la comodidad de los usuarios, pues generalmente no todos los zoológicos se encuentran dentro de la ciudad y es importante facilitar el acceso del público a las instalaciones.

Una de las variables demográficas más significativas de este estudio es la familia, pues en la mayoría de estudios de marketing el hogar es la unidad de consumo de bienes y servicios. El tipo de hogar o perfiles de visitantes que acuden a los zoológicos en su mayoría se detalla a continuación en la tabla #1:

En familia:	Porcentajes
Papa y mama solos	5,33%
Papá, mamá + 1 hijo	17,33%
Papá, mamá + 2 hijos	10,66%
Papá, mamá + 3 hijos	6%
Papá, mamá + 4 hijos o más	1,33%
Papá o mamá + 1 hijo	7,33%
Papá o mamá + 2 hijos	5,33%
Papá o mamá + 3 hijos	3,33%
Familia + invitados	8,66%
Otro tipo de visita:	
Grupo amigos	14,66%
Parejas de novios	19,33%
Solo/sola	0,66%

Tabla #1: Tipos de hogares o grupos de visitantes de los zoológicos

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Los grupos familiares o grupos de visitantes que más acuden al zoológico lo conforman los hogares con el 65,30% destacándose el tipo de hogar de (papá y mamá + un hijo) con el 17,33%, las parejas de novios con el 19,33% y los grupos de amigos con el 14,66%, estos tres conjuntos identifican a los perfiles de grupos de consumo de turismo de zoológicos, esta identificación sirve para desarrollar estrategias de marketing adecuadas dirigidas especialmente para este tipo de grupos de consumo.

La frecuencia de visita corresponde a que el 75,33% de los usuarios es la primera vez que conocen el zoológico, el 6,66% regresa al año de su primera visita, el 6% regresa a los seis meses de su visita, el 5,33% no ha regresado desde hace dos años, el 4% ha visitado el zoológico un mes atrás y el 2,66% no ha regresado desde la inauguración. Estos porcentajes son un claro panorama de la frecuencia de uso del zoológico por parte de los visitantes y los resultados entregan una clara visión de lo que los directores de los centros deben hacer para incrementar la repetición de las visitas. En este análisis sobre la frecuencia de visita por parte de los usuarios de zoológicos también se profundizó si existe una cultura de visita a los demás centros del país, el 70,66% dice conocer algunos de los zoológicos del país mientras que el 29,4% no ha visitado ningún zoológico del país. Entre los más visitados se encuentran el Zoológico Yurak Alpa en Tarqui – Azuay, el Zoológico Municipal de Loja, el Eco – Zoológico San Martín de Baños de Ambato, el Zoológico de Quito en Guayllabamba y el Zoológico del Pantanal en Guayaquil. En cuanto a visita de zoológicos en el extranjero tenemos que considerar que el 68,66% no ha viajado fuera del país, de los visitantes que si han salido al exterior solo el 64% visitan zoológicos, parques temáticos o acuarios.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Los zoológicos en todo el mundo ofertan diferentes servicios dentro de ellos para una mejor atención al cliente, en nuestro país generalmente poseen restaurantes y tiendas de souvenirs dispuestas para el consumo de los visitantes, el 75,16% de los visitantes realizan consumos de alimentos en los restaurantes o snack bar de los zoológicos mientras que el 24,83% no lo hace, al contrario el 77,33% no realiza compras de souvenirs mientras que el 23,33% si desea obtener algún recuerdo de la visita. Es importante mencionar que la disponibilidad de gasto de los visitantes de zoológicos en el país fluctúa en un rango entre 13usd a 22usd, pues el 42% de los visitantes dice haber gastado estos valores entre entradas, alimentos y recuerdos.

