



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

T e s i s

LOS PARQUES DE DIVERSIÓN TEMÁTICOS: IMPORTANCIA Y VIABILIDAD DE INVERSIÓN EN MÉXICO

Que para obtener el grado de:

Maestro en:

Administración (Negocios Internacionales)

Presenta: Zaira Alatraste Cárdenas

Tutor: Maestro: Víctor Manuel Alfaro Jimenez

México, D.F.

Julio de 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional Autónoma de México

Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

Facultad de Contaduría y Administración

Facultad de Química

Instituto de Investigaciones Sociales

Instituto de Investigaciones Jurídicas

T e s i s

LOS PARQUES DE DIVERSIÓN TEMÁTICOS: IMPORTANCIA Y VIABILIDAD DE INVERSIÓN EN MÉXICO

Que para obtener el grado de:

Maestro en:

Administración (Negocios Internacionales)

Presenta: Zaira Alatraste Cárdenas

Tutor: M. A. Víctor Manuel Alfaro Jiménez

México, D.F.

Julio de 2008

LOS PARQUES DE DIVERSIÓN TEMÁTICOS: IMPORTANCIA Y VIABILIDAD DE INVERSIÓN EN MÉXICO

Contenido

| | |
|---|----|
| Índice de Cuadros, Gráficas, Fotos y Mapas | 5 |
| Dedicatoria | 7 |
| Agradecimientos | 8 |
| Resumen | 9 |
| Introducción..... | 10 |
| CAPITULO I..... | 12 |
| 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 12 |
| a) Planteamiento del problema | 12 |
| b) Hipótesis..... | 12 |
| c) Objetivo de la investigación | 13 |
| c.1 Objetivo General..... | 13 |
| c.2 Objetivos Específicos | 13 |
| d) Preguntas | 13 |
| e) Justificación..... | 14 |
| f) Tipo de investigación..... | 14 |
| g) Breve contenido de la tesis..... | 15 |
| CAPITULO II..... | 17 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 17 |
| 2.1 Historia de los parques de atracción..... | 17 |
| 2.2 Historia de los parques temáticos | 19 |
| 2.3 La Industria en el mundo | 20 |
| 2.4 Evolución de la Industria en México..... | 21 |
| CAPÍTULO III | 24 |
| 3. LAS GRANDES EMPRESAS PROPIETARIAS DE PARQUES DE DIVERSIONES EN EL MUNDO..... | 24 |
| 3.1. <i>WALT DISNEY COMPANY</i> | 24 |
| 3.1.1 Historia de 1923 - presente..... | 26 |
| 3.1.2. <i>DISNEYLAND RESORT</i> | 28 |
| 3.1.3 <i>WALT DISNEY WORLD RESORT</i> | 30 |
| 3.1.4 <i>TOKYO DISNEY RESORT</i> | 33 |
| 3.1.5 <i>DISNEYLAND RESORT PARÍS</i> | 34 |
| 3.1.6 <i>HONG KONG DISNEYLAND</i> | 36 |
| 3.1.7 <i>SHANGHAI DISNEYLAND RESORT</i> | 37 |
| 3.2 <i>CEDAR FAIR. L. P.</i> | 38 |
| 3.3 <i>HOPI HARI S.A</i> | 41 |
| 3.4 <i>FUNTIME HOSPITALITY CORP</i> | 44 |
| 3.5 <i>INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD</i> | 45 |
| 3.6 <i>KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA</i> | 45 |
| 3.7 <i>MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC.,</i> | 47 |
| 3.8 <i>MGM MIRAGE</i> | 48 |
| 3.8.1 Propiedades..... | 49 |
| 3.9 <i>NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.</i> | 51 |

| | | |
|-------------|--|----|
| 3.10 | <i>ORIENTAL LAND COMPANY LTD</i> | 52 |
| 3.11 | <i>PARQUES REUNIDOS</i> | 53 |
| 3.12 | <i>PLAYCENTER S.A.</i> | 54 |
| 3.13 | <i>RESORT WORLD BERHAD</i> | 54 |
| 3.14 | <i>RIBERAO PRETO WATER PARK S.A.</i> | 55 |
| 3.15 | <i>SERRA AZUL WATER PARK S.A.</i> | 56 |
| 3.16 | <i>SIX FLAGS INC.</i> | 56 |
| 3.17 | <i>WEST EDMONTON MALL</i> | 59 |
| CAPITULO IV | | 62 |
| 4. | PARQUES DE DIVERSIÓN EN MÉXICO | 62 |
| 4.1 | <i>GRUPO MÁGICO</i> . Subsidiaria de <i>CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE)</i> , Historia de <i>CIE</i> de 1990 A 2004. | 62 |
| 4.1.1 | <i>CIE</i> Parques de Diversiones | 67 |
| 4.1.1.1 | <i>MÉXICO MÁGICO</i> | 67 |
| 4.1.1.2 | <i>VALLE FANTÁSTICO</i> | 67 |
| 4.1.1.3 | <i>CICI ACAPULCO MÁGICO</i> | 68 |
| 4.1.1.4 | <i>LA FERIA DE CHAPULTEPEC</i> | 68 |
| 4.1.1.5 | <i>PERIMÁGICO</i> | 69 |
| 4.1.1.6 | <i>SALITRE MÁGICO</i> | 70 |
| 4.1.1.7 | <i>LA CIUDAD DE LOS NIÑOS</i> | 70 |
| 4.2 | <i>CIE</i> Internacional | 76 |
| 4.3 | Principales Asociaciones | 77 |
| 4.3.1 | <i>INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTION (IAAPA)</i> | 77 |
| 4.3.2 | <i>INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE LEISURE & ENTERTAINMENT INDUSTRY (IALEI)</i> | 80 |
| 4.3.3 | <i>NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION NAPHA</i> | 81 |
| 4.3.4 | <i>TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA (TIA)</i> | 82 |
| 4.3.5 | <i>CHINA ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS (CAAPA)</i> | 83 |
| 4.3.6 | <i>NEW ENGLAND ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS (NEAAPA)</i> | 83 |
| 4.4 | Empresas de Consultoría | 83 |
| 4.4.1 | <i>INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES, INC (ITPS)</i> | 83 |
| 4.4.2 | <i>AMUSEMENT INDUSTRY CONSULTING, INC. (AIC)</i> | 87 |
| 4.4.3 | <i>AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (AIMS)</i> | 88 |
| 4.5 | Clasificación Industrial | 88 |
| 4.5.1 | <i>STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION (SIC)</i> | 88 |
| 4.5.2 | <i>NORTH AMERICAN INDUSTRY CLASSIFICATION SYSTEM (NAICS)</i> | 89 |
| 4.6 | <i>INFOPARKS</i> | 92 |
| 4.6.1 | Clasificación de los parques de atracción | 92 |
| 4.6.2 | Historia de los Parques de atracción | 93 |
| 4.7 | <i>MINTEL</i> | 95 |
| 4.8 | <i>AMUSENET</i> | 95 |
| 4.9 | <i>THEME PARKS AND LEISURE INDUSTRY EXPERT WITNESS AND SAFETY (TP&LIEW&S)</i> | 96 |

| | |
|--|-----|
| CAPITULO V | 99 |
| 5. ASPECTOS QUE DETERMINAN LA INVERSIÓN DE PARQUES DE DIVERSIÓN EN MÉXICO | 99 |
| 5.1 La Industria en el mundo | 99 |
| 5.1.1 Evolución de la industria en México | 99 |
| 5.2 Factores a considerar para la apertura de un parque en México..... | 102 |
| 5.3 FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR), | 107 |
| 5.3.1 Centros Integralmente Planeados CIPs..... | 107 |
| a. CANCUN | 108 |
| b. IXTAPA..... | 109 |
| c. LORETO | 109 |
| d. HUATULCO | 110 |
| 5.3.2 Proyectos FONATUR (mega proyectos)..... | 111 |
| a. MAR DE CORTÉS..... | 111 |
| b. BARRANCAS DEL COBRE..... | 112 |
| c. RIVIERA MAYA | 113 |
| d. COSTA MAYA | 113 |
| 5.3.3 XCARET | 114 |
| 5.3.3.1 Parques Ecológicos..... | 114 |
| 5.4 Mercadotecnia de DISNEY..... | 117 |
| 5.5 Mercadotecnia del CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE) | 119 |
| 5.6 Inversión de las principales empresas en el mundo..... | 121 |
| 5.6.1 DISNEY..... | 121 |
| 5.6.2 CEDAR FAIR. L.P..... | 122 |
| 5.6.3 HOPI HARI S.A. | 122 |
| 5.6.4 FUNTIME HOSPITALITY CORP. | 123 |
| 5.6.5 INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD. | 123 |
| 5.6.6 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA. | 123 |
| 5.6.7 MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC. | 124 |
| 5.6.8 MGM MIRAGE..... | 124 |
| 5.6.9 NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD. | 124 |
| 5.6.10 ORIENTAL LAND CO. LTD. | 125 |
| 5.6.11 PARQUES REUNIDOS | 125 |
| 5.6.12 RESORT WORLD BERHAD | 126 |
| 5.6.13 RIBERAO PRETO WATER PARK S.A. | 126 |
| 5.6.14 SERRA AZUL WATER PARK S.A. | 126 |
| 5.6.15 SIX FLAGS INC..... | 126 |
| 5.6.16 Proyectos | 127 |
| 5.7 Inversión de las principales empresas mexicanas..... | 127 |
| 5.7.1 GRUPO MÁGICO, principales inversiones de 1990-2005 | 127 |
| 5.7.2 Inversión de XCARET..... | 130 |
| 5.8 Inversión en Asociaciones..... | 130 |
| 5.8.1 TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA (TIA) | 130 |
| 5.8.2 INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES (ITPS) | 130 |
| 5.8.3 INTERNATIONAL ASOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIVEIONS (IAAPA)..... | 131 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| 5.8.4 | <i>INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE LEISURE & ENTERTAINMENT INDUSTRY (IALEI)</i> | 132 |
| 5.8.5 | <i>NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION (NAPHA)</i> | 132 |
| 5.8.6 | <i>AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (AIMS)</i> | 132 |
| CAPÍTULO VI | | 133 |
| 6. | CONCLUSIONES | 133 |
| 7. | Fuentes Bibliográficas: | 136 |
| 7.1 | Fuentes Hemerográficas: | 137 |
| 7.2 | Sitios de <i>Internet</i> : | 139 |
| 7.3 | Documentos: | 141 |
| 7.4 | Tesis: | 141 |
| 8. | Glosario: | 142 |
| 9. | Anexos | 147 |
| 9.1 | Anexo I Lista de Parques de Diversiones | 147 |
| 9.2 | Anexo II Socios comerciales del CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE) | 157 |
| 9.3 | Anexo III <i>INTERNATIONAL ASOCIATION OF AUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS (IAAPA)</i> , (Servicios educativos) | 159 |
| 9.4 | Anexo IV <i>AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (AIMS)</i> , (Seminarios de seguridad). | 164 |
| 9.5 | Anexo V Contactos de Asociaciones. | 166 |
| 9.6 | Anexo VI Contactos de las principales empresas a nivel internacional: | 167 |
| 9.7 | Anexo VII Contactos de la empresa mexicana <i>CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO (CIE)</i> Parques de diversiones. | 169 |

Índice de Cuadros, Gráficas, Fotos y Mapas

| | |
|--|-----|
| Foto 3. 1 DISNEY COMPANY..... | 1 |
| Foto 3. 2 DISNEYLAND RESORT La esfera geodésica de SPACESHIP EARTH en Epcot.. | 1 |
| Foto 3. 3 TOKIO DISNEY RESORT..... | 1 |
| Foto 3. 4 HONG KONG DISNEYLAND..... | 1 |
| Foto 3. 5 CEDAR FAIR L. P..... | 1 |
| Foto 3. 6 HOPI HARI S. A..... | 1 |
| Foto 3. 7 INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD..... | 1 |
| Foto 3. 8 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA..... | 1 |
| Foto 3. 9 MGM MIRAGE..... | 1 |
| Foto 3. 10 ORIENTAL LAND CO..... | 1 |
| Foto 3. 11 PARQUES REUNIDOS..... | 1 |
| Foto 3. 12 RESORT WORLD BHD..... | 1 |
| Foto 3. 13 RIBERAO PRETO WATER PARK S. A..... | 1 |
| Foto 3. 14 SIX FLAGS INC..... | 1 |
| Foto 3. 15 WEST EDMONTON MALL..... | 59 |
| Foto 4. 1 MÉXICO MÁGICO..... | 1 |
| Foto 4. 2 VALLE FANTÁSTICO..... | 68 |
| Foto 4. 3 CICI ACAPULCO MÁGICO..... | 1 |
| Foto 4. 4 LA FERIA DE CHAPULTEPEC..... | 1 |
| Foto 4. 5 PERIMÁGICO..... | 1 |
| Foto 4. 6 LA CIUDAD DE LOS NIÑOS..... | 1 |
| Foto 4. 7 INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES (ITPS)..... | 84 |
| Foto 4. 8 TIVOLI GARDENS..... | 1 |
| Foto 5. 1 Xcaret, Río subterráneo..... | 1 |
| Cuadro 3. 1 Lista de empresas Mergent..... | 24 |
| Cuadro 3. 2 Principales competidores a nivel global..... | 38 |
| Cuadro 3. 3 Visitas anuales (x1000) de HOPI HARI S.A..... | 43 |
| Cuadro 4. 1 CIE Parques de diversiones..... | 66 |
| Cuadro 4. 2 Pabellones organizados por actividad..... | 74 |
| Cuadro 4. 3 Lista de profesiones..... | 75 |
| Cuadro 4. 4 Parques de diversiones y temáticos de Estados Unidos e industria de atracciones, asistencia e ingresos de 1990-2005..... | 80 |
| Cuadro 4. 5 Estándar de Clasificación Industrial..... | 89 |
| Cuadro 4. 6 Clasificación mexicana de actividades económicas y productos (CMAP)..... | 90 |
| Cuadro 4. 7 Características principales de las unidades económicas de servicios, según clase de actividad (datos 1998)..... | 91 |
| Cuadro 4. 8 Clasificación de parques de diversiones..... | 92 |
| Cuadro 4. 9 Países miembros de INFOPARKS..... | 93 |
| Cuadro 5. 1 Establecimientos de espectáculos públicos por tipo..... | 100 |
| Cuadro 5. 2 Costos y Margen de Funcionamiento de los Parques de Atracciones..... | 101 |
| Cuadro 5. 3 Valor agregado censal bruto de las unidades económicas de los sectores privado y paraestatal por entidad federativa según sector de actividad económica..... | 102 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 5. 4 Superficie territorial, límites internacionales del territorio continental, longitud de la línea de costa de los estados unidos mexicanos..... | 104 |
| Cuadro 5. 5 Población ocupada por entidad federativa y sexo según sector de actividad económica segundo trimestre de 2005..... | 105 |
| Cuadro 5. 6 Población de 14 y más años por sexo según condición de actividad..... | 106 |
| Cuadro 5. 7 Inversión extranjera directa realizada por entidad federativa de registro 1995, 2003 y 2004 | 116 |
| Cuadro 5. 8 Ingresos de Empresas Internacionales | 122 |
| Cuadro 5. 9 Activos de Empresas Internacionales | 124 |
| Cuadro 5. 10 Mercado de Capital de Empresas Internacionales | 125 |
| Gráfica 3. 1 Participación accionaria de <i>HOPI HARI</i> en 2004 | 44 |
| Mapa 3. 1 <i>WALT DISNEY COMPANY</i> | 1 |
| Mapa 3. 2 <i>CEDAR FAIR L. P</i> | 1 |
| Mapa 3. 3 <i>HOPI HARI S. A</i> | 1 |
| Mapa 3. 4 <i>KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA</i> | 1 |
| Mapa 3. 5 <i>MGM MIRAGE</i> | 1 |
| Mapa 3. 6 <i>SIX FLAGS INC</i> | 1 |
| Mapa 4. 1 <i>LA CIUDAD DE LOS NIÑOS</i> Planta baja..... | 72 |
| Mapa 4. 2 <i>LA CIUDAD DE LOS NIÑOS</i> Planta alta | 73 |
| Mapa 5. 1 México..... | 103 |

Dedicatoria

A mi madre Guadalupe Cárdenas de Alatraste:

Donde quiera que estes siempre estas compartiendo conmigo cada logro en mi vida, por el amor que me diste y a quien le debo todo lo que soy.
Gracias a ti, he llegado a cumplir esta meta.

Agradecimientos

A Dios:

A Dios por darme la vida, por darme una madre que supo quererme; por fuerza y fortaleza para seguir y concluir la maestría, por acompañarme siempre y guiar mis pasos en todo momento.

A la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM):

Por haber tenido la oportunidad y privilegio de estudiar desde CCH hasta Posgrado.

A la Facultad de Contaduría y Administración (FCA):

Por haberme dado el privilegio de formarme en sus aulas.

A mi asesor Víctor Manuel Alfaro Jiménez:

Por ser un hombre admirable y respetable, por su valioso tiempo dedicado a este trabajo, por su paciencia y sabios consejos en mi formación académica, profesional y personal.

A los sinodales: Josealejo Hernández Pozo, Alma Emma Navarro Vega, Carlos Morales Troncoso y Claudio Alfonso Maubert Viveros.

Agradezco su tiempo y observaciones respecto a este trabajo.

A mi gran amigo Omar:

Por su apoyo incondicional, por sus consejos y sobre todo amistad.

A mi gran amiga Lilia:

Por su amistad, consejos en mi formación académica, personal y por su ejemplo en la maestría que concluimos juntas.

A mi gran amigo Alejandro:

Por su amistad, consejos, compartir sus conocimientos y su compromiso con Dios.

A mi amigos Gabriel por su tiempo, paciencia y compartir sus conocimientos.

Al personal de Posgrado, laboratorio de cómputo y biblioteca de Posgrado por su gran apoyo.

Resumen

La industria de la diversión y entretenimiento es una de las más productivas a nivel mundial sin importar raza, cultura, edad o religión ya que existen más de 10 000 Parques de diversiones, parques acuáticos, centros de entretenimiento familiar en 80 países en todo el mundo, la Industria representa oportunidades, conocimiento y recursos para nuestro país. El concepto de parques temáticos se toma en los 80s en Estados Unidos y en todo el mundo; *WALT DISNEY CO.* aportó un cambio estructural a la industria de la diversión con la apertura de su primer parque *DISNEYLAND Resort* en el que organiza los parques por temas; el primer parque temático regional *SIX FLAGS INC.* Actualmente los parques temáticos se combinan con centros comerciales; las principales empresas a nivel mundial operan diferentes segmentos de la industria de ocio como parques temáticos, parques acuáticos, hoteles, zoológicos, *Golf* y algunos teleféricos y jardín botánico. En México el *CORPORATIVO DE ENTRETENIMIENTO INTERAMERICANO CIE* es líder en entretenimiento, promotor de eventos de entretenimiento, opera centros de espectáculos y parques de diversión, promueve eventos, ferias, exposiciones, venta de boletos y centros de espectáculos.

Las asociaciones que se dirigen a la industria de diversiones y atracciones principalmente para preservar la industria. *IAAPA, ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES*, se dirige a diferentes segmentos como parques de diversiones, temáticos, acuáticos, atracciones, Zoológicos y *golf*, además de proporcionar seminarios a sus miembros. Existen empresas de consultoría con amplia experiencia a nivel mundial; otras a la seguridad en parques de diversiones a través de asociaciones y seminarios; algunas más ofrecen investigación de mercados de la industria. En México se creó la *ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES DE DIVERSIONES*. En México existen diversos factores para impulsar la industria de Parques de diversiones temáticos, tales factores son la situación geográfica ya que nuestro país posee una excelente ubicación estratégica ya que comparte frontera con Estados Unidos; clima muy diverso y favorable; generación de empleos; turismo con una diversidad de zonas arqueológicas a lo largo del país, playas, cultura e inversión extranjera.

En México podemos apreciar que los diferentes tipos de inversión de las empresas representa una forma de obtener rendimientos de productos y servicios que forman parte de sus competencias. Las empresas utilizan seis formas de penetración para entrar en un mercado extranjero: exportación, proyectos "llave en mano", licenciamiento, franquiciamiento, *joint ventures* y subsidiarias de propiedad absoluta. Así, la elección del modo de penetración depende de la estrategia de la firma. *DISNEY* usa *joint ventures* y alianzas estratégicas y *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO PROYECTO* llave en mano, licenciamiento, *joint ventures* y subsidiarias en propiedad absoluta.

Introducción

El presente trabajo es una investigación desarrollada en torno a la posibilidad de inversión de parques de diversión temáticos en México; el estudio del tema se debe a que en México no existen estudios previos. En 1964 surge en México el primer parque de diversiones, en 1968 se convierte en *LA FERIA*; existen parques de diversión en el Distrito Federal, Guadalajara y un concepto mexicano en Monterrey, a nivel internacional en Estados Unidos, Dubai y Japón. A partir de 1980 surgen en México al igual que en Estados Unidos parques acuáticos parques eco-arqueológicos que aprovechan recursos naturales; en la actualidad se integran playas, sitios arqueológicos, parques acuáticos y se planea incorporar parques de diversiones proyectando la riqueza natural y cultural de nuestro país y se abren oportunidades para el turismo.

El presente trabajo parte de que nuestro país posee una situación geográfica estratégica ya que compartimos frontera con Estados Unidos, clima diverso y favorable así, los parques de diversión temáticos generan empleos directos e indirectos e Inversión Extranjera y turismo. Estos factores permiten que nuestro país sea atractivo para invertir en parques de diversión temáticos ya que además de satisfacer la industria de entretenimiento y recreación promueven nuestro país. Así, los parques de diversión temáticos surgen como una oportunidad de Negocio Internacional con inversiones millonarias que proveen entretenimiento para toda la familia de cualquier tipo de raza, cultura edad o religión. Es necesaria la promoción a través de la *ASOCIACIÓN MÉXICANA DE PARQUES DE DIVERSIONES* y la *ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE PARQUES DE DIVERSIÓN* para su difusión.

El presente trabajo está integrado por seis capítulos:

Capítulo I Metodología de la investigación

Capítulo II Marco teórico de los parques de diversión temáticos haciendo referencia a la historia de los parques de atracción, historia de los parques temáticos, la industria en el mundo y finalmente, la Industria en México.

Capítulo III Las Grandes empresas propietarias de parques de diversión en el mundo, describiendo los principales parques de diversión temáticos en el mundo

Capítulo IV El presente capítulo contiene las principales empresas de parques de diversión temáticos en México, las asociaciones de parques de diversiones y empresas de consultoría de los mismos.

Capítulo V Los aspectos que determinan la inversión de parques de diversión en México, donde se muestran los factores para invertir en parques de éste tipo en nuestro país como la situación geográfica, clima, generación de empleos, inversión extranjera y turismo además de las inversiones de las principales empresas en el mundo.

Con lo anterior se pretende comprobar que México es un país atractivo para construir parques de diversión con inversión tanto nacional y extranjera.

Capítulo VI Conclusiones

Fuentes Bibliográficas, Hemerográficas, sitios de *internet*, documentos y tesis; Glosario y Anexos.

CAPITULO I
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO I

1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a) Planteamiento del problema

Se analizarán los Parques de diversiones temáticos¹ más importantes a nivel mundial y los principales parques de diversiones mexicanos de la Industria de la diversión y entretenimiento proponiendo a México para invertir en Parques temáticos.²

El desarrollo de la industria de entretenimiento comienza a tener un papel significativo a partir de 1980 en México, Asia y Europa se desarrollaron juegos y atracciones, se introdujeron Montañas Rusas de acero y con los avances de la tecnología se construyeron con giros completos y dobles lo que permitió que la industria se ampliará con parques de diversiones. El impacto de la apertura de parques de diversiones se refleja en precios atractivos en México en comparación con Estados Unidos o Europa y generación de empleos; otro aspecto que impacta en la apertura de parques es que se han renovado y ampliado la infraestructura, ello ha dado pauta para que crezcan los parques de diversiones en México.

La industria de entretenimiento es una de las más productivas y de mayor crecimiento, genera fuentes de empleo a más de 80 países, en México se encuentra cada vez más consolidada y puede tener una expansión mayor, *LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO* recibe anualmente 2 millones de visitas, es el más visitado de América Latina y Estados Unidos tiene el 90% del total de visitas a sus parques, los Europeos 60 millones de visitantes y los Japoneses 75 millones de visitantes.

La globalización de la Industria de la diversión representa una nueva forma de pensar y hacer las cosas en México, abre a la industria un nuevo mundo de oportunidades, conocimiento, recursos y hay que aprovechar la atención que proporcionan mercados internacionales como Estados Unidos, sus parques de diversiones tuvieron ganancias de 8 millones de dólares. y fue en el 2001 el número uno a nivel mundial con la empresa *DISNEY*.

b) Hipótesis

- Si se invierte en México en Parques temáticos las inversiones tanto nacionales como extranjeras serán mayores para el país.
- Si las principales empresas de parques de diversión a nivel internacional generan ganancias también tendrá ganancias México.

¹ Parque temático, parque de diversiones en el cual, juegos, atracciones, presentaciones y edificios giran alrededor de un tema central o grupo de temas ejemplo: parque *DISNEY* y *SIX FLAGS*

² Se analiza el periodo 2003-2006

- Si se cuenta con el apoyo de diversas Asociaciones: *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES (IAAPA)*; *ASOCIACIÓN MEXICANA DE ATRACCIONES Y PARQUES DE DIVERSIÓN (AMAP)* Y *CON LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE ATRACCIONES Y PARQUES DE DIVERSIÓN (ALAP)* entonces se promoverá el desarrollo y fortalecimiento de la Industria, así como apoyos gubernamentales.
- Si se consideran factores que hacen de México un país atractivo para invertir en parques temáticos entonces la industria mexicana de la diversión y entretenimiento generará desarrollo económico para el país.

c) Objetivo de la investigación

c.1 Objetivo General

- Evaluar la posibilidad de invertir en Parques de diversión temáticos³ en México generará desarrollo económico para el país la inversión en parques de este tipo.

c.2 Objetivos Específicos

- Mencionar las principales empresas de parques de diversión temáticos en el mundo y en México
- Considerar las principales Asociaciones de parques de diversión en el mundo y las Asociaciones de parques de diversión en México.
- Determinar los aspectos que influyen para que se invierta en parques de diversión

d) Preguntas

¿Es posible invertir en Parques temáticos en México?

¿Cuáles son las principales empresas de parques de diversión temáticos en el mundo y en México?

¿Las Asociaciones de parques de diversiones ayudan al desarrollo de éstos?

¿Cuáles son los factores que hacen de México un país atractivo a la inversión extranjera?

¿Los parques de diversión ayudan al desarrollo económico de México?

³ Parque temático: Centros de atracciones con características específicas basadas en personajes o temas.

e) Justificación

Los parques de diversión temáticos es un tema novedoso que no ha sido estudiado en Administración de negocios internacionales en México y es de suma importancia por los beneficios que aporta a nuestro país; se analiza la posibilidad de invertir en parques temáticos lo cual hará más competitivo al país proporcionando turismo, inversión extranjera, nacional y empleos.

Con el presente trabajo de investigación se busca mencionar un panorama histórico y actual de las principales empresas de parques de diversión temáticos en el mundo y sus estrategias de mercadotecnia a nivel internacional para de esta forma proponer a México para invertir en parques de diversión por los factores mencionados a lo largo de la investigación.

En esta investigación se toman en cuenta los principales parques de diversiones en el mundo y en México, Asociaciones internacionales de parques y los factores para desarrollar parques temáticos en México y su impacto económico, principalmente en el periodo que comprende de 2003-2006.

Las fuentes son libros, revistas como *Amusement Business*, Ejecutivos de Finanzas, Expansión, *Forbes*, Periódicos como *El Economista*, *La Crónica de Hoy*, *El Financiero* e información en *Internet*, Bases de datos como *Proquest*, *Ebsco*, Asociaciones internacionales como *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES (IAAPA)*, *INTERNACIONAL THEME PARK SERVICES (ITPS)* y las principales empresas a nivel mundial como *WALT DISNEY COMPANY*, *CEDAR FAIR L.P*, *HOPI HARI S.A*, *FUNTIME HOSPITALITY CORP*, *INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD*, *KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA*, *MALIBU ENTERTAINMENT WORLD WIDE INC*, *MGM MIRAGE* y las empresas mexicanas como *MÉXICO MÁGICO*, *VALLE FANTÁSTICO*, *CICI ACAPULCO MÁGICO*, *LA FERIA DE CHAPULTEPEC*, *PERIMÁGICO*, *SALITRE MÁGICO Y CIUDAD DE LOS NIÑOS*.

f) Tipo de investigación

En cuanto a la metodología, se trata de un trabajo de investigación básicamente de tipo descriptivo, es decir, un estudio en el que se analizan las principales empresas a nivel mundial. Se mencionan aspectos teóricos que explican el comportamiento de las empresas a lo largo de la investigación. Se revisará la historia de las empresas de parques de diversión, conceptos, principales formas de inversión de *WALT DISNEY CO.* y *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* y analizar la posibilidad de invertir en México en un periodo de 2003 a 2006.

Se inició con datos históricos, debido a que son esenciales para entender el presente de los parques de diversión en el mundo para analizar la posibilidad de invertir en parques de diversión en México, la investigación es esencialmente documental.

g) Breve contenido de la tesis

La investigación integra elementos que permiten al lector entender la posibilidad de invertir en parques de diversión temáticos⁴ en México, los principales parques en México que tienen proyección a nivel internacional.

Se presentan 6 capítulos que hacen posible que el lector inicie el aprendizaje sobre los parques de diversión temáticos desde el origen hasta la actualidad, panorámica amplia de los parques de diversión a nivel internacional y en México. Esta investigación inicia con una breve Introducción.

En el primer capítulo denominado “Metodología de la investigación” se muestran el planteamiento del problema, hipótesis, objetivos de la investigación, preguntas, justificación, tipo de investigación y breve contenido de la tesis.

En el segundo capítulo denominado “Marco teórico” se muestra la historia de los parques de atracción, la historia de los parques temáticos, la industria en el mundo y la evolución de la industria en México.

En el tercer capítulo denominado “Antecedentes de los parques de diversión temáticos” se hace una revisión general de los antecedentes de los parques de diversión, la clasificación de los parques de diversiones, la historia de los parques de diversiones, la historia de los parques temáticos y la evolución de la industria en México.

En el cuarto capítulo denominado “Las grandes empresas propietarias de parques de diversiones en el mundo” se pretende mostrar los parques de diversión, esencia de la Maestría en Administración Negocios Internacionales partiendo de la historia de las empresas y ahondar a nivel internacional en negocios internacionales mostrando las empresas representativas en el mundo, su historia, distribución y propiedades.

En el quinto capítulo denominado “Parques de diversiones en México” un análisis de los parques de diversiones en México, empresas representativas, historia, *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE)*; Asociaciones de atracciones, empresas de consultoría, Clasificación Industrial de México e Información de Parques en Europa.

En el sexto capítulo denominado “Aspectos que determinan la inversión de parques de diversión en México” se desarrollan los principales factores para desarrollar parques temáticos de diversión en México, Turismo, Mercadotecnia de

⁴ Parque temático: Centros de atracciones con características específicas basadas en personajes o temas.

las principales empresas de Parques de diversiones a nivel internacional y de México e Inversión de las principales Asociaciones de Atracciones. Con estos aspectos se pretende dar al lector un conocimiento de los principales aspectos que determinan la inversión en parques de diversión temáticos en México.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

Los parques de diversiones se clasifican, de acuerdo a *Infoparks*⁵ en parques de atracciones y temáticos; recorridos acrobáticos en altura, parques acuáticos, acuarios, parques zoológicos, animales específicos, en esta investigación se tratará sólo los parques temáticos⁶.

2.1 Historia de los parques de atracción

La revolución francesa revolucionó la división social, las fiestas debían unir la nación y hacer de los jardines espacios libres y abiertos a todos. En 1732, las fiestas se celebraban en un teatro circular y acudían al teatro y circo a la vez; en esa época las personas iban a las ferias a divertirse a los juegos y disfrutar de espectáculos de saltimbancos; a la aristocracia le encantaban las fiestas y la burguesía desfilaba en los jardines de casas particulares; la moda eran los bailes, espectáculos pirotécnicos, trapeceistas. “El primer parque de atracciones fue *TIVOLI* abierto en 1771 en París. Gérard Desrivières desarrolló un jardín permanente donde había todo tipo de ocio y se dirigió a adultos”. Se recuperaron ferias y los espectáculos en jardines como el juego de la rueda de la fortuna, pantomimas, paracaídas y globos aerostáticos, había tiro de arco y lotería, los visitantes disfrutaban de juegos como lo practican hoy los niños. Los parques de atracciones se desarrollaron en base al modelo del *TIVOLI* en Europa, famoso parque de diversiones creado en Copenhague, Dinamarca en 1843 y es el parque más viejo el cual ha sobrevivido intacto hasta hoy⁷. Los jardines evolucionaron y se hicieron más familiares e incluyeron la montaña rusa de giros de 360°. “El origen de la montaña rusa son los toboganes de hielo que consistían de marcos de madera de hasta 20 metros de alto que soportaban una resbaladilla cubierta de agua congelada, construidos en Rusia desde 1650”⁸; posteriormente remplazado por jabón y agua. En Estados Unidos se empezó a construir alrededor de 1870, primero con una vía de tren inclinada y después con vía zigzag, hasta llegar a la actual. Actualmente éstos juegos funcionan sin electricidad, las primeras montañas rusas parisinas en 1816, llegaron a alcanzar velocidades entre 40 y 60 kms por hora; las atracciones eran más violentas. “A mediados del siglo XIX los espacios fueron utilizados para bailes con orquesta. Y, a finales del siglo XIX las atracciones tuvieron grandes cambios, la montaña rusa con 200 metros de riel, sus coches a una velocidad de 35 km/hora y toboganes de mimbre sobre 25 metros de alto”.

⁵ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

⁶ Parque temático: Centros de atracciones con características específicas basadas en personajes o temas.

⁷ <http://www.tivoli.dk>. 27 de noviembre del 2007.

⁸ Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

“Los juegos mecánicos surgieron para proporcionar entretenimiento, en la edad media los caballeros practicaban torneos montados en un caballo de madera con un aro jalado por un sirviente, este sería el principio del carrusel”.⁹ Se pensó en otra atracción que necesitaba enfilear anillos sobre una marca fija; se pensó en el carrusel en el cual los hombres iban girando en su mismo eje.

Con el vapor en 1865 y la electricidad en 1890, los parques de atracción mostraron cambios como el lanzamiento y la ondulación de montañas rusas. “El éxito de las nuevas atracciones espectaculares gracias a la electricidad y la idea de construir en París y en Europa entera nuevos parques”; el más antiguo, *BLACKPOOL PLEASURE BEACH* (1896), *PARQUE STEEPLECHASE* (1897), primer parque temático en Nueva York, en 1904, *LUNA PARK* de Berlín, de los más espectaculares, en 1909 marca en París el gran retorno de los parques de atracciones permanentes y duró más de 30 años. Los viernes eran los días de la clientela mundana y donde la entrada era más cara. Sus principales atracciones, las montañas rusas con 200 metros, la rueda donde los vagones se agitaban en todos sentidos y el molino del río misterioso un tipo de tren fantasma sobre el agua. “Se descubrió una montaña rusa de 1945 metros de largo”¹⁰. En 1912 se creó *MAGIC CITY* que duró hasta 1926. En esta misma época los carruseles fueron remplazados por los vehículos más modernos, bicicletas, vagones del metro, motocicletas que en general cambiaron el aspecto estético; los juegos fueron decorados e iluminados gracias a la electricidad. “La introducción de la montaña rusa *cyclone* en 1927 marcó el principio de la montaña rusa como una de las atracciones más populares de parques de diversiones así como el parque temático moderno de hoy”.¹¹ En los 20s, *CONEY ISLAND* tuvo tres parques de diversiones: *STEEPLECHASE PARK*, *LUNA PARK* se quemó en 1911 y *DREAMLAND* se quemó en 1944 completamente. La Gran Depresión de 1930 y la segunda guerra mundial durante los 40s vio la declinación de la industria de parques de diversiones.

A principios del siglo XX, los americanos se mostraron como los líderes, ellos fueron evaluando todas las atracciones que hacían más espectaculares a los parques. Esos novedosos tipos de parques se desarrollaron en Europa, el más antiguo el *BLACKPOOL PLEASURE BEACH* (1896); en los 50s factores como el crimen permitió cambios en cómo la gente pasaba su tiempo libre. “*WALT DISNEY* abrió en 1955, aportando *DISNEYLAND* un cambio estructural a los parques en desarrollo, un nuevo concepto en el que todo sería programado y arreglado por el barrendero. Así, *DISNEYLAND* revivió la industria de entretenimiento con atracciones en lugar de juegos tradicionales.

La idea de parques temáticos se tomó en los 80s, se convirtió en la industria del billón de dólares al año en Estados Unidos y en el mundo. Sobre este modelo se desarrollaron los parques que conocemos actualmente, parques familiares organizados por el autor de un tema en particular o de personajes populares”¹²

⁹ Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

¹⁰ *Ibidem*

¹¹ *Ibidem*

¹² Parque de diversión temático

2.2 Historia de los parques temáticos¹³

El primer parque temático¹⁴ todavía en operación es BAKKEN en Copenhague fundado en 1583; *WALT DISNEY* tiene un concepto de parque de diversiones temático; se basó en *TIVOLI GARDENS* en Copenhague. Las atracciones de *DISNEY* fueron construidas por el departamento de manufactura de *DISNEY*. “Se instalaban parques temáticos temporales en las exposiciones mundiales, antecedente de los parques de diversiones modernos; atracciones y juegos como la rueda de la fortuna, monorrieles, trenes”.¹⁵

En 1961 se llevó a cabo la *WORLD FAIR NEW YORK*, cuando la feria cerró *DISNEY* recolocó los *shows* en una casa permanente, abrió en Anaheim, California en 1955 y cambió la industria de entretenimiento; en 1971 abrió *WALT DISNEY WORLD RESORT* en Florida el parque más grande y *resort* del mundo.

En 1961 emergió el primer parque temático regional, *SIX FLAGS*, durante los 70s con 30 parques en Estados Unidos, Canadá y México la industria de parques temáticos empezó a madurar como una combinación de parques de diversión tradicionales y grandes corporaciones emergieron; *MAGIC MOUNTAIN* (ahora *SIX FLAGS*) abrió en Valencia, California. Parques regionales como *CEDAR POINT* y *KING ISLAND*, en Ohio; a mediados de los 70s *GREAT AMERICA* en California e Illinois, ahora propiedad de *PARAMOUNT*.

Así, la evolución de una atracción en un parque temático desarrollado es *UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD*, en California; en 1990, abrió *UNIVERSAL STUDIOS FLORIDA* en Orlando, hoy la segunda compañía de parques temáticos más grande en el mundo, sólo rivaliza en tamaño por *DISNEY*.

Desde los 80s, la industria de parques temáticos creció, con parques como *DISNEYLAND* y *UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD* de tamaño pequeño a mediano, como *SIX FLAGS* en Estados Unidos.¹⁶ *VAUHALL GARDENS* en Inglaterra y *TIVOLI* en Copenhague fueron los predecesores del parque de diversiones. En México, las celebraciones de iglesias atraían ferias que incluían alimentos, exhibiciones de animales, juegos con apuestas y posteriormente, juegos mecánicos operados manualmente. En Austria entre los juegos mecánicos de operación manual había columpios con sillas decoradas y carruseles. “Después de la primera guerra mundial los parques de diversiones comenzaron a desaparecer. En Estados Unidos había 2,000 parques en 1920 y en 1939 quedaban sólo 245”.¹⁷ Con el número de nacimientos, los propietarios se dieron cuenta de la creciente demanda por diversión infantil, así surgió *KIDE DÓLARES/E PARK* en San Antonio Texas, Estados Unidos. Con la televisión las familias tenían entretenimiento en casa y varios parques se vieron en la necesidad de cerrar. El 17 de Julio de 1955, la historia de los parques de diversiones cambió

¹³ Parque temático: Centros de atracciones con características específicas basadas en personajes o temas.

¹⁴ Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

¹⁵ *Ibidem*

¹⁶ *Ibidem*

¹⁷ *Ibidem*

con la apertura de *WALT DISNEY*, a sólo seis meses de su apertura más de un millón de personas la habían visitado”.¹⁸ Así, Angus Wynneesta, petrolero tejano construyó un parque temático, inaugurado en 1964, *SIX FLAGS OVER TEXAS* uno de los principales parques temáticos en el mundo.

En todo el mundo se abrieron grandes parques de diversiones; en Holanda *DUINRELL*, en Pakistán *JABEES FUNLAND*, en Alemania *PHANTASILAND* y en México *LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO*. Para 1977 había 682 parques de diversiones en Estados Unidos y Europa; surgió un nuevo tipo de atracción que incorporaba agua; en México y América Latina abundan los manantiales termales y hospedaje; en Orlando Florida apareció el primer parque acuático *WET’N WILD* y en México, Asia y Europa se desarrollaron parques acuáticos.

Para fines de los 60s se introdujeron montañas rusas de acero y con los avances tecnológicos, giros completos, dobles; *CEDAR POINT* abrió el sacacorchos, primera montaña en voltear a la gente de cabeza tres veces y la aparición de las computadoras cambiaron los juegos de destreza y espectáculos.

La teoría de la Ventaja competitiva de Porter muestra por qué ciertas naciones tienen éxito y otras fallan dentro de la competencia internacional. Para Porter¹⁹, existen cuatro atributos principales de una nación que moldean el contexto en el que las empresas locales compiten y estos atributos promueven o impiden la creación de una ventaja competitiva. Y afirma que las firmas serán más propensas a tener éxito en las industrias o segmentos de las mismas en las que él sea más favorable, el autor analiza las características de los factores de producción en detalle y hace una distinción entre los factores básicos (los recursos naturales, el clima, la ubicación y la demografía) y factores avanzados (infraestructura de comunicaciones, mano de obra refinada y calificada, recursos de investigación y conocimientos tecnológicos).

2.3 La Industria en el mundo

Los parques de diversiones y atracciones en todo el mundo son grandes negocios. En Estados Unidos en 2001, 300 millones de personas llenaron 750 parques de diversiones y atracciones. Los europeos 60 millones de visitantes y 75 millones los japoneses. La asistencia combinada durante 2001 de los 50 principales parques de diversiones en el mundo fue de casi 243 millones de visitantes.²⁰

Estados Unidos generó ganancias por más de \$8, 000 mil millones de dólares. Actualmente, las regiones con mayor crecimiento son Latinoamérica, medio y lejano oriente; La teoría de Imperfecciones del mercado, donde la firma tiene un horizonte global y es decisión de inversión extranjera explicada como un movimiento para tomar ventaja de ciertas capacidades no compartidas por

¹⁸ Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

¹⁹ PORTER, MICHAEL E., *La ventaja competitiva de las naciones*, Javier Vergara Editor, Buenos Aires, Argentina. 1991.

²⁰ *Ibíd*em

competidores locales (ventajas tecnológicas, habilidades de mercadotecnia, organización superior, *know how*, técnicas de gerencia así como productos y procesos industriales, así, empresarios buscan la consultoría y productos de proveedores de los Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón, Rusia y Suiza quienes cuentan con excelentes diseñadores y fabricantes de montañas rusas y otros grandes juegos. Existen aproximadamente en el mundo diez mil parques de diversiones²¹, parques acuáticos y centros de entretenimiento, casi la mitad se encuentra en Estados Unidos (43%), Canadá (6%), Inglaterra, Japón y Alemania (4%) cada uno. “Estados Unidos y Canadá comprenden el 50% de la industria; Europa, Asia y América Latina representan cada uno (15%) aproximadamente; África y Oceanía (Egipto, Sudáfrica y Australia) el (5%) a nivel mundial. América Latina, México (40%), Brasil (30%), Argentina y Colombia (13%) cada uno.

DISNEY, 86 millones de visitantes, *UNIVERSAL* 14 millones, *PARAMOUNT* 13 millones, *PREMIER PARKS* 37 millones, *ANHEUSER-BUSCH ENTERTAINMENT* 21 millones al año; la principal expansión en el área de centros de entretenimiento familiar y parques de diversión temáticos, combinados con centros comerciales”.²²

2.4 Evolución de la Industria en México

Las raíces de la industria se remontan a la época colonial, cuando los pueblos comenzaron a organizar ferias populares en honor al santo patrono del lugar. “Además de antojitos, charreadas, jaripeos y peleas de gallos, se comenzaron a incluir actividades circenses y juegos como la casa de los espejos, juegos de apuestas (ruleta y dados), los primeros juegos de habilidad y destreza (tiro al aro, tragabolas y tiro al blanco), y los primeros juegos mecánicos, como el carrusel. Estos juegos estaban hechos de madera y eran jalados por personas o caballos e iluminados con lámparas de aceite; se introdujeron motores de gasolina y aparecieron otros juegos como la rueda de la fortuna, el látigo y la Batidora”.²³ Esta industria sigue siendo parte de celebraciones de pueblos y ciudades y es una industria heredada de generaciones, los parques de diversiones han desplazado a las ferias en las grandes ciudades como México, Monterrey Guadalajara. “México es un territorio rico en manantiales naturales y aguas termales, con agua sulfurosa y medicinal, así como ríos y lagos, lo que originó balnearios a principios del siglo XX donde comenzaron a construir albercas, puestos de alimentos y hospedaje”.²⁴ En los 80s siguiendo la tendencia de Estados Unidos, comenzaron a agregar toboganes, resbaladillas, áreas infantiles, piscinas de olas y juegos mecánicos iniciando así los primeros parques acuáticos en México. Hoy, “México cuenta con cientos de balnearios y varios parques acuáticos en los estados de Morelos, México y Jalisco, destaca *OAXTEPEC* en Morelos, *AGUA CALIENTE* y *CHIMULCO* en Jalisco, *TANGAMANGA SPLASH* en San Luis, *IXTAPAN DE LA*

²¹ Para mayor referencia ver la lista de Parques de Diversiones en Anexo I. 13 de junio del 2007.

²² Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

²³ *Ibidem*

²⁴ *Ibidem*

SAL en el Estado de México, CICI en Acapulco, EL ROLLO en Morelos y WET'N WILD en Cancún²⁵. En los 90s se desarrollaron los Parques Acuáticos ecológicos y arqueológicos alrededor de Cancún, XEL-HA y X-CARET en Quintana Roo. En 1918 operó PARQUE LUNA en el centro de la ciudad de México hasta 1964 el gobierno del Distrito Federal inaugura LOS JUEGOS MECÁNICOS DE CHAPULTEPEC con la montaña rusa más grande de madera de América latina, LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO; anualmente recibe 2 millones de visitantes, la convierte en el parque más visitado de América latina.²⁶ Poco después de la apertura de LA FERIA, en Guadalajara se Inauguró el PARQUE ÁVILA CAMACHO, actualmente concesionado a GRUPO MÁGICO. El primer parque de diversiones de inversión privada fue SKATORAMA al norte de la ciudad de México en 1979, ofrecía juegos mecánicos y juegos de destreza, pista de patinaje sobre hielo; el parque cerró en 1982. En esta misma zona se abre en 1983 el parque de diversiones DIVERTIDO. Época de gran desarrollo para la industria mexicana, los 80s se inauguró al sur de la ciudad de México el primer parque temático de América latina, REINO AVENTURA, actualmente SIX FLAGS, en 1988 GRUPO MÁGICO abre SELVA MÁGICA en Guadalajara continuando su expansión con NAUCALLI MÁGICO y FÓRMULA 1 en Guadalajara, además de adquirir el parque acuático CICI DE ACAPULCO ya asociado con CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE) en un 50%. Los parques en Monterrey son BOSQUE MÁGICO, abierto en 1995 y el parque temático PLAZA SÉSAMO, abierto en 1996 con juegos mecánicos y un parque acuático. “Los parques de diversiones y parques acuáticos generan empleos para 13,000 personas y ganancias de \$220 millones de dólares”.²⁷ Los parques de diversión en México se encuentran dentro de espectáculos recreativos en las estadísticas de INEGI con 47 establecimientos

Teoría eclectica de producto internacional Se refiere a extender la forma y patrón de producción y está determinada por un conjunto de tres ventajas como la ventaja de propiedad, la ventaja de ubicación y la ventaja de internalización.

Los parques de diversión temáticos es una de las industrias más productivas y de mayor crecimiento en el mundo, surgen como una oportunidad de Negocio Internacional con inversiones millonarias, proveen millones de fuentes de empleo y proporcionan entretenimiento a familias de todas edades, culturas, razas y religiones en todo el mundo. Además, México es atractivo a la inversión en parques de diversión temáticos ya que posee una situación geográfica estratégica, compartimos frontera con Estados Unidos, clima diverso y favorable, y los parques de diversión temáticos generan empleos directos e indirectos, Inversión Extranjera y turismo, todos estos factores permiten que nuestro país sea atractivo para invertir en parques de diversión temáticos ya que además de satisfacer la industria de entretenimiento y recreación promueven nuestro país.

²⁵ Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004.

²⁶ Ibídem

²⁷ Ibídem

CAPÍTULO III

LAS GRANDES EMPRESAS PROPIETARIAS DE PARQUES DE DIVERSIONES EN EL MUNDO²⁸

²⁸ Para mayor información ver contactos de Asociaciones en Anexo V 30 de noviembre del 2006.

