

Parque temático Ícaro 1

**EL PARQUE TEMÁTICO ÍCARO, COMO UNA PROPUESTA
DE NEGOCIO CON ALTERNATIVAS LÚDICO PEDAGÓGICAS
Y DE APRENDIZAJE CONTINUO**

JORGE ALBERTO MÁRQUEZ ROJAS

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
NOVIEMBRE 28
BOGOTÁ, D. C. 2012**

**EL PARQUE TEMÁTICO ÍCARO, COMO UNA PROPUESTA
DE NEGOCIO CON ALTERNATIVAS LÚDICO PEDAGÓGICAS
Y DE APRENDIZAJE CONTINUO**

JORGE ALBERTO MÁRQUEZ ROJAS

Dra. FANETH SERRANO LEDEZMA
Docente

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
NOVIEMBRE 28
BOGOTÁ, D. C. 2012**

EL PARQUE TEMÁTICO ÍCARO, COMO UNA PROPUESTA DE NEGOCIO CON ALTERNATIVAS LÚDICO PEDAGÓGICAS

Y DE APRENDIZAJE CONTINUO

El parque temático es una modalidad que penetró con gran fuerza en el mundo como atractivo temático, dirigido a un público infantil y familiar, entorno a una línea de diversión, educación, ocio y cultura a sus visitantes.

Es una propuesta de negocio, con actividades lúdicas, que integran a la familia en un solo núcleo, los saberes científicos, de creatividad, fantasía con formas interactivas, con una nueva óptica de aprendizaje en el acto pedagógico orientado a satisfacer las necesidades de los usuarios en temas aeronáuticos (aviación militar y comercial), astronáuticos (aviación espacial). El objetivo del parque temático Ícaro es integrar lo cultural, ético, valores como solidaridad, respeto, honestidad y participación activa de la familia y así fortalecer los vínculos entre padres e hijos, padrinos y ahijados; así se despierta en el visitante su imaginación, fantasía, dinamizando el espíritu explorador y aventurero, que requiere la dinámica del parque.

Es una forma de aprender en saberes y saber hacer con un alto contenido lúdico y pedagógico en una Educación no formal; además, estimula la sana competencia de aumentar las habilidades y destrezas de los visitantes. El parque lo pueden disfrutar desde los niños hasta los adultos mayores.

El éxito del negocio depende de la creación de valor y riqueza como los accionistas, franquicias, inversores (ONG y Empresas privadas), con estrategias innovadoras, que generen rentabilidad y participación del mercado en este sector. Estas decisiones forman parte del verdadero sentido de la alta gerencia, en la teoría del negocio.

“Toda organización” como lo comenta Peter Drucker (1998), “opera basada en la teoría del negocio”, como un conjunto de aspectos, que lo definen, los objetivos, resultados, perfil de los clientes y finalmente que valoran y pagan esos clientes.

La estrategia convierte esta teoría del negocio en desempeño; su propósito es facultar a la organización, para alcanzar los resultados obtenidos en un entorno imprevisible, donde la estrategia pone a prueba la teoría del negocio.

Esta permite generar una “oportunidad” de maximizar los recursos, para obtener una mejor productividad, teniendo como fundamento los objetivos, filosofía, misión y visión de la organización, para lograr los resultados propuestos. Existen cinco fenómenos importantes, que hacen de la estrategia de negocio en las organizaciones el pilar para el éxito. El primer fenómeno es la tasa de natalidad descendente en el mundo desarrollado. En pleno Siglo XXI se visualizan graves fenómenos demográficos: la población juvenil disminuye y el envejecimiento se incrementa en función de la esperanza de vida y salud.

De acuerdo a los registros históricos, el aporte primordial de la gerencia en el Siglo XX, fue el factor de productividad del trabajador manual en la manufacturera y en el Siglo XXI, la productividad se relaciona con el trabajo del conocimiento y de quién se exige un aprendizaje continuo, no es cuestión de cantidad de la producción sino calidad, en el cual el trabajador es considerado como un activo y no como un costo. La calidad es la esencia misma de la productividad.

