

**CLAVE: ANEXO-INF-01**

**ANEXO: PROMOVER LA CONSTRUCCION DE MÁS PARQUES  
TEMATICOS RECREATIVOS EN LA ZMM**

## 1.- ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION.

La importancia económica, social, cultural y de los parques temáticos; ha despertado el interés de las ciudades que buscan ofrecer espacios atractivos, con las últimas innovaciones recreativas para diferentes edades, seguros y altamente certificados, para situarse como ciudades con atractivos de clase mundial. Las ciudades del conocimiento deben de ser entretenidas y para lograrlo una manera es la de tematizar espacios. El Barrio Latino en París, el Soho y Battery Park, en Nueva York, constituyen ejemplos exitosos de distritos recreativos y turísticos tematizados. En el otro extremo, Las Vegas se sitúa como el prototipo de la ciudad tematizada: más de 32 millones de visitantes anuales dan vida a su economía, peregrinando en incansables filas para visitar sus hoteles temáticos (Luxor, Circus Circus, Excalibur, entre otros) convertidos en atractivos turísticos.

En Estados Unidos de acuerdo a cifras de la International Association of Amusement Parks and Attractions los parques recreativos, temáticos y de entretenimiento suman más de 400, y atendieron en el 2006 a más de 335 millones de clientes y la industria tuvo ingresos aproximados por \$11.5 billones de USD en los EUA<sup>1</sup>. **Un dato interesante es que una parte importante de los visitantes provienen del entorno regional, conformada por las ciudades cercanas además del potencial de atracción de turistas extranjeros; además de que la permanencia se calcula entre 5 y 7 horas que sumadas al tiempo de duración de desplazamiento pueden considerarse la permanencia como destino turístico<sup>2</sup>.**

El crecimiento del número de visitantes anuales ha sido de 3% en los últimos 10 años. A partir del desarrollo de Disneylandia, en California, desde los años 50, la industria ha ido evolucionando hacia un estado de madurez, registrando un rápido crecimiento en los últimos años, abriendo nuevos mercados en Europa y Japón<sup>3</sup>

En la actualidad, en Europa el mayor número de parques se concentra en Alemania, Francia, los Países Bajos y el Reino Unido. Últimamente la industria se ha extendido en España, Italia, Turquía y Grecia, países que disponen de varios proyectos en fase de planeación e implementación. Los parques europeos

suman más de 300, y solamente entre los diez más grandes atraen anualmente a más de 40 millones de visitantes (dato 2003)<sup>4</sup>. En Asia existe una oferta madura en Japón, y en crecimiento tanto en Corea del Sur como en Hong Kong. En Japón operan 29 grandes parques temáticos que recibe cada uno alrededor de 1 millón de visitantes.

Entre los más recientes proyectos en Texas, destaca por su cercanía a México la inauguración a partir del 2001 en la Isla del Padre, Texas, E. U. A., el Schlitterbahn Beach Waterpark, un parque familiar orientado al mercado del sur de los Estados Unidos y a captar turistas procedentes de México. En Europa otro caso es el de Drácula Land, en Rumania, en el corazón de Transilvania, cuya inauguración fue en el año 2003, contando con una atracción de 1 millón de personas, activando la economía de la ciudad medieval de Sighisoara, donde hace más de 500 años nació, según se dice, el conocido Conde Drácula.

Adicionalmente, Disneylandia ya tiene una sucursal en el océano, Disneysea, la primera Disneylandia de mar en el mundo. Este parque fue construido sobre 74 hectáreas de tierra ganada al mar en Urayasu, a 10 Km de Tokio, y constituye el segundo parque Disney de Japón.

En Europa, recientemente Disney, inauguró un segundo parque temático en París llamado Walt Disney Studios, el cual está dedicado a la industria fílmica y se localiza en un área adyacente al Disneyland Resort París.