CAPÍTULO III

3. LAS GRANDES EMPRESAS PROPIETARIAS DE PARQUES DE DIVERSIONES EN EL MUNDO²⁹

En el siguiente cuadro se muestran las 16 principales empresas de parques de diversiones en el mundo de acuerdo a *mergentonline* y el país de procedencia de acuerdo a *mergentonline*, base de datos canadiense, empresas de parques de diversión temáticos que serán objeto de esta investigación.

Cuadro 3. 1 Lista de empresas *Mergentonline*

| NOMBRE DE LA EMPRESA | PAIS |
|--|----------------|
| <i>CEDAR FAIR, L. P.</i> | Estados Unidos |
| <i>DISNEY (WALT) CO. (THE)</i> | Estados Unidos |
| <i>FUNTIME HOSPITALITY CORP.</i> | Canada |
| <i>HOPI HARI S. A.</i> | Brasil |
| <i>INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.</i> | Bermuda |
| <i>KRISTIANSAND DYREPARK ASA</i> | Noriega |
| <i>MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC.</i> | Estados Unidos |
| <i>MGM MIRAGE</i> | Estados Unidos |
| <i>NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.</i> | Nueva Zelanda |
| <i>ORIENTAL LAND LTD., CO</i> | Japón |
| <i>PARQUES REUNIDOS S. A.</i> | España |
| <i>PLAYCENTER S. A.</i> | Brasil |
| <i>RESORTS WORLD BERHAD</i> | Malasia |
| <i>RIBERAO PRETO WATER PARK S. A.</i> | Brasil |
| <i>SERRA AZUL WATER PARK S.A.</i> | Brasil |
| <i>SIX FLAGS INC.</i> | Estados Unidos |

FUENTE: <http://mergentonline.com> 3 de diciembre del 2006.

3.1. WALT DISNEY COMPANY

La empresa *WALT DISNEY* fue fundada en 1923 por *WALT DISNEY* y es una de las corporaciones más grandes del mundo dedicada a las comunicaciones y el entretenimiento, segunda empresa de comunicaciones de Estados Unidos. “*DISNEY* está dividido en cuatro segmentos de negocio: *DISNEY STUDIOS ENTERTAINMENT*,³⁰ *PARKS AND RESORTS*,³¹ *CONSUMER PRODUCTS* y

²⁹ Para mayor información ver Contactos de Asociaciones en. Anexo V

³⁰ Estudios de Entretenimiento

³¹ Parques y centros de vacaciones

MEDIA NETWORKS.³² Cada segmento consiste en negocios integrados bien conectados que operan para crecer en el mundo.

La unidad *STUDIO ENTERTAINMENT* es el cimiento en el cual *WALT DISNEY* se construyó, el mundo animado renombró características y películas de acción en vivo-acción. Con la creación de *MICKEY MOUSE* y *GASPARÍN, LOS SIETE ENANOS*, el nombre *DISNEY* se convirtió en entretenimiento de calidad para la familia entera. *WALT DISNEY STUDIOS* distribuye películas bajo, *WALT DISNEY PICTURES* incluye: *WALT DISNEY FEATURE ANIMATION* y *DISNEY TOON STUDIOS*; *TOUCHSTONE PICTURES, PELÍCULAS DE HOLLYWOOD* y; *MIRAMAX FILMS, BUENA VISTA INTERNATIONAL* sirve como la distribución internacional. *BUENA VISTA HOME ENTERTAINMENT* y *BUENA VISTA HOME ENTERTAINMENT INTERNATIONAL* distribuyen juntos películas *DISNEY* y otros títulos para renta y venta en todo el mundo. *BUENA VISTA THEATRICAL PRODUCTIONS* es uno de los productores más grandes de los musicales Broadway, *BUENA VISTA MUSIC GROUP* distribuye música original y canciones de películas bajo cuatro marcas de registro: *WALT DISNEY RECORDS, BUENA VISTA RECORDS, HOLLYWOOD RECORDS* y *LYRIC STREET RECORDS*.³³

Hoy *DISNEY PARKS AND RESORTS* opera 11 parques temáticos, 35 hoteles *Resorts*, dos barcos cruceros lujosos, *DISNEY CRUISE LINE*, siete *DISNEY VACATION CLUB RESORTS*, ocho *ZONAS ESPN* y restaurante. En 1952 *WALT DISNEY* formó *Imagineering*³⁴ para construir *DISNEYLAND* en California. Hoy, *PARQUES* y *RESORTS* tiene cinco destinos alrededor del mundo: *DISNEYLAND RESORT* en Anaheim California; *WALT DISNEY WORLD RESORT* en Florida; *TOKYO DISNEY RESORT* en Urayasu, Chiba; *DISNEYLAND RESORT PARÍS* en Marne La Valle, Francia y *HONG KONG DISNEYLAND* en La bahía de Penny, Lantau Island.³⁵

Con *DISNEY CONSUMER PRODUCTS*, la comercialización empezó en 1929 así, el segmento de productos al consumidor extiende la marca *DISNEY* a productos de aparador, juguetes, decoración y libros para juegos interactivos, electrónicos y arte. Es uno de los más grandes concesionarios en el mundo; dividido en *DISNEY jardines, DISNEY SOFTLINES* y *DISNEY TOYS, DISNEY PUBLISHING* es número uno en el mundo de publicaciones para niños, incluyendo *DISNEY PRESS* y *EDICIONES DISNEY* así como revistas de niños en los estados unidos. otros productos de consumo *DISNEY* son *BUENA VISTA GAMES; THE BABY EINSTEIN COMPANY*; y *TIENDAS DISNEY* en el mundo y *DISNEY DIRECT MARKETING, DISNEystore.COM* y el catálogo *DISNEY*.

El segmento *MEDIA NETWORKS* tiene propiedades en televisión, cable, radio e *internet*. La cadena de televisión *ABC* incluye *ABC ENTERTAINMENT, ABC DAY TIME, ABC SPORTS, ABC KIDS* y la compañía de producción de *DISNEY TOUCHSTONE* televisión. *ABC* propietaria de estaciones de televisión opera 10

³² Red de Cadena

³³ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

³⁴ Departamento de manufactura, responsable por el diseño y creación de todas las atracciones *DISNEY*, resorts y desarrollos en estado real.

³⁵ *Ibidem*

estaciones: *ABC RADIO* propietaria de 72 estaciones, incluye *RADIO DISNEY*, *ESPN RADIO* y *ABC NEWS RADIO*. Redes de cable, *ESPN*, *DISNEY CHANNEL*, *ABC FAMILY*, *TOON DISNEY* y *SOAPNET*. Opera también *WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION* y *FOX KIDS INTERNATIONAL*, y sostiene interés de la empresa en servicios de entretenimiento toda la vida, *A&E TELEVISIÓN* y *E! NETWORKS*. Incluye *BUENA VISTA TELEVISIÓN*, produce y distribuye programación; *BUENA VISTA TELEVISIÓN INTERNACIONAL*, distribuye series y películas fuera de Estados Unidos; *HYPERION BOOKS*, editorial y *WALT DISNEY GRUPO INTERNET*, dirige negocios de *internet*, estrategia de tecnología y propiedades de *internet* de la empresa.

3.1.1 Historia³⁶ de 1923 - presente

1923: *DISNEY BROTHERS STUDIO* es fundado el 16 de octubre por los hermanos Walt y Roy Disney y el animador Ub Iwerks.

1925: La compañía se renombra como *WALT DISNEY STUDIOS*.

1927: Finaliza la producción de *ALICE; DISNEY*.

1928: Se produce el primer corto animado de *MICKEY MOUSE*.

1929: *THE SKELETON DANCE*. Se reemplaza la sociedad formada en 1923 por *WALT DISNEY PRODUCTIONS, LTD.* y se forman otras tres compañías asociadas: *WALT DISNEY ENTERPRISES*, *DISNEY FILM RECORDING COMPANY*, y *LILED REALTY e INVESTMENT COMPANY*.

1930: Primera aparición de *PLUTO*

1932: Primera película de animación en *technicolor* denominada: *FLOWERS AND TREES*. primera aparición de *GOOFY*.

1934: Primera aparición del *PATO DONALD*.

1937: El estudio produce su primera película, *BLANCANIEVES y LOS SIETE ENANITOS*.

1938: El 29 de Septiembre *WALT DISNEY ENTERPRISES; DISNEY FILM RECORDING COMPANY, LILED REALTY e INVESTMENT COMPANY* se fusionan en *WALT DISNEY PRODUCTIONS*.

1940: El estudio se desplaza a Burbank, California.

1941: Estados Unidos entra en la segunda guerra mundial, el estudio comienza la producción de material propagandístico y moral para el gobierno.

1942: Estreno de la película *BAMBI*.

1944: La compañía lanza una reedición de *BLANCANIEVES y LOS SIETE ENANITOS* generando un importante beneficio a la compañía.

1945: El estudio lanza su primer actor vivo, no-animado para una película, James Baskett en *SONG OF THE SOUTH*

1949: Comienza la producción de películas en vivo con *LA ISLA DEL TESORO*.

1952: El 16 de diciembre *WALT DISNEY* funda *WED ENTERPRISES* con el objeto de lanzar parques temáticos.

³⁶ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

1953: El 6 Abril *WALT DISNEY* funda *RETLAW ENTERPRISES* para tener sólo control sobre los derechos de su nombre.

1954: El estudio funda *BUENA VISTA DISTRIBUTION* con el objeto de distribuir sus películas; comienzo del programa de TV *DISNEYLAND*.

1955: Abre *DISNEYLAND* en Anaheim, California. *WALT DISNEY PRODUCTION*, propietaria de un 34.5% de *DISNEYLAND INC.* incrementando su propiedad hasta un 65.5% en 1957, compra el resto de las acciones a *ABC* en 1960.

1961: El estudio lanza las licencias y los derechos sobre *WINNIE THE POOH*, éstos personajes; se crea una subsidiaria internacional denominada *BUENA VISTA INTERNATIONAL*.

1964: *WALT DISNEY WORLD* conocida como *DISNEY WORLD*.

1965: La producción de cortos animados cesa, debido a la baja demanda de los teatros. *WALT DISNEY PRODUCTIONS* adquiere *WED ENTERPRISES*.

1966: Muere Walt Disney su hermano Roy le sustituye.

1967: Comienza la construcción de *WALT DISNEY WORLD*.

1971: Abre *WALT DISNEY WORLD RESORT* en Orlando, Florida.

1981: Planes de un canal de cable son anunciados.

1982: *EPCOT CENTER* abre en *WALT DISNEY WORLD FLORIDA*.

1983: Comienza la emisión de *THE DISNEY CHANNEL* en los sistemas de cable americanos; abre el parque temático *TOKYO DISNEYLAND* en Japón.

1984: Se crea la empresa *TOUCHSTONE PICTURES*.

1985: Empieza a hacer cortos animados para televisión, se lanza *PINOCHO*.

1986: *WALT DISNEY STUDIOS* cambia a *THE WALT DISNEY COMPANY*.

1987: La compañía y el gobierno francés firman un acuerdo para crear el primer *DISNEY RESORT* en Europa, comienza el proyecto *EURO DISNEY*.

1989: Se lanza *LA SIRENITA*; abre *WALT DISNEY-MGM STUDIOS* en *WALT DISNEY WORLD*.

1990: Se estrena en TV *THE MUPPETS* en *WALT DISNEY WORLD*.

1991: *LA BELLA Y LA BESTIA* filme animado nominado al Oscar a mejor película.

1992: El parque *EURO DISNEY RESORT* abre a las afueras de París, Francia.

1993: *DISNEY* adquiere el estudio de películas llamado *MIRAMAX FILMS* y se elaboran productos de *MICKEY MOUSE* por primera vez.

1994: *EURO DISNEYLAND* se renombra *DISNEYLAND PARÍS*.

1995: Disney lanza con *PIXAR ANIMATION STUDIOS* la película *TOY STORY*.

1996: Empresas ajenas a *WALT DISNEY* se renombran *DISNEY ENTERPRISES*.

1997: Las series antológicas reviven en formato DVD.

1998: *ANIMAL KINGDOM ABRE* en *WALT DISNEY WORLD*.

2000: Se relanzan los clásicos de *DISNEY* en DVD.

2001: *DISNEY CALIFORNIA ADVENTURE* y *TOKYO DISNEYSEA* abren, *DISNEY* compra *FOX FAMILY* por \$3 mil millones de dólares dando 81 millones de televidentes.

2002: *WALT DISNEY STUDIOS* abren cerca de *DISNEYLAND PARÍS*, área renombrada *DISNEYLAND RESORT PARÍS*.

2003: *DISNEY* lanza la película *PIRATAS DEL CARIBE*

2004: El 17 de febrero *DISNEY* compra los personajes de *LOS MUPPETS* (excepto los personajes de *PLAZA SÉSAMO*).

2005: *DISNEYLAND* celebra 50 años y abre *PARQUE TEMÁTICO HONG KONG*.

2006: El 25 de enero, *DISNEY* anuncia la compra de *PIXAR ANIMATION STUDIOS* por \$7,4 billones de dólares. Steve Jobs se convierte en accionista mayoritario.

2007: *WALT DISNEY IMAGINEERING* abre nuevas atracciones en parques *DISNEY: ENCONTRANDO A NEMO*, y *VIAJE SUBMARINO*.

La empresa tiene cinco destinos alrededor del mundo: *DISNEYLAND RESORT*, en Anaheim California; *WALT DISNEY WORLD RESORT*, Lake Buena Vista, Florida; *TOKYO DISNEY RESORT*, Urayasu, Chiba; *DISNEYLAND RESORT PARIS*, Marne La Valle, Francia; *HONG KONG DISNEYLAND*, La Bahía de Penny, Lantau Island

3.1.2. *DISNEYLAND RESORT*

“*DISNEYLAND RESORT*, complejo vacacional ubicado en Anaheim, California, dirigido y coordinado por *WALT DISNEY COMPANY*, compuesto por dos parques temáticos, tres hoteles, área de compras, gastronomía y entretenimientos”.³⁷

³⁷ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

Foto 3. 1 *DISNEY COMPANY*



www.visitcwc.com/images/uploaded/627.jpg. 3 de agosto del 2007.

DISNEYLAND el parque temático construido por WALT DISNEY abierto en 1955. “En 64 ha. e inspirado en ferias de Copenhague”.³⁸

DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE, parque temático abierto en 2001.

DISNEYLAND HOTEL, abierto en 1955 y adquirido por *DISNEY* en 1988.

GRAND CALIFORNIA HOTEL & SPA, hotel de *DISNEY* basado en la arquitectura de inicios de los años 1900.

DISNEY'S PARADISE PIER HOTEL, hotel temático ubicado cerca del parque *DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE*.

DOWNTOWN DISNEY, centro comercial al aire libre de entretenimientos situado entre las entradas de los parques temáticos del *DISNEYLAND RESORT Y DISNEYLAND HOTEL*.

³⁸ *DISNEYLANDIA: 50 años de hacer soñar*, Victoria Martínez Enríquez, La Crónica de Hoy, 5 de Mayo de 2005.

Mapa 3. 1 WALT DISNEY COMPANY



www.intercotwest.com/.../disneylandMapLarge.jpg. 3 de agosto del 2007.

El parque *DISNEYLAND*³⁹ abrió el 17 de julio de 1955 *WALT DISNEY COMPANY* adquirió gradualmente el *HOTEL ESMERALDA* de Anaheim (hoy *DISNEY'S PARADISE PIER HOTEL*), y áreas comerciales del *DISNEYLAND HOTEL*. A principios de los 90's, *DISNEY* anunció planes para construir *WESTCOT*, parque temático similar a *EPCOT* en Florida, la construcción de *DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE* comenzó en 1998, junto con una renovación del *DISNEYLAND HOTEL*, re-tematización de *DISNEY'S PARADISE PIER HOTEL*, la construcción de *Downtown*, el *DISNEY'S GRAND CALIFORNIAN HOTEL*, y *MICKEY & FRIENDS PARKING STRUCTURE*, fue inaugurado como *resort* en 2001. En 2006 los visitantes al parque *DISNEYLAND*, 14.7 millones de visitas (No. 2 en todo el mundo) y a *DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE*, 5.6 millones de visitas.

3.1.3 WALT DISNEY WORLD RESORT

“*WALT DISNEY WORLD RESORT*, complejo recreacional famoso por sus parques temáticos y hoteles. Operado por una división de la compañía *DISNEY*,

³⁹ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

que es la propietaria".⁴⁰ El 1 de Octubre de 1971 abrió el parque *MAGIC KINGDOM* y se fueron añadiendo los parques temáticos *EPCOT*, *DISNEY MGM STUDIOS* y *DISNEY ANIMAL KINGDOM*; el área total es de 20 000 acres y es el complejo de parques temáticos más grande del mundo.

La propiedad completa de *WALT DISNEY WORLD RESORT* se encuentra fuera de los límites de la ciudad y la mayor parte se encuentra ubicada en las ciudades de *BAY LAKE* y *LAKE BUENA VISTA* al suroeste de la ciudad de Orlando. Los terrenos donde se encuentra ubicado el complejo son parte de un área especial conocida como *Reedy creek improvement district* que le permite a la compañía *DISNEY* tener un control casi total en la administración del área.⁴¹ Es la jurisdicción gubernamental más cercana para *WALT DISNEY RESORT* como para finales de los 90s y provee servicios al público y contribuyentes efectivos y eficientes; comprende un área de 10 km² en Florida.⁴²

El complejo cuenta con 4 parques temáticos, cada uno representado por un símbolo normalmente situado en el medio de cada parque: *MAGIC KINGDOM* (Castillo de cenicienta); *EPCOT* (Esfera geodésica de *Spaceship earth*); *DISNEY MGM STUDIOS* (Sombrero de mago); *ANIMAL KINGDOM* (El árbol de la vida).

En 1964, el primer parque temático regional *SIX FLAGS* abre en Texas. A Fines de los 60s y principios de los 70s los parques empezaron a cerrar y la incertidumbre se incrementó; en los 70s empresas apoyadas por parques temáticos empezaron a crecer, empresas como *MARRIOTT CORP*, *PENN CENTRAL ANHEUSER-BUSCH*, *TAFT BROADCASTING*, *MATTEL* Y *HARCOURT, BRACE, Jovanovich* invierte en parques temáticos.

En 1971 la apertura de *WALT DISNEY WORLD* con una inversión de \$250 millones de dólares; en 1972 abre el parque temático *KING ISLAND*, Cincinnati, OH; en 1981 *WONDERLAND* en Toronto Canadá considerado el último parque temático construido en Norte América por muchos años; en 1982 abre *EPCOT CENTER* en *WALT DISNEY WORLD* Florida con \$1 billón de dólares en costo; en 1983 *DISNEYLAND TOKIO* y en 1988 *SEA WORLD TEXAS* en San Antonio.⁴³

Otros parques son *KNOTT'S CAMP SNOOPY*, (1992); *MGM GRAND ADVENTURE*, Las Vegas, NV (1993); *DISNEY'S WILD KINGDOM*, *WALT DISNEY WORLD*, FL (1998); *UNIVERSAL'S ISLANDS OF ADVENTURE*, Orlando, FL (1999) y *JAZZLAND*, New Orleans, LA (2000); en 1990 *BOARDWALK* y *BASEBALL* en Florida cierran, enfrentando una competencia con *DISNEY WORLD*, *BUSCH GARDENS*, *CIPRÉS GARDENS* y *SEA WORLD* de Florida.⁴⁴

⁴⁰ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

⁴¹ *Ibidem*

⁴² <http://www.rcid.org>. (*Reedy creek improvement district*) 27 de noviembre del 2007.

⁴³ <http://www.disney.com>. 9 de enero del 2007.

⁴⁴ *Ibidem*

Foto 3. 2 *DISNEYLAND RESORT* La esfera geodésica de *SPACESHIP EARTH* en *Epcot*



www.visitcwc.com/images/.jpg. 3 de agosto del 2007.

Cuenta con 2 parques acuáticos, *TYPHOON LAGOON* Y *BLIZZARD BEACH* y el complejo deportivo *DISNEY'S WIDE WORLD OF SPORTS*; el área *DOWNTOWN DISNEY*, en esta área, un *show* permanente de *Cirque du soleil*; 23 hoteles y *resorts* propiedad de la compañía *DISNEY* y 10 hoteles de otras compañías. Dentro del área de *WALT DISNEY WORLD* se encuentran numerosos hoteles. Los hoteles temáticos son propiedad de *DISNEY*. A continuación se enlistan los hoteles de *DISNEY* y otras compañías.

HOTELES DISNEY

DISNEY'S ALL-STAR MOVIES RESORT
DISNEY'S ALL-STAR MUSIC RESORT
DISNEY'S ALL-STAR SPORTS RESORT
DISNEY'S ANIMAL KINGDOM LODGE
DISNEY'S BEACH CLUB RESORT
DISNEY'S BOARDWALK INN
DISNEY'S CARIBBEAN BEACH RESORT
DISNEY'S CONTEMPORARY RESORT
DISNEY'S CORONADO SPRINGS RESORT
DISNEY'S FORT WILDERNESS RESORT & CAMPGROUND
DISNEY'S GRAND FLORIDIAN RESORT & SPA
DISNEY'S POLYNESIAN RESORT
DISNEY'S POP CENTURY RESORT
DISNEY'S PORT ORLEANS RESORT RIVERSIDE
DISNEY'S PORT ORLEANS RESORT FRENCH QUARTER
DISNEY'S WILDERNESS LODGE
DISNEY'S YACHT CLUB RESORT
HOTELES DEL CLUB DE VACACIONES DISNEY
DISNEY'S BEACH CLUB VILLAS
DISNEY'S BOARDWALK VILLAS
DISNEY'S OLD KEY WEST RESORT

DISNEY'S SARATOGA SPRINGS RESORT & SPA
*THE VILLAS AT DISNEY'S WILDERNESS LODGE*⁴⁵

HOTELES DE OTRAS COMPAÑÍAS
FOUR SEASONS.
BEST WESTERN LAKE BUENA VISTA RESORT HOTEL
DOUBLETREE GUEST SUITE RESORT
GROSVENOR RESORT
HOLIDAY INN
ROYAL PLAZA
SHADES OF GREEN (sólo para personal militar activo o retirado y sus familias)
WALT DISNEY WORLD DOLPHIN
WALT DISNEY WORLD SWAN
BUENA VISTA PALACE RESORT & SPA

De acuerdo a “*AMUSEMENT BUSINESS*, la asistencia a 4 parques temáticos para 2005: *MAGIC KINGDOM*, 16.2 millones de visitantes; *EPCOT*, 9.9 millones de visitantes; *DISNEY MGM STUDIOS*, 8.6 millones de visitantes y *ANIMAL KINGDOM*, 8.2 millones de visitantes; esos datos hacen a *MAGIC KINGDOM* el parque temático más visitado del mundo”.⁴⁶

3.1.4 TOKYO DISNEY RESORT

Parque temático y vacacional situado en Urayasu, Chiba, Japón, cercano al este de Tokio; coordinado y liderado por la *ORIENTAL LAND COMPANY* con una licencia de la compañía *WALT DISNEY*. El *resort* se abrió el 15 de abril de 1983 únicamente como parque temático *TOKIO DISNEYLAND*, se convirtió en *resort* con dos parques temáticos, siete hoteles, dos de ellos pertenecientes a *DISNEY* y, tiendas. Primer parque temático de *DISNEY* abierto fuera de los Estados Unidos; tiene tres secciones principales en su infraestructura: *TOKIO DISNEYLAND*, *TOKIO DISNEYSEA* e *IKSPIARI*, variación de un área de compras, gastronómica y hospitalaria encontrada en los *resorts* de *DISNEY* de California, *DISNEYLAND* de Florida, *DISNEY WORLD RESORT*. Contiene un *Bon voyage!*, tienda oficial de productos de *TOKIO DISNEY RESORT*. En 2008, abrirá un nuevo teatro que contiene la nueva producción de *Cirque du soleil* y será el primer teatro permanente fuera de Norteamérica. *TOKIO DISNEYLAND* abrió en Japón con éxito inmediato, formando un catalizador para la extensión internacional.⁴⁷

⁴⁵ Los huéspedes de cualquiera de los hoteles de *DISNEY* que llegan al Aeropuerto Internacional de Orlando son llevados al hotel por transportes de *DISNEY*.

⁴⁶ Publicación Orlando Sentinel

⁴⁷ Una vez sobre un sueño americano: La historia del Euro Disneyland. Prensa de la Universidad de Kansas.

Foto 3. 3 TOKIO DISNEY RESORT



www.visitcwc.com/images/uploaded. 3 de agosto del 2007

TOKIO DISNEY tiene numerosos hoteles, sus hoteles oficiales, el *HOTEL MIRACOSTA*, edificio frente a *DISNEYSEA* donde se ubica su entrada, y el *EMBASSY HOTEL de DISNEY*, el más costoso. Se espera que un tercer hotel de *DISNEY* llamado *TOKIO DISNEYLAND HOTEL* bajo construcción se abra y será situado delante del estacionamiento del parque.⁴⁸ El *resort* tiene otros cinco hoteles con un sexto a abrirse en 2007, situados en los alrededores de *TOKYO DISNEYLAND*, estos, no son *HOTELES DE WALT DISNEY COMPANY*, pertenecen a otras compañías.

Se divide en parque temático construido en el *resort*, *TOKIO DISNEYSEA* parque acuático y temático abierto el 4 de septiembre de 2001, *IKSPIARI* similar a un centro de compras y a *DISNEYTOWN*. *WALT DISNEY*, fundador de *DISNEYLAND*, tuvo un sentido único de creatividad e imaginación. De cómic de caricaturas a películas y parques temáticos, algunos elementos que pueden ser encontrados constantemente a través de todos sus proyectos; su deseo para fomentar el amor de aprender de gente joven y de captar lo desconocido.

3.1.5 DISNEYLAND RESORT PARÍS

Ubicado en Marne la Vallée a 32 kilómetros del centro de París, posee dos parques temáticos, un centro comercial de entretenimientos y siete hoteles oficiales de *DISNEY*. Funciona desde el 12 de abril de 1992 fue el segundo *resort* de *DISNEY* en abrirse fuera de los Estados Unidos después de *TOKYO DISNEY*

⁴⁸ <http://www.disney.com>

RESORT con 12.4 millones de visitantes en 2004 y 12.8 millones de visitantes en 2006 es uno de los destinos turísticos más importantes de Europa.⁴⁹

Es operado por *EURO DISNEY S.C.A*, compañía pública con 39.78%; el 10% del príncipe saudí Alwaleed y 50.22% de otros accionistas. El complejo fue renombrado de *EURO DISNEYLAND* a *DISNEYLAND PARÍS* en 1995 y para 2002 abrió un segundo parque temático. Finalmente, la ciudad rural del Marne la Vallée fue elegida debido a su proximidad a París y a su localización central dentro de Europa occidental, esta localización estima su proximidad de cuatro horas para 68 millones de personas y un vuelo de dos horas para 300 millones de personas.⁵⁰ Todo empezó en 1987 con la creación de sociedad entre los poderes público francés y *WALT DISNEY COMPANY*. *PARIS* fue escogido por su situación central en Europa y su facilidad de acceso por el tren, avión y carretera. Desde su apertura en 1992, el *PARQUE DISNEYLAND* recibió a más de 160 millones de visitas. En diciembre de 1990 se abrió *EURO DISNEY ESPACE*; el parque temático *EURO DISNEYLAND* y *ESTUDIOS EUROPA MGM DISNEY* entraron en desarrollo para abrirse en 1996⁵¹.

El término *cast member*⁵² de *EURO DISNEY* ofrece a miembros de todos los países europeos la oportunidad de ejercer materias. El grupo tiene 100 nacionalidades representadas y 19 idiomas, es una sociedad multicultural⁵³. La formación es una prioridad, la *UNIVERSIDAD DISNEY* propone programas de formación abierta a todos los empleados y distribuido por expertos profesionales; existe un programa único de formación, *Hôte d'Accueil Touristique* con diploma reconocido por el Ministerio del Trabajo, la formación dura de 15 a 18 meses según la especialización de los participantes y la preparación en los diversos dominios de la industria del turismo; *DISNEYLAND RESORT PARIS* tiene 1943 ha. y es 1/5 parte de la superficie de París.

Encargados americanos de *DISNEY* requieren inglés hablado en reuniones y aspecto para el personal, regulaciones y limitaciones para vello facial y tatuajes. El 12 de Abril de 1992, abrió oficialmente como primer parque temático *EURO DISNEYLAND* Para 2006 parque de *DISNEYLAND*, tuvo 10.6 millones de visitas; *STUDIOS WALT DISNEY*, 2.2 millones de visitas. Los cambios del nombre de *EURO DISNEYLAND* a *DISNEYLAND PARÍS* fue una forma de identificarla. "*PARQUE DISNEYLAND PARÍS* en operación 365 días por año, es una versión modificada del modelo de *DISNEYLAND* en California, el parque cubre 650.000 m², consiste de cinco áreas cada una representa un tema o período".⁵⁴ Parque de los *STUDIOS WALT DISNEY* abre en 2002, segundo parque temático de basado en presentaciones y películas de los *STUDIOS DISNEY MGM*. El parque tiene siete hoteles, el *HOTEL DISNEYLAND*; *LAGO DISNEY*, *HOTEL NUEVA YORK* de *DISNEY*, *CLUB NEWPORT* de *DISNEY* y la casa de campo de *DISNEY*, *HOTEL CHEYENNE DE DISNEY* cerca del lago. *DISNEYLAND PARÍS* incluye seis hoteles asociados que no son manejados por *EURO DISNEY*; *MARRIOTT*,

⁴⁹ Lainsbury Andrew 2004 Chiffres clés du tourisme Ile de Francia, pág. 5

⁵⁰ <http://www.disney.com> . 9 de enero del 2007.

⁵¹ *Ibidem*

⁵² Miembro del elenco designa a los empleados Disney.

⁵³ <http://www.disney.com> . 9 de enero del 2007.

⁵⁴ *Ibidem*

HOTEL RADISSON SAS, hotel de los exploradores del castillo de Viena, *MYTRAVEL* y *HOTEL KYRIAD*. Con más de 12 millones de visitas por año. *DISNEYLAND RESORT PARIS* destino turístico número uno en Europa, *DISNEY PARIS* ofrece 30 000 m² restaurantes, diversiones y tiendas, 1100 eventos de turismo de negocios y el quinto centro de congresos más grande en Francia⁵⁵

3.1.6 HONG KONG DISNEYLAND

Construido por el gobierno de Hong Kong y *WALT DISNEY COMPANY*, abierto el 12 de septiembre de 2005. Posee un parque temático; 2 hoteles *DISNEYLAND HOTEL* y *DISNEY'S HOLLYWOOD HOTEL*, áreas de entretenimiento, gastronomía y compras; esto se distribuye en 1,3 km² en la isla de Lantau “situado cerca de la bahía del Penique y al noreste de la isla de Lantau aproximadamente a dos kilómetros de la bahía del descubrimiento, en Hong Kong”.⁵⁶

Ccompañía conjunta, *PARQUES INTERNACIONALES TEMÁTICOS DE HONG KONG LIMITADOS*, creada en 1999, *DISNEY* invirtió \$ 316 millones de dólares pagando 43% del proyecto y las ventajas económicas totales ascienden a \$19 mil millones de dólares. Se abrió el 12 de septiembre de 2005, lago artificial de 12 ha. para responder a necesidades de irrigación de agua del *resort*. *DISNEY* ha tomado controles para que el parque refleje la cultura local, consultores del *Feng shui* han ayudado con la disposición del parque y uno de los salones de baile principales obtuvo 888 m² de tamaño, ocho es un número propicio en la cultura china, significando fortuna. Los hoteles se saltaron el piso número cuatro ya que éste significa mala suerte. Los empleados de *HONG KONG DISNEYLAND* hablan inglés, cantonés, y mandarín, y fueron entrenados en otros parques de *DISNEY* mientras que su parque era construido.⁵⁷ La *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO*⁵⁸ creada en 1925 con el propósito de promover el turismo, su sede Madrid, España y tiene 150 estados miembros; la Organización predice que el parque se convertirá en una de los destinos turísticos más grandes del mundo en los próximos quince años.

Actualmente, el *resort* consiste de parque temático de *DISNEY, HONG KONG DISNEYLAND*, la segunda fase de la construcción consiste en la recuperación de la bahía del penique. Según el acuerdo de *WALT DISNEY COMPANY* y el gobierno de Hong Kong, los terrenos están reservados para un futuro desarrollo del *resort*, el parque posee la división clásica de los parques *DISNEY*, suelen tener cinco o más áreas, haciéndose la excepción con este parque, en la extensión se construiría una quinta área, *Frontierland*.⁵⁹

⁵⁵ <http://www.disney.com> . 9 de enero del 2007.

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ *Ibidem*.

⁵⁸ <http://www.omt.org>. 27 de noviembre del 2007.

⁵⁹ <http://www.disney.com> . 9 de enero del 2007.

Foto 3. 4 HONG KONG DISNEYLAND



www.visitcwc.com/images/uploaded. 3 de agosto del 2007

Tiene dos *hotels*, *HONG KONG DISNEYLAND HOTEL* y *EL DISNEY'S HOLLYWOOD HOTEL*. Los estudios de animación se instalaron en la India y fue publicitario gracias a la publicación de personajes tradicionales en cartelera e historia Asiática, se están elaborando planes para nuevos *resorts* en Asia, probablemente en Shangai y Singapur.⁶⁰ El 12 de septiembre de 2005 *HONG KONG DISNEYLAND RESORT* abre; para el 4 de septiembre de 2006 *HONG KONG DISNEYLAND* tuvo 5 millones de huéspedes en el parque desde la apertura.

3.1.7 SHANGHAI DISNEYLAND RESORT

*SHANGHAI DISNEYLAND RESORT*⁶¹ comenzó su construcción en 2006, el gobierno central de Shanghai autorizó la construcción de un parque *DISNEY* en la ciudad; el gobierno espera abrir el *resort* con un parque *SHANGHAI DISNEYLAND*, antes de 2010. El *resort* sería el segundo en China bajo la firma de la *WALT DISNEY COMPANY*, las tierras reservadas en Pudong para la construcción del *resort*, son cuatro veces más grandes que las de *HONG KONG DISNEYLAND*. El parque ya había sido negociado desde la apertura de *HONG KONG DISNEYLAND* según Jay Rasulo, actual dueño de *DISNEY PARKS and RESORTS*.

⁶⁰ *Ibidem*

⁶¹ <http://www.disney.com>. 26 de noviembre del 2006

De las 16 principales empresas a nivel mundial de acuerdo a *mergent on line* (base de datos canadiense), sus ingresos, total de activos y mercado de capital, sólo existen datos del 2005 de cinco empresas, los principales competidores de parques de diversiones a nivel mundial fueron, en 2005 *DISNEY* con ingresos en *DISNEY* de \$31,944,000,000 billones de dólares, *MGM MIRAGE* de \$6,481,967,000, *SIX FLAGS* \$1,089,682,000, *CEDAR FAIR* \$568,707,000 y *MALIBU* \$42,205,686.⁶²

Cuadro 3. 2 Principales competidores a nivel global

| Competitors (USA / Global) | Fecha | Ingresos | Total Activos | Mercado de Capital |
|--------------------------------------|--------------|-----------------|----------------------|---------------------------|
| Disney (Walt) Co. (The) | 10-Ene-05 | 31,944,000,000 | 53,158,000,000 | 67,008,123,966 |
| MGM Mirage | 31-Dic-05 | 6,481,967,000 | 20,699,420,000 | 11,444,500,234 |
| Six Flags Inc | 31-Dic-05 | 1,089,682,000 | 3,493,119,000 | 823,367,575 |
| Cedar Fair, L.P. | 31-Dic-05 | 568,707,000 | 1,024,794,000 | 1,434,505,558 |
| Malibu Entertainment Worldwide, Inc. | 31-Dic-00 | 42,205,686 | 45,652,525 | 46,028 |
| Live Nation Inc | 31-Dic-05 | null | - | 1,548,385,032 |

Fuente: Elaboración propia con datos de <http://mergentonline.com> . 3 de diciembre del 2006.

3.2 CEDAR FAIR. L. P.

A partir del 31 de diciembre del 2005 la empresa es propietaria y opera siete parques temáticos y cinco parques acuáticos al aire libre,⁶³ Empresa pública desde 1987, provee entretenimiento y servicio a un mercado más de 115 millones de personas, es uno de los más exitosos operadores de parques temáticos en el mundo.⁶⁴ Se desarrolló como área recreacional en 1870, localizada en 365 acres en Sandusky, Ohio y es el segundo parque temático más antiguo en Norte América. Sirve a seis regiones: Ohio, Michigan, Pennsylvania, Nueva York, Virginia y Ontario Canadá, con un área total de 26 millones de personas.⁶⁵ Los parques temáticos son, *CEDAR POINT*, (Sandusky, Ohio); *KNOTT'S BERRY FARM*, (California); *DORNEY PARK & WILDWATER KINGDOM*, (Whitehall Township, Pennsylvania); *VALLEYFAIR*, (Shakopee, Minnesota); *WORLDS OF FUN*, (Kansas City, Missouri); *GEAUGA LAKE & WILDWATER KINGDOM*, (Cleveland Ohio); *MICHIGAN'S ADVENTURE*, (Muskegon, Michigan) y *PARAMOUNT PARKS*.

⁶² <http://mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006

⁶³ <http://www.cedarfair.com>. 26 de noviembre del 2006.

⁶⁴ <http://www.mergentonline.com>.

⁶⁵ <http://www.cedarfair.com>

Foto 3. 5 CEDAR FAIR L. P



www.ci.sandusky.oh.us. 3 de Agosto del 2007

Los parques acuáticos son, *KNOTT'S BERRY FARM* y *WORLD'S OF FUN*; *OCEANS OF FUN*; *KNOTT'S SOAK CITY WATER PARK* Orange Country, California y *CASTAWAY BAY INDOOR WATERPARK RESORT*, Sandusky Ohio. Gaunkga Lake y *WILDWATER KINGDOM*, comprado en Abril del 2004.

CEDAR POINT opera cuatro hoteles, *THE HISTORIC HOTEL BROKER*, *TORRE BREAKER*, *LAKEFRONT SINDCASTLE SUITES HOTEL*, *CASTAWAY BAY HOTEL* alrededor de un parque acuático localizado en la entrada del parque en 38,000 pies cuadrados. Además, *CEDAR POINT* es propietario y opera *CEDAR POINT MARINA*, *CASTAWAY BAY MARINA* y *CAMPER VILLAGE* ofrece campamento para más de 100 vehículos. *KNOTT'S BERRY FARM* fue adquirido por *CEDAR FAIR* en 1997, comprende seis áreas temáticas en 160 acres; y opera el *KNOTT'S BERRY FARM RESORT HOTEL*. *KNOTT'S SOAK CITY WATER PARK* parque acuático en 13 acres abrió en Junio del 2000. En Mayo del 2001, *CEDAR FAIR* adquirió *KNOTT'S SOAK CITY WATER PARK*, Palm Springs en 16 acres. Los tres parques acuáticos operan estacionalmente; *DORNEY PARK* fue adquirido en 1992, localizado en Pennsylvania, sirve a 35 millones de personas, en 200 acres; en 1985 abrió *WILDWATER KINGDOM*; en 1995, *CEDAR* adquirió *WORLD'S OF FUN* y abrió en 1973 y *OCEANS OF FUN* en 1982 en Kansas atiende a siete millones de personas, *WORLD'S OF FUN VILLAGE*, lujosa cabaña y área resort. *GAUNKGA LAKE Y WILWATER KINGDOM*, comprado por *CEDAR* en Abril del 2004 en Ohio con 690 acres, junto al parque está *GEAUGA LAKE HOTEL* y *THE GEAUGA LAKE CAMPGROUNDS*, ambos operados por *GEAUGA LAKE*. *MICHIGAN'S ADVENTURE*, adquirido por *CEDAR* en Junio del 2001, es el parque de diversiones más grande de Michigan, atiende a cinco millones de personas en 250 acres. *WILD WATER ADVENTURE*, parque acuático moderno.⁶⁶ También administran *CAMP SNOOPEY* ahora *PARQUE MOA* en el *MALL OF AMERICA* hasta 1995, el *Mall* tomó el control de administración del parque. El

⁶⁶ <http://www.cedarfair.com>

nombre de *CEDAR FAIR'S* fue construido con los nombres de dos parques, *CEDAR POINT* Y *VALLEYFAIR*.⁶⁷ El 22 de Mayo del 2006, *CEDAR FAIR* anunció la compra de *PARAMOUNT PARKS* cadena de parques temáticos de *CBS CORPORATION* por \$1.24 billones de dólares compraron el acuerdo de licencia de *NICKELODEON* de *CBS CORPORATION* para los cinco parques. *CEDAR FAIR* es una sociedad limitada dirigida por *CEDAR FAIR MGMT.*⁶⁸

Mapa 3. 2 *CEDAR FAIR L. P*



www1.cedarfair.com/greatamerica/visit/visit_park_map.cfm. 3 de agosto del 2007

⁶⁷ <http://www.cedarfair.com>

⁶⁸ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

COMPETIDORES⁶⁹

3.3 HOPI HARI S.A.

Parque de diversiones que muestra la arquitectura de Francia, Alemania, Italia, España y otras naciones en cinco regiones y se localiza en Rodovia Bandeirantes, Km 72 Vinhedo en Sao Paulo; Misteri es un sitio arqueológico que fue descubierto cuando se planeó la construcción de la capital; Aribabiba es la capital de *HOPI HARI*. La historia de *HOPI HARI* tiene diferentes versiones la primera, que Hopi es el dios de la alegría y Hari su amada, diosa de aventura. La segunda, que era una colonia de ferias de extraterrestres superiores que habitaban la vía láctea. El parque tiene su propia lengua, el *hopés* una lengua muy fácil (fusión de diferentes lenguas españolas, francesas, inglesas y holandesas) muy parecida al portugués además de diccionario, bandera, himno nacional, moneda. Es uno de los gigantes en la industria de entretenimiento brasileña.

El nombre original del parque fue *LA GRAN AVENTURA* 760 m² y *GRUPO PLAYCENTER* invirtió y juntó socios para construir el parque temático. El objeto social de la campaña fue explorar parques de diversiones, centros recreacionales, boliche y otros entretenimientos públicos de diferentes tipos, áreas de ocio en general, estacionamientos, tiendas y participar como inversionista con otros socios.⁷⁰

Foto 3. 6 HOPI HARI S. A



www.hopihari.com.br. 3 de agosto del 2007

En 1996 se empezó a construir el parque temático en Vinhedo, Sao Paulo, *LA GRAN AVENTURA* con una inversión de \$170 millones de dólares, la empresa firmó un contrato el 16 de Septiembre con *CTW CHILDREN'S TELEVISIÓN WORKSHOP*, el 27 de Julio con *BANK OF NACIONAL DEVELOPMENT* con \$40.000 mil reales. Pero en Diciembre de 1997, a petición de la Suprema corte de Sao Paulo la construcción del parque tuvo que ser interrumpida hasta que hiciera

⁶⁹ Principales competidores a nivel global, pág. 41, aplica para *CEDAR FAIR*

⁷⁰ <http://www.hopihari.com.br>. 2 de febrero del 2007.

un estudio de impacto ambiental, en 1996, cuando empezó la construcción del parque la legislatura no previó el estudio. Una empresa de consultoría fue contratada, *ERM DO BRASIL*. En Marzo de 1998 la Corte de Sao Paulo decidió que el parque temático no dañará el medio ambiente y cerró el caso, se permitió a la empresa continuar con la construcción del parque y entregó a la oficina estatal del medio ambiente el reporte, éste presentó soluciones, cavar agua para que el parque no pudiera depender del suministro de agua de la ciudad y la creación de una estación de tratamiento de agua.⁷¹ Y lo convirtió en el primer parque temático en Brasil en tener un reporte de impacto ambiental, el cual establece medidas para que el proyecto no dañe el medio ambiente y la población, obtuvo una licencia ambiental y es modelo para otros complejos turísticos.

La inversión total para construir el parque fue de \$325 millones de reales, \$25 millones de reales para comprar la tierra, y \$127 millones de reales para gastos pre operacionales, incluye reclutamiento, selección y entrenamiento de empleados, eventos de promoción del parque, proyectos; servicios de consultoría (medio ambiente, procesos de estandarización, seguridad, salarios entre otros); gastos financieros y otros.⁷² El parque temático fue inaugurado en 1999, la apertura fue retrasada 18 meses por el reporte de impacto ambiental, para recuperar las inversiones, se incrementó el plazo de cinco años a 10 años. *DISNEY* inspiró a Marcelo Gutglas, inversionista Brasileño a realizar una inversión de un área de entretenimiento en Brasil abrió el parque de diversiones *PLAYCENTER*, compró tecnología no vista al momento de la apertura y el 27 de Julio de 1973 fue inaugurado en Sao Paulo como empresa pública, con un área de 50 mil m², localizada en Marginal Tietê importante autopista en Sao Paulo, la inversión inicial fue de \$4.5 millones de dólares.⁷³ El proceso tuvo una evaluación técnica de *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES (IAAPA)*, Asociación que incluye parques de diversión de todo el mundo así como equipo de parques de diversiones. Enrique Wendriner y Marcelo Gutglas, fundadores de *PLAYCENTER* Sao Paulo. Brasil tiene características para desarrollar complejos de entretenimiento, factores como el crecimiento de la población en ciudades como Sao Paulo y Río de Janeiro donde el 64% de la población brasileña está entre los 5 y 24 años; el factor clima es favorable a lo largo del año, en invierno es templado. Hay muchos conglomerados urbanos sin una pequeña opción de entretenimiento y las áreas de ocio que existen resultan ser insuficientes para conocer la demanda, un ejemplo es el parque acuático *SESC ITAQUERA*, inaugurado en 1992.⁷⁴ La Industria de parques de diversiones está en diferentes etapas en el mundo, madura en Estados Unidos, convirtiéndose en madura en Europa y emergiendo en Asia y América Latina. El crecimiento público en parques temáticos alrededor del mundo presenta tendencias favorables en Brasil está y está enfocado a personas de entre 5 y 24 años

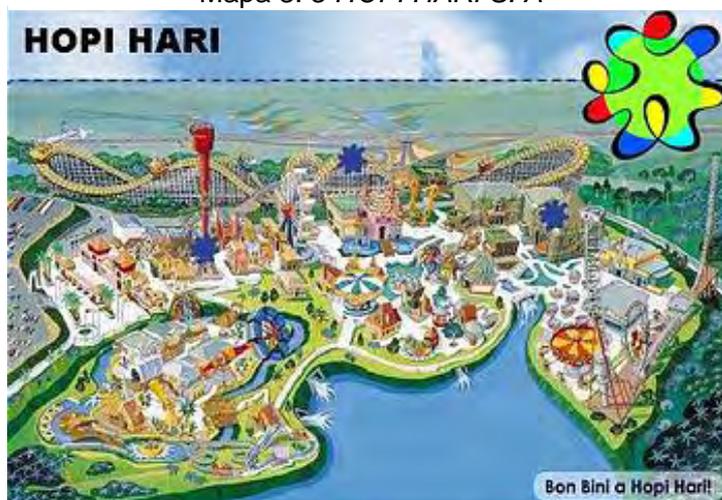
⁷¹ <http://www.hopihari.com.br>. 2 de febrero del 2007

⁷² *Ibíd*

⁷³ *Ibíd*

⁷⁴ *Ibíd*

Mapa 3. 3 HOPI HARI S. A



upload.wikimedia.org/.../300px-Hopi_hari.jpg. 3 de agosto del 2007

Cuadro 3. 3 Visitas anuales (x1000) de HOPI HARI S.A

| Tipo de Parque | Qty | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------------------|------------|---------------|---------------|---------------|
| Parque Temático | 11 | 4.530 | 5.572 | 6.129 |
| Parque acuático | 22 | 3.417 | 4.203 | 4.625 |
| Parque de diversiones | 30 | 2.900 | 3.567 | 3.924 |
| Moblie Parks | 27 | 1.500 | 1.845 | 2.029 |
| FEC | 105 | 6.574 | 8.086 | 8.894 |
| TOTAL | 195 | 18.921 | 23.273 | 25.601 |

Fuente: Brazilian Amusement Park Association.⁷⁵.

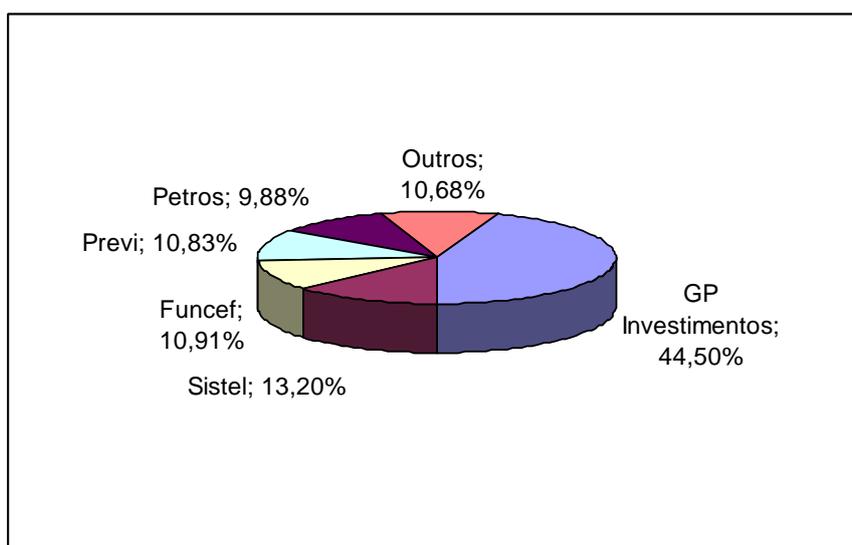
De acuerdo a la Asociación Brasileña de Parques de Diversiones (Adibra), las visitas anuales de HOPI HARI parque temático fueron de 5, 572 000 para 2001 y de 6,129 000 visitas para 2002.