El segundo fenómeno es la distribución del ingreso. Los negocios tendrán que fundamentarse en la estrategia sobre el conocimiento, ya que información cuantitativa con análisis cualitativo.

Las organizaciones deben definir el desempeño en términos no financieros, para que, los agentes de cambio, que son los trabajadores, generen un compromiso de valor activo en la organización.

El tercer fenómeno que se relaciona en la teoría del negocio es la competitividad global, donde las organizaciones la convierten en una meta estratégica, si quieren sobrevivir y tener éxito en un mundo de cambios muy rápidos. Finalmente, la creciente incongruencia entre la realidad Económica y Política, es el último fundamento, en el cual, descansa la estrategia por la incertidumbre. La Economía se vuelve más global, las inversiones de cartera son líquidas y volátiles con fluctuaciones monetarias repentinas, porque el mundo está inundado de dinero virtual.

Hay realidades Económicas y Políticas, donde los negocios tienen que vivir y desempeñarse en todos los entornos y al mismo tiempo.

El rol del gerente del Siglo XXI en el parque temático ÍCARO, debe agrupar habilidades gerenciales en cuanto al conocimiento en el funcionamiento del parque y experiencia en procesos técnicos y administrativos como herramientas, que permitan gestionar el Talento Humano en equipos de alto desempeño, que ayuden a la productividad y creatividad, para elegir estrategias de innovación, que conlleven al éxito del negocio. Se debe interactuar y cooperar con los empleados a cargo, según el área específica donde laboren, para ser altamente competitivos y así lograr escenarios, que posicionen el producto. Los líderes del sector, tienen la capacidad de crear políticas de cambio, de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

El negocio del parque temático Ícaro debe ser eficaz en la manera como cumple con su misión, pero también eficiente en la obtención de resultados en relación al uso racional de sus recursos, estos son los principales indicadores del desempeño Empresarial. Este debe ser competitivo con otros del sector, con un equipo directivo dinámico, actualizado, en un mundo globalizado de mercados abiertos, cambios rápidos, organizacionales y tecnológicos, para así, lograr desarrollo sostenible.

La dinámica del cambio, que se produce en el entorno actual Empresarial determina la capacidad del gerente del parque temático Ícaro, para dar

respuesta a las necesidades de los clientes, con nuevos enfoques sobre la gestión en los procesos de trabajo.

Se involucran a equipos multidisciplinarios con especialistas en el tema de la aeronáutica, astronáutica, docentes especializados en pedagogía en las diferentes áreas de la ciencia como física, matemáticas, astronomía, para lograr llegar a un mayor número de personas con diferentes perfiles.

En cuanto a la solución de conflictos en el área organizacional debe ser un mediador, para evitar confrontaciones internas y externas que afecten la supervivencia de la Empresa, tomando las decisiones en el momento preciso y oportuno.

El parque temático Ícaro se proyecta como una Empresa, generadora de empleo, que permanentemente cree estrategias innovadoras, que le den oportunidades en la turbulencia de los mercados actuales, para así, fidelizar a los visitantes y posicionarse a nivel de Suramérica, ser un ícono nacional turístico propio, el cual se integre con la cultura del país. Sus promociones y procesos son fundamentales, para ser elegidos por los visitantes nacionales e internacionales.

La Empresa Parque Temático ÍCARO tiene como finalidad social, buscar personas que apadrinen a un niño facilitándole juguetes, libros, útiles escolares

y ropa; las reuniones con el ahijado deben ser frecuentes durante el año y la comunicación abierta en redes sociales.

El crecimiento Económico del parque Ícaro, debe producir un gran impacto en la Economía del país.

La Directora Ángela Díaz, ejecutiva de la Asociación Colombiana de Atracciones y parques de diversiones (Acolap), señaló que en el 2010 los ingresos por venta fueron de 480 mil millones de pesos y en el año 2011, el crecimiento fue mucho más alto que el 2009 y 2010, lo que demuestra que el sector es un atractivo e interesante negocio.

Esta reconsidera una alternativa, donde se participa de dinámicas en el aprendizaje y puede disfrutarse de atracciones tecnológicas acerca de temas aeronáuticos, astronáuticos, complementados con áreas del conocimiento como física, historia, geografía, geometría y matemáticas, integradas en juegos y actividades lúdicas, que dinamizan el conocimiento con un alto contenido pedagógico y formativo.

