

Diseño de Servicios

Máster en Ingeniería de Diseño de Producto Curso 2020/2021







María Montañés Raquel Navarro Alberto Urquía

Índice

Introducción	3	Propuesta	
Partes involucradas	4	Objetivos	
		¿Qué se propone?	25
Investigación		Renovación temática y conceptual	26
Benchmarking	5	Imagen	
Tendencias	6	 Personajes 	27
Tipos de Parque	8	 Merchandisign 	28
Parque de Atracciones de Zaragoza	a 9	Espacio	
Encuestas visitantes	10	 División en zonas 	29
Customer Journey visitantes	12	· Accesos	32
Entrevistas trabajadores	13	Fidelización clientes	
Customer Journey trabajadores	14	· Recogida de puntos	33
Calendario y entradas	15	 Recompensas 	34
Visitantes	16	 Tipos de entradas 	34
Atracciones	18	Gastronomía	35
Mascota	19	Espectáculos y campañas	36
Opiniones	20	Blueprint	37
Conclusiones	22	Conclusiones	38



Introducción

En general el proyecto se trata de acercar el Ayuntamiento y sus servicios a la Universidad de Zaragoza y ésta a los servicios públicos desarrollando ideas, propuestas, diagnósticos o análisis sobre los mismos.

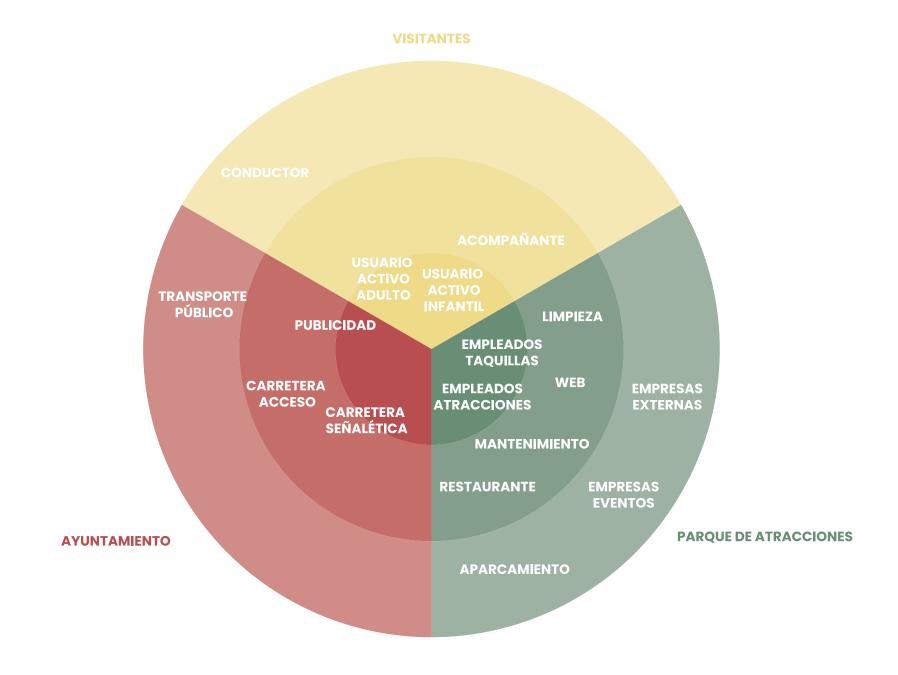
Su **objetivo** específico es definir el modelo de parque que se quiere para la nueva licitación de concesión del recinto actual del Parque de Atracciones de Zaragoza, para lo que habrá que tener en cuenta las necesidades de esta ciudad.

Durará 4 meses aproximadamente, de octubre a enero, en los que se harán reuniones para ir comentando los avances realizados por parte del equipo de estudiantes de la Universidad.

Además de esto se creará una carpeta compartida en Google Drive para poder compartir información y documentos.

También esta prevista una visita al Parque para conocer el punto de vista de los actuales dueños que seguro sirve de gran ayuda y además poder ver en primera persona el lugar.

Partes involucradas



Benchmarking

20 parque más visitados de Europa

- Disneyland Paris Walt Disney Studios (estudio de cine, espectáculos)
- Europa Park (Alemania) El más grande, con 100 atracciones
- Efteling, Kaatsheuvel (Holanda) Más grande de Países Bajos, más antiguos del mundo. Centrado en cuentos de hadas al principio, evolucionó hasta convertirse en algo como Disneyland. Diseño y arquitectura.
- Jardines de Tívoli, Dinamarca Más antiguo del mundo, las atracciones modernas no son el principal atractivo. Grandes y pequeños, lo antiguo y lo actual.
- Port Aventura, España Parte de un complejo.
 Atracciones emblemáticas (Dragón Khan)
- Liseberg, Gotemburgo (Suecia) Montaña rusa de madera. Caída libre. Bar de hielo en invierno. 5 mill de bombillas en Navidad.
- Gardaland, Castelnuovo del Garda (Italia) 6 montañas rusas, 56 atracciones, un acuario en el complejo.
- Alton Towers, Staffordshire (Inglaterra) Todas las edades, dos récords en montañas rusas.
- Legoland Windsor, Inglaterra 3 a 12 años. 50 atracciones interactivas. 55 mill. de piezas de Lego.
- Thorpe Park, Surrey (Inglaterra) Emociones fuertes, mejores montañas rusas de Europa.
- Phantasialand, Brühl (Alemania) Aventuras todas las edades, algunas de emociones fuertes.
- Parque Asterix, Plailly (Francia) Actuaciones y atracciones.

- Futuroscope, Francia Multimedia, tecnología cinematográfica, robótica. Primer aerobar. IMAX. Pabellón Kinémax.
- Legoland Billund, Dinamarca Primer parque Lego.
- Puy du Fou, Francia Situado en un bosque, al lado de un castillo. Ambientación de espectáculos (temática histórica).
- Grönalund, Suecia Parque sueco más antiguo. Atracciones todas las edades. Espacio para conciertos.
- Mirabilandia, Italia Más grande del país, montaña rusa y de agua más alta del mundo.
- Duinrell Park, Holanda Parque pequeño, cierra en octubre. Entre bosque y dunas, todas las edades, gran número de atracciones de agua. Bungalows.
- Heide Park, Alemania 50 atracciones y espectáculos. Tuvo un récord en la montaña rusa de madera más rápida.



Últimos parques abiertos en Europa

- Wunderland, Alemania Aprovecha una central nuclear que nunca se utilizó.
- Isla de sueños, Moscú Mayor parque cubierto de Europa. Atracciones clásicas y juegos virtuales. Personaies de dibujos animados.
- Ducati World en Mirabilandia, Italia Como Ferrari Land, simuladores, atracciones infantiles, montaña rusa interactiva.



Parques que van a abrir en Europa

- The Beat Challenge, dentro de Port Aventura. Dedicado a LaLiga, interactivo, conectividad con móviles desde app.
- **Expansión Futuroscope**. Espectáculo en una plataforma giratoria, un parque acuático.
- Nest! en Efteling, Países Bajos. Parque de juegos inclusivo.

Tendencias

Atracciones mecánicas caras

Hitos de la ingeniería, que alcancen récords y centradas en las emociones fuertes como atracción emblema de un parque. Normalmente, los parques temáticos con más visitantes poseen al menos una de ellas para atraer este tipo de público desde distintos países.

Interactividad

Gamificación de la visita al parque, cuya experiencia se extiende incluso fuera del mismo. Este es el caso de las nuevas zonas que van a inaugurarse en los próximos años, como Super Nintendo World en Japón y The Beat Challenge en PortAventura.

Espectáculos tecnológicos

Como pueden ser cines IMAX y 4D, experiencias y juegos virtuales que se combinen con atracciones mecánicas como montañas rusas o plataformas en movimiento. Es el caso de los simuladores de Ferrari Land, Futuroscope o Ducati World.













Tendencias

Espectáculos en directo

Como actuaciones y conciertos. Eventos que aprovechan los recursos tecnológicos y de infraestructura que posee el parque para mejorar la experiencia del usuario. En Puy du Fou (Francia) aprovechan además sus alrededores para recrear espectáculos de temática histórica con gran éxito, mientras que en Grönalund (Suecia) destinan un espacio a conciertos.





Colaboración con marcas

Marcas y empresas que el público conoce y representan un mundo tecnológico, de velocidad, fantasía, etc. que el usuario quiere explorar, normalmente como expansiones al parque principal. Ferrari y la colaboración con La Liga son ejemplos de expansión de Port Aventura.