HOPI HARI se llevó a los clientes a su otro parque temático PLAYCENTER; HOPI HARI empezó a hundir en deudas y ganancias menores, aunque la distancia entre PLAYCENTER y HOPI HARI es de 80 kilómetros, para 2003, GP ADMINISTRACIÓN de ambos parques, renovó PLAYCENTER S. A. vendieron PLAYCENTER NORTHEAST, PLAYCENTER SAO PAULO y PLAYLAND y

⁷⁵ ASOCIACIÓN DE PARQUES DE DIVERSIONES BRASILEÑA. 2 de Febrero del 2007

centraron todas sus inversiones en *HOPI HARI* con 28% de participación total; *GP*, cambió el nombre de parque temático *PLAYCENTER* a *HOPI HARI S.A.*⁷⁶ De acuerdo a *mergent online*, la participación accionaria de *HOPI HARI* es de 44% *GP INVESTIMENTOS*, la mayor participación del grupo.

Gráfica 3. 1 Participación accionaria de *HOPI HARI* en 2004



FUENTE: <http://mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006

3.4 FUNTIME HOSPITALITY CORP.

FUNTIME HOSPITALITY CORP. Desarrolla y opera complejos de entretenimiento, durante 2004 bajo el nombre *DAVE & BUSTER'S* y un Sitio *poker internet*, del segmento entretenimiento derivan ingresos de comida, bebidas y el uso de juegos.⁷⁷ Establecida el 6 de Diciembre de 1995, bajo el nombre *W.I.N GAMING CORP.* después de la fusión de *RED ROCKET EXPLORATION INC.* y *THE KIMBRIDGE GROUP INC.*; el 15 de Diciembre de 1995, la empresa adquirió el 100% de las acciones de *FUNTIME GAMES INC. CO.*; el 70% de *FUNTIME* por \$2, 100,000 dólares canadienses; el 5 de Octubre del 2003, la empresa vendió todos los activos operativos netos de *DAVE & BUSTER'S INC.*, compañía americana, incluyendo \$1, 102,925 dólares canadienses.⁷⁸

⁷⁶ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

⁷⁷ *Ibidem*

⁷⁸ *Ibidem*

3.5 INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.

INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD, está dedicada a los negocios de atracción de *carnival*⁷⁹. Durante 2005, la empresa opera dos parques de diversión *Carnival* en movimiento en Foshan y Nanhu, de la República de China. *FOSHAN CARNIVAL* fue operado por 94 días del 9 de Febrero del 2005 al 15 de Mayo del 2005 y *NANHU CARNIVAL* fue operado por 156 días del 29 de Julio del 2005 al 31 de Diciembre del 2005.⁸⁰ *Inново*, compañía controladora dedicada a la operación de servicios e instalaciones de diversiones.

Foto 3. 7 *INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD*



<http://www.media.pegasusnews.com>. 3 de agosto del 2007.

3.6 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA

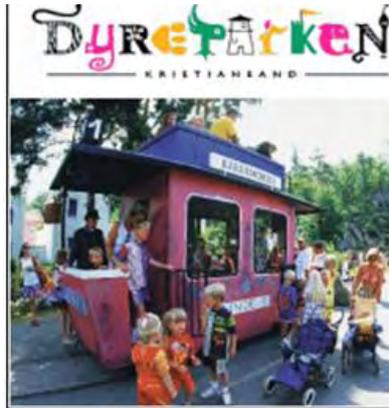
DYREPARKEN tiene cinco parques, un parque acuático, jardín botánico y un parque de entretenimiento, un parque temático y un zoológico, el cual contiene animales escandinavos como lobos y alces. A través de la subsidiaria *HIPPO-KJEDEN A/S*, la empresa está dedicada a la operación de un restaurante. En 1995, la empresa tuvo 430,000 visitantes para su principal parque de diversiones, *KARDEMOMME BY* con una extensión de 11 kms.⁸¹

⁷⁹ carnaval

⁸⁰ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

⁸¹ *Ibidem*

Foto 3. 8 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA



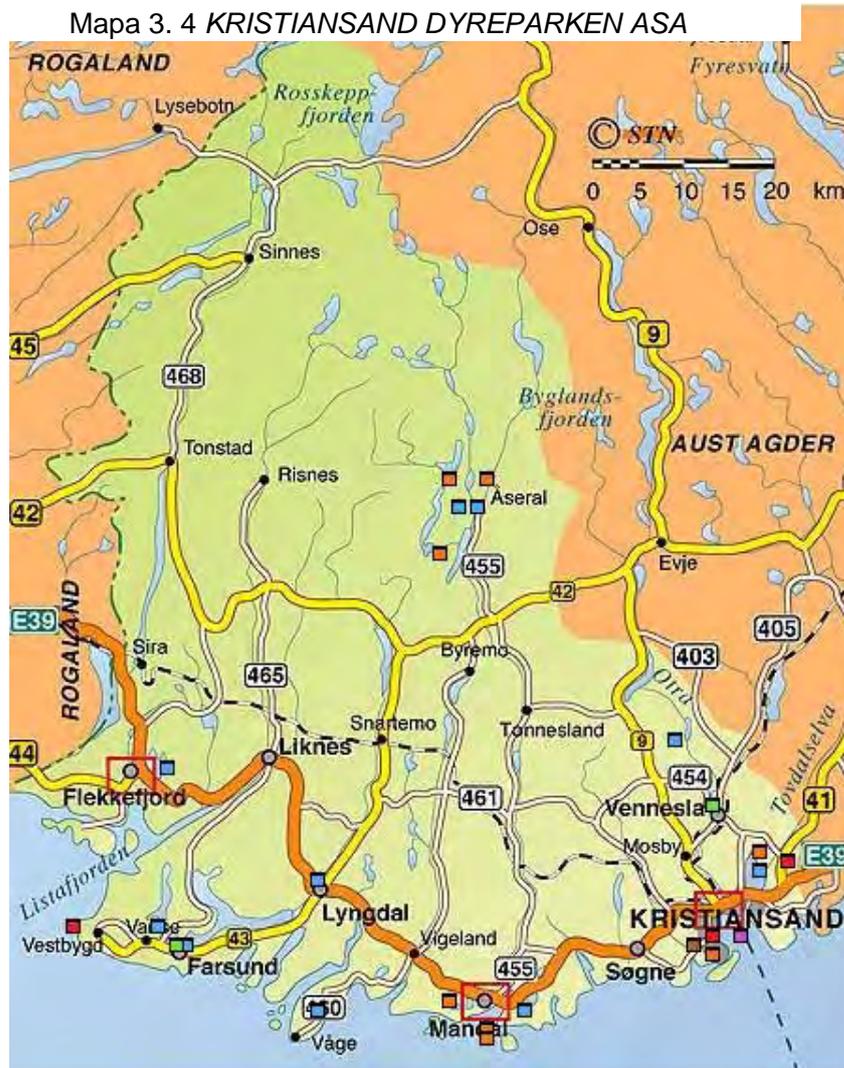
www.ferieguiden.no/.../logodyreparken.gif. 3 de agosto del 2007

En el zoológico permite observar la sabana de animales como jirafas y cebras; El zoológico es la atracción más visitada de Noruega con un área de 150 acres de terreno salvaje nórdico. Es diferente de otros zoológicos europeos, los animales tienen amplios espacios abiertos para recorrer y los visitantes pueden acercarse para observar algunos de los animales en peligro de extinción. En la primera parte de la selva hay una variedad de simios y monos, área abierta donde los monos más pequeños andan libres entre los árboles, mientras la gente puede moverse entre ellos; con 800 animales y pájaros en su ambiente natural. *CARDAMOM* centro *KARDEMOMMEBY*, basado en una historia de niños escrita por Thorbjorn Egner todos los personajes del libro de *KARDEMOMME BY*.⁸² El parque tiene una isla de verano con albercas calientes.⁸³

⁸² <http://www.dyreparken.com>. 27 de noviembre del 2006

⁸³ *Ibidem*

Mapa 3. 4 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA



www.supertravelnet.com/map/index.php?servicen. 3 de agosto del 2007

KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA se estableció en Noruega el 22 de Abril de 1961, en 1993 la empresa adquirió las instalaciones en *KS TOMMERRENNAS*. El 12 de diciembre de 1998 la empresa adquirió el 50% de las acciones en *RICA DYREPARKEN HOTEL KRISTIANSAND AS*. y el 11 de Diciembre del 2000, la empresa adquirió el 100% de las acciones *EN JULIOS JUNIOR AS*.⁸⁴

3.7 MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC.,

La empresa es propietaria y opera centros de entretenimiento de multi atracción; los centros de entretenimiento familiar incluyen varias atracciones, desde el 19 de

⁸⁴ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

Marzo del 2001 la compañía opera 14 centros de entretenimiento familiar y tres *speed zones*.⁸⁵

Competidores⁸⁶

3.8 MGM MIRAGE⁸⁷

La compañía empezó operaciones el 31 de mayo del 2000, terminó la fusión por \$6.4 billones de dólares la más grande en la Industria, en operaciones desde los 60s y *MIRAGE RESORT* en operación desde los 70s. El 26 de Enero del 2004, MGM Mirage completó la venta de dos casinos *GOLDEN NUGGET (EL GOLDEN NUGGET LAS VEGAS y EL GOLDEN NUGGET LAUGHLIN)* cimiento en el que construyó *MGM MIRAGE CORPORATION* predecesora *MIRAGE RESORTS. GOLDEN NUGGET* basada en la firma de inversión privada *POSTER FINANCIAL GROUP, INC*, por aproximadamente \$215 millones de dólares; el 4 de Junio del 2004, *MGM MIRAGE* anunció una oferta para adquirir uno de sus mayores competidores, *MANDALAY RESORT GROUP*; la transacción de *MGM MIRAGE* fue completada el 26 de Abril del 2005 por \$7.9 billones de dólares.⁸⁸ El 23 de Junio del 2004 MGM Mirage completó la construcción por \$140 millones de dólares venta del *MGM GRAND DARWIN A SKYCITY ENTERTAINMENT GROUP*; el 31 de Mayo del 2005 *MGM MIRAGE* anunció con *FOXWOODS RESORT y CASINO*, sociedad conjunta para desarrollar la nueva expansión *MGM*.

⁸⁵ <http://www.mergentonline.com> 3 de diciembre del 2006.

⁸⁶ Principales competidores a nivel global, pág. 41.aplica para *MALIBU*

⁸⁷ <http://www.mgm.com>. 29 de noviembre del 2006.

⁸⁸ *Ibídem*



www.floridathemeparks.com/images/Disney-MGM-S.. 3 de agosto del 2007.

El proyecto *CITY CENTER* en Las Vegas Strip en 2004 con aproximadamente 6 000 000 m², \$7 billones de dólares, en los *BOARDWALK HOTEL*; consistirá de hotel, casino y otros; disponible en 2009.⁸⁹

3.8.1 Propiedades

Las Vegas

BELLAGIO HOTEL/CASINO, Las Vegas, Nevada

CIRCUS CIRCUS, Las Vegas, Nevada

SLOTS-A-FUN CASINO

EXCALIBUR, Las Vegas, Nevada

LUXOR, Las Vegas, Nevada

MANDALAY BAY, Las Vegas, Nevada

THE HOTEL en Mandalay Bay

MGM GRAND LAS VEGAS, Las Vegas, Nevada⁹⁰

THE SIGNATURE en MGM Grand

THE MIRAGE, Las Vegas, Nevada

MONTE CARLO HOTEL/CASINO, Las Vegas, Nevada

NEW YORK-NEW YORK HOTEL/CASINO, Las Vegas, Nevada

TREASURE ISLAND, ti, Las Vegas, Nevada

Nevada

CIRCUS CIRCUS RENO, Reno Nevada

SILVER LEGACY RESORT CASINO, Reno, Nevada (51% propietario en asociación con *EL DORADO HOTEL CASINO*)

COLORADO BELLE HOTEL & CASINO, Laughlin, Nevada

EDGEWATER HOTEL AND CASINO, Laughlin, Nevada

RAILROAD PASS, Henderson, Nevada

⁸⁹<http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

⁹⁰ Estatua de la libertad de New York con *MGM GRAND LAS VEGAS* en el fondo. 3 de agosto del 2007.

NEVADA LANDING HOTEL & CASINO, Jean, Nevada
GOLD STRIKE HOTEL AND GAMBLING HALL, Jean, Nevada
PRIMM VALLEY RESORTS, Primm Valley, Nevada
BUFFALO BILL'S
PRIMM VALLEY RESORT
WHISKEY PETE'S
STAR OF THE DESERT ARENA
PRIMM VALLEY GOLF CLUBSHADOW CREEK GOLF COURSE, Norte Las Vegas, Nevada
THE GOLEEN NUGGET en Laughlin, Nevada⁹¹

Otras propiedades son GOLD STRIKE RESORT & CASINO, Tunica, Mississippi; GRAND VICTORIA, Elgin, Illinois; MGM GRAND DETROIT, Detroit Michigan (50% dueño en sociedad con DETROIT, L.L.C.); BEAU RIVAGE HOTEL y CASINO, Biloxi, Mississippi (actualmente cerrado); BORGATA HOTEL/CASINO & SPA, Atlantic City New Jersey (50% dueño a través MARINA DISTRICT DEVELOPMENT CORPORATION, LLC); MGM GRAND MACAU, Macau, China (con PANSY HO CHIO-KING); Subsidiarias MGM MIRAGE VACATIONS, Milwaukee, Wisconsin.⁹²

Resorts Las Vegas

MIRAGE RESORTS DE MGM- BELLAGIO, MGM Grand,
THE SIGNATURA, Mandalay Bay,
THE HOTEL, Mirage,
TREASURE ISLAND-TI,
MONTE CARLO, New York-New York,
LUXOR,
EXCALIBUR, CIRCUS CIRCU, Las Vegas.⁹³

Uno de los líderes y compañías más respetadas de hoteles y juegos de azar, MGM MIRAGE, empresa *holding*, es propietaria y opera hoteles, casinos y *resorts*; operó 26 *resorts* casinos en Nevada, Mississippi y Michigan y tuvo inversiones en otros tres casinos *resorts* en Nevada, Michigan, Mississippi, New Jersey y el Reino Unido. Opera otros casinos: NEVADA CASINOS, MGM GRAND DETROIT Y GOLD STRIKE-TUNICA, así como el BORGATA EN ATLANTIC CITY.⁹⁴ Dos campos de *golf* de campeonato en la frontera de California, Nevada.

⁹¹ <http://www.mergentononline.com>. 3 de diciembre del 2006.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ *Ibidem*

⁹⁴ *Ibidem*

Mapa 3. 5 MGM MIRAGE



www.floridathemeparks.com/images/Disney-MGM-S...3 de agosto del 2007.

Competidores⁹⁵

3.9 NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.

Comprometida en la Industria de entretenimiento y recreación, la empresa está ocupada en parque temático en Manukau City Auckland, el 30 de Junio del 2003 tuvo operaciones en Isla norte de Nueva Zelanda, en la región Asia pacífico⁹⁶.

⁹⁵ Principales competidores a nivel global, pág. 41, aplica para MGM MIRAGE

⁹⁶ <http://www.mergentonline.com>

3.10 *ORIENTAL LAND COMPANY LTD.*

La empresa originalmente se enfocó a oportunidades de ocio de la empresa pública japonesa tales como construcción de albercas y gimnasios. Ésta se acercó a *WALT DISNEY* en 1980 para financiar el primer parque *DISNEY* internacional; *TOKIO DISNEYLAND* fue construida y abierta en 1983 y la empresa *ORIENTAL LAND* no revendió el Parque a *DISNEY*; la Empresa paga una muy alta cantidad de dinero cada mes a la empresa en reputación y licencias, *DISNEY* ha arrendado sus *imagineers* a la compañía para construir un segundo parque, *TOKIO DISNEY SEA*, el cual abrió en 2001.⁹⁷ Los principales accionistas de *ORIENTAL LAND COMPANY* son *KEISEI ELECTRIC RAILWAY* Y *MITSUI FUDOSAN*.⁹⁸ La actividad principal del grupo es administrar y operar parques temáticos y complejos comerciales.

Foto 3. 10 *ORIENTAL LAND CO.*



www.olc.co.jp. 3 de agosto del 2007

ORIENTAL LAND CO. tiene parques temáticos, instalaciones comerciales, venta al menudeo. La división de parques temáticos opera *TOKIO DISNEYLAND*, *TOKIO DISNEY SEA HOTEL MIRA COSTA*.⁹⁹ La división de instalaciones comerciales administra y opera *IKSPIARI* y *CAMP NEPOS CO.* a través de éstas subsidiarias esta también en la dirección y operación de centros comerciales, *HOTEL EMBAJADOR DISNEY*, tiendas *DISNEY* en Japón, monorriel y restaurantes, operación de cafeterías, mantenimiento de equipo de cocina, agencia de entretenimiento, publicaciones, lavandería, servicios de limpieza y seguridad.

En cuanto a Parques temáticos, *ORIENTAL LAND* ha trabajado para crear un *resort* temático distinto en el mundo a través de la utilización de conocimientos en Japón desde la apertura de *TOKIO DISNEYLAND*, en atracciones, servicios y empleados.¹⁰⁰ La empresa se dedica a entrenamiento, los empleados del *resort* proveen servicio y experiencia; la operación de la compañía mejora cada día.¹⁰¹

⁹⁷ <http://www.mergentononline.com>. 3 de diciembre del 2006.

⁹⁸ *Ibídem*

⁹⁹ <http://www.olc.co.jp>. 29 de noviembre del 2006.

¹⁰⁰ *Ibídem*

¹⁰¹ <http://www.mergentononline.com> 3 de diciembre del 2006.

3.11 PARQUES REUNIDOS, S.A

El grupo inicia en 1967 bajo la denominación *PARQUE DE ATRACCIONES CASA DE CAMPO DE MADRID, S. A.*, en 1998 cambió la razón social por *PARQUES REUNIDOS, S. A.*, líder en el sector de ocio en España con 7.5 millones de visitantes. Se ha expandido en los últimos años¹⁰² con una inversión de £54.21 millones de euros para la modernización de las atracciones y £72 millones de euros en nuevas adquisiciones el grupo alcanza un volumen de activos de £361 millones de euros.¹⁰³ Una incorporación es el parque *OCEANOGRÁFICO UNIVERSAL DE LA CIUDAD DE LAS ARTES y LAS CIENCIAS EN VALENCIA, L'OCEANOGRAFIC* ubicada en España, con una ciudad submarina de 10,000 m², mayor parque submarino de Europa, la instalación tiene proyectos educativos y de investigación. En Noviembre del 2000 la compañía amplió el capital £30 millones de euros con la entrada de accionistas como *GRUPO PLANETA, GRUPO AGOSTINI y NUTREXPA*, en Enero de 2004 es adquirido por la compañía de capital de riesgo *ADVENT INTERNACIONAL*, convirtiéndose en accionista mayoritario. El grupo, único operador presente en los cuatro segmentos que integran el sector de parques de ocio: atracciones, animales, acuáticos y teleféricos.¹⁰⁴ El parque de atracciones *BOBBEJAANLAND*, parque de atracciones con más tradición en Bélgica tras tres años de modernización con 35 ha..

Foto 3. 11 PARQUES REUNIDOS



www.cinven.com/.../cs_Parques-reunidos-1.jpg. 3de agosto del 2007.

El *ZOO AQUARIUM* de Madrid único en Europa que reúne, zoológico, acuario, delfinario y aviario en 20 ha. y 6000 animales de los 5 continentes. El *GRUPO PARQUES REUNIDOS*, líder en España gestiona directamente veinte negocios vinculados al sector del ocio. El grupo, explota un portal de ocio en *internet*, complejos gastronómicos y servicios de animación y espectáculos, en el plano internacional en Mayo de 2004 y de 2006 el grupo ha incorporado el parque *BOBBEJAALAND y BO SOMMARLAND. SELWO* rodeado de animales en semilibertad y *VALWO* Ocio al aire libre; *PARQUES REUNIDOS* y sus subsidiarias están ocupados en la operación de parques de diversiones, jardines botánicos,

¹⁰² <http://www.parquesreunidos.com>. 29 de noviembre del 2006.

¹⁰³ *Ibídem*

¹⁰⁴ *Ibídem*

zoológicos y exhibiciones localizados en Madrid, Estepota y Valladolid también opera un tranvía en Madrid y parques acuáticos a través de España.¹⁰⁵

3.12 PLAYCENTER S.A.

Compañía controladora dedicada a inversión, desarrollo y administración de empresas involucradas en entretenimiento y atracciones públicas, como parques temáticos, boliches y restaurantes;¹⁰⁶ Inversiones en empresas comerciales extranjeras.¹⁰⁷ Actualmente la empresa participa en dos parques de diversión en Brasil, uno en Sao Paulo y el otro en Pernambuco, un parque temático, *HOP! HARI* y 25 *Playlands* al aire libre; las operaciones extranjeras de la empresa son 7 *Playlands* en Buenos Aires, Argentina.¹⁰⁸

3.13 RESORT WORLD BERHAD

RESORT WORLD BHD empezó en 1980 en; en 1989 *GENTING GROUP* y *RESORTS WORLD*. La principal actividad de *RESORTS WORLD* incluye negocios turísticos *resort* en *GENTING HIGHLANDS* actividades de entretenimiento. La empresa está ocupada en el desarrollo de propiedades y administración, inversiones tiempo compartido, *tours* y servicios relativos a viajes, cruceros, operaciones de cruceros, inversión *holding* y provisión de información de servicios relativos a tecnología;¹⁰⁹ servicios hospitalarios. Hay actualmente seis hoteles propiedad de *GENTING HIGHLAND RESORT* incluye *GENTING HOTEL*, *HIGHLANDS HOTEL*, *HOTEL PARQUE TEMÁTICO* y *HOTEL RESORT*. *AWANA GENTING HIGHLANDS*, *GOLF y COUNTRY RESORT* y el primer hotel mundial.¹¹⁰

¹⁰⁵ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

¹⁰⁶ <http://www.business.com>. 2 de febrero del 2007.

¹⁰⁷ <http://www.mergentonline.com>

¹⁰⁸ <http://www.business.com>. 2 de febrero del 2007

¹⁰⁹ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

¹¹⁰ *Ibidem*

Foto 3. 12 RESORT WORLD BHD



www.agenciadeviagemsilva.com.br/images. 3 de agosto del 2007

3.14 RIBERAO PRETO WATER PARK S.A.

Desde su establecimiento en 1993, *RIBERAO PRETO WATER PARK* permaneció bajo pre-apertura con planes para construcción, desarrollo y administración de un parque temático acuático bajo el nombre de *WET'N WILD* (parque acuático) en Riberao Preto. El 21 de Diciembre del 2000, los accionistas de la empresa decidieron la liquidación y disolución de la empresa.¹¹¹

Foto 3. 13 RIBERAO PRETO WATER PARK S. A



midia.brasilviagem.com/jpg/154607.jpg. 3 de agosto del 2007

¹¹¹ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

3.15 SERRA AZUL WATER PARK S.A.

Dedicada al desarrollo y administración de parques temáticos acuáticos bajo el nombre de *WET'N WILD*; incorporado en 1995 a Brasil.¹¹²

3.16 SIX FLAGS INC.

Empresa operadora de parques temáticos regional más grande del mundo, es propietario y opera un 34 parques en Norte América, 34 de las 50 áreas metropolitanas más grandes en los Estados Unidos.¹¹³ El fundador de *SIX FLAGS*, petrolero texano Angus Wynne, abrió el primer parque *SIX FLAGS OVER TEXAS* en 1964; creó una nueva forma de entretenimiento familiar, un parque regional grande con entretenimiento, juegos innovadores complementados por presentaciones temáticas y el uso de temas, la idea dio la vuelta a los viejos parques de diversiones dentro del concepto de parque temático.¹¹⁴ *SIX FLAGS OVER TEXAS* modeló después la cultura de los seis países los cuales Flags voló sobre Texas y dio nombre al parque. La inventiva temática permitió a los invitados la oportunidad para experimentar lugares que existían en su imaginación como la cultura cowboy, francesa y cultura hispana y piratas. *SIX FLAGS* tiene parques temáticos, acuáticos y zoológicos y acuerdo concesión con *DC COMICS* y *WARNER BROS*; consumir productos le permite la exclusiva a muchas de las caricaturas del mundo, super héroes de *BUGS BUNNY* y sus amigos *LOONEY TUNES* a super héroes *DC COMICS BATMAN, ROBIN, MUJER MARAVILLA* y *FLASH*.

Foto 3. 14 *SIX FLAGS INC*



www.sixflags.com 3 de agosto del 2007.

¹¹² <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

¹¹³ <http://www.sixflags.com>. 20 de noviembre del 2006

¹¹⁴ *Ibídem*

Mapa 3. 6 SIX FLAGS INC.

Ride Guide

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| <p>Under 42" tall with adult Big Wheel (L-3) Buccaneer (L-1) Bugs Bunny Seaport Barnstormer (P-2) Carousel (I-3) Cub's Corner (E-4) Daffy Deep Diver (P-2) Daffy Duck Hot Air Balloons (G-2) Elmer Fudd Weather Balloons (P-2) Enchanted Teacups (H-3) Pepe Le Pew Heart's Aweigh (P-2) Porky Pig Camp Wagons (G-2) Riptide (O-1) Road Runner Railway (P-1) Saw Mill Log Flume (E-2) Skyride/Skyway (D-2/M-2) Splash Water Oasis (E-4) Tango (D-4) Taz Seaport Trucking Company (O-2) Taz Tornado (P-2) Tigerland Treehouse (E-4) Yosemite Sam Flight School (P-2)</p> | <p>Under 48" tall Raja's Rickshaws (E-4)</p> <p>Under 48" tall with adult Houdini's Great Escape (J-3) Jolly Roger (M-1) Royal Elephants (E-4)</p> <p>Under 54" tall Bugaboo (E-4) Bugs Bunny Camp Carousel* (G-2) Bugs Bunny Fun Factory* (P-2) Jolly Roger (M-1) Koala Canyon* (R-2) Splash Water Oasis* (E-4) Tigerland Treehouse* (E-4)</p> <p><small>* May be Accompanied by one adult</small></p> | <p>Min. 36" tall less than 54" Jungleland Express (E-4) Michigan J. Frogg Fun Floatilla (P-2) Michigan J. Frogg Fun Freighters (P-2) Monkey Around (E-4) Sylvester Pounce and Bounce (P-2)</p> <p>Min. 36" tall with adult Blackbeard's Lost Treasure Train (K-1) Congo Rapids (R-3) Movietown Water Effect (H-4) Parachute Training Center (H-6) Sponge Bob Square Pants™ 3-D (I-5)</p> | <p>Min. 42" tall to ride alone Alcatraz** (G-6) Buccaneer (L-1) Congo Rapids (R-3) Enchanted Teacups (H-3) Fantasy Fling (L-2) Movietown Water Effect (H-4) Musik Express (L-4) Parachute Training Center (H-6) Saw Mill Log Flume (E-2) Skyride/Skyway (D-2/M-2) Spin Meister (L-3) Tango (D-4) Sponge Bob Square Pants™ 3-D (I-5)</p> <p>Min. 40" tall with adult 18 yrs + Great American Road Race** (I-6) passenger only</p> | <p>Min. 44" tall to ride Rolling Thunder (D-5) Runaway Mine Train (D-3) Skull Mountain (H-1) Stuntman's Freefall (H-6)</p> <p>Min. 48" tall to ride alone Blackbeard's Lost Treasure Train (K-1) Flying Wave (L-2) Space Shuttle (G-6)</p> <p>Min. 48" tall w/adult Autobahn - passenger only (L-4)</p> <p><small>** Additional Fee Required (Ride restrictions are subject to change. Please check the ride signs before entering the queue.)</small></p> | <p>Min. 54" tall to ride Autobahn - driver (L-4) Batman and Robin: The Chiller (H-4) Batman the Ride (O-3) ERUption** (H-5) Great American Scream Machine (F-7) Kingda Ka (E-5) Medusa (A-3) Nitro (O-3) The Twister (G-5) Superman-Ultimate Flight (H-8)</p> <p>Min. 58" tall to drive Great American Road Race** (I-6)</p> <p>Please check ride signage for the following rides: El Toro (E-4) Bugs Bunny Ranger Pilots (G-2) Wile E. Coyote Canyon Blaster (G-2)</p> |
|---|---|--|---|--|---|

Height check wristbands are available at Guest Relations and Security booths.

www.utexas.edu/.../parks/graphics/parks3.jpg. 3 de agosto del 2007

**a. Estados Unidos
California**

- SIX FLAGS MAGIC MOUNTAIN, Los Angeles
- SIX FLAGS HURRICANE HARBOR, Los Angeles
- SIX FLAGS MARINE WORLD, San Francisco
- SIX FLAGS WATERWORLD, Concord
- SIX FLAGS WATERWORLD, Sacramento

Colorado

- SIX FLAGS ELITCH GARDENS, Denver

Georgia

- SIX FLAGS OVER GEORGIA, Atlanta
- SIX FLAGS WHITE WATER, Atlanta
- AMERICAN ADVENTURES, Atlanta

Illinois

- SIX FLAGS GREAT AMERICA Y SIX FLAGS HURRICANE HARBOR, Chicago

Kentucky

- SIX FLAGS KENTUCKY KINGDOM, Louisville

Louisiana

SIX FLAGS NEW ORLEANS

Maryland

SIX FLAGS AMERICA, Baltimore/Washington, DC

Massachusetts

SIX FLAGS NEW ENGLAND, Springfield

Missouri

SIX FLAGS ST. LOUIS

New jersey

SIX FLAGS GREAT AVENTURE, Jackson

SIX FLAGS HURRICANE HARBOR, Jackson

SIX FLAGS WILD SAFARI, Jackson

New york

SIX FLAGS DARIEN LAKE, Buffalo

THE GREAT ESCAPE & SPLASHWATER KINGDOM, Lake George

Ohio

WYANDOT LAKE, Columbus

Oklahoma

FRONTIER CITY, Oklahoma City

WHITE WATER BAY, Oklahoma City

Texas

SIX FLAGS OVER TEXAS, Arlington

SIX FLAGS HURRICANE HARBOR, Arlington

SIX FLAGS FIESTA TEXAS, San Antonio

SIX FLAGS SPLASH TOWN, Houston

WASHINGTONWILD WAVES & ENCHANTED VILLAGE, Seattle

a. Canadá *LA RONDE*, Montreal

b. México *SIX FLAGS MÉXICO*, Ciudad de México

SIX FLAGS tiene 20 parques acuáticos en el mundo incluyendo *SIX FLAGS HURRICANE HARBOR* en New Jersey, el más grande de los Estados Unidos. Algunos parques acuáticos son independientes y otros se encuentran dentro del Parque Temático *SIX FLAGS*.¹¹⁵El parque acuático en Chicago tiene 13 acres junto a *SIX FLAGS GREAT AMERICA*. *SIX FLAGS HURRICANE HARBOR*, *SIX FLAGS FLAGS NEW ENGLAND*, *SIX FLAGS WATERWORLD* en Concord, *SIX FLAGS WATERWORLD* en Sacramento. *SIX FLAGS MARINE WORLD* es un parque temático, combinación *oceanarium* y parque Animal, en 2005 agregó *OCEAN DISCOVERY* con 136 acres y 3,000 animales de diferentes especies. *SIX FLAGS WILD SAFARI* en New Jersey tiene el Safari más grande fuera de África con 4.5 millas y diferentes tipos de animales incluye especies en vías de extinción. *SIX FLAGS GREAT ADVENTURE*, adicionó en 2005 una exhibición de tigres dentro del parque temático, animales exóticos como tigres de bengala y tigre dorado.¹¹⁶

¹¹⁵ <http://www.sixflags.com>. 20 de noviembre del 2006

¹¹⁶ *Ibidem*

3.17 WEST EDMONTON MALL

Localizado en Edmonton, Alberta, Canadá es el más grande centro comercial en norte América con un área de 570,000m² y costo de \$1.2 billones de dólares canadienses para construcción; tiene más de 800 tiendas, servicios y estacionamiento para más de 20,000 vehículos. El centro comercial recibe 22 millones de visitas por año y más de 60 000 compradores diariamente; actualmente valuado en \$926 millones de dólares.¹¹⁷ *WEST EDMONTON MALL (WEM)* abrió el 15 de Septiembre de 1981 y ha sido expandido tres veces desde su apertura, en 1983 (Fase II), 1985 (Fase III), y 1999 (Fase IV). Fue el más grande centro comercial cubierto en el mundo hasta 2004; el propietario es *WEST EDMONTON MALL*.¹¹⁸

Foto 3. 15 *WEST EDMONTON MALL*



www.westedmontonmall.com. 3 de agosto del 2007

Los parques de *WEST EDMONTON* son: *GALAXYLAND*, parque de diversiones al aire libre localizado en el lado norte del centro comercial, cuenta con montaña rusa de triple giro más grande del mundo;¹¹⁹ *WORLD WATERPARK*, parque acuático cubierto más grande del mundo con un tamaño de más de 20 000m², tiene la alberca de olas cubierta más grande (*Sky Screamer*) tobogán de alta velocidad;¹²⁰ *PROFESSOR WEM'S ADVENTURE GOLF*, campo de *golf* miniatura de 18 hoyos, originalmente conocido como *PEBBLE BEACH MINI GOLF*, el

¹¹⁷ <http://www.westedmontonmall.com>. 11 de abril del 2007

¹¹⁸ *Ibídem*

¹¹⁹ *Ibídem*

¹²⁰ *Ibídem*

campo fue remodelado a mediados de los 90s; otras atracciones son, centro de eventos Edmonton es un complejo de entretenimiento que consiste de Bolos, alberca, escenario musical, dos complejos cine teatro, *SILVERCITY FAMOUS PLACER* y *CINEPLEX ORDEON*, *HOTEL FANTASYLAND*, *ICE PALACE*, *FLAMINGOS ROSAS*, una réplica de la Santa María, uno de los barcos navegado por Cristóbal Colón, parque zoológico, cavernas de vida Acuática, juego submarino, clubes de baile (*FEVER*, *THE RUM JUNGLA*), *KIDTROPOLIS*, tienda con parque de patinaje cubierto y Circuito Circo *arcade* y 3 estaciones de radio. Las áreas temáticas son calle *Bourbon*, *clubs* y restaurantes con influencia de New Orleans; Europa *Boulevard*, tiendas eclécticas en un área como una calle europea; *Chintown*, negocios de hostelería para la población Asiática; el Centro comercial incluye tiendas departamentales y tiendas para adolescentes, desde 2003 ha incrementado las tiendas.

Los desarrollos futuros con una expansión adicional de 14 000m² de espacio para venta al público, instalación para deportes, convenciones, un edificio de oficinas y un edificio de 600 departamentos. Actualmente están bajo construcción en China y el Centro de distribución en Beijing ha desplazado ya al *WEST EDMONTON MALL* como el más grande del mundo. El *SM MALL OF ASIA*, localizado en Ciudad Pasay, será establecido en Dubai, Emiratos Árabes Unidos, con un área total de 836 000m², Incluyendo más de 1000 tiendas, reclama ser el más grande centro comercial en el mundo cuando sea terminado.¹²¹ El centro comercial tiene el estacionamiento más grande del mundo, con 20 000 lugares disponibles.

¹²¹ <http://www.westedmontonmall.com>. 11 de abril del 2007.

CAPITULO IV
PARQUES DE DIVERSIÓN EN MÉXICO

CAPITULO IV

4. PARQUES DE DIVERSIÓN EN MÉXICO

4.1 GRUPO MÁGICO¹²². Subsidiaria de CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE), Historia¹²³ de CIE¹²⁴ de 1990 A 2004.

GRUPO MÁGICO, subsidiaria de *CIE*¹²⁵ líder en entretenimiento en los mercados de habla hispana y portuguesa de Ibero América, incluyendo mercado latino de los Estados Unidos.

1990 *CIE* inició sus operaciones a través de la *OPERADORA DE CENTROS DE ESPECTÁCULOS, S. A. DE C.V.*, promotora de eventos de entretenimiento en vivo y operadora de inmuebles como el *PALACIO DE LOS DEPORTES DE LA CIUDAD DE MÉXICO*; inició la venta de alimentos, bebidas y *souvenirs* y a comercializar los patrocinios de sus eventos.

1991 Celebró convenio de coinversión con *TICKETMASTER CORP.*, líder en venta de boletos en Estados Unidos, para vender boletos de acceso a eventos públicos y centros de espectáculos en México y Latinoamérica usando el nombre de *TICKETMASTER*.

1992 Empezó a organizar y promover ferias comerciales y exposiciones en México.

1993 Empezó a operar el *AUDITORIO COCA COLA FUNDIDORA EN MONTERREY*; operar dos pabellones feriales en el *PALACIO DE LOS DEPORTES DE LA CIUDAD DE MÉXICO*.

1994 Estableció operaciones en Nueva York, Estados Unidos para contratación de talento artístico, producción y promoción de espectáculos internacionales y mexicanos en vivo.

1995 *Adquirió REED EXHIBITION COMPANIES, S.A. DE C.V.* (actualmente *REPRESENTACIONES DE EXPOSICIONES MÉXICO, S. A. DE C. V.*), *REED ELSEVIER, LTD.*, promotora líder a nivel mundial de ferias comerciales y exposiciones le dio una posición de liderazgo en mercado mexicano.

¹²² Para mayor información ver contactos de Asociaciones, pag. 41, en Anexo V.

¹²³ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹²⁴ *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO*

¹²⁵ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

1996 Convenio de coinversión con *WALT DISNEY THEATRICAL WORLDWIDE, INC.*, permite a *CIE* presentar producciones teatrales de *DISNEY* en Latinoamérica, España y Portugal; empezó a comercializar la señalización en paneles rotativos de publicidad estática a nivel de cancha en los estadios de fútbol de México; adquirió derechos para operar los teatros *METROPOLITAN* y *ORFEÓN*, así como *ESTADIO AZUL* en la Ciudad de México.

1997 Convenio de coinversión con *SITEL CORP.*, uno de los líderes a nivel mundial de servicios de tele mercadeo, para la constitución de una compañía en la cual *CIE* detentaba el 51% del capital y contribuye con experiencia, tecnología y base de clientes a operaciones de tele mercadeo; *CIE* adquirió el 51% del capital accionario de *RAC PRODUCCIONES, S.A. DE C.V.*, una de las principales empresas promotoras mexicanas de talento artístico incluye *CIRCO RINGLING BROS* y el espectáculo *DISNEY SOBRE HIELO*; constituyó la sociedad denominada *GRUPO MANTENIMIENTO DE GIROS COMERCIALES INTERNACIONAL, S.A. DE C.V. (GRUPO MÁGICO)*, donde *CIE* tiene actualmente 50% del capital social; terminó la construcción del *FORO SOL* en la Ciudad de México; con grupo *ECE, S.A. DE C. V.*, propietario de los restaurantes temáticos *HARD ROCK CAFÉ* en la Ciudad de México y Guadalajara inicia la operación y promoción de espectáculos de artistas locales e internacionales.

1998 Celebró un convenio de coinversión con el promotor de *Rock* y entretenimiento en vivo de Argentina y Chile, las operaciones concluyeron con la constitución de *CIE-R&P, S. A.*, quedando *CIE* como propietaria de 70% del capital accionario; obtuvo derechos para eventos en los *ESTADIOS VELEZ SARFIELD* y *RIVER PLATE* en Buenos Aires (actualmente ya no opera dichos estadios); obtuvo una concesión para desarrollar y operar *PARQUE DE DIVERSIONES SALITRE* en Bogotá, Colombia; obtuvo una concesión por 25 años para operar el *HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS* de la ciudad de México; concesión por 50 años para desarrollar un centro de exposiciones y convenciones (*CENTRO BANAMEX*), hotel y centro cultural; concluyó la adquisición del concesionario para la operación del *JARDÍN ZOOLOGICO* en Buenos Aires; empezó a comercializar espacios publicitarios en puentes peatonales en México; adquirió el 49% restante de *RAC PRODUCCIONES, S.A. DE C. V.*

1999 Coinversión de 50%/50% *SINCA INBURSA* con un fondo de capital de riesgo mexicano para producir películas de largometraje en México y distribuir películas propias y de terceros en México y en el extranjero; adquirió el 30% de las acciones de *STAGE EMPREENDIMENTOS, S. A. (STAGE)*, promotor de eventos nacionales e internacionales; adquirió el 30% restante de *CIE-R&P, S.A*; logra acceso a los *TEATROS ALAMEDA I y II (HOY CENTRO CULTURAL TELMEX I y II)* de la Ciudad de México y concluyó convenios para operación del *HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS*; convenio de asesoría con *LONE STAR RACE PARK, LTD.*, operador del *HIPÓDROMO LONE STAR PARK DE DALLAS, TX.*, uno de los más modernos de Estados Unidos para la operación del *HIPÓDROMO*; convenio de prestación de servicios para sistemas y equipos para el manejo de apuestas en el hipódromo, con *AUTOTOTE CORP.*, líder mundial; y convenio de asociación con

SINCA INBURSA para el desarrollo del *HIPÓDROMO Y EL DESARROLLO DEL COMPLEJO LAS AMÉRICAS*; inicia la apertura de locales foráneos, *SPORTS BOOKS*¹²⁶ y *YAKS*¹²⁷, con la puesta en operación de su primera unidad en el *HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS*; adquirió derechos exclusivos para promoción y producción de presentaciones internacionales en centros de espectáculos de Sao Paulo, Brasil.

2000 Firmó un acuerdo con *ASPEC GRUPO, S.A. DE C.V.*, compañía propietaria de *LATIN ENTERTAINMENT INC. (LE)*, a través de *CIE* proveería contenidos en *internet* con el 85% de capital de la sociedad controladora; adaptación del *FORO SOL* en un estadio de béisbol para los juegos de los equipos *DIABLOS ROJOS* y *TIGRES CAPITALINOS (hoy DIABLOS ROJOS)*; adquiere un 40% adicional de *STAGE*, llegando a contar con 70% de su capital accionario; comienza el parque temático *PLANETA AZUL* en la Ciudad de México; adquisición del 85% de *LE*, compañía tenedora de los sitios de *internet*. *CIE* establece acuerdo con *SINCA INBURSA* quedando *CIE* con el 58.2% del capital contable; acuerdo por 10 años con *TICKETMASTER CORP.* para la expansión de operaciones de *CIE* en centro y Sudamérica y la operación de *TICKETMASTER*; abre *SALITRE MÁGICO* y *CICI AQUAPARK*.

2001 Asociación con *HAUSER ENTERTAINMENT, INC.*, promotor líder de eventos latinos en Estados Unidos para la promoción de eventos de origen latino en mercados de habla hispana; a través de *GRUPO MÁGICO*, adquirió el control de *LA FERIA DE CHAPULTEPEC*; acuerdos con *CINÉPOLIS* y *CINEMARK*, comercialización de *CINEMINUTOS*, publicidad en pantallas cinematográficas; *CIE* adquiere un 25% adicional del capital social de *STAGE* al 95%; inicia operaciones en Rio de Janeiro mediante adquisición de *ATL HALL*, centro de espectáculos y eventos especiales y corporativos; asociación con *AUDIENCIAS CAUTIVAS*, *CIE* detenta el 60% del Capital Social, *CREATIVIDAD* y *ESPECTÁCULOS, S.A. DE C.V.* para producir eventos especiales y corporativos. *CIE* y *FORSY THE RACING INC.*, acuerdo, con *CHAMPIONSHIP AUTO RACING TEAMS, INC. (CART)*, serie de automovilismo deportivo para presentar la *SERIE CART* en la Ciudad de México; inicia la remodelación del *AUTÓDROMO HERMANOS RODRÍGUEZ* de la ciudad de México; y la adquisición de los derechos de acceso al *PALAU DELS SPORTS*, en Barcelona, España.

2002 Derechos para explotación de espacios publicitarios interiores y exteriores en 13 aeropuertos de *GRUPO AEROPORTUARIO CENTRO NORTE EN MÉXICO*: establece una alianza estratégica con *BANAMEX* para desarrollar la imagen corporativa y el enfoque de negocio del inmueble, y reforzar la marca; firma un contrato para operar un teatro dentro de un centro de entretenimiento, cultura y comercio a ser desarrollado en Madrid; asociación entre *CIE*, *GRUPO MÁGICO* y *ZN MÉXICO II*, fondo privado de inversión en capitales para financiamiento de *WANNADO*; asociación entre *CIE* y *TELEVISA*

¹²⁶ Basada en apuesta deportiva

¹²⁷ Juegos basados en números

ENTRETENIMIENTO (adquiere 40% de *OCESA ENTRETENIMIENTO*), la transacción valuada en \$104.7 millones de dólares.

2003 Inició de construcción en el centro comercial *SAWGRASS MILLS* de Sunrise, Florida “*GRUPO MÁGICO* en Miami con *WANNADO* y una inversión de \$50 millones de dólares.”¹²⁸

2004 Alianza con *STAGE HOLDING*, promotor teatral en Europa, con el objeto de consolidar su operación; inicia operación de *GRANJA LAS AMÉRICAS* en el complejo *LAS AMÉRICAS* de la ciudad de México, enfocado al convivio y aprendizaje de animales y medio ambiente; inaugura “*MÉXICO MÁGICO*”, parque de diversión que muestra una exposición permanente que promueve la cultura mexicana a través de su arquitectura dentro de las etapas prehispánicas, coloniales y modernas; *CIE* obtiene de los *GRUPOS SISTEMAS INTEGRALES PARA EL TRANSPORTE (SINTRA)* e *INMOBILIARIA FUMISA*, derechos para la comercialización de espacios publicitarios dentro de los aeropasillos de las salas nacional e internacional, del aeropuerto de la ciudad de México; con *GRUPO AEROPORTUARIO CENTRO NORTE* obtiene derechos para comercializar espacio publicitario en pantallas digitales dentro de los aeropuertos que este opera; *CIE* establece una asociación con *KEENEEX*, comercializador de espacio publicitario en puentes peatonales en Guadalajara, México; *GRUPO SITEL* México vende acciones de *STITEL* Panamá; abre el parque de diversiones en Estados *WANNADO CITY*; *NASCAR (NACIONAL ASSOCIATION FOR STOCK CAR AUTO RACING)* y *OCESA* anuncian la creación de *NASCAR MÉXICO* que establecerá y apoyará carreras de autos a nivel local en México.

2005 *CIE* Américas tuvo *SPORTS BOOKS* y *YAKS* con 36 unidades.

2006 *KIDZANIA*¹²⁹ *JAPÓN*¹³⁰

2007 *KIDZANIA DUBAI*, *KIZANIA PORTUGAL* Y *KIDZANIA YAKARTA*, Indonesia.

¹²⁸ Empresarios Mexicanos sorprenderán a Estados Unidos con Wannado, Martín Takagui, 12 de Agosto de 2004.

¹²⁹ *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* al crecer se ha llamado *KIDZANIA*

¹³⁰ *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* que al internacionalizarse se llama *KIDZANIA*

Cuadro 4. 1 CIE Parques de diversiones

| |
|---------------------------------------|
| <i>SITRACK</i> |
| <i>CONCIERTOS</i> |
| <i>ASDEPORTE</i> |
| <i>AUTOMOVILISMO</i> |
| <i>TEATRO</i> |
| <i>PROYECTOS ESPECIALES</i> |
| <i>HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS</i> |
| <i>GRANJA LAS AMÉRICAS</i> |
| <i>ROYAL YAK</i> |
| <i>CENTRO BANAMEX</i> |
| <i>SPORTS BOOKS, YAKS Y YAK</i> |
| <i>ELECTRÓNICO</i> |
| <i>REMEX</i> |
| <i>PUBLITOP</i> |
| <i>CREATIVIDAD Y ESPECTÁCULOS</i> |
| <i>UNIMARKET</i> |
| <i>CINEMINUTO</i> |
| <i>MEDIA INNOVATION</i> |
| <i>VIDEO ON DEMAND</i> |
| <i>SITEL</i> |
| <i>CONTACTOS CIE COMERCIAL</i> |
| <i>MÉXICO MÁGICO</i> |
| <i>VALLE FANTÁSTICO</i> |
| <i>CICI AQUAPARK</i> |
| <i>CICI ACAPULCO MÁGICO</i> |
| <i>LA FERIA DE CHAPULTEPEC</i> |
| <i>PERIMÁGICO</i> |
| <i>SALITRE MÁGICO</i> |
| <i>SELVA MÁGICA</i> |
| <i>WANNADO CITY</i> |
| <i>CIE ARGENTINA</i> |
| <i>CIE BRASIL</i> |
| <i>CIE USA ENTERTAINMENT INC.</i> |
| <i>ALTAVISTA</i> |
| <i>DESAFÍO CORONA</i> |
| <i>NASCAR</i> |
| <i>JOCKEY CLUB MEXICANO</i> |
| <i>CONTACTOS CENTRO BANAMEX</i> |
| <i>EL JUEGO DEL YAK</i> |
| <i>SPORTS BOOK</i> |
| <i>SALAS DISTRITO FEDERAL</i> |
| <i>SALAS EN LA REPÚBLICA MEXICANA</i> |
| <i>YAK ELECTRÓNICO</i> |

FUENTE: <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

4.1.1 CIE Parques de Diversiones

CIE engloba parques de diversiones como *MÉXICO MÁGICO*, *VALLE FANTÁSTICO*, *CICI ACAPULCO MÁGICO* y *CICI AQUAPARK*, *LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO*, *PERIMÁGICO*, *SALITRE MÁGICO* y *WANNADO CITY*.