La actividad lúdica constituye el potenciador del desarrollo psicosocial, adquisición de saberes a través del juego en el niño. Los conceptos científicos están mediatizados por aspectos generales, articulados a un sistema de interrelaciones, que se producen fundamentalmente en la vida escolar, proceso que estructura el pensamiento conceptual.

Cuando el niño se apropia del concepto simbólico a partir del lenguaje desarrolla habilidades mentales, que le permiten construir significados, indispensables para la elaboración de conceptos científicos, pero que le generan placer, goce, actividad creativa y conocimiento sobre el tema de la aviación.

Esta aventura de conocimiento y de valores como respeto, solidaridad, hace que el niño se apropie de imaginarios históricos, cruzando los límites de la imaginación, para llegar al mundo de la fantasía y pueda soñar como protagonista del proceso.

Las prácticas lúdicas es otra forma de saber y saber hacer, como elemento socializador e instrumento gestor de conocimiento, que ayuda desde una nueva óptica a aprender con otras formas interactivas en el acto Educativo y pedagógico orientado a enriquecer el capital cultural de las diferentes clases sociales.

Qué mejor forma de aprender, que a través del juego, como lo presenta el entorno Ícaro, donde el niño logra interactuar con los diferentes elementos, implementos y objetos referentes a la aviación militar, comercial y espacial.

El juego por muchos autores se potencia como una “experiencia cultural, constituye un factor determinante en la integridad de lo humano”; cuando se

vincula al amor y a las emociones se potencializa la creatividad; en el caso de relacionarlo con lo cognitivo, lógico se fortalece la inteligencia.

En síntesis el juego desde el punto de vista didáctico, implica manipular y controlar a los niños en ambientes escolares, con el fin de potenciar comportamientos, conductas y no con la esencia y características del juego como experiencia cultural ligada a la vida, a lo cotidiano, sino enmarcado en una normatividad e institucionalidad a nivel de los colegios.

Las teorías plantean el juego como un revelador mental de procesos cognitivos, necesarios para estimular los estadios de desarrollo propuesto por este autor como son: fase sensomotora, pensamiento simbólico – operaciones intuitivas – operaciones concretas – operaciones formales; de esta teoría piagetiana es centrarse en la suposición de que los procesos de desarrollo del niño son independientes del aprendizaje, es decir, el aprendizaje utiliza los logros del desarrollo en lugar de proporcionar un incentivo, para modificar el curso del mismo.

Vigotsky (2008) refuerza este concepto al afirmar “que el aprendizaje del niño inicia mucho antes de que el niño llega a la escuela”. Este autor habla de preconceptos, preteorías, sobre las cuales se construye los conceptos.

Las teorías de Piaget son utilizadas por muchos Educadores usando el juego para potencializar estudios concretos, motrices y lógicos, los cuales se

encuentran naturalmente desarrollados, pero según Vigotsky, “el aprendizaje orientado hacia los niveles evolutivos que si ya son alcanzados, resulta ineficaz desde el punto del desarrollo total del pequeño”.

“Un buen aprendizaje es sólo aquel que precede al desarrollo en términos prospectivos, y no en términos de lo pasado”.

Las teorías de Vigotsky con respecto al juego están enmarcadas en un contexto de significados y de interioridad, el pensamiento está separado de los objetos y acciones que los niños hacen frente a los juegos imaginarios por ejemplo: una caja es una nave espacial, una sombra, un monstruo.

El juego debe entenderse en términos de preparar y potencializar procesos de desarrollo humano, como un factor creador y potencializador de zonas de desarrollo. Su función está ligada a la vida cotidiana como experiencia cultural, a través del juego niños y adultos participan en la cultura, con actos de creación producidos, transforman la cultura y la dotan de sentido y significado.

El juego estimula la creatividad y la fantasía.

Durante las últimas décadas, un sinnúmero de investigaciones demostró que la mayoría de personas nacen con una imaginación rica y vigorosa y la capacidad creativa se encuentra distribuida en forma equitativa.