Parques temáticos cubiertos

Aperturas en Europa de este tipo de parques para evitar problemas con las atracciones relacionadas con el clima y abrir durante todo el año.





Tipos de parque

Por modelo



Destino (PortAventura)



Atracciones (Zaragoza)



Urbano (Senda Viva)

Por tipología



Mediterraneo (Tibidabo)



Anglosajón (PortAventura)



Anglosajón (DisneyLand París)



Parque de Atracciones de Zaragoza

El Parque de Atracciones de Zaragoza se trata de un parque clásico y de carácter familiar.

Fue abierto en los **años 70** siendo el tercero de España después de Madrid y Barcelona.

Actualmente es la familia Morte la dueña del parque, formando el consejo los miembros de la misma, quienes también poseen el Acuario y las playas artificiales de Zaragoza.

Este espacio en el que hoy se encuentra salió a **concurso en 1975**, se trataban de 9688 m2 en Pinares de Venecia, con el objetivo de una construcción, conservación y explotación de un Parque de Atracciones con las siguientes condiciones:

- Podrá ser destinado para espacios libres y zonas verdes y espacios de las instalaciones (entrada aparte dentro del parque)
- El Ayto paga instalaciones eléctricas, agua, etc
- Ayto pondrá en marcha una línea de transporte público desde el centro.
- Deberá tener: atracciones mecánicas, juegos para mayores y pequeños de calidad similares al de Madrid, merendero, serivicios auxiliares, oficinas, talleres, etc.
- Nada de vehículos a motor dentro.
- Recoger la basura del interior y depositarla en 3 puntos.
- Exención de tasas, impuestos, etc. Colaboración del Ayto en la promoción (postes, info...)
- Solo se permiten ferias ambulantes en épocas concretas.

- El Ayto no se responsabiliza de la seguridad de los usuarios, los permisos corren por cuenta del concesionario.
- · Cualquier modificación la aprueba el Ayto
- Facilitar entradas gratis a niños de colegios ciertos días del año.
- · El Ayto regula el precio de entrada
- Se lleva un porcentaje de cada una
- · No suprimir ningún árbol sin permiso.
- El Ayto se queda todas las obras e instalaciones fijas.

Esta concesión acabaría dentro de dos años y volverá a salir a concurso para otros 40 años como mínimo.

Hoy en día el parque ocupa dos terceras partes aproximadamente del terreno disponible contando en él con **38 atracciones** no estáticas, 7 de ellas estás desde su apertura, zonas verdes, zonas de restauración, merenderos y una piscina.

Para su correcto funcionamiento tienen a **90** personas en plantilla, pasando por operarios de atracciones, mantenimiento, cocineros, jardineros, ingenieros....

Parque de Atracciones de Zaragoza pertenece a la Asociación Española de Parques de Atracciones (AEPA) desde los inicios de la existencia de esta asociación, que hoy incluye los parques de atracciones y temáticos más importantes del país: Dinópolis, Isla Mágica, Parque de Atracciones de Madrid, Parque Warner, PortAventura, Senda Viva, Terra Mítica, Tibidabo y Tívoli World

Encuestas visitantes

Nos hemos desplazado a la puerta del parque un domingo por la mañana, 18 de octubre, para hablar con las personas que se disponían a entrar. Hemos hablado con un total de 18 grupos de personas que venían en familia o con amigos.

La afluencia en este día era alta, por ser uno de los últimos de apertura y las buenas condiciones climatológicas.

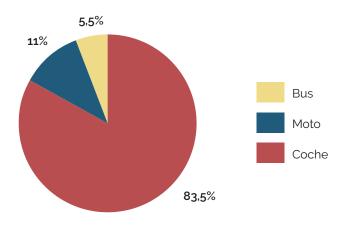
Cómo la mayoría de los encuestados habían estado con anterioridad en el parque han podido contestar nuestras preguntas sin ningún problema.

A continuación se muestran los resultados:

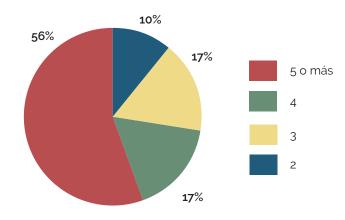
1. Procedencia

Todos ellos son de distintos barrios de Zaragoza o algún pueblo cercano como Cuarte de Huerva.

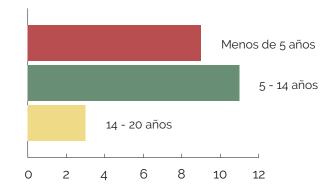
2. ¿Cómo han venido?



3. Número de personas del grupo



- **4.** Como se ve en la gráfica anterior, había muchos grupos de 5 o más personas que venían en familia con niños y que se juntaban con otras familias para que estuvieran juntos los niños.
- **5. Edades:** Las edades que aparecen en la gráfica son de los más pequeños de los grupos ya que en todos había niños.



- 6. Tipos de entradas: La mayoría compran la pulsera superdiversión para los niños y entradas para alguna atracción en concreto para los padres, aunque algunos padres también se compran la pulsera para montarse con ellos. También había familias con el Bono Anual.
- **7**. Hay más personas que adquieren las entradas en **taquilla**, en algunos ratos incluso había fila.
- **8.** Todos venían al parque a pasar el día aprovechando el buen tiempo o por alguna celebración de cumpleaños salvo un grupo de chicas de 16 años que venían con unas entradas gratis por la aplicación Z16.
- **9**. Las personas que tienen **bono** vienen muchas veces al año sobretodo en verano, las que no varía, pero por lo general suele ser de 1 a 3.
- **10.** Si el parque abriera también en **invierno** muchos estarían dispuestos a venir condicionados por el clima.
- **11.** En cuanto al servicio de **restauración** es bastante utilizado, aunque había grupos que traían la comida de casa a pesar de que no está permitido en el parque.
- **12.** Lo mejor del parque: Sin duda lo más repetido por los padres es lo bien que se lo pasan sus hijos y las atracciones de niños mas pequeños ya que tienen mucha variedad.

Encuestas visitantes

- **13.** Lo peor del parque: para todos, que está anticuado y falta de limpieza.
- **14**. La asistencia a los **eventos** especiales no es muy frecuente.

15. ¿Qué mejorarían del parque?

Modernizarlo

Mantenimiento de las atracciones

Atracciones más fuertes para mayores

Acceso en coche y bus

Atracciones nuevas

Zona de la piscina

Limpieza

Novedades

Más ofertas y promociones

A pesar de estas mejoras que proponen, todas las personas encuestadas afirman seguros que volverían al parque.

16. Estas son algunas de las **frases más relevantes** que los usuarios han dicho sobre distintos temas:

"Si no fuera gratis vendríamos pero en otras fechas"

"Está un poco viejo pero bueno es Zaragoza"

"Hay que venir con amigos"

"Venimos al parque por ellos (los niños), por hacer algo"

"Es que es un poco viejo"

"A la Oktober Fest venimos todos los años, es lo que más nos gusta de Pilares"

"Nos hemos pasado el primer parking"

"Es viejo pero para los críos está muy bien porque hay mucha variedad"

"En invierno vendríamos pero aquí el clima ayuda poco"

"Si vienes en días muy punteros hay bastantes filas y tienes que esperar"

"Tiene encanto pero estaría bien alguna atracción mas nueva"

"Volveremos a coger el bono porque a nuestro hijo le encanta, no se cansa nunca"

"Muchas veces ves que solo con una mano de pintura mejoraría mucho"

"Es un poco de aparca dónde puedas"

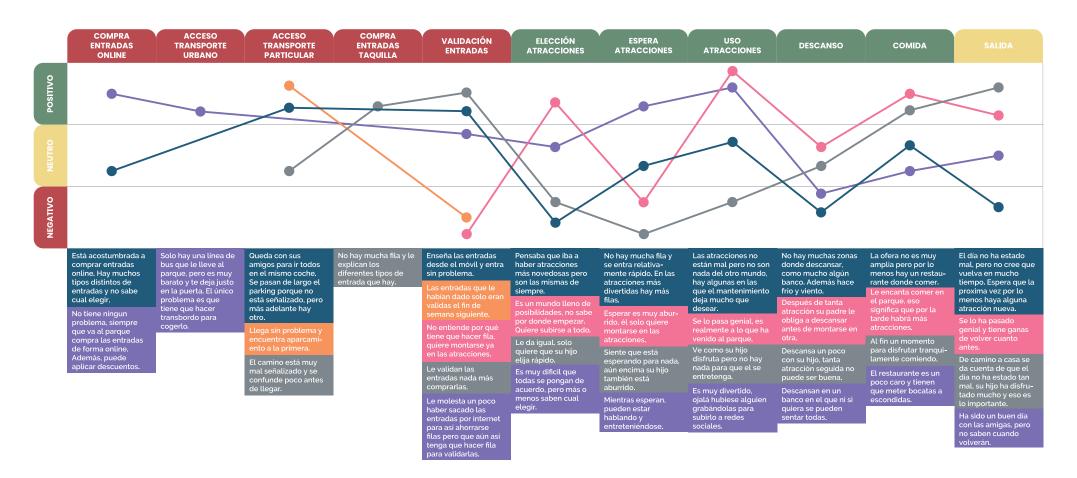
"Yo cuándo venía de pequeña estaba parecido"

Gracias a este acercamiento a los visitantes del parque un día cualquiera, se ha podido elaborar el **customer journey** que se muestra a continuación definiendo distintos usuarios tipo.

