



LOS PARQUES TEMÁTICOS COMO PRODUCTOS TURÍSTICOS

Fundamentos teóricos y situación actual

Jorge Luis Martínez Villavicencio
Facultad de Turismo. Universidad de La Habana

La Habana, 2018

1. Aproximación teórica a los Parques Temáticos.

En la contemporaneidad los parques temáticos gozan de una gran popularidad a nivel mundial a partir del propio concepto de diversión y entretenimiento que ofrecen. Están considerados de forma general como grandes espacios concebidos para que sus visitantes, principalmente las familias, disfruten de su tiempo libre en un lugar en el que puedan o les hagan alejarse lo suficiente del quehacer de sus vidas cotidianas. La creación de nuevos empleos y la entrada de inversiones importantes en los territorios donde se enclavan, así como el desplazamiento que genera, impulsan el desarrollo del turismo.

Según Global Industry Analysts (2015), para el año 2020 el mercado de parques temáticos alcanzará la cifra de los US \$44.3 billones. Así mismo, plantea que esa tendencia estará motivada por: el crecimiento del gasto per cápita del consumidor en plataformas de entretenimiento y ocio, un aumento de la asistencia por parte de los Baby Boomers, las nuevas innovaciones en montañas rusas y demás atracciones, la incorporación de las nuevas tecnologías a las atracciones, el incremento de la base de las personas que componen la clase media en el mundo que aumentará los ingresos familiares, así como el nivel de urbanismo en los países en vías de desarrollo y la popularización de los medios de comunicación.

En Estados Unidos solamente se proyecta que para 2020 el sector de los parques temáticos y de atracciones alcance una cifra de US \$21.87 billones, lo cual representa el 49,37% del total de ingresos del sector para 2020 a nivel mundial.

1.1. Historia y evolución de los parques temáticos.

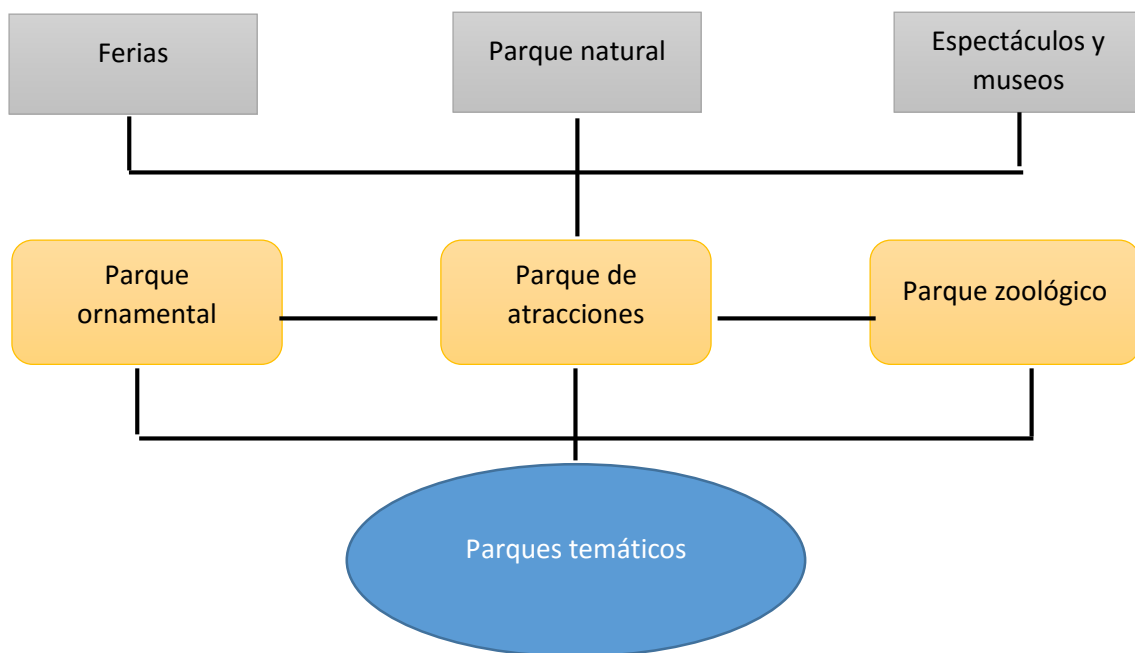
Los orígenes de los parques temáticos, como se conocen hoy día se remontan a los jardines de recreo en los que los aristócratas renacentistas encontraban un lugar en el que el redescubrimiento del hombre mismo y su lugar en el universo los llevó a considerar a la naturaleza desde una perspectiva humanista. Por supuesto, las fiestas y diversiones que se organizaban en esos jardines fueron prueba de ese nuevo humanismo.

Un ejemplo de estos parques de recreo eran los jardines de la Villa del Este en Tívoli con atracciones varias destinadas al ocio de la aristocracia. Otro de los ejemplos más relevantes históricamente era el caso de Versalles, donde al margen de la magnificencia de los jardines e instalaciones palaciegas, existía una casa de fieras, autómatas y numerosas atracciones con el objetivo de entretener a los cortesanos del Rey Sol (Luis XIV) y sus descendientes.

No obstante, el primer “parque de recreo” que consta documentalmente fue construido a finales del siglo XIII por Roberto de Artois en Vieil Hesdin, en el norte de Francia. Su diseño era curiosamente moderno e incluía como atracciones: un castillo giratorio, una gruta en la que podía imitarse la lluvia o nieve a voluntad, marionetas animadas, puentes que se hundían, así como plantas exóticas y animales que simbolizaban el paraíso.

A pesar de esta pequeña recapitulación histórica acerca de los antecedentes de los parques temáticos, el moderno concepto del mismo no es más que el resultado de un largo proceso de integración que abarca desde los parques de recreos y las diversiones colectivas hasta los parques de atracciones como su antecedente más inmediato. (Esteve, 2001).

Figura 1: Esquema resumen de la evolución histórica de los parques temáticos.