**Según publicación del Boletín Cuatrimestral de Turismo de la SECTUR (No. 2 Mayo-Agosto 2001 y No.3 Sept.-Dic-2001) se puede destacar tres modelos de parques temáticos que existen en el mundo y que han marcado las tendencias para la realización de muchos más.**

### **1.1.- Sistemas de Parques de Disney en la Florida, EEUU.**

**Se trata de un sistema de “enclave de parques” conformado por más de 40 parques tematizados. En los últimos años el sistema se ha ampliado sobre la base de operación de la línea de cruceros Disney, y de una isla privada en el Caribe. Gracias a que es un modelo que en términos operativos está débilmente conectado con el espacio físico exterior, conforma un destino en sí. Este sistema ofrece además experimentos urbanísticos y sociales.**

Para el desarrollo de este sistema en Orlando se exigió contar con el apoyo gubernamental en dos grandes vertientes: desregulación y privatización. Un factor de éxito de este tipo de parques, y de otros como los Estudios Universal,

consiste en: la capacidad para construir convergencias y sinergias entre las empresas de la comunicación, entretenimiento, los bienes raíces y el turismo<sup>5</sup>.

### 1.2.- “Port Aventura” en Cataluña, España.

Desarrollado por los Estudios Universal en la Costa Dorada española, se ubica cerca de productos de sol y playa (Tarragona y Sitges) y de un gran centro urbano (Barcelona). A diferencia del sistema de parques Disney, Port Aventura se ofrece de manera articulada con los atractivos naturales y culturales localizados en la región. Constituye una oferta que ha permitido consolidar el espacio regional, creando circuitos y corredores que aglomeran ofertas culturales, ambientes urbanos y atractivos naturales<sup>6</sup>.

### 1.3.- “Terra Mítica” en Valencia, España.

Terra Mítica es un complejo de alto componente cultural, que en pocos meses se ubicó entre los mejores de Europa Debido a la gran competencia, este parque buscó marcar una diferencia con relación a la oferta existente, por lo que es el único parque centrado en un solo tema, la cultura del Mediterráneo, que permite experimentar en un solo sitio las culturas de Egipto, Grecia, Roma, Iberia o Las Islas, a través de la gastronomía, sus fiestas, artesanía y sus costumbres., recreándose esta manera fielmente las distintas culturas que han existido en la región. Entre los principales objetivos del parque está la desestacionalización de la demanda, por lo que decidieron abrir todo el año, pretendiendo convertirlo en un destino vacacional y de fin de semana en cualquier fecha, y no como complemento de la oferta tradicional española de sol y playa. **Cerca de Terra Mítica se encuentra Terra Natura, este espacio temático abarca la cultura de tres continentes, América, Asia y Europa, pero además se pueden contemplar más de 1.500 animales de 200 especies diferentes<sup>7</sup>.**

## 2.- PROPUESTA:

### 2.1.-Parques Temáticos en México

La tendencia a la tematización recreativa es todavía débil en el País y en Monterrey. Se restringe a unos cuantos parques de dimensiones modestas enfocadas para atender a un segmento relativamente pequeño del mercado local. Por lo que se propone promover la inversión privada, con incentivos del gobierno estatal y municipal en que se pueda asentar, de al menos un gran parque temático con atractivo internacional, y 4 de alcance regional y/o nacional, entre el año 2008 (lo restante) y el 2015, para apoyar la

**atractividad de la ciudad para sus residentes y visitantes, e incrementar con el tiempo la participación en el PIB del estado y de la ciudad de Monterrey, de servicios recreativos y culturales conectados con la innovación y el conocimiento en esa industria.**

**Entre las pocas excepciones que tenemos en México, cabe señalar al Festival Plaza Hotel & Entertainment Center, un complejo dirigido a “spring breakers” de Norteamérica, ubicado en Rosarito, B. C., el Hotel Explorea en Kohunlich, Q. Roo, desarrollado como un establecimiento ecológico, en el Mundo Maya, y el Hotel Ex-Hacienda Misión La Muralla, en Querétaro, Qro., cuyo tema es la Revolución Mexicana.**

**México cuenta con experiencias exitosas, entre las primeras está Xcaret, al sur de Cancún, y entre las segundas Reino Aventura, en la ciudad de México, que aunque enfrentó diversos problemas de operación, pero que finalmente contribuyó a formar un mercado, el cual se consolidó con el actual parque Six Flags.**

Un ejemplo claro de la existencia de un mercado importante para este tipo de establecimientos es Foxploration en Baja California. Este parque originado en el éxito de Fox Studios Baja, de la empresa Twentieth Century Fox, ofrece al público nacional y norteamericano la oportunidad de conocer interactivamente lo que sucede detrás de las cámaras, mostrando además piezas de utilería, vestuario y escenografía, ofreciendo puestas en escena y espectáculos musicales y de otras disciplinas artísticas. Se estima que la estancia de los visitantes es de entre 2 y 4 horas.