También se ha elaborado un customer journey en las sesiones de sostenibilidad disponible en el anexo.



Customer journey visitantes



- Carmen, 20 años, no suele ir al parque.
- Candela, 27 años, le dieron entradas gratis por una promoción.
- Lucas, 4 años, va acompañado de su padre Jorge.

- Jorge, 38 años, va a pasar el día al parque con su hijo Lucas.
- Carla, 15 años, acude con sus amigas a celebrar un cumple.



Entrevistas trabajadores

Se han realizado dos entrevistas a trabajadores del parque para obtener otro punto de vista del mismo. Han contado como es su **día a día** allí para poder entender mejor las labores que realizan.

Con esta información se ha elaborado un **customer journey** que se muestra a continuación con los dos perfiles.

En rasgos generales, la tarea de estos trabajadores consiste en abrir la atracción que se ha asignado para ese turno, mantenerla limpia (mucho más ahora en tiempos de coronavirus), montar a los usuarios, atarlos, encenderla y vigilar durante el viaje.

Antes de comenzar siempre hacen una prueba en vacío para ver que todo funciona con normalidad y nunca pueden dejar una atracción sola, hasta que no vienen a relevarlos no se pueden ir, por eso su comunicación es muy fluida a través de walkietalkies entre ellos y con su coordinador.

Las atracciones **se dividen en tres zonas** por peligrosidad y cada trabajador pueden asignarle cualquier atracción dentro de su zona. Las personas que entran nuevas entran a la zona de atracciones infantiles, y conforme llevan más tiempo van subiendo a zonas con atracciones como Moncayo o Revolution.

En caso de **averí**a avisan a su jefe de atracciones quien tiene línea directa con los de mantenimiento y van seguidamente a comprobar que ha sucedido. Su trato con los usuarios es bueno por lo general, muchas familias disfrutan del pase anual y se van conociendo, aunque destacan que siempre hay algunos padres problemáticos sobretodo con el tema de las alturas y que no dejen montar a sus hijos en algunas atracciones, llegando a mentirles.

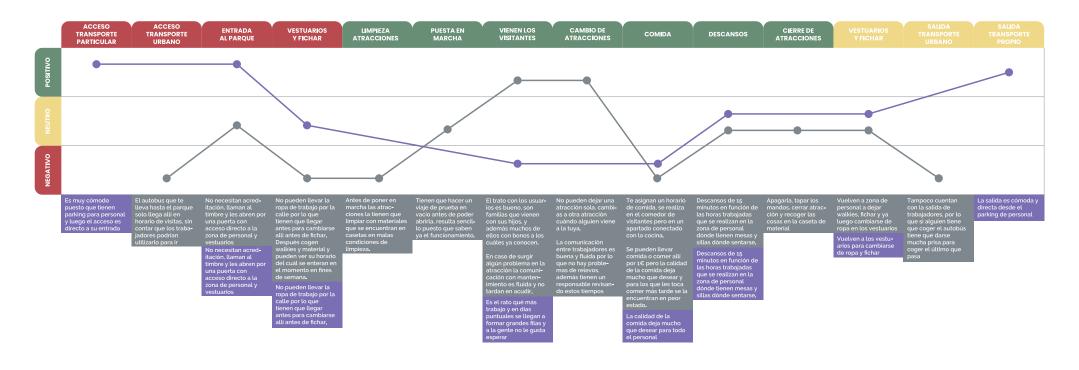
El acceso para la personas que van en coche es muy cómodo ya que tienen un parking para ellos que conecta directamente con su entrada, pero para los que no pueden ir en vehículo propio tienen algún problema ya que el transporte público solo está en horario de apertura del parque y ellos tienen que llegar antes y marcharse después.

Lo que más les gusta de su trabajo es el **ambiente**, son todos jóvenes y entre ellos hay muy buen trato y comunicación y personalmente, resaltan el ambiente familiar que se crea para los visitantes y lo bien que lo pasan los niños.

En cuanto a **lo peor**, a nivel trabajador, los fines de semana cuando tienen que hacer muchas horas en fechas como pilares y también la comida del restaurante, ya que para trabajadores la calidad deja mucho que desear pero admiten que es cómodo tener la opción de comer allí por 1,5€.

Ven bien innovar con atracciones pero dándole el mismo enfoque, siendo un parque familiar funciona bien, los adolescentes no vendrían tanto como lo hacen las familias pero aun así necesita novedad y mantenerlo en mejores condiciones ya que con poco podría parecer mucho más cuidado.

Customer journey trabajadores







Calendario y entradas

Fechas de apertura

Las fechas aproximadas de apertura son desde el 5 de marzo al 2 de noviembre de cada año (según caen las fechas en el calendario). Esto supone abrir **ocho meses** al año, de los cuales solo 3 meses se abre todos los días de la semana, **168 días** en total.

Sobre este dato de la totalidad de los días de apertura en una temporada, es importante tener en cuenta dos aspectos importantes:

- El usuario individual que demanda este tipo de servicios es principalmente la familia, con los niños incluidos, y la coincidencia con el curso escolar dificulta en gran manera la asistencia al Parque en esos días. Por esta razón, el parque sólo está abierto de lunes a domingo en vacaciones escolares de verano.
- Además, hay que hacer referencia a la climatología de nuestra ciudad, que sin duda, impide una estancia agradable en invierno, por lo que nos vemos obligados al cierre de las instalaciones (época del año que se utiliza para la revisión externa de las atracciones por una OCA).

Estos dos aspectos que influyen en el calendario de apertura son comunes en el sector de Parques de Ocio, salvo excepciones que están enfocadas exclusivamente al turismo como es el caso de PortAventura o DisneyLand París.

Tipos de entradas

Encontramos distintos tipos de entradas para acceder al parque:

- Pulsera Superdiversión: acceso ilimitado a todas las atracciones durante un día, la entrada mas popular entre los visitantes. Para los más pequeños existe la pulsera ChiquiDiversión (para lo que miden menos de 110 cm).
- Entrada + 2 tickets: acceso al parque y 2 tickets que permiten montar en una o dos atracciones, la que suelen adquirir muchos padres que no van a montar en atracciones sino a acompañar a sus hijos.
- Bono diverpark: Acceso ilimitado al parque durante toda la temporada de apertura exceptuando la campaña de Halloween.

Como el Grupo Parque de Atracciones posee también el Acuario y las playas, existen distintos bonos que te dan acceso a todas las instalaciones del grupo.

 Promociones: descuentos y ofertas en días ocasionales en la pulsera superdiversión por convenios con distintas empresas como puede ser Martín Martín.

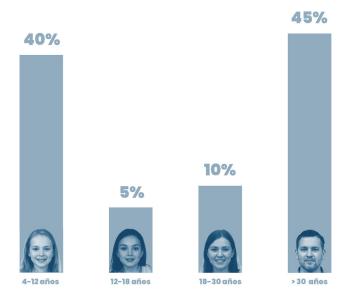


Visitantes

Edades

El 95% de los visitantes adquieren la pulsera para mayores de 110 cm y el otro 5% restante la de menos de 110 cm, lo que suele corresponder a niños de hasta 4 años.

Partiendo de que los niños de hasta 4 años sería un 5% de los visitantes, el reparto por edades de la totalidad del 95% de la pulsera de +110 cm es el siguiente:



Como se puede ver, las edades predominantes son 4-12 años y mayores de 30, lo que corresponde a familias, padres que llevan a sus hijos.

Grupos y campañas especiales

Gran parte del porcentaje de visitantes corresponde a grupos, colectivos y convenios con distintas instituciones profesionales, escolares, educativas, religiosas, agrupaciones de ocio etc. y a campañas especiales que realiza el parque a lo largo de cada temporada.