Fuente: Elaboración propia, a partir de Rafael Esteve Secall, 2001

Los parques temáticos resultantes de este proceso de integración resultaron ser grandes centros de recreación donde estaban presente un conjunto de elementos que hacen de ellos un lugar especial. Y es que, precisamente, se convierten en centros de entretenimiento, diversión, espectáculo, cultura, aprendizaje, tecnología, ciencia, tradición, historia, interactividad, etc.

En el anterior grafico se muestra la estrecha vinculación entre estos diferentes espacios de entretenimiento, pero a su vez se evidencia su posibilidad de creación a partir de la combinación de los mismos. Un ejemplo es la combinación de parques paisajistas¹ con parques zoológicos: Cabárceno en Santander, Selwo en Málaga y Valwo en Valladolid. Otro ejemplo, es el caso de los museos interactivos que se combinan con animalarios como el Parque de las Ciencias en Granada; o con modernas tecnologías de la imagen como el Futuroscope en Poitiers; o los parques de interés pedagógico como el Flevenhof de los Países Bajos sobre la agricultura de los polders², etc.

A pesar de que ya existían en Europa parques con atracciones mecánicas desde finales del siglo XVIII como el parque Prater de Viena, creado en 1766; estos no fueron concebidos como negocio de diversión hasta finales del siglo XIX en Norteamérica. El primer parque de atracciones moderno fue inaugurado en 1887 en Conney Island, Nueva York. A partir de ese momento numerosas compañías de tranvías y trolebuses abrieron, en la periferia de las ciudades estadounidenses, numerosos parques con las mismas características en las cercanías de las líneas cubiertas por estos medios de transporte, como forma de crear centros de atracción de tráfico hacia esas zonas poco habitadas y rentabilizar las líneas.

¹ Se deriva del paisajismo, que es la actividad destinada a modificar las características visibles, físicas y anímicas de un espacio ya sea rural o urbano. Por tanto se puede concluir que un parque paisajista no es más que un espacio cerrado cuyas características visibles, físicas y anímicas han sido modificadas para su embellecimiento y disfrute de las personas. (<http://wikipedia.com>)

² Polder es un término neerlandés con el que se nombra a los terrenos ganados al mar. Esta técnica es empleada para la agricultura. Entre los ejemplos de mayor importancia del polder, se encuentra el Lago de IJssel, el cual ha sido parcialmente desecado y luego cultivado. El polder trata de aislar, a través de diques, una zona que esté cubierta por el mar, ya sea de forma permanente o sólo cuando la marea es alta. Otras de las acepciones del término es para designar cualquier terreno húmedo (marismas, lagos, llanuras aluviales), que han sido desecados para trabajar la agricultura en ellos. Por tanto, la agricultura de los polders, es la agricultura que se realiza en los terrenos ganados al mar. (<http://www.arqhys.com>)

De esta forma, para finales de la segunda década del siglo XX se habían creado unos 1500 parques de atracciones en toda Norteamérica. Algunos ya, con un grado de especialización como fórmula para ganar competitividad frente a la competencia y atraer más visitantes. Un ejemplo de esto fue el caso de Luna Park que ya para 1904 recreaba una especie de viaje espacial que sentó las bases en relación a las sensaciones y experiencias que brindan los parques temáticos de la actualidad.

Indiscutiblemente el hecho que marcó el inicio o surgimiento de los parques temáticos como se conocen hoy en día fue la fundación, en 1955, de Disneyland en Anaheim, California. La gran compañía cinematográfica, dirigida al público infantil, decidió recrear en un espacio físico el mundo de fantasía que reflejaban en las pantallas y llevarlo a la realidad.

Luego, ocurrió otro salto tecnológico cuando en 1975 la misma compañía creó Disney World Resort en las cercanías de la ciudad de Orlando, Florida. A partir de este momento se dio un salto inmenso a la explotación integral de la atracción, agregando instalaciones de alojamiento, restauración, tiendas, etc. adquiriendo de esta manera una dimensión turística; al confluir los cinco consumos de esta naturaleza.

Años más tardes se le unieron, a Disney World Resort con sus cuatro parques temáticos³; en 1988 SeaWorld San Antonio, el mayor parque acuático del mundo y en 1990 Universal Studios Florida, otro parque cuyas atracciones están vinculadas a temas cinematográficos.

Con todo ese conjunto de parques temáticos se ha creado una zona de atracción turística -Orlando, Florida- que se sitúa entre las cinco primeras potencias turísticas mundiales, logrando atraer a más visitantes que China, según datos de la OMT de 2015.

1.2. Definiciones y características.

Antes de comenzar a definir los parques temáticos es importante destacar que los mismos han sido conceptualizados de varias formas, teniendo en cuenta la

³ Magic Kingdom, Epcot, Disney's Hollywood Studios y Animal Kingdom.

evolución que han experimentado desde el punto de vista de sus funciones y extensiones.

Según la Real Academia de la Lengua Española, la palabra parque significa “el terreno o sitio cerrado y con plantas, para caza o recreo, generalmente inmediato a un palacio o a una población”.

Según Sorkin (1992) citado en (Matos, 2005), el objetivo de los parques temáticos es facilitar la reproducción de experiencias turísticas y recreativas en un marco ilusorio, simulación a escala de otros espacios y situaciones históricas que incluso superan la realidad.