## **2.2.- Oferta de parques recreativos y temáticos en NL:**

En el portal del Gobierno del Estado, en la sección de turismo puede apreciarse un inventario de aproximadamente 50 destinos recreativos en el estado, mayoritariamente orientados a atender segmentos de mercado local. Muy pocos tienen la dimensión que permita considerarlos como un atractivo regional y prácticamente ninguno tiene características que lo diferencien en la parte temática como para atraer visitantes nacionales e internacionales en cantidades importantes<sup>8</sup>.

## **2.3.- Hacia una propuesta para MCIC**

**Actualmente se cuenta con una infraestructura recreativa adecuada, pero limitada para ser lo suficientemente atractiva no sólo para la captación de un mayor no de turistas regionales, nacionales o internacionales; sino para**

**que se constituyan en un factor importante de mejorar la calidad de vida en la ZMM para atraer y retener talento humano del país y del extranjero.**

**Por lo anterior Se recomienda profundizar en un estudio de mercado, considerando un “benchmark” con las 5 ciudades del conocimiento exitosas a nivel internacional estudiadas, para hacer una propuesta de proyectos a corto, mediano y largo plazo; en donde se puedan invertir recursos para realizar estudios de pre-factibilidad que permitan promover la inversión privada que los vaya haciendo realidades.**

**Nivel de prioridad: MEDIO**

**Metas:**

**2015: contar con al menos 1 parque temático nuevo de alcance internacional, y 4 parques de alcance regional y/o nacional.**

**Recursos: privados, con incentivos de gobiernos estatal y municipal. Se estima una inversión privada total necesaria de 1,500 millones de pesos, para que los proyectos tengan el impacto deseado, e incentivos estatales y municipales de alrededor de \$50 millones de pesos para que los privados realicen un parque (al menos) de atractivo internacional.**

**Entre los primeros proyectos que vale la pena considerar para MCIC serían:**

**A.- Parque del Folklore Mexicano:**

**En donde con la participación de cada uno de los gobiernos estatales y patrocinadores privados, se permita exponer al turismo nacional e internacional en un solo lugar, la cultura, gastronomía, artesanías (artesanos trabajando y venta de las mismas), bailables, vestimentas, etc. de cada uno de los estados de la República Mexicana.**

**Para la puesta en práctica de esta propuesta que pudiera seguir el modelo temático de Tierra Mítica de Valencia, España; se recomienda el tomar en cuenta el eje temático y las actividades desarrolladas en el parque “Poble-Espanyol” en Barcelona, España**

En Montjuïc, en el contexto histórico de la Dictadura de Primo de Rivera y en el marco de la Exposición Internacional de 1929, se decidió la construcción de un Pueblo Español (Poble Espanyol en Catalán), que se convirtió en una síntesis de la arquitectura y del trabajo artesanal de España. Tenía que ser derribado al finalizar el acontecimiento, pero finalmente fue conservado, después del impacto que tuvo y de las múltiples voces que se alzaron en contra de su destrucción. Se proyectó que fuera un conjunto de edificaciones extraídas de la arquitectura popular española que serían incorporadas en una especie de collage.



Los constructores, pretendieron hacer un pueblo donde estarían reproducidos edificios representativos de las diferentes regiones de España. En el “Poble Espanyol” no se pretendía reunir una colección de obras maestras de la arquitectura española, sino que se trataba de construir un recinto que fuera una síntesis de la España monumental. Era una manera de tener a España en Cataluña<sup>9</sup>

En el “Poble Espanyol” se realizan actividades culturales, exposiciones, fiestas, gastronomía, artesanía y festivales de todas las regiones representativas de España.

#### B.- Parque “TECNOVITAE”

Que tenga su eje temático sobre el uso y transformación de la Ciencia y la Tecnología en la vida diaria de la sociedad; que vincule los productos de uso común de manufactura y como la ciencia y tecnología puede mostrar sus procesos de fabricación y manufactura explicando los conceptos matemáticos, físicos y químicos implícitos. De igual manera podrán mostrarse las aplicaciones en I+D para el monitoreo, efectos y prevención de los fenómenos causados por el actuar del hombre en la naturaleza: contaminación, cambio climático, erosión de los suelos, escasez de agua, uso de energía no renovable, etc.