Todas estas visitas suponen aproximadamente un 70% del total de la entrada anual.



En él se incluyen las visitas correspondientes a la Oktoberfest que se celebra durante las Fiestas del Pilar en Zaragoza, la celebración de Halloween, San Pepe, pasos de ecuador y la fiesta de Nochevieja los años que se celebra.

Una gran acogida tienen los días de Naciones como el día de Rumanía. Colombia. Ecuador....

Además hay ciertas fechas ya reservadas en el calendario para celebraciones tipo: día del afiliado del PP, fiesta del 1 de Mayo de CC.OO. para conmemorar el día del trabajador, entrega de premios de DFA, día de la Cruz Roja....

Procedencia

En cuanto a la procedencia de las visitas aproximadamente el 30% sería de fuera de Zaragoza ciudad; siendo el 23% de la provincia de Zaragoza y otro 7% de otras provincias.

Estos visitantes de otras provincias próximas a Aragón como Navarra, La Rioja y País Vasco son los que más dinero invierten en sus días en el parque.



70% Zaragoza ciudad 23 % provincia de Zaragoza 7% otras provincias

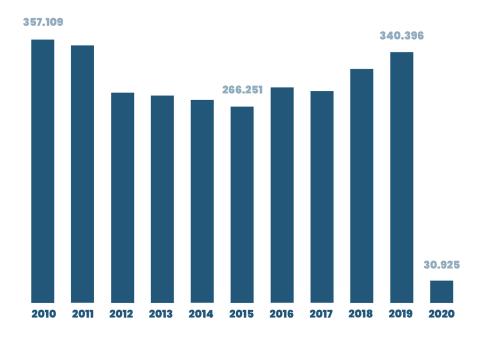
Visitantes

Evolución

Exceptuando este año 2020 por circunstancias del coronavirus, las visitas anuales van en torno a los 300.000 visitantes anuales.

El crecimiento del 2018-2019 se debe en gran parte a los bonos que se sacaron en el año 2018 que da acceso a los visitantes veces ilimitadas al parque durante toda la temporada de apertura.

Los meses con mayor afluencia son mayo, junio, septiembre y octubre y los de menor julio y agosto.



VISITAS	2020	2019	2018	2017
PULSERA INFANTIL	970	5.220	6.380	5.889
PULSERA ADULTO	4.861	27.577	32.185	34.914
GRUPOS	233	28.170	32.064	27.318
COLECTIVOS	954	51.423	42.365	45.912
FAMILIA NUMEROSA	836	7.258	6.918	2.808
PROMOCIÓN	1.193	29.208	32.754	29.514
CUMPLEAÑOS	541	5.545	4.657	4.375
OTROS	897	26.945	29.645	25.648
ENTRADAS	3.040	18.159	18.696	24.028
FIESTA ESPECIAL	847	46.218	38.456	36.984
ABONADOS	12.674	43.696	36.894	
CORTESÍAS	1.354	19.980	11.488	10.259
COMUNIONES	111	1.213	1.608	1.814
PAELLAS		18.213	16.256	18.542
BANQUETE RESTAUR	2.414	11.875	11.954	12.560
TOTAL VISITANTES	30.925	340.700	322.320	280.565

Atracciones

Desde la puesta en marcha del Parque de Atracciones de Zaragoza, los actuales propietarios de la sociedad concesionaria han ido cambiando atracciones de tal manera que, sin contar con las atracciones estáticas, de las originales solo quedan siete. En la actualidad hay 38 atracciones que se pueden clasificar en 4 grupos: fuertes, acuáticas, clásicas e infantiles.

De todas ellas las que más éxito tienen entre los visitantes son Moncayo, Jurassic Car y La Mina. Las que menos usos suelen tener son Mini Noria, Express Pacific y Peke Tren.

En el año 2020 se han recibido 30.544 y los visitantes han realizado 317.261 usos de las atracciones abiertas (8 han tenido que permanecer cerradas por motivos de seguridad e higiene frente al coronavirus), con lo que la media de uso de atracción por visitante es de 10,38.

Añadir, que las franjas horarias con mayor afluencia en las atracciones son 12h por la mañana y de 16 a 18 h por la tarde.

Atracciones fuertes





Atracciones clásicas

Atracciones de agua





Atracciones infantiles

Mascota

Recientemente, Parque de Atracciones de Zaragoza ha incorporado una mascota llamada Nori, haciendo referencia a su atracción más icónica, la noria. Se encuentra en varios puntos del parque y esta muy presente en todo en el merchandising, imagen y espectáculos del parque.







Nori Mascota Nori Mori terrorífica

Opiniones de los usuarios

Se han analizado comentarios de Google, Facebook y otras redes sociales y se puede decir que es su gran mayoría son comentarios malos.

Muchos de ellos son para quejarse de situaciones puntuales que se han dado en su visita, a los que la cuenta oficial del parque contesta disculpándose.

Pero hay muchos otros haciendo referencia a la limpieza, seguridad y antigüedad no solo de las atracciones, sino de las instalaciones en general y quejándose del precio que deben pagar para lo que se encuentran.

"Espero que algún día se lleve a cabo una buena inversión"



Ricardo Gil Gil 📮 no recomienda Parque de Atracciones ... de Zaragoza.

1 de octubre de 2017 · 3

Me parece muy caro para lo que ofrece En otros parques ofrecen más por un poco más



Monica Kika 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

25 de abril de 2016 · 🚱

Estuvimos este sábado día 23 de Abril, y solemos ir en las fiestas del Pilar porque siempre nos ha gustado mucho, pero las últimas veces muy disgustados por lo mal cuidado que está. Las instalaciones están llenas de suciedad y sin limpiar. Las atracciones de los niños sobretodo. Las camas elásticas, el castillo hinchable, la noria... Los suelos... Y un largo etcétera. Muy lamentable para lo único que tenemos en Zaragoza de este tipo.



Alberto Carrillo Diarte

16 reseñas · 18 fotos

*** Hace 2 meses

Muy dejado sería el resumen. Además actualmente te cobran la entrada a precio "normal" y muchas de las atracciones no se pueden usar, solo hay un bar, se tarda el doble de tiempo para poder montar en las atracciones (Perfectamente justificado ya que las limpian después de cada uso) en definitiva, necesita una profunda remodelación, hacía unos 20 años que no iba y está exactamente igual...

"Me parece un parque de atracciones de risa para una ciudad como Zaragoza."



Elvira Ramon in no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

11 de mayo de 2017 · 3

He puesto un punto porque no se puede poner menos. Atracciones de hace más de 30 años, están las mismas que cuando iba yo de pequeño. Muy mal cuidadas, no saben lo que es el mantenimiento, todas las atracciones tenían bombillas fundidas, desconchones en la pintura y partes de la atracción fuera de servicio. Para mi opinión no cumplen los estándares mínimos de seguridad, en prácticamente el 90% de las atracciones no se puede montar un niño pequeño si no es acompañado de un adulto, con lo cual obligan a sacarte también la pulsera, que está a un precio abusivo (20€) para la porquería que tienen. Hay empleados que tienen que estar en más de una atracción, con lo cual una de las dos que maneja está parada y se forman largas filas de espera.

Creo que si se han puesto las pilas para subir el precio, pero no la calidad.



Jose Linares 🌠 recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

3 de noviembre de 2017 · 🚱

Se nota que se esta trabajando con esfuerzo por seguir con el parque adelante , felicidades.