Un parque temático es un espacio cerrado (aislado del exterior y con ambiente propio), concebido en torno a uno o varios temas, organizado para una frecuentación intensiva, con vocación recreativa, que ofrece una experiencia lúdica y/o pedagógica y el disfrute ilimitado de las atracciones por un solo pago (entrada), en el cual se le presta especial cuidado a los detalles y a la calidad y que suponen inversiones a gran escala. (Ros, 1999) citado en (Matos, 2005)

Según Bruneau (2000), sus fines son la diversión, el descubrimiento, la evasión y la imaginación. En ocasiones, las atracciones se basan en capacidades tecnológicas sofisticadas (holografías, láseres, juegos interactivos, robots, etc.). Poseen una identidad temática o áreas temáticas planificadas que determinan las alternativas en materia de atracciones, actividades, servicios, etc., lo cual permite al visitante identificar el producto en un ambiente de calidad y de satisfacción al cliente. (Matos, 2005)

De acuerdo a Esteve (2001), en este concepto existen tres elementos claves para comenzar a definir los parques temáticos. En primer lugar es un lugar cerrado, en segundo lugar, posee plantas y, finalmente, su finalidad es el recreo. Es necesario destacar que el elemento inmediato a un palacio o a una población, no se considera del todo puesto que los adelantos tecnológicos han posibilitado el desarrollo del transporte, haciendo posible que lo que se consideraba lejano antes, ya no lo es hoy día. Por tanto, una o dos horas de recorrido en automóvil u ómnibus se puede considerar como inmediato.

Por otro lado, la palabra temático infiere la existencia de alguna motivación que relaciona todos los elementos que coexisten en él. Esta tematización presenta un carácter intangible y tangible, pues en primera instancia se pretende que los visitantes se diviertan aún más a partir de la tematización y de segundo se espera que el visitante aumente su gasto en el parque por este concepto.

Otro aspecto importante que abarca la tematización es el de la especialización. Un parque temático es un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y recreación, a partir del aislamiento de sus visitantes del entorno cotidiano para insertarlos dentro de un mundo completamente irreal.

Para lograr ese clima de inmersión y esa satisfacción de sus visitantes, el emplazamiento de un parque temático constituye un elemento estratégico. El lugar en el que se planee la construcción de un parque temático debe poseer características ineludibles tales como: belleza natural, limpieza, orden, seguridad y aislamiento. (Esteve, 2001)

Ahora bien, conociendo los anteriores elementos, un parque temático es: *“un recinto cerrado de gran extensión, en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo «mágico» y del disfrute de un conjunto de atracciones mecánicas especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto”*. (Esteve, 2001)

De forma resumida, se trata de un conjunto de atracciones, delimitadas físicamente, que giran en torno a un tema global o varios temas específicos con el objetivo de que las personas se sientan en ese mundo recreado con fines lúdicos y pedagógicos.

Dentro de sus características fundamentales:

- Espacio cerrado
- Concebido alrededor de uno o varios temas
- Con diversos atractivos
- Organizado para una frecuentación intensiva
- Experiencia lúdica y/o pedagógica
- Con inversiones a gran escala

- Versatilidad de atracciones

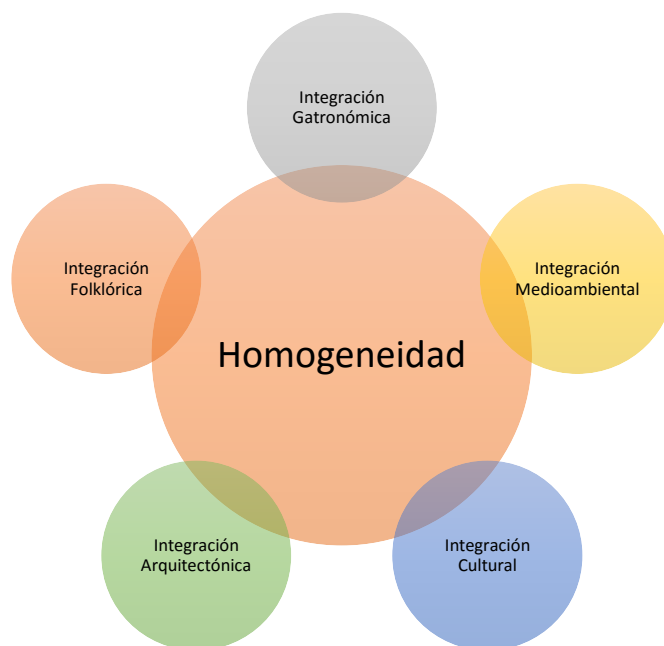
Por otro lado, Matos (2005) plantea que se puede entender como parque temático cualquier espacio de ocio y comunicación de masas, construido en torno a un tema, que sirve de guión y nexo de unión al conjunto de ofertas que se presentan a los visitantes.

En estudios llevados a cabo acerca de los parques temáticos por organizaciones internacionales como el de Economics Research Associates (ERA) citado en (Ayala, 2007), se definen varias de las características comunes a ellos:

- ✚ Son de carácter familiar, por lo que cuentan con diversiones adaptadas a todos los grupos de edad, lo que los convierte en elementos multiatractivos desde la perspectiva de la demanda; situación por la cual deben mantenerse abiertos todo el año, al dirigirse como oferta de ocio a toda la población.
- ✚ Pueden contener una o más tematizaciones, es decir, no necesariamente presentan un solo elemento temático; pues de cierta manera esta unicidad o variedad de temas está relacionada con su tamaño, lo cual incide igualmente en su configuración física, ya que en caso de variedad, cada entorno se suele encontrar alrededor de un núcleo central de servicios comunes.
- ✚ Otra característica es la presencia de entretenimientos ambientales, tales como: músicos ambulantes, actores, disfraces y, en general, actuaciones y espectáculos gratis que crean ambiente.
- ✚ Suele ser característico de los parques temáticos una política de precio único, es decir, se paga una entrada y se tiene acceso a todas las atracciones.

Todo parque temático debe girar en torno al tema central o a los temas que aborda, es decir, su característica fundamental es la homogeneidad. Dicha homogeneidad está dividida en cinco elementos que evidencian la gama de caracteres presentes en estos recintos. (Esteve, 2001)

Figura 2: Característica fundamental de los parques temáticos y sus componentes.



Fuente: Elaboración propia a partir de Rafael Esteve Secall, 2001

Si se analizan las características de los parques temáticos solamente en su acepción como producto turístico, se puede decir que son claramente singulares, polivalentes en relación con el tipo de ocio que ofertan, orientados al segmento familiar, que pueden presentar un carácter singular como elementos de atracción turística, es decir, como destinos turísticos completos o, por el contrario, consistir en una atracción complementaria en un paquete turístico.