Los datos psicográficos describen las actividades, intereses, opiniones y actitudes hacia diferentes temas, el rol de los zoológicos en el mundo es la conservación, todos los zoológicos deben trabajar en conjunto en mira a la protección de las especies por medio de adecuadas estrategias de educación para la conservación, investigación, programas de reproducción, etc. En nuestro estudio se descubrió que el 57,24% de los visitantes intuyen o saben que el rol de los zoológicos es conservación o protección de las especies, el 9,86% determinaron que el rol de los zoológicos es netamente educación y el 7,24% considera que es el entretenimiento de los visitantes; el 25% de los visitantes del zoológico no tienen idea sobre el rol, objetivos y trabajo que realizan los zoológicos, éste porcentaje es bastante alto y lamentablemente hace referencia a que en nuestro país a los zoológicos aún les falta transmitir, resaltar y cambiar su concepto antiguo al concepto moderno de zoológicos que trabajan para un solo objetivo mundial.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

La motivación en los seres humanos ésta impulsada por las necesidades de carácter fisiológico y las necesidades adquiridas como el autoestima, afecto, prestigio y el aprendizaje, entre otros. Dentro de las necesidades adquiridas los seres humanos buscan complacer sus objetivos en diversos aspectos, para el análisis de las motivaciones de los visitantes se plantearon tres variables acordes a los ejes de trabajo de los zoológicos, a continuación se detallan las mismas

1. Entretenimiento	Porcentajes
1.1 Por tener un día divertido	10,24%
1.2 Por ver los animales	36,09%
1.3 Pasar tiempo con la familia y amigos	15,12%
1.4 Estar en un lugar natural al aire libre	5,86%
1.5 Escapar de las presiones del día a día	0,98%
Otro (especifique):	
1.6 Explorar	0,49%
2. Conservación	
2.1 Por ayudar a proteger los animales en peligro	8,78%
2.3 Para contribuir con la conservación	4,88%
3. Educación	
3.1 Para educar a los niños sobre los animales	10,73%
3.2 Aprender sobre la fauna	6,83%

Tabla #2: Motivaciones de los usuarios al momento de elegir visitar un zoológico.

Como resultado en la tabla #2 a los usuarios les motiva realizar visitas a los zoológicos en su mayoría por la primera variable que es netamente entretenimiento, ya que el 36,09% de los usuarios visitan los zoológicos por ver los animales (1.1), el 15,12% por pasar tiempo con la familia y amigos (1.3) y el 10,24% por tener un día divertido (1.1), en la variable educación se puede observar que solo el 10,73% se encuentra motivado a visitar el zoológico para educar a los niños sobre los animales (3.1), y en la variable conservación que es el rol fundamental del zoológico únicamente al 8,78% de los visitantes les motiva conocer los zoológicos por ayudar a proteger los animales en peligro (2.1).

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Las actitudes de los visitantes frente al rol de los zoológicos fueron medidas por medio de la escala de likert, que es el método más completo para medir las conductas u opiniones sobre un tema, la misma facilita la interpretación de lo que los consumidores piensan. En este estudio se analizaron las actitudes de los usuarios de zoológicos en referencia al entretenimiento, conservación y educación. A continuación los resultados de éste análisis en la tabla #3:

1. Entretenimiento	
1.1 Proveer varios animales para que los visitantes los vean	
Muy Importante	53,79%
Importancia Media	26,90%
Menos importante	19,31%
1.2. Ser lugares de entretenimiento	
Muy Importante	19,58%
Importancia Media	41,26%
Menos importante	39,16%
1.3. Usados para llevar a un niño como regalo o recompensa	
Muy Importante	27,66%
Importancia Media	32,62%
Menos importante	39,72%
2. Conservación	
2.1 Proteger la fauna de el peligro de extinción	
Muy Importante	57,75%
Importancia Media	26,76%
Menos importante	15,49%
2.2 Realizar proyectos de investigación de las especies	
Muy Importante	16,67%
Importancia Media	39,58%
Menos importante	43,75%
2.3 Realizar programas de reintroducción de especies al hábitat natural	
Muy Importante	25,87%
Importancia Media	34,26%
Menos importante	39,86%
3. Educación	
3.1 Proveer de letreros de información de las características de los animales	
Muy Importante	35,42%
Importancia Media	31,25%
Menos importante	33,33%
3.2 Proveer de áreas educativas, lúdicas e interpretativas sobre los animales a los visitantes	
Muy Importante	10,42%
Importancia Media	44,44%
Menos importante	45,14%
3.3 Proveer de charlas educativas sobre los animales a los visitantes	
Muy Importante	52,45%
Importancia Media	26,57%
Menos importante	20,98%
Tabla #3: Actitudes de los visitantes hacia el rol de los zoológicos.	