4.1.1.1 MÉXICO MÁGICO

Exhibición permanente que muestra y promueve la cultura mexicana, donde los visitantes podrán apreciar en 92 maquetas colocadas en 22 islas la importancia, trascendencia y diversidad a través de su arquitectura dentro de las etapas prehispánica, colonial y moderna, en el *BOSQUE DE CHAPULTEPEC*.¹³¹ El 20 de Marzo del 2006, la *Suprema Corte de Justicia* y el *PARQUE MÉXICO MÁGICO* inauguraron la maqueta a escala del *Tribunal de Justicia de México* y que se suma al acervo cultural del parque.

Foto 4. 1 *MÉXICO MÁGICO*



<http://www.ciemexico.com.mx/index.php?fuseaction=home.div&id=225>. 3 de agosto del 2007-

4.1.1.2 VALLE FANTÁSTICO

Parque de diversiones con entretenimiento y diversión para toda la familia. Cuenta con juegos mecánicos y atracciones dirigidas a público infantil y juvenil; ubicado en San Andrés Cholula.¹³²

¹³¹ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹³² *Ibidem*

Foto 4. 2 VALLE FANTÁSTICO



www.achus.info/.../america/valle_fantastico.jpg. 3 de agosto del 2007.

4.1.1.3 CICI ACAPULCO MÁGICO

Moderno parque acuático para toda la familia, ofrece altos estándares de seguridad en Acapulco, Guerrero; y *CICI AQUAPARK en BOGOTÁ COLOMBIA* con el mismo concepto.¹³³

Foto 4. 3 CICI ACAPULCO MÁGICO



<http://www.ciemexico.com.mx/index.php?fuseaction=home.div&id=133>. 3 de agosto del 2007.

4.1.1.4 LA FERIA DE CHAPULTEPEC

La *FERIA* concesionada a la iniciativa privada por el gobierno del Distrito Federal desde 1993; cuenta con juegos mecánicos, tiendas de *souvenirs*, puntos de

¹³³ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

comida rápida y servicio médico. El *BOSQUE CHAPULTEPEC*, corazón de la Ciudad de México considerada como la más grande del mundo; en una zona boscosa natural en donde coinciden variados espacios dedicados a la cultura y recreación con casi 650 ha. que se dividen en tres secciones.¹³⁴

Foto 4. 4 *LA FERIA DE CHAPULTEPEC*



www.LaferiadeChapultepec.gif. 3 de agosto del 2007.

4.1.1.5 PERIMÁGICO

PERIMÁGICO encuentra en la planta baja del *CENTRO COMERCIAL PERINORTE*, en un local techado de 5 000 m², haciéndolo único en su tipo; se encuentra ubicado en Cuautitlán Izcalli, Estado de México.¹³⁵

Foto 4. 5 *PERIMÁGICO*



<http://www.ciemexico.com.mx/index.php?fuseaction=home.div&id=137>. 3 de agosto del 2007.

¹³⁴ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹³⁵ *Ibidem*

4.1.1.6 SALITRE MÁGICO

El parque pertenece al grupo *CIE*, uno de los operadores de entretenimiento más grandes del mundo con cerca de 10 millones de visitantes por año es el operador de parques de atracciones más grande de Latinoamérica, *CIE* marcó la historia del entretenimiento en Colombia al inaugurar en el 2000 el primer parque de atracciones de clase mundial, *SALITRE MÁGICO*.¹³⁶

Con sus orígenes en 1990, *CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO, S. A. DE C. V. (CIE)*, hoy líder de entretenimiento para los mercados de habla hispana y portuguesa en Iberoamérica, incluyendo el mercado latino de los Estados Unidos. El grupo participa de cada uno de los negocios que conforman la oferta de servicios y productos recreativos y de esparcimiento. Estos servicios y productos incluyen, primordialmente, la operación de centros de espectáculos y parques de diversiones, la promoción y organización de una gran variedad de eventos en vivo, ferias comerciales y exposiciones, la comercialización de boletos de acceso, patrocinios publicitarios¹³⁷.

La empresa demanda conocimientos y habilidades; cualidades personales que impriman excelencia en el servicio hacia los clientes, visitantes, patrocinadores e inversionistas, el éxito de una empresa se fundamenta en su gente.

CIE mantiene una política de comunicación de puertas abiertas hacia los medios de información escritos y electrónicos; cuenta con boletines de prensa corporativos y financieros así como boletines que han abierto la gran diversidad de eventos de entretenimiento.

4.1.1.7 LA CIUDAD DE LOS NIÑOS

Es un centro de entretenimiento, diversión y educación infantil única en el mundo para niños de 1 a 12 años de edad y sus padres, donde los niños juegan a ser adultos en más de 75 diferentes profesiones y oficios. Esta una ciudad a escala, la cual cuenta con una réplica de los establecimientos más representativos de una ciudad, centro seguro, interactivo y educativo, dentro de un espacio cubierto en un centro comercial; los niños utilizan la moneda oficial *kidzios*¹³⁸ para comprar bienes y servicios y ganar un salario.¹³⁹

¹³⁶ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹³⁷ *Ibidem*

¹³⁸ Moneda oficial de la ciudad de los niños

¹³⁹ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

Foto 4. 6 *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS*



<http://www.ciemexico.com.mx>. 7 de julio del 2007.

Mapa 4. 1 LA CIUDAD DE LOS NIÑOS Planta baja

PLANTA BAJA



FUENTE: <http://www.laciudadedolareselosiños.com>. 7 de julio del 2007.

Mapa 4. 2 LA CIUDAD DE LOS NIÑOS Planta alta



FUENTE: <http://www.laciudadedolareselosiños.com>. 7 de julio del 2007.

La evolución de la historia del juego es una actividad desarrollada por niños de todo el mundo desde el inicio de la civilización.

La historia del juego en el mundo ha evolucionado de la siguiente forma:

40,000 años A.C. aparece el hombre cro-magnon la tierra y empieza a jugar
 3,000 A.C. ya existían pequeñas figuras de arcilla, hueso y madera que eran utilizadas para jugar como muñecas, son la mejor representación del juego de rol.

1956 D.C. WALT DISNEY inaugura DISNEYLANDIA en Anaheim, California.

1965 D.C. Se inaugura el primer MUSEO INTERACTIVO dirigido a niños en Boston, Massachusetts en los Estados Unidos de América.

1996 D.C. Nace AMAZING TOYS de México con el objetivo de desarrollar un parque de entretenimiento y educación Infantil que se llamará LA CIUDAD DE LOS NIÑOS.

1999 D. C. El 1 de Septiembre abre sus puertas al público la *primera CIUDAD DE LOS NIÑOS* en el *CENTRO COMERCIAL SANTA FE* en *LA CIUDAD DE MÉXICO*.

2004 D.C. En Junio se pone la primera piedra de *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* en Monterrey, Nuevo León, México.

2010 D.C Se tiene contemplado que nuevas *CIUDADES DE LOS NIÑOS* abran sus puertas en otros puntos del territorio mexicano, Estados Unidos y países en otros continentes.

En los pabellones juegan a ser adultos y desempeñan más de 75 diferentes oficios y profesiones de la vida real y sus actividades en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. 2 Pabellones organizados por actividad

| | |
|--|--|
| Establecimientos de servicios : | Hospital, Estación de bomberos, Banco, Infraestructura subterránea, Clínica veterinaria, Estación de policía, Central eléctrica, Lustrado de calzado. |
| Establecimientos comerciales: | Supermercado, Salón de belleza, Barbería, Laboratorio de fotografía, Disco Lounge, Estudio de modas, Tienda de regalos, Puesto de revistas, Tienda departamental, Tienda de conveniencia, Salón de juegos. |
| Medios de transporte: | Aeropuerto, Transporte público, Renta de autos, Auto lavado, Gasolinera, Agencia de autos, Taller mecánico. |
| Medios de comunicación: | Foro TV, Estación de radio, Editorial de prensa, Videoteléfonos, Central de telefonía |
| Restaurantes : | Pizzería, Hamburguesería, Barra de Sushi. |
| Residencial : | Casa en construcción, pintura y recubrimientos. |
| Establecimientos culturales : | Teatro, Escuela de pintura, Escuela culinaria, Zona arqueológica, Taller de artes y oficios, Laboratorio científico, Desfile de modas, Estudio de magia. |
| Industria : | Fábrica de dulces, Fábrica de pastelitos, Fábrica de helados, Embotelladora, Fábrica de chocolates. |
| Exteriores: | Risco de alpinismo, Autódromo, Río con rápidos, Picnic, Granja. |

FUENTE: <http://www.laciudadedolareselosiños.com>. 7 de julio del 2007.

Los socios comerciales¹⁴⁰ comparten sus marcas y productos en cada uno de los pabellones, sus procesos y tecnologías en *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* a sus visitantes; el alto nivel de inversión es compartido con los socios. Así, las grandes empresas buscan estar más cerca de sus clientes de una forma indirecta.¹⁴¹

¹⁴⁰ Para mayor información ver Socios Comerciales del *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO* en Anexo II..

¹⁴¹ *Ibídem*

En la *CIUDAD DE LOS NIÑOS* existe una economía propia, la moneda es el *kidzio*¹⁴²; en cada visita, cada niño recibe un cheque por 50 *kidzios*, que tienen que cambiar en un banco por efectivo para comprar o contratar servicios. Si se termina el dinero el niño tiene que buscar empleo y trabajar como bombero, modelo, estilista o constructor entre muchos oficios o profesiones;¹⁴³ también se puede ahorrar abriendo una cuenta de ahorro.

Se muestran a continuación la lista de profesiones y en que pabellón se ubican.

Cuadro 4. 3 Lista de profesiones

| PABELLÓN | PROFESIONES |
|----------------------|--|
| Avión | Piloto o aeromoza |
| Hospital | Enfermera, doctor, cirujano, paramédico o dentista |
| Casa en pintura | Pintor, impermeabilizador o limpia ventanas |
| Casa en construcción | Albañil o ingeniero |
| Estación de bomberos | Bombero |
| Editorial de prensa | Periodista o editor |
| Estación de radio | Locutor o técnico |
| Salón de belleza | Estilista, manicurista o maquillista |
| Hamburguesería | Cajero, cocinero o vendedor en la ventanilla de autoservicio |
| Taller mecánico | Mecánico |
| Gasolinera | Despachador de combustible |
| Supermercado | Cajero, o encargado de panadería o farmacia |
| Estación de policía | Detective, juez o abogado |
| Teatro | Actor, escenógrafo o técnico |
| Desfile de modas | Modelo |
| Zona arqueológica | Arqueólogo |
| Central de telefonía | Técnico |
| Puesto de revistas | Voceador |
| Lustrado de calzado | Bolero fijo o ambulante |
| Clínica veterinaria | Doctor veterinario o entrenador de perros |
| Foro de televisión | Camarógrafo, escenógrafo, artista o técnico |

FUENTE: <http://www.laciudadedólareselosiños.com>. 7 de julio del 2007.

EL CENTRO COMERCIAL DE DUBAI y *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* firmaron un acuerdo para llevar el concepto de eduentretenimiento a Dubai, la empresa del *CENTRO COMERCIAL DE DUBAI* es *EMAAR PROPERTIES*; la *CIUDAD DE LOS NIÑOS* abrió en Dubai en Septiembre del 2007; con 80,000 pies cuadrados y ayudará a que el centro comercial se consolide como el más grande del mundo y

¹⁴² Los *KIDZIOS* solo sirven en *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* y en la tienda departamental.

¹⁴³ <http://www.cie.com>. 11 de diciembre del 2006

número uno en la región.¹⁴⁴ *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* se ha expandido rápidamente a otras partes del mundo como Tokio el cual se desarrollará en el centro comercial Toyosu. *KIDZANIA*¹⁴⁵ Yakarta, segundo centro en régimen de franquicia, con una inversión aproximada de \$15 000 000 de dólares. Dentro del *CENTRO COMERCIAL PACIFIC PLACE MALL* y superficie de 7,200m².

4.2 CIE Internacional

A nivel Internacional, la empresa se encuentra en *CIE Argentina*, *CIE USA ENTERTAINMENT INC*, *OCESA INC*. y *ALTAVISTA*.

CIE ARGENTINA. En 1997, llega a Argentina, en los últimos años ha incorporado y desarrollado unidades de negocio agrupadas en la siguiente estructura:

La *División medios* concentra las estaciones de radio más representativas del mercado argentino liderando en cada uno de los segmentos *Rock & pop 95.9*, *Rock & pop net*, *Metro 95.1*, *Blue 100.7*, *Aspen classic 102.3* y *RADIO AMÉRICA 1190*. Se sumaron *Rock & pop TV* como medio para trasladar todo el contenido y el *know how de Rock & pop* a la pantalla y *Radio set*, el primer bar temático combinando gastronomía y programación de radio en vivo.¹⁴⁶

La *División entretenimiento* aporta el *know how* para producción, comunicación y comercialización de *shows* relacionados con música y el teatro.¹⁴⁷

La *División música* es responsable de presentación de artistas nacionales e internacionales.

La *División de teatro*, son pioneros en Argentina de los musicales de Broadway, como productora y comercializadora cuenta con obras importantes, es propietaria de *TEATRO OPERA* uno de los más prestigiosos de Buenos Aires, tiene la exclusividad de comercialización de dos estadios *RIVER PLATE* y *VELEZ SARFIELD*. *CIE Argentina* creó *2Net*, unidad de negocio dedicada a la cultura joven y vanguardista, produciendo espectáculos de carácter internacional.

La *División jardín zoológico* tiene a su cargo la operación del *JARDÍN ZOOLOGICO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES*, con 117 años de historia en el corazón de la capital; atracción que convoca a más de 3.000.000 de personas por año convirtiéndolo en uno de los 5 *zoológicos* más visitados del mundo.

La *División servicios*, en el cual, *TICKETMASTER* es una de las empresas más importantes en la comercialización y venta telefónica de boletos para los principales eventos del país tanto propios como de terceros, emitiendo más de 3.200.000 *tickets* por año. *CIE Argentina* integra su negocio tanto horizontal como verticalmente potenciando cada unidad, convirtiéndose en la empresa líder en entretenimiento del mercado.

CIE USA ENTERTAINMENT INC. Dirige la promoción de eventos deportivos y de entretenimiento tanto en América Latina como Estados Unidos desarrolla

¹⁴⁴ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹⁴⁵ *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* al crecer se ha llamado *KIDZANIA*

¹⁴⁶ <http://www.cie.com>. 11 de diciembre del 2006

¹⁴⁷ *Ibidem*

mercadotecnia y patrocinio para expandir su participación en el mercado de norte América; *CIE USA* ha alcanzado sus metas a través de dos corporativos.¹⁴⁸

OCESA INC. OCESA PRESENTS INC, vínculo de *CIE* con agentes de talento del mundo anglosajón, Asociaciones teatrales y representantes de atletas. *OCESA* promueve eventos tales como Fútbol americano (*NFL*), *Basetball (NBA)* y producciones teatrales tipo Broadway pero recibe mayor reconocimiento por sus actividades de promoción de conciertos. La mayoría de los eventos de *OCESA PRESENTS* son desarrollados para los espacios que son propiedad de *CIE* y administrados en México y América del Sur.¹⁴⁹

ALTAVISTA. Participa en la industria fílmica desde finales de la década pasada, para el mercado latinoamericano y diferentes ventanas de exhibición cine, video, DVD, televisión abierta y pago por evento entre otras además, produce películas de largometraje de bajo costo en México enfocadas hacia temas universales con contenido latino durante 2002 y distribuyen producciones propias y de terceros en América Latina al cierre del año 2002, las producciones englobaron 130 títulos.¹⁵⁰

4.3 Principales Asociaciones¹⁵¹

4.3.1 *INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTION (IAAPA)*¹⁵²

Fundada en 1918, Asociación sin fines de lucro que trabaja para ayudar a propietarios de atracciones a tomar parte de sus negocios e incrementar ganancias, descubrir cursos de ingresos, mejorar operaciones y presentación de empleados. La asociación está dedicada a la preservación de la industria de entretenimiento mundial con cerca de 4,500 miembros, *IAAPA* proporciona entretenimiento y recreación a millones en más de 90 países cada año.¹⁵³ *IAAPA* es la Asociación de comercio internacional más grande, permanente con servicios de entretenimiento mundial, dedicada a la preservación de la industria de entretenimiento; representa casi 4,500 servicios, proveedores y miembros individuales en más de 90 países. Incluye parques de diversiones y temáticos, acuáticos, atracciones, centros de entretenimiento familiar, *zoológicos*, acuarios, museos y *golfs* miniatura.¹⁵⁴

IAAPA es anfitrión de tres *shows* de comercio mundial de la Industria de parques de diversión y atracciones *EXPO IAAPA ATRACCIONES*, *EXPO ASIAN IAAPA* y *EURO ATRACCIONES SHOW* y son los más grandes y concurridos de ésta industria. Sus publicaciones *FUNWORLD*, publicación mensual con lo último en diversiones y la guía industria *online*, información de producto y servicio. Ofrece entrenamiento en la industria de entretenimiento y proporciona a los miembros,

¹⁴⁸ <http://www.cie.com.mx>. 11 de diciembre del 2006.

¹⁴⁹ *Ibídem*

¹⁵⁰ *Ibídem*

¹⁵¹ Para mayor información ver contactos de Asociaciones en Anexo V.

¹⁵² *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIÓN Y ATRACCIONES*

¹⁵³ <http://www.iaapa.org>. 1 de diciembre del 2006.

¹⁵⁴ *Ibídem*

seminarios y *videocasetes* manuales, la *ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN IAAPA* ofrece 50 seminarios educacionales.¹⁵⁵

Tiene alianzas globales con 6 representaciones: Argentina, Chile, Uruguay y Bolivia, Brasil; México, América Central, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela; Australia y Nueva Zelanda; India y República de China.

IAAPA promueve estándar de seguridad y una relación con la Asociación Americana para prueba y materiales para desarrollar y actualizar la seguridad y mantenimiento requeridos. Desde 1995 *IAAPA* se asoció con *GIVE KIDS THE WORLD (GKTW)*, Organización sin fines de lucro, provee a Florida tratamiento de por vida para niños con enfermedades, donde los miembros donan regalos y proveen admisión a sus parques a través del pasaporte mundial de niños¹⁵⁶.

La representación internacional es la oficina europea de *IAAPA*, proporciona a sus miembros servicios y desarrollo de programas y estrategias para miembros de la *IAAPA* europea: *EUROPARKS*, *ASOCIACIÓN BRITÁNICA DE PARQUES DE ENTRETENIMIENTO*, *ASOCIACIÓN DANESA DE PARQUES DE ATRACCIÓN*, *ASOCIACIÓN ALEMANA DE PARQUES DE ENTRETENIMIENTO*, *ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PARQUES DE DIVERSIONES y ATRACCIONES* y *ASOCIACIÓN SUECA DE PARQUES DE DIVERSIÓN*.¹⁵⁷ Reúne necesidades de sus miembros alrededor del mundo, las oficinas generales están en Virginia, Estados Unidos, a través de programas de Alianza, *IAAPA* ha firmado con asociaciones seleccionadas nacionales, regionales y estatales para proporcionar mejor servicio a los miembros de *IAAPA* y promover el crecimiento de la Industria de entretenimiento mundial y actúan como aliados en su región mientras proveen servicio directo a *IAAPA*.

De los miembros de *IAAPA*, 2/3 partes de *IAAPA* son fabricantes y proveedores 1/3 servicios; 2/3 están en Estados Unidos y 1/3 no está en Estados Unidos.

Los parques y centros de entretenimiento familiar representan 33%; Parques de diversiones/temáticos 37%; Centros de entretenimiento familiar 35% y Acuáticos 7%.

Sugerencias de Seguridad de Parques de diversiones y atracciones

Vestir confortablemente, evitar zapatos abiertos y joyería, protegerse con protector.

Al llegar al parque designar un lugar para encontrarse.

Observar reglas y seguir instrucciones dadas por los operadores de juegos.

Obedecer la lista de restricciones de edad, altura, peso y salud.

Mantener manos, brazos, piernas y pies dentro del juego todo el tiempo y permanecer en el juego hasta que esté completamente detenido.

Siempre usar el equipo de seguridad provisto.¹⁵⁸

Los parques de diversión son invención europea aunque son vistos como americanos fueron creados en el viejo mundo.

¹⁵⁵ Para mayor información ver Servicios Educativos de *IAAPA* en Anexo III.

¹⁵⁶ <http://www.iaapa.org>. 1 de diciembre del 2006.

¹⁵⁷ *Ibidem*

¹⁵⁸ <http://www.iaapa.org>. 1 de diciembre del 2006.

La fascinación americana con los parques de diversiones empezó con la montaña rusa *Cyclone* en Coney Island, New York en 1927, costó \$175,000 mil dólares para construcción y todavía opera en *PARQUE ASTROLAND* en Nueva York.¹⁵⁹

Los juegos son la principal razón por la que los americanos visitan parques de diversiones, de acuerdo con encuesta *IAAPA*.

Hay más de 1,300 montañas rusas en Estados Unidos.

El parque más largo de diversiones por acres, es *WALT DISNEY WORLD* en Lake Buena Vista Florida, con 47 millas cuadradas. *DISNEY*, en Anaheim, California, EU fue basado en *TIVOLI GARDENS* de Dinamarca.

En 2005, había más de 600 parques de diversiones en Estados Unidos.

En 2003, había 300 Parques de Diversiones en Europa en 2003.

MAGIC KINGDOM de *WALT DISNEY WORLD* en Florida, parque más visitado en el mundo en 2005 y el más visitado fuera de EUA fue *TOKIO DISNEYLAND*.

De acuerdo con *AMUSEMENT BUSINESS*, cuatro de los diez parques más visitados esta en Asia, uno en Europa y el resto en Estados Unidos.

Parques de diversión en Estados Unidos generó ingresos por \$11.2 billones de dólares en 2005.¹⁶⁰

La industria de entretenimiento norteamericana proporciona trabajos de 500,000 al año y empleados estacionales.

De acuerdo con *IAAPA*, 28% de los americanos visitaron un parque de diversiones en 2005. *IAAPA* es la primera Asociación de comercio de la industria de entretenimiento del mundo con 4,500 servicios, fabricantes, distribuidores y miembros individuales.¹⁶¹

¹⁵⁹ *Ibídem*

¹⁶⁰ *Ibídem*

¹⁶¹ *Ibídem*

Cuadro 4. 4 Parques de diversiones y temáticos de Estados Unidos e industria de atracciones, asistencia e ingresos de 1990-2005

| AÑO | ASISTENCIA | INGRESO |
|------|-------------|--------------|
| 1990 | 253 million | 5.7 billion |
| 1991 | 260 million | 6.1 billion |
| 1992 | 267 million | 6.5 billion |
| 1993 | 275 million | 6.8 billion |
| 1994 | 267 million | 7.0 billion |
| 1995 | 280 million | 7.4 billion |
| 1996 | 290 million | 7.9 billion |
| 1997 | 300 million | 8.4 billion |
| 1998 | 300 million | 8.7 billion |
| 1999 | 309 million | 9.1 billion |
| 2000 | 317 million | 9.6 billion |
| 2001 | 319 million | 9.6 billion |
| 2002 | 324 million | 9.9 billion |
| 2003 | 322 million | 10.3 billion |
| 2004 | 328 million | 10.8 billion |
| 2005 | 335 million | 11.2 billion |

Fuentes: *Amusement Business*; Harrison Price Company; Economics Research Associates; U.S. Census Bureau; International Association of Amusement Parks and Attractions. 1 de diciembre del 2006.

*Nota: Asistencia en millones de personas e ingreso en billones de dólares.

Sobre todo la atención de aproximadamente 600 parques y atracciones en América se ha incrementado cada año durante tiempos recientes, excepto en 1994 y 2003 fue muy frío, veranos lluviosos y en 1998 por algún clima pobre y menos visitantes en Asia.

4.3.2 INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE LEISURE & ENTERTAINMENT INDUSTRY (IALEI)¹⁶²

Cuenta con programas educacionales tales como manuales de entrenamiento, programas especiales para construir y operar el negocio más rentable de entretenimiento, ofrece un centro de administración propio al distribuidor que vende en este mercado y al desarrollador que está planeando entrar en este negocio, ayuda a los miembros a ser más exitosos en sus negocios; algunas instalaciones tienen más de una atracción, algunas media a una docena o más y a veces crece a múltiple atracción. *IALEI* ayuda a maximizar resultados en una atracción individual o muestra cómo hacerlos en conjunto, el programa académico *EXPO FUN* ofreció en 2004 más de 50 sesiones, los manuales proporcionan información sobre temas que permitan al gerente su operación, escrito por

¹⁶² ASOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA EL OCIO Y LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO 2 de diciembre del 2006

miembros voluntarios de *IALEI*, expertos en varios temas además, *IALEI* tiene una revista mensual *FUN EXTRA* provee información de la industria. Las empresas miembros de *IALEI* son: Centros de entretenimiento familiar (FEC), *Go-kart*, Campos de *golf*, Centros de patinaje sobre hielo, Parques deportivos, Parques de patinaje, Museos de niños, Campos de *golf* miniatura, Centros de entretenimiento para niños (CEC), Parques acuáticos, *Campgrounds*,¹⁶³ Restaurantes, Parques de diversiones y Centros de entretenimiento de alta tecnología. Los parques de atracción turística¹⁶⁴ se refieren al reporte de parques enfocado a innovaciones en atracciones, servicio de comida, comercialización y eventos especiales en instalaciones de entretenimiento y centro turístico de la industria.

Fun Expo. Trae vendedores y compradores juntos, permite a los profesionales de la industria conducir negocios, con más de 200 compañías exhibidas con productos y servicios para la industria en atención; se puede encontrar la mejor selección de comida, bebidas y servicios, rayo láser, juegos, estructuras de juegos, equipo de *minigolf*, servicios de diseño y construcción, productos de instalación y servicios, equipo y programas de computación. Atienden parques de diversión, centros de boliche, casinos, promotores, centros de entretenimiento familiar, parques para niños, campos de *golf* miniatura, salones de fiesta, operadores, centros de compras, atracciones turísticas, parques acuáticos y zoológicos.

4.3.3 NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION NAPHA¹⁶⁵

Organización internacional dedicada a la preservación de la industria de parques temáticos, pasado, presente y futuro, fue fundada en 1978 por el primer empleado del parque de diversiones *RIVERVIEW* de Chicago cerrado en 1967, creció para incluir parques de diversiones de todo el mundo. La organización ofrece dieciocho publicaciones al año, *NAPHA NOTICIAS*, revista bimestral y *NAPHA NOTICIAS*, publicación mensual enfocada a eventos actuales en la industria de parques de diversiones y convenciones a parques alrededor del mundo. *NAPHA* ha trabajado para preservar la historia de parques de diversiones, provee información a autores, historiadores, productores de documentales y fabricantes; trata de preservar juegos históricos y encontrar nuevas instalaciones para juegos clásicos de diversión, entre los juegos históricos que ha preservado están, el segundo *Tilt-AWhirl*; el único *Teeter Dip* en existencia y uno de los últimos juegos *Venetian Swings* de América. *NAPHA* es la única organización docente del mundo dedicada a todos aspectos de los parques de diversiones. La Encuesta *NAPHA 2005*¹⁶⁶ es revisada dentro de la industria de parques de diversiones y muestra los Parques temáticos favoritos: *WALT DISNEY WORLD* (Lake Buena Vista, FL); *BUSCH*

¹⁶³ Campamento

¹⁶⁴ World's Leading Publication for Management of Leisure Facilities, Attractions, Entertainment and Amusement Centers. By Chad Emerson.

¹⁶⁵ ASOCIACION NACIONAL DE PARQUES DE DIVERSION HISTÓRICOS

¹⁶⁶ <http://www.napha.com>. 4 de diciembre del 2006.

GARDENS EUROPE (Williamsburg, VA); *DISNEYLAND* (Anaheim, CA); *PARAMOUNT'S KING ISLAND* (Kings Island, OH). En 1987 *KENNYWOOD* y *PLAYLAND* en Rye, NY se integraron al registro nacional de lugares históricos.

4.3.4 TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA (TIA)¹⁶⁷

LA ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIAJES provee información de la industria, noticias, productos nuevos e investigación a la industria de atracciones, hospitalaria, oficinas de turismo, estado e industria del transporte asociaciones de viaje, industria de viajes viajes de prensa y medios viajes educativos

Cualquier miembro de la Asociación de la industria de viajes, *DESTINATION MARKETING ORGANIZATIONS*¹⁶⁸ (DMO) el miembro es automáticamente parte de uno o los tres consejos nacionales: *NATIONAL COUNCIL OF ATTRACTIONS*¹⁶⁹ (NCA); *NACIONAL COUNCIL OF DESTINATION ORGANIZATIONS*¹⁷⁰ (NCDO) y *NACIONAL COUNCIL OF STATE TOURISM DIRECTORS* (NCSTD).

*NATIONAL COUNCIL OF ATTRACTIONS*¹⁷¹ (NCA) Los miembros del consejo discuten tendencias de la industria; el *CONSEJO NACIONAL DE ATRACCIONES* une a profesionales de la Industria de la atracción de la nación y de todo tipo de atracción, discutiendo y combatiendo hechos comunes, atracciones avanzadas y desarrollo de posibilidades para la industria y promoción. Establecida en 1976, el Consejo opera dentro de la estructura organizacional de la *ASOCIACIÓN DE INDUSTRIA DE VIAJES DE AMÉRICA*. El Consejo Nacional de Atracciones comprendido de una variedad de atracciones e industria relativa a organizaciones: diversión, Asociaciones, servicios, educacional, histórico; casinos, comida, entretenimiento, escenario natural, compras, turismo, zoológicos y acuarios.

*NATIONAL COUNCIL OF DESTINATION ORGANIZATION*¹⁷² (NCDO) Une a profesionales de cualquier tamaño y tipo de destino, representando más de 400 regiones urbanas y locales. Sirve a los miembros para fortalecer la posición de destinos de viaje dentro de *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE VIAJES*; provee una estructura para destinos de viajes y profesionales relacionados al turismo; establece una red de comunicación; implementa programas para organizaciones de destino; desarrolla posiciones públicas y de la industria; proporciona herramientas y recursos que mejoran la efectividad de Organizaciones de mercadotecnia de destino, profesionales y organizaciones. Establecido en 1999, el Consejo opera dentro de la estructura de la Asociación.

*NATIONAL COUNCIL OF STATE TOURISM DIRECTORS*¹⁷³ (NCSTD) Trae directores de turismo de 50 estados, el Distrito de Columbia y cinco territorios de Estados Unidos y su personal, sirve a oficinas de turismo estatal. Establecida en 1969, el consejo opera dentro de la estructura organizacional de la *ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIAJES DE AMÉRICA*.

¹⁶⁷ *ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIAJES DE AMÉRICA* en <http://www.tia.com>. 5 de diciembre del 2006

¹⁶⁸ Oficina de Turismo Estatal

¹⁶⁹ Consejo Nacional de Atracciones.

¹⁷⁰ Consejo Nacional de Organizaciones de Destino

¹⁷¹ Consejo Nacional de Atracciones

¹⁷² Consejo Nacional de Organizaciones de Destino

¹⁷³ Consejo Nacional de Directores de Turismo Estatal

4.3.5 CHINA ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS¹⁷⁴ (CAAPA)

Es una multiindustria, multiárea, multi propiedad y organización industrial nacional; esto constituye investigación científica, mercadotecnia en diseño y educación de parques de diversiones e industria de atracciones. CAAPA es una asociación que opera empresas de parques de diversiones, sociedad sin fines de lucro. Fundada el 1 de Agosto de 1987 tiene miembros, 80 de prestigio y 38 de dirección; acata la constitución, reglas, regulaciones y política del país, sirve a empresas, gobierno y sociedad y promueve el desarrollo de industria y empresa. Dirigida por sectores del gobierno además, forma un puente entre gobierno y empresas y preserva los derechos legales y la competencia de los miembros. La función de CAAPA es organizar y coordinar la industria y promover intercambio de información y servicios de consulta. Las tareas principales de CAAPA son hacer investigación del desarrollo de la industria; investigación de tecnología acerca de la industria; análisis de la información de la industria; Intercambia experiencias de administración de seguridad, administración operativa, calidad, control y explotación de producto; asiste al gobierno y evalúa la industria.

4.3.6 NEW ENGLAND ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS¹⁷⁵ (NEAAPA)

La ASOCIACIÓN NUEVA INGLATERRA DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES es una organización al servicio de las atracciones y la industria del turismo con el propósito de incrementar experiencias de entretenimiento en Nueva Inglaterra, región Estadounidense. Ésta Asociación puede ayudar al crecimiento del negocio y la experiencia de profesionales de la Industria, conocer gente en la industria de diversiones y ocio que trabajan y proveen servicios en la Región de Nueva Inglaterra. Formada en 1926 es una de las más antiguas enfocadas a Asociaciones de comercio, los miembros pueden proveer una red de trabajo y resolver problemas basados en sus experiencias y conocimiento de su mercado y pone en contacto con profesionales de la industria. Los hechos clave que une este grupo son legislación, impuestos y regulaciones de gobierno.

4.4 Empresas de Consultoría

4.4.1 INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES¹⁷⁶, INC (ITPS)

Desarrolla u opera servicios existentes o nuevos; del estudio de factibilidad inicial, diseño, manuales operacionales y entrenamiento, selección de producto, administración, propiedad, asistencia en ventas y auditorías. Para inmobiliario

¹⁷⁴ ASOCIACIÓN CHINA DE PARQUES DE DIVERSIÓN Y ATRACCIONES en <http://:caapa.com>. 8 de junio del 2007

¹⁷⁵ ASOCIACIÓN NUEVA INGLATERRA DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES en [http://: neapaa.com](http://:neapaa.com). 8 de junio del 2007.

¹⁷⁶ SERVICIO INTERNACIONAL DE PARQUES TEMÁTICOS en <http://:www.itps.com>. 30 de agosto del 2007

existente puede asistir, desarrollar nuevas atracciones, incrementar ganancias, bajar costos, entrenamiento del personal, desarrollar manuales de empleados, conducir valuaciones de negocios.

ITPS puede asistir no importa el tamaño de las instalaciones; además, trabaja con *Family entertainment centers (FEC's)*,¹⁷⁷ acuarios, zoológicos, parques de diversiones, temáticos, *Urban entertainment centres*¹⁷⁸ (*UBE's*), *Location based entertainment*¹⁷⁹ (*LBE's*), parques acuáticos, museos, *Children's entertainment centers*¹⁸⁰ (*CEC's*), *arcades*; el equipo de expertos está altamente informado. *ITPS* es una administradora mundial y firma consultora localizada en Cincinnati, Ohio Estados Unidos, establecida en 1983, formada para atender las demandas de conocimiento y experiencia en entretenimiento e industrias de servicios; trabajan con metas de cada proyecto, pequeño, mediano y grande. *ITPS* provee consultoría y servicios de administración en áreas como: parques temáticos, parques de diversiones, *resorts*, parques acuáticos, atracciones especiales, Centros de entretenimiento Familiar, Centros comerciales, acuarios y zoológicos.

Foto 4. 7 *INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES (ITPS)*

www.interthemepark.com/images/Fortaleza%20Fes.... 30 de agosto del 2007.

ITPS trabaja con instalaciones de todos tamaños, ámbitos o segmentos como parques de diversiones temáticos, Centros de entretenimiento familiar, parques acuáticos, zoológicos y acuarios.

A continuación, se describen varios proyectos en los cuales *INTERNACIONAL*



THEME PARK SERVICES, INC. ITPS ha estado involucrada:

WONDERWORLD THEME PARK LTD. Cyprus, Grecia. Contrató *ITPS* para los servicios: concepto y diseño, operaciones de servicios de pre-apertura, adquisición de patrocinadores corporativos y dirección en sitio.

LAKE COMPOUNCE / KENNYWOOD- Bristol, Connecticut, E.U. Para desarrollar un plan maestro que transformará el parque en parque temático regional con un tema histórico y americano, juegos acuáticos y 27 nuevos juegos y atracciones para tres fases de re desarrollo.

SIX FLAGS CORPORATION (SIX FLAGS OVER TEXAS). *ITPS* le asistió en el desarrollo e implementación de su primer programa de operación invernal *Holyday*

¹⁷⁷ Centros de Entretenimiento Familiar

¹⁷⁸ Centros de Entretenimiento Urbano

¹⁷⁹ Entretenimiento Basado en la Localización

¹⁸⁰ Centros de Entretenimiento para Niños

in the park; conceptualización, diseño, planeación financiera, operacional, mercadotecnia y programas de relaciones públicas.

TIME WARNER, INC. Nueva York, Nueva York, Estados Unidos, completó la mayor compra en la empresa, para la viabilidad de la adquisición, *WARNER COMMUNICATIONS, INC.*, requirió evaluación analítica del sistema *SIX FLAGS*. *WARNER* contrató *ITPS* para representar un acuerdo programado del parque incluyó revisiones de activos y operaciones de cada parque. Concentrándose en áreas como programas de expedición de capital, planes, historia operativa, mantenimiento de activos, operaciones, seguridad, mantenimiento, operaciones de distribución, políticas de admisiones, tendencia de atención, proyecciones financieras y capacidad, *ITPS* desarrolló un resumen ejecutivo para *WARNER COMUNICACIONES INC.* que permitió la compra de acciones de \$30 millones de dólares de *SIX FLAGS*.

LA FERIA CHAPULTEPEC MÁGICO- Ciudad de México, México. Parque de diversiones temático más grande en la Ciudad de México; en un plan de renovación, 25 juegos fueron añadidos al parque, *ITPS* fue contratada para consultar mercadotecnia, operaciones, mantenimiento, seguridad, distribución financiera y planeación incluyendo diseño relacionado a la expansión además, proveyó seguridad y auditorias para el parque.

*PARQUE REINO AVENTURA*¹⁸¹ Ciudad de México, abrió en 1982, los propietarios pidieron a *ITPS* servicios al programa de rehabilitación global, auditoria de negocios, evaluación operativa relativa a ganancias y atención, gasto histórico, imagen del parque y mezcla del producto. Revisión del plan maestro, evalúa las condiciones para entrada de ingreso y egreso y provee consulta y asistencia en diseño general y un plan de nuevos juegos, así como revisar la inversión requerida para el programa de rehabilitación del parque para incluir proyecciones de atención, entradas y programa de inversión de capital. Desarrolló un programa de mantenimiento, de operaciones y de seguridad; asistencia en el desarrollo de un plan de mercadotecnia y revisión de los productos de los parques y estrategias de producto.

HOPI HARI, Sao Paulo, Brasil. Los propietarios y operadores de *PLAYCENTER* contrataron *ITPS* para conducir estudios de factibilidad con respecto a posición móvil del parque a una nueva locación fuera de la ciudad. Planes adicionales, incluyen nuevas atracciones, hoteles y restaurantes, *ITPS* proporcionó proyecciones financieras, diseño en servicios de planeación para el nuevo parque incluyó planes y traducción del concepto; construcción e instalación de juegos, colocación de un vicepresidente *ITPS* además, servicios de administración durante la apertura del parque.

PACÍFICO NACIONAL TRADE FAIR- Lima, Perú. Contrató *ITPS* para conducir el análisis de factibilidad del parque temático; planea incluir calidad de juegos, atracciones y entretenimiento; el análisis de factibilidad se enfocó en una revisión del mercado, el sitio y el concepto, después, atención y proyecciones financieras para determinar la viabilidad del desarrollo del proyecto.

REPÚBLICA DE LOS NIÑOS- Buenos Aires, Argentina. Opera como instalación cultural e histórica, *ITPS* fue requerido para la factibilidad financiera para el parque

¹⁸¹ Hoy *SIX FLAGS*

existente y recomendar un concepto para instalaciones para atraer a niños, adultos y familias. *ITPS* creó un ambiente de atracción temática, entretenimiento, atención y proyecciones financieras para el nuevo parque.

AMTRUST HOLDINGS, INC. / THE ECHANTED KINGDOM Manila, Philipinas. Los desarrolladores pidieron a *ITPS* proporcione planeación de operaciones de pre-apertura y administración, áreas de servicio, equipo de adquisición, manual de desarrollo, mantenimiento, seguridad, operaciones de parque, mercadotecnia, ventas y administración; *ITPS* entrenó y colocó un vicepresidente de seguridad y mantenimiento por tres años.

BEIJING AMUSEMENT PARK- Beijing, China. Parque de diversiones con 100 acres, operado como *joint venture* ó negocio conjunto sino-japonés, abrió en 1987.

KUMAGAI GUMI CO., LTD. Fue contratada por *ITPS* Kumagai, mayor inversionista de parques para consultar con *PRICE WATERHOUSE HONG KONG, BEIJING*, proporcionó un plan de corto plazo, se dirigió a metas financieras del parque, condujo un análisis dirigido a técnicas que podrían incrementar la eficiencia, satisfacción del cliente y la presentación y puso un director general experimentado por ocho años para el plan de acción operacional.

CEBÚ THEME PARK- Cebu, Philipinas. *ITPS* desarrolló un parque temático de 18 acres fuera de Cebu, Philipinas. El estudio consideró atención esperada, ganancias anticipadas, gastos probables de operación y flujos de efectivo proyectados basados sobre el mercado y capacidad disponible en el lugar; *ITPS* presentó la conclusión de la factibilidad a inversionistas potenciales en el proyecto.

HAW PAR VILLA (FRASER & NEAVE PTE LTD.) Singapore. Selección de figuras, dioramas y exhibiciones dirigidas a China, religión oriental y motivos metodológicos, fundado en 1937 y referido a un libro guía, *CONFUCIAN DISNEYLAND*. *ITPS* asistió la expansión de *HAW PAR VILLA* recomendó áreas de nuevas atracciones, en el complejo existente; *ITPS* condujo el programa de entrenamiento flexible modular para el personal en un mayor parque temático estadounidense, educándolos en operaciones de parques temáticos; asistencia, recomendaciones y dirección de *ITPS HAW PAR VILLA* incluido.

LOTTE JAMSIL PROJECT (LOTTE WORLD). Seúl, Korea, parque temático más grande de Seúl, parque temático complejo con un centro comercial contiguo, dos tiendas departamentales y un hotel, con una variedad de entretenimientos y atracciones; complejo de entretenimiento, abrió en 1989 y el costo total del proyecto fue de 1.3 billones de dólares. *ITPS* se involucró con *LOTTE* a través del concepto, diseño, construcción, preapertura y operaciones diarias y administración del proyecto; *ITPS* fue llamado Planeador operacional del proyecto y proporcionó personal para entrenar programas de entrenamiento modular flexible conducido por *ITPS* a un parque temático estadounidense para entrenar al personal de administración de *LOTTE* mundial en las áreas de operaciones y administración.

TIANJIN AMUSEMENT PARK- Tianjin, República Popular de China. Parque de diversiones chino tradicional, localizado en 135 acres incluye hotel, centro de ciencias, canchas de tenis y parque acuático; *ITPS* fue contratada para desarrollar un plan de diseño maestro; la meta, traer el parque a un nuevo nivel internacional de parques temáticos. El moderno parque temático de clase mundial podría contener seis áreas temáticas, juegos nuevos y atracciones, una torre, centro turístico, museos, parque acuático y un sistema de monorriel a través del parque.

TERRA ENCANTADA, Río de Janeiro, Brasil. Con 45 acres, abrió en Enero de 1998; Río de Janeiro, introdujo el nivel más sofisticado de entretenimiento, juegos, atracciones, montaña rusa de acero y juego acuático. Las atracciones, basadas en aspectos de cultura e historia brasileña. Como parte de las operaciones de pre-apertura, *ITPS* condujo un programa de entrenamiento administrativo e introdujo administradores y supervisores del proyecto a operaciones básicas de parque temático, miembros del equipo de entrenamiento regresaron a Rio antes de la apertura del parque para conducir entrenamiento para el personal en áreas y operaciones del parque.

NETPARK- Estambul, Turquía. En 1987 fue adjudicado para desarrollar 296 acres en Tarabya, incluirá parque de atracción temático así como un centro vacacional hotel, centro comercial, *club* privado y hospital. *ITPS* fue contratado como el coordinador de diseño y consultor de planeación operacional para el desarrollo del lugar; *ITPS* tuvo que ser el conducto entre el propietario, arquitecto y diseñador y proveer guía operacional; supervisó la oferta de juegos y atracciones.

CENTRO ARCADE. *ITPS* proporcionó asistencia en diseño y selección de equipo con 1.5 acres, dos edificios históricos, restaurante y locaciones de comida rápida, teatro cine, áreas eventos de entretenimiento y boliche; así como asistencia de diseño, selección de equipo de adquisición, estrategias de planeación, juegos interiores, diseño y distribución; proporcionó asistencia en áreas de reclutamiento de empleados, selección de personal, implementación de políticas y procedimientos, desarrollo de manuales, operación de la división juegos. Complejo de compras y entretenimiento que incluye centro comercial, hypermercado, tienda departamental y un centro de salud de 220,000 pies cuadrados.

4.4.2 AMUSEMENT INDUSTRY CONSULTING¹⁸², INC. (AIC)

Administra negocios de la industria de diversiones de cualquier tamaño; evalúa la estrategia actual e impacto de invitados e interés del accionista; con 30 años de experiencia incluyendo 25 años con *WALT DISNEY*. *AIC* atiende, propone, produce e implementa soluciones para conocer requerimientos específicos para expertos especiales, el equipo tiene experiencia con alianzas con expertos de la industria y provee soluciones problemas complejos y ofrece asistencia a la industria de entretenimiento y organizaciones de reportes profesionales, ingeniería y administración de mantenimiento, estrategias, servicios para invitados con discapacidades, asistencia de expertos, programa de desarrollo constante, desarrollo de proyectos y seminarios de entrenamiento a empleados.

¹⁸² ASESORA DE LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO 30 de noviembre del 2006.

4.4.3 AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL¹⁸³ (AIMS).

La ASOCIACIÓN AMERICANA DE EQUIPAMIENTO RECREACIONAL en Febrero de 1994 propuso establecer comunicaciones y relaciones de trabajo; dedicada a continuar la seguridad en la industria de entretenimiento. A través de Asociaciones, seminarios de seguridad,¹⁸⁴ participando en estándares de seguridad, estableciendo relaciones de trabajo con entidades local, estatal y gobierno federal, establece cooperativas y relaciones con otras asociaciones, propietarios de parques de diversiones y operadores, concesionarios, fabricantes de equipo y proveedores, ferias, parques acuáticos, centros familiares de entretenimiento e industria recreativa. AIMS proporciona una beca para personal que no pueda participar en los seminarios de seguridad anual conducido por miembros de la asociación, provee certificación para el personal así como legislación y diseño de juegos de diversiones, manufactura y leyes de inspección además, promueve el desarrollo de estándares de seguridad de juegos de diversiones internacionales. Representa anualmente los miembros en AMUSEMENT INDUSTRY TRADE SHOW; la organización consiste de americanos calificados y entidades internacionales ocupados en diseño, fabricación, producción, ventas y servicios de diversiones, entretenimiento e industria de recreación.

4.5 Clasificación Industrial

4.5.1 STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION¹⁸⁵ (SIC)¹⁸⁶

Estándar de Clasificación Industrial, (Departamento del trabajo de los Estados Unidos) versión 1987. Establecimiento tipo conocido como parques de diversiones y parques para niños, el grupo opera completo o parte de atracciones como juegos mecánicos, aparatos de diversión y zonas de excursión. Los concesionarios de diversiones operan dentro del parque, está clasificado en industria 7999, centros de diversión y parques (no ferias, circos o carnavales), parques de diversiones, parques para niños, parques temáticos, diversión.

¹⁸³ INDUSTRIA DE DIVERSIONES, FABRICANTES Y PROVEEDORES INTERNACIONALES en <http://aims.com>. 30 de noviembre del 2006

¹⁸⁴ Para mayor información ver Seminarios de Seguridad de AIMS en Anexo IV. 30 de noviembre del 2006.

¹⁸⁵ Estándar de Clasificación Industrial en <http://www.osha.gov>. 4 de Diciembre del 2006

¹⁸⁶ <http://www.osha.gov> U.S. Department of Labor Occupational Safety & Health Administration.. 4 de diciembre del 2006.

Cuadro 4. 5 Estándar de Clasificación Industrial

| |
|--|
| Descripción para 7996: Parques de Diversión |
| División I: Servicios Grupo Mayor 79: Servicios de Diversión y Recreación |
| Grupo Industria 799: Diversión y Recreación Parques de Diversión 7996 |

FUENTE: <http://www.osha.gov>. 4 de diciembre del 2006.