Si se toma en consideración la clasificación de los productos turísticos del profesor Ramón Martín⁴, en la cual divide a los mismos en tres grandes grupos: Viajes, Instalaciones y Territorios; se podría hacer una categorización de los parques temáticos dentro de estos grupos de productos con sus diferentes niveles de complejidad.

Otra de las características más importante es la accesibilidad; referida no solo a la ubicación de este centro de recreo, sino también a los aspectos económico y psicosocial, juega un papel fundamental en el éxito del parque. Desde el punto

⁴ Decano fundador de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, Cuba; y presidente nacional de la carrera Licenciatura en Turismo.

de vista físico, debe situarse en un lugar cerca de o en urbes con grandes concentraciones de personas y de avenidas y carreteras importantes con grandes flujos de transportación.

Desde el punto de vista económico, el precio de la entrada debe ser lo suficientemente atractivo para que no sea un obstáculo al momento de realizar la visita. Es necesario aclarar que los gastos complementarios ya una vez dentro, es decir, aquellos gastos en alimentación, regalos, etc., son los encaminados a lograr la rentabilidad de la instalación recreativa. De esta forma un precio atractivo permitirá un consumo masivo del producto, haciendo del mismo una opción de obligada visita para las familias.

Un estudio llevado a cabo por la IAAPA en 2015, muestra que el 47% de las instalaciones objeto de análisis operan bajo la modalidad “pay-one-price”, es decir, que los clientes mayormente pagan un precio a la entrada y las atracciones están incluidas en ese precio. El 38% combina las modalidades de “pay-one-price” y “pay-as-you-go”, esta última se refiere a que cada atracción posee un valor individual, obligando al cliente a pagar cada atracción que quiera disfrutar. El 15% restante, solo emplea la modalidad “pay-as-you-go”. (Pouliagkos, 2017)

Finalmente el aspecto psicosocial, está directamente vinculado a la capacidad del parque y el conjunto de sus atracciones de cautivar y llamar la atención de todos y cada uno de los visitantes; desde el niño hasta los abuelos. De esta forma, es substancial la capacidad para abarcar cada una de las dimensiones del ocio.

En lo que respecta a la clasificación de los parques temáticos, existen dos criterios fundamentales, en los que se tienen en cuenta diversos elementos que hacen referencia a su dimensión física, pero también al elemento emocional a partir de las temáticas que abordan.

El primer criterio de clasificación es el referido a su tamaño: este incluye la dimensión física del recinto, los volúmenes de inversión y los flujos de visitas que generan. Atendiendo a este planteamiento se dividen en cuatro niveles (Ayala, 2007):

1. Los mega-parques: son motivos de atracción turística a nivel mundial y constituyen destinos turísticos en sí mismos. Son capaces de atraer a más de 5 millones de visitantes anuales y requieren volúmenes de inversión superiores a los 1 000 millones de dólares. Ejemplo de estos son los parques Disney y los de Universal Studios en Estados Unidos.
2. Parques de dimensión continental: tienen vocación de destino turístico a dicha escala, y normalmente se ubican en zonas de una altísima densidad poblacional. Los niveles de asistencia se sitúan entre los 5 y 10 millones de visitas anuales. Euro Disney, en París, es el único comprendido en esta categoría.
3. Parques de carácter internacional: el volumen de visitas oscila entre los 2 millones y medio y 5 millones al año. Un ejemplo es el Port Aventura, en España.
4. Parques de carácter nacional: cuya demanda oscila entre el millón y los 2 millones y medio de visitantes anuales. Isla Mágica, en Sevilla, es un prototipo de este tipo de parques.

Conociendo lo anterior, se puede concluir que esta clasificación está basada, además del tamaño físico, en la implementación de estrategias comerciales encaminadas a la búsqueda de nuevos mercados fuera del entorno en el que fue creado inicialmente, que sean capaces de llevar a cabo en el transcurso de su vida como producto, durante la cual puede o no trascender de manera que adquiera otra clasificación diferente a la que tenía a los efectos de su inauguración.

En cuanto a la temática abordada se clasifican:

1. Parques de regresión a la infancia: El modelo son los parques de Disney. Pero la experiencia es anterior al primer Disneyland de Los Ángeles, pues se inició en Europa en 1952 con De Eftelin, un parque temático holandés basado en los cuentos infantiles de la literatura europea. Otros parques de estas características son el Big Bang Pitufos en Lorena o Legolandia en Dinamarca.
2. Parques de regresión a la historia: mediante la recreación sobre escenarios naturales o artificiales de esa historia, con independencia de su carácter real o mítico. El parque francés de Astérix es buen ejemplo de

ello, pero también lo es el recientemente inaugurado Tierra Mística en Benidorm, o X—Caret, en la Riviera maya mexicana que es un nuevo concepto de parque arqueológico-histórico-natural de gran interés.

3. Parques vinculados al mundo de la ficción y de los sueños no infantiles: Son parques temáticos que se basan en la recreación de películas que tuvieron gran impacto en el pasado incluso con la reutilización de los decorados originales.
4. Parques vinculados a la naturaleza: El mejor ejemplo es SeaWorld, uno de los parques temáticos del complejo de Orlando cuyas atracciones y espectáculos giran todos en torno al mar y sus criaturas. Pero también los denominados parques de la naturaleza, como moderna presentación de las antiguas «casas de fieras», donde se exhibe la fauna de todo el mundo pero no enjaulada como en el pasado sino en ambientes amplios lo más naturales posibles. En este ámbito podrían incluirse los «parques nacionales» y toda la gama de espacios naturales públicos que, con mayor o menor grado de protección, facilitan el conocimiento, estudio, disfrute, protección e investigación de la flora y la fauna autóctonas.
5. Parques vinculados a las nuevas tecnologías: cuyo ejemplo más característico podría ser Futuroscope, en Poitiers (Francia). Y dentro de esta tipología también podrían incluirse los parques de las ciencias que empiezan a proliferar por doquier.
6. Parques temáticos especializados: como la Ciudad de las Ciencias y la Industria en París, los que se pretenden construir en Jerez alrededor del mundo del motor, o en Teruel y Burgos en relación con la prehistoria y la paleontología, etc.