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Como resultados se puede observar que el 53,79% de los usuarios cree muy importante que los zoológicos deben proveer de varios animales para su entretenimiento (1.1), más que ser lugares de entretenimiento o que sirvan para llevar a los niños como regalo. Así mismo en la variable de conservación los consumidores piensan que lo más importante a lo que deben enfocarse los zoológicos es a proteger la fauna del peligro de extinción (2.1) con un 57,75%, siendo de mediana importancia los programas de reintroducción de especies al hábitat natural y de baja importancia los proyectos de investigación de especies. En referencia a la educación el 52,45% de los visitantes prefieren escuchar charlas educativas sobre los animales (3.3), en importancia media le prestan más atención a las áreas educativas que a los letreros informativos.

Es importante mencionar que el 65% de los visitantes de los zoológicos cumplen el tiempo de visita estimado con exactitud, es decir si el recorrido se estima en dos horas y media pues ese tiempo es el que pasan en el zoológico, solo el 20% de los usuarios destina más tiempo del estimado, y el 15% de los visitantes termina el recorrido antes. El tiempo destinado a la visita influye en la observación, aprendizaje e interés que las personas tienen sobre el zoológico, es por eso que en este estudio se analizó si leen, observan, preguntan y hacen uso de las herramientas educativas que los zoológicos proveen en sus instalaciones, dando como resultado se encontró que el 86% de los visitantes no leen los letreros de información y características de las especies, incluso solo el 5% declara haber leído todas las cédulas informativas, el 40% de los usuarios no observa bien las exhibiciones y la cantidad de animales que ve en cada hábitat y el 49% declara no haber revisado las áreas educativas.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Otras de las opiniones obtenidas en éste estudio por los visitantes de zoológicos es que el 58% sabe que los animales del zoológico provienen del tráfico ilegal de especies, mientras que el 26% no tiene idea como los zoológicos obtienen las especies y peor aún el 10% de los visitantes piensa que estas instituciones sacan los animales de la naturaleza para exhibirlos al público. El Ecuador es uno de los países con más índice de tráfico ilegal de especies por la diversidad que mantiene, inclusive el 21% de los visitantes declara haber tenido animales silvestres en casa, es por eso que los zoológicos de nuestro país que están alineados a proyectos de rescate, rehabilitación, investigación de las especies tienen una dura tarea al momento de romper estos esquemas en donde los animales silvestres son tratados como domésticos.

La interacción de los visitantes con los animales y sus actitudes frente a las exhibiciones del zoológico, se basan en la teoría propuesta por Kellert, la misma explica la importancia de identificar las exhibiciones de los zoológicos y las sensaciones u opiniones que las mismas generan en las personas, es por eso que este estudio realizó la identificación de las exhibiciones para determinar inclusive las preferencias de los visitantes; ésta teoría fue fortalecida en este estudio por las encuestas, el libro de comentarios y el método de investigación por observación. Kellert examina las actitudes de las personas hacia los animales proponiendo ocho tipo de exhibiciones, a continuación se detalla este análisis, haciendo referencia a las exhibiciones del Amaru Zoológico Cuenca y como los visitantes se identifican con éstas:

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Tipo de exhibición	Descripción	Exhibición Zoo Amaru	Visitantes identificados
Naturalista	Exhibición en donde los animales se presentan rodeados de naturaleza o semi naturaleza, con la impresión y técnicas que los presentan como si estuviesen en su hábitat.	Osos Andinos	4,02%
Ecologista - Científica	Exhibiciones que enfatizan en dejar mensajes de conservación, van dirigidas a los visitantes que sienten curiosidad sobre el comportamiento, características físicas y biológicas de los animales.	Cóndores Andinos	7,38%
Humanista	Exhibiciones donde los animales permiten a los visitantes expresar afecto por ellos, o que ayudan a mejorar el comportamiento de los seres humanos.	Monos	26,85%
Moralista	Exhibiciones que estresan y promueven mensajes.	Águilas	5,36%
Utilitaria	Exhibiciones en las que los visitantes son enfatizados sobre el valor de los animales mediante charlas o demostraciones.	Pumas	4,97%
Dominadora	Exhibiciones en las que generalmente se demuestra el poder de los animales mediante shows educativos.	Leones Africanos	34,90%
Negativista	Exhibiciones que se enfocan en presentar animales en shows o videos de una manera repulsiva, negativa o que generan miedo.	No aplica	No aplica
El 16,52% restante pertenece a las demás exhibiciones que los visitantes escogieron como la exhibición que más les atrajo.			

Tabla #4: Identificación de los visitantes con la tipología de exhibiciones propuesta por Kellert.

En la tabla #4 se puede observar que el 34,90% de los visitantes prefieren a la exhibición dominadora que en el caso del Amaru Zoológico Cuenca representa a las charlas educativas y de alimentación de la manada de seis leones africanos frente al público, lo que genera en los visitantes es una total atracción hacia ésta exhibición no solo por su infraestructura sino también por la experiencia que pueden vivir al ver a estas especies en la charla educativa y de alimentación de la manada de seis leones africanos que se dicta al público en horarios establecidos. El 26,85% de los visitantes tiene una inclinación hacia la exhibición humanista la cual hace referencia a ese tipo de exhibición en donde los visitantes tienen mayor contacto con las especies, en éste caso sucede con la exhibición de los monos ardillas que se encuentran libres en el parque y tienen

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

total interacción con los visitantes. La exhibición de cóndores andinos tiene el área educativa más completa del zoológico por lo que el 7,38% de los visitantes se identifica con este tipo de exhibición ecologista - científica, que persuade a los visitantes con temas ambientalistas, de cuidado y protección de los animales. El 5,36% de los usuarios se identifican con la exhibición moralista, en el zoológico la exhibición de las águilas es la que más genera comentarios que estresan a los visitantes por el espacio que tiene éste hábitat. La exhibición utilitaria es en la que se enfatiza sobre el valor de los animales por medio de charlas o demostraciones, la exhibición del puma generalmente siempre tiene un guía que esta otorgando información sobre la especie, el 4,97% se identifica con ésta exhibición. Las fotografías del tipo de exhibiciones escogidas para esta investigación se encuentran adjuntas en la carpeta Anexo #3. Inclusive el 61,63% declara que se identifica más con los leones africanos por lo que se constata que los visitantes tienen actitudes dominadoras frente hacia las especies, ya que el león es significado de poderío, fortaleza, etc.

Para identificar los intereses de los usuarios con respecto a la naturaleza se obtuvo como resultado que el 32,45% de los visitantes desearía algún día ayudar a rescatar las especies del tráfico ilegal, el 17,88% prefiere ayudar a preparar las dietas y alimentar a los animales y el 13,90% desearía poder ser guía turístico del zoológico, es importante saber el deseo y las experiencias que los visitantes desean vivir en el zoológico.

En cuanto a los guías que estuvieron observando las actitudes de los visitantes en dos exhibiciones estratégicas del zoológico como leones africanos y pumas se evaluaron las siguientes variables en la tabla #5:

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

	Pumas	Leones Africanos
Actitudes	Felicidad, recuerdos, impresionados, satisfacción, miedo, frustración cuando no lo ven, sorpresa.	Alegría, emoción, interés, miedo (en especial niños y adultos mayores).
Opiniones de la infraestructura	Seguridad.	Amplitud, inseguridad por lo que el techo no tiene malla, miedo de que empujen la malla, a otros los 1500m2 les parece pequeño.
Lectura de la cédula de información de la especie	La mayoría no lee.	La mayoría no lee.
Preguntan al guía por información	La mayoría realiza preguntas	La mayoría realiza preguntas
¿Que preguntas hacen al guía?	Alimentación, procedencia, hábitat natural, edad, tamaño que alcanzan, reproducción, liberaciones, denuncias sobre maltrato animal.	Edad, alimentación, quién les da la alimentación, cada que tiempo cambian el agua, peleas, escapes, recursos economicos para mantener los animales.
Preguntas sobre otras exhibiciones	Oso de anteojos, leones africanos y cóndores.	Sobre tortuga galápagos, sobre el área de reproducción de ratones, sobre la exhibición de tigrillos, sobre los osos.
Tabla #5: Observación de los guías en dos exhibiciones puntuales de las actitudes los visitantes.		

Como resultado de la observación los guías determinaron que los visitantes vienen netamente por entretenimiento, muy pocos valoran a la educación y conservación, la mayoría no lee los letreros; preguntan cuando tienen un guía cerca, además los videos captados a los visitantes en las dos exhibiciones propuestas identifican las mismas actitudes descritas por los guías, siendo en los dos tipos por observación la exhibición de mayor interés la de los leones africanos, incluso a continuación algunos de los comentarios más comunes del libro del zoológico:

“Una bonita experiencia ver todos los animales lo que más me impactó fueron los leones”; “Gracias por los leones son hermosos sigan adelante”; “Lo mejor de todo los leones”; “Felicitaciones los leones y el cóndor son hermosos”; “Todo el recorrido fantástico, en especial los leones, aunque el cocodrilo no se movía”; entre otros.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Tanto los datos cuantitativos como cualitativos demuestran a un usuario de zoológicos identificado con las exhibiciones dominadoras, donde se encuentran animales que transmiten fortaleza y poder, en donde se transfiere al público de una manera educativa las características de las especies por medio de un show educativo.

En la entrevista otorgada por el Director del Zoológico del Pantanal de Guayaquil, el Sr. Ricardo Chiriboga, describe a la exhibición del león como la más atractiva para los visitantes de ese zoológico, el opina “que la motivación principal de las personas al momento de visitar un parque es la recreación familiar por ende la gente llega a divertirse y que lamentablemente no existe una cultura de visita a zoológicos ya que existe una percepción errada del público hacia los zoológicos, percepción causada por muchos centros en nuestro país que no trabajan en función a la conservación y educación, además la cultura zoológica viene en crecimiento en estos últimos 20 años, los zoológicos deben educar y concientizar a los visitantes, informar del rescate de las especies, etc”.

Todos los factores analizados dan como resultado la construcción de un perfil de consumidores de visitantes de zoológico, factores que aportan a una cultura de visita ya que los zoológicos pueden hacer uso de éstas herramientas para promover y enfocar las estrategias adecuadas para el incremento de visitas a los diferentes centros del país.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El turismo de zoológicos en el Ecuador se encuentra en desarrollo en estos últimos veinte años, el incremento de estos centros a nivel nacional ha generado cambios en la visión y misión de éstos, muy pocos han ido adoptando nuevos

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

conceptos y alineándose a la estrategia mundial de conservación de los zoológicos y acuarios que promulga acciones de conservación en beneficio de la fauna por medio de un turismo sustentable, programas de reproducción e investigación y educación para la conservación. Si bien los zoológicos actualmente tienen como opción aplicar la estrategia propuesta por la World Association of Zoos and Aquariums (WAZA), no deben descuidar a los visitantes que son quienes ven y actúan directamente con la vida salvaje, en ésta investigación se analizó la conducta de los visitantes ecuatorianos con el objetivo de determinar el perfil y los factores que influyen y aportan a una cultura de visita de zoológicos en nuestro país.

