



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Disneyland París como destino turístico y perfil del
turista español.

Disneyland Paris as a tourist destination and profile of
the Spanish tourist.

Autora

María Ortiz López

Directora

Begoña Espinosa Martínez

Resumen

En la segunda mitad del siglo XX, los parques temáticos se comenzaron a popularizar por todo el mundo, atrayendo a una gran población, y haciendo que algunas empresas comenzaran a crear sus parques con el fin de promocionar su marca y productos.

Desde la apertura de Disneyland Paris, millones de visitantes han utilizado este parque temático como destino vacacional, beneficiándose de las instalaciones que él mismo ofrece, como por ejemplo sus hoteles. El turista de origen español es uno de los que más acude al recinto y es por ello por lo que en esta investigación se estudiará cuál es el perfil de dicho turista. Para ello, se realizara una investigación cuantitativa mediante la realización de encuestas a la población en general, y una investigación cualitativa, que se llevará a cabo a través de entrevistas a personal especializado del sector de las agencias de viajes.

Palabras clave: parques temáticos, Disneyland Paris, perfil del turista español.

Abstract

In the second half of the 20th century, theme parks became popular around the world, attracting a large population, and causing some companies to start creating their parks in order to promote their brand and products.

Since the opening of Disneyland Paris, millions of visitors have visited this theme park as a holiday destination, benefiting from the facilities that it offers, including its hotels. Spanish tourist are one of the most frequent visitors to the site and that is why this research will study the profile of said tourist. To do this, a quantitative investigation will be carried out by conducting surveys of the general population, and a qualitative investigation, which will be carried out through interviews with specialized staff from the travel agency sector.

Key-words: theme parks, Disneyland Paris, profile of the Spanish tourist.

INDICE DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN	6
1.1	PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN	6
1.2	OBJETIVOS	7
1.3	ESTRUCTURA.....	7
2	MARCO TEÓRICO	8
2.1	INSTALACIONES EN LOS PARQUES DISNEY.....	11
2.1.1	WALT DISNEY STUDIOS	11
2.1.2	DISNEYLAND PARK	12
2.1.3	DISNEY VILLAGE.....	12
2.2	HOTELES DISNEY	13
2.2.1	HOTELES ASOCIADOS	14
3	METODOLOGIA	15
3.1	ENCUESTAS	15
3.2	ENTREVISTAS	16
4	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
4.1	RESULTADOS ENCUESTAS.....	18
4.2	RESULTADO ENTREVISTAS.....	22
5	TURISMO EN DISNEYLAND PARIS	27
5.1	PERFIL DEL TURISTA ESPAÑOL.....	28
6	CONCLUSIONES	30
7	LIMITACIONES Y FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACION	31
8	BIBLIOGRAFIA	32
	ANEXO I – MODELO DE ENCUESTA	36
	ANEXO II – GUION ENTREVISTA	39
	ANEXO III – TRANSCRIPCIONES ENTREVISTAS	41
	Transcripción entrevista 1	41
	Transcripción entrevista 2	46
	Transcripción entrevista 3	51
	Transcripción entrevista 4	58
	ANEXO IV – Tabla de objetivos - perfil del turista	64

INDICE DE TABLAS, GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

Tabla 1. Ficha técnica encuestados.	16
Tabla 2. Ficha técnica entrevistadas.	17
Gráfico 1. Acompañantes en el parque	18
Gráfico 2. Medio de transporte al parque.	19
Gráfico 3. Organización del viaje.	19
Gráfico 4. Alojamiento en Disney.	20
Gráfico 5. Número de noches de estancia.	20
Gráfico 6. Visita a París.	21
Ilustración 1. Elaboración propia a partir de Esteve 2001.	9
Ilustración 2. Ranking de parques de atracciones más visitados de Europa en 2019 ...	10
Ilustración 3. Mapa Disneyland Paris	11
Ilustración 4. Interés por productos turísticos del turista español.	28

1 INTRODUCCIÓN

1.1 PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En el año 1955, Walt Disney tuvo la idea de crear un lugar en el que mayores y pequeños pudieran disfrutar juntos, estableciendo un entorno familiar con todo tipo de actividades preparadas para recrearse en familia. Logró su objetivo abriendo el 17 de junio de 1955 su parque Disneyland en California, siendo este el único parque diseñado y construido bajo la supervisión de Walt Disney.

La compañía Disney fue creciendo con el paso del tiempo y ampliando el número de parques. Introducir este proyecto en Europa no fue ningún problema ya que Walt Disney estaba muy influenciado por este continente, habiendo hecho varios viajes durante su carrera y quedando esta influencia reflejada en sus largometrajes, como Peter Pan en Londres o Blancanieves y los Siete Enanitos en Alemania.

Las opciones europeas iniciales para situar el parque eran España y Francia. En el caso de España, se propuso la provincia de Almería, debido al clima muy similar al del primer parque en California, pero se rechazó la idea por falta de proactividad por parte del gobierno español. La construcción en territorio francés comenzó en 1988 en Marne-la-Vallée y finalmente, en el año 1992, se abrieron las puertas del espacio recreativo al que llamaron Euro Disney Resort, aunque este nombre no tuvo demasiado éxito y tras varios cambios, en el año 2008 se decidió dejar oficialmente el nombre "Disneyland Paris", tal y como lo conocemos hoy en día.

El complejo actualmente cuenta con dos parques: Disneyland Park y Walt Disney Studios Park, que entre ambos albergan más de 50 atracciones, alrededor de 70 restaurantes, 60 tiendas, zona de compras denominada Disney Village y 7 hoteles tematizados.

Por la cercanía con Disneyland Paris, como país vecino y por la inicial competición por instalar el parque en España se ha decidido realizar un estudio sobre este parque en concreto.

Tan solo en el año 2018, Disneyland Paris recibió más de 15,8 millones de turistas, convirtiéndose en el primer destino turístico de Europa (Europa Press, 2019). En el primer trimestre del ejercicio fiscal del mismo año, el beneficio neto de The Walt Disney Company ascendió a 4.423 millones de dólares, siendo uno de los mejores años en cuanto a ingresos para la empresa.

1.2 OBJETIVOS

Mediante este apartado se plantean los objetivos que se pretenden cumplir a lo largo del proyecto presentado como Trabajo Final de Grado.

El objetivo principal en torno al cual se va a realizar la investigación es averiguar el perfil del turista español que visita el parque. Para poder dar una descripción completa de este perfil, se han planteado los siguientes objetivos secundarios: conocer el grupo que viaja (familias, amigos, parejas, etc.), saber cómo organiza su viaje, el medio de transporte que utiliza para llegar, tipo de alojamiento que elige para su estancia, si visita también la ciudad de París y en este caso, saber cual es la importancia que le da a la capital francesa frente a la importante que le da al parque.

Además, otro de los objetivos secundarios que se plantea es conocer si desde la apertura de Disneyland Paris en 1992, el número de turistas que recibe la ciudad de París se ha visto afectado positivamente.

1.3 ESTRUCTURA

La estructura del Trabajo Final de Grado es la siguiente: en primer lugar, se realizará una descripción de los parques temáticos, con definiciones y clasificaciones de los mismos que nos permita entender en que punto se encuentra Disneyland Paris, objeto de estudio, así como una explicación de las instalaciones del parque.

Posteriormente, se explicará la metodología llevada a cabo para conseguir los objetivos planteados previamente. En el siguiente apartado, se expondrán los resultados obtenidos con las explicaciones convenientes para cada uno de los objetivos.