Por otro lado, los parques temáticos también se han clasificados según sus funciones y el nivel de complejidad.

Según la función (Matos, 2005):

- Función lúdica o de entretenimiento: tal es el caso de: Walt Disney World, en Orlando; Disney Resort París, SeaWorld, Astrix, entre otros.
- Función cultural y didáctica: como por ejemplo el Futuroscope en Francia.
- Función ecológica y medioambiental: como es el caso del parque Busch Gardens Tampa Bay.

Cabe destacar que en la actualidad se observa; como parte del propio proceso de evolución de los parques temáticos, condicionado en gran medida por la demanda y la competencia, una interrelación o más bien una integración de los elementos anteriores. Una de las tendencias actuales consiste en integrar la función lúdica con el aprendizaje y la concientización sobre el cuidado del medio ambiente.

Además de estar vinculado a la función y objetivos del parque, el nivel de complejidad es un elemento que está estrechamente relacionado con las dimensiones del mismo, pues mientras mayor sea, en cuanto a espacio geográfico, ingresos económicos y los flujos de visitantes que generen, mayor será su complejidad.

Según el nivel de complejidad (Ortiz, 2010):

- Ferias: Atracciones tradicionales con carácter temporal y pequeño tamaño.
- Parques de atracciones: Atracciones tradicionales con alguna de última generación basada en simuladores en la mayoría de los casos, gran tamaño y emplazamiento fijo.
- Family Entertainment Centers: Son parques cubiertos, abiertos todo el año, cercanos a un centro urbano, donde lo que se busca atraer son familias.
- Parques temáticos tradicionales: Atracciones tradicionales adaptadas a la temática, con desarrollo narrativo, puesta en escena y entornos adaptados (inclusive el personal), espectáculos itinerantes o fijos dentro del parque de carácter teatral, desfiles, gags cómicos o demostraciones, etc. Gran tamaño, servicios de restaurante y en ocasiones adscritos a zonas turísticas con servicios hoteleros ajenos al parque.
- Resorts: Engloban parques temáticos con varias zonas (atracciones de tierra, zonas de parque acuático, atracciones de última generación), además disponen de zonas de ocio nocturnas, hoteles tematizados circunscritos al parque y propiedad de éste.

En esta última clasificación está claro que los tres primeros no se refieren en lo absoluto a los parques temáticos, pues son solo parques de atracciones y centros de ocio y recreación tradicionales que no siguen una línea temática. Por tanto, las únicas dos clasificaciones que son importantes según las dimensiones son; los parques temáticos tradicionales como SeaWorld y Universal Studios y los resorts como DisneyWorld Resort, que en la actualidad se ha convertido en algo aún más complejo: un destino específico, atrayendo a millones de personas para disfrutar solamente de sus instalaciones y atracciones cada año.

2. Desarrollo a nivel mundial

Los parques temáticos han sido todo un éxito como propuesta de entretenimiento y ocio a nivel mundial. Las regiones donde han encontrado un mayor desarrollo, han sido sin lugar a dudas: Estados Unidos, Europa –con Francia, Alemania y Reino Unido como líderes-, China y Japón. Siendo este desarrollo desigual, en cuanto a cantidad de visitantes e ingresos, en cada una de las regiones anteriormente mencionadas.

2.1. Estados Unidos

Según datos de la IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions), existen en el territorio estadounidense más de 400 parques de atracciones y de ocio, para un total de visitantes en 2010 de 291 millones. Estos parques generan 12 billones de dólares en ingresos, contribuyendo aproximadamente con 57 millones a la economía estadounidense. De igual forma, emplean a cerca de 600,000 personas al año, 100 000 todo el año y 500,000 en temporadas. (Guerrero, 2014)

En la siguiente tabla se presentan los 25 parques temáticos más importantes del mundo, teniendo en cuenta el número de visitantes en el año 2016.

Tabla 1: Los 25 parques temáticos más importantes del mundo en cuanto a cantidad de visitantes.

No	Parque, localización.	Cantidad de visitantes 2016
1	Magic Kingdom (Walt Disney World), USA	20,400,000
2	Disneyland, Anaheim. USA	17,940,000
3	Tokyo Disneyland, Japan	16,540,000
4	Universal Studios, Japan	14,500,000
5	Tokyo Disney Sea, Japan	13,460,000
6	Epcot (Walt Disney World), USA	11,710,000
7	Disney's Animal Kingdom, USA	10,840,000
8	Disney's Hollywood Studios, USA	10,780,000
9	Universal Studios Orlando, USA	10,000,000
10	Islands of Adventure, USA	9,360,000
11	Disney's California Adventure, USA	9,300,000
12	Chimelong Ocean Kingdom, China	8,470,000
13	Disneyland Park, Francia	8,400,000
14	Lotte World, Korea del Sur	8,150,000
15	Universal Studios Hollywood, USA	8,090,000
16	Everland, Korea del Sur	7,200,000
17	Hong Kong Disneyland, Hong Kong	6,100,000
18	Ocean Park, Hong Kong	6,000,000
19	Nagashima Spa Land, Japón	5,850,000
20	Shanghai Disneyland, China	5,600,000
21	Europa Park, Alemania	5,600,000
22	Walt Disney Studios Park, Francia	4,970,000
23	De Efteling, Países Bajos	4,760,000
24	Tivoli Gardens Copenhagen, Dinamarca	4,640,000
25	Seaworld Florida, USA	4,400,000

Fuente: Elaboración propia a partir de Statista 2018.