Resauvi Miau 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

2 de octubre de 2017 · 3

El parque en general es viejo y esta sucio por todos lados, telarañas, el agua de algunas atracciones da arcadas solo de verla, hay atracciones que llevo años viéndolas cerradas, y poca variedad de donde montarse. Vendría bien una reforma o una limpieza •



Princess Eslode no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

10 de septiembre de 2017 · 🚱

Aceptable por la sonrisa de mi hijo, empleados de 10 teniendose que hacer cargo de dos incluso tres atracciones a la vez, mantenimiento sucio y antiguo, atracciones muchísimas cerradas por la hora de comer, más personal hacia falta, el tren de la bruja abre a las 5 de la tarde Y tantas otras cosas mas, para terminar he ido adonde las taquillas porque no podía salir del parque por los tornos con el carro de mi bebé y sin mirarme a la cara no se si jefe o encargado lo desconozco me responde que tengo la salida habilitada, pero que salida? al final después de una y otra vez dar una vuelta de otras opte por salir por el mismo pasillo por el que entre, muy malo el trato, no olvidéis que vivís de que vayan los visitantes para tratarnos asi



Maka Sergio Erik E Izan 🌠 recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

1 de mayo de 2017 · 3

Hoy como siempre que he venido con mis niños y mi marido nos lo he mis pasado genial. Sobre todo por ver disfrutar a mis peques. Pero hoy ha sido emotivo porque ya sabía que el personal que tiene es super majisimo y se implican con los más peques, hoy al hacer una consulta en la montaña rusa y explicarles a los chicos que estaban allí el por qué de esa consulta, me han explicado con detalle con todo detalle como proceder.... luego hemos vuelto y han tenido los dos un detalle precioso con mis hijos. MUCHAS MUCHAS MUCHAS GRACIAS. OS HABÉIS PORTADO GENIAL CON MIS HIJOS QUE ES LO QUE MÁS AMO DEL MUNDO. #todossomosduchennebecker #desafioduchenne

"Excelente mezcla entre parque de atracciones y museo"

Opiniones de los usuarios



Marc Montull Vila Precomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

19 de julio de 2018 · 3

un dia estupendo lo pase muy bien un parque no quedada duda que en los negocios siempre hay que estar en costante renovacion pero estais en muy vuena lines muy buen parque yo personalmente me quede con ganas de volver



Nati Alvarez Garcia Precomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

9 de junio de 2018 · 3

Gran día en en el Parque de atracciones de Zaragoza �� Mil gracias a la Dirección y muy especialmente a sus trabajadores por su cariño y empatía con las personitas con diferentes capacidades. Muy concienciados con los tiempos de espera y la prioridad de entrada en las atracciones para que el día de hoy haya sido maravilloso. Muy recomendable para todas las familias con niños con necesidades especiales



Dacama Dcm 🏮 recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

20 de julio de 2017 · 3

Estupendo parque de atracciones!! Lo pasamos genial. Puede que algunas atracciones sean antiguas pero eso es lo que hace que tenga ese encanto. Algunas cosillas si que necesitan algo de pintura pero tampoco muchos cambios. Tantos años sin ir por que me decian que no valía la pena que era una M... cuánto tiempo perdido! Quizás un niño de 16 se aburra a la hora pero para los demás es fantástico!!



Silvia Ruano Delgado 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

25 de mayo de 2018 · 3

Experiencia terrorífica.... Montamos en una atracción (parecido al saltamontes) mi hija una amiga y yo...y a la tercera o cuarta sostobada se nos ha abierto la barra de seguridad... El susto ha sido de órdago... Hasta que el encargado decidió parar la atracción pasaron unos segundos terroríficos...yo gritando que parara y las niñas asustadisimas...enhorabuena, no solo no volveré a este si no que dudo que vuelva a alguno...mejor no pensar en lo que podría haber pasado



Raquel Orera 📮 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

1 de noviembre de 2017 · S

Una vergüenza. Hemos pagado 68€ de 2 adultos y 2 niños y nos hemos pasado la tarde haciendo filas interminables para que se estropeen las atracciones justo cuando nos toca. Todas ellas con carros, barcas, asientos etc cerrados porque no funcionan. El Misisipí con todas las trampas apagadas. Vamos que el dinero que entra no lo invierten en ningún tipo de mantenimiento

"Está viejísimo y sucio, no soy el único que lo comente"



Miryam Monreal Palacios 📮 no recomienda Parque de ... Atracciones de Zaragoza.

17 de septiembre de 2017 · 🔇

Estuvimos el sábado y me a parecido que el parque está muy dejado, sucio, viejo, las atracciones con telas de araña sobre todo el tren que esta al lado de las barcas de agua. Para lo que se paga esta fatal encima tienes que esperar que venga un empleado abrir las atraciones no me fastidies con lo que se paga encima esperar. Y no decir ya que nos sentamos a comer en unas mesas blancas que hay y debían estar lavadas con lejía y ni siquiera las secaron pues todos crios y papas acabamos con las ropas comido el color por la lejía.



Dani Duran Martinez 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

11 de febrero de 2018 · 3

Es una excelente mezcla entre parque de atracciones y museo, ver esos decorados y atracciones de hace mas de 25 años son una pasada,esas telas de araña que hay por todo el recinto son reales,sabéis lo que cuesta mantener eso, nada de telas de araña de mentira baratas . A este parque le haria falta empezar de 0 por que esta viejisimo y sucio que eso si que cuesta menos dinero arreglarlo , no soy yo el unico que lo dicen por algo sera. Zaragoza se merece un parque de atracciones mejor que este . 😜 😧



Omar Nrg 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

17 de diciembre de 2016 · 3

Me parece un parque de atracciones de risa para una ciudad como Zaragoza.

Aparte del desfase evidente, no innovais nada. Para crios con padres puede ser algo, pero para adultos es una autentica porqueria, atracciones cañeras contadas solo hay 3, el resto es de crios y tonterias como el barco oscuro o la casa magnética.

Espero que algún día se lleve a cabo una buena inversión y se amplie más. En lugar de mantener un acuario empezad por mejorar el parque o poned uno acuatico con toboganes, que no hay ni uno en Aragón.



Paola Tejero Almagro 🖾 no recomienda Parque de Atracciones de Zaragoza.

1 de junio de 2014 · 3

El parque en sí y las atracciones, no están mal, los niños lo pasaron muy bien. Mi queja está en la limpieza del parque, los baños anticuadísimos y asquerosísimos, vamos, imposible entrar, pero como no quedaba otra....pues eso. Y el servicio de restauración....bufff...faltaba personal atendiendo y en algunos sitios se

restauración....bufff....faltaba personal atendiendo y en algunos sitios se lo toman con una tranquilidad increíble, imposible tomar un café sin tener que esperar una hora, conclusión, sin tomar café ni nada, vamos, una pena. A ver si se ponen las pilas en estos dos aspectos!!!!!



Judith Grima Parque de Atracciones de Zaragoza.

12 de junio de 2017 · 3

Muchas gracias a todo el personal del parque!! Por hacer que nuestros hijos pasaran un día estupendo a pesar del calor, ver sus caras de felicidad lo es todo.. El poder entrar a la piscina con la pulsera está genial ya que pudimos comer allí y salir por la tarde con las pilas cargadas!! Las taquillas para guardar las mochilas, esos granizados tan refrescantes.... Atentos hasta el último momento ya que después de un día agotador aún tuvisteis el detalle de darles mapas del parque con una sonrisa! Tengo unos recuerdos muy bonitos de los años que trabajé con vosotros y poder disfrutar ahora con mi familia me gusta más aún. Volveremos siempre!!!



6 comentarios



Conclusiones

Fortalezas

Tiene un gran éxito entre familias con hijos pequeños ya que los niños se lo pasan muy bien

Es un sitio popular para todos los ciudadanos de Zaragoza, les sirve de punto de encuentro con familiares y amigos

Las campañas especiales y eventos dan unos grandes beneficios ya que muchas personas aprovechan estas ocasiones para realizar su visita anual al parque

Debilidades

Las atracciones son antiguas y hay muy poca novedad en el parque, lo que los usuarios notan y es su mayor queja

Las atracciones están enfocadas a un público reducido, infantil y familiar, para personas jóvenes no hay apenas oferta

El parque solo abre la mitad del año, en invierno pasan las revisiones de las atracciones pero aún así se podrían ampliar las fechas de apertura

Imagen corporativa poco novedosa

Acceso complicado, está mal indicado para el acceso en coche y el transporte público no es muy accesible para todo el mundo

¿Qué se propone?

Objetivos

Una vez realizada la etapa de investigación que comprende tanto análisis externo al parque de Zaragoza (benchmarking, tendencias,...), como interno en el que se realizo una visita al propio parque para obtener información de primera mano se definen los siguientes objetivos.

Se intentarán poner en práctica de la forma más eficaz y rentable posible.