4.5.2 NORTH AMERICAN INDUSTRY CLASSIFICATION SYSTEM¹⁸⁷ (NAICS)¹⁸⁸

Ha reemplazado el Sistema Estadounidense *STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION (SIC)*. *NAICS* fue desarrollada en conjunto por Estados Unidos, Canadá y México para promover la comparación en estadísticas acerca de la actividad de los negocios a través de Norte América. *NAICS 2002* Incluye revisiones con sectores de comercio y revisiones para venta de Información. México tiene una clasificación para actividades económicas y productos donde muestra en otros servicios recreativos e incluye juegos mecánicos con la rama 949101.

¹⁸⁷ Sistema de Clasificación Industrial Norteamericano

¹⁸⁸ <http://www.naics.html> U.S. Census Bureau. 4 de diciembre del 2006.

Cuadro 4. 6 Clasificación mexicana de actividades económicas y productos (CMAP)

| | |
|-----------------------------|--|
| Rama 9491 | SERVICIOS EN CENTROS RECREATIVOS Y DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS DE DIVERSIÓN PRESTADOS POR EL SECTOR PRIVADO. EXCLUYE CENTROS NOCTURNOS. |
| Código Clase CMAP 949101 | SERVICIOS PRIVADOS EN <u>CENTROS SOCIALES</u> , RECREATIVOS Y DEPORTIVOS Incluye los servicios de clubes deportivos, gimnasios, balnearios, albercas, campos deportivos, billares, alquiler de lanchas, caballos, bicicletas, etcétera. |
| 949102 | SERVICIOS PRIVADOS DE PROMOCIÓN Y PRESENTACIÓN DE ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS, <u>TAURINOS</u> Y CIRCOS Incluye la explotación de estadios, arenas, frontones, hipódromos, palenques, etcétera. |
| 949103 | SERVICIOS PRIVADOS DE ENSEÑANZA DE GIMNASIA Y ARTES MARCIALES Incluye entrenadores de deportistas por cuenta propia. |
| 949104 | <u>OTROS SERVICIOS RECREATIVOS</u> Y ESPARCIMIENTO PRIVADOS Incluye atracciones y juegos mecánicos y electrónicos que funcionan con monedas |

FUENTE: Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP). Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. Censos Económicos 1994. 10 de mayo del 2007.

En el siguiente cuadro podemos apreciar las características de servicios en la clase 949101 para 1998, para personal ocupado 16 483, remuneraciones 451 220 y producción bruta total 31 929 828 de acuerdo a INEGI.

Cuadro 4. 7 Características principales de las unidades económicas de servicios, según clase de actividad (datos 1998)

| CLASE DE ACTIVIDAD | TOTAL | PRODUCTORAS | AUXILIARES | PERSONAL OCUPADO | REMUNERACIONES | VARIACIÓN DE EXISTENCIAS | ACTIVOS FIJOS NETOS | FOMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO | PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL | INSUMOS TOTALES | VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO |
|---|--------|-------------|------------|------------------|----------------|--------------------------|---------------------|--------------------------------|------------------------|-----------------|-----------------------------|
| CLASE 931031 SERVICIOS DE CANTINAS Y BARES | 13 334 | 13 309 | 25 | 36 543 | 392 398 | 30 382 | 1 348 304 | 26 407 | 3 268 498 | 1 979 243 | 1 289 255 |
| CLASE 931032 SERVICIO DE SERVECEERIAS | 9 505 | 9 503 | 2 | 16 121 | 88 600 | 8 097 | 381 708 | 4 031 | 1 109 983 | 751 639 | 358 344 |
| CLASE 931033 SERVICIO DE PELUQUERIAS | 1 243 | 1 243 | 1 | 1 641 | 3 523 | 188 | 35 252 | 515 | 67 551 | 42 085 | 25 466 |
| CLASE 932001 SERVICIOS DE HOTELES DE LUJO | 2 574 | 2 422 | 152 | 124 112 | 4 394 356 | 183 025 | 49 440 424 | 1 996 779 | 25 068 881 | 15 190 007 | 10 869 874 |
| CLASE 932002 SERVICIO DE HOTELES ECONOMICOS | 6 416 | 6 313 | 103 | 35 258 | 593 666 | 18 143 | 12 763 678 | 165 312 | 3 288994 | 1 587 269 | 1 701 725 |
| CLASE 932012 SERVICIO DE MOTEL | 1 208 | 1 203 | 5 | 11 177 | 211 720 | 6 423 | 1 922 634 | 58 100 | 954 331 | 423 213 | 531 118 |
| CLASE 932013 SERVICIO DE CAMPAMENTOS PARA CASAS MOVILES (TRAILER PARKS) | 77 | 77 | .. | 468 | 10 248 | 203 | 194 547 | 6 322 | 46 249 | 16 117 | 30 132 |
| CLASE 932014 SERVICIO DE HOSPEDAJE EN CASAS DE HUESPEDES Y DEPARTAMENTOS AMUEBLADOS | 1 510 | 1 505 | 5 | 3 650 | 35 061 | 1 680 | 1 171 290 | 8 336 | 289 323 | 150 220 | 139 103 |
| CLASE 932015 SERVICIO DE ALBERGUES JUVENILES Y CAMPAMENTO TEMPORAL | 97 | 87 | 10 | 3 753 | 136 323 | 3 536 | 2 166 892 | 32 509 | 605 388 | 415 893 | 189 495 |
| CLASE 941101 PRODUCCIÓN PRIVADA DE PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS | 127 | 126 | 1 | 1 175 | 82 733 | 11 149 | 1 611 215 | 19 529 | 1 130 907 | 2 181 373 | -1 050 466 |
| CLASE941102 DISTRIBUCIÓN Y ALQUILER DE PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS, SERVICIOS PRIVADOS | 24 | 24 | .. | 274 | 47 420 | 1 282 | 43 294 | 4 596 | 984 141 | 591 276 | 392 865 |
| CLASE 941103 EXHIBICIÓN PRIVADA DE PELÍCULAS CINEMATOGRAFICAS | 767 | 710 | 57 | 8 180 | 379 278 | 37 942 | 4 483 012 | 210 887 | 3 236 296 | 2 197 001 | 1 039 295 |
| CLASE 9411 04 PRODUCCIÓN Y TRANSMISIÓN PRIVADA DE PROGRAMAS DE RADIO | 920 | 826 | 94 | 9 897 | 473 753 | 1 351 | 1 683 537 | 63 262 | 2 314 951 | 1 133 329 | 1 181 622 |
| CLASE 941105 PRODUCCIÓN, TRANSMISIÓN Y REPETICIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, SERVICIOS PRIVADOS | 1 240 | 853 | 377 | 24 202 | 4 257 211 | 1 037 674 | 9 245 409 | 1 564 085 | 18 069 914 | 17 023 516 | 1 046 398 |
| 941106 SERVICIOS PRIVADOS DE PROMOCIÓN, MOTAJE Y PRESENTACIÓN DE ESPECTACULOS ARTISTICOS | 3 408 | 3 361 | 47 | 17 956 | 129 503 | 7 167 | 1 591 621 | 21 675 | 959 317 | 510 748 | 448 569 |
| CLASE 941107 SERVICIOS DE AUTORES, COMPOSITORES Y OTROS ARTISTAS INDEPENDIENTES, PRIVADOS | 789 | 782 | 7 | 2 546 | 27 771 | -18 725 | 97 553 | 5 442 | 565 677 | 325 419 | 240 258 |
| CLASE 942101 SERVICIOS DE BIBLIOTECAS, MUSEOS, JARDINES BOTANICOS Y SIMILARES PRIVADOS | 360 | 353 | 7 | 3 348 | 116 945 | 5 934 | 1 831 042 | 45 378 | 419 235 | 223 966 | 195 269 |
| CLASE 949101 SERVICIOS PRIVADOS EN CENTROS SOCIALES, RECREATIVOS Y DEPORTIVOS | 9 183 | 9 129 | 54 | 44 225 | 1 574 643 | 36 201 | 13 566 765 | 308 930 | 5 996 310 | 2 916 823 | 3 079 487 |
| CLASE 949102 SERVICIOS PRIVADOS DE PROMOCIÓN Y PRESENTACION DE ESPECTACULOS DEPORTIVOS, TAURINOS Y CIRCOS | 624 | 613 | 11 | 3 962 | 286 453 | 2 702 | 2 285 207 | 85 433 | 1 487 891 | 1 270 253 | 217 638 |
| CLASE 949103 SERVICIOS PRIVADOS DE ENSEÑANZA DE GIMNASIA Y ARTES | 4 053 | 4 047 | 6 | 9 938 | 139 418 | 3 548 | 810 936 | 26 629 | 704 938 | 456 828 | 248 110 |

FUENTE: Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP). INEGI. Censos Económicos 1994. 10 de mayo del 2007.

4.6 INFOPARKS¹⁸⁹

4.6.1 Clasificación de los parques de atracción¹⁹⁰

INFOPARKS proporciona información de parques en Europa y posee 800 parques en 16 países de Europa y los clasifica en 6 categorías: parques de atracciones y temáticos, recorridos acrobáticos en altura, parques acuáticos, acuarios, parques zoológicos, animales específicos, parques florales y botánicos. En esta investigación se tratará sólo los parques de diversión temáticos.

Cuadro 4. 8 Clasificación de parques de diversiones



Parques de atracciones y temáticos



Recorridos acrobáticos en altura



Parques acuáticos



Acuarios



Parques zoológicos



Animales específicos



Parques florales y botánicos

¹⁸⁹ Información de Parques en Europa

¹⁹⁰ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

Los países miembros de *INFOPARKS* se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. 9 Países miembros de *INFOPARKS*

| | |
|---|---|
|  ALLEMAGNE |  ITALIE |
|  AUTRICHE |  LUXEMBOURG |
|  BELGIQUE |  NORVEGE |
|  DANEMARK |  PAYS-BAS |
|  ESPAGNE |  PORTUGAL |
|  FINLANDE |  ROYAUME-UNI |
|  FRANCE |  SUEDE |
|  IRLANDE |  SUISSE |

FUENTE: <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

4.6.2 Historia de los Parques de atracción¹⁹¹

En 1795 existía en París el parque de diversiones *TIVOLI*; en esa época las personas iban a ferias a divertirse a los juegos y disfrutar de espectáculos de saltimbancos. A la aristocracia le encantaban las fiestas y la burguesía desfilaba en los jardines de casas particulares; la moda era placeres, bailes, espectáculos pirotécnicos, trapevistas así, las fiestas se celebraban en un teatro circular y acudían al teatro y circo a la vez. La revolución francesa revolucionó la división social, las fiestas debían unir la nación y hacer de los jardines espacios libres abiertos a todos.

El primer parque de atracciones *TIVOLI* fue abierto en 1771 en París. La revolución afectó el modo de vida al incautar los parques; Gérard Desrivieres desarrolló un jardín permanente en donde había todos los tipos de ocio, con la diferencia que se dirigió a los adultos. Se recuperaron las ferias y los espectáculos en los jardines, la rueda de la fortuna, el equilibrista sobre una cuerda a dos metros de alto, las pantomimas; las fiestas reales en el paracaídas y globos aerostáticos; tiro de arco y lotería, los visitantes disfrutaban de los juegos como lo practican hoy los niños; se abrieron jardines explanadas para espectáculos y café. Los parques de atracciones se desarrollaron en base al modelo del *TIVOLI* en Europa, un *TIVOLI* fue creado en Copenhague en 1843 y existe actualmente; los

¹⁹¹ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

jardines evolucionaron y fueron más familiares e incluyeron la montaña rusa. Las montañas rusas entre 1800 y 1820 que originalmente se deslizaban en hielo y posteriormente fue remplazado por jabón y agua con el tiempo se nombró salto del Niágara, actualmente éstos juegos funcionan sin electricidad y llegaron a alcanzar impresionantes velocidades, en 1816 los carros de las primeras montañas rusas parisinas se deslizaban a 40 y 60 kms por hora. El público se cansó de los *TIVOLIS* y las atracciones eran más violentas; a mediados del siglo XIX habían casi desaparecido y los espacios fueron utilizados con otros fines para bailes con orquesta, su presencia en las ferias los invitaba a descubrir exposiciones universales.

Foto 4. 8 *TIVOLI GARDENS*



<http://www.tivoli.dk> 27 de noviembre del 2007.

A finales del siglo XIX las atracciones tuvieron grandes cambios, ochos que alcanzaban hasta 200 metros de riel, coches a 35 km/hora y toboganes de mimbre sobre una carpeta de 25 metros de alto, trenes fantasma; el carrusel recordó el origen de los verdaderos caballos. Se pensó en otra atracción donde los hombres iban girando en su mismo eje; los caballos de madera fueron suspendidos; la idea prevalece de hacer girar sobre un plato circular con asientos fijos.

Con el vapor en 1865 y después la electricidad en 1890, los parques de atracción marcaron un nuevo incentivo, el descubrir las nuevas sensaciones de movimientos novedosos: el galope, el lanzamiento y la ondulación de las montañas rusas. El éxito de las nuevas atracciones hizo posible la idea de construir en Europa entera nuevos parques; el más antiguo, *EL BLACKPOOL PLEASURE BEACH* 1896; *EL LUNA PARK DE BERLÍN*, de los más espectaculares, marca en 1909 en París el gran retorno de los parques de atracciones permanentes y duró más de 30 años; los viernes eran los días de la clientela mundana y donde la entrada era más cara, abierto de una a medianoche. Las principales atracciones eran las montañas rusas con 200 metros, la rueda diabólica donde los vagones se agitaban en todos

sentidos, el molino del río misterioso un tipo de tren fantasma sobre agua, también las vías de una montaña rusa de 1945 metros de largo. Los carruseles fueron remplazados por vehículos más modernos, bicicletas, vagones del metro, motocicletas que en general cambiaron el aspecto estético; los juegos fueron suntuosamente decorados, esculpidos y ampliamente iluminados gracias a la electricidad. A principios del siglo XX, los americanos se mostraron como los líderes, fueron evaluando las atracciones que hacían más espectaculares a los parques.

WALT DISNEY abrió en 1955 *DISNEYLAND* aportó un cambio estructural a los parques en desarrollo con un nuevo concepto en el que todo sería concebido, programado y arreglado por la responsabilidad de un solo hombre el barrendero y las atracciones estaban generadas por foráneos que proponían sus atracciones. Sobre este modelo se desarrollaron los parques que conocemos actualmente, los parques familiares.

4.7 MINTEL

Proporciona reportes de investigación de mercados e Industrias, oportunidades de negocios, noticias, reportes, análisis de consumo y mercados. meta para estrategias de mercadotecnia.

MINTEL reportes publica más de 45 reportes cada mes enfocándose en temas de mercadotecnia dividido entre reportes británicos, europeos y americanos.

MINTEL mercadotecnia, analiza tamaño, tendencias de mercado, segmentación, actitudes de consumo, hábitos de compra y evalúa el futuro del mercado.

MINTEL GNPD,¹⁹² Bases de datos de nuevos productos globales provee cobertura editorial mundial de desarrollo de nuevo producto.

MINTEL consultoria, Equipo de investigadores, proveen soluciones para las necesidades de consumidores pronostican investigación de consumo, cambios de estilos de vida, tendencias de bienes de consumo y servicios financieros.

MINTEL compremedia, Base de datos que imprime anuncios en nueve sectores de la Industria analiza la mercadotecnia de sus competidores directos; de las 350 cadenas de restaurantes más grandes y de 150 restaurantes independientes.

MINTEL servicios, provee auditorias de producto y mercados de consumo global, en 130 países o análisis de calidad.

4.8 AMUSENET

AMUSENET. Colección de *internet* de empresas secundarias de la Industria de parques de diversiones que enlistan atracciones y juegos, Montañas rusas, juegos familiares, carros a control remoto, barcos, *Go-karts*, botes de choque, carrusel.

Efectos especiales, audio, video, niebla de agua, animación por computadora, pirotecnia, presentación de sistemas de control, sistemas de iluminación.

¹⁹² Base de datos de nuevos productos globales

Diversiones, artistas para eventos corporativos y privados, magos, cantantes, hipnotistas, compañías de producción en vivo, presentaciones de pájaros exóticos. Comidas y bebidas, concesiones de remolques, dulces.

Arcadas, video juegos, componentes de máquina expendedora, máquina de discos, máquina del millón, billares, regalos, dardos electrónicos.

4.9 THEME PARKS AND LEISURE INDUSTRY EXPERT WITNESS AND SAFETY¹⁹³ (TP&LIEW&S)

En 1986 William H. Avery III decidió abrir un negocio dedicado a preservar la seguridad del entretenimiento e industria del ocio, se llamó *SYSTEMS SAFETY MANAGEMENT USA* hasta 1998, en noviembre 1998, cambió el nombre a *EVERY SAFETY* y desde los 90s ha ofrecido el *INSTITUTO DE SEGURIDAD*, prevención de pérdida, y calidad conocimientos para profesionales de la industria de entretenimiento y abogados alrededor del mundo.

Consejos de Seguridad de juegos de diversión general¹⁹⁴

- Seguir restricciones de altura, edad e instrucciones por operadores de juegos.
- Mantener manos, brazos, piernas y cabello largo) dentro del juego todo.
- Usar equipo de seguridad siempre (cinturón de seguridad, harnes, cadena).
- Permanecer en el juego hasta que pare completamente el juego.
- Nunca pasear bajo la influencia de alcohol y drogas.
- No abordar un juego si ve partes rotas, mantenimiento impropio.
- Tomar mucha agua mientras visita un parque de diversiones en un día caluroso.
- Vestir ropa y zapatos cómodos.
- Tomar descansos frecuentes.
- Poner atención a la superficie (grietas, hoyos, rallones, etc.).
- Si es una persona de talla extrema altura o peso poner atención a los letreros.
- Debe estar en buena salud para pasear sin riesgos.

Consejos de seguridad para Niños¹⁹⁵

- Observar el juego con el niño antes de subirse.
- Leer advertencias en voz alta y explicar la información al niño, previo al paseo.
- El operador indica la localización de entrada y salida previo al paseo.
- Los juegos a veces paran temporalmente, pero los usuarios no deben bajarse.
- Hablar de qué hacer si al niño le da miedo mientras el juego está en movimiento; explicar que juegos de diversiones pueden parecer de miedo.
- Que los niños sostengan con fuerza y ambas manos barras para manos.

¹⁹³ *PARQUES TEMÁTICOS Y EXPERTOS DE LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO Y SEGURIDAD* en <http://www.tp&liew&s.com> 8 de diciembre del 2006.

¹⁹⁴ *Ibidem*

¹⁹⁵ *PARQUES TEMÁTICOS Y EXPERTOS DE LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO Y SEGURIDAD* en <http://www.tp&liew&s.com> 8 de diciembre del 2006.

- Siempre usar el equipo de seguridad provisto.
- Fabricantes proveen cinturones de seguridad.
- Barras en algunos juegos apto contra el más grande pasajero en el carro.
- Obedecer restricciones de mínimo de altura, edad y peso.
- Nunca introduzca niños sobre juegos que están demasiado pequeños.
- Usar el letreto de altura y límite de edad como sugerencias, no pase del criterio.
- No poner a los niños en un juego grande o al máximo de altura y peso tan importantes son límites como mínimos.
- Si el niño no permanece sentado con manos y pies dentro, no permita pasear.
- Niños emocionados meten manos, brazos, pies y cabezas fuera de los juegos.
- Poner atención, niños que tienen prisa para ser el primero pueden tratar de salir mientras el juego está todavía en movimiento.
- El operador del juego decide si carga a los papas que acompañan a sus hijos.
- No se permite a los adultos pasear en algunos juegos para niños.
- No permitir a los niños supervisar niños en juegos de diversiones.
- Discutir los diferentes tipos de juegos que giran; hablar de cada juego y que podría pasar si no siguen las reglas de seguridad.
- Obedecer la altura y límites de peso, ambos máximos y mínimos.
- Preguntar al niño de las consecuencias de su comportamiento.
- Explicar que jugar juegos en un juego puede también lastimar otros usuarios.
- Hablar con niños acerca del uso de las drogas y el alcohol.

Consejos de seguridad para personas con discapacidades¹⁹⁶

- Instalaciones enfocan necesidades de usuarios con discapacidades.
- Un invitado con una discapacidad podría visitar una oficina de información y requerir información con respecto al acceso a instalaciones juegos y aparatos.
- Las instalaciones de diversión proveerán los requerimientos físicos.
- Invitados con discapacidades podrían remitir una guía de seguridad en la oficina de información y tener buena salud para pasear sin riesgo.

¹⁹⁶ *Ibidem*

CAPITULO V

**ASPECTOS QUE DETERMINAN LA INVERSIÓN DE PARQUES DE
DIVERSIÓN EN MÉXICO**

CAPITULO V

5. ASPECTOS QUE DETERMINAN LA INVERSIÓN DE PARQUES DE DIVERSIÓN EN MÉXICO

5.1 La Industria en el mundo

Los parques de diversiones y atracciones provén un gran número de visitantes en el mundo, Estados Unidos en 200, 300 millones de personas llenaron 750 parques de diversiones y atracciones, generando ganancias por \$8, 000 mil millones de dólares; los europeos 60 millones de visitantes y 75 millones los japoneses.

La asistencia durante 2001 de los 50 principales parques de diversiones en el mundo fue de casi \$243 millones de visitantes.¹⁹⁷ Las regiones con mayor crecimiento son Latinoamérica, Medio y Lejano Oriente; la consultoría y proveedores proporcionada por Estados Unidos, Alemania, Italia, Japón, Rusia y Suiza, cuentan con diseñadores y fabricantes de montañas rusas y otros juegos. Existen en el mundo diez mil parques de diversiones, parques acuáticos y centros de entretenimiento, casi la mitad se encuentra en Estados Unidos (43%), Canadá (6%), Inglaterra, Japón y Alemania (4%) cada uno; Europa, Asia y América Latina representan cada uno un 15% aproximadamente.

Después de la primera guerra mundial los parques de diversiones comenzaron a desaparecer; en Estados Unidos había 2,000 parques en 1920 y en 1939 quedaban sólo 245; con el número de nacimientos hubo demanda por diversión infantil. Para 1955, la historia de los parques de diversiones cambio con la apertura de *WALT DISNEY* y la apertura de un parque temático regional *SIX FLAGS* inaugurado en 1964, actualmente uno de los principales en el mundo. Para 1977 había 682 parques de diversiones en Estados Unidos y Europa; surgen los parques acuáticos, en Orlando Florida, el primer parque acuático *WET'N WILD*; México, Asia y Europa desarrollaron parques acuáticos. Para fines de los 60s se introdujeron montañas rusas de acero y con los avances tecnológicos, giros completos, dobles y con la aparición de las computadoras cambiaron los juegos de destreza y espectáculos.¹⁹⁸ La industria de la diversión es una de las industrias más productivas y de mayor crecimiento en el mundo, generando millones de fuentes de empleo y proporcionando entretenimiento y diversión a familias de todas edades, culturas, razas y religiones en más de 80 países en todo el mundo.

5.1.1 Evolución de la industria en México

Las raíces de la industria se remontan a la época colonial, cuando los pueblos comenzaron a organizar ferias populares en honor al santo patrono del lugar; los primeros juegos mecánicos estaban hechos de madera e iluminados con lámparas de aceite y posteriormente se introdujeron motores de gasolina. La industria sigue

¹⁹⁷ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

¹⁹⁸ *Ibidem*

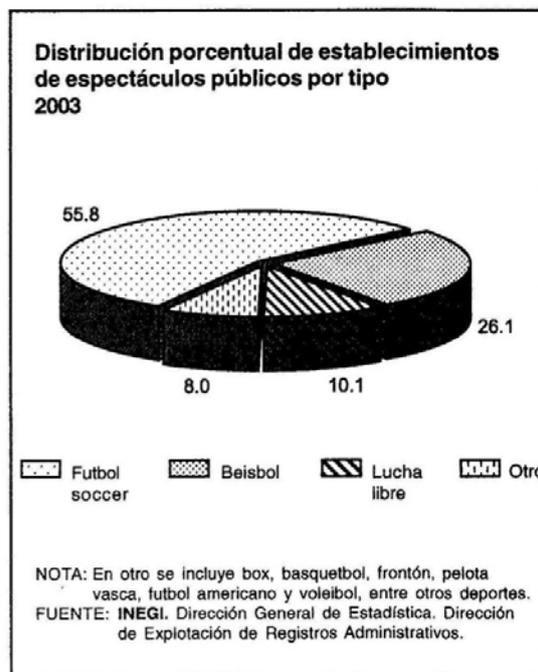
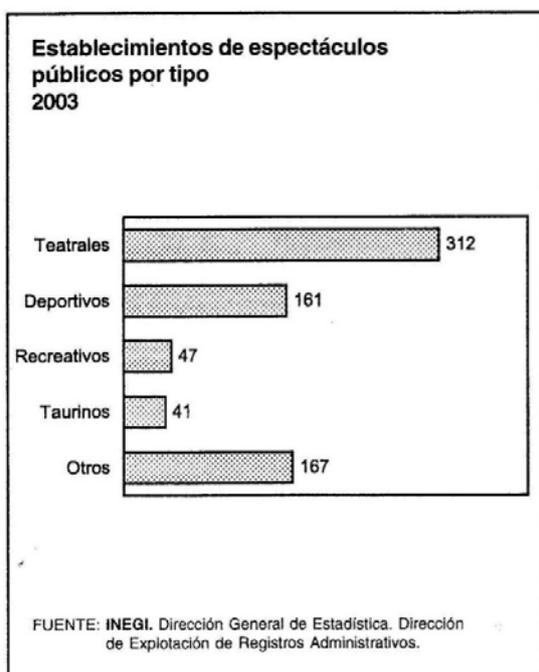
siendo parte de las celebraciones de pueblos y ciudades y es una industria familiar de generaciones; los parques de diversiones han desplazado a las ferias en las grandes ciudades como México, Monterrey o Guadalajara.

En los 80s México, siguiendo la tendencia de Estados Unidos inició los primeros parques acuáticos. Actualmente México cuenta con balnearios y parques acuáticos en Morelos, Jalisco, San Luis; en los 90s se desarrollaron parques ecológicos y arqueológicos como *XEL-HA* y *X-CARET en Quintana Roo*.¹⁹⁹

LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO anualmente recibe 2 millones de visitantes; en Guadalajara se inauguró el *PARQUE ÁVILA CAMACHO*. En los 80s se inauguró al sur de la Ciudad de México, el primer parque temático de América Latina, *REINO AVENTURA*, actualmente *SIX FLAGS*, en 1988 abre *SELVA MÁGICA* en Guadalajara, *NAUCALLI MÁGICO* y *FORMULA 1* en Guadalajara, además del parque acuático *CICI DE ACAPULCO*, *BOSQUE MÁGICO* en Monterrey abierto en 1995 y el *PARQUE TEMÁTICO PLAZA SÉSAMO* abierto en 1996. Los parques de diversiones y parques acuáticos generan empleos para 13, 000 personas y ganancias de \$220 millones de dólares.²⁰⁰

Los parques de diversión en México se encuentran dentro de espectáculos recreativos en las estadísticas de INEGI con 47 establecimientos y en la distribución porcentual dentro de otros con 8%.

Cuadro 5. 1 Establecimientos de espectáculos públicos por tipo



FUENTE: Cuaderno núm. 8, Estadísticas de Cultura. Edición 2005. INEGI. 10 de mayo del 2007.

¹⁹⁹ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007

²⁰⁰ *Ibidem*

Cuadro 5. 2 Costos y Margen de Funcionamiento de los Parques de Atracciones

(como porcentaje del Ingreso bruto 2001)

Los costos varían considerablemente por la categoría de los parques de atracciones

| | Sudamerica | | Abre 200 Días | US y Canada Abre 201 Días | US y Canada 500,000 | US y Canada 500,001 | 1,500,001 |
|---|------------|--------|------------------|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------|
| | Europa | y Asia | o menos | o mas | de menos | a 1500,000 | o más |
| Salarios y Prestaciones del Empleado | 30.4% | 32.1% | 33.5% | 49.0% | 37.7% | 25.4% | 39.7% |
| Reparaciones y Mantenimiento | 6.9% | 11.7% | 8.8% | 4.9% | 7.5% | 8.4% | 7.7% |
| Operaciones y Entretenimiento | 5.4% | 3.7% | 3.9% | 6.6% | 5.1% | 5.2% | 2.8% |
| Eventos Especiales | 2.8% | 3.3% | 0.6% | 0.5% | 1.3% | 1.6% | 2.9% |
| Publicidad | 4.4% | 7.3% | 5.1% | 3.9% | 5.3% | 4.6% | 4.2% |
| Servicios | 2.8% | 3.7% | 4.0% | 1.8% | 3.2% | 2.6% | 3.7% |
| Seguros | 1.5% | 2.7% | 5.2% | 1.3% | 4.2% | 1.6% | 1.5% |
| Administración | 2.8% | 7.3% | 3.1% | 2.5% | 3.7% | 5.5% | 2.8% |
| Alquiler y Renta | 1.6% | 3.7% | 3.4% | 6.1% | 4.6% | 3.1% | 1.3% |
| Impuestos y Derechos | 0.8% | 2.7% | 4.5% | 1.1% | 2.5% | 1.7% | 2.0% |
| Costo de Mercancías | 9.0% | 11.2% | 11.4% | 7.1% | 8.7% | 12.7% | 8.0% |
| Vendidas | | | | | | | |
| Otros | 6.9% | 2.8% | 4.0% | 6.4% | 5.3% | 2.4% | 7.7% |
| Margen de Operación | 24.6% | 7.7% | 12.6% | 8.8% | 10.7% | 25.3% | 15.9% ^c |

Fuente: International Association of Amusement Parks & Attractions

FUENTE: *INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS (IAAPA) ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES*. 11 de diciembre del 2006

En el cuadro podemos apreciar que en empresas con ingresos de \$1 500 001 dólares se gasta en salarios el 39% en prestaciones de empleado; en margen de operación el 15.9%; costo de mercancías 8% y el 7.7% en mantenimiento y reparaciones de acuerdo a la *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES*.²⁰¹

²⁰¹ <http://www.infoparks.com>. 21 de febrero del 2007.

En el siguiente cuadro podemos apreciar las unidades económicas de los sectores privado y paraestatal por entidad federativa, servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos a nivel general. El Distrito Federal tiene 11 035 392, Jalisco 6 006 854 y México 4 101 087.

Cuadro 5. 3 Valor agregado censal bruto de las unidades económicas de los sectores privado y paraestatal por entidad federativa según sector de actividad económica

| ENTIDAD FEDERATIVA | SERVICIOS DE APOYO A LOS NEGOCIOS Y MANEJO DE DESECHOS Y SERVICIOS DE REMEDIACIÓN | SERVICIOS EDUCATIVOS | SERVICIOS DE SALUD Y DE ASISTENCIA SOCIAL | SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO CULTURALES Y DEPORTIVOS Y OTROS SERVICIOS RECREATIVOS | SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TEMPORAL Y DE REPARACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS | OTROS SERVICIOS, EXCEPTO ACTIVIDADES DEL GOBIERNO |
|---------------------------------|---|----------------------|---|--|--|---|
| Estados Unidos Mexicanos | 90 232 711 | 53 846 025 | 22 700 371 | 11 340 223 | 64 700 491 | 48 361 607 |
| Aguascalientes | 621 023 | 532 816 | 379 452 | 239 713 | 602 488 | 498 089 |
| Baja California | 1 698 970 | 1 151 725 | 678 114 | 733 399 | 2 474 389 | 1 766 634 |
| Baja California Sur | 393 027 | 117 233 | 90 897 | 48 287 | 1 245 190 | 345 202 |
| Campeche | 1 277 622 | 155 163 | 66 575 | 16 733 | 892 338 | 588 703 |
| Coahuila de Zaragoza | 2 841 737 | 1 477 210 | 678 132 | 339 626 | 1 477 044 | 1 478 713 |
| Colima | 379 325 | 140 150 | 92 951 | 50 398 | 576 734 | 247 147 |
| Chiapas | 331 821 | 665 621 | 284 858 | 80 295 | 1 007 106 | 559 413 |
| Chihuahua | 1 610 036 | 1 112 016 | 940 894 | 309 908 | 2 129 520 | 1 392 381 |
| Distrito Federal | 32 993 571 | 15 119 044 | 5 609 895 | 2 310 436 | 11 035 392 | 9 845 356 |
| Durango | 1 014 910 | 292 819 | 133 471 | 64 928 | 410 293 | 390 707 |
| Guanajuato | 2 238 101 | 1 904 247 | 815 547 | 292 549 | 2 027 703 | 1 622 479 |
| Guerrero | 794 100 | 379 922 | 219 440 | 185 983 | 2 453 435 | 540 351 |
| Hidalgo | 589 482 | 626 389 | 214 455 | 186 826 | 565 250 | 474 062 |
| Jalisco | 6 208 745 | 4 202 568 | 1 366 053 | 922 586 | 6 006 854 | 3 213 772 |
| México | 6 299 620 | 7 035 281 | 1 357 763 | 931 748 | 4 101 087 | 4 106 961 |
| Michoacan de Ocampo | 1 252 422 | 992 723 | 684 309 | 316 120 | 1 446 636 | 6 510 498 |
| Morelos | 780 919 | 893 324 | 349 342 | 284 488 | 890 428 | 545 413 |
| Nayarit | 248 969 | 127 026 | 92 280 | 98 065 | 648 695 | 252 819 |
| Nuevo León | 11 761 977 | 5 217 043 | 2 113 936 | 1 368 255 | 3 097 223 | 3 116 651 |
| Oaxaca | 876 235 | 396 474 | 271 550 | 93 449 | 1 212 066 | 622 190 |
| Puebla | 2 208 574 | 2 604 888 | 594 399 | 348 400 | 1 476 241 | 978 627 |
| Querétaro de Arteaga | 1 110 912 | 1 414 795 | 384 155 | 118 800 | 1 029 789 | 624 737 |
| Quintana Roo | 3 263 304 | 358 461 | 137 421 | 641 786 | 6 122 804 | 537 761 |
| San Luis Potosí | 1 070 484 | 734 550 | 361 839 | 151 449 | 945 226 | 675 078 |
| Sinaloa | 888 140 | 830 142 | 530 039 | 304 047 | 1 709 863 | 1 291 795 |
| Sonora | 2 283 214 | 905 638 | 698 081 | 214 949 | 1 517 700 | 1 211 228 |
| Tabasco | 577 498 | 499 554 | 1 421 621 | 58 596 | 948 988 | 755 784 |
| Tamaulipas | 1 489 016 | 1 328 366 | 646 320 | 223 665 | 2 228 723 | 1 071 173 |
| Tlaxcala | 129 709 | 175 952 | 82 003 | 19 686 | 402 717 | 204 111 |
| Veracruz de Ignacio de la Llave | 1 863 393 | 1 534 966 | 928 329 | 233 207 | 2 617 700 | 2 001 427 |
| Yucatán | 771 130 | 681 802 | 315 162 | 105 402 | 948 956 | 617 567 |
| Zacatecas | 364 725 | 238 117 | 161 088 | 46 444 | 451 913 | 274 608 |

FUENTE: Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa. Edición 2006. México. INEGI. 10 de mayo del 2007.

5.2 Factores a considerar para la apertura de un parque en México

Uno de los principales factores a considerar para la apertura de un parque es la situación geográfica. México tiene un área 1, 923,375 km² y comparte una larga

frontera norteña con Estados Unidos de América y al sur con Guatemala y Belice, al este limita con el Golfo de México y al Oeste con el Océano Pacífico. Aproximadamente el 85% del país (con excepción de la península de Yucatán y las llanuras costeras del este y noroeste) está formado por cadenas montañosas, mesetas y numerosos valles. La Sierra Madre Occidental y la Sierra Madre Oriental corren paralelas a ambas costas, entre ellas se encuentra una vasta región de valles, altiplanicies y mesetas. En el extremo sur de la altiplanicie se hallan las cimas más elevadas de México: el Pico de Orizaba, el Popocatepetl y el Iztaccihuatl.²⁰² Con una Localización estratégica en la frontera de Estados Unidos, con una población de 106, 202,903 en 2005, estructura de Edad 0-14 años 31, 15-64 años 63.3%, 65 años y más 5.6%.

Mapa 5. 1 México



FUENTE: *WORLD ATLAS AND WORLD MAPS*.
 Geography.about.com/library/maps/blindex.htm. 12 de octubre del 2007.

²⁰² <http://www.inegi.gob.mx>. 12 de octubre del 2007.

Cuadro 5. 4 Superficie territorial, límites internacionales del territorio continental, longitud de la línea de costa de los estados unidos mexicanos

CONCEPTO

| | |
|---|-----------|
| Superficie territorial (km2) | 1 964 375 |
| Continental | 1 959 248 |
| Insular | 5 127 |
| Límites Internacionales del territorio continental (km) | 11 122 |
| Estados Unidos de América | 3 152 |
| Guatemala | 956 |
| Belice a/ | 193 |

Fuente: Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa. Edición 2006. INEGI. México Publicación Anual.10 de mayo del 2007.

Por otro lado podemos mencionar otro factor, el clima, en nuestro país existe una gran variedad y dependen de la altitud, en el litoral y en las tierras bajas es cálido, en las mesetas y el norte templado y noroeste árido y al sureste muy húmedo.²⁰³

También cabe mencionar la población, en México el total de población ocupada en el sector servicios es de 16 161 091 millones de personas; y sólo en el Estado de México 2 534 327 y en el Distrito Federal 2 180 331, segundo trimestre del 2005.

Asimismo, la Inversión Extranjera Directa (IED) es cuando una firma invierte directamente en medios para producir y comercializar un producto en un país extranjero. Una participación creciente de IED parece dirigirse a las naciones en vías de desarrollo de Asia y Europa del Este, Estados Unidos se ha convertido en principal receptor de IED.²⁰⁴ En Inversión extranjera directa los Estados Unidos Mexicanos tuvo en total en 2004, \$16 115.1 millones de dólares; la legislación permite al inversionista extranjero intervenir en todo tipo de negocios hasta con el 100% de participación en el capital social, asociarse en coinversiones con empresarios mexicanos o de otras nacionalidades y repatriar utilidades, regalías y pagos por intereses.²⁰⁵

²⁰³ <http://www.inegi.gob.mx>. 12 de octubre del 2007.

²⁰⁴ HILL, CHARLES. *Negocios Internacionales*. 1ª ed., México, McGraw Hill, 2001, p. 204.

²⁰⁵ <http://www.fonatur.gob.mx>. 15 de julio del 2007.

Cuadro 5. 5 Población ocupada por entidad federativa y sexo según sector de actividad económica segundo trimestre de 2005

| ENTIDAD FEDERATIVA SEXO | POBLACIÓN OCUPADA | AGROPECUARIO | CONSTRUCCIÓN | INDUSTRIA MANUFACTURERA | COMERCIO | SERVICIOS | OTROS | NO ESPECIFICADOS |
|---------------------------------|-------------------|--------------|--------------|-------------------------|-----------|------------|--------|------------------|
| Total Estados Unidos Mexicanos | 41 320 802 | 6 249 848 | 3 2 55 655 | 6 935 531 | 8 126 216 | 16 161 091 | 383303 | 209 158 |
| Aguascalientes | 384 037 | 27 130 | 31 556 | 81 456 | 78 373 | 163 487 | 1 957 | 78 |
| Baja California | 1 255 201 | 77 7 46 | 112 987 | 281 608 | 227 420 | 445 713 | 6 779 | 102 948 |
| Baja California Sur | 205 629 | 26 901 | 22 119 | 11 936 | 42 731 | 98 770 | 3 172 | 0 |
| Campeche | 318 972 | 74 888 | 26 972 | 33 942 | 52 710 | 123 174 | 7 286 | 0 |
| Coahuila de Zaragoza | 935 120 | 44 630 | 78 622 | 235 365 | 184 365 | 360 814 | 23 147 | 8 177 |
| Colima | 276 127 | 42 891 | 21 598 | 29 013 | 50 903 | 126 801 | 4 527 | 394 |
| Chiapas | 1 586 076 | 666 385 | 99 167 | 103 337 | 256 630 | 450 339 | 9 812 | 406 |
| Chihuahua | 1 322 624 | 148 264 | 89 371 | 306 257 | 242 215 | 486 604 | 13 446 | 36 467 |
| Distrito Federal | 3 769 550 | 19 034 | 208 510 | 495 327 | 841 217 | 2 180 331 | 24 256 | 875 |
| Durango | 524 535 | 109 406 | 38 353 | 90 215 | 88 706 | 188 473 | 8 665 | 717 |
| Guanajuato | 1 754 175 | 245 508 | 147 410 | 410 869 | 376 767 | 558 882 | 13 894 | 845 |
| Guerrero | 1 113 378 | 298 609 | 93 494 | 122 776 | 188 916 | 404 111 | 5 373 | 99 |
| Hidalgo | 927 222 | 248 456 | 77 390 | 147 976 | 172 063 | 272 121 | 8 647 | 569 |
| Jalisco | 2 778 509 | 269 496 | 222 730 | 555 826 | 600 507 | 1 122 151 | 7 481 | 318 |
| México | 5 821 960 | 314 881 | 550 647 | 1 108 826 | 1 266 434 | 2 534 327 | 43 897 | 2 948 |
| Michoacán de Ocampo | 1 557 885 | 327 437 | 126 053 | 223 792 | 318 809 | 551 321 | 7 230 | 3 243 |
| Morelos | 685 021 | 81 684 | 73 805 | 77 313 | 143 342 | 303 905 | 4 760 | 212 |
| Nayarit | 389 745 | 96 197 | 30 994 | 34 649 | 72 882 | 152 485 | 1 903 | 635 |
| Nuevo León | 1 771 542 | 48 014 | 144 143 | 416 156 | 345 046 | 802 491 | 14 584 | 1 108 |
| Oaxaca | 1 454 516 | 529 370 | 91 324 | 207 270 | 227 792 | 394 280 | 4 480 | 0 |
| Puebla | 2 218 848 | 593 974 | 150 092 | 440 187 | 384 367 | 631 541 | 18 687 | 0 |
| Querétaro Arteaga | 621 504 | 56 659 | 60 175 | 138 504 | 123 347 | 239 558 | 3 018 | 243 |
| Quintana Roo | 513 35 | 38 147 | 40 557 | 33 759 | 105 105 | 292 908 | 2 899 | 0 |
| San Luis Potosí | 913 817 | 201 685 | 62 961 | 165 099 | 163 575 | 307 743 | 11 673 | 1 081 |
| Sinaloa | 1 143 227 | 281 113 | 74 717 | 130 036 | 245 305 | 395 442 | 9 585 | 7 029 |
| Sonora | 935 301 | 115 442 | 80 986 | 169 293 | 177 118 | 358 860 | 13 488 | 20 114 |
| Tabasco | 738 753 | 178 525 | 53 530 | 48 669 | 138 761 | 285 939 | 33 329 | 0 |
| Tamaulipas | 1 245 572 | 106 242 | 113 723 | 252 736 | 255 312 | 484 626 | 16 490 | 16 443 |
| Tlaxcala | 400 818 | 62 802 | 41 670 | 109 121 | 69 658 | 116 657 | 910 | 0 |
| Veracruz de Ignacio de la Llave | 2 517 413 | 672 234 | 189 502 | 280 736 | 447 115 | 874 246 | 49 849 | 3 731 |
| Yucatán | 759 483 | 106 238 | 55 001 | 153 546 | 141 193 | 300 494 | 2 735 | 276 |
| Zacatecas | 480 867 | 139 860 | 45 496 | 39 936 | 97 532 | 152 497 | 5 344 | 202 |

Fuente: Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa. Edición 2006. INEGI. Publicación Anual. 10 de mayo del 2007.

De acuerdo con FONATUR para 2006 hubo 172 mil empleos generados (51 mil directos y 121 mil indirectos) de los Centros Integralmente Planeados (CIPs).²⁰⁶

²⁰⁶ <http://www.fonatur.gob.mx>. 15 de julio del 2007

La tabla muestra la población de 14 y más años en 1991 con 58 317.2 y 2005 con 74 602.0 en donde hay un mayor número de mujeres; mientras que en la población económicamente activa para 1991, 31 229 y en 2005, 42 818.

Cuadro 5. 6 Población de 14 y más años por sexo según condición de actividad

| SEXO | POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS | POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA | POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA |
|---------|----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 1991 | 58 317.2 | 31 229.0 | 27 088.2 |
| Hombres | 27 835.3 | 21 630.0 | 6 195.3 |
| Mujeres | 30 492.0 | 9 599.0 | 20 892.9 |
| 1997 | 67 702.0 | 38 344.7 | 29 357.3 |
| Hombres | 32 376.8 | 25 340.2 | 7 036.6 |
| Mujeres | 35 325.2 | 13 004.5 | 22 320.8 |
| 1998 | 69 537.1 | 39 562.4 | 29 974.6 |
| Hombres | 33 297.9 | 26 146.6 | 7 151.3 |
| Mujeres | 36 239.2 | 13 415.8 | 22 823.3 |
| 1999 | 70 818.6 | 39 648.3 | 31 170.2 |
| Hombres | 33 801.0 | 26 295.8 | 7 505.1 |
| Mujeres | 37 017.6 | 13 352.5 | 23 665.1 |
| 2000 | 72 137.5 | 40 161.5 | 31 976.0 |
| Hombres | 34 410.0 | 26 418.4 | 7 991.7 |
| Mujeres | 37 727.5 | 13 743.2 | 23 984.3 |
| 2001 | 73 577.2 | 40 072.9 | 33 504.3 |
| Hombres | 34 937.9 | 26 415.6 | 8 522.4 |
| Mujeres | 38 639.2 | 13 657.3 | 24 981.9 |
| 2002 | 75 352.9 | 41 085.7 | 34 267.2 |
| Hombres | 35 787.1 | 26 888.1 | 8 899.0 |
| Mujeres | 39 565.8 | 14 197.6 | 25 378.2 |
| 2003 | 76 863.3 | 41 515.7 | 35 347.6 |
| Hombres | 36 571.8 | 27 27.0 | 9 294.8 |
| Mujeres | 40 291.5 | 14 238.6 | 26 052.9 |
| 2004 | 78 121.9 | 43 398.8 | 34 723.2 |
| Hombres | 37 096.1 | 28 013.5 | 9 082.5 |
| Mujeres | 41 025.9 | 15 385.2 | 25 640.7 |
| 2005 | 74 602.0 | 42 818.6 | 31 783.4 |
| Hombres | 34 929.5 | 27 143.4 | 7 786.1 |
| Mujeres | 39 672.4 | 15 675.2 | 23 997.3 |

NOTA: Información correspondiente al segundo trimestre de cada año. Hasta 2004 se refiere a la población de 12 y más años a partir de 2005, a la de 14 y más años.

FUENTE: Para 1991 y 1997: INEGI-STPS. *Encuesta Nacional de Empleo*, 1991 y 1997. Aguascalientes, Ags., México. Para 1998 a 2004: INEGI-STPS. *Encuesta Nacional de Empleo Trimestral*. Para 2005: INEGI. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Tabulados Básicos*.

La industria de la diversión genera empleos tanto directos como indirectos con la apertura del primer *GAME WORKS* en México, un grupo de empresarios mexicanos, encabezado por Elías Modiano, invirtió \$5 millones de dólares para abrir el primer parque temático de entretenimiento *GAME WORKS*, en Huixquilucan, Estado de México, el espacio de 2 500 m² tendrá actividades para toda la familia, la atracción principal será juegos de video para los niños y jóvenes; mientras los adultos podrán disfrutar de 45 juegos de habilidad, futbolito y carreras de caballos exclusivo de *GAMEWORKS*, tendrá capacidad para mil 500 visitantes diarios, además generará 120 empleos directos y 500 indirectos.²⁰⁷

La inversión privada en turismo será de unos \$1 225 millones de dólares y deberá generar unos 6500 empleos directos y unos 19,000 empleos indirectos.²⁰⁸ Algunos ejemplos: en Malecón Cancún, se crearán 3,235 empleos directos y 13, 361 indirectos para el año 2015; Puerto Escondido en Loreto donde se espera crear unos 3,240 empleos directos y 13, 381 indirectos para el 2009; *GOLDEN BEACH* también en Loreto, empleos directos 7,560, indirectos 31,223, para el 2011; *MIRADOR CHAHUÉ TEJÓN* en Huatulco para 2009; *MARINA CHAHUÉ* y fraccionamiento Sector Conejos con 7,000 empleos directos.

Proyectos en proceso, San Felipe y Santa Rosalita en Baja California; San Blas en Nayarit; Mazatlán y Topolobampo en Sinaloa y Guaymas en Sonora y este año: Santos Coronados y Santa María, en Baja California; El CIP Nayarit Litibú, se espera genere 4,500 empleos directos y 13,000 empleos indirectos y El Capomo deberá generar unos 6,500 empleos directos y unos 19,000 empleos indirectos para 2025; La Marina Cozumel generará unos 961 empleos directos y 3,968 empleos indirectos para 2020; El Plan Turístico Integral (PTI) Kino Nuevo, generará 3,000 empleos directos y unos 12, 787 empleos indirectos para 2030.

Cabe destacar que el potencial turístico incluye arquitectura, clima, ubicación geográfica, ésto genera empleos directos e indirectos, captación de divisas y por lo tanto el desarrollo del país.

5.3 FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR),

5.3.1 Centros Integralmente Planeados CIPs

Otro factor de suma importancia es el turismo, una de las actividades productivas más importantes para la economía nacional, el PIB turístico dentro del PIB nacional en el 2000 fue de 8.9%. Los ingresos turísticos por visitantes internacionales fueron de \$8,295 millones de dólares; la inversión asciende a \$30 mil millones de dólares.