Como se puede observar 10 de los mejores parques temáticos del mundo se encuentran situados en suelo estadounidense, de los cuales 7 se encuentran entre los 10 primeros. Los mismos suman un total de 112.82 millones de visitantes en 2016, representando un 48,41% del total de visitantes de los 25 parques juntos. De igual forma, 12 de estos 25 forman parte de Walt Disney Parks and Resorts, que es la división de Walt Disney Company que dirige, construye y coordina los parques temáticos de la compañía y los resorts vacacionales, así como la compañía de cruceros Disney Cruise Line. Con un

total de 233, 060,000 visitantes entre los 25 parques, los visitantes de los 12 parques Disney que forman parte de este ranking suman un total de 136, 040,000 visitantes, lo que representa un 58.37% del total de visitantes de los 25 parques juntos. A partir de esta información se puede concluir que Walt Disney Parks and Resorts es el líder mundial en el sector de los parques temáticos, y Estados Unidos lidera igualmente el mercado por poseer una cuota de participación tan alta (48,41%) entre estos 25 parques.

2.2. Europa

Según D & J International Consulting & Morisetti Associates (2014), el sector de los parques temáticos y de atracciones europeo generó en 2012, con un total de 495 atracciones, un total de 225.9 millones de visitantes, €5.732 billones y empleó a 70, 369 personas. De esta forma, el mencionado sector contribuyó a la economía europea en €11.8 billones, empleando a un total de 144, 806 personas.

Francia lidera el mercado europeo de los parques temáticos y de atracciones con un impacto económico directo del total de ingresos en 2012 del 34%. Alemania y Reino Unido juegan igualmente un importante papel en el sector con un 16 y 12% respectivamente. Otros países con una participación significativa en este mercado son Dinamarca, España, Países Bajos, Suecia e Italia. Estos ocho países juntos constituyen el 92% del impacto económico total del sector y el 88% del total de visitantes. (D & J International Consulting & Morisetti Associates, 2014)

2.2.1. Francia

El mercado francés de ocio y recreación es el más importante de Europa gracias a Disneyland Resort Paris. Su oferta la constituyen unos 44 parques temáticos y de atracciones, los cuales recibieron un estimado de 29.1 millones de visitantes en 2012. Cinco de los 44 parques anteriormente mencionados, operan hoteles dentro de sus instalaciones. Solamente Disney Resort Paris (Disneyland Paris and Walt Disney Studios) gestiona un total de 5, 760 habitaciones de hotel.

Según D & J International Consulting & Morisetti Associates (2014), el sector en cuestión generó a nivel nacional €1.7 billones en ingresos en 2012, de los cuales

el 69% está dirigido a los gastos del parque, 26% a los de los hoteles y 5% a los patrocinadores, eventos corporativos, etc. Por otro lado, los parques temáticos y de atracciones franceses emplearon a un total de 17, 100 personas en 2012, quienes en su conjunto obtuvieron un total de €644 millones en sueldos ese año. El gasto en los parques franceses representa el 12% del total de ingresos del sector con €197 millones. Se estima que €158 millones fueron gastados en Francia y €30 millones en el resto de Europa y el resto fuera de la región. Además, se considera que tuvo un impacto adicional en la economía francesa de €1.4 billones, lo que incluye los costos de operación, salarios, gastos originados por la cadena de suministros, etc. Contribuyendo con un total de €3.1 billones a la economía.

2.2.2. Alemania

Alemania constituye el segundo mercado de entretenimiento y ocio de Europa con 27.2 millones de visitantes en 2012. Existen cerca de 77 parques temáticos y de atracciones en el país, seis de los cuales constituyen parques temáticos de gran dimensión: Europa Park, LEGOLAND Deutschland, Heide Park, Movie Park, Phantasialand, and Hansa Park. Nine German parks operaba en 2012 un total de 14 hoteles dentro de las inmediaciones de los parques, 4 de los cuales se encuentran en Europa Park.

El sector de los parques temáticos y de atracciones alemán generó un estimado de €778 millones en ingresos en 2012. Igualmente empleó a un total de 9, 650 personas, quienes en conjunto recibieron por concepto de salario un total de €220 millones y tuvo un impacto en la economía de €1.3 billones. (D & J International Consulting & Morisetti Associates, 2014)

2.2.3. Reino Unido

Según D & J International Consulting & Morisetti Associates (2014), el mercado de los parques temáticos en Reino Unido es relativamente significativo. El mismo comprende unos 58 parques temáticos y de atracciones, los cuales recibieron en 2012 un total de 24.2 millones de visitantes. Existen 6 grandes parques temáticos y 3 grandes parques de atracciones. Siete parques gestionan hoteles dentro de sus perímetros. Entre los parques británicos más destacados se encuentran:

Alton Towers, Thorpe Park, Legoland Windsor Resort, Chessington World of Adventures y Drayton Manor.

El sector generó un total de £473 millones en ingresos en 2012; empleó a un total de 7, 280 personas, quienes en conjunto sumaron un total de £137 millones en salarios, contribuyendo a la economía británica con un total de £857 millones.

2.3. Asia

La región de Asia se espera que emerja como el mercado de parques temáticos de más rápido crecimiento a nivel mundial con un 12,2% de crecimiento, siendo liderada esta región por China. Este crecimiento se debe al aumento de los ingresos personales, la apertura de nuevos parques temáticos por compañías extranjeras y un aumento en la asistencia de personas pertenecientes a la clase media, con un estimado de 1.750 millones de personas para 2020. (Global Industry Analysts, 2015)

En 2009, el total de visitantes en los primeros 15 parques temáticos y de atracciones fue de 77.6 millones. (AECOM/TEA, 2009)

IAAPA (2016c), plantea que la asistencia a los parques temáticos y de atracciones está prevista a aumentar en la región a un ritmo anual del 7.3% para un total de 595 millones de visitantes en 2020. Igualmente, la región constituirá el 47% del total de asistencia en todo el mundo para igual fecha, el cual fue en 2015 de 42%. Por otra parte, el gasto per cápita aumentará a un ritmo anual esperado de 2.7%; no obstante, el bajo nivel de vida en mucho de los países que conforman la región seguirá afectando negativamente el gasto per cápita. Para 2020 se espera que el visitante gaste alrededor de \$34.72 en los parques temáticos. El gasto global aumentará a un ritmo anual de 10.1%, aumentando de \$12.7 billones en 2015 a \$20.7 billones en 2020.