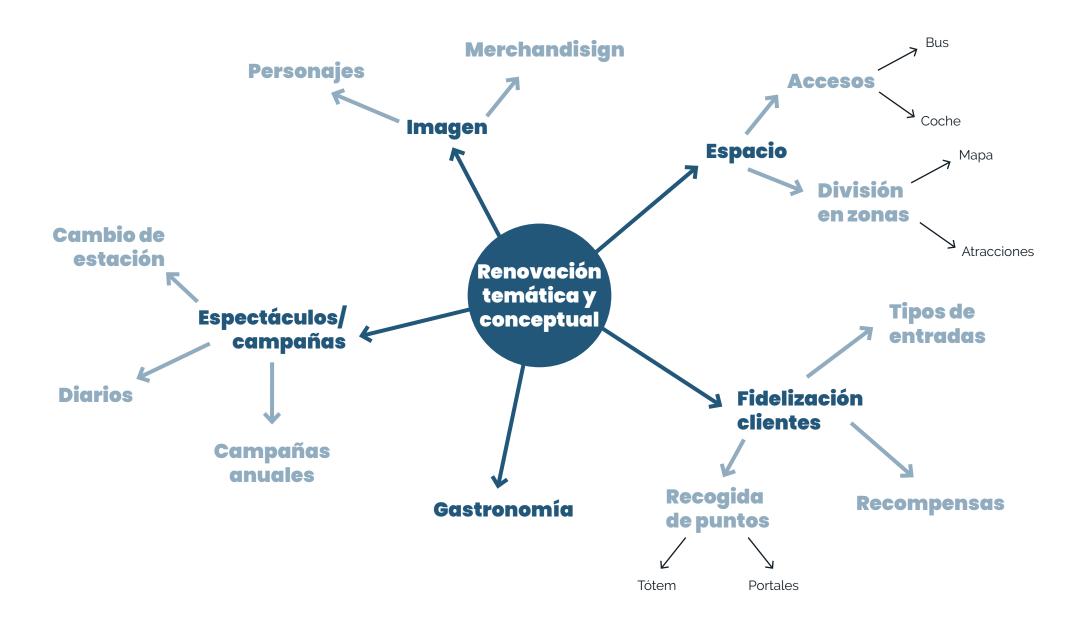
- · Aumentar el número de días que el parque abre al año.
- · Aumentar el número de veces que el usuario sube al parque a lo largo del año.
- · Proponer distintas actividades en cada estación.
- · Renovación estética y conceptual del parque, enfocarlo a una temática concreta.
- Lavado de cara en las atracciones disponibles para aprovechar al máximo los recursos actuales.
- Fidelizar a los clientes, aumentar la interacción con el parque y crear más vínculo con ellos.
- Mejorar los accesos







¿Qué se propone?



Renovación temática y conceptual

Después de la generación de ideas ya mostradas y su posterior puesta en común con el cliente se decidió desarrollar en profundidad el concepto de los **4 elementos** ya que es una **temática novedosa** para este sector, en ningún parque ha sido utilizada y es muy polivalente.

Es un concepto general y a la vez concreto que permite unificar todas las atracciones del parque bajo un mismo marco y a la vez da mucha libertad para innovar.

Para su desarrollo se exponen **cinco aspectos en los que trabajar**, basados en los objetivos anteriormente planteados, que son los siguientes:

- Imagen
- Espacio
- · Fidelización clientes
- Gastronomía
- Espectáculos y campañas

Trabajando en ellos se intentará plasmar el concepto del nuevo Parque de Atracciones de Zaragoza de la mejor forma posible.

A través de este **storyboard** (para verlo en un tamaño más grande ir a Anexos) se puede ver como sería un día en el parque para una familia, aunque a continuación se muestra con más detalle.

Lo primero es coger las entradas junto con el "tótem", lo que les permitirá acumular puntos durante toda su visita montando en atracciones y buscando "portales" en lugares escondidos del parque que se divide ahora en **cinco zonas**, una de

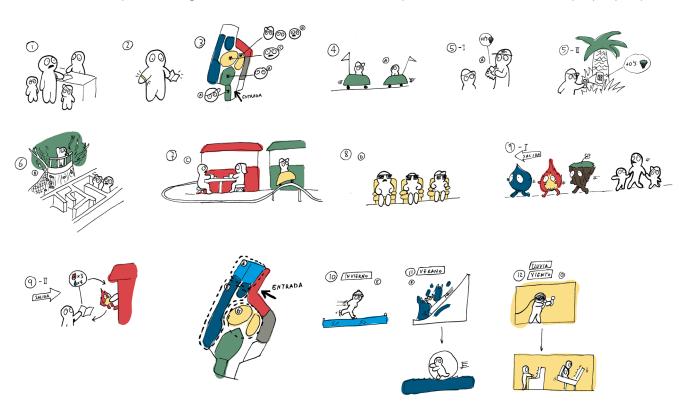
cada elemento y una zona común.

Por ejemplo, zona de Tierra está mas enfocada a atracciones infantiles y familiares como puede ser el laberinto, donde se busca que los padres interaccionen más con sus hijos en las atracciones, en este caso un miembro de la familia guía a los demás hacia la salida desde una casa en el árbol.

A la hora de comer, la zona gastronómica está situada en el centro, con opciones de comida distribuidas en puestos ligados a los cuatro elementos, con una atracción alrededor para que los padres puedan vigilar a sus hijos quienes no quieren muchas veces ni parar a comer.

En la zona común también estará el cine 4D y atracciones de realizad virtual, disponibles para cuando no hace tan buen tiempo.

A la hora de la salida, todos los días hay una cabalgata de despedida para llevar a los usuarios hacia la salida dónde podrán canjear los puntos por recompensas relacionadas con el propio parque.



Imagen

Personajes

Para desarrollar una **imagen novedosa y atractiva** del parque se pensó la gran importancia que tienen todos los personajes identificativos en estos lugares, por lo que era imprescindible crear una mascota y puesto que la temática que va a tener son los cuatro elementos habría que crear cuatro personajes.

Tienen que ser **simpáticos**, gustar a los niños que son el usuario principal y van a tener una gran interacción con ellos cada vez que visiten el parque.

Además tienen ser reconocibles, para lo que se apuesta por formas sencillas y no demasiados colores, uno o dos por personaje, con características

parecidas entre ellos, siendo **reconocibles** juntos y por separado.

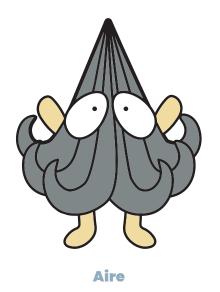
Estos personajes van a tener un papel muy importante, no sólo para el merchandising como el que se muestra en la siguiente página, sino para los espectáculos y campañas.

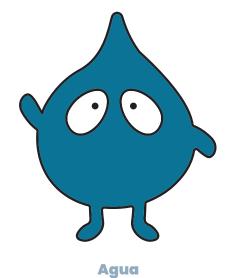
Acompañarán a los visitantes durante toda su visita, dándoles la bienvenida por la mañana a la hora de la apertura.

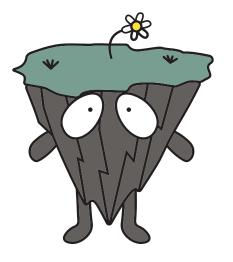
Durante todo el día estarán por el parque paseando y saludando para hacerse fotos con y jugando a juegos con todo el mundo que quiera.

Y por último, a la salida habrá una cabalgata con la que ellos guiarán a todo el mundo hacia la salida, dónde se podrán recoger las recompensas, muchas de ellas ligadas a estos personajes, como peluches o llaveros.

Por ello se proponen estos cuatro personajes, que cumplen con los requisitos para convertirse en imagen del nuevo Parque de Atracciones de Zaragoza.







Tierra

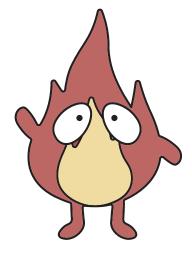


Imagen Merchandisign







Camisetas



Cantimplora



Tótem



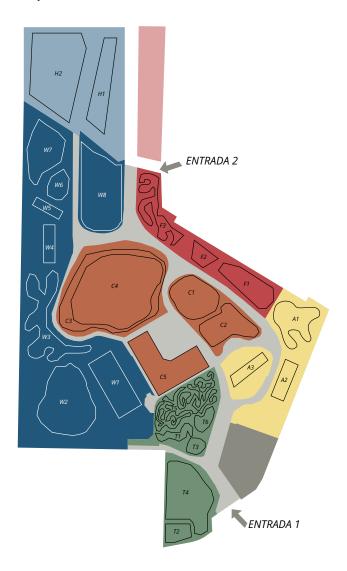




Tote bags

Espacio

Mapa, 5 zonas



El recinto se encuentra dividido en cinco zonas: área común, zona fuego, tierra, agua y viento. Esta división está basada en la actual de parque, centrada en la edad de los usuarios a los que van dirigidas las atracciones de cada área. En el nuevo concepto, la mayoría de delimitaciones y atracciones se mantienen, con algunos cambios estéticos y de posición para asegurar la coherencia temática del parque.