A continuación, se expondrán diversos datos sobre el turismo en Disneyland Paris, en primer lugar a rasgos generales y seguidamente de turistas españoles que visitan el parque. Esto con la finalidad de poner combinar datos recuperados de fuentes con los recopilados de las fuentes primarias.

Por último, se plantearán las conclusiones derivadas de la investigación y se explicarán las posibles líneas futuras de investigación.

2 MARCO TEÓRICO

Los parques temáticos tal y como se conocen hoy en día, son una evolución de los parques de atracciones tradicionales pero presentando una gran diferencia y es que mientras el parque de atracciones tiene como principal interés las atracciones mecánicas, un parque temático presenta un carácter emocional ya que pretende que los visitantes, además de divertirse en las atracciones, se sientan en un espacio y lugar diferentes. La palabra “temático” hace referencia a la especialización que ayuda a crear un clima de inmersión gracias a características como limpieza, orden, seguridad, aislamiento, etc.

Uno de los rasgos más importantes que diferencia un parque temático de un parque de atracciones es el uso del espacio. Los parques de atracciones poseen una gran cantidad de atracciones en una superficie relativamente pequeña y con un precio de uso único por cada atracción mientras que los parques temáticos presentan un número de atracciones reducido en un espacio de grandes dimensiones y generalmente con un precio único de entrada, con lo que las atracciones no generan ingresos de manera directa (Zukin, 1995).

A lo largo de la historia se han ido dando distintas definiciones para el concepto de parque temático. Una de las más reconocidas es la que dio el IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions): *“parque recreativo que tiene una o varias identidades temáticas que determinan las distintas alternativas en materia de atracciones, restauración, comercio, etc.”* (Loverseed, 1994).

Otra de las definiciones más completas para este término es la siguiente: *“un parque temático es un recinto cerrado de gran extensión, en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo <<mágico>> y del disfrute de un conjunto de atracciones mecánicas especialmente organizadas entorno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto”* (Secall, R. E. (2001).

Después de estudios realizados por organizaciones como Economics Research Associates acerca de los parques temáticos, se han establecido algunas características comunes a todos ellos tales como:

- Identidad temática determinada.
- Son de carácter familiar por lo que tienen atracciones adaptadas a todos los grupos de edades y desde la demanda se vuelve más atractivo. Esto es un elemento esencial para poder mantenerlos abiertos todo el año.

- Presencia de entretenimiento ambiental: actores, disfraces, espectáculos, músicos ambulantes y en general, actuaciones que crean ambiente.
- Espacios cerrados con acceso controlado normalmente regido por un precio único, es decir, pagando una sola entrada para tener acceso a todas las atracciones.

La principal característica será la homogeneidad, todo parque temático debe girar en torno al tema que aborda. Esta homogeneidad está dividida en cinco elementos distintos a través de los cuales se manifiesta esta integración global (Esteve, 2001).



Ilustración 1. Elaboración propia a partir de Esteve 2001.

Para hacer una clasificación de los diferentes tipos de parques temáticos que existen, son varios los criterios que se pueden tener en cuenta. Uno de estos criterios hace referencia al tamaño, bien sea por dimensión física del recinto, por volumen de inversión o por número de visitantes. Se podrían clasificar los parques en 4 niveles distintos:

- Megaparques, los cuales son motivo de atracción turística mundial y son en sí mismos un destino turístico. El único caso es el Walt Disney World, en Orlando.
- Parques de dimensión continental. Sus niveles de asistencia oscilan entre los 5 y 10 millones de visitas al año, representado por Disneyland París.
- Parques internacionales, que reciben entre 2 millones y media y 5 millones de visitantes anuales. En España podemos encontrar Port Aventura.
- Por último, los parques de dimensión nacional, que reciben entre un millón y 2 millones y medio de visitantes. Terra Mítica en Benidorm sería un claro ejemplo.

La industria de los parques temáticos y del ocio ha crecido exponencialmente en las últimas décadas y la compañía Disney ha sabido adaptarse a dichos cambios. Actualmente existen 6 parques Disney, que aunque si se desglosan aparecen 14, son 6 las ciudades que albergan todos ellos: Disney World en Orlando, Florida (4 parques temáticos y 2 parques acuáticos); Disneyland en Anaheim, California (2 parques temáticos); Tokyo Disney Resort en Tokio, Japón (1 parque temático y 1 parque acuático/temático); Disneyland Paris, Francia (2 parques temáticos); Hong Kong Disneyland, China, y por ultimo Shanghái Disney Resort, China.

En la siguiente ilustración, se puede apreciar el ranking de los parques de atracciones más visitados de Europa en el año 2019. En primer lugar, con casi el doble de visitantes que el parque ubicado en segundo puesto, se encuentra Disneyland París, con 9,75 millones de visitantes.

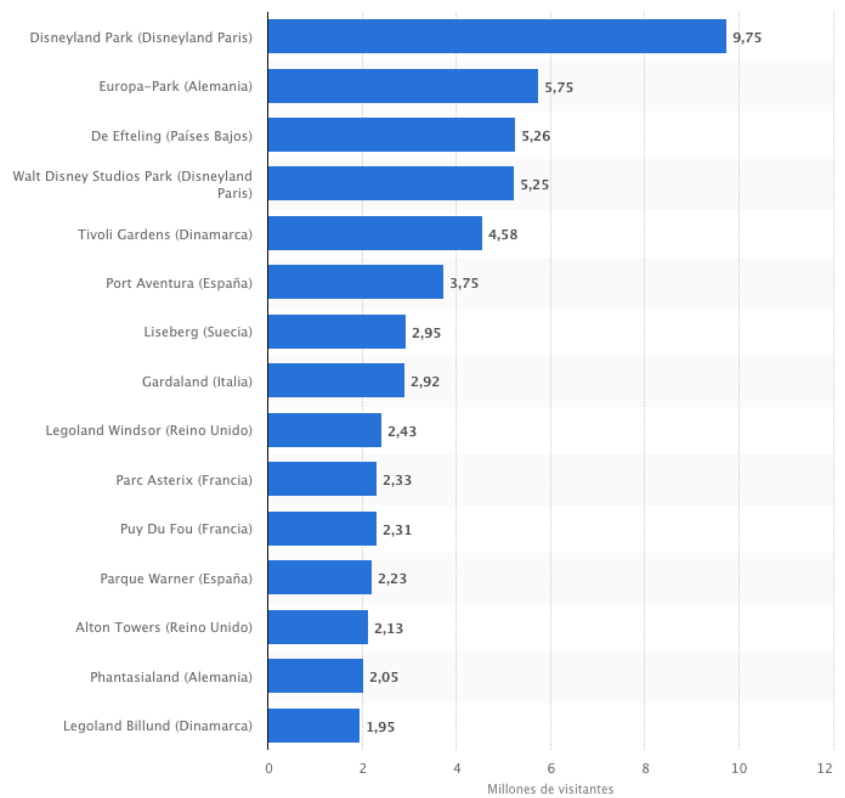


Ilustración 2. Ranking de parques de atracciones más visitados de Europa en 2019

Fuente: Statista.com

Además de los diferentes parques que posee la empresa ha ido adquiriendo mas divisiones: Walt Disney Entertainment (control de los estudios cinematográficos y de animación, sellos discográficos y producciones teatrales y musicales); Walt Disney Direct-to-Consumer & International (negocios internacionales y ventas); Disney Media Networks (canales de televisión, empresas productoras y distribuidoras de televisión y de radio) y por último Disney

Parks, Experiences and Products (parques temáticos, resorts, línea de cruceros y productos para el consumidor). Esta última división ha ido ganando mas fuerza al mismo tiempo que lo ha hecho el turismo como forma de ocio.