La industria de los parques temáticos y de atracciones en Asia se verá beneficiada por un incremento en la apertura de nuevos parques y atracciones en los próximos años. En China, se espera que abran más de 50 parques hasta el año 2020. Además de la apertura de Shanghai Disney Resort en 2016, otras de las grandes aperturas incluyen el Polar Ocean Park en el 2017, Haichang Dream World en 2018 y el DreamWorks Shanghai park en 2019. También, otras

compañías como Six Flags, Legoland y Universal Studios esperan tener presencia en territorio Chino próximamente. En Japón, Huis Ten Bosch abrió su “robot kingdom” en 2016, así como Legoland Japan y Moomin World en 2017. Un área temática sobre parque jurásico se planea en Universal Studios Japan, mientras Nintendo Land está previsto para 2020. Tokyo Disneyland y Tokyo DisneySea, planean mejoras y nuevas atracciones para 2020 con vistas a la celebración de las Olimpiadas de Verano de Tokyo de ese año. (IAAPA, 2016c).

3. Tendencias del sector

Según Guerrero (2014), en la IAAPA Attractions Expo 2013, celebrada en Orlando Florida se dieron a conocer las tendencias que marcarían a partir de ese momento el desarrollo del sector de los parques temáticos y de atracciones. Las mismas están basadas en entrevistas realizadas a representantes de las empresas importantes del sector; entre ellas Universal Studios, IAAPA, Adventureland y otras.

Entre las dichas tendencias se destacan (Guerrero, 2014):

- ❖ La continua innovación para el entretenimiento: esto se refiere a la reinversión de los beneficios en la adecuación, acondicionamiento y renovación de los parques; esta es, sin lugar a dudas, el pilar de dicho crecimiento. Gran parte del incremento de visitantes en los parques temáticos estadounidenses más reseñables ha sido la inauguración de nuevas atracciones o zonas temáticas dentro de los mismos. La reinversión en los parques temáticos es lo que ha estado salvando al sector en estos últimos años y considero siga salvando. Esto significa, modificar, añadir y mejorar las instalaciones existentes. La introducción de nuevas ideas y originales conceptos de diversión, junto al uso y aplicación de nuevas tecnologías, se convierten en factores esenciales para el éxito de dicha reinversión.
- ❖ Nuevas tecnologías, experiencia en dos mundos: no es más que la inserción de las nuevas tecnologías. En las nuevas atracciones se combinan los dos mundos, el real y el virtual; y se combinan tecnologías, realidad virtual y realidad aumentada; y se crean realidades, mediante los hologramas.

- ❖ Tradición v/s modernidad: esto significa que a pesar de haber insertado atracciones con las más modernas tecnologías, los “money makers” continúan siendo los “old fashion attractions”, como el carrusel.
- ❖ Cambios en los hábitos de consumo y estilos de vida: después de la crisis, surgió el término “staycation”, el cual hace referencia al hecho de que las personas no realicen viajes de larga distancia, sino que permanezcan en zonas cercanas a la de su entorno habitual. Esto ha traído consigo el surgimiento y proliferación de parques de atracciones más pequeños y locales. Otro de los elementos es el desarrollo, por parte de los centros comerciales, de parques y atracciones con el objetivo de que la experiencia de compra sea mejor y más lucrativa. Un último elemento es el hecho de que los parques temáticos, impulsados por la innovación y la creatividad crezcan hasta el punto de convertirse en destinos específicos, que satisfacen todas las necesidades y expectativas de los clientes que llegan a sus instalaciones. Un ejemplo claro de este último es el Walt DisneyWorld Resort en Orlando, Florida.
- ❖ Continua interactividad: esta tendencia está encaminada a dotar a los clientes de un protagonismo que los haga sentirse parte de la historia que estos parques narran y que puedan como consecuencia crear experiencias que les sean inolvidables y hagan de la repetición un hábito. Dichas experiencias son compartidas por los clientes a través de las redes sociales, las cuales constituyen una plataforma excelente para cautivar día tras día la atención de clientes fidelizados y nuevos clientes.
- ❖ Respeto por el medio ambiente: esta tendencia forma parte de casi todas las industrias y cadenas productivas en el mundo; pues, no solo es una preocupación global, sino también el cliente valora cada vez más el respeto hacia el medio ambiente por parte de las empresas gestoras de los parques. Esto se refiere desde el uso de contenedores para la construcción de puntos de venta de comida, el uso de paneles solares, entre otras. Un ejemplo de las consecuencias que puede traer para una instalación el irrespeto por el medio ambiente, lo sufren hoy día los

parques de SeaWorld, pues luego del documental Blackfish⁵ se ha visto afectada la afluencia de público hacia sus instalaciones y, por tanto, sus ingresos.

- ❖ Alimentación de diseño y alimentación adaptada: esto se refiere mayormente a que los servicios de alimentos en los parques deben cumplir con determinados aspectos para brindar un servicio de calidad:
 - Movilidad: se recomienda el uso de carritos que o stands que se puedan trasladar fácilmente por el recinto.
 - Comodidad: que sean de fácil acceso y de fácil traslado.
 - Limpieza: sin duda, un requisito indispensable para que la experiencia en el parque sea bien percibida.
 - Compactas: que presenten diversas opciones de consumo en el mismo espacio (bebidas, helados y alimentos sólidos).