En la **zona común** se sitúa la zona cubierta con espectáculos audiovisuales y virtuales, los cuales pueden rotar según la estación o la temporada, con gran posibilidad de introducir un gran abanico de obras relacionadas con todos los elementos. Aquí también se puede encontrar la zona de restauración, con distintos puestos de comida vinculados a cada elemento. Se encuentran repartidos alrededor de una zona de descanso con mesas y asientos para que cada usuario pueda elegir el tipo de comida que prefiera y sentarse juntos. En forma de atracción infantil se encuentran unos raíles que entretienen a los más jóvenes mientras los adultos están comiendo y reunidos en la mesa.

La **zona fuego** está centrada en las emociones fuertes, para un público más adolescente y adulto. Aquí se encuentra la montaña rusa, caída libre y casas del terror.

La **zona agua** está vinculada a las atracciones acuáticas como los rápidos o los troncos.

División en zonas

La **zona tierra** es la parte más infantil, junto a la entrada del parque. En ella están atracciones en miniatura adaptadas a niños, y atracciones relacionadas con la escalada y la naturaleza, donde pueden interactuar con sus acompañantes para mejorar la experiencia de ambos.

La **zona viento** se enfoca en atracciones de intensidad media, que juegan con la altura o la velocidad, como la noria o tipo "pulpo".

De la misma manera, se plantea aprovechar el área todavía sin utilizar del Parque de Atracciones como **expansión** de la zona fuego y la **zona hielo**, vinculada a la zona agua pero para ser utilizada en la época invernal, donde situar la pista de hielo, toboganes y simuladores de esquí.

Mapa asociado a las atracciones en Anexos.

EspacioDivisión en zonas

Atracciones renovadas



Rápidos "Río Navajo" reconvertida en "Río Ebro" para la zona agua.



Montaña rusa "Moncayo" reconvertida en "Monte tiki" para la zona fuego.

EspacioDivisión en zonas

Atracciones nuevas







Laberinto del bosque con casa del árbol para interacción entre atracciones

Bus

El acceso en bus se plantea como una alternativa para los jóvenes que no disponen de carnet de conducir y no quieren depender de que les suba un familiar. Por eso, se propone un bus con horarios y paradas flexibles, los cuales se pueden reservar mediante una solicitud a través de la pagina web.

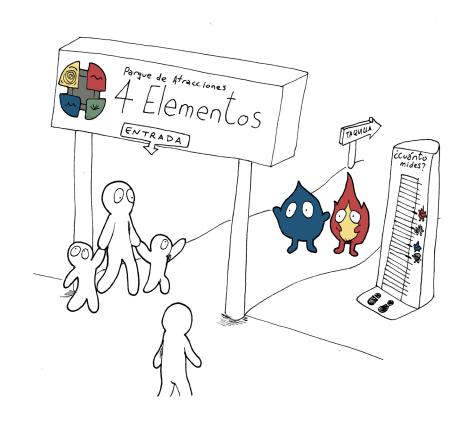
Además de facilitar el acceso a los usuarios, un incentivo más para motivar a la gente a usar el transporte publico es que se pueden obtener recompensas con su uso. Así, se evita que suban tantos coches y se propone un medio de transporte menos contaminante y apto para grandes grupos.



Llegada en coche

Pese a proponer el bus como forma de acceso al parque, no se debe olvidar a los usuarios que acceden en coche, por ello se propone una mejora de la señalización en carretera, añadiendo carteles indicativos del recorrido y sobre todo del acceso al parking, ya que en la actualidad muchos vehículos pasan de largo el primer aparcamiento.

Además se habilitará una entrada adicional directa desde el parking trasero, como se indica en el mapa.



Fidelización clientes

Recogida de puntos

Totem

El Tótem es un dispositivo que representa un amuleto con los 4 elementos.

Mediante la tecnología RFID es posible que los usuarios se conecten con los Portales repartidos a lo largo de todo el parque. Estos lugares de interacción otorgan **Puntos de Experiencia (XP) y Materiales** a los usuarios, que se guardan directamente en su perfil a través de la aplicación móvil del Parque de Atracciones. Mientras que los XP sirven para que su nivel de perfil aumente y crear un engaging en el público para conseguir más, los Materiales pueden intercambiarse por **recompensas** al reunir cierto número de cada uno de ellos, como descuentos para entradas, llaveros y camisetas de las mascotas.

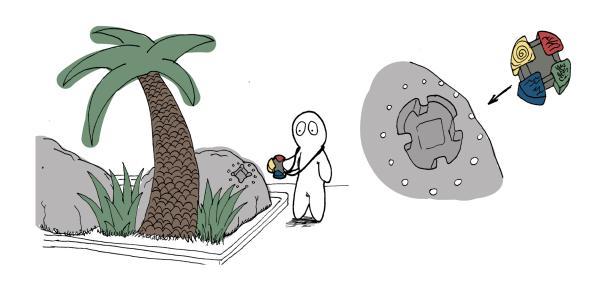
El dispositivo se incluiría en ciertos packs con entrada al parque, y se trataría de un complemento muy importante para mejorar la experiencia en él, aunque no estrictamente necesario. Puede guardarse como juguete o recuerdo, y volver a utilizarlo en la próxima visita al Parque de Atracciones.

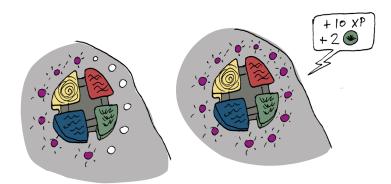
Portales

Son los **puntos de interacción con el tótem**. Algunos de ellos se encuentran a la salida de las atracciones, de esta forma los visitantes pueden fichar una vez se han montado y ganar experiencia y materiales. El resto se encuentran en los escenarios y caminos entre atracciones, moderadamente escondidos a simple vista para que los usuarios exploren y se fijen en los alrededores, e incluso encuentren diversión aún sin tener que subirse en atracciones.

Estos postes o paneles pueden **cambiar de lugar** cada cierto tiempo (en cada estación del año) para motivar al público a volver a recorrer el parque y encontrarlos de nuevo. El número de recompensas también puede variar y modificarse dependiendo de su dificultad, posición o número de interacciones.

Otra utilidad muy importante de estos portales es **recabar información** muy útil para el parque: qué camino recorren los usuarios, en qué zonas se interactúa más, qué atracciones son las más visitadas, etc. Incluso es posible listar bonificaciones a través de la app al cumplir un orden determinado de escaneo con el objetivo de dirigir a los visitantes por el parque y mejorar el flujo.



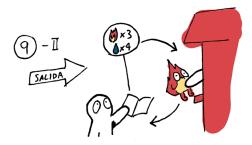


Fidelización clientes

Recompensas:

Después de recolectar puntos y materiales a través del tótem y los diferentes portales se pueden obtener distintas recompensas.

La suma de estos puntos y las distintas recompensas con su valor se podrán consultar en una Aplicación para el móvil, pero no es necesaria puesto que esto se puede consultar en cualquier momento en el parque para quien no quiera o no pueda tener esa app.



Entre estas recompensas se encuentra merchandisign del parque como peluches y llaveros de los personajes, descuentos o promociones especiales.

Recompensas y tipos de entradas

Tipos de entradas:

- Entrada básica: Visita al parque, acceso a las atracciones y espectáculos.
 20 €
- Tótem: Dispositivo que aumenta la interacción con el parque, además de poder obtener puntos y recompensas, acumulables para próximas visitas.
 15 €
- Entrada completa: Incluye la entrada básica y un tótem. 30 €
- Bono familiar anual: Permite el acceso al parque durante todo el año, además de incluir 2 Tótems. 251 €
- Bono estaciones: Permite visitar el parque una vez en cada estación del año (4), donde se potencia uno de los elementos en cada una de ellas, cambiando los eventos y espectáculos. 60 €
- Entrada Invierno: Visita a la zona Invierno del parque, adaptada al temporal y con actividades distintas al resto del año. 10 €
- Entrada tarde: Permite la visita al parque a partir de las 16 h. 15€

Gastronomía

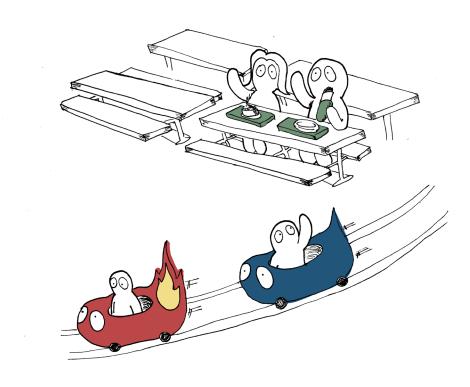
En la **zona común**, situada en la parte central del parque, se encuentra la intersección de las 4 zonas temáticas basadas en cada elemento.

En este área, se encuentran varios puestos de comida, cada uno basado en un elemento, los cuales se diferencian en el tipo de comida que sirven.