2.1 INSTALACIONES EN LOS PARQUES DISNEY

Ya que durante este trabajo se va a estudiar particularmente la contribución de Disneyland Paris al turismo, a continuación se procederá a explicar las instalaciones que se pueden encontrar, recordando que el complejo está dividido en dos parques temáticos diferentes además de la zona de hoteles y otras complementarias.

En la siguiente imagen se puede apreciar un mapa de todo el complejo con las zonas diferenciadas que se explicaran tras el.

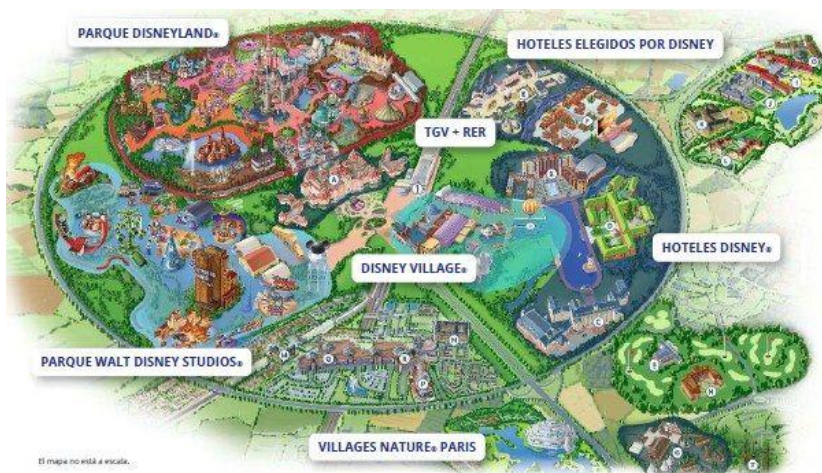


Ilustración 3. Mapa Disneyland Paris

Fuente: Monparigo.com

2.1.1 WALT DISNEY STUDIOS

Walt Disney Studios abrió sus puertas en 2002 y está dividido en cuatro áreas, en las que se encuentra todo lo relacionado con el mundo del cine, la animación y la televisión.

- *Front Lot* es la zona de entrada al parque donde podemos encontrar tanto atracciones como decorados de películas, tiendas y un restaurante. El cliente podrá actuar en una secuencia como actor y ver la producción desde dentro.
- *Toon Studio* es un área dedicada exclusivamente a la animación. Se rinde tributo a la animación Disney y a su evolución a lo largo de la historia. En esta zona se puede desde admirar espectáculos en directo de algunos de los mejores momento de las películas Disney hasta subirse en atracciones de Nemo, Toy Story o Ratatouille.

- En *Back Lot*, dedicada a los efectos especiales, se pueden encontrar 3 atracciones, 1 tienda y 2 restaurantes, ambos de comida rápida.
- Por último, *Production Courtyard* permite a los visitantes echar un vistazo al otro lado de las pantallas de cine y televisión, acompañado de 5 atracciones, 1 restaurante buffet de cocina europea e internacional y una cafetería.

2.1.2 DISNEYLAND PARK

El Disneyland Park está encabezado por el Castillo de la Bella Durmiente, lugar más reconocible y fotografiado del parque. Este parque está dividido en 5 zonas temáticas denominadas “lands” en las que podemos descubrir atracciones para todas las edades y diferentes personajes con los que poder hacerse una foto.

La primera zona que encontramos al entrar a Disneyland por la puerta principal es *Main Street USA*, inspirada en la ciudad americana de principios del siglo XX, en la que podemos encontrar 5 atracciones y gran variedad de servicios de restauración, pero la mayor atracción de esta zona es el desfile de carrozas animadas por los personajes más famosos. *Frotierland* presenta un panorama del oeste americano con vaqueros, indios y caballos. Además de algunas cantinas típicas hay 9 atracciones inspiradas en las aventuras del viejo Oeste. En *Adventureland* se puede pasar del África desierta al Caribe o la Selva tropical en un momento y combina en 6 atracciones: barcos piratas, casas en los árboles y puentes colgantes. Cruzando el Castillo de la Bella Durmiente llegamos a *Fantasyland* donde los personajes de cuentos y el mundo fantástico de Disney de unen en 14 atracciones creadas a partir de algunos de los largometrajes más famosos como El Curioso Laberinto de Alicia, Dumbo el Elefante Volador o El Viaje Fantástico de Pinocho. En esta misma zona podemos encontrar 9 tiendas, 2 teatros y 7 restaurantes, 6 de ellos de comida rápida y el séptimo como realizar una comida con las princesas Disney. Por último, en *Discoveryland* se encuentran las atracciones más fuertes, donde toma protagonismo todo lo relacionado con la aventura, viajes galácticos, velocidad y emoción, además de un restaurante de comida rápida que presenta un teatro de peleas espaciales.

2.1.3 DISNEY VILLAGE

Disney Village es una zona de más de 20.000 m² constituida por restaurantes, bares, zonas de música en directo y sobre todo tiendas. Se encuentra entre los hoteles y los parques de aventuras, lugar perfecto para pasar un rato una vez que cierran los parques. Entre los establecimientos que lo forman podemos encontrar 17 restaurantes de todo tipo de cocinas: carnes a la brasa, cocina italiana tradicional, vegetarianos e incluso comida rápida como

McDonald's o Five Guys. Además de lugares de ocio y entretenimiento como conciertos, PanoraMagique y distintos espectáculos dependiendo del momento del año. Pero sin duda esta zona destaca por recoger las tiendas tematizadas mas singulares siendo algunas de ellas la Disney Store, Planet Hollywood o The LEGO Store.

2.2 HOTELES DISNEY

Para obtener una experiencia completa del viaje a Disneyland Paris, existen algunos hoteles que ofrecen ciertas ventajas al comprar nuestro paquete turístico para el complejo. Los Hoteles Disney son 7: Hotel Santa Fe, Hotel Cheyenne, Newport Bay Club, Hotel New York: The Art of Marvel, Sequoia Lodge, Disneyland Hotel y Davy Crockett Ranch.

Este ultimo, el Disney's Davy Crockett Ranch, presenta unas características totalmente distintas al resto. Se encuentra en plena naturaleza y posee 584 cabañas totalmente equipadas (lavavajillas, cocina, nevera, microondas, etc.). Esta situado a unos 15 minutos del parque en coche pero es el único de los hoteles mencionados anteriormente que no tiene traslados gratuitos al mismo proporcionados por el hotel. Las principales instalaciones con las que cuenta son: piscina, pista de tenis, sala de videojuegos, zonas infantiles exteriores, mini golf, un supermercado y dos restaurantes.

El resto de hoteles, poseen las siguientes ventajas exclusivas para los clientes: encuentros con personajes Disney cada mañana en el propio hotel, pase exclusivo a los parques antes del horario oficial de apertura, gran proximidad a los parques ya que son fácilmente accesibles a pie, en coche con aparcamiento gratuito o en transporte gratuito, planes de comida disponibles tanto en los parque como en los hoteles, zonas de agua y numerosas actividades familiares organizadas por cada hotel y servicio de entrega del Servicio de Compras (visitantes que realizan sus compras antes de las 15 horas en cualquiera de las tiendas de los Parques y en Disney Village pueden recogerlo directamente en el hotel para no cargar con ello). Cada uno de ellos presenta unos precios y características diferentes al estar inspirados en distintas épocas y ambientes.