Este estudio aplicó métodos cualitativos: (conocimiento sobre el rol de los zoológicos, necesidades de los usuarios, participación de los visitantes, tipo de exhibición identificada por los usuarios, actitudes e interés hacia los zoológicos) y cuantitativos: (edad, educación, procedencia, tipo de usuario, frecuencia disponibilidad de gasto) basándose en los visitantes del Amaru Zoológico Cuenca y la entrevista al Director del Zoológico del Pantanal de Guayaquil con el objetivo de tener como resultado datos certeros sobre el perfil de los visitantes de nuestros zoológicos y los factores que determinan su comportamiento al momento de visitar un zoológico, se emplearon teorías y estudios que se han realizado en otros zoológicos del mundo, como datos concluyentes tenemos que:

Si bien el mercado de un zoológico se dirige a todas las edades, desde niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, los que toman la decisión al momento de elegir visitar un zoológico son los padres de familia, en este estudio en el factor edad, el perfil del visitante de adultos que más visita tiene un rango entre los 18 a

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

los 38 años, pues tanto hombre y mujeres en éste rango de edad se encuentran ya con familias conformadas o tienen hijos que influyen a la visita de éste tipo de parque temáticos. Es importante en un estudio del consumidor identificar las edades de los mercados con el objetivo de que las estrategias de ventas vayan dirigidas a motivar a los diferentes usuarios de éste tipo de servicio.

En el factor educación es también importante identificar el nivel de estudio en que se encuentran o que ya han cursado los usuarios de zoológicos, pues hay que recordar que la estrategia de los zoológicos va dirigida a una educación para la conservación, y si bien esta estrategia va destinada al mercado tan amplio de los zoológicos es importante enfocarse en mercados objetivos, en éste caso no es lo mismo dirigirse con estrategias educativas para los niños como para los adultos.

En el presente estudio se obtuvo que la mayoría de los visitantes adultos se encuentran cursando o ya terminaron la universidad, existen porcentajes de visitantes que no han terminado la primaria o secundaria; y no se diga de los niños que si bien no fueron objeto de estudio en este análisis, forman parte del mercado amplio al que los zoológicos deben enfocar sus estrategias educativas. En nuestro país en el que no existe un tercer nivel de educación en todos los sectores es importante que los zoológicos tomen muy en cuenta los elementos educativos a utilizar como: letreros, videos, áreas educativas, lúdicas e interpretativas o charlas educativas, se recomienda que se usen elementos básicos de aprendizaje, imágenes, esqueletos, juegos didácticos, letreros sin palabras rebuscadas, guías altamente capacitados para transmitir el rol de educación para la conservación que buscan difundir los zoológicos.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

En cuanto a la procedencia de los visitantes se recomienda a cada centro a nivel nacional realizar un estudio que identifique los lugares de origen de los visitantes, la identificación de estos lugares ayudará a que los zoológicos dirijan su publicidad adecuadamente, no solo dentro del área local sino que a nivel nacional, en este estudio como resultado se obtuvo que la mayoría de los usuarios de zoológicos son locales, pero es importantes identificar las ciudades de donde provienen los visitantes nacionales, la distancia y que medio de transporte se utiliza para llegar al zoológico, con el objetivo de que los pautajes en los medios de comunicación utilizados sea radio, televisión, redes sociales o prensa sean escogidos objetivamente para que exista una difusión adecuada a todos los lugares de procedencia de usuarios de zoológicos.

Uno de los factores más importantes que aportan a la visita de zoológicos en el Ecuador es identificar el tipo de usuario, en este estudio se determinó que la mayoría de visitantes lo conforman los hogares, parejas de novios y grupos de amigos, estos tres ejemplos de visitantes identifican a los grupos de consumo de los zoológicos, por lo que se recomienda que las estrategias de marketing aplicadas vayan dirigidas a los hogares, como por ejemplo la publicidad puede mostrar en sus imágenes a familias disfrutando de un día en el zoológico, promociones para parejas de novios en San Valentín, membresías acorde a los grupos familiares identificados, planes de visita para grupos de amigos, etc. Con un correcto uso de esta identificación de grupos de consumo se pueden crear varios productos o servicios acorde a las necesidades y preferencias de los mismos.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