La creatividad, parte del momento en que se conserve la curiosidad y capacidad de asombro que tiene el niño en su infancia; los adultos pierden esta capacidad, porque la sociedad y el entorno condicionan, presionan y programan a los individuos.

La fascinación, el asombro y la curiosidad, son cualidades perdidas por muchos adultos, están presentes en la mayoría de los niños. Estas cualidades se relacionan con la sensibilidad creativa, el crecimiento y la conciencia de sí mismo, atributos pilares de una vida creativa.

Nuestra creatividad latente nunca se pierde del todo en realidad, queda sumergida bajo capas sucesivas de obstáculos y hábitos improductivos.

Ese potencial oculto, puede sacarlo a la superficie y utilizarlo para lograr una vida creativa, productiva y satisfactoria. Todo aquello que enriquece la creatividad fomenta la salud psicológica.

Los niños construyen mundos metafóricos a través de actividades simbólicas, ellos pueden inventar, recrear, transformar, combinar, un mundo de fantasía.

Los pensamientos metafóricos son vehículos ideales de los niños y científicos, para explorar planos de pensamiento, donde el individuo se apropia de conceptos de manera natural y espontánea.

Los pensamientos metafóricos, las analogías como sistemas de lenguaje, elaborados como punto de relación forman parte de la sinéctica, que según William Gordon analizó como algunos hombres de ciencia, logran sus grandes descubrimientos, por ejemplo:

Mecanismo. Kekulé se identificó con una serpiente que se tragaba la cola, así desarrolló una visión de la molécula de benceno en forma de anillo, en lugar de una cadena de átomos.

El caso de Analogía directa. Alexander Gram. Bell, quién recordaba lo siguiente: “Me llamó la atención que los huesos del oído humano fueran tan voluminosos, en comparación con la delicada e indeleble membrana, que los asociaba, y se me ocurrió que si una membrana tan delicada podría mover huesos relativamente tan voluminosos, por qué no iba a poder un trozo de membrana más grueso y voluminoso mover mi pieza de acero” y fue concebido el teléfono.

Mecanismo. Ejemplo: Obra de arte.

La obra de Carroll Lewis, Alicia en el país de las maravillas, y Alicia a través del espejo, donde Carroll deambula por los laberintos de las matemáticas, la lógica, la trigonometría, sueños, juegos, escribe dando la forma de animales, juega sobre pensamientos metafóricos, ubicando su obra en un

contexto Victoriano, con una gran capacidad de crear mundos paralelos o mágicos, que funcionan con una lógica diferente a la clásica.

Los radares y los sistemas de aviación (Jiménez, C. A., 2000), se compararon con insectos, como el escarabajo, que tiene una visión perfecta.

La sola comprensión de un sistema vivo, cómo funciona, puede ser vital para sugerir la solución a un problema de Ingeniería.

El proceso de una jeringa comparándolo con un insecto chupador.

Otro ejemplo de los procesos analógicos y metafóricos se puede recrear en un edificio como la torre Eiffel, a partir de analogías como las fibras del hueso fémur, hueso que soporta el esqueleto humano.

Otra técnica de manejo con la creatividad, es la biónica, que construye sistemas basado en el estudio de la Estructura, funciones y mecanismos de las plantas y animales.

En el adulto se sumerge su creatividad en capas y capas de racionalidad, haciendo que su pensamiento imaginativo decrezca, al no creer por ejemplo en mundos paralelos ó mágicos.

El juego se da en épocas anteriores al hombre en muchas especies animales, heredamos esa particularidad en esencia de nuestra naturaleza y se perfila en el niño hasta el adulto reconociendo niveles comunicativos y de interacción con el otro, fue así, como Johan Huizinga en su libro “Homo Ludens” (hombre que juega), reconoce uno de los rasgos característicos de la humanidad (Huizinga, J., 2004).

Otro investigador como Gregory Bateson (1976) describe esta conducta correspondiente a una situación lúdica y las observaciones en animales las traslada al hombre a niveles de comunicación verbal y no verbal, uno en que se transmite contenidos y un segundo nivel en el cual se interpretan esos contenidos, es decir, se contextualiza el significado de los primeros.