En cuanto al nivel de precios, estos están muy influidos por la distancia a la que se encuentran de la entrada al parque. *Disneyland Hotel* es el hotel más conocido y se encuentra en la entrada del parque por lo que ni siquiera se tiene que compartir zona de entrada con el resto de visitantes. Es el hotel más caro ya que también es el que presta mayor cantidad de servicios. Seguidamente estarían *Disney's Hotel New York: The Art of Marvel*, *Disney's Newport*

Bay Club y *Disney's Sequoia Lodge*, a los que se puede acceder a pie en unos 10 o 15 minutos andando u 8 en autobús, están inspirados en una galería de arte neoyorquina, un balneario inglés del siglo XX y en los parques nacionales de Estados Unidos respectivamente. Tanto el *Disney's Hotel Cheyenne*, inspirado en el lejano oeste del protagonista de Toy Story, como el *Disney's Hotel Santa Fe*, tematizado en Cars, se encuentran a 20 minutos del parque, siendo de los más baratos, tan solo por detrás del *Disney's Davy Crockett Ranch*, que como se ha dicho anteriormente es completamente necesario tener coche propio para llegar al parque ya que no es posible hacerlo ni andando ni en transporte.

2.2.1 HOTELES ASOCIADOS

En el año 2017, Disneyland Paris colaboró con la empresa Pierre & Vacances para crear *Villages Nature Paris by Center Parcs*, un destino de ecoturismo para un tipo de clientes distinto al que no se estaban dirigiendo hasta entonces, pero a día de hoy este hotel no está considerado dentro de los Hoteles Disney. Se encuentra a 6km de Disneyland Paris y tiene unos 120 hectáreas de superficie, divididas en 5 universos interactivos: Aqualagon, parque acuático con laguna exterior climatizada, la granja BelleVie, los Jardines Extraordinarios, el Bosque Encantado y el Paseo del Lago. Su principal distinción es la preocupación por el medioambiente y la naturaleza, realizando actividades como paseo a caballo, talleres educativos o cultivación de verduras.

Los Hoteles Disney explicados anteriormente, no son los únicos en los que poder alojarse para obtener ciertas ventajas del parque. Estos "hoteles asociados" son hoteles pertenecientes a otras cadenas hoteleras pero que debido a su calidad y proximidad a los parques, Disney los ha seleccionado dentro de su oferta hotelera. Todos ellos cuentan con transporte de autobús gratuito a la entrada del parque y dependiendo de su categoría pueden tener servicios como gimnasio, piscina o zona de juegos.

Los hoteles asociados con los que cuenta la compañía son 8:

- Dream Castle Fabulous Hotels Group (4 estrellas)
- Hotel l'Elysée Val d'Europe (4 estrellas)
- Magic Circus Fabulous Hotels Group (4 estrellas)
- Radisson Blu hotel Paris, Marne-la-Vallée (4 estrellas)
- Adagio Marne-la-Vallée Val d'Europe (3 estrellas)
- Campanile Val de France (3 estrellas)
- Explorers Fabulous Hotel Group (3 estrellas)
- B&B Hotel (2 estrellas)

3 METODOLOGIA

En lo concerniente a la metodología utilizada en este Trabajo de Fin de Grado, se explicará a continuación cómo se ha llevado a cabo el estudio de la investigación.

Para conseguir los objetivos propuestos se ha realizado por un lado, una revisión de fuentes de información secundarias como visualización de documentales, páginas web, artículos académicos, etc., y por otro lado ha sido necesaria la utilización de fuentes primarias, es decir, información elaborada específicamente para la presente investigación. En este sentido se ha realizado una investigación cuantitativa basada en la realización de encuestas al público en general, así como investigación cualitativa, mediante entrevistas a personal especializado del sector de las agencias de viajes.

3.1 ENCUESTAS

La población objeto de estudio está compuesta por individuos mayores de 18 años. El procedimiento para recoger los datos de la encuesta ha sido no probabilístico ya que los miembros de la población no tienen una seguridad previa de pertenecer a la muestra. En este caso, la pregunta clave que hace referencia a si se ha estado previamente en el parque Disney o no, nos da información de ambos casos posteriormente.

Concretamente, dentro del muestreo no probabilístico, se trataría del muestreo por bola de nieve ya que el cuestionario fue enviado a través de un enlace de Google Forms a diferentes grupos de personas de distintas edades y una vez realizado el formulario, estas lo reenviaban. Se eligió este tipo de muestreo con el objetivo de llegar al mayor número de personas posibles para así tener mayor variedad de respuestas, manteniendo igualmente la seguridad de los encuestados haciéndolo vía online.

El tipo de encuesta que se realizó para la recogida de información se ha basado en una encuesta autoadministrada a través de la herramienta Google Forms, difundida principalmente a través de WhatsApp ya que a través de esta plataforma, es la forma mas rápida de conseguir un gran número de respuestas. El número de respuestas obtenidas es de 368, recogidas entre el 24 y el 28 de mayo de 2021. Aunque se pensó inicialmente, hacer algunas encuestas cara a cara con la finalidad de recoger más información adicional de la que se pondría en el cuestionario, esto se descartó debido a la situación actual para no poner en riesgo a ningún encuestado.

En la siguiente tabla se muestra la ficha técnica.

Universo	Individuos mayores de 18 años
Ámbito	España
Tamaño muestral	368 respuestas
Tipo de muestra	Muestreo no probabilístico; bola de nieve
Tipo de encuesta	Autoadministrada vía online
Trabajo de campo	24-28 de mayo de 2021

Tabla 1. Ficha técnica encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

Las 3 primeras preguntas que se plantean en el formulario son para conocer al perfil del encuestado, haciendo referencia a la edad, a la situación laboral y al total de ingresos brutos.

En estas preguntas observamos que los rangos de edades que han respondido a la encuesta son muy amplias, obteniendo la mayoría de las respuestas de personas que se encuentran en las franjas de edad de entre 46 y 55 años, seguidas de entre 36 y 45 y de entre 18 y 25. En cuanto a la situación laboral, el 46,5% de los encuestados son trabajadores por cuenta ajena. Casi un 21% de los encuestados son estudiantes y en tercer lugar estarían los funcionarios con un 19%. La última pregunta en relación al perfil, hace referencia al total de ingresos brutos mensuales en la que las respuestas están repartidas en franjas muy similares. Con un 22% de las respuestas, la primera opción es entre 1.001 a 1.500 euros, seguido de un 20,7% dos de las opciones de respuesta: entre 1.501 a 2.000 y entre 0 a 500, lo cual no sorprende teniendo en cuenta el alto porcentaje de estudiantes que respondieron a la encuesta.

3.2 ENTREVISTAS

Las entrevistas con las agentes de viajes, fueron previamente estructuradas en torno a un guion en el que se planteaban las preguntas fundamentales para poder resolver los principales objetivos de la investigación. Este guion fue previamente enviado a las entrevistadas para que pudieran orientarse y prepararse algunas de las preguntas en caso de tener que consultar alguna información más concreta. Dicho guion puede encontrarse en el Anexo I.

El guion de la entrevista comienza con una breve introducción donde se explica como va a ser la misma y con qué finalidad se realiza. Se informa de que va a ser grabada con fines únicamente académicos y que en caso de no querer dar sus datos personales como nombre propio o nombre de la empresa para la que trabaja, no está obligada a ello, aunque si se le pide que informe de que tipo de agencia es, minorista o grupo, y cuantos años de experiencia posee en el sector. Después de la presentación tanto del entrevistador como del entrevistado, se plantean las preguntas divididas en secciones muy relacionadas a las preguntas previamente vistas en la encuesta de Google Forms: compañía en el viaje, medio de transporte, combinación con París, alojamiento, media de días invertidos en el viaje y por último cuestiones relacionadas con el dinero invertido en el viaje.

En la siguiente tabla, se presenta la ficha técnica de las entrevistadas.