La frecuencia de visita es considerada un factor muy importante, en éste estudio se obtuvieron resultados que destacan la periodicidad con la que los visitantes hacen uso de los zoológicos y si bien la mayoría son nuevos visitantes como se obtuvo en este análisis, todos los centros deben preguntarse ¿Cómo los zoológicos pueden influenciar en los usuarios que ya conocen el parque para que repitan su visita? justamente es un gran reto crear más frecuencia de visitas, de comprometer a la ciudadanía con el medio ambiente, generar apoyo y participación de la comunidad con estos centros de conservación; se recomienda a los zoológicos hacer un estudio de frecuencia de visitas con el objetivo de aplicar estrategias que produzcan repetición en el consumo de éste servicio, la intención deberá ser eliminar los rangos de visitas de hace 6 meses, hace un año, o “el no regreso desde la inauguración”, tal vez la estrategia es ofertar membresías, nuevas exhibiciones, charlas diferentes mes a mes, etc. También es importante considerar en todos los zoológicos que el rango de disponibilidad de gasto de los usuarios determinado por este estudio reflejo que la mayoría de los usuarios de zoológicos gastan entre 13usd a 22usd, estos valores son importantes de considerar al momento de planificar costos de entradas, costo de alimentos dentro de los servicios del parque, costo de recuerdos, membresías, etc.

Lamentablemente los usuarios de zoológicos en el Ecuador no tienen una cultura de visita a este tipo de parques a diferencia de los usuarios de Europa y Estados Unidos que desde muy pequeños visitan con frecuencia estos centros, se recomienda que con la nueva Asociación Ecuatoriana de Zoológicos y Acuarios (AEZA) los centros a nivel nacional participen para trabajar alineados, aprender, ayudar a referirse y promocionarse unos entre otros. El porcentaje de el 30% de

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

los usuarios no conocen otros zoológicos alrededor del país más que el de su propia localidad, el trabajar en conjunto entre los zoológicos solo creará beneficios a nivel nacional para todos los centros.

Los zoológicos ecuatorianos que recientemente están adoptando el rol de conservación y el concepto de zoológicos modernos, tienen el gran reto de difundir entre sus visitantes su rol, objetivos y líneas de acción, según este análisis se descubrió que si bien los visitantes intuyen conocer el trabajo que realizan los zoológicos un alto porcentaje no tiene idea alguna sobre su labor, además todos los usuarios vienen por entretenimiento; se recomienda que los zoológicos sepan combinar al entretenimiento con la educación y la conservación de una manera en la que la gente pueda aprender entretenidamente, inclusive se recomienda que los letreros y áreas educativas estén aisladas de la exhibición de las especies, ya que si se encuentran juntas la atención se va a tornar hacia los animales dejando del lado el material educativo.

Los zoológicos deben aprovechar las diferentes motivaciones de los usuarios así sea que vengan por recreación familiar, por educar a los niños sobre el ambiente o sobre apoyar a los animales en peligro de extinción, etc; todas estas motivaciones sean cualesquiera que sean reflejan las actitudes de los visitantes hacia los zoológicos y en este estudio se analizó que a los usuarios les interesa la variedad de exhibiciones, se identifican con la palabra peligro en extinción y les interesa escuchar charlas educativas, se recomienda a todos los zoológicos a nivel nacional independientemente del tamaño que sean programar charlas educativas para la gente; de acuerdo a su crecimiento y economía ir inaugurando exhibiciones de nuevas especies y difundir el cuidado y protección que estos

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

centros realizan por medio de la reproducción, reintroducción y proyectos de investigación, realizar programas de voluntariados o de miembros para que la comunidad se involucre o sea participativa, involucrar a las empresas tanto públicas y privadas para que aporten a la creación y concientización de la educación ambiental para el público en general.