Gregory Batenson (1976), le da sentido primordial al juego como un nivel de comunicación entre sujetos, un intercambio de mensajes, interacción de desarrollo con una importante función social, cultural y aprendizaje de conductas adultas, que se socializan, para competencias intelectuales y de sano desarrollo.

El niño se perfila en este contexto cultural, para realizar como ya comentamos en su etapa adulta mensajes metafóricos, analogías, que conllevan a un marco creativo de imaginación y fantasía, haciendo de los hombres inventores y creadores de muchas tecnologías, que ayudan al bienestar de una sociedad.

Bajo el contexto empresarial el gerente en su condición “Homo Ludens” debe perfilarse como un agente de cambio en la sociedad que actúa, ser un innovador, un líder, que convierta la competitividad global en una meta estratégica. Su desempeño debe estar a la altura de los criterios mundiales, si no será vulnerable y no podrá sobrevivir.

A continuación se analizará la inspiradora historia de dos gerentes y líderes corporativos, cómo aprovecharon al máximo el potencial de las personas en Empresas en quiebra y generaron así, escenarios productivos.

Esta técnica la denominaron el Gung Ho, basada en tres principios “El espíritu de la ardilla”; “El estilo del castor” y “El don del ganso”, se aclara, que ésta técnica no sólo salvó Empresas en quiebra en los Estados Unidos, sino que fue muy positiva en el aprendizaje de las matemáticas en dos colegio en Colombia.

En una empresa en los Estados Unidos, una de sus plantas de mayor calibre, tenía rendimientos muy bajos, sucursal que sería cerrada, causando desequilibrio a la organización, pero en la actualidad la Casa Blanca le hizo un reconocimiento, por ser uno de los mejores sitios de trabajo de todo el país.

La eficiencia, rentabilidad, innovación, creatividad, servicio de locura, emana de una sola fuente, su fuerza laboral, su talento humano, el cual, está

siempre dispuesto a enfrentar desafíos nuevos y a trabajar colectivamente por el bien de todos.

El Gung Ho (Blanchard, K., Bowles, S., 1999), significa a la carga, es una expresión china, con la connotación “trabajar juntos” ó trabajo en equipo, así se conformaron los grandes equipos de alto desempeño. Esta estrategia Empresarial está dividida en tres fases:

“El espíritu de la ardilla”, cada una almacena las bellotas del bosque para el invierno, trabajo y bienestar colectivo.

Su esencia: ser importante, conducir metas compartidas y basarse en valores (trabajo en equipo).

La primera reunión, según la gerente, el grupo de personas debía organizar ideas alrededor de tres conceptos: ¿Porqué estamos aquí?, ¿Cuáles son nuestras metas?, ¿Cuáles son los valores que los guían?.

La gerente tenía cuatro meses para lograr resultados productivos, de tal manera, que se reunieron diariamente donde los trabajadores lograron plasmar sus opiniones, para no hacer la historia más larga, se logró el primer objetivo “El espíritu de la ardilla”, lo más difícil fue que la gente hablara de valores corporativos, porque tenían que hablar primero de sus valores personales.

El Gerente en todas las reuniones hablada sobre cómo la Empresa contribuía a mejorar el mundo, tardaron en comprender que la Empresa y ellos eran uno sólo.

El segundo principio: “El estilo del castor”, ejerce control sobre el cumplimiento de la meta: cada castor hace su proceso de Ingeniería, determina la calidad del material en elaborar su madriguera – son contratistas independientes.

El verdadero secreto del éxito como Gerente está en descubrir lo que la gente hace de manera natural y después determinar la forma de adaptarlo a la organización, para aprovechar su talento y ubicarlo en la posición, que lo hace mejor.

El tercer principio “El don del ganso”, “alentar a los demás a seguir adelante”.

$$E = mc^2$$

E = Entusiasmo.

C = Circulante.

C = congratulaciones.

Las congratulaciones activas o pasivas, no sólo las activas son importantes, al felicitar por un excelente trabajo, las pasivas, es confiar en que

el recurso humano, hace bien su trabajo, si no hay anotación, no hay juego, felicitar por el progreso.