Nombre	Rosa	Lorena	María	Elba
Profesión	Agente de viajes	Agente de viajes	Agente de viajes	Comercial
Nombre agencia	Viajes Vial	Mil Tentaciones	<i>Anónima</i>	Leplan
Años de experiencia	Más de 30 en el sector. 7 en su propia agencia	Mas de 25 años en el sector de agencias de viajes.	25 años en distintos departamentos. Últimos 15, vacacional	16 años en el sector de viajes
Tipo de agencia	Minorista	Minorista	Minorista	Mayorista
Duración entrevista	11 min 15 seg	16 min 10 seg	23 min 05 seg	12 min 04 seg
Fecha entrevista	3/6/21	7/6/2021	7/6/2021	8/6/2021

Tabla 2. Ficha técnica entrevistadas.

Fuente: elaboración propia.

La muestra para las entrevistas se consiguió a través de contactos directos y por bola de nieve, siendo seleccionadas por su experiencia en el sector, ya que el conocimiento que tienen tanto del parque como de los hoteles, es muy amplio. De las 4 entrevistas, 3 de ellas fueron realizadas vía telefónica evitando así desplazamientos y contacto. Se comunicó, también, que el tiempo estimado sería de entre 15 y 20 minutos.

4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante el siguiente apartado, se explicaran los resultados obtenidos a partir de la investigación, tanto cuantitativa con la realización de encuestas al público en general, como cualitativa, con las entrevistas a personal especializado del sector de las agencias de viajes.

4.1 RESULTADOS ENCUESTAS

Tras las 3 primeras preguntas planteadas para conocer el perfil del encuestado, previamente explicadas en la metodología, se realizaba la pregunta filtro: ¿Ha visitado Disneyland Paris en alguna ocasión?. A lo que el 44% respondió que no, siendo estas 162 personas.

En caso de no haber visitado Disneyland Paris, se preguntaba el porqué y se invitaba a finalizar el cuestionario ya que finalidad de este es conocer el perfil del turista que sí ha visitado el parque. Para dar una respuesta a por qué no se había visitado el parque, se daban varias opciones a elegir así como opción de “otros”, siendo esta una pregunta categorizada con apertura, en las que se podían seleccionar varias de ellas y las mas seleccionadas fueron: “No he encontrado la ocasión pero sí me gustaría ir” con un recuento de 77 personas, seguida de “Disneyland no me atrae como destino turístico” con 60 y “Es un destino muy caro” con 50.

Las otras 206 personas respondieron que sí habían visitado el parque, suponiendo el 56% de la población encuestada.

La primera pregunta que se realizaba en caso de haber ido, era con quien había visitado el parque.



Gráfico 1. Acompañantes en el parque

Fuente: Elaboración propia.

El 80%, 165 personas, contestaron que habían visitado el parque en familia siendo este un destino muy familiar ya que ofrece servicios y atracciones orientados a todo tipo de edades, 14 y 11 personas lo visitaron con amigos y en pareja respectivamente y en cuanto al 8% que

seleccionó “otro”, escribió que lo había visitado en excursiones escolares, durante el colegio o instituto, o con una combinación de las respuestas anteriores, con amigos y familia por ejemplo.

La siguiente cuestión que se planteaba hacía referencia al modo de transporte que utilizaron para llegar.

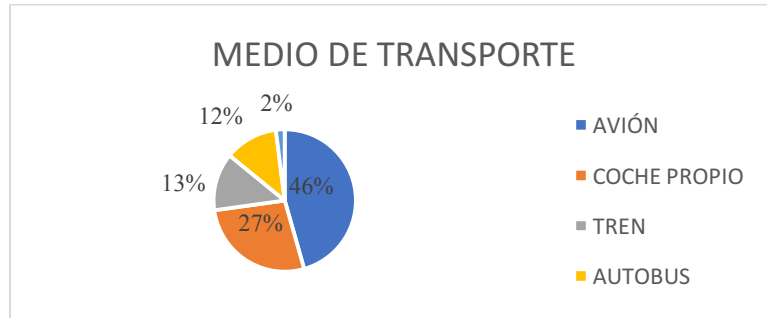


Gráfico 2. Medio de transporte al parque.

Fuente: Elaboración propia

Como vemos en el gráfico superior, el 46% de los encuestados confirman que llegaron en avión, seguramente combinándolo con algún otro tipo de medio de transporte para llegar hasta el parque ya que el aeropuerto más cercano se encuentra a 33km de distancia. El 27% llegó en coche propio hasta el parque ya que como algunas personas comentaron, les daba mayor libertad para moverse además de tener parking gratuito en las instalaciones del parque. El 13% y 12% llegaron en tren y autobús, respectivamente, y en cuanto al 2% que seleccionó “otro” como opción, comentó que habían llegado en taxi o con una combinación de las opciones anteriores.

La tercera pregunta del cuestionario hacía referencia al modo de preparación del viaje.

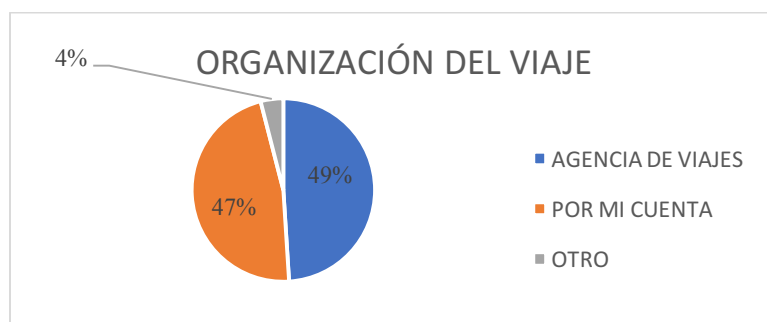


Gráfico 3. Organización del viaje.

Fuente: Elaboración propia.

Un total de 100 personas, organizaron su viaje a través de una agencia de viajes, planteando muy poca diferencia en los resultados con las personas que lo habían organizado

por su cuenta, siendo estas 98. Hace unos años era mucho mas común organizar los viajes a través de agencias de viajes ya que no había tanto acceso a la información como hoy en día a través de internet, consultando la propia página web del parque, así como de aerolíneas u hoteles. La población que eligió la ultima opción, escribió que no lo habían organizado ellos, si no su familia o a través del instituto, por lo que no sabían con exactitud como había sido organizado.

Respecto a la estancia, se proyectaban las dos siguientes preguntas, que hacían referencia al tipo de hotel en el que se habían alojado y al numero de noches que había abarcado su viaje. En el caso de la primera, más de la mitad de la población indicaba que en su visita al parque había optado por alojarse en uno de los hoteles Disney, que pese al precio más elevado, presentan una gran cantidad de beneficios para el turista. En el caso de la segunda pregunta en relación a la estancia, se puede apreciar que la media de noches por estancia en el parque es de entre 3 y 4 noches, siendo esta opción elegida por casi la mitad de los encuestados. Respecto a la otra mitad de respuestas, esta muy repartido entre las otras opciones, en función del tipo de viaje: familiar, escolar, etc.

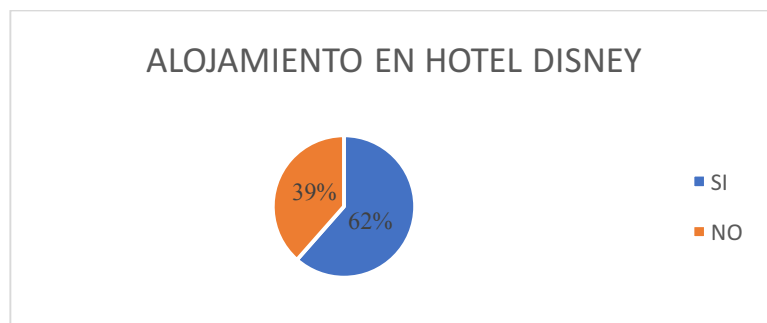


Gráfico 4. Alojamiento en Disney.