Las personas buscan complacer sus necesidades y en los zoológicos se ha comprobado por medio de este estudio que la gente llega a divertirse, los zoológicos para muchas personas es el primer contacto que tienen con la vida silvestre, es por eso que las exhibiciones generan en los visitantes ciertas actitudes; a los seres humanos nos gusta sentirnos dominantes de todo aquel ser vivo sobre el planeta tierra, nos identificamos con las especies que más poder o imponencia presentan, éste es el caso de los leones africanos que en los dos zoológicos estudiados son los que llaman más la atención del público. Se observó que existen exhibiciones para todo tipo de visitantes, pues existen tantas personalidades y tantos intereses que difieren entre unos y otros; se recomienda que los zoológicos planifiquen correctamente la construcción de las exhibiciones para que logren transmitir sensaciones, experiencias, momentos, charlas, etc, todo enfocado a la educación. De igual forma que lleven mensajes positivos y claros de concientización; se debe tener cuidado en los zoológicos ya que a los visitantes les gusta el show y la interacción con los animales, no se debe caer en exhibiciones negativas o de maltrato animal.

A los seres humanos nos interesa convertirnos en héroes y salvadores, según este estudio todos quieren salvar animales del tráfico ilegal, entonces los zoológicos deben identificar los diferentes intereses de los usuarios con la

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

finalidad de responder a sus necesidades, por medio de proyectos de participación, trabajo comunitario o donaciones, la gente quiere tener una conexión directa con los animales y divulgar en su círculo social el apoyo que realizan, los zoológicos de nuestro país tienen que aprovechar las motivaciones de las personas para ser apoyados por las mismas, en estos proyectos lo que más se necesitan son manos que ayuden en el trabajo del día a día.

Los factores investigados dan como resultado un perfil de visitantes de zoológicos ecuatorianos, dichos factores aportan directamente a la creación de una cultura de visita, se recomienda a todos los dirigentes de los centros a nivel nacional que hagan uso de este estudio para tener una idea general del perfil de usuario de zoológicos, pues deben aprender a conocer al consumidor, sus intereses, necesidades, comportamientos, anhelos; además como deben aplicar sus estrategias de marketing, publicidad y de educación, como deben construir los parques dirigidos a la sensibilización de los visitantes; se deben identificar todas las variables estudiadas en esta investigación con el fin de saber destinar todas sus acciones para satisfacer a los usuarios, ésta es la única manera en que los zoológicos podrán hacer que los visitantes respondan y contribuyan a un turismo sustentable a favor de la conservación de las especies.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braverman, I. (2011, October 11). Looking at Zoos. Cultural Studies . London.
- Buckley, R. (2010). Conservation Tourism. Oxfordshire, UK: CAB International.
- Davey, G. (2006). Visitor behavior in zoos: A review.
- Diccionario ABC. (2007).
- Frost, W. (2011). Zoo and Tourism Conservation, Education, Entertainment. Canada.
- Fuertes, A. M., & Molina, C. A. (2000). Los parques temáticos como estrategia de producto.
- Hediger, H. (1969). Man and Animal in the Zoo. Routledge /Kegan Paul. Ltda.
- K. Zareva-Simeonova, D. Z. (n.d.). The Zoos and their Role in the Formal and Informal Environmental Education . Sofia, Bulgaria.
- Kerr, J. (1991). Making dollars and sense out of ecotourism/nature tourism. First International Conference in Ecotourism, (p. 248). Brisbane.
- Loverseed, H. (1994). Theme Parks in North America (Vol. 5). (T. a. Analyst, Ed.)
- Morére, N., & Perelló, S. (2013). Turismo Cultural "patrimonio, museos y empleabilidad". Madrid .
- Moufakkir, O., & Burns, P. M. (2012). Controversies in Tourism. Oxfordshire, UK: CAB International .
- Olney, P. J. (2005). Construyendo un Futuro para la Fauna Salvaje - La Estrategia Mundial de los Zoos y Acuarios para la Conservación. Berna, Suiza: WAZA.
- Shiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. Comportamiento del Consumidor (Vol. 10). México.

FACTORES QUE APORTAN A UNA CULTURA DE VISITA DE
ZOOLOGICOS EN EL ECUADOR.

Vernon N. Kisling, J. (2001). Zoo and Aquarium History - Ancient Animal
Collections to Zoological Gardens. CRC PRESS.