Además, se ha comenzado a introducir innovaciones para satisfacer a toda la demanda potencial de los parques temáticos. Entre ellas:

- Sustitución del hielo normal por hielo seco;
- Inclusión a los menús de alimentos adaptados, como los productos sin gluten o la creación de menús específicos para vegetarianos⁴
- Introducción, de materiales y envases tanto para cubrir los alimentos como para servirlos, que sean amigables con el medioambiente;
- Innovación en la forma de presentar los alimentos, mediante la utilización de nuevos colores y formas, que hacen los platos más atractivos.
- ❖ Educación y entretenimiento: el entretenimiento es bueno en sí mismo, pero resulta aún más satisfactorio si, además, contiene un factor educativo.
- ❖ Monetización de la experiencia: la necesidad de configurar el espacio de manera que se generen oportunidades de compra y consumo accesibles a los clientes resultará en mayores dividendos para las empresas gestoras de parques temáticos. Tangibilizar la experiencia del visitante es

⁵ Blackfish, es un documental que denuncia el cautiverio de orcas en los parques de SeaWorld, relata los accidentes que han habido en sus instalaciones a lo largo de los años, en los que se han reportado hasta la fecha tres muertes.

posible gracias a los artículos promocionales adquiribles en las tiendas de los parques.

Conclusiones

El nuevo concepto de parque temático está relacionado, sin lugar a dudas, con el surgimiento de los parques Disney, especialmente con la apertura de Disneyland en Anaheim, California en 1955. Resulta así mismo interesante, que los mismos constituyeron un punto de partida para los análisis realizados por Pine y Gilmore (2000) para la economía de las experiencias y que aún hoy constituyen ejemplo de las mismas; apoyados por la tecnología y una fuerte gestión de la innovación involucran todos los sentidos y construyen experiencias de toda naturaleza.

Los parques temáticos constituyen grandes centros de recreativos, destinados al entretenimiento de sus visitantes a partir de una o varias líneas temáticas que caracterizan cada uno de los elementos tangibles del parque, así como la filosofía de servicios y que sumergen a estos clientes en un mundo imaginario, haciéndolos vivir experiencias únicas.

Las líneas temáticas de los parques constituyen una estrategia comercial para enfrentar la competencia a partir de la diferenciación y de esta forma aumentar el gasto por parte de los visitantes en cada una de los atractivos que componen la oferta de servicios de dichos parques.

Constituyen centros vacacionales visitados por grupos intergeneracionales y diferentes grupos psico-gráficos, por tanto, sus servicios y atracciones deben estar adaptadas a las exigencias de cada uno para poder satisfacer sus necesidades y expectativas como clientes.

Algunos de estos parques, como el caso de Walt Disney World Resort en Florida, se han convertido en algo más que solo parques temáticos al presentar una estructura de servicios tan amplia y compleja. Constituye en la actualidad un destino específico, logrando atraer cada año a millones de visitantes para disfrutar solamente de sus atractivos, conjugando instalación, motivación, viaje y destino.

El éxito de este tipo de producto turístico se basa, y seguirá siendo así en el futuro, en el nivel de innovación para desarrollar nuevas atracciones y expandirse

hacia nuevos mercados, pues esto determinará el nivel de atraktividad y será el factor primordial para diferenciarse frente a la competencia.

Bibliografía

1. AECOM Economics & TEA (2009): *“The Global Attractions attendance report”*. Disponible en: http://www.teaconnect.org/images/files/TEA_24_693197_140617.pdf
Consultado el 3 de enero de 2018.
2. Ayala Castro, H. (2007): *“Modalidades turísticas. Características y situación actual”*. Centro de estudios turísticos. Universidad de La Habana.
3. D & J International Consulting & Morisetti Associates (2014): *“European Amusement and Theme Park Industry. An assessment of economic impact in figures”*. IAAPA Europa. Disponible en: [https://www.recron.nl/l/library/download/urn:uuid:3478900a-4b36-4814-9427-dd0ded50f2f1/iaapa%2Beurope%2Beconomic%2Bimpact%2Bstudy%2B\(1\).pdf%3Fformat%3Dsave_to_disk%26ext%3D.pdf](https://www.recron.nl/l/library/download/urn:uuid:3478900a-4b36-4814-9427-dd0ded50f2f1/iaapa%2Beurope%2Beconomic%2Bimpact%2Bstudy%2B(1).pdf%3Fformat%3Dsave_to_disk%26ext%3D.pdf). Consultado el 3 de enero de 2018.
4. Esteve Secall, Rafael (2001): *“Nuevo segmento emergente de turismo: los parques temáticos”*. Cuadernos de Turismo, núm. 7, pp. 35-54. Universidad de Murcia. España.
5. Global Industry Analysts (2015): *“Amusement and Theme Parks: A Global Strategic Business Report”*, obtenido en <http://www.strategyr.com/pressMCP-1060.asp>, consultado el 3 de enero del 2018.
6. Guerrero Jiménez, V. (2014) *“Las tendencias en el sector de los parques temáticos y del entretenimiento en Estados Unidos como fuente de oportunidad para las empresas andaluzas”*. Extenda. Oficina de Promoción de Negocios Miami.
7. International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) and W&G. (2016c). *IAAPA Global Theme and Amusement Park Outlook. 2016–2020*. Disponible en <http://www.iaapa.org>. Consultado el 3 de enero de 2018.
8. Matos, H., (2005): *“Visión general del desarrollo de los parques temáticos”*. Cuba. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/marketing->

<2/diagnostico-del-mix-de-marketing-del-producto-spa-hicacos-cuba.htm>.

Consultado el 3 de enero de 2018.

9. OMT (2016): *“Barómetro mundial del turismo”*. Madrid. España.
10. Ortiz, J.A. (2010): *“Diseñar Propuesta De Inversión Para La Creación Del Parque Temático Entre Vueltos y Ñapas en El Estado Bolívar”*. Otesum C.A. Venezuela.
11. Pine, Joseph B. y Gilmore, James H. (2000) *Marketing one to one*. Compilación de Harvard Business Review. Ed. Norma. Bogotá.
12. Pouliagos, Vasileios (2017). *Analysis of the Global Amusement Park Industry*. Thesis for Bachelor of Business Administration. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. Finland.

Sitios web visitados:

<http://www.strategyr.com>

<https://www.statista.com>

<http://www.iaapa.org>