Fuente: Elaboración propia.

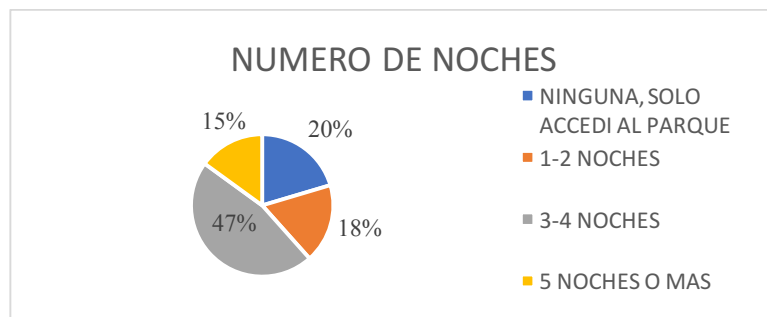


Gráfico 5. Número de noches de estancia.

Fuente: Elaboración propia.

La última pregunta que se planteaba en el cuestionario, servía para responder a uno de los principales objetivos de la investigación que era saber si en el viaje a Disneyland, se combinaba con la visita a la ciudad de París. Como se puede apreciar en el gráfico situado en la parte inferior, la respuesta es más que concluyente, confirmando que más del 80% de los encuestados si habían combinado el viaje con la capital francesa, coincidiendo con los estudios vistos anteriormente, en el apartado del perfil del turista español. Siendo pocas las respuestas recibidas a la opción de no visitar París durante el viaje, se hizo un estudio mas exhaustivo de cada una de las respuestas intentando encontrar una opción común a todas ellas, ya sea por días de estancia, acompañantes en el viaje, etc. pero no se consiguió ya que las respuestas eran muy diversas.

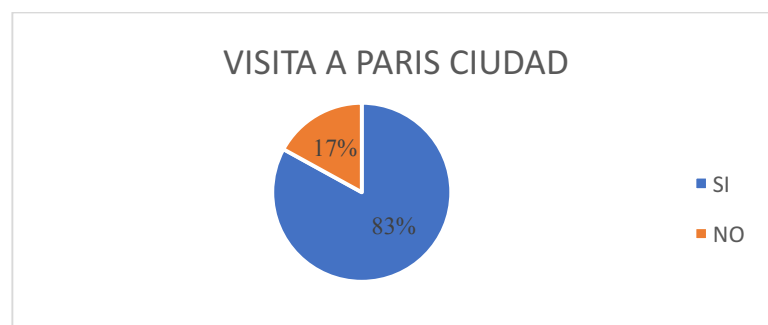


Gráfico 6. Visita a París.

Fuente: Elaboración propia.

4.2 RESULTADO ENTREVISTAS

Tras realizar las entrevistas y analizar las respuestas, se ha llegado a algunas conclusiones que responden a los objetivos planteados para conocer el perfil del cliente que visita Disneyland Paris. Se debe tener en cuenta, que el perfil del turista que se analiza a continuación, es aquel que organiza su viaje a través de una agencia de viaje.

1. Conocer el tipo de acompañante o grupo que visita el parque.

Todas las encuestadas están de acuerdo en que, aunque el tipo de turista que visita el parque es muy variado (en pareja, grupo de amigos, etc.), son las familias las que organizan su viaje a través de una agencia de viaje:

“...los que vienen a la agencia de viajes, fundamentalmente son en un 80-85% familias...” (E-3 línea 19).

Normalmente, estas familias están compuestas por 2 adultos y 2 niños y utilizan el viaje como forma de premiar a uno de los hijos, por finalizar el colegio o hacer la comunión en la mayoría de los casos. Algunos de los comentarios de las entrevistadas fueron que en ciertas ocasiones, opinan que los niños son demasiado pequeños:

“...a veces, demasiado pequeños para lo grande que es el parque...” (E-2 línea 15).

o que son varias las familias de características similares en cuanto a edades de los niños, las que se juntan para realizar el viaje. Aunque este prototipo de familia sea el más común para organizar su viaje con agencia, no quiere decir que sea el único tipo de viajero ya que Disney es tanto para mayores como para pequeños:

“...para ir a Disney la excusa es el niño...” (E-4 línea 21).

Además, varias entrevistadas coincidían en que este tipo de producto es bastante complejo para comprarlo de forma individual, por lo que es uno de los más solicitados por agencias de viajes:

“...yo creo que es uno de los productos que más se vende a través de agencia de viajes...” (E-4 línea 28), *“...Es un destino que o lo llevas organizado o la mitad de las cosas no las vas a ver...”* (E-2 línea 101).

2. Averiguar el medio de transporte para llegar hasta Disneyland Paris.

Para responder a esta pregunta, todas las entrevistadas coincidían en que el método más utilizado para llegar al parque es el avión, sobre todo desde que se inició el vuelo Zaragoza

– Beauvais, pero hay que tener en cuenta que desde este aeropuerto no hay traslado directo al parque. En cambio, desde los aeropuertos de Orly y Charles de Gaulle, si hay un traslado que lleva directo a la zona del parque y hoteles de la zona. En caso de que los clientes lleguen al aeropuerto de Beauvais, son las agencias las que contratan un traslado privado, que saldrá mas caro:

“...si van directos al parque les solemos coger un traslado...” (E-1 línea 39).

por lo que varias de las entrevistadas comentaron que ellas recomendaban viajar desde Madrid o Barcelona para tenerlo mas fácil en su llegada a Paris:

“...casi es más cómodo irte a Madrid y coger allí un avión en condiciones...” (E-4 línea 57).

Respecto al viaje en coche propio, son algunos los clientes que optan por este medio de transporte para poder realizar una ruta por Francia y tener más libertad a la hora de moverse, aunque por lo general, el tipo de cliente que viaja en coche propio, es aquel que organiza el viaje por su cuenta. Además, este último suele alojarse en hoteles mas alejados al parque ya que salen más económicos pero siguen pudiendo aparcar el coche en las instalaciones del parque:

“...si lo hace, ellos directamente, a través de la web de Disney, utiliza coche propio para alojarse, a lo mejor no en Disney si no en los alrededores...” (E-2 Línea 22).

3. Conocer si el turista que viaja a Disneyland Paris también visita la ciudad de Paris y media de días invertidos en el viaje, tanto si solo es Disney como si es una combinación.

Las respuestas a esta pregunta tenían muchos puntos en común para las diferentes entrevistadas. Hacían una distinción en el tipo de cliente que visitaba, para especificar la cantidad de días invertidos en visitar el parque y París, en caso de que hicieran un viaje combinado. Las familias con niños muy pequeños, de 2 o 3 años, no suelen visitar París:

“...Si son muy pequeños los niños, la mayoría de las veces no cogen París...” (E-1 línea 45).

pero en cambio si las edades de los niños son mas altas, de 6 y 7 años, destinan un día a visitar la ciudad, pudiendo hacerlo con la visita guiada que sale desde el parque, que a pesar de tener un precio elevado incluye el transporte, el guía y las entradas a los lugares mas importantes de la ciudad, lo cual resulta muy cómodo:

“...familias con niños pequeños que van a pasar el día o con niños un poco medianos que van a pasar el día...” (E-3 línea 75).

Si las edades de los niños están en torno a los 10 años, es más común que el viaje sea combinado con estancias en ambos lugares. En caso de que sea una pareja sin niños quien realiza el viaje, suelen alojarse más noches en París, con un día de visita al parque, o como máximo, invirtiendo una noche de alojamiento en Disney.