Esta labor gerencial fue de muchas reuniones y carteles con los principios, motivando al personal a tener sentido de pertenencia y trabajo en Equipo.

Un autor creativo como Edgard de Bono (De Bono, E., 1992), con su libro seis pares de zapatos para la acción, es una Biblia de todo buen gerente, para llegar a comprender su recurso humano, “dando un enfoque para cada solución y una solución para cada problema”. Esta técnica ayuda a identificar situaciones distintas, controlarlas y reaccionar ante ellas de manera efectiva.

Los seis pares de zapatos con su color establecen pautas y expectativas e indica una clase de conducta, para cada situación, el gerente aprende a conocer a su talento humano, de acuerdo a las diferentes situaciones y cómo se debe actuar ante un problema y así, podrá ser un mediador en confrontación de conflictos.

Las zapatillas de color azul marino siguen rutinas, con cumplimiento minucioso, una vez que se elige la apropiada, las grises, incluye actividades, que se necesitan para obtener información.

Si se necesita investigar, cuando no se tiene idea de lo que ocurre, controla una hipótesis, sea en lo científico o recordando al famoso detective Sherlock Holmes, personaje creado por Sir Arthur Conan Doyle, trabajaba con la zapatilla gris y al final lograba que el criminal confesara, lógicamente se deben buscar alternativas, para el logro del objetivo. Gris, búsqueda de información y aprovechamiento al máximo.

Cada zapatilla y de acuerdo al color como lo estructura y aplica Edgard de Bono en las Empresas, logra un objetivo simple y efectivo, que ayuda a las relaciones interpersonales en la organización.

El método de la caja auspiciado por The Ar Buiger Institute, indica la manera cómo un gerente puede utilizar la caja con el recurso humano de su empresa, para multiplicar la productividad.

Son muchos los ejemplos de aplicación de técnicas y experiencias, que ayudaron a los gerentes a lograr forjar un futuro para sus Empresas, las cuales, aprendieron a sobrevivir en un Entorno de cambios rápidos y políticas globales.

Finalmente la experiencia del “reducido al reino de los pingüinos” (Hateley, B., y Schmidt, W., 2000), plantea un desafío de cambio de gestión del talento humano.

Este cuento nos plantea como las organizaciones encasillan o estereotipan a las personas, pasando por alto habilidades, destrezas, creatividad, imaginación, fantasía e impiden potencializar los talentos, llevando las organizaciones a su Recurso Humano, a perder oportunidades y experiencias nuevas, despojándolas de su desarrollo y realización personal y organizacional.

La única forma de encontrar las personas una carrera realmente gratificante, emocionante y lucrativa, consiste en enfrentar cada día como experiencia nueva, una oportunidad única para explorar, triunfar, reuniendo diferentes trucos de creatividad para ser preactivos, pero ante todo Humildad.

En definitiva el Gerente como Homo Habilis, Homo Ludens y Homo Sapiens, son las destrezas, la comunicación y el conocimiento, las herramientas para desarrollar el recurso humano, haciéndolo competitivo, innovador y agente de cambio a todo nivel de la organización.

Es necesario que el Gerente comunique de manera constante la misión, los valores, establezca claramente los objetivos, así sean difíciles de alcanzar, para lograr obtener el rendimiento necesario y hacer a la organización innovadora, competitiva y líder en el sector.

Otra forma de analizar el negocio de los parques temáticos es a través del turismo, el cual nació en Norteamérica, como un "ícono de animación,

películas y diversos productos, para un público infantil". "Walt Disney", el cual abre en 1995 Disney Land en California, con un plan ambicioso de 100 acres de tierra y un sinnúmero de atracciones y proyectos, que de inmediato fueron acogidos por un sinnúmero de personas, que permitieron dar comienzo a un nicho de mercado amplio. Se extendió a otros países como Francia y Japón, con un crecimiento acelerado alrededor del mundo, creando una imagen fuerte de marca y fidelidad en el mercado.

En Europa Brown y Church (1987) analizan tres causas en el origen de los parques temáticos, la primera fue los parques como ocio como el Tívoli de Copenhague, que existe desde el Siglo XVIII, la segunda se refiere a los espectáculos de la calle como populares y la tercera, la influencia en la creación de parques en Estado Unidos, de tal manera, que en la década de los ochenta y noventa se efectuaron grandes inversiones en este negocio.