El desarrollo turístico de México está determinado por la captación de divisas, generación de empleos y la localización estratégica de México para el mercado de Estados Unidos con 850 millones de viajes que se realizan con motivos de placer,

²⁰⁷ Abrirá el viernes el primer Game Works en México, Abel Sánchez, La Jornada, 2006

²⁰⁷ Papel fundamental de FONATUR: inducir la oferta turística, Cancún, Q. R., 15 de febrero de 2007 <http://www.fonatur.gob.mx>. 15 de julio del 2007.

negocios y convenciones por ello el país se diversifica hacia otros mercados donde destacan, la Unión Europea, Japón, Corea y Singapur.²⁰⁹

El turismo en México, según la Organización mundial del turismo, el turismo crecerá exponencialmente en 2020; el país recibirá 48.9 millones de llegadas internacionales y se consolidará en quinto lugar mundial.²¹⁰

a. CANCUN²¹¹

Se ubica en la península de Yucatán, inició operaciones en 1974 como CIP pionero de *FONATUR* con 435 mil habitantes, centro turístico mexicano reconocido en el mundo. La selección del lugar consideró ubicación estratégica, entrada al Mar Caribe y Región Maya; cercanía a mercados de Estados Unidos; clima tropical cálido y húmedo con una media anual de 24.7°C y 243 días de sol.²¹²

Tiene *WET'N WILD*, parque acuático en Cancún con una extensión de 7 ha.

Es uno de los destinos más completos del Caribe, con una infraestructura de servicios varada para deportes acuáticos, buceo, pesca de altura y posee el segundo arrecife de coral más grande del mundo y vista panorámica al Mar Caribe, Laguna nichupté y ruinas mayas además, cuenta con los centros arqueológicos como Tulúm, Chichen Itzá y Uxmal. Se construyó en 12,700 ha. distribuido en 4 zonas, la turística con 14.3%, la urbana con 21.6%, la de conservación ecológica con 25.6% y el 38.3% a otros usos. El Plan distribuyó sus áreas en zonas hoteleras, comerciales, residenciales, centro de convenciones, aeropuerto internacional.

Sus playas representan una joya del Caribe, al norte, las playas de Las perlas, linda, langosta, tortugas y caracol de suave oleaje; al oriente las de Chac-mool y el rey con mayor oleaje; otras playas, yamil lu'um, marlin, ballenas y san miguelito; playa delfines, mirador natural y la laguna de nichupte, todas las playas se localizan en la zona turística de Cancún.

Las zonas arqueológicas abiertas al público son El meco, al norte del centro, una estructura piramidal de cuatro cuerpos rematados por un templo el castillo y el rey en el corazón de la zona hotelera, centro ceremonial. El arrecife maya coralino llamado Mesoamericano, nace en cabo catoche al norte de Quintana Roo y bordea Belice, Guatemala y Honduras segundo más grande del mundo; la parte mexicana mide 300 kms y 1000 en su totalidad.

Las Islas de Quintana roo, Cozumel es una de las islas más grandes del territorio nacional con una extensión de 490km² es una plataforma natural de finas y blancas arenas y plantas rocosas; el Parque nacional submarino de Palancar es parte del arrecife más grande. En el sur de Cozumel, la laguna de Chakanaab comunica con el mar por medio de cavernas naturales siendo este el único arrecife submarino interno en el mundo.

²⁰⁹ <http://www.ine.gob.mx>. 15 de julio del 2007.

²¹⁰ <http://www.fonatur.gob.mx>. 15 de julio del 2007.

²¹¹ *Ibíd*em

²¹² <http://www.ine.gob.mx>

Isla Mujeres es un islote de formación caliza de 8 kilómetros de largo por 2 kms de ancho. Isla Mujeres conjuga selva tropical y el legado de la civilización maya; el ecoturismo parte de la industria turística.

b. IXTAPA²¹³

Se ubica en la costa del Océano Pacífico del Estado de Guerrero e inició operaciones en 1974, fue seleccionado con la intención de atraer turistas del mercado norteamericano y aliviar la demanda de Acapulco, primer proyecto financiado por el *BANCO MUNDIAL*. Se construyó en 2,016 ha., en 4 zonas: la turística con 40%, la urbana, 9.3%, la zona para conservación ecológica, 48.5% y 2% para otros usos; con 2 campos de *golf* a nivel profesional y una marina para 621 embarcaciones. Tiene pendientes con que la zona montañosa llega al mar, formaciones rocosas y bahías; Zihuatanejo cuenta con 24 km de litoral y 3 km de playas, Ixtapa tiene 6.5 km de playas; su clima con una media de 27.7°C y 210 días soleados. *FONATUR* urbanizó 42 ha., la ampliación, remodelación y construcción de hoteles y condominios y centro de convenciones. Las playas de Ixtapa se caracterizan por las pendientes con que la zona montañosa llega al mar. Isla Ixtapa. islote rodeado por cuatro playas: Varadero, del oral, cuachalalate, playa cuatas; playa Don Juan. La rodean formaciones rocosas cubiertas de vegetación; playa Don Rodrigo resaltan acantilados y oleaje fuerte, de difícil acceso; playa del mar de 3 Km, uno de los más importantes desarrollos turísticos; playa larga a 8 km al oeste de Ixtapa con mar abierto; playa linda con tranquilo oleaje; playa quieta con apacible oleaje, al sur un muelle donde rentan botes; playa vista hermosa rodeada de formaciones rocosas con un teleférico con vista al mar.

c. LORETO

Formado por el pueblo de Loreto, la zona turística de Nopoló y la Marina de Puerto Escondido, se ubica en el centro de la Península de Baja California, en el Mar de Cortés, su clima de tipo cálido seco y media anual de 24.4°C es parte de la mayor reserva ecológica marina del país, el Parque nacional Bahía de Loreto. Su plan consideró 10,693 ha. dividido en tres áreas, la primera es Loreto, rico legado histórico cultural consta de 743 ha., 18.2% conforma la zona turística, 25.5% la urbana, 7.7% la de conservación y 48.4% asigna a otros usos.

Es polo de desarrollo económico y turístico de la región con 13,000 habitantes y posee aeropuerto Internacional, estación telefónica, subestación eléctrica, planta de tratamiento de aguas negras y vialidades para conectar todo el desarrollo. Loreto, Nopoló y Puerto Escondido forman parte del proyecto de *FONATUR*. Puerto Loreto *FONATUR* apoya la reapertura de cadenas hoteleras y un Centro de convenciones; Puerto Escondido la revitalización de su Marina y una ciudad donde cada vivienda estará conectada vía acuática; al Sur la *Goleen Beach* un desarrollo turístico con hoteles, zonas residenciales y campos de *golf*; Nopoló será desarrollado por un grupo de canadienses que llevarán a cabo un desarrollo

²¹³ <http://www.fonatur.gob.mx>. 15 de julio del 2007

sustentable. “Puerto los Cabos conformado por la playita, mercado e instalaciones para barcos, 2 campos de *golf*, desarrollo residencial, clubes de playa, hoteles, 2 parques temáticos, museo y área recreacional”²¹⁴

En sus playas se encuentran: bahía concepción en una serie de bahías, Puerto Escondido desarrollo turístico con club náutico, hoteles y marinas; Bahía de Tripui con campo para remolques y Puerto Agua Verde, paisaje rocoso y playas al sur.

El Parque nacional bahía de Loreto, área protegida desde 1996, comprende una extensión de 206,581 ha. predominan dunas costeras, manglares y flora marina con 160 especies de algas, habitan invertebrados como corales, estrellas y erizos. Sierra de la Gigante, entre Loreto y La Paz, su extensión aproximada es de 250 kms de longitud con una cadena de montañas próxima a la costa del Golfo de California y hacia el sur hasta la Bahía de La Paz. Mulegé. Corre un río junto a este poblado con palmeras y vegetación San José Comondú. Posee árboles frutales y campos de palmas datileras.

Isla del Carmen. Lugar preferido de la ballena azul, pájaros carpinteros, gorriones y jilgueros además de aves marinas a su costado posee una enorme salina y en sus alrededores arrecifes de coral poblados de peces multicolores, mantarrayas y tiburón ballena; Isla Coronado. Con playas de escaso tamaño, en sus alrededores lobos marinos y pesca de dorado; Isla Danzantes, Montserrat y catalana, consideradas como santuarios de aves.

d. HUATULCO²¹⁵

Se ubica en las costas del Océano Pacífico en el estado de Oaxaca; en 1969, funcionarios del gobierno descubrieron 9 bahías y 36 playas. El mayor logro de *FONATUR* es haber creado un atractivo polo turístico sin alterar la ecología de la región; en el plan maestro se contempló 9.9% para zona turística, 3.3% zona urbana, 40.6% a conservación ecológica y 46.1% otros usos. Su posición geográfica le favorece al sur Acapulco y al norte Puerto Caldera, Costa Rica último puerto de arribo de Centroamérica a México.

Las playas y Bahías son: bahía de San Agustín cuenta con bellos arrecifes; bahía de Chachacual considerada reserva ecológica con selva baja y manglares, agua templada y cristalina y oleaje moderado y la India; bahía de Cacaluta, al este con forma de corazón con oleaje fuerte; bahías del Maguey y el Organo de aguas tranquilas y cristalinas; las bahías son vírgenes sin ningún tipo de servicio turístico. Las últimas cuatro bahías donde se ha desarrollado el destino turístico son: bahía de Santa Cruz de Huatulco cuenta con infraestructura turística, su playa principal, Santa Cruz donde se encuentran las playas de la Entrega, la Hierbabuena y Santa Cruz, las tres playas con ambiente tropical; Bahía Chahue consta de tres hermosas playas: Chahue, Esperanza y Tejón, de arena fina y oleaje moderado; bahía de Tangelunda es la más famosa y cuenta con cinco playas: Ventura, Manzanillo, Tornillo, Tangelunda y Rincón Sabroso; es la bahía más importante de Huatulco con arena blanca y agua templada, la flora es de manglares; bahía conejos. Su acceso es por mar, desde playa Santa Cruz es una playa de arena

²¹⁴ Las Playas captaron el 75 de la inversión privada, Síntesis Razones de Ser, 2006.

²¹⁵ *Ibidem*

blanca y temperatura templada, cuenta con cuatro playas: Conejos, Punta Arena, Tejoncito y Arenas, esta última con oleaje fuerte.

En cuanto a infraestructura, Huatulco se conecta por tierra con la capital del estado y otras ciudades de Guerrero, cuenta con un aeropuerto internacional. *FONATUR* trabaja con organismos públicos y privados en el mejoramiento de la imagen de Santa Cruz y la Crucecita y la construcción del Parque eco arqueológico botazoo.

5.3.2 Proyectos *FONATUR* (mega proyectos)

a. MAR DE CORTÉS²¹⁶

Los grandes proyectos de desarrollo se distinguen por proveer en sus planes detalles hasta los impactos macroeconómicos. Al

noroeste de México, el Mar de Cortés se extiende a lo largo del Golfo de California, ésta parte ha alcanzado importantes logros económicos. Los gobiernos federal y de los estados de la región han encomendado a *FONATUR* encabezar el proyecto Mar de Cortés, con la visión de hacer del turismo el sector productivo promotor de la conservación del ecosistema de la región. El proyecto en tres programas: Regiones turísticas integrales, Escalas náuticas Singlar y mejoramiento integral de las localidades de la costa. Mar de Cortés requiere desarrollar y mantener canales de comunicación y aprovechar al gobierno federal para convocar a colaborar a autoridades estatales y municipales, dependencias federales relacionadas a legisladores, organizaciones privadas, sociales, comunidad académica y organizaciones civiles. La Región del Mar de Cortés abarca 413,836 km² de territorio peninsular, comprende el Golfo de California, aguas litorales del Pacífico y los estados de Baja California Sur. “Desarrollo de tres destinos: Mar de Cortés, Centro de Nayarit y el Proyecto de la Costa Maya. Deberán adoptar modelos similares a los de Cancún y Riviera Maya, sitios que ofrecen restaurantes, discotecas, parques temáticos, ruinas arqueológicas y centros comerciales.”²¹⁷ “La inversión turística en México durante 2003 fue de \$1, 656,034 millón de dólares, inversión proveniente de capitales mexicanos 78.92% contra 21.08% de la inversión extranjera²¹⁸ y, 150 mde dólares en Baja California Sur, mercado principal de Estados Unidos, hoy en proyectos turísticos complementarios, campos de *golf*, parques temáticos, muelles y miradores turísticos con \$72.7millones de dólares en 2003”²¹⁹. Nayarit, Sinaloa y Sonora, los diferentes tipos de clima son muy variables, desde los muy secos muy cálidos en el norte de Baja California y Sonora, hasta los cálidos subhúmedos con lluvias de verano en Nayarit; en Baja California y Baja California Sur, las lluvias son mayores y su clima varía de seco a semiseco; en Sinaloa y Nayarit son cálidos con humedad y precipitaciones más intensas; en la península de Baja California la temperatura promedio va desde 12°C en la costa norte hasta los 24 en el sur del lado costero. El Turismo en la región contiene un importante patrimonio cultural y

²¹⁶ Las Playas captaron el 75 de la inversión privada, Síntesis Razones de Ser, 2006.

²¹⁷ Sol y Arena ¿algo más?, obra Grupo Editorial Expansión, 2005.

²¹⁸ Para mayor información ver el cuadro de inversión extranjera directa.

²¹⁹ Inversiones extranjeras en busca de nuevos desarrollos. El Economista, martes 10 de febrero de 2004.

una diversidad de atractivos naturales, el turismo es la industria con mayor potencial económico y depende de saber aprovechar los recursos que ya existen, tiene impacto en la generación de empleos, captación de divisas y desarrollo regional.²²⁰ La inversión privada en turismo será de unos \$1 225 dólares y deberá generar unos 6500 empleos directos y unos 19,000 empleos indirectos.²²¹ Algunos proyectos son Malecón Cancún, en el que *FONATUR* hace obras de infraestructura por 60 millones de dólares para el 2015; Puerto Escondido en Loreto donde *FONATUR* invertirá \$570 millones de dólares para el 2009; Golden Beach también en Loreto. Inversión de *FONATUR*: \$821 millones de dólares para 2011; Mirador Chahué Tejón en Huatulco, que cuenta con una inversión de \$29 millones de dólares para 2009. La Marina Chahué con inversión de \$400 millones de dólares este año. El fraccionamiento sector conejos que tendrá una inversión privada estimada en \$480 millones de dólares. En proceso, San Felipe y Santa Rosalita en Baja California; San Blas en Nayarit; Mazatlán y Topolobampo en Sinaloa y Guaymas en Sonora, por iniciar Santos coronados y Santa María, en Baja California. Nayarit tiene una inversión de \$71.5 millones de dólares de *FONATUR*; sus ventas al año 2015 serán de \$252 millones de dólares. El Capomo, la inversión privada será de unos \$1,225 dólares para 2025; Con una inversión de \$40 millones de dólares, construirá la Marina Cozumel para 2020; El Plan Turístico integral (PTI) Kino Nuevo, se construirá con una inversión de *FONATUR* de \$68 millones de dólares; para 2030.

b. BARRANCAS DEL COBRE²²²

Primer proyecto planificado de la montaña, enclavado en la Sierra Tarahumara, en Chihuahua, es una región de formaciones geológicas; el turismo se ha efectuado a lo largo del trayecto de ferrocarril. El de 2.4 ha., a la entrada de Barrancas se ubica el Corredor *creel* el divisadero a 300 km de la ciudad de Chihuahua.

La ubicación estratégica del proyecto permite el desarrollo de una estrategia de comercialización y promoción a la Sierra Tarahumara.²²³ Geográficamente, su ubicación permite atender al mercado del suroeste de Estados Unidos, California, Arizona, Nuevo México y Texas.

Existen Apoyos a inversionistas *FONATUR* como el programa de descuentos de créditos a través de una línea de crédito de *BANCOMEXT*, a través de intermediarios bancarios para financiar el proyecto de inversión; Programa de coinversiones participación minoritaria y temporal del fondo de empresas mediante aportación de recursos en especie; Programa de calificación de proyectos ofrece a inversionistas y agentes financieros su opinión experta en la realización de estudios de viabilidad y riesgos, determinando la factibilidad de los proyectos.

²²⁰ Inversiones extranjeras en busca de nuevos desarrollos. *El Economista*, martes 10 de febrero de 2004.

²²¹ Papel fundamental de *FONATUR*: inducir la oferta turística, Cancún, Q. R., 15 de febrero de 2007 <http://www.fonatur.gob.mx>

²²² *Ibídem*

²²³ *Ibídem*

c. RIVIERA MAYA²²⁴

La Riviera Maya comprende la costa norte de Quintana Roo con 4 municipios: Isla Mujeres, Benito Juárez, Cozumel, Solidaridad (Zonas de costa). FONATUR, en coordinación con el gobierno del estado de Quintana Roo, elaboró una estrategia para desarrollo urbano y turístico para 2025.

Infraestructura se concibe un sistema integral de enlaces: desarrollar el *boulevard* turístico de la Riviera Maya, construir vía alterna a la carretera y tren rápido de pasajeros entre Cancún y Tulum, ampliar el aeropuerto de Cancún, construir el aeropuerto regional de Playa del Carmen y ampliación de los muelles de cruceros. Acceso a nuevos mercados turísticos dentro de un marco de seguridad jurídica a los inversionistas y una planeación a largo plazo, se considera la construcción de hoteles, tiempos compartidos y centros comerciales. Oportunidades de negocio, Se pretende captar nuevos segmentos del mercado turístico mediante el impulso: Distritos de *golf* y turismo náutico y de cruceros. Atención como el segmento de salud y convenciones, desarrollando distritos financieros y centros de negocios de relevancia en el Caribe.

d. COSTA MAYA²²⁵

Chetumal, capital de Quintana Roo principal centro de distribución en el sur.

El Plan Maestro de desarrollo urbano-turístico considera cuatro áreas naturales protegidas: la Reserva de la biosfera de *Sian Ka'an*, el Banco chinchorro, el Santuario del manatí y el Área de protección de flora y fauna de *Uaymil*.

En el CIP *Majahual Pulticub* con superficie de 19 mil 400 ha. en tres zonas: turística-hotelera, con 1094 ha., zona urbana 1,834 ha. y ordenamiento de protección ecológica a con 16 mil 472 ha. Se plantea el desarrollo por etapas de diversos sectores hoteleros, sectores para vivienda vacacional, comercio, playas públicas, *golf* y parque temático comunicados. Su desarrollo económico se debe a la importancia a nivel internacional de la zona arqueológica de Palenque; se suman zonas arqueológicas de *Bonampak*, *Yxchilcán* y *Tónica*; la zona de protección forestal y refugio de la fauna silvestre *Cascadas de agua azul*, reserva de la biosfera de montes azules, parque nacional de *Palenque*, *playas de Catazajcá*, *Cascadas de San Juan Chancalaito*, *Cascadas de Misol ha*. El municipio de *Palenque* es el más importante, cuenta con infraestructura urbana y turística, su ubicación permite ser accesible a circuitos seleccionados por el turismo cultural, Cascadas de agua azul registran una afluencia anual de 273 mil turistas. “Los condicionantes económico-sociales son muy importantes; las decisiones estratégicas compartidas por el sector público y privado para continuar desarrollando uno de los factores que más influye en el desarrollo económico y social de los países”.²²⁶

²²⁴ Papel fundamental de FONATUR: inducir la oferta turística, Cancún, Q. R., 15 de febrero de 2007 <http://www.fonatur.gob.mx>

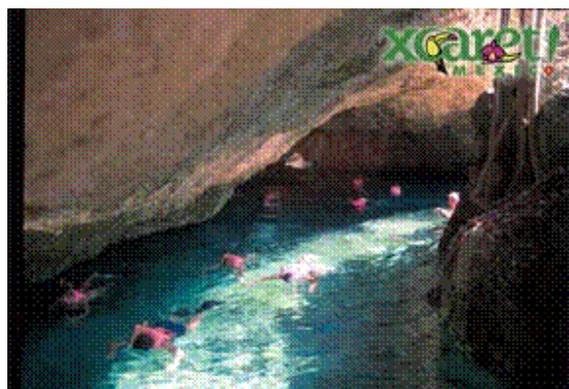
²²⁵ *Ibidem*

²²⁶ Turismo y competitividad, una mirada a través de Europa, Manuel de Forn, Coparmex. Entorno. 1 de Octubre de 2003.

5.3.3 XCARET²²⁷

Con la idea de llevar a cabo un desarrollo turístico, el arquitecto Miguel Quintana Pali construyó una casa y fue descubriendo cenotes formados por bóvedas que se desplomaron tras millones de años de erosión a causa de corrientes subterráneas que desembocan al mar. Así, concibió la idea de un parque natural abierto al público y en Diciembre de 1990 abrió el parque familiar. Se estableció contacto con el *INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA (INAH)* con la finalidad de reconstruir las pirámides y edificios mayas encontrados en la zona. *XCARET* subsidió la obra y el *INAH* puso un grupo de especialistas. Con la restauración de estas pirámides, *XCARET* contribuye con México orientando la cultura ante turistas de todo el mundo. El parque se encuentra en medio de la selva del Caribe Mexicano sobre las costas del Mar Caribe, ubicado en el corazón de la Riviera Maya, fue por más de diez siglos uno de los puertos y centros ceremoniales mayas más importantes. El respeto y la conservación del medio ambiente, los legados culturales mayas y de México son prioridad del parque.²²⁸

Foto 5. 1 Xcaret, Río subterráneo



<http://www.xcaret.com>

5.3.3.1 Parques Ecológicos

XEL HA. El parque tiene una laguna color turquesa, río de tranquilas corrientes y selva frente al mar. “*XCARET* y *XEL-HÁ* en la Riviera maya, *PARQUE GARRAFÓN* en Isla Mujeres, para 2003 la afluencia fue de 1, 850,000 personas a sus parques con \$78 millones de dólares”.²²⁹

“Eleva el gasto por cada país que visita México, volviendo atractivos los destinos turísticos con relanzamiento y posicionamiento; se necesita seguridad, imagen y desarrollar parques temáticos” según Rodolfo Elizondo, Secretario de turismo.²³⁰

²²⁷ *XCARET* Nombre maya que significa “Pequeña caleta” y debe su nombre a esta entrada de agua que forma una caleta de hermosos colores azules.

²²⁸ <http://www.xcaret.com.mx>. 7 de agosto del 2007

²²⁹ Planea *GRUPO XCARET* cotizar en la BMV, *El Economista*, 20 de Enero de 2004.

²³⁰ Personaje y su entorno. Miguel Pineda. *Certeza Económica*, 2004.

El parque natural Garrafón, situado en Isla Mujeres Cancún, México, con el Cañón del Sumidero, parque eco turístico con entorno natural y *PARQUE ECO ARQUEOLÓGICO XCARET* muestra la riqueza de México, cultura maya, flora y fauna, recorridos arqueológicos, actividades acuáticas y nado con delfines. Explorar arrecifes y ríos subterráneos de Cancún parte de *XCARET*, buceo y *snorkel* a la barrera de coral segunda más larga del mundo; *snuba*²³¹; *sea trek*²³²; ríos subterráneos con antiguas cavernas así como laguna, la playa y pozas naturales. Los programas de nado con delfines permiten convivir en su hábitat natural, los delfinarios se adaptaron a las caletas naturales del Caribe mexicano. “*GRUPO XCARET* visualiza su expansión hacia la ciudad de México, esta empresa maneja cinco conceptos de parques naturales”²³³

En espectáculos están, El Valle de los Aromas, teatro capacidad de 6,000 espectadores, donde se presentan guerreros y sacerdotes mayas rodeados de incienso y copal que custodian el camino hacia el Gran Tlachco.

Juego de pelota, parte de la herencia cultural del pueblo mexicano y cultura maya; el juego de pelota que anuncian los *tunkules* o tambores de madera. Voladores de papantla, cuatro hombres pájaro, de sangre totonaca, descienden desde la cúspide del árbol universal trazando círculos en el aire.

Fiesta charra, demostración de la habilidad de la fiesta charra.

XCARET México espectacular, espectáculo folklórico de México y el más reconocido en el mundo entero. También, el Acuario arrecife de coral: muestra la importancia de los tipos de arrecifes, plantas y animales marinos; Mariposario: primer criadero de mariposas en México, con 3,500 metros cuadrados de vegetación tropical y techos de 15 metros; Refugio de venados: con venados de cola blanca y temazate (variedad miniatura) en su hábitat natural; Isla de jaguares: juegan en los frondosos árboles dentro de las islas; Granja de hongos comestibles: se muestra el proceso de cultivo del hongo; Casa del Tapir: tapir “*poloc*” significa gordito en maya; Aviario: cuenta con aves de diferentes especies de la región, algunas en peligro de extinción.²³⁴

²³¹ Nuevo deporte que combina tecnología de buceo con la libertad del snorkel.

²³² Caminando por el fondo del mar con casco, visitando arrecifes.

²³³ *GRUPO XCARET* se expande, Marielena Vega, El Economista, lunes 25 de Octubre de 2004.

²³⁴ <http://www.xcaret.com.mx>. 7 de agosto del 2007.

Cuadro 5. 7 Inversión extranjera directa realizada por entidad federativa de registro 1995, 2003 y 2004

(Millones de dólares)

| ENTIDAD FEDERATIVA | 1995 R/ | 2003 | 2004 P/ |
|---------------------------------|---------|----------|----------|
| Estados Unidos Mexicanos | 8 435.0 | 11 663.6 | 16 115.1 |
| Aguascalientes | 27.1 | 20.2 | 28.7 |
| Baja California | 538.1 | 682.2 | 918.3 |
| Baja California Sur | 20.9 | 101.8 | 122.1 |
| Campeche | 0.5 | 11.1 | 10.6 |
| Coahuila de Zaragoza | 120.4 | 110.6 | 128.1 |
| Colima | 3.0 | 11.9 | 6.3 |
| Chiapas | 0.4 | 1.4 | 3.2 |
| Chihuahua | 528.7 | 710.5 | 708.4 |
| Distrito Federal | 4 483.0 | 7 016.8 | 11 051.7 |
| Durango | 40.5 | 9.1 | 8.6 |
| Guanajuato | 6.3 | 214.4 | 26.6 |
| Guerrero | 45.2 | 15.7 | 13.0 |
| Hidalgo | 48.3 | -0.5 | 0.6 |
| Jalisco | 114.4 | 225.3 | 401.5 |
| México | 607.9 | 410.9 | 672.2 |
| Michoacán de Ocampo | 48.8 | 4.8 | -7.4 |
| Morelos | 67.6 | 47.1 | 142.4 |
| Nayarit | 2.0 | 89.3 | 30.5 |
| Nuevo León | 704.2 | 1 058.5 | 713.4 |
| Oaxaca | -2.0 | 0.4 | 1.9 |
| Puebla | 25.3 | 262.6 | 340.4 |
| Querétaro de Arteaga | 42.0 | 35.2 | 54.4 |
| Quintana Roo | 20.5 | 56.8 | 62.6 |
| San Luis Potosí | 135.3 | 38.1 | 28.7 |
| Sinaloa | 94.1 | 17.1 | 16.7 |
| Sonora | 155.4 | 125.4 | 251.0 |
| Tabasco | 1.2 | 0.3 | 2.1 |
| Tamaulipas | 393.7 | 304.9 | 294.4 |
| Tlaxcala | 11.2 | 31.1 | 57.8 |
| Veracruz de Ignacio de la Llave | 29.0 | 26.8 | 11.3 |
| Yucatán | 19.8 | 22.6 | 9.9 |
| Zacatecas | 12.2 | 1.2 | 5.1 |

NOTA: Las cifras con signo negativo indican desinversión. La información se refiere a la entidad federativa donde se ubica el domicilio del representante legal o de la oficina administrativa de cada empresa y no necesariamente a la entidad federativa donde se realizan las inversiones. Para 1995, la IED se integra con los montos notificados al RNIE y materializados en el año de referencia, más importaciones de activo fijo por parte de las empresas maquiladoras. A partir de 2001, además, se incluyen los conceptos de nuevas inversiones fuera del capital social, reinversión de utilidades y cuentas entre compañías que se han notificado al RNIE. FUENTE: SE. Dirección General de Inversión Extranjera.

FUENTE: Fuente: Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa. Edición 2006. INEGI. Publicación Anual. 10 de mayo del 2007.

5.4 Mercadotecnia de DISNEY

La mercadotecnia de la empresa “DISNEY donde cada gerente, en al menos una ocasión de su carrera dedica un día a recorrer el parque disfrazado de MICKEY, MINNIE, GOOFY u otro personaje. Además, todos los gerentes de DISNEY pasan una semana de cada año en recibiendo boletos, vendiendo maíz inflado o cargando o descargando los juegos.”²³⁵

El concepto del *marketing* “el logro de las metas de la organización depende de la determinación de necesidades y deseos de los mercados meta y la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”. DISNEY ha adoptado este concepto; la meta es incorporar la satisfacción del cliente.

DISNEY tiene una definición de negocios orientada hacia productos (opera parques de diversiones) y hacia el mercado (crea fantasías). La misión es una expresión del propósito de la organización, lo que desea lograr. Un estudio reveló que las empresas visionarias establecen una meta más allá de hacer dinero. Por ejemplo, el objetivo de WALT DISNEY COMPANY es “hacer feliz a la gente”. Sin embargo, aunque las utilidades no formen parte de las declaraciones de misión de estas empresas, son el resultado inevitable.

Las estrategias de *marketing* deben encajar dentro de la cultura, sistema de valores y creencias de los miembros de la organización; empresas en Estados Unidos tienen culturas que casi semejan cultos en torno a misiones orientadas hacia el mercado, en WALT DISNEY, los empleados comparten una visión tan intensa que saben en su corazón lo que es mejor para su empresa.²³⁶

El éxito de la implementación de *marketing* depende de lo bien que una empresa fusione su personal, estructura organizativa, sistemas de decisiones y recompensas, y cultura de la empresa en un programa de acción que apoye estrategias; la empresa debe contar con personal que tenga habilidades, motivación y características personales.

Hoy, gracias a *internet*, la corporación está sufriendo una transformación; el comercio electrónico es decir, las transacciones que una organización realiza en *internet*, y donde consumidores en línea como Katrina de 11 años navega en el sitio *Web* disney.com y encuentra regalos que quiere.²³⁷ El sitio de *Microsoft network* publica el diario *Dail blast* de DISNEY, que ofrece a los niños juegos, cuentos, tiras cómicas con personajes viejos y nuevos de DISNEY y sucesos de actualidad adecuados para los preadolescentes. DISNEY anuncia y vende productos orientados hacia la familia.

Al llegar al nuevo milenio se evalúa el impacto del consumidor y las empresas de todo tipo recrean productos e imágenes que llevan a los consumidores a los tiempos de antaño; por ejemplo, DISNEY creó todo un pueblo celebration, Florida para revivir los vecindarios de los años cuarentas.

WALT DISNEY COMPANY promueve dos ositos WINNIE THE POOH diferentes: POOH adorna llaveros de plástico, sábanas de *poliéster* y videos, se vende en WAL MART y en tiendas DISNEY; así, ofrece POOHS para ricos como para

²³⁵ ²³⁵ <http://www.cie.com>. 11 de diciembre del 2006

²³⁶ ²³⁶ *Ibíd*em p. 67

²³⁷ ²³⁷ En Kotler de Roger O. Crockett, “A Web That Looks Like the World” *Business Week*, 22 de Marzo de 1999. P. 85.

pobres. Las empresas están adaptando su oferta de *marketing* a dos mercados, los acomodados y los menos acomodados.

Una empresa se puede diferenciar en el producto, los servicios, los canales, la gente o la imagen. *DISNEY*, mediante la diferenciación de personas contrata y capacita mejor al personal que sus competidores, la gente de *DISNEY* es amigable y positiva, *DISNEY* capacita exhaustivamente al personal de sus parques de diversiones para asegurarse de que sean competentes, corteses y amigables; desde agentes de mostrador de hotel, conductores de monorriel, encargados de juegos, cada empleado conoce la importancia de entender a los clientes, comunicarse de forma clara y optimista y responder con prontitud a sus peticiones y problemas.²³⁸

Se da una experiencia cuando una empresa utiliza servicios como escenarios y bienes como utilerías para interactuar con clientes de forma que se cree un momento memorable; las experiencias han sido importantes en la industria del entretenimiento. *DISNEY* tiene mucho tiempo de fabricar memorias a través de sus películas y parques de diversiones.

El *marketing* de personas donde, personalidades conocidas ayudan a estas organizaciones a lograr sus objetivos, 12 empresas distintas, entre ellas *DISNEY* paga en conjunto \$54 millones de dólares al año para vincularse con la superestrella de golf *TIGER WOODS*.²³⁹

Una de las marcas que cuentan entre las más valiosas del mundo según una estimación, el capital social de marca de *DISNEY* es de 15,000 millones de dólares.²⁴⁰ Una marca poderosa tiene un valor capital alto, las marcas tienen un valor capital en la medida en que poseen mayor lealtad de los consumidores, mayor reconocimiento del nombre, mayor calidad percibida, fuertes asociaciones de marca y otros activos como patentes, marcas comerciales y relaciones con el canal.

Las licencias extranjeras incluyen los derechos de marca registrada y los derechos para usar tecnología de procesos usados por empresas con tecnología. Algunas empresas usan bajo licencia nombres o símbolos que fueron creados por otros fabricantes, nombres de celebridades y personajes de películas y libros populares por ejemplo, los nombres licenciados de personajes de *DISNEY*, *WINNIE THE POOH*. El uso de una marca de éxito para lanzar productos nuevos o modificados en una categoría nueva, por ejemplo líneas de crucero *DISNEY*. La extensión de marca confiere a un producto nuevo un reconocimiento instantáneo y una aceptación más rápida, además de que ahorra los costos elevados de publicidad que normalmente se requieren para crear una marca nueva y al mismo tiempo una estrategia de extensión de marca conlleva cierto riesgo.

El servicio a clientes es otro elemento de la estrategia de producto; la oferta de una empresa al mercado incluye servicios, que pueden ser una parte importante o secundaria de la oferta total; los servicios de apoyo al producto aumentan a los productos actuales. Por ejemplo, *AMERICAN AIRLINES* puede ofrecer descuentos en vuelos a *DISNEY WORLD* a padres con hijos cuyas vacaciones escolares

²³⁸ KOTLER, AMSTRONG. *Marketing*. 8ª ed., México, Pearson Prentice Hall. 2001 p. 262

²³⁹ Mark Hyman, "The Yin and Yang of the Tiger Effect", *Business Week*, 16 de Octubre del 2000, p. 110 en Kotler p. 285

²⁴⁰ Terry Lefton y Weston Anson, "How Much Is Your Brand Worth?" *Brandweek*, 26 de enero de 1996 en Kotler p. 252.

iniciarán. Quienes venden bienes y servicios internacionalmente enfrentan retos especiales y es preciso determinar qué productos y servicios conviene introducir y en qué países y que tanto estandarizar o adaptar los productos y servicios a los mercados mundiales. La estandarización ayuda a una empresa a crear una imagen mundial coherente, reduce costos de fabricación y elimina la duplicación de labores de investigación y desarrollo, publicidad y diseño de productos. Por otro lado, los consumidores de todo el mundo difieren en sus culturas, actitudes y comportamientos de compra; los mercados varían sus condiciones económicas, competencia, requisitos legales y entornos físicos. Así, las empresas deben responder a estas diferencias mediante la adaptación de sus ofertas. *DISNEY* se está expandiendo hacia mercados extranjeros rápido crecimiento.

El *Marketing* directo mediante catálogos, video o electrónicos que se envían por correo a clientes, se proporcionan en tiendas o se presentan en línea. *WALT DISNEY COMPANY* distribuye más de 6 millones de catálogos al año en los que ofrecen videos, animales de felpa y otros artículos.²⁴¹ El propósito del *marketing* directo es establecer una relación con un cliente, las principales formas de *marketing* directo incluyen las ventas personales, *marketing* telefónico, *marketing* por correo directo, *marketing* por catálogo, *marketing* de respuesta directa por televisión, *marketing* por kioskos y *marketing* en línea.

Algunas empresas colocan información y máquinas para hacer pedidos llamadas *kioskos* en tiendas, aeropuertos y otros lugares; en la tienda *DISNEY* local, los visitantes pueden utilizar *kioskos* para comprar mercancía en línea, comprar pases para los parques de diversiones y conocer mejor los productos vacacionales y de entretenimiento.²⁴²

TOKYO DISNEYLAND es propiedad de la *ORIENTAL LAND COMPANY*, empresa de desarrollo japonesa bajo licencia de *WALT DISNEY COMPANY*; la licencia, por un plazo de 45 años, estipula el pago de *DISNEY* de cuotas fijas además de 10% sobre las entradas y 5% sobre las ventas de alimentos y mercancías. El acuerdo de licenciamiento ocurre cuando el licenciador concede los derechos de cierta propiedad intangible a otra entidad, el licenciataria durante un periodo específico; a cambio el licenciataria otorga una regalía al licenciador.

5.5 Mercadotecnia del CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE)

El *marketing* uno a uno se ha convertido para los mercadólogos quienes construyen bases de datos de clientes que contienen información acerca de preferencias y compras de clientes. *CIE* usa el medio uno a uno.

Las experiencias son importantes en la industria del entretenimiento. Las empresas para diferenciar su oferta además de fabricar productos y prestar servicios están promoviendo y entregando experiencias que existen en la mente de las personas y abundan en sensaciones emocionales, físicas, intelectuales.

²⁴¹ KOTLER, AMSTRONG. *Marketing*. 8ª ed., México. Pearson Prentice Hall. 2001, p. 54

²⁴² Abide p. 546

La publicidad es una buena forma de informar y persuadir. *CIE* usa publicidad interactiva en donde los niños ven, tocan, huelen la marca, así las grandes empresas buscan estar más cerca de sus clientes actuales y potenciales de una forma interactiva y directa. De acuerdo a distintos estudios de mercado, se han llegado a indicadores, las personas recuerdan el 20% de lo que escuchan, 30% de lo que ven y escuchan y un 60% de aquello que interactúan.

Los *advergames* son una nueva herramienta de mercadotecnia para publicidad una marca, producto, organización a través de videojuegos interactivos, debido al nivel de recordación de marca que genera interactuar directamente.

EL CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE), se enfoca en niños de 2 a 12 años de edad, padres de familia de 25 a 40 años de edad con un nivel socioeconómico medio y medio alto.²⁴³ La estrategia de *marketing*: dividir los mercados en grupos significativos de clientes (segmentación de mercados), escoger grupos de clientes a los que se atenderá (mercados) y crear ofertas de *marketing* que sirvan de manera óptima a los clientes seleccionados.²⁴⁴

En *CIE*, los Socios Comerciales comparten sus marcas y productos en cada uno de los pabellones. *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* sirve de canal a otras marcas, por ejemplo, *COCA COLA* hace promociones cruzadas con distintos clientes.

El *marketing* directo es una herramienta para cultivar relaciones con los clientes al utilizarlo, pueden dirigirse a grupos pequeños o consumidores individuales, adaptar ofertas a las necesidades y promoverlas a través de comunicaciones personalizadas. *CIE* usa la estrategia de base de datos.

CIE tiene comunicación a través de su página de *internet*, el *marketing* en línea implica canales en línea y comercio electrónico que vinculan electrónicamente a los consumidores con quienes venden.

El beneficio que la empresa puede ofrecer, es intangible y no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo. *CIE* usa demostraciones y servicio.

CIE realiza investigación de mercados en su pabellón, ésta se refiere al diseño, obtención, análisis y presentación de datos que una organización enfrenta.²⁴⁵

CIE tiene estrategia de servicio de comunicación oportuna; trato preferencial con tarjetas VIP; número definido de boletos gratis; descuentos en entradas para sus empleados; eventos nocturnos privados y promociones cruzadas.²⁴⁶

Las empresas de servicio pueden diferenciar la entrega de su servicio, al contar con un personal capaz al crear un entorno físico en el que el servicio se entregue, o acceder a los servicios para no hacer fila.

CIE posee contratos de 5 a 10 años y derecho a otros centros.

La exclusividad es compartida con los socios comerciales. En un proyecto llave en mano, el contratista accede a entregar cada detalle del proyecto a un cliente extranjero incluyendo el entrenamiento de personal operativo, al completarse el contrato el cliente extranjero recibe la llave de una planta que está lista para su funcionamiento total, por ello el término llave en mano. Los socios comerciales comparten procesos y tecnologías con *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS*,

²⁴³ <http://www.cie.com>. 11 de diciembre del 2006

²⁴⁴ KOTLER, AMSTRONG. *Marketing*. 8ª ed., México. Pearson Prentice Hall. 2001, p. 54 p. 233

²⁴⁵ *Ibidem* p. 160

²⁴⁶ <http://www.cie.com>. 11 de Diciembre del 2006

CIE tiene derecho de venta exclusiva de alimentos, bebidas y fotografía.

5.6 Inversión de las principales empresas en el mundo

5.6.1 DISNEY

Tiene ingresos de cerca de \$32 billones de dólares y una capitalización de mercado de aproximadamente \$54 billones de dólares a partir de Mayo del 2006. “En Estados Unidos en 2005 de los 28 norteamericanos, 19 reportaron crecimiento en atención; *WALT DISNEY CO.* 16.2 millones de visitantes, en *MAGIC KINGDOM*, su incremento se atribuye a nuevos juegos y atracciones”.²⁴⁷ En Asia Pacífico: “*DISNEY TOKIO* 13 millones de visitantes; *UNIVERSAL STUDIOS JAPÓN*, 8 millones y *DISNEYLAND HONG KONG* abrió en septiembre de 2005.” *BUENA VISTA GAMES*, de *WALT DISNEY* adquirió *MOTION PICTURES*, parques temáticos, radio y transmisión de TV, juegos de computadora.²⁴⁸ “*MAGIC KINGDOM* en *WALT DISNEY WORLD* en Lake Buena Vista con 15.1 millones de visitantes; *DISNEYLAND* en Anaheim, 13.3 millones y *DISNEY’S ANIMAL KINGDOM*, 7,8 millones”.²⁴⁹

“En Estados Unidos, parques temáticos y diversiones con baja atención, con 169.1 millones de visitantes en 2004, de los 50 más visitados 162,730 en 2003. De acuerdo con una investigación conducida por *AB* y *ECONOMIC RESEARCH ASSOCIATES*” “Según *AMUSEMENT BUSINESS* 19 montañas rusas fueron construidas en 2003”.²⁵⁰ “Y 53 montañas rusas en todo el mundo fueron instaladas en 2002”. De acuerdo con *IAAPA* en 2002 600 parques en Estados Unidos generaron \$9.9 billones de dólares en ingresos. *DISNEY* fue responsable por el crecimiento de la industria del turismo de 1985 a 1994, con un total de \$60 billones de dólares en utilidades. “Los parques temáticos y de diversiones en 2005 reportaron ganancias, *DISNEY PARÍS* con atención global de 10.2 millones”²⁵¹

²⁴⁷ Parks Persist in the Face of Calamity, Juliana Koranteng, Amusement Business, New York, January 2006. Tomo 118, No. 3; pág. 6 (2 págs).

²⁴⁸ U.S. mergers & acquisitions, Mergers & Acquisitions: The Dealmaker's Journal, Jun 2005, Vol. 40 Issue6, p 46-60, 15 págs.

²⁴⁹ After two years of decline, parks up 4%. James Zoltak. Amusement Business. New Cork: Dec. 2004. Tomo. 116, No. 29. pág. 14 (3 páginas)

²⁵⁰ <http://www.forbes.com>, Cretina Valhouli, 2003, World's Best Amusement Parks.

²⁵¹ After two years of decline, parks up 4%. James Zoltak. Amusement Business. New Cork: Dec. 2004. Tomo. 116, No. 29. pág. 14 (3 páginas)

Cuadro 5. 8 Ingresos de Empresas Internacionales

| Parque de Diversiones | Fecha | Total Ingresos |
|--|-----------|-----------------|
| <i>ORIENTAL LAND CO LTD.</i> | 31-Mar-05 | 331,094,000,000 |
| <i>WALT DISNEY CO.</i> | 10-Ene-05 | 31,944,000,000 |
| <i>MGM MIRAGE</i> | 31-Dic-05 | 6,481,967,000 |
| <i>RESORT WORLD BERHAD</i> | 31-Dic-04 | 2,838,900,000 |
| <i>SIX FLAGS INC.</i> | 31-Dic-05 | 1,089,682,000 |
| <i>CEDAR FAIR L.P.</i> | 31-Dic-05 | 568,707,000 |
| <i>KRISTIAN SAND DYREPARKEN</i> | 31-Dic-01 | 113,216,000 |
| <i>PLAYCENTER S.A.</i> | 31-Dic-99 | 107,536,000 |
| <i>PARQUES REUNIDOS</i> | 30-Sep-03 | 99,788,000 |
| <i>HOPI HARI</i> | 31-Dic-03 | 56,003,000 |
| <i>MALIBU ENTERTEINMENT WORLWIDE, INC.</i> | 31-Dic-00 | 42,205,686 |
| <i>INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.</i> | 31-Dic-01 | 12,986,000 |
| <i>NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.</i> | 30-Jun-05 | 8,263,000 |
| <i>SERRA AZUL WATER PARK S. A.</i> | 31-Dic-05 | 7,857,558 |
| <i>RIBEIRAO PRETO WATER PARK S.A.</i> | 31-Dic-03 | 3,811,434 |
| <i>FUNTIME HOSPITALITY CORP.</i> | 30-Jun-05 | 740,333 |

FUENTE: Elaboración propia con datos de *mergentonline*. 28 de abril del 2007.

5.6.2 CEDAR FAIR. L.P.

CEDAR provee a un mercado de 115 millones de personas entretenimiento y servicio, es uno de los operadores de parques temáticos más exitosos en el mundo. En 2003 invirtió \$25 millones de dólares en *Dragaste*, la montaña más alta y rápida; y 22 millones de dólares de para renovar *RADISSON HARBOUR INN* propiedad de *CEDAR POINT*.²⁵² El 30 de Junio del 2006, *CEDAR FAIR* anunció la adquisición de *PARAMOUNT PARKS*, transacción en efectivo valuada en \$1.24 billones de dólares “*CEDAR FAIR*, tuvo ingresos de \$568.7 millones de dólares en 2005”.²⁵³

5.6.3 HOPI HARI S.A.

La inversión total para construir el parque temático fue de \$325 millones de reales; \$25 millones de reales para la tierra, \$173 millones de reales en construcción, máquinas y equipo, \$127 millones de reales en gastos pre operacionales, incluye reclutamiento, selección y entrenamiento de empleados, promoción del parque,

²⁵² Cedar Points's New Season Highlighted By Improvements. Steve Traiman. Amusement Business. New York: May 31, 2004. Tomo 116, No. 22; pág. 1 (2 págs.)

²⁵³ <http://www.mergentonline.com> . 13 de septiembre del 2007.

servicios de consultoría, medio ambiente, estandarización, seguridad, salarios, gastos financieros y otros).

En 2003, *GP INVESTIMENTOS*,²⁵⁴ fondo de inversión brasileño, *holding* que controla empresas entre ellas *HOPI HARI*, parque de diversión, *AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA*, *EQUATORIAL ENERGIA*, *BR MALLS Y TELEMAR*. *GP* cambió el nombre de parque temático *PLAYCENTER A HOPI HARI S. A* “De los 50 parques temáticos y de diversiones en 2005, las ganancias en atención para *HOPI HARI* fue de \$1.3 millones de reales”²⁵⁵

5.6.4 FUNTIME HOSPITALITY CORP.

Durante 2004 desarrolla y opera complejos de entretenimiento bajo el nombre de *DAVE & BUSTER’S*, de este segmento derivan ingresos de venta de comida y bebidas y uso de juegos. Establecida el 6 de Diciembre de 1995 con el nombre de *W.I.N. GAMING CORP*; el 15 de Diciembre de 1995 la empresa adquirió el 100% de las acciones de *FUNTIME GAMES INC. CO*; el 5 de Octubre del 2003 vendió todos los activos operativos netos de *DAVE & BUSTER’S INC*, \$1, 102,925 de dólares canadienses.²⁵⁶

5.6.5 INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.

Innovo, compañía dedicada a la operación de servicios e instalaciones de diversiones y parque temático. Durante 2005 operó dos parques de diversión carnaval en *FOSHAN Y NANHU*, República de China. *FOSHAN CARNIVAL* fue operado por 94 días del 9 Febrero del 2005 al 15 de Mayo del 2005 y *NANHU CARNIVAL* por 156 días del 29 de julio del 2005 al 31 del Diciembre del 2005.

5.6.6 KRISTIANSAND DYREPARKEN ASA.

KRISTIANSAND a través de su subsidiaria *HIPPO-KJEDEN A/S* dedicada a la operación de un restaurante; *KARDEMOMME BY*, parque de diversiones; en Diciembre de 1998 adquirió el 50% de las acciones en *RICA DYREPARKEN HOTEL KRISTIANSAND AS* y en 2000 el 100% de las acciones en *JULIOS JUNIOR AS*.

²⁵⁴ <http://www.mergentonline.com> . 13 de septiembre del 2007.

²⁵⁵ Parks Persist Parks Persist in the Face of Calamita, Juliana Koranteng, Amusement Business, Ney York, Jan. Tomo 118. No. 3; pág. 6 (2 páginas).