Respecto a la media de días que se destinan en este tipo de viajes, todas las entrevistadas coincidían en que lo más común es hacer 3 noches y 4 días de parque, siendo ellas mismas las que aconsejaban a los clientes no alojarse más de 3 noches:

“...4 días 3 noches si los horarios de los vuelos son un poco buenos, se aprovechan...” (E-3 línea 136).

En caso de que se quisiera hacer una combinación con París, este viaje suele durar una semana, asignando entre 2 y 3 noches en París y entre 3 y 4 en Disney, intentando que los días de parque sean entre domingo y jueves ya que es cuando la afluencia es menor. No obstante, y aún teniendo en cuenta las diversas posibilidades para combinar ambos destinos, son la gran mayoría de turistas los que integran la visita a la capital francesa en su viaje:

“...a lo mejor un 80% va a París y un 20% no va a París...” (E-1 línea 87).

4. Saber el tipo de alojamiento seleccionado para la estancia.

El cliente que visita Disney, quiere una experiencia completa, desde que empieza hasta que termina su viaje por lo que la gran mayoría de los clientes, se aloja en uno de los 7 hoteles pertenecientes al parque. Estos hoteles tienen ciertas ventajas como: la proximidad al parque, ya que además de tener autobuses directos, están suficientemente cerca como para poder acceder a pie; las horas mágicas, en las que los clientes alojados pueden acceder al parque una hora y media antes de su apertura; y que son hoteles tematizados:

“...un 99%, dentro del parque, en uno de los 7 que pertenecen...” (E-1 línea 68)

“...el 80% se van, aunque saben que es más caro se van...” (E-3 línea 115)

“...los clientes quieren una experiencia Disney desde que entran hasta que salen y esa la tienen en los hoteles del parque...” (E-3 línea 108).

Dependiendo del poder adquisitivo del cliente, se proponen unos hoteles u otros, pero la mayoría prefiere alojarse en el parque aunque sea en el hotel mas barato, siendo este el *Santa Fe*.

Los clientes que se alojan en hoteles fuera del parque suele ser por motivos como que su objetivo principal no es visitar Disney, que realiza su viaje en coche y prefiere alojarse fuera porque resulta más económico o en caso de familias muy numerosas, las cuales necesitan habitaciones conectadas, por lo cual son redirigidos a hoteles asociados, mejor preparados para este tipo de familias.

La entrevistada 2 incluyó que, por lo general, la gente que se aloja en hoteles fuera del parque es por temas económicos o porque su destino principal no es Disney: *"...luego está el que va a París, si alguien busca algo más económico que estar alojado en Disney..."* *"...y hay gente pues eso, que va a ver parques y entonces tienes: dos días me subo a Disneyland, un día me voy al parque de Astérix, pues otro día a Futuroscope..."*.

5. Conocer el dinero invertido en el viaje aproximadamente.

Las respuestas obtenidas a esta pregunta tenían un punto en común y es que resulta muy complicado dar una respuesta acertada ya que los precios son muy dinámicos y varían en gran medida respecto a las fechas, tanto las fechas elegidas para el viaje como la antelación con la que se prepara el mismo:

"...todo son tarifas dinámicas..." *"...puedes tener un paréntesis de precios de 400 euros perfectamente, más luego Disney, porque Disney tiene unas promociones"* (E-2 línea 111).

El parque Disney no presenta estacionalidad ya que recibe turistas todo el año, pero dependiendo de la fecha puede variar mucho el precio. Durante la *Semana Mágica*, que en cada país es distinta y concretamente en España es durante los meses de marzo y noviembre se pueden encontrar los mejores precios. Por el contrario, los precios mas elevados los encontramos en los meses de verano y en fechas señaladas como Halloween, puente de mayo o Navidad. Durante estas fechas, únicamente la estancia en el hotel y las entradas al parque podrían llegar a los 1.900€ para una familia de dos adultos y dos niños. Con el mismo número de integrantes y pensión completa en un hotel de categoría media pero durante una temporada media como podría ser junio, se podrían encontrar las 3 noches por unos 1.300€, vuelos aparte.

"...Una familia de 4 por ejemplo, pues dependiendo de los hoteles, entre 2000-3000 euros fijo..." (E-4 línea 121)

“...donde aquí son 1.300 en el de 3 estrellas, te puede llegar a costar 1.600-1.700 solo el hotel...” (E-3 línea 181).

Los precios son muy dinámicos, siendo además un destino turístico que tiene muchas formas de planificarlo en cuanto al presupuesto del que se disponga: distintas categorías hoteleras, regímenes alimenticios a elegir, restaurantes de precios muy variados e incluso la posibilidad de llegar en coche, que aunque tendría gastos tales como gasolina o peajes, sale mucho mas económico como ya se ha mencionado anteriormente.

Una vez finalizadas las preguntas planteadas en el guion, se les pregunto si había algo que quisieran aportar y algunos comentarios fueron bastante similares:

“...el cliente Disney normalmente viene 100% satisfecho. Es valor seguro...” (E-2 línea 137)

“...la gente queda muy muy satisfecha, muy satisfecha porque es un producto de muy alta calidad...” (E- 3 línea 196)

“...saben que en pocos días es mucho, pero también es verdad que lo llevan todo...” (E-3 línea 203)

“...es un destino del que no tienes apenas reclamaciones...” (E-4 línea 134)

“...con todo el tema que ha pasado del Covid, son hoteles, que bueno tanto el parque como hotel, tienen muchas medidas de seguridad...” (E-4 línea 136).

5 TURISMO EN DISNEYLAND PARIS

La región EMEA (Europa, Oriente Medio y África) alcanzó los 62,5 millones de visitantes en los 20 principales parques de atracciones en el año 2017, suponiendo una subida del 3,4% respecto al año anterior. En el ranking por instalaciones, el primer puesto fue para Disneyland Paris con 9,6 millones de visitantes, quedando en tercer lugar Walt Disney Studios con 5,2 millones.

En el año 2017 se cumplieron 25 años desde la apertura del parque y durante ese tiempo, se ha recibido la visita de más de 320 millones de personas, convirtiéndose en el primer destino turístico de Europa. Durante esos 25 años del parque se han creado más de 56.000 empleos directos e indirectos en Francia y ha contribuido con más de 68.000 millones de euros a la economía nacional francesa, generando a lo largo de su historia el 6,2% de los ingresos por turismo de Francia (H. Gutiérrez, 2017).

En ese mismo año, Disneyland Paris, la ciudad de París y la región Île-de-France, se unieron para crear una campaña de promoción conjunta con el lema "Paris is waiting for you", intentando así incrementar la llegada de visitantes, ya que se había visto muy afectada por los atentados de 2015. "La atracción de París y su región contribuyen al éxito de Disneyland París y Disneyland París desempeña un papel en el atractivo de la Île -de-France para los turistas" confirmaban desde el parque, añadiendo que más del 50% de los visitantes alojados en las instalaciones del parque, visitan también la capital francesa (C. Porras Núñez, 2017).

Dado el alto número de visitas que recibía el parque cada año, en 2018, la compañía anunció que se iba a realizar una ampliación por valor de 2.000 millones de euros, que aumentaría considerablemente el tamaño del Parque Walt Disney Studios con 3 nuevas zonas tematizadas. Con esto se pretendía ampliar una zona del parque destinada, por lo general, a un público más adulto para mejorar la experiencia del visitante e impulsar nuevas oportunidades para el turismo de la región, pero debido al Covid-19, todas las reformas se paralizaron y se tuvo que retrasar la apertura de las nuevas zonas (Anónimo, Europa Press Turismo, 2018).