La vocación Industrial de la ZMM y la propuesta de MCIC será un entorno propicio para aprovechar mucha de la infraestructura fabril subutilizada para realizar un conglomerado de sitios dedicados a esta actividad, en donde la iniciativa privada establecida en NL puede jugar un papel preponderante para su edificación, como ejemplo de la habilitación de espacio se encuentra el museo denominado Horno 3 Ciencia y Tecnología al Rojo Vivo” haciendo referencia a recreación de la experiencia en el que estará expuesto el visitante para entender la transformación y uso del acero en el quehacer de la vida diaria y en su uso industrial<sup>10</sup>

Una de las recomendaciones para incorporar a este proyecto la transformación de recintos fabriles es el caso de la antigua fábrica de manufactura de torpedos en la Ciudad de Alexandria, VA, EUA. Hoy en día “Torpedo Factory Art Center” alberga a más de 160 artistas profesionistas quienes trabajan, exponen y venden sus obras de bronce, cerámica, barro, vidrio, fotografía, dibujo, pintura, fibras, técnicas mixtas, etc. Este centro cuenta con una membresía de más de 1,000 cooperativistas y participan en clases más de 2,000 estudiantes siendo un centro de educación, de

## **fomento al empleo y de atracción de turistas provenientes de todo el mundo.**

La Asociación de artistas del centro ofrece un paquete de material didáctico disponible para las personas en lo individual o a Organizaciones que quieren crear actividades similares<sup>11</sup>

### **3.- FACTORES DE ÉXITO A CONSIDERAR:**

- **Amplio involucramiento de la iniciativa privada y los diversos sectores ligados a MCIC para lograr los recursos financieros necesarios para su construcción.**
- **El monto de inversión que se logre promover en la construcción de los parques recreativos temáticos propuestos, y en los plazos sugeridos.**
- **En el mediano plazo, el incremento de atractivos para los residentes locales, y que sean visitados por una gran cantidad de visitantes nacionales e internacionales, generando una importante derrama económica y de empleos directos e indirectos en el sector de servicios intensivos en conocimiento por la innovación local que se realice.**
- **Lograr que en los parques propuestos se logre una distinción clara en la experiencia a lograr en el visitante para hacer una experiencia única a nivel nacional y de América Latina, atractiva para los visitantes internacionales, incluyendo de Norteamérica, Europa y Asia.**
- **El Diseño de Experiencias sirve tanto a productos como a servicios, a espacios físicos o virtuales. Se basa en disciplinas como psicología, diseño de interacción, diseño gráfico, multimedia, diseño de juegos, arquitectura, interiorismo, imagen,... todo aquello que juegue con las emociones, sensaciones y sentidos de las personas<sup>12</sup>.**

---

### **FUENTES DE INFORMACION:**



---

Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC  
Infraestructura y Equipamiento Urbano

---

<sup>1</sup> International Association of Amusement Parks and Attractions (2008). Disponible en: [www.iaapa.org](http://www.iaapa.org)

<sup>2</sup> SECTUR, Boletín Cuatrimestral de Turismo No. 2 Mayo-Agosto 2001 y No. 3 Septiembre-Diciembre 2001/Dirección de Información y Análisis/1ª Edición.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> International Association of Amusement Parks and Attractions (2008). Disponible en: [www.iaapa.org](http://www.iaapa.org)

<sup>5</sup> SECTUR, Boletín Cuatrimestral de Turismo No. 2 Mayo-Agosto 2001 y No. 3 Septiembre-Diciembre 2001/Dirección de Información y Análisis/1ª Edición.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Portal Gobierno de Nuevo León (2008). Disponible en: [www.nl.gob.mx](http://www.nl.gob.mx)

<sup>9</sup> Soledad Bengoechea Historia del Poble Espanyol 2005/ en [www.poble-espanyol.com](http://www.poble-espanyol.com)

<sup>10</sup> Horno3 (2008). Ciencia y Tecnología al Rojo Vivo. Disponible en: [www.horno3.org](http://www.horno3.org)

<sup>11</sup> The Torpedo Factory Art Center/ (2008). Disponible en: [www.torpedofactory.org](http://www.torpedofactory.org)

<sup>12</sup> Villa, L (2004, octubre 06). Diseño de Experiencias. Asociación de Usuarios de Parques Temáticos A.C. Disponible en: [www.parketematico.com/http:pktk.com/http:pktt.org](http://www.parketematico.com/http:pktk.com/http:pktt.org).