²⁵⁶ <http://www.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006.

5.6.7 MALIBU ENTERTEINMENT WORLDWIDE, INC.

Es propietario y opera centros de multiatracción de entretenimiento familiar; adquirió *MALIBU GRAND PRIX CORPORATION* para jóvenes y adultos desde el 19 de Marzo del 2001.

5.6.8 MGM MIRAGE

Es uno de los líderes de hoteles y juegos de azar, empresa *holding*, opera 24 propiedades La empresa empezó operaciones el 31 de Mayo del 2000; *GOLDEN NUGGET* es comprada por la firma de inversión privada *POSTER FINANCIAL GROUP, INC*, por \$215 millones de dólares; el 26 de Abril del 2005 *MGM*, adquirió uno de sus mayores competidores *MANDALAY RESORT GROUP*, la transacción fue por \$7.9 billones de dólares; el 23 de Junio del 2004 *MGM* completó la venta del *MGM GRAND DARWIN* a *SKYCITY ENTERTAINMENT GROUP* por \$149 millones de dólares. *MGM GRAND MACAU*, China proyecto en conjunto con *PANSY HO CHIO-KING*, apertura 2007; el 25 de Abril del 2006, *MGM MIRAGE* con *FOXWOODS RESORT* y *CASINO* en Connecticut, sociedad conjunta para desarrollar la expansión *MGM GRAND*. El Proyecto *CITY CENTER* en las Vegas de \$7 billones de dólares, proyecto que consistirá de hotel y casino; se espera este para 2009.

Cuadro 5. 9 Activos de Empresas Internacionales

| Parque de Diversiones | Fecha | Total Activos |
|--|--------------|----------------------|
| <i>ORIENTAL LAND CO LTD.</i> | 31-Mar-05 | 660,218,000,000 |
| <i>WALT DISNEY CO.</i> | 10-Ene-05 | 53,158,000,000 |
| <i>MGM MIRAGE</i> | 31-Dic-05 | 20,699,420,000 |
| <i>RESORT WORLD BERHAD</i> | 31-Dic-04 | 6,574,000,000 |
| <i>SIX FLAGS INC.</i> | 31-Dic-05 | 3,493,119,000 |
| <i>CEDAR FAIR L.P.</i> | 31-Dic-05 | 1,024,794,000 |
| <i>PLAYCENTER S.A.</i> | 31-Dic-99 | 572,995,000 |
| <i>HOPI HARI</i> | 31-Dic-03 | 258,560,000 |
| <i>PARQUES REUNIDOS</i> | 30-Sep-03 | 201,228,000 |
| <i>KRISTIAN SAND DYREPARKEN</i> | 31-Dic-01 | 160,492,000 |
| <i>INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.</i> | 31-Dic-01 | 70,302,000 |
| <i>SERRA AZUL WATER PARK S. A.</i> | 31-Dic-05 | 63,187,906 |
| <i>MALIBU ENTERTEINMENT WORLWIDE, INC.</i> | 31-Dic-00 | 45,652,525 |
| <i>NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.</i> | 30-Jun-05 | 10,052,000 |
| <i>RIBEIRAO PRETO WATER PARK S.A.</i> | 31-Dic-03 | 3,811,434 |
| <i>FUNTIME HOSPITALITY CORP.</i> | 30-Jun-05 | 867,321 |

FUENTE: Elaboración propia con datos de mergentonline.. 28 de abril del 2007.

5.6.9 NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.

Comprometida en la industria de entretenimiento y recreación, ocupada en el parque temático en Manukau City, Auckland, el 30 de Junio del 2003 la empresa tuvo operaciones en Nueva Zelanda en la región Asia Pacífico.

5.6.10 ORIENTAL LAND CO. LTD.

Administra y opera parques temáticos y complejos comerciales, *TOKYO DISNEYLAND*, *TOKYO DISNEY SEA* y *HOTEL MIRA COSTA*. En 1980 se acercó a *WALT DISNEY* para financiar el primer parque *DISNEY* Internacional, *TOKYO DISNEYLAND*, abierta en 1983. La empresa paga a *DISNEY* una alta cantidad de dinero por licencias, *DISNEY* diseñó *TOKYO DISNEY RESORT* y *DISNEY SEA* abrió en 2001. Los principales accionistas son *KEISEI ELECTRIC RAILWAY*²⁵⁷ *ORIENTAL LAND COMPANY*, dirige *TOKYO DISNEY RESORT*; una de las subsidiarias de *GRUPO KEISEI* es *MAIHAMA RESORT LINE (DISNEY RESORT LINE)* y *mitsui fudosan*,²⁵⁸ firma japonesa en Chuo-ku, Tokio.

Cuadro 5. 10 Mercado de Capital de Empresas Internacionales

| Parque de Diversiones | Fecha | Total Mercado de Capital |
|--|--------------|---------------------------------|
| <i>ORIENTAL LAND CO LTD.</i> | 31-Mar-05 | 640,787,200,000 |
| <i>WALT DISNEY CO.</i> | 10-Ene-05 | 67,008,123,966 |
| <i>MGM MIRAGE</i> | 31-Dic-05 | 11,444,500,234 |
| <i>CEDAR FAIR L.P.</i> | 31-Dic-05 | 1,434,505,558 |
| <i>SIX FLAGS INC.</i> | 31-Dic-05 | 823,367,575 |
| <i>KRISTIANDSAND DYREPARKEN</i> | 31-Dic-01 | 111,350,000 |
| <i>MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC.</i> | 31-Dic-00 | 46,028 |
| <i>SERRA AZUL WATER PARK S. A.</i> | 31-Dic-05 | Not available |
| <i>RIBEIRAO PRETO WATER PARK S.A.</i> | 31-Dic-03 | Not available |
| <i>PLAYCENTER S.A.</i> | 31-Dic-99 | Not available |
| <i>RESORT WORLD BERHAD</i> | 31-Dic-04 | Not available |
| <i>HOPI HARI</i> | 31-Dic-03 | Not available |
| <i>PARQUES REUNIDOS</i> | 30-Sep-03 | Not available |
| <i>NEW ZEALAND EXPERIENCE LTD.</i> | 30-Jun-05 | Not available |
| <i>INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.</i> | 31-Dic-01 | Not available |
| <i>FUNTIME HOSPITALITY CORP.</i> | 30-Jun-05 | Not available |

FUENTE: Elaboración propia con información de mergentonline. 28 de abril del 2007.

5.6.11 PARQUES REUNIDOS

²⁵⁷ <http://www.keisei.co.jp>. 13 de junio del 2007.

²⁵⁸ *Ibidem*

PARQUES REUNIDOS, S. A., ocupado en la operación de parques de diversiones, jardines botánicos, zoológicos; tranvía y parques acuáticos en España.²⁵⁹ Empresa líder en el sector de ocio en España con más de 7,5 millones de visitantes anuales con una inversión de £54,21 millones de euros para instalaciones; £72 millones de euros en nuevas adquisiciones; el grupo tiene activos de £361 millones de Euros; en Noviembre del 2000 amplió el capital £30 millones de euros, con la entrada de accionistas como *GRUPO PLANETA*, *GRUPO DE AGOSTINI* y *NUTREXPA*; en Enero de 2004 es adquirido por la compañía de capital de riesgo *ADVENT INTERNACIONAL* convirtiéndose en accionista mayoritario del grupo.²⁶⁰ “Los operadores de atracciones necesitan ser disciplinados para sobrevivir en el negocio de entretenimiento. En Europa, gente altamente profesional se necesita para operar los negocios como cualquier otro negocio”²⁶¹

5.6.12 RESORT WORLD BERHAD

La principal actividad de *RESORTS WORLD* incluye negocios, en 1989 *RESORTS WORLD* adquirió *GENTING GROUP*²⁶² nombre comercial de *GENTING BERHAD*, establecida en 1964 proyecto del grupo, *GENTING HIGHLANDS RESORT*, la principal atracción, casino y parque temático. *GENTING GROUP*, empresa pública. El grupo combinó capitalización de Mercado por 11 billones de dólares. *RESORTS WORLD BERHAD* cuenta con 57% de *GENTING BERHAD* con una Capitalización de Mercado de \$3.3 billones de dólares.

5.6.13 RIBERAO PRETO WATER PARK S.A.

Se inauguró en Octubre de 1993 y permaneció bajo planes para construcción, desarrolló y administración de parque temático acuático bajo el nombre de *WET'N WILD*, el 21 de Diciembre del 2000 los accionistas de la empresa decidieron la liquidación y disolución de la empresa.²⁶³

5.6.14 SERRA AZUL WATER PARK S.A.

SERRA AZUL, parque acuático dedicada al desarrollo y administración de parques temáticos acuáticos bajo el nombre *WET'N WILD* en 1995.

5.6.15 SIX FLAGS INC.

Es el operador regional de parques temáticos más grande del mundo, es propietario y opera 30 parques temáticos, acuáticos y zoológicos en Norte América. Tiene acuerdo de concesión con *DC COMICS* y *WARNER BROS*,

²⁵⁹ <http://.mergentonline.com>. 3 de diciembre del 2006

²⁶⁰ <http://www.parquesreunidos.com>. 29 de noviembre del 2006

²⁶¹ AB PROFILE: OLIVER DE BOSREDON, Grevin & Co. *Juliana Koranteng*. Amusement Business. New York; Jan 19, 2004. Tomo 116, No 3; pág. 3.

²⁶² Abídem

²⁶³ <http://www.mergentonline.com>. 3 de Diciembre del 2006.

consumir productos permite a la empresa, exclusiva a caricaturas. Vendió el terreno de *SIX FLAGS ASTROWORLD* por un precio de \$77 millones de dólares; *SIX FLAGS* invirtió \$135 millones de dólares en nuevas atracciones; para Junio del 2006 las ganancias totales subieron \$3.2 millones de dólares.

“De los 50 parques temáticos y de diversiones reportaron ganancias positivas en atención en 2005, *SIX FLAGS* México con 2.28 millones de dólares”²⁶⁴

El 8 de Mayo del 2006 *SIX FLAGS* y *HOME DEPOT* anuncian Alianza patrocinadora de suministro y mercadotecnia, *HOME DEPOT* servirá como proveedor comercial, construcción, reparación y productos de mantenimiento para parques *SIX FLAGS* a Norte América. También, construirán parques infantiles *KA BOOMj*; *HOME DEPOT* es patrocinador de *KABOOMj*, parque infantil con 400 parques infantiles.

5.6.16 Proyectos

“Rumania tiene planes de crear un parque temático en Tunisia; Guatemala; Anchorage, Alaska; y Gelendjik, Rusia.”

“EAU Emiratos Árabes, en Abu Dhabi, capital y Emirato más rico, se proyecta *DUBAILAN*, dos veces el tamaño de *DISNEY* en Florida, contará con seis mundos temáticos”²⁶⁵

“*HRP* parque *HARD ROCK, MYRTLE BEACH OPERATIONS LLC* operará el parque en 740 acres, \$400 millones de dólares; 40 atracciones y *HOTEL HARD ROCK*”.²⁶⁶ “*PARQUE HARRY POTTER* abrirá en Orlando en 2009, *joint venture*, (empresa conjunta) entre *WARNER BROS ENTERTAINMENT PRODUCCIONES* de la película de *HARRY POTTER* y *UNIVERSAL ORLANDO RESORT*, estará localizado en *PARQUE TEMÁTICO AVENTURA DE UNIVERSAL’S ISLANDS*”.²⁶⁷

5.7 Inversión de las principales empresas mexicanas

5.7.1 GRUPO MÁGICO, principales inversiones de 1990-2005

Los negocios internacionales deben lidiar con la forma de penetración en un mercado extranjero, los modos de abastecer los mercados extranjeros de Grupo Mágico son la exportación, la concesión de licencias y franquicias, el establecimiento y subsidiaria de propiedad absoluta.

En 1990 *CIE* empezó a comercializar patrocinios.

En 1991, Convenio de coinversión con *TICKETMASTER CORP.* para vender

²⁶⁴ Parks Persist in the Face of Calamity, Juliana Korantern, Amusement Business, New York, Jan. 2006. Tomo 118, No. 3; pág. 6 (2 páginas).

²⁶⁵ De las mil y una noches a la ciudad del futuro, Mirna Gutiérrez Gómez, Obras (Grupo Editorial Expansión), 2006.

²⁶⁶ Hard Rock Announces Plans for a unique Rock N’Roll Theme Park and will be responsible for building and operating the Park and a group of investors. <http://www.hrpusa.com>
Contacts: Steven Goodwin and Felix Mussenden

²⁶⁷ Paul Wilson. Scotsman.com News Entertainment. Theme Park Will be Magic for Harry Potter fans
www.scotsman.com

boletos a eventos públicos y centros de espectáculos en México y Latinoamérica. En 1993, empezó a operar *AUDITORIO COCA COLA FUNDIDORA* en Monterrey; obtuvo derechos para exposiciones en el *PALACIO DE LOS DEPORTES*. En 1995, Adquirió *REED EXHIBITION COMPANIES, S.A. DE C. V* (actualmente *REPRESENTACIONES DE EXPOSICIONES MÉXICO, S. A. DE C. V*), promotora de ferias comerciales, *CIE* se constituyó como controladora del Grupo. En 1996, convenio de coinversión con *WALT DISNEY THEATRICAL WORLDWIDE, INC.*, permite a *CIE* presentar producciones teatrales de *DISNEY* en Latinoamérica, España y Portugal; adquirió derechos para operar teatros *METROPOLITAN* y *ORFEÓN, ESTADIO AZUL* en México. En 1997, convenio de coinversión con *SITEL CORP*, líder de tele mercadeo. *CIE* adquirió el 100% del capital accionario de *RAC PRODUCCIONES, S.A. DE C.V.*, promotora mexicana de talento artístico; constituyó *GRUPO MANTENIMIENTO DE GIROS COMERCIALES INTERNACIONAL, S.A. DE C.V. (GRUPO MÁGICO)*; con *GRUPO ECE, S.A. DE C.V.*, propietario de los restaurantes temáticos *HARD ROCK CAFÉ* en la ciudad de México y Guadalajara, inicia la operación y promoción de artistas locales e internacionales. En 1998, constitución de la subsidiaria *CIE-R&P, S.A.*, quedando *CIE* con el 100% del capital accionario; obtuvo concesión para operar *PARQUE SALITRE* en Colombia; concesión para operar el *HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS* de la Ciudad de México por 25 años; desarrollar un centro de exposiciones, *CENTRO BANAMEX* por 50 años; operación del *JARDÍN ZOOLOGICO* de la ciudad de Buenos Aires 1999, coinversión de 50/50% con *INTERTICKET, S. A. DE C.V.*, comercializadora de eventos deportivos, para publicidad de fútbol soccer. Coinversión, 50/50% con *SINCA, INBURSA* para producir películas de largometraje en México y distribuir películas propias en México y el extranjero. Concluyó convenios para operación del *HIPÓDROMO DE LAS AMÉRICAS*: Convenio de asesoría con *LONE STAR RACE PARK, LTD.*, para la operación del Hipódromo; Convenio de prestación de servicios para sistemas para manejo de apuestas con *AUTOTOTE CORP*; y convenio de asociación con *SINCA INBURSA* para el desarrollo del *HIPÓDROMO* y *EL COMPLEJO LAS AMÉRICAS*. Inicia apertura de apuesta deportiva (*SPORTS BOOKS*) y juegos basados en números (*YAKS*), su primera unidad en el Hipódromo. En el 2000, firmó acuerdo con *ASPEL GRUPO, S.A. DE C.V.*, propietaria de *LATIN ENTERTAINMENT INC. (LE)*, *CIE* proveería de entretenimiento en *internet*. *CIE* establece acuerdo con *SINCA INBURSA*, dejando a *CIE* con el 58.2% de capital contable. Establece acuerdo por 10 años con *TICKETMASTER CORP.* para la expansión en centro y Sudamérica; inició la operación de *TICKETMASTER* en Brasil. Contrato de arrendamiento para la operación del *CENTRO DE CONVENCIONES DE TLALNEPANTLA*, Ciudad de México; *GRUPO MÁGICO* abre *SALITRE MÁGICO Y CICI AQUAPARK*. En 2001, asociación con *HAUSER ENTERTAINMENT INC.*, promotor de eventos latinos en Estados Unidos para promoción y producción de eventos latinos. Acuerdos con *CINÉPOLIS* y *CINEMARK*, operadoras de salas de exhibición de películas en México, obtiene derechos para la comercialización de *CINEMINUTOS*, publicidad en pantallas cinematográficas.

CIE adquiere 95% del capital social de *STAGE EMPREENDIMENTOS, S.A. (STAGE)*, líder de inmuebles en Brasil y promotor de eventos.

Derechos de operación de *ATL HALL*, centro de espectáculos y eventos especiales corporativos.

Asociación con *CREATIVIDAD Y ESPECTÁCULOS, S.A. DE C.V.*, tiene por objeto la realización y producción de eventos especiales y corporativos.

CIE y *FORSYTHE RACING INC.* acuerdo con *CHAMPIONSHIP AUTO RACING TEAMS, INC. (CART)*, serie de automovilismo deportivo, con objeto de presentar la *Serie CART* en la Ciudad de México del 2002 al 2006.

Adquisición derechos de acceso al *PALAU DES SPORTS*, en Barcelona, España. En 2002, adquirió derechos para explotación de espacios publicitarios interiores en 13 aeropuertos que *GRUPO AEROPORTUARIO CENTRO NORTE EN MÉXICO*.

Establece alianza estratégica con *BANAMEX* para desarrollar la imagen corporativa. Participación en capital, entre *CIE, GRUPO MÁGICO Y ZN MÉXICO II*, fondo privado de inversión en capitales, para el financiamiento de *WANNADO*.

Asociación entre *CIE* y *TELEVISA ENTRETENIMIENTO*, adquiere 40% de *OCESA ENTRETENIMIENTO*, subsidiaria del Grupo responsable de operaciones de eventos en vivo en México, transacción valuada en \$104.7 millones de dólares

Alianza estratégica con *STAGE HOLDING*, promotor teatral en Europa.

Inicia el desarrollo y operación de *GRANJA LAS AMÉRICAS*, centro de diversiones enfocado al convivio y aprendizaje de animales y medio ambiente.

Inaugura "*MÉXICO MÁGICO*", parque de diversión promueve la cultura mexicana a través de la arquitectura dentro de las etapas prehispánica, colonial y moderna.

2004. *CIE* obtiene de grupos *SISTEMAS INTEGRALES PARA EL TRANSPORTE (SINTRA)* e *INMOBILIARIA FUIISA*, derechos para comercialización de espacios publicitarios en aeropasillos de las salas nacional e internacional del *AEROPUERTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO*.

CIE establece asociación estratégica con *KEENNEEX*.

GRANJA LAS AMÉRICAS se suma a *CIE* las Américas.

Abre el primer parque de diversiones en Estados Unidos *WANNADO CITY*, de más de \$40 millones de dólares.

WANNADO ENTERTAINMENT subsidiaria de *CIE*²⁶⁸; *NASCAR (NATIONAL ASSOCIATION FOR STOCK CAR AUTO RACING)* y *OCESA* anuncian la creación de *NASCAR MÉXICO*, base de operaciones en México para administrar y operar eventos de deporte y supervisar patrocinios y licencias; *TECATE TELMEX MONTERREY GRAND PRIX*, con *FORSYTHE RACING INC.*, firma acuerdo con *CERVECERÍA CUAUHTÉMOC MOCTEZUMA* y el gobierno. En 2005 *CIE AMÉRICAS* con *SPORTS BOOKS* y *YAKS* con 36 unidades.

En 2006 abre *KIDZANIA*²⁶⁹ *JAPÓN*

En 2007 *KIDZANIA DUBAI*, *KIZANIA PORTUGAL* y *KIDZANIA YAKARTA*, Indonesia segundo centro en franquicia con una inversión de \$15 000 millones de dólares. Construida dentro del centro comercial *PACIFIC MALL*.

Para algunas empresas la expansión internacional representa una forma de obtener mayores rendimientos mediante transferencia de habilidades, productos y

²⁶⁸ Inauguran Parque mexicano "*WANNADO CITY*" en Florida, 13 de Agosto de 2004, Notimex.

²⁶⁹ *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* al crecer se ha llamado *KIDZANIA*

servicios que forman parte de sus competencias. Las formas de penetración que ha usado el *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE)* son contratos llave en mano, licenciamiento, franquiciamiento, *joint ventures*, subsidiarias con propiedad absoluta y alianzas estratégicas.

5.7.2 Inversión de *XCARET*

“El corporativo tiene un valor de \$250 millones de dólares. “El *GRUPO XCARET* se expande hacia la Ciudad de México, maneja 5 conceptos de parques naturales, planea invertir \$20 millones de dólares, proyecta 3 parques de diversión que se añadan a los cuatro que ya tienen en Los Cabos, Miami y otro aún no definido. La empresa es 100% mexicana y planea desarrollar parques temáticos”.

5.8 Inversión en Asociaciones

5.8.1 *TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA (TIA)*

ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIAJES DE AMÉRICA provee información de la industria, noticias, productos nuevos e investigación de la industria de atracciones. Cualquier atracción de la Industria de Viajes el miembro es automáticamente parte de uno o los tres consejos nacionales: Consejo Nacional de Atracciones, Consejo Nacional de Organizaciones de Destinos y Consejo Nacional de Directores de Turismo Estatal. Los propietarios de los parques están gastando mucho dinero en mejorar las atracciones, a escala nacional, han gastado aproximadamente \$750 millones de dólares en juegos nuevos y actualización.

5.8.2 *INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES (ITPS)*

Consultora en Estados Unidos, atiende a empresas de entretenimiento e industrias de servicios en proyectos pequeños, medianos y grandes. Provee consultoría y servicios de administración en parques temáticos, parques de diversiones, *resorts*, parques acuáticos, atracciones especiales, centros de entretenimiento familiar, centro comercial, acuarios y zoológicos.

Algunos proyectos se muestran a continuación, consultoría de *ITPS* a parques como *SIX FLAGS CORPORATION*; *TIME WARNER, INC*; *LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO*; *PARQUE REINO AVENTURA (HOY SIX FLAGS)* Y *HOPI HARI S.A.*

En *SIX FLAGS CORPORATION (SIX FLAGS OVER TEXAS)*. *ITPS* le asistió en el desarrollo e implementación de su primer programa de operación invernal, incluyó conceptualización, diseño y planeación financiera y operacional, mercadotecnia y programas de relaciones públicas.

TIME WARNER, INC. Nueva York, Nueva York, Estados Unidos. Completó la mayor compra en la Corporación *SIX FLAGS*; la decisión y viabilidad de la adquisición. *WARNER* contrato *ITPS* para revisar activos y operaciones de cada parque *SIX FLAGS* para incluir *SIX FLAGS MAGIC MOUNTAIN*, *ASTROWORLD*, *SIX FLAGS OVER TEXAS*, *SIX FLAGS OVER MID-AMERICA*, *SIX FLAGS*

GREAT AMERICA, SIX FLAGS GREAT ADVENTURE y SIX FLAGS OVER GEORGIA. ITPS desarrolló un resumen ejecutivo para *WARNER* que permitió la compra de acciones de \$30 millones de dólares de la corporación *SIX FLAGS. LA FERIA CHAPULTEPEC MÁGICO.* Ciudad de México, México. Parque de diversiones temático más grande en la Ciudad de México; en un plan de renovación, *ITPS* ha sido contratada para consultar mercadotecnia, operaciones, mantenimiento, seguridad, distribución financiera y planeación incluyendo diseño relacionado a la expansión, provee seguridad y auditorías operacionales. *PARQUE REINO AVENTURA.* Ciudad de México, México (Hoy *SIX FLAGS*). Los propietarios pidieron a *ITPS* proporcione servicios al programa de rehabilitación global. Revisión del plan maestro, evaluación de ingreso y egreso y asistencia en diseño general y plan de juegos nuevos para instalación; revisó la inversión para incluir proyecciones de atención, entradas y programa de inversión de capital; mantenimiento, operaciones, seguridad y desarrollo de un plan de mercadotecnia. *HOPI HARI,* Sao Paulo, Brasil. Los propietarios de *PLAYCENTER* contrataron *ITPS* para conducir estudios de factibilidad con respecto a posición móvil del *PLAYCENTER* a una nueva locación fuera de la ciudad. *ITPS* proporcionó atención y proyecciones financieras para *PARQUE AVENTURA*; servicios de planeación para el nuevo *HOPI HARI*, planes del concepto; construcción e instalación de juegos en el nuevo sitio, colocación de un vicepresidente *ITPS* además, servicios de administración durante la apertura del parque.

5.8.3 INTERNATIONAL ASOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS (IAAPA)

Asociación sin fines de lucro, dedicada a la preservación de la Industria de entretenimiento mundial. La oficina europea provee programas y estrategias para los miembros: *EUROPARKS, ASOCIACIÓN BRITÁNICA DE PARQUES DE ENTRETENIMIENTO, ASOCIACIÓN DANESA DE PARQUES DE ATRACCIÓN, ASOCIACIÓN ALEMANA DE PARQUES DE ENTRETENIMIENTO, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PARQUES DE DIVERSIONES y ATRACCIONES, ASOCIACIÓN SUECA DE PARQUES DE DIVERSIÓN*; incluye parques de diversiones y temáticos, acuáticos, atracciones, centros de entretenimiento familiar, zoológicos, acuarios, museos y *golf* miniatura. Tiene alianzas globales con Argentina, Chile, Uruguay y Bolivia, Brasil; México, América Central, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela; Australia y Nueva Zelanda; India y China. Hay más de 600 parques de diversiones en Estados Unidos para 2005. “De acuerdo con *IAAPA* en 2002, 600 parques en Estados Unidos generaron \$9.9 billones de dólares en ingresos y hay 300 parques en Europa”.²⁷⁰ De acuerdo con “*AMUSEMENT BUSINESS* cuatro de los diez más visitados está en Asia, uno en Europa y el resto en Estados Unidos; parques de Diversión y atracción generó \$11.2 billones de dólares en ingresos en 2005”²⁷¹. *IAAPA* promueve el desarrollo de la industria internacional; la industria de

²⁷⁰ <http://www.forbes.com>, Cristina Valhouli, 2003, World's Best Amusement

²⁷¹ *Amusement Business*. 2 de diciembre del 2006

la diversión ha evolucionado, fortalecido ha superado varias crisis económicas y sigue creciendo con ganancias superiores a \$220 millones de dólares.

5.8.4 INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE LEISURE & ENTERTAINMENT INDUSTRY (IALEI)²⁷²

Algunas instalaciones tienen más de una atracción, otras media a una docena o más, a veces múltiple atracción. Ofrece un centro de administración al distribuidor. Los miembros de *IALEI* son centros de entretenimiento familiar, centros de entretenimiento para niños, campos de *golf*, parques acuáticos y de diversión. En *FUN EXPO*, 200 compañías exhibidas con productos y servicios para la industria de la atracción: juegos, diseño y construcción, productos de instalación y servicios.

5.8.5 NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION (NAPHA)

Organización dedicada a la preservación de la industria de parques temáticos; provee información a historiadores, productores de documentales y fabricantes; trata de preservar juegos históricos y encontrar casas para juegos clásicos.

5.8.6 AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (AIMS)

AIMS INTERNACIONAL LTD., consiste de fabricantes, proveedores, organizaciones que tienen interés en suministrar productos o servicios para la industria. Dedicada a preservar la seguridad en la industria de entretenimiento y la promoción a través de Asociaciones, seminarios, estándares de seguridad, estableciendo relaciones con otras asociaciones, propietarios de parques de diversiones, fabricantes de equipo y proveedores, ferias, parques acuáticos, centros de entretenimiento familiar. La organización consiste de americanos y Entidades internacionales ocupados en diseño, fabricación, producción, ventas, servicios de diversiones y entretenimiento.

²⁷² <http://www.ialei.org>. 2 de diciembre del 2006. 2 de diciembre del 2006.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES

- El estudio de los parques de diversiones temáticos²⁷³ es un tema novedoso y poco estudiado a nivel nacional, la industria de la diversión y entretenimiento es una de las más productivas a nivel mundial sin importar raza, cultura, edad o religión ya que existen más de 10 000 parques de diversiones en 80 países en todo el mundo así, la globalización de la Industria de la diversión representa oportunidades y recursos para nuestro país por lo tanto, es posible invertir en parques de diversión temáticos en México.
- La apertura de la *FERIA DE CHAPULTEPEC* hoy *LA FERIA DE CHAPULTEPEC MÁGICO*, la apertura de *REINO AVENTURA* hoy *SIX FLAGS* para los 80s se introducen parques acuáticos en México y en los 90s parques ecológicos y arqueológicos como *XCARET* y *XEL-HA*.
- A nivel internacional para 2001 los parques de diversiones en Estados Unidos tuvieron ganancias de \$8 millones de dólares. *WALT DISNEY CO.* aportó un cambio estructural a la industria de la diversión con su primer parque el cual organiza por temas o personajes; el primer parque temático regional, *SIX FLAGS INC* y parque en centro comercial, *WEST EDMONTON MALL*, actualmente la tendencia de los parques temáticos es ubicarlos en centros comerciales.
- En México, el *CORPORATIVO DE ENTRETENIMIENTO INTERAMERICANO (CIE)* es líder en entretenimiento y opera centros de espectáculos y parques de diversión y centros de espectáculos. Los parques de diversión son *MÉXICO MÁGICO*, *CICI ACAPULCO MÁGICO*, *CICI AQUAPARK*, *PERIMÁGICO*, *SALITRE MÁGICO*, *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS* centro de educación infantil donde los niños juegan a ser adultos en una ciudad miniatura en un centro comercial con concepto mexicano y *WANNADO CITY*, mismo concepto en Estados Unidos y al internacionalizarse se llama *KIDZANIA* en otros países como Dubai.
- Las Asociaciones que se dirigen a la industria de diversiones y atracciones principalmente para preservar la industria, *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES* y *ATRACCIONES (IAAPA)*, se dirige a diferentes segmentos como parques de diversiones, temáticos, acuáticos, atracciones, zoológicos y *golfs*, además de proporcionar seminarios a sus miembros y alianzas. También existen empresas de consultoría dedicadas a la industria de diversiones; otras a la seguridad de la industria de entretenimiento. En México se creó la

²⁷³ Parque temático: Centros de atracciones con características específicas basadas en personajes o temas.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES DE DIVERSIONES que depende únicamente de la ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES.

- Se muestra que México es un polo de desarrollo económico donde existen áreas de oportunidad y de importancia para los Negocios Internacionales, en México existen diversos factores para impulsar la industria de parques de diversiones temáticos como la situación geográfica, nuestro país posee una excelente ubicación estratégica ya que comparte frontera con Estados Unidos, un clima diverso y favorable, lo que permite generación de empleos que a su vez crea empleos indirectos, el turismo que implica ocupación de hoteles, gastronomía, la promoción de diversas zonas arqueológicas a lo largo del país además de playas, mejora de medio ambiente e inversión extranjera; lo que hace atractivo a nuestro país para invertir en parques de diversiones.
- La Mercadotecnia²⁷⁴ de *DISNEY* en donde el servicio es su ventaja competitiva; tiene nombres licenciados de personajes de *DISNEY*; extensiones de marca como líneas de *CRUCERO DISNEY*; servicios de apoyo al producto como *AMERICAN AIRLINES* que ofrece descuentos en vuelos a *DISNEY WORLD*; *marketing* directo como correo, catálogo, televisión, *kioskos* y en línea y; licenciamiento en *TOKYO DISNEYLAND* con *ORIENTAL LAND COMPANY*. En México, La ciudad de los niños usa *advergames*²⁷⁵ de las últimas tendencias en mercadotecnia y se enfoca a niños de 2 a 12 años de edad, padres de 25 a 40 años con un nivel socioeconómico medio y medio alto.²⁷⁶ En México podemos apreciar que los diferentes tipos de inversión de las empresas son para algunas empresas la expansión internacional representa una forma de obtener mayores rendimientos mediante transferencia de habilidades, productos y servicios que forman parte de sus competencias a mercados en los cuales los competidores nacionales carecen de las mismas. Las empresas utilizan seis formas de penetración para entrar en un mercado extranjero: exportación, proyectos llave en mano, licenciamiento, franquiciamiento, *joint ventures*²⁷⁷ y subsidiarias de propiedad absoluta. Así, la elección del modo de penetración depende de la estrategia de la firma. Las formas de penetración que ha usado *DISNEY* son *joint ventures* y Alianzas estratégicas, el capital social de marca de *DISNEY* es de \$15 000 dólares. El *CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO* ha usado en sus parques proyecto llave en mano, licenciamiento, *joint ventures* y subsidiarias en propiedad absoluta.

²⁷⁴ proceso administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través del intercambio de productos

²⁷⁵ herramienta de mercadotecnia utilizada para promocionar una marca o idea a través de videojuegos interactivos

²⁷⁶ <http://www.cie.com>

²⁷⁷ Negocio conjunto

- Los Parques de diversión son empresas que están en constante evolución ya que dependen del avance de la tecnología y seguridad de la industria de diversiones.
- Es difícil obtener información de publicidad de los parques ya que es rigurosamente secreta. Hacer negocios requerirá nuevas estrategias de mercadotecnia, hoy gracias a *internet* las empresas están sufriendo una transformación y deberán adaptarse a los cambios tecnológicos.
- Las empresas mexicanas tendrán que rediseñar sus páginas de *internet* e involucrarse en el desarrollo de la industria a través de la *ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES DE DIVERSIONES* que aparece como miembro de la *ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES* pero en la práctica solo es miembro pero no cumple los objetivos para los que fue creada como el desarrollo de la industria de diversiones.
- Hay que promover a México en este sector que promete inversiones millonarias, generación de empleos, inversión extranjera y nacional, y turismo que ayudará al desarrollo económico del país.

7 .Fuentes Bibliográficas:

BALL A. DONALD, MCCULLOCH WENDELL H. JR., FRANTZ PAUL L., GERINGER J. MICHAEL Y MINOR MICHAEL S, *International Business*, 9a ed., New York. McGraw Hill, 2004, 685 pp.

CATEORA, PHILLIP R. *Marketing Internacional* 8a ed., España, Irwin, 1995, 863 págs.

FISHER, Laura. *Mercadotecnia*. 3ª ed. México. McGraw Hill. 540 pp.

GAMBRILL, MÓNICA (coord.). *La globalización y sus manifestaciones en América del Norte*. 1ª ed., México. Centro de Investigaciones sobre América del Norte – UNAM, 2002, 462 pp.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO, FERNÁNDEZ COLLADO CARLOS Y BAPTISTA LUCIO PILAR, *Metodología de la Investigación*, 3ª ed., México, McGraw Hill Interamericana, 2003, 705 pp.

HILL, CHARLES. *Negocios Internacionales*. 1ª ed., México, McGraw Hill, 2001, 789 pp.

KOTLER PHILIP, AMSTRONG GARY, *Fundamentos de Marketing*; 6a ed., México, Pearson Prentice Hall, 2003, 589 pp.

KOTLER, AMSTRONG. *Marketing*. 8ª ed., México. Pearson Prentice Hall. 2001, 691 págs.

MÉNDEZ RAMÍREZ IGNACIO ET AL, *El protocolo de Investigación*, México, Trillas, 1996, 189 pp.

MENDEZ ÁLVAREZ CARLOS E., *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. 3ª ed., México, McGraw-Hill, 2001, 246 pp.

PORTER, MICHAEL E., *Estrategia Competitiva*, CECSA, México, 2003, 388 pp.

PORTER, MICHAEL E., *La ventaja competitiva de las naciones*, Javier Vergara Editor, Buenos Aires, Argentina. 1991, 1025 pp.

RUGMAN, ALAN M. Y HODGETTS, RICHARD M., *Negocios Internacionales. Un enfoque de Administración Estratégica*. 1a. ed., México, McGraw Hill, 1997, 707 pp.

7.1 Fuentes Hemerográficas:

Abrirá el vienes el primer Game Works en México, Abel Sánchez, La Jornada, 2006.

AB PROFILE: OLIVER DE BOSREDON, Grevin & Co. *Juliana Koranteng*. Amusement Business. New York; Jan 19, 2004. Tomo 116, No 3; pág. 3.

After two years of decline, parks up 4%. James Zoltak. Amusement Business. New York: Dec. 2004. Tomo. 116, No. 29. pág. 14 (3 páginas)

Avanza Gigante turístico, Ejecutivos de Finanzas, 2005, No. 30.

Cedar Points's New Season Highlighted By Improvements. Steve Traiman. Amusement Business. New York: May 31, 2004. Tomo 116, No. 22; pág. 1 (2 págs.) Contacts: Steven Goodwin and Félix Mussenden

De las mil y una noches a la ciudad del futuro, Mirna Gutiérrez Gómez, Obras (Grupo Editorial Expansión), 2006.

Disneylandia: 50 años de hacer soñar, Victoria Martínez Enríquez, La Crónica de Hoy, 5 de mayo de 2005.

Diversas intervenciones durante la LXII Asamblea General Ordinaria de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles A.C., que esta tarde encabezó el Presidente Vicente Fox Quesada en el Patio Principal del Museo Marco, en esta ciudad, viernes 26 de noviembre de 2004, Publicación Presidencia de la República.

Empresarios Mexicanos sorprenderán a Estados Unidos con Wannado, Martín Takagui, 12 de Agosto de 2004.

En Kotler de Roger O. Crockett, "A Web That Looks Like the World" *Business Week*, 22 de Marzo de 1999. P. 85

Family enterprises ride high en the flash world of the showman SMALL BUSINESS BRITAIN FUNFAIRS: Chris Tigre delves venid the lights and music to explore the fairground industry and finds a sector that has proved agile enough to withstand the competition; (LONDON 2ND EDITION), CHRIS TIGHE, Financial Times: National News, pág. 4, aug. 16, 2005.

Fernando Reyes Moreno. La Diversión es un negocio serio. Presidente de la Asociación Mexicana de Parques de Atracciones, AMAP, 1 de Agosto del 2004. Gastronomía regia, sólo en la Sultana del Norte, El Financiero, 12 de noviembre de 2004

Grupo Xcaret se expande, Marielena Vega, El Economista, lunes 25 de octubre de 2004.

Guía para evaluar el futuro, Laurent Dumarest Larry Hitchcock- Thomas Howard, Gestión de Negocios, 2001.

Hard Rock Announces Plans for a unique Rock N'Roll Theme Park and will be responsible for building and operating the Park and a group of investors.

Houston, ciudad cosmopolita que se esmera por atender bien al turista, Antonio Tamayo, El Financiero, 19 de noviembre de 2004.

Cristina Valhouli, 2003, World's Best Amusement Parks. *Forbes*.

Inauguran Parque mexicano "Wannado City" en Florida, 13 de agosto de 2004, Notimex.

Inversiones extranjeras en busca de nuevos desarrollos. El Economista, martes 10 de febrero de 2004.

KORANTENG, Juliana, "Parks Persist in the Face of Calamita", *Amusement Business*, New York, Jan 2006, Tomo 118, No. 3, pág. 6 (2 pp).

Lainsbury Andrew 2004 Chiffres clés du tourisme Ile de Francia, pág. 5
Las Playas captaron el 75% de la inversión privada, Síntesis Razones de Ser, 2006.

Mark Hyman, "The Yin and Yang of the Tiger Effect", *Business Week*, 16 de Octubre del 2000, p. 110 en Kotler fundamentos de mercadotecnia p. 285

Monsieur Mickey o Señor Micky?: Disney busca un sitio europeo" BusinessWeek, 15 de julio de 1985

Operan en México Parques Temáticos de Vanguardia, Martín Takagui, Miércoles 11 de agosto de 2004. Notimex.

Papel fundamental de Fonatur: inducir la oferta turística, Cancún, Q. R., 15 de febrero de 2007 <http://www.fonatur.gob.mx>.

Paquete de entretenimiento, Síntesis Razones de Ser, 2006.

Parks Persist in the Face of Calamita, Juliana Koranteng, *Amusement Business*, New York, January 2006. Tomo 118, No. 3; pág. 6 (2 págs).

Paul Wilson. Scotsman.com News Entertainment. Theme Park Will be Magic for Harry Potter fans

Personaje y su entorno. Miguel Pineda. Certeza Económica, 2004.

Planea Grupo Xcaret cotizar en la BMV, El Economista, 20 de enero de 2004.

Sol y Arena... ¿algo más?, obras (Gpo. Editorial Expansión, 2005).

Turismo y competitividad, una mirada a través de Europa, Manuel de Forn, Coparmex. Entorno. 1 de Octubre de 2003.

U.S. mergers & acquisitions, Mergers & Acquisitions: The Dealermaker's Journal, Jun 2005, Vol. 40 Issue 6, p 46-60, 15 págs.

Una vez sobre un sueño americano: La historia del Euro Disneyland. Prensa de la Universidad de Kansas.

Zoltak, James, "After two years of decline, parks up 4%". *Amusement Business*; New York, Dec. 2004. Tomo. 116, No. 29, pág. 14 (3 pp).

7.2 Sitios de Internet:

Amusement Industry Manufacturers & Suppliers en: <http://www.aimsintl.org>
Bibliothèque et Archives Nationales du Quebec
en:<http://www.mergentonline.com/compdetail.asp?>

Cedar Fair L. P. en: <http://www.cedarfair.com>

Centros Integralmente planeados en: <http://www.fonatur.gob.mx>

Corporativo Interamericano de Entretenimiento (CIE) en: <http://www.cie.com>.

Dyreparken ASA en: <http://www.dyreparken.com>.

Funtime Hospitality Corp. en: <http://www.funtimehospitality.com>

Guía para la obtención del grado de maestro en: <http://www.posgrado.unam.mx>

Hard Rock Park en: <http://www.hrpusa.com>

Hopi Hari S. A. en: <http://www.business.com>

Hopi Hari S.A. en: <http://www.hopihari.com.br>

<http://www.amusementindustryconsulting> liga iaapa

<http://www.ialei.org>

Información de Parques en Europa en: <http://www.infoparks.com>

Inново Leisure Recreation Holdings Ltd en:
<http://www.innovoleisurerecreationholdingsltd>

International Association of Amusement Parks and Attractions en:
<http://www.iaapa.com>

International Theme Park Services en: <http://www.itps.com>

list of amusement parks ... Affen- und Vogelpark (Reichshof Eckenhagen, North Rhine-Westphalia, Germany) en: <http://www.wikipedia.com>

MGM Mirage en: <http://www.mgmmirage.com>

National Amusement Park Historical Association en: <http://www.napha.com>

North American Classification System en: <http://www.naics.html> U.S. Census Bureau

Organización Mundial del Turismo en: <http://www.omt.org>

Oriental Land Co en <http://www.keisei.co.jp>

Oriental Land Co., Ltd. en : <http://www.olc.co.jp>

Parques Reunidos S.A. en: <http://www.parquesreunidos.com>

Playcenter S.A. en: <http://www.playcenter.com.br>

Proyecto llave en mano en: <http://www.franquiciasynegocios.com.mx>

Six Flags Inc. en:<http://www.sixflags.com>

Standard Industrial Clasification en: <http://www.osha.gov> U.S. Department of Labor Occupational Safety & Healt Administration.

Travel Industrial Association of America en: <http://www.tia.com>

Walt Disney Co. en: <http://www.disney.com>

West Edmonton Mall en: <http://www.westedmontonmall.com>

Xcaret en: <http://www.xcaret.com.mx>

Fonatur en <http://www.fonatur.gob.mx>

7.3 Documentos:

Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa. Edición 2006. INEGI, México

Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Edición 2005.

Censo de Servicios. Censos económicos 1999. Tabulados básicos. INEGI.

Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP). Censos Económicos. INEGI.

Clasificación Mexicana de Actividades y Productos 1999 (CMAP) INEGI.

Estadísticas de Cultura. Edición 2005. INEGI. Cuaderno núm. 8

Serie Boletín de Estadísticas Continuas, Demográficas y Sociales. Estadísticas de Cultura. Edición 2005. INEGI.

7.4 Tesis:

CASTAÑEDA VARGAS Héctor. *La nueva gestión pública y el neo constitucionalismo como modalidad de los estudios organizacionales en la fiscalización y rendición de cuentas en México*. Tesis de Maestría en Administración de Organizaciones, México, UNAM. 2006.

JUÁREZ HERNÁNDEZ María Isabel. *Análisis de la comercialización de productos orgánicos de origen mexicano en los mercados internacionales*. Tesis de Maestría en Administración de Negocios Internacionales, México, UNAM, 2004.

MORONES DÍAZ Luis Guillermo. *El comercio de servicios profesionales en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Oportunidades y asimetrías en la negociación internacional*. Tesis de Maestría en Administración de Organizaciones, México, UNAM. 2004.

SAAVEDRA GARCIA María Luisa. *La evaluación de Empresas. Enfoques Teóricos y Aplicación de los Modelos Black y Sholes, Valor Económico Agregado, y Flujo de Efectivo Disponible en México: 1991-2000*. Tesis de Doctorado en Administración de Organizaciones, México, UNAM, 2002.

8. Glosario:

Acre: Medida de superficie, usada en agricultura tanto en el Reino Unido como en sus antiguas colonias, incluyendo los Estados Unidos. Equivale a: 43560 pie², y 4046,856 m².

Agentes o Agencia: Intermediarios entre el talento artístico y los promotores.

AIC: AMUSEMENT INDUSTRY CONSULTING, INC. (ASESORA DE LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO)

AIMS: AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (INDUSTRIA DE DIVERSIONES, FABRICANTES Y PROVEEDORES INTERNACIONALES)

Airtime: El sentimiento emocionante de flotar fuera del asiento mientras pasea por la montaña rusa.

Alianza estratégica: Acuerdos cooperativos entre dos o más firmas.

Amusement Park: Término genérico para una colección de y otras atracciones de entretenimiento de un grupo de gente para adultos, adolescentes y niños.

AMUSENET: Colección de *internet* de compañías de la industria de parques de diversiones

Atracción: Un entretenimiento que se ofrece al público; espectáculo. Atracciones pueden ser construidas en pendiente de una loma natural o construida por el hombre. Algunas albercas están construidas en elevadas estructuras.

CAAPA: CHINA ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS (ASOCIACIÓN CHINA DE PARQUES DE DIVERSIONES DE ATRACCIONES)

Centros de Espectáculos: Inmuebles acondicionados para la presentación de eventos "en vivo".

CEO: Chief Executive Officer

CHILDREN'S ENTERTAINMENT CENTERS: CEC'S Ó CENTROS DE ENTRETENIMIENTO PARA NIÑOS. Ejemplo: parque TIVOLI GARDENS (1843) en Copenhague. Más antiguo, Oktoberfest, festival de cerveza en 1810, primer evento en Munich, Alemania.

Exclusive Ride Time (ERT): A beneficio de algunos grupos entusiastas. Cuando el parque cerró una montaña rusa u otro juego al público en general, permite

entusiasmo por este juego.

FAMILY ENTERTAINMENT CENTER (FECS): CENTROS DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR, nueva generación de servicios de diversiones que incluye arcade (galería), juegos, *golf* miniatura, juegos para niños y *go karts*. Versiones más pequeñas que los juegos grandes, las versiones grandes pueden ser consideradas parques de diversiones con juegos, áreas de juego para niños, servicios de comida y campos de *golf* miniatura.

Franquicia: Forma especializada de licenciamiento mediante la cual se otorga propiedad intangible y se condiciona la manera de dirigir el negocio.

Funfair o Carnival: Parque de atracciones con juegos móviles, llamada feria o carnaval. Puede ser permanente o temporal, usualmente periódico con pocos días o semanas por año, temporal ó anual.

Globalización de mercados. Desplazamiento de un sistema económico en el que los mercados nacionales son entidades diferenciadas y aisladas por barreras comerciales, espaciales, temporales y culturales a otro sistema en el que los mercados nacionales se funden en un mercado global.

GRUPO MÁGICO: GRUPO MANTENIMIENTO DE GIROS COMERCIALES INTERNACIONAL, S. A. DE C. V. subsidiaria operadora y explotadora de parques de diversiones de *CIE* en México, Colombia y Estados Unidos.

Hectárea: La hectárea (símbolo ha) superficie que equivale a 10.000 m². Se utiliza para medir la superficie de terrenos menores en extensión que una ciudad.

Hyper Coaster: Una montaña rusa con al menos 200 pies.

IAAPA: INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS (ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES)

IALEI: INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE LEISURE & ENTERTAINMENT INDUSTRY (ASOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA EL OCIO Y LA INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO)

Imagineering: Departamento de manufactura responsable del diseño y creación de todas las atracciones de *DISNEY RESORTS* y desarrollos en estado real.

INEGI: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA.

Infoparks: Información de parques en Europa

Inversión Extranjera Directa IED: Inversión directa en operaciones de negocios en un país extranjero.

Inversión: Montaña rusa que gira y pone boca abajo.

Inverted Coaster: Montaña invertida, montaña rusa en la cual el tren viaja por debajo de la vía encima o arriba de.

ITPS: INTERNATIONAL THEME PARK SERVICES (SERVICIOS DE PARQUES TEMATICOS INTERNACIONAL)

Joint Venture: Proyecto cooperativo entre dos o más firmas.

KIDE DÓLARES/ELAND: Tierra de chiquillos, parque de diversiones o sección que tiene juegos y atracciones diseñados para niños menores de 12 años.

Lift Hill: Típicamente la parte más alta de una montaña rusa y a menudo la primera pendiente en la cual el tren es arrastrada a lo más alto y liberado.