Según estudios realizados en el Global Entertainment and Media Outlook (2007–2011), de la consultora Price Waterhouse Coopers en Europa las proyecciones en parques temáticos se incrementó su demanda en un 5%, pasando de 15.500 millones de Euros recaudados en 2006 a 19.300 millones de Euros en el 2011, el resto del mundo se incrementó en un 4,6%.

Asia se proyecta como un continente con un crecimiento alto en tecnología y evolución, lo mismo que Korea, Hong Kong, luego de la guerra, Japón incursionó en parques de diversión y atracción en la región de Kando

alrededor de Tokio y Kausai cerca de Osaka. La isla de Kyushu tiene parques como el Harmonyland, y “sus ingresos con de 1.5 billones de dólares al año, que lo sitúa en el 30% de lo que gana la industria en los Estados Unidos” (Price Water-House, 1998).

En América Latina, el crecimiento es lento en este sector, por la falta de tecnología, para poder competir a nivel mundial, en el caso de Colombia pasó mucho tiempo y esfuerzo de personas naturales y entes del Estado, para la aceptación de este tipo de proyectos. De tal manera que nacieron iniciativas como el Parque del Café, Panaca, Parque Nacional de Chicamocha en Santander, en la vía que une a Bucaramanga con San Gil, el sitio cuenta con avestruces, cabras, mirador, cable de 450 metros, museo, cabalgatas, parapente, canotaje y escalada.

El Parque el Café y Panaca destacan el desarrollo de la región rural cafetera y en Panaca hay interacción con los animales de la granja, pero como lo comenta la directora ejecutiva de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones (Acolap, 2011) el concepto de Parques temático tomó fuerza en el país, con un gran impacto pedagógico y cita el caso del parque “Mundo Aventura”, que anexo a sus atracciones mecánicas, un área infantil (Mundo Pombo), donde se encuentran los cuentos de Rafael Pombo como Rin Rin Renacuajo, la Pobre Viejecita y otros.

El Parque Temático Ícaro, es una propuesta de negocio, pedagógico, lúdica y de grandes alcances a nivel de Latinoamérica.

Referencias

- Ariza, A. y otros. (2011). *Parques temáticos en Colombia*. Universidad del Rosario.
- Batenson, G. (1976). *Pasos para una ecología de la mente*. Editorial Lohlé. Buenos Aires, Argentina.
- Blanchard, K. y Bowles, Sheldon. (1999) *¡A la carga!*. Editorial Aguilar. España.
- Brawn, J. y Church, A. (1987). *Importancia de los parques temáticos en Europa*
- Comprensa. (2011). *Entrevista a la Doctora Ángela Díaz, Directora ejecutiva de la Asociación Colombiana de Atracciones y parques de diversión (Acolap)*. Bogotá, 2 II.
- Dale, D. (1996). *La estrategia de Max*
- De Bono, E. (1992). *Seis pares de zapatos para la acción*. España.
- Drucker, P. F. (1999). *Los desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI*. Editorial Norma.
- Drucker, P. F. (2000). *Los desafíos de la Gerencia del Siglo XXI*. Editorial Norma. Bogotá.
- Hateley, B. y Schmidt, W. (2000). *Reducido al reino de los Pingüinos*. Los Ángeles. California. Estados Unidos.
- Jiménez, C. A. (1997). *La lúdica como experiencia cultural*. Editorial Magisterio. Santa Fe de Bogotá.
- Jiménez, C. A. (2000). *Pedagogía de la creatividad y de la lúdica*.

Gordon, W. (1975). *Sinéctica*.

Price Waterhouse Coopers Consultora. (2007-2011). *Parques temáticos en Europa y Asia*.

Randsepp, E. (1996). *Juegos de Ingenio*. México.

Spencer, J. (1999). *¿Quién se ha llevado mi queso?*. Estados Unidos.

Wizinga, J. (2004). *Homo Ludens*. Editorial Alianza. Madrid. España.

www.edwarddebono.com.