Al comprar en ellos, se puede llevar o servirse en un espacio común, donde sentarse a la sombra en pequeñas mesas distribuidas junto a una pequeña atracción o animación, que entretiene a los más pequeños. (de manera similar al parque de bolas infantil de un McDonalds).

- Tierra: Comida tradicional, rápida o de fácil preparación. Destinada también a los menús infantiles.
 - Bocadillos y sándwiches
 - Hamburguesas.
 - Pizza y pasta.
 - Menú infantil: macarrones, patatas fritas y pechuga empanada.
- Aire: Aperitivos, postres, dulces y golosinas.
 - Gofres y churros.
 - Chucherías y barritas dulces (Twix, Mars)
 - Patatas fritas y frutos secos.
 - Algodón de azúcar.

- Fuego: Destinado principalmente a la carne, brasas y barbacoa.
 - · Bistec. costillas.
 - · Alitas, tiras de pollo, hamburguesas.
 - Paella.
- Agua: Líquidos y bebidas refrescantes. Postres y dulces para refrescarse en verano.
 - · Agua, refrescos, zumos, yogur líquido.
 - Helados, smoothies, batidos, café helado.



Espectáculos y campañas

Espectáculos diarios

En varias atracciones, los operadores van caracterizados de personajes relacionados con la temática de la atracción y la zona, creando el ambiente adecuado. A ciertas horas, sencillos espectáculos surgen en el camino, donde los actores escenifican su obra y animan a los visitantes que se encuentran en el lugar.

De la misma forma, los actores vestidos de las 4 mascotas del parque se encuentran cada uno en su zona temática en forma de animación, siendo el desfile final y la zona común central los únicos puntos en los que el visitante puede ver reunidos a todos ellos, sacarse fotos, etc.

También, momentos antes de cerrar las atracciones y, posteriormente, el parque, los actores caracterizados de los distintos personajes y mascotas repartidos por las atracciones y espectáculos del recinto, se reúnen.

Este espectáculo comenzaría en la zona fondo del parque, y desfilarán en dirección a la entrada principal, de tal forma que todos ellos guíen a los visitantes hacia la salida. Así, el espectáculo y la diversión en el parque dura el máximo tiempo posible, y la experiencia se encadena hasta el momento de cierre.



Cambio de estación

Para aumentar el número de veces que el usuario visita el parque, su calendario de apertura se divide en estaciones, y en cada una de ellas los espectáculos se centran en uno de los elementos:

Viento: Marzo-AbrilTierra: Mayo-Junio

Agua: Julio-Agosto-SeptiembreFuego: Octubre-Noviembre

Hielo: Diciembre-Enero

En el paso de una a otra hay un espectáculo especial centrado en la estación y elemento que se despide con fuegos artificiales.

Habrá disponible un "bono de estaciones" que da acceso a los días de cambio de estación ya que serán días especiales para el parque no solo por los espectáculos.



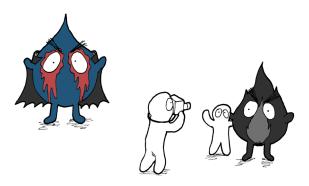
Campañas anuales

Como uno de los grandes puntos fuertes del parque actualmente son las campañas especiales van a seguir y se ampliarán:

- Oktober Fest en las Fiestas del Pilar
- Halloween
- Navidad
- Y más...

Se mantendrán estas campañas dándoles un nuevo enfoque para relacionarlo con la nueva temática y personajes del parque.





Blueprint

Implementación

Etapa del servicio			Pa	Salida		
	5% Visitante del parque	5%	40%	40%	5%	5%
Acciones del usuario	Comprar entradas anticipadas Obtener abono o promoción Compra de entradas en taquilla	Acceso en vehículo privado O Seguir las indicaciones de las señales O Aparcar en el parking del parque Acceso en autobús O Consultar paradas y horarios O Acudir a la parada en el horario correcto O Aprovechar descuentos y promociones	Pasear por el parque Hacer fotos con las mascotas Interactuar con los "portales" y almacenar puntos en el "totem" Esperar en las atracciones Consultar puntos almacenados en el "totem" Interactuar con los "portales" y almacenar puntos en el "totem"	Montar en las atracciones Disfrutar de los espectáculos Hacer uso del servicio de restauración	Canjear los puntos acumulados en el "totem" - Consultar los puntos - Cambiar puntos por recompensas	Espectáculo de finalización
De cara al usuario	Entradas adaptadas a las necesidades de cada visitante Validación de la entradas en taquilla	público de una forma más cómoda Acceso y aparcamiento bien señalizado	-o Entretenimiento constante -o Gran oferta de actividades	Renovación de espectáculos Atracciones de invierno Atracciones de cine 4D, RV y RV Atracciones renovadas Atracciones por si hace mal tiempo Entretenimiento para visitant no hacen uso de las atraccion Gran variedad y calidad en la restauración	es que	O Evacuación animada
Puntos de contacto			7 7 IIIII	CY	# ! ' !	9
Acciones no visibles Línea de procesos		Organización y cumplimiento de los horarios	Redistribución de los "portales" Organización de las mascotas por zonas y atracciones Acumulación de puntos en el "totem"	Cambio de las atracciones según la estación	Acumulación de datos de tránsito de los visitantes con "totem"	
Procesos de soporte	Mantenimiento y O actualización de la web		Mantenimiento de los "portales"			

Conclusiones

Una vez finalizado el proyecto, se puede decir que **se han cumplido los objetivos** planteados con éxito.

Se considera muy importante en el proyecto el paso que se da para atraer a los usuarios más de una vez al año, dándole contenidos distintos y haciendo que su experiencia sea diferente de la última vez, lo que se consigue con las estaciones y con una mayor interacción a través del tótem y los portales. Ganar puntos para obtener recompensas es un extra en la motivación para visitar el parque.

Con esta propuesta, ya no solo hay atracciones para niños, sino que se intenta **aumentar el público objetivo** y generar interacción entre las personas que están en las atracciones y las que no, enfocado a las familias. Por lo que su enfoque principal no cambia ya que está visto que funciona pero hay más ambición.

Siguiendo con el mismo objetivo de aumentar el público, se **facilita el transporte** y acceso hasta el recinto con un servicio de autobús que se adapta a las necesidades de los usuarios que no pueden ir mediante un vehículo propio para que no dejen de visitarlo por no poder ir de una manera cómoda.

Para intentar evitar que los visitantes traigan comida de fuera, se aumenta la **oferta gastronómica**, y se concentra en un punto central, ya que con el tamaño del parque no es necesario que haya varias zonas. Así, aunque los grupos de visitantes quieran comer cosas distintas, pueden hacerlo todos juntos en esa misma zona.

Puesto que en Zaragoza el clima en invierno deja que desear el parque normalmente cierra mucho tiempo. Tiempo que los usuarios dejan de disfrutarlo. Con la idea de mejorar esto se hace la propuesta de **invierno y Navidad**, teniendo la oportunidad de ver este lugar en todas sus épocas del año y fortalecer el vínculo con los visitantes.

Es un proyecto **asequible** para una ciudad como Zaragoza ya que muchas de las atracciones son muchas de las actuales pero con una nueva imagen. Se le da al parque un sentido, un tema bajo el que poder **innovar** en un futuro cercano con los medios actuales y la propuesta realizada y seguir a largo plazo cuando se vayan generando beneficios, ya que la temática de los 4 elementos es muy atemporal y se adapta al entorno, ya que este parque se encuentra en la naturaleza.

Sirve de escaparate tanto para la ciudad como para la comunidad y es que Aragón es rico en naturaleza y las **conexiones** pueden ser muy diversas, como por ejemplo con los nombres de las atracciones, con las recompensas,...

Cierto es que el parque no será un parque destino como lo puede ser PortAventura, pero si puede atraer turistas que vengan y quieran conocer la comunidad desde una perspectiva diferente.

Aunque no se haya estimado el presupuesto de su puesta en marcha, se ha intentado minimizar lo máximo posible con la renovación de atracciones, y evitando desplazamientos de las mismas. Destacar también que para que la propuesta sea exitosa no es imprescindible realizar todo lo que en este documento se expone, sino que se puede **implementar poco a poco** si no es posible hacer la inversión, entre ellas se complementan pero no son estrictamente necesarias.

Para finalizar, decir que este proyecto se ha ideado de la forma más realista posible, teniendo en cuenta todos los factores influyentes, y con la ilusión del equipo de haber aportado un trabajo que sea de interés para el cliente pudiéndolo ver en desarrollo próximamente.