LOCATION BASED ENTERTAINMENT (LBE'S): ENTRETENIMIENTO BASADO EN LA LOCALIZACION. Los parques de diversiones originales fueron los precursores históricos de los parques temáticos modernos. Hoy, parques de diversiones han sido reemplazados por parques temáticos y los dos términos son usados.

Milla: La milla es una unidad de longitud que no forma parte del sistema métrico decimal. De origen muy antiguo, fue heredada de la Antigua Roma y equivalía a unos 1467 m.

Multi loop: Una montaña rusa con muchas inversiones.

NAICS: NORTH AMERICAN INDUSTRY CLASSIFICATION SYSTEM (SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL NORTEAMERICANO)

NAPHA Style ride time: Juego exclusivo durante un evento especial NAPHA con muy poca gente, permite atender el juego y los usuarios.

NAPHA: NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION (ASOCIACIÓN NACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES HISTÓRICOS)

NCA: NATIONAL COUNCIL OF ATTRACTIONS (CONSEJO NACIONAL DE ATRACCIONES)

NCDO: NATIONAL COUNCIL OF DESTINATION ORGANIZATIONS (CONSEJO NACIONAL DE ORGANIZACIONES DE DESTINO)

NCSTD: NATIONAL COUNCIL OF STATE TOURISM DIRECTORS (CONSEJO NACIONAL DE DIRECTORES DE TURISMO ESTATAL)

NEAAPA: NEW ENGLAND ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACCTIONS (ASOCIACIÓN NUEVA INGLATERRA DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES).

Negocios internacionales: Cualquier firma que participa en una actividad de comercio o inversión internacional.

Out and Back: Configuración de una montaña rusa que es básicamente un óvalo alargado en el cual la vía viaja fuera para dar la vuelta y regresar a la estación.

Parque temático: Centros de atracciones con características específicas de un género determinado.

Proyecto llave en mano: Proyecto en el que una firma accede a establecer una planta operativa para un cliente extranjero al que entrega la llave cuando la planta es totalmente funcional.

Regalías: Remuneración que se otorga a los propietarios de tecnología, marcas registradas o patentes por la utilización de éstas.

Roller Coaster: Montaña Rusa

Segmentación de mercado: Identificación de grupos de consumidores comportamiento adquisitivo se diferencia en gran medida de otros.

SECTUR. SECRETARÍA DE TURISMO.

Show: Una presentación o representa un entretenimiento público u espectáculo.

Souvenir: Objeto o artículo publicitario que se relaciona a un evento, persona o lugar específico.

SIC: STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION (ESTÁNDAR DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL)

Spin'n Barf: Juego plano.

SPORT BOOK: Local cerrado para apuesta deportiva permitida por la ley en México, bajo el sistema de libro foráneo, marca registrada de CIE. Basada en apuesta deportiva

Steel Coaster: Montaña rusa de acero

Suspended Coaster: Montaña suspendida, en la cual el tren es suspendido debajo de la vía y gira de lado a lado.

Theme Park: Parque temático, parque de diversiones en el cual, juegos, atracciones, presentaciones y edificios giran alrededor de un tema central o grupo de temas ejemplo: parque *DISNEY* y *SIX FLAGS*.

TIA: TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA (ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VIAJES DE AMÉRICA)

TP&LIEW&S: THEME PARKS AND LEISURE INDUSTRY EXPERT WITNESS AND SAFETY (PARQUES TEMATICOS Y EXPERTOS DE INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO Y SEGURIDAD)

Tradicional Park: Parque tradicional que enfatiza juegos y atracciones.

TROLLEY PARK: Un parque de diversiones abierto a fines de 1800 y principios de 1900 que fue construido por una compañía de tranvías o carros como una forma de generar negocios durante el fin de semana.

Twister: Tornado. Una pista de montaña rusa que es variada y llena de giros. A menudo muchas capas de vía.

URBAN ENTERTAINMENT CENTERS (UBE'S): CENTROS DE ENTRETENIMIENTO URBANO.

WATERPARK: En la mayor parte de atracciones de parques acuáticos hay aparatos en el cual el participante pasea o desliza. El agua es inyectada en el juego para reducir la fricción y/o para efecto de control de velocidad. Ofrecen albercas de tamaños variados, forma y profundidad provista por tipos específicos de recreación y como parte de algunos tipos de juegos.

Wooden Coaster: Montaña de madera, con vías hechas de madera, puede tener madera o estructura de acero.

YAK: Local cerrado para la realización de juegos de números permitidos por la ley en México, marca registrada de *CIE*. Juegos basados en números

9. Anexos

9.1 Anexo I Lista de Parques de Diversiones²⁷⁸

A

Acqualokos (Capao da Canoa, Rio Grande do Sul, Brazil)
Admiral Vrungel (Gelendjik, Krasnodar, Russia)
Adventure Asia Park (Sentosa, Singapore)
Adventure City (Anaheim, California, United States)
Adventuredome (Las Vegas, Nevada, United States)
Adventure Island (Southend on Sea, Essex, United Kingdom)
Adventureland (Altoona, Iowa, United States)
Adventureland (Farmingdale, New York)
Adventureland (Sharjah, United Arab Emirates)
Adventureland Amusement Park (North Webster, Indiana United States)
Adventure Landing (Jacksonville Beach, Florida United States)
Adventure World (Bibra Lake, Western Australia, Australia)
Adventure World (Shirahama, Nishimuro, Japan)
Aérocité Parc (Aubenas, Rhone-Alpes, France)
Affen- und Vogelpark (Reichshof Eckenhausen, North Rhine-Westphalia, Germany)
Ajwa Fun World & Resort (Baroda, Gujarat, India)
Ak Botah (Almaty, Almaty, Kazakhstan)
Alabama State Fairgrounds (Birmingham, Alabama, United States)
Alade d'Ala's Kingdom (Doha, Doha, Qatar)
Al-Hamrah Entertainment Village (Riyadh, Riyadh, Saudi Arabia)
Al Hokair Land Theme Park (Riyadh, Riyadh, Saudi Arabia)
Alice in Wonderland (Christchurch, Dorset, United Kingdom)
Allou Fun Park (Athens, Attica, Greece)
All Star Adventures (Wichita, Kansas, United States)
Al Mogran Amusement Park (Khartoum, Khartoum, Sudan)
Al Nasr Leisureland (Dubai, United Arab Emirates)
Al-Rawdah Sharaco Amusement Park (Riyadh, Riyadh, Saudi Arabia)
Al-Sawary Mall (Jede d'Ala, Makkah, Saudi Arabia)
Al-Sha'ab Leisure Park (Salmiya, Kuwait)
Al-Shallal Theme Park (Jede d'Ala, Makkah, Saudi Arabia)
Alton Towers (Alton, Staffordshire, United Kingdom)
Amanohashidate View Lands (Miyazu, Kyoto, Japan)
American Adventures (Marietta, Georgia, United States)
The American Adventure Theme Park (Ilkeston, Derbyshire, United Kingdom)
Amsterdam Dungeon (Amsterdam, Noord-Holland, Netherlands)

²⁷⁸ list of amusement parks ... Affen- und Vogelpark (Reichshof Eckenhausen, North Rhine-Westphalia, Germany); Ajwa Fun World & Resort (Baroda, en.wikipedia.org/wiki/List_of_amusement_parks_%28A-B%29". 13 de junio del 2007.

Amusement Land (Pusan, South Korea)
Amusementspark Tivoli (Berg en Dal, Gelderland, Netherlands)
Animax (Lisbon, Portugal)
Antics Land (Sharjah, United Arab Emirates)
Appu Ghar (New Delhi, Delhi, India)
Aqtau Park (Aqtau, Mangistau, Kazakhstan)
Aquarena Springs (San Marcos, Texas)
Aquashow Fun Family Park (Quarteira, Algarve, Portugal)
Aqua Stadium (Takanawa, Minato, Japan)
Arakawa Park (Arakawa, Tokyo, Japan)
Argenpark (Lujan, Buenos Aires, Argentina)
Arnolds Park (Arnolds Park, Iowa, United States)
Asahiyama Zoo (Asahikawa, Hokkaidō, Japan)
Astroland (Brooklyn, New York, United States)
Atami, Shizuoka (Atami, Shizuoka, Japan)
Atlantic Playland (Lower Fackville, Nova Scotia, Canada)
Attractiepark Slagharen (Slagharen, Overijssel, Netherlands)
Attractionmania (Moscow, Moscow, Russia)
Aussie World (Sunshine Coast, Queensland, Australia)
Australia Zoo (Sunshine Coast, Queensland, Australia)
Aventura Center (Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina)
Aventura Selvagem (Penha, Santa Catarina, Brasil)
Avonturenpark Hellendoorn (Hellendoorn, Overijssel, Netherlands)
Aziza Mall (Riyadh, Saudi Arabia)

B

Bagatelle (Merlimont, Nord-Pas de Calais, France)
Baishinji Park (Matsuyama, Ehime, Japan)
Baja Amusements (Ocean City, Maryland, United States)
Bakken (Klampenborg, Sjaelland, Denmark)
Bandung Super Mall (Bandung, Jawa Barat, Indonesia)
Barry Island Pleasure Park (Barry Island, Glamorgan, United Kingdom)
Barry's Amusement Park (Portrush, County Antrim, United Kingdom)
Bay Beach Amusement Park (Green Bay, Wisconsin, United States)
Bayern Park (Reisbach, Bavaria, Germany)
Bayville Amusements (Bayville, New York, United States)
Beech Bend (Bowling Green, Kentucky, United States)
Beekse Bergen (Hilvarenbeek, Noord-Brabant, Netherlands)
Beijing Amusement Park (Beijing, Beijing, China)
Beijing Shijingshan Amusement Park (Beijing, Beijing, China)
Belantis (Leipzig, Saxony, Germany)
Bellewaerde Park (Ieper, West-Vlaanderen, Belgium)
Bell's Amusement Park (Tulsa, Oklahoma, United States)
Belmont Park (San Diego, California, United States)
Benyland (Sendai, Miyagi, Japan)
Beoland (Nizhny Novgorod, Nizhni Novgorod, Russia)

Beto Carrero World (Penha, Santa Catarina, Brazil)
BigShot Amusement Park (Linn Creek, Missouri, United States)
Billing Aquadrome (Northampton, Northamptonshire, United Kingdom)
Biwako Tower (Otsu, Shiga, Japan)
Blackbeard's Cave (Bayville, New Jersey, United States)
Blackbeard's Family Entertainment Center (Fresno, California United States)
Blackgang Chine (Ventnor, Isle of Wight, United Kingdom)
Blackpool Pleasure Beach (Blackpool, Lancashire, United Kingdom)
Blue Diamond Park (New Castle, Delaware, United States)
Boardwalk Fun Park (Grand Prairie, Texas, United States)
Bobbejaanland (Lichtaart, Antwerp, Belgium)
BonBon-Land (Holme-Olstrup, Sjaelland, Denmark)
Bonfante Gardens (Gilroy, California, United States)
Boomers! (Dania, Florida, United States)
Boomers! (Fountain Valley, California, United States)
Boomers! (Medford, New York, United States)
Boomers! (Upland, California, United States)
Bosque Mágico (Guadalupe, Nuevo León, Mexico)
Botton's Pleasure Beach (Skegness, Lincolnshire, United Kingdom)
Boudewijn Seapark (Bruges, West-Vlaanderen, Belgium)
Bowcraft Amusement Park (Scotch Plains, New Jersey, United States)
Boyd Park (Wabash, Indiana, United States)
Bracalandia (Braga, Braga, Portugal)
Brean Leisure Park (Brean, Somerset, United Kingdom)
Bridlington Experience (Bridlington, Humberside, United Kingdom)
Brighton Pier (Brighton, East Sussex, United Kingdom)
Buffalo Bill's Resort & Casino (Primm, Nevada, United States)
Bugok Hawaii (Geomun, Bugok Gyeongangnam-do, South Korea)
Burlington Amusement Park (Bugok Hawaii, Canada)
Busch Gardens Tampa (Tampa, Florida United States)
Busch Gardens Williamsburg (Williamsburg, Virginia, United States)
Bushkill Park (Easton, Pennsylvania, United States)

C

Cairo Land (Cairo, Egypt)
Calaway Park (Calgary, Alberta, Canada)
Camden Park (Huntington, West Virginia, United States)
Camelot Park (Bogotá, Cundinamarca, Colombia)
Camelot Theme park (Chorley, Lancashire, United Kingdom)
Canadian National Exhibition (Toronto, Ontario, Canada)
Canobie Lake Park (Salem, New Hampshire, United States)
Carosello (Sottomarina di Chioggia, Friuli-Venezia Giulia, Italy)
Carousel Park Adventure Island (Bridlington, Humberside, United Kingdom)
Carowinds (Fort Mill, South Carolina, United States)
CathageLand (Yasmine, Hammamet, Tunisia)
Cascade Park (New Castle, Pennsylvania, United States)

Casino Pier (Seaside Heights, New Jersey, United States)
 Castle Amusement park (Riverside, California, United States)
 Castle Park (Dhahran, Dhahran, Saudi Arabia)
 Castles n' Coasters (Phoenix, Arizona, United States)
 Cavallino Matto (Livorno, Tuscany, Italy)
 Cedar Point (Sandusky, Ohio, United States)
 Celebration City (Branson, Missouri, United States)
 Celebration Station (Baton Rouge, Louisiana, United States)
 Celebration Station (Clearwater, Florida, United States)
 Celebration Station (Tulsa, Oklahoma, United States)
 Celebration Station (Greensboro, North Carolina, United States)
 Centreville Amusement Park (Toronto, Ontario, Canada)
 Centro Park (Oberhausen, North Rhine-Westphalia, Germany)
 Chakazoolu Indoor Theme Park (Sanabis, Bahrain)
 Chariots Entertainment World (Johannesburg, Gauteng, South Africa)
 Charleston's Wonder World (Charleston, South Carolina, United States)
 Chengdu Amusement Park (Chengdu, Sichuan, China)
 Cherokee Fun Park (Cherokee, North Carolina, United States)
 Cherry Valley Golf & Games (Rockford, Illinois, United States)
 Chessington World of Adventures (Chessington, Surrey, United Kingdom)
 Chiaksan Dreamland (Wonju-si, Gangwon-do, South Korea)
 Chiba Zoo Dream World (Chiba, Chiba, Japan)
 Chicolandia (Barquisimeto, Lara, Venezuela)
 Children's Grand Park (Songdong-Gu, Seoul, South Korea)
 Chime Long Paradise (Guangzhou, Guangdong, China)
 Chippewa Park (Thunder Bay, Ontario, Canada)
 Chongqing Amusement Park (Chongqing, China)
 Churpfalzpark (Loifling, Bavaria, Germany)
 Cidade da Criança (São Bernardo, São Paulo, Brazil)
 Cigoland (Kintzheim, Alsace, France)
 City of Miami PBA (Miami, Florida, United States)
 City Park Carousel Gardens (New Orleans, Louisiana, United States)
 Clacton Pier (Clacton-on-sea, Essex, United Kingdom)
 Clarence Pier (Portsmouth, Hampshire, United Kingdom)
 Clementon Amusement Park (Clementon, New Jersey, United States)
 Cliff's Amusement Park (Albuquerque, New Mexico, United States)
 Cobra Adventure Park (Panama City Beach, Florida, United States)
 Codona's Amusement Park (Aberdeen, Grampian, United Kingdom)
 Colombian National Coffee Park (Montenegro, Quindio, Colombia)
 Como Town (St. Paul, Minnesota, United States)
 Coney Beach Pleasure Park (Porthcawl, Mid Glamorgan, United Kingdom)
 Coney Island (Cincinnati, Ohio, United States)
 Coney Island - Independent Vendor 1 (Brooklyn, New York, United States)
 Coney Island - Independent Vendor 2 (Brooklyn, New York, United States)
 Coney Island - Kaufman - East (Brooklyn, New York, United States)
 Coney Island - Kaufman - West (Brooklyn, New York, United States)
 Coney Park (Lima, Lima, Peru)

Conneaut Lake Park (Conneaut Lake, Pennsylvania, United States)
Cosmo's World (Kuala Lumpur, Kuala Lumpur, Malaysia)
Country Fair Entertainment Park (Medford, New York, United States)
Craig Tara Holiday Park (Ayr, Strathclyde, United Kingdom)
Crealy (Exeter, Devon, United Kingdom)
Crown Cave (Guilin, Guangxi, China)
Crystal Palace Amusement Park (Dieppe, New Brunswick, Canada)
Cypress Gardens Adventure Park (Cypress Gardens, Florida, United States)

D

Daminghu (Jinan, Shangdong, China)
Dazzleland (Adelaide, South Australia, Australia) (defunct)
DelGrosso's Amusement Park (formerly Bland's Park), Tipton, Pennsylvania, United States)
Dennlys Parc (Dennebroeucq, Nord-Pas de Calais, France)
Deno's Wonder Wheel Amusement Park (Brooklyn, New York, United States)
Devon Cliffs (Exmouth, Devon, United Kingdom)
Didiland (Morsbronn-les-Bains, Alsace, France)
Dinorex (Arlington Heights, Illinois, United States)
Dinorex (Crystal Lake, Illinois, United States)
Dinotropolis (Caracas, Distrito Federal, Venezuela)
DippieDoe Familiepark (Eindhoven, Noord-Brabant, Netherlands)
Discovery World (Houli Hsiang, Taichung, Taiwan)
Disney-MGM Studios (Walt Disney World, Lake Buena Vista, Florida, United States)
Disneyland (Anaheim, California, United States)
Disneyland Park Paris (Marne la Vallée, Ile-de-France, France)
Disney's Animal Kingdom (Walt Disney World, Lake Buena Vista, Florida, United States)
Disney's California Adventure (Anaheim, California, United States)
Disney World (Lake Buena Vista, Florida, United States)
Diverland (Pampatar, Nueva Esparta, Venezuela)
Divertido (Mexico City, Distrito Federal, Mexico)
Divertilandia (Barquisimeto, Lara, Venezuela)
Dixie Landin' (Baton Rouge, Louisiana, United States)
Djurs Sommerland (Nimtofte, Jylland, Denmark)
Dollywood (Pigeon Forge, Tennessee, United States)
Dongfang Amusement Park (Guangzhou, Guangdong, China)
Donghu Park (Shenzhen, Guangdong, China)
Don Quijote (Roppongi, Minato, Tokyo, Japan)
Doocoland (Yongin-si, Gyeonggi-do, South Korea)
Dorney Park & Wildwater Kingdom (Allentown, Pennsylvania, United States)
Dover Lake Waterpark (Sagamore Hills, Ohio, United States)
Dowdy's (Nags Head, North Carolina, United States)
Downunderland (Canberra, Australian Capital Territory, Australia)
Dracula's Cabaret Restaurant (Broadbeach Waters, Queensland, Australia)

Dragon Centre (Hong Kong, Hong Kong, China)
Drayton Manor Theme Park (Drayton Bassett, Staffordshire, United Kingdom)
Dreamland (Margate, Kent, United Kingdom)
Dreamland amusement park (Seoul, South Korea)
Dreamland amusement park (Koriyama, Fukushima, Japan)
Dream Park (Cairo, Egypt)
Dream World (Bangkok, Thailand)
Dreamworld (Coomera, Queensland, Australia)
Drievliet Family Park (Rijswijk, Zuid-Holland, Netherlands)
Drouwenezand Attractiepark (Drouwen, Drenthe, Netherlands)
Duinrell (Wassenaar, Zuid-Holland, Netherlands)
Dunes Leisure (Mablethorpe, Lincolnshire, United Kingdom)
Dunia Fantasi (Jakarta, Indonesia)
Dutch Wonderland (Lancaster, Pennsylvania, United States)

E

Efteling (Kaatsheuvel, The Netherlands)
Enchanted Kingdom (Sta. Rosa City, Laguna, Philippines)
Enchanted Parks (Federal Way, Washington, United States)
Epcot (Walt Disney World, Lake Buena Vista, Florida, United States)
Europa-Park (Rust, Germany)
Everland (Yongjin, Gyeonggi, Seoul, South Korea)
Escape Theme Park (Pasir Ris, Singapore)
Essel World (Mumbai, India)

F

Family Kingdom (Myrtle Beach, South Carolina, United States)
Flamingo Land (Kirby Misperton, North Yorkshire, United Kingdom)
Frontierland Western Theme Park (Morecambe, Lancashire, United Kingdom)
(Frontierland in Morecambe closed as of the 2000 season.)
Fantasilandia (Santiago, Chile)

G

Geauga Lake & Wildwater Kingdom (Aurora, Ohio, United States)
Genting Highlands (Kuala Lumpur, Malaysia)
Gröna Lund (Stockholm, Sweden)
Galaxyland (Edmonton, AB)

H

Haw Par Villa (Singapore)
Heide Park (Soltau, Germany)
Hersheypark (Hershey, Pennsylvania, United States)
Holiday World & Splashin' Safari (Santa Claus, Indiana, United States)

Hong Kong Disneyland (Hong Kong, China)
Hopi Hari (Campinas, Brazil)

I

Idlewild and Soak Zone (Ligonier, Pennsylvania, United States)
Indiana Beach (Monticello, Indiana, United States)

J

Joyland Amusement Park (Lubbock, Texas, United States)
Joyland Amusement Park (Wichita, Kansas, United States)

K

Kennywood (West Mifflin, Pennsylvania, United States)
Kid's World (Long Branch, New Jersey, United States)
Kings Dominion (Doswell, Virginia, United States)
Kings Island (Cincinnati, Ohio, United States)
Knobels Amusement Park & Resort (Elysburg, Pennsylvania, United States)
Knott's Berry Farm (Buena Park, California, United States)

L

Lagoon Amusement Park (Farmington, Utah, United States)
Lake Compounce (Bristol, Connecticut, United States)
Lakemont Park (Altoona, Pennsylvania, United States)
La Ronde (Île Sainte-Hélène, Montreal, Quebec, Canada)
Legoland Billund (Billund, Denmark)
Legoland Windsor (Windsor, Berkshire, England)
Legoland Deutschland (Günzburg, Germany)
Legoland California (Carlsbad, California, United States)
Leisureland Fair (Hastings, Victoria, Australia)
Linnanmäki (Helsinki, Finland)
Liseberg (Gothenburg, Sweden)
Lotte World (Seoul, South Korea)
Loudoun Castle (Galston, East Ayrshire, Scotland)
Luna Park Melbourne (Melbourne, Victoria, Australia)
Luna Park Sydney (Sydney, New South Wales, Australia)

M

Magic Kingdom (Walt Disney World, Lake Buena Vista, Florida, United States)
Magic Mountain Water Park (Moncton, New Brunswick, Canada)
Magic Springs and Crystal Falls (Hot Springs, Arkansas, United States)
Magic Park (Thessaloniki, Greece)
Michigan's Adventure (Muskegon County, Michigan, United States)

Moomin World (Naantali, Finland)
Movie Park Germany (Bottrop, Germany)
Movie World (aka Warner Bros. Movie World) (Queensland, Australia)

N

Nara Dreamland (Nara, Japan)
North star amusement

O

Oakwood Theme Park (Narbeth, Pembrokeshire, Wales)
Ocean Park Hong Kong (Hong Kong, China)
Ontario Place (Toronto, Ontario, Canada)

P

Parc Asterix (near Paris)
Parque de Atracciones de Madrid (Madrid, Spain)
Phantasialand (Brühl, Germany)
Playcenter (São Paulo, Brazil)
Pleasureland Southport, (Southport, England)
Plopsa Coos (Coo, Stavelot, Belgium)
Plopsa Indoor Hasselt (Hasselt, Belgium)
Plopsaland (De Panne, Belgium)
PortAventura (Salou, Catalonia, Spain)
PowerPark (Alahärmä, Finland)

Q

Quassy Amusement Park, (Mide dólareslebury, Connecticut, United States)

R

Ratanga Junction (Cape Town, South Africa)
Rainbow's End (Auckland, New Zealand)

S

SantaPark (Rovaniemi, Finland)
Santa's Village (Jefferson, New Hampshire, United States)
Sanrio Harmonyland, (Hiji, Oita, Kyūshū)
Sanrio Puroland, (Tama New Town, Tokyo, Japan)
Särkänniemi (Tampere, Finland)
SeaWorld (Orlando, Florida, United States)
SeaWorld (San Antonio, Texas, United States)

| | |
|--|-----------|
| SeaWorld (San Diego, California, United States) | |
| Sea World (Gold Coast, Queensland, Australia) | |
| Seoul Land (Gwacheon, Gyeonggi, Seoul, South Korea) | |
| Sesame Place (Langhorne, PA) | |
| Six Flags America (Largo, Maryland, United States) | |
| Six Flags Darien Lake (Darien, New York, United States) | |
| Six Flags Elitch Gardens (Denver, Colorado, United States) | Six |
| Flags Fiesta Texas (San Antonio, Texas, United States) | Six Flags |
| Great Adventure (Jackson Township, New Jersey, United States) | Six Flags |
| Great America (Gurnee, Illinois, United States) | Six |
| Flags Hurricane Harbor | Six |
| Flags Kentucky Kingdom (Louisville, Kentucky, United States) | |
| Six Flags Magic Mountain (Valencia, California, United States) | |
| Six Flags Marine World (Vallejo, California, United States) | |
| Six Flags México (Tlalpan, Mexico City, Mexico) | |
| Six Flags New England (Agawam, Massachusetts, United States) | |
| Six Flags New Orleans (New Orleans, Louisiana, Louisiana, United States) | |
| Six Flags Over Georgia (Austell, Georgia, United States) | |
| Six Flags Over Texas (Arlington, Texas, United States) | |
| Six Flags SplashTown (Spring, Texas, United States) | |
| Six Flags St. Louis (Eureka, Missouri, United States) | |
| Six Flags White Water (Marietta, Georgia, United States) | |
| Six Flags Wild Safari (Jackson Township, New Jersey, United States) | |
| Six Gun City (Jefferson, New Hampshire, United States) | |
| Storyland (Renfrew, Ontario, Canada) | |
| Story Land (Glen, New Hampshire, United States) | |
| Sunway Lagoon (Kuala Lumpur, Malaysia) | |

T

The Park at MOA (Bloomington, Minnesota, United States)
 Thorpe Park (Chertsey, Surrey, United Kingdom)
 Tweetsie Railroad (Boone, North Carolina, United States)
 Tykkimäki (Kouvola, Finland)
 Terra Mítica (Benidorm, Spain)
 Tivoli Gardens (Copenhagen, Denmark)
 Tokyo Disneyland (Urayasu, Chiba, Japan)
 Tokyo DisneySea (Urayasu, Chiba, Japan)

U

Universal Orlando Resort (Orlando, Florida, United States)
 Universal Studios Hollywood (Los Angeles, California, United States)
 Universal Studios Japan (Osaka, Japan)

Universal Studios Singapore (Sentosa Island, Singapore)
Upper Clements Park (Nova Scotia)

V

Valleyfair! (Shakopee, Minnesota, United States)
De Valkenier (Valkenburg, Limburg, Netherlands)
Veegaland[1] (Kochi, Kerala, India)

W

Waldameer Park, [2] (Erie, Pennsylvania, United States)
Walt Disney Studios Park (Marne la Vallée, Ile-de-France, France)
Walt Disney World (Lake Buena Vista, Florida, United States)
Water Kingdom (Mumbai, India)
West Edmonton Mall (Edmonton, Alberta, Canada)
Wild Adventures (Valdosta, Georgia, United States)
Wild Wild Wet (Pasir Ris, Singapore)
Wobbies World (Nunawading, Victoria, Australia)
Worlds of Fun (Kansas City, Missouri, United States) Wonderla,
(Bangalore, Karnataka, India)

9.2 Anexo II Socios comerciales del CORPORATIVO INTERAMERICANO DE ENTRETENIMIENTO (CIE)²⁷⁹

| Socio comercial | Pabellón |
|-------------------------|------------------------------------|
| 3M | Laboratorio científico |
| AMERICAN AIRLINES | Aeropuerto |
| GRUPO ACIR | Estación de radio |
| AIG | Estación de bomberos |
| AVIS | Renta de autos |
| BARBIE | Estudio de modas |
| BRIDGESTONE | Autódromo |
| CARTOON NETWORK | Transporte público |
| CESSA UNIVERSIDAD | Escuela culinaria |
| CEMEX | Casa en construcción |
| CHEETOS | Infraestructura subterránea |
| CHEVROLET | Agencia de autos y taller mecánico |
| COCA COLA | Fuente de sodas y embotelladora |
| COMEX | Pintura y recubrimientos |
| CRAYOLA | Escuela de pintura |
| DOMINO 'S PIZZA | Pizzería |
| DURACELL | Central eléctrica |
| FUJIFILM | Laboratorio de fotografía |
| EXTRA | Tienda de conveniencia |
| GILLETTE | Barbería |
| GRUPO EDITORIAL ARMONÍA | Puesto de revistas |
| HERDEZ | Escuela culinaria |
| HOLANDA | Fábrica de helados |
| HSBC | Banco |
| JOHNSON & JOHNSON | Hospital |
| JUMEX | Picnic y salón de juegos |
| LIVERPOOL | Tienda departamental |
| MABE | Escuela culinaria |
| MARÍA ISABEL | Desfile de modas |
| MARINELA | Fábrica de pastelitos |
| MAX STEEL | Río con rápidos |
| MCDONALDS | Hamburguesería |
| MYSCENE | Disco Lounge |
| CAFÉ NESCAFÉ | Cafetería |
| NESQUIK | Risco de alpinismo |
| NESTLÉ CEREALES | Zona arqueológica |
| NESTLÉ CERELAC | Granja |
| NESTLÉ CHAMYTO | Granja y estudio de magia |

²⁷⁹ <http://www.laciudadedolareselosiños.com>. 7 de julio del 2007.

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <i>NESTLÉ CHIQUITÍN</i> | Granja |
| <i>CHOCOLATES NESTLÉ</i> | Fábrica de chocolates |
| <i>NESTLÉ NESTUM</i> | Granja |
| <i>NESTLÉ NIDO</i> | Granja |
| <i>AGUA NESTLÉ PUREZA VITAL</i> | Risco de alpinismo |
| <i>NIVADA</i> | Reloj de la ciudad |
| <i>NUGGET</i> | Lustrado de calzado |
| <i>PEMEX</i> | Gasolinera |
| <i>POND'S</i> | Salón de belleza |
| <i>SISTEMAS DE PROTECCIÓN CANINA</i> | Estación de policía |
| <i>PURINA PROPLAN</i> | Clínica veterinaria |
| <i>PRITT</i> | Taller de artes y oficios |
| <i>QUAKER STATE</i> | Autódromo |
| <i>REFORMA</i> | Editorial de prensa |
| <i>RESISTOLITO</i> | Taller de artes y oficios |
| <i>SANBORNS</i> | Tienda de regalos |
| <i>SONRICS</i> | Fábrica de dulces |
| <i>SUSHI ITTO</i> | Barra de Sushi |
| <i>TELEVISA</i> | Foro TV |
| <i>TELMEX</i> | Central telefónica y videoteléfonos |
| <i>WALMART</i> | Supermercado |

9.3 Anexo III INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS AND ATTRACTIONS (IAAPA)²⁸⁰, (Servicios educativos)²⁸¹

PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

Información, entrenamiento y desarrollo profesional en la instalación, IAAPA ofrece expertos, guías diseñadas y material impreso en videocasetes y cursos personales en varios idiomas.

AMUSEMENT INDUSTRY INSTITUTE PROGRAM²⁸² 2007

Para 2007 La IAAPA programa del Instituto de la industria de diversiones tendrá una nueva ubicación, nuevo profesorado, nuevas ideas y conceptos para ampliar la industria de diversiones con colegas para compartir su conocimiento y experiencia. El programa traerá un nuevo nivel de educación para la industria de atracciones. El programa combina innovación, expertos y líderes de la industria. Una combinación de lecturas, ejercicios, trabajo de curso y estudios de caso construidos en mercadotecnia global, planeación estratégica y dirección de recursos humanos. Técnicas aplicables que impactan el éxito mientras se fortalece la relación con los colegas de la industria.

ASIAN ATTRACTIONS EXPO EDUCATION AND PROFESSIONAL PROGRAM²⁸³

Diseñado especialmente para propietarios de instalaciones, CEO's y líderes de la industria, la IAAPA Expo educativa asiática y el Programa de desarrollo profesional se dirigirá a oportunidades para inversionistas y operadores en Asia así como los riesgos y colegas involucrados en el mercado en desarrollo.

- Seminarios de Desarrollo de Negocios
- Haciendo Negocios en China
- Cómo entrarán empresas extranjeras al mercado Chino?

ATTRACTIONS MANAGEMENT PROGRAMS²⁸⁴

La Expo Atracciones IAAPA es la reunión más grande de profesionales de diversiones y atracciones del mundo. El programa educativo es la plataforma principal en la industria para compartir ideas, explorar conceptos nuevos y el último conocimiento y tecnología, se dirige a educación y desarrollo profesional.

²⁸⁰ Asociación Internacional de Parques de Diversiones y Atracciones

²⁸¹ <http://www.iaapa.com>. 1 de diciembre del 2006

²⁸² Programa del Instituto de la Industria de Diversiones 2007.

²⁸³ Programa Profesional y Expo Educativa de Atracciones Asiática

²⁸⁴ Programa de Administración de Atracciones

E-LEARN

IAAPA tiene seminarios talleres en educación como los siguientes:

Mediados de temporada: Equipo tranquilo hasta fin de verano.

Construyendo un equipo ganador: desvío supervisores en líderes.

IAAPA red: Acoso sexual e industria de atracción.

Obtén lo que esperas ¡Como construir, dirigir y evaluar un programa de entrenamiento sistemático!

Características de servicio *Web*, archiva seminarios y material en línea de programas de educación de *IAAPA*.

Servicio al cliente

Mercadotecnia

SEMINAR PROGRAM RESOURCES²⁸⁵

Taller de recursos 2005

Con más de 150 horas de seminarios, mesas redondas y sesiones, el taller programa 2005 disponible en el sitio *web*.

Grabación de audio

Cinta de audio individual o un *CD rom* de las sesiones,

Copia de conferencia Inc., para compartir ideas, es el *show IAAPA*.

Fotocopia de archivo de casi todos los talleres de *IAAPA* atracciones Expo 2005 y Euro atracciones *show* 2006.

3 de Febrero del 2006

Innovación en la industria de atracciones.

Cómo las atracciones usan el *internet* para generar ganancias.

Construyendo socios en comida y operaciones de bebidas

Desempeño de estándares de atracción

Construyendo una marca a través de sinergias de entretenimiento

4 de Febrero del 2006

La historia del éxito de un parque

Contratación de instalaciones de diversiones de ambos sin más allá de la Unión Europea

Entrenamiento de la forma *Olympic*

Administración de incidentes críticos para juegos de diversiones

14 de Noviembre del 2005

Líderes creando y sosteniendo resultados: Administración de cambio efectivo

15 de Noviembre del 2005

Reclutamiento internacional: visas, valor y visión

Plática de ventas de 30 segundos y consejos de red de trabajo

Estándares de contabilidad para la industria de diversiones

²⁸⁵ Programa Seminario

Diseñando para éxito con niños
Recompensa e Incentivos para construir empleo fidelidad
Maximizar el valor del rendimiento de la empresa: Parte 1 y 2
Servicio al cliente con enfoque en minorista
Retos reuniones
Poder de paquete de viajes
Retail design and lighting
Evaluación

16 de Noviembre del 2005
Identificando y manteniendo valor
Comercializar para conocer la audiencia
El cambio de la mujer e industria de atracciones

17 de Noviembre del 2005
Teoría y práctica características del consumidor y mascotas: selección y consideraciones de diseño el cambio natural del viajero mundial patrocinador
Introducción al grupo de ventas
Ventas *internet*: Lo bueno, malo y desagradable
Características del consumidor; asuntos operacional y entrenamiento
Los diez mandamientos de *MICKEY*
10 Lecciones en Administración
Parques acuáticos interiores: proyectos, director y beneficios

18 de Noviembre del 2005
El poder de tu *P&L*
Tecnología de parques acuáticos: una práctica guía de usuarios
Agregando un evento *Halloween* a tu instalación
Eventos especiales y lenguaje español
Cambiando la cara de diversidad

TRAINING ON DEMAND PROGRAM²⁸⁶

Es una meta orientada, programa flexible que permite seleccionar un entrenamiento calificado para trabajar con el personal para dirigir temas de entrenamiento para el crecimiento y éxito de la organización: A tiempo. Ahorrando tiempo, el equipo entero completara resultados orientados a taller en sitio.

En presupuesto. Reduciendo el costo de entrenamiento
En objetivo. Reuniones de necesidades de entrenamiento, permite a los participantes aprender nuevas habilidades, mejorar su conocimiento y practicar el servicio de calidad entregado para el invitado.

²⁸⁶ Entrenamiento Programa a Petición

Cursos de actualización o diversificación de habilidades. Altos directivos de entrenamiento o habilidades de servicio al cliente para el taller de temporada. *training on demand*²⁸⁷ es entrenamiento diseñado para necesidades específicas.

Los participantes pueden aprender nuevas habilidades, incrementar su conocimiento y practicar entregando servicio de calidad.

IAAPA muestra el proceso en pasos que determinan el entrenamiento o necesidades de educación para la instalación; Identifica un entrenador de la lista de proveedores autorizados y completa la forma de solicitud.

2006 PROGRAMA EXPO EMBAJADOR DE ATRACCIONES IAAPA 2006

El programa da a los estudiantes con antecedentes de ocio la oportunidad de ver y estar involucrados en el estreno de la Asociación de atracciones, diversiones y convenciones. Un programa interno es un equilibrio entre la necesidad de trabajo del empleado y las necesidades de educación de los estudiantes. El Programa embajador *IAAPA* equilibrará esas necesidades proporcionando oportunidades de educación específica.

Los elementos del programa son: Dirección de eventos: Trabajando con el personal de administración de la asociación y vendedores en sitio desde lo alto al rango de eventos especiales de la Expo de Atracciones *IAAPA* 2005. Programa educativo: Trabajando con el personal educativo de *IAAPA* para conducir la logística en sitio para el programa educativo de *IAAPA*, la Escuela de Administración de Atracciones y los programas de excursión. Trabajando con el departamento de comercio gerentes en apoyo de el comercio logística. Educación detrás de Escena. Los vendedores comerciales de *IAAPA*. En suma, cada embajador podría programar una lista específica de seminarios para atención. Programa social: Capacidad para red con otros en la Industria así como para hacer contacto con operadores de instalaciones en la industria de atracciones y diversiones.

LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y ATRACCIONES (IAAPA) está buscando estudiantes estudien administración de eventos, periodismo, mercadotecnia, ingeniería o algo relativo al campo para ser alumno interno en la Expo Atracciones *IAAPA* en Atlanta, en noviembre del 2006. En intercambio para una oportunidad de aprendizaje valioso incluyendo un detrás de escenas del Centro de convenciones mundial Georgia. Proporcionará energía, iniciativa y una fuerte actitud enfocada al consumidor para proveer servicio al cliente para toda *IAAPA*. Esta oportunidad resaltarán un programa de aprendizaje estructurado, programado con horas de trabajo y un boleto para uno de los más grandes espectáculos de comercio en el mundo.

Los aspirantes deben ser maduros, responsables, con iniciativa, con excelentes habilidades de servicio al cliente. Habilidades de comunicación, flexibilidad y

²⁸⁷ Entrenamiento a petición

buena voluntad para realizar una variedad de tareas requeridas. Multilingüe o experiencia en convenciones anteriores es un plus.

RECURSOS ONLINE

Características *online* exclusivamente para miembros *IAAPA*.

Registro existente. El personal de la empresa actualmente enlistada en la base de datos puede entrar en el sistema, el usuario puede cambiar su clave personal.

Registro nuevo. Todo el personal de la empresa no listada en la base de datos tiene que crear una contraseña.

DIRIGE TUS MIEMBROS

Instala el perfil de personal. Todos los miembros de personal pueden revisar y editar su perfil de personal, el cual refleja solo su información y actividad personal. Instala el perfil de la empresa. Sólo los miembros representativos pueden revisar y editar el personal de la empresa.

Renovar la membresía. Solo el miembro representativo puede renovar la membresía en línea de la empresa usando el servidor de seguridad.

Bases de datos. Acceso a la Guía de recursos de la industria y la Base de datos, artículos de la industria. La primera contiene tiempo real del proveedor e información de instalaciones. Los miembros representativos pueden revisar y editar el perfil de su empresa.

Compra productos *IAAPA*. Puede comprar todos los productos *IAAPA* en línea usando el servidor de seguridad.

Envía un trabajo. La función de oportunidades profesionales de sitio *web* permite a todos los miembros con prestigio puesto ayudar por 30 días. Los miembros *IAAPA* deben dar la clave en toda su información después ellos se han identificado marcando las instalaciones o el nombre de la empresa contra un menú de miembros elegibles.

Comunidades en línea. Son un gran beneficio que permitirá una comunicación informal igual a igual para temas específicos. Un *software* que ofrece tres diferentes características para manejar mejor la información: foro de discusión, un archivo de noticias y un archivo de documentos.

El foro es el lugar donde lo miembros de la comunidad pueden discutir temas relativos a la propuesta de la comunidad y retroalimentarse de sus colegas.

9.4 Anexo IV AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS INTERNATIONAL (AIMS)²⁸⁸, (Seminarios de seguridad)²⁸⁹.

SEMINARIOS DE SEGURIDAD (Serie Liderazgo AIMS):

| | |
|---|--|
| <i>Coaching Your Team</i> | Entrenamiento de Equipo |
| <i>Creating a Substance Abuse Policy</i> | Creando una política de subsistencia |
| <i>Develop Operations & Aquatics Training Program</i> | Desarrollo de operaciones y programa de entrenamiento acuático |
| <i>Developing A Maintenance Training Program</i> | Programa de entrenamiento, mantenimiento y desarrollo |
| <i>Drug Testing 101</i> | 101 pruebas de drogas |
| <i>Guests Just Want to Have Fun</i> | Los invitados solo quieren divertirse |
| <i>HOT Topics in Operations, A Roundtable</i> | Operaciones en temas intensos |
| <i>Industry Resources that You Can Use</i> | Industria de recursos que puedes usar |
| <i>Leadership 101</i> | Liderazgo 101 |
| <i>Practical Teaching Experience</i> | Experiencia de enseñanza práctica |
| <i>Recruit, Select, Motivate, Keep Employees</i> | Reclutamiento, selección, motivación de empleados |
| <i>The Millennial Workforce- Today's Employee</i> | Personal empleado hoy |
| <i>Time Management</i> | Administración del tiempo |
| <i>Train The Trainer</i> | Entrenamiento al entrenador |
| <i>Amusement Ride and Attraction Inspection</i> | Juegos de diversión e inspección de atracción |
| <i>Amusement Ride Evacuation</i> | Evacuación de juegos de diversión |
| <i>Aquatics Facility Operator</i> | Operador de instalaciones acuáticas |
| <i>Blueprints: Read/Understand/ Symbols</i> | Plano: Lee/Entiende/Símbolos |
| <i>Canvas Safety & Care</i> | Cuidado y seguridad Canvas |
| <i>Climbing Wall Inspection Maintenance & Operations Safety</i> | Inspección e Inspección de muro de escalada y seguridad de operaciones |
| <i>Creating Manuals for Amusement Rides</i> | Creando manuales para juegos de diversión |
| <i>DOT and Trucking Safety</i> | Punto y seguridad de transporte |
| <i>Dynamic Ride Forces</i> | Fuerzas de juegos dinámicos |
| <i>Emergency Action Planning</i> | Plan de acción de emergencia |
| <i>Generators</i> | Generadores |
| <i>Electrical Controls</i> | Controles Eléctricos |
| <i>Electrical Systems</i> | Sistemas Eléctricos |
| <i>Hydraulics</i> | Hidráulicos |
| <i>Inspection, Standards & Operations- Go Karts</i> | Inspección, estándar y operaciones Go-Karts |

²⁸⁸ INDUSTRIA DE DIVERSIONES, FABRICANTES Y PROVEEDORES INTERNACIONALES.

²⁸⁹ <http://www.aimsintl.org>. 30 de noviembre del 2006.

| | |
|---|---|
| <i>Maintenance, Design, and Manufacturing</i> | Mantenimiento, diseño y fabricación |
| <i>Managing Safe Behavior of Operators</i> | Manejo de conducta sana de operadores |
| <i>Mathematics & The Amusement Ride</i> | Matemáticas y los juegos de diversión |
| <i>Nondestructive Testing</i> | Pruebas no destructivas |
| <i>Operations for Amusement Rides and Aparatos</i> | Operaciones para juegos de diversión y aparatos |
| <i>Operations for Family Entertainment Centers</i> | Operaciones para centros de entretenimiento familiar |
| <i>Operations for Water Parks</i> | Operaciones para Parques Acuáticos |
| <i>OSHA Compliance Course</i> | Curso completo de OSHA |
| <i>Playground & Soft Play Inspection</i> | Inspección de juego suave y Parque |
| <i>Pneumatics</i> | Neumático |
| <i>Promoting Amusement Ind. Safety in the Community</i> | Promoción de Industria de Diversión y Seguridad en la Comunidad |
| <i>Risk Management & Loss Prevention for Inspectors</i> | Administración de riesgo y prevención de pérdida para inspectores |
| <i>Safety for Inflatable Attractions</i> | Seguridad para atracciones lancha |
| <i>Steel Roller Coaster Inspection</i> | Inspección de Montaña rusa de acero |
| <i>Theme Park Safety</i> | Seguridad de Parque temático |
| <i>Welding</i> | Soldadura |
| <i>Visual Weld Inspection</i> | Inspección visual de soldadura |
| <i>Wooden Roller Coaster Inspection</i> | Inspección de Motaña rusa de madera |

9.5 Anexo V Contactos de Asociaciones

**ASOCIACION DE EMPRESAS DE PARQUES DE DIVERSIÓN DE BRASIL
(ADIBRA)**

Brasil

**ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS (CAAPA)
ASOCIACIÓN CHINA DE PARQUES DE DIVERSIÓN Y ATRACCIONES en**

**ASOCIACIÓN NUEVA INGLATERRA DE PARQUES DE DIVERSIONES Y
ATRACCIONES**

**INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS
(IAAPA). ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES DE DIVERSIONES Y
ATRACCIONES**

Alexandria, VA ;

Representación Internacional

IAAPA Europa Bruselas, Bélgica

MINTEL INTERNATIONAL GROUP LTD,

Long Lane, London

Chicago, IL

**NATIONAL AMUSEMENT PARK HISTORICAL ASSOCIATION (NAPHA).
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PARQUES HISTÓRICOS**

Gentilly, Francia

**THEME PARKS AND LEISURE INDUSTRY EXPERT WITNESS AND SAFETY.
(TP&LIEW&S) PARQUES TEMÁTICOS Y EXPERTOS DE LA INDUSTRIA DE
ENTRETENIMIENTO Y SEGURIDAD**

**AMUSEMENT INDUSTRY MANUFACTURERS & SUPPLIERS
INTERNATIONAL. INDUSTRIA DE DIVERSIONES, FABRICANTES Y
PROVEEDORES INTERNACIONALES (AIMS).**

St. Lucie, Florida

9.6 Anexo VI Contactos de las principales empresas a nivel internacional:

1. DISNEYLAND

Anaheim, California, Estados Unidos

2. CEDAR FAIR, L.P.

Sandusky, Ohio, United States.

3. HOPI HARI S.A.

Vinhedo, Sao Paulo, Brazil.

4. FUNTIME HOSPITALITY CORP.

Concord, Ontario, Canada.

5. INNOVO LEISURE RECREATION HOLDINGS LTD.

West Tower

6. KRISTIANSAND DYREPARK ASA

Kardemomme By, Norway

7. MALIBU ENTERTAINMENT WORLDWIDE, INC

Dallas, Texas, United States.

8. MGM MIRAGE

Las Vegas, Nevada

9. NEW ZEALAND

Nueva Zelanda

10. ORIENTAL LAND COMPANY LTD.

Maihama, Urayasu, Chiba.Japón.

11. PARQUES REUNIDOS, S.A.

Madrid, Batan, Spain

12. PLAYCENTER S.A.

Sao Paulo, Brazil

13. RESORTS WORLD BERHAD

Kuala Lumpur, Malasia

14. RIBERAO PRETO WATER PARK S.A.

Sao Paulo, Brazil

15. SERRA AZUL WATER PARK S.A.

Itapeva, Sao Paulo, Brazil

16. SIX FLAGS INC.

Oklahoma City, OK., United States

9.7 Anexo VII Contactos de la empresa mexicana *CORPORACIÓN INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO (CIE)* Parques de diversiones.

1. *MEXICO MÁGICO*

Distrito Federal, México

2. *VALLE FANTÁSTICO*

Cholula, México.

3. *CICI AQUAPARK*

Bogotá, Colombia.

3.1 *CICI ACAPULCO MÁGICO*

Acapulco, Guerrero. México.

4. *LA FERIA DE CHAPULTEPEC*

Distrito Federal, México.

5. *PERIMÁGICO*

Cuautitán Izcalli, Estado de México, México.

6. *SALITRE MÁGICO*

Bogotá, Colombia

7. *SELVA MÁGICA*

Guadalajara, Jalisco, México.

9. *LA CIUDAD DE LOS NIÑOS*

Distrito Federal; México.