En el mismo año 2018, Disneyland Paris obtuvo más de 15,8 millones de visitas, convirtiéndose en uno de los años de mayor éxito del parque y afianzándose como primer destino turístico de Europa. El mayor porcentaje de turistas del parque lo aporta el propio país, ya que el 44% de los visitantes proviene de Francia, seguido por el mercado británico representado por el 17%. En tercer lugar estaría el mercado ibérico, formado por España y

Portugal, con un 9% del total. Belgas y holandeses suponen un 6% de las visitas cada uno, mientras que un 3% llega de Alemania y otro 2% de Italia (L. Glatron, 2019).

5.1 PERFIL DEL TURISTA ESPAÑOL

Los turistas del sur de Europa prefieren viajar en verano ya que tienen unos horarios distintos que el resto de Europa respecto a sus tareas diarias, principalmente en las comidas, y al ser el día mas largo pueden aprovecharlo en mayor medida. Se suelen quedar mas días en el parque y además, hay un mayor porcentaje de personas que visitan el parque por primera vez. Según Laure Glatron, Subdirectora de Marketing y Ventas para el sur de Europa, en esta zona geográfica la mayor parte de las ventas se hace con paquetes turísticos, especialmente en España, donde el 90% de las ventas es por parte de agencias de viajes, mientras que en Italia es un 50%. Representando un porcentaje tan alto de reservas las realizadas a través de agencias de viajes, el parque Disneyland junto con la mayorista Leplan ofrecen programas de formación a agentes de viajes denominados “Embajadores 4.0” con el objetivo de facilitarles el trabajo, haciendo que conozcan mejor las instalaciones y servicios.

En el año 2012, Federico González, consejero delegado de la compañía, comentaba que la gran mayoría de las ventas de Disney en España eran canalizadas a través de agencias de viajes ya que el consumidor español preferiría tener el consejo de un agente de viajes. Esto es debido a que se trata de un paquete turístico con una gran cantidad de puntos a tener en cuenta: avión, parques, comidas, hoteles, excursiones a Paris, etc.

Menciona también, que para los clientes españoles es mucho mas habitual hacer este tipo de viajes en familia decantándose por la pensión completa ya que cuando visitan el parque quieren tener un paquete completo, haciendo que la contribución del consumidor español sea mas alta que la de otros mercados.

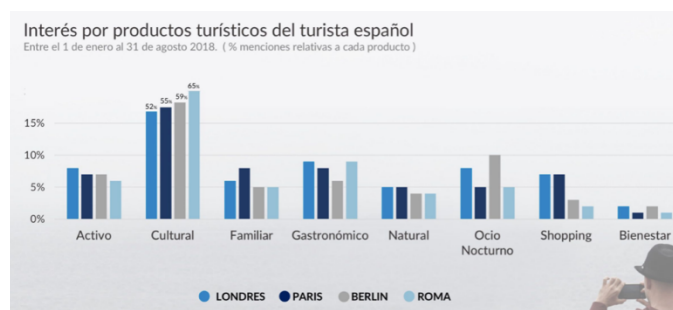


Ilustración 4. Interés por productos turísticos del turista español

Fuente: Smart Travel.

La imagen superior hace referencia a un estudio realizado por Mabrian Technologies sobre el perfil del turista español que viaja a alguna de las cuatro principales capitales turísticas de Europa. Como se puede apreciar en el gráfico, en cuanto al interés por un viaje gastronómico o cultural, la elegida por los turistas españoles es Roma. Si la motivación es el ocio nocturno, el principal destino es Berlín siendo Londres la seleccionada para viajes relacionados con compras o con turismo activo. La elección por Paris, se ve influenciada por el deseo de realizar un viaje en familia, seguramente motivada por la visita del parque Disney. En este mismo estudio, se analizaba también a media de edad del usuario que visitaba estas ciudades y la del turista que visita Paris era comparativamente menor al del resto de destinos, siendo el 66,5% de los turistas menores de 35 años.

Tal es el numero de turistas españoles que recibe Disneyland Paris, que en el año 2017 la compañía facilitó el viaje para familias pactando ocho vuelos directos al día desde Madrid y diez desde Barcelona a los dos aeropuertos principales de Paris, Orly y Charles de Gaulle, con las compañías aéreas de Iberia y Vueling. Además de aumentar la frecuencia en los vuelos, las familias que viajen desde estas ciudades cuentan con otras ventajas como mostradores especiales para facturación, embarque prioritario y detalles a bordo para los niños entre otras.

De acuerdo con la investigación primaria realizada y explicada previamente, se podrían confirmar los datos obtenidos de fuentes secundarias explicadas en la parte superior tales como: que la motivación por realizar un viaje familiar, lleva a buscar un destino que proponga diversos tipos de actividades para todos los miembros del grupo que viaja; que tratándose de un paquete turístico complejo, los turistas españoles prefieren organizarlo a través de agencias de viajes.

6 CONCLUSIONES

Tras haber explicado los resultados obtenidos de la investigación, se procede a redactar las conclusiones finales en relación con la literatura académica revisada y la metodología utilizada para la consecución de los objetivos.

Los parques temáticos son una evolución de los parques de atracciones tradicionales pero que gracias a una serie de características, entre las que cabe destacar la homogeneidad, permiten que el turista se sienta fuera de su entorno habitual, creando un mundo nuevo en el que poder divertirse con sus familiares y amigos.

Disneyland Paris es el parque con mayor número de visitas de Europa ya que además de tener una gran cantidad de atracciones y espectáculos, se ha instaurado como un producto turístico completo. España se ha situado en el tercer puesto en cuanto al país que más número de turistas envía al parque.

La población española que quiere viajar al parque, lo hace la mayor parte de las veces aconsejados por una agencia de viajes, ya que este tipo de producto turístico es muy complejo debido al gran número de detalles a tener en cuenta: hotel, transporte, entradas al parque, regímenes alimenticios, etc. Es un destino creado y visitado por todo tipo de públicos y acompañantes, pero el mayor número de turistas planifica este viaje en familia, normalmente con niños pequeños.

El perfil del turista español, el cual se había planteado averiguar como objetivo principal de la investigación, se podría englobar en familias con niños pequeños, que deciden ir en avión y sin ningún tipo de duda alojarse en los hoteles del parque. Dependiendo del poder adquisitivo del cliente, se eligen unos hoteles de mayor calidad u otros, pero siempre dentro del parque. La decisión de combinar este viaje con visitar la ciudad de París esta muy influenciada por el tipo de grupo o familia que realice el viaje. En muchas ocasiones, si los niños son muy pequeños, no visitan París y se centran únicamente en el parque. En caso de que los niños sean de mediana edad, la media de días entorno a los que se organiza el viaje suele ser 3 noches en Disneyland y 2 o 3 en París. Por otro lado, si quien organiza el viaje son solo adultos, el peso se suele poner mas en París, realizando una noche en Disney o incluso comprando una sola entrada de día.

París se ha visto totalmente beneficiada de las altas cifras de turistas que ha recibido el parque desde su apertura ya que el 6,2% de los ingresos nacionales de Francia son gracias a la compañía, además de los 56.000 empleos que ha creado. Tal es el beneficio que aporta que se creó una campaña conjunta para atraer a más visitantes y realizar un viaje combinado.

7 LIMITACIONES Y FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACION

La principal limitación del trabajo se encuentra en la muestra utilizada tanto en la investigación cualitativa como cuantitativa. En la tamaño de la muestra de las encuestas realizadas vía Google Forms era suficiente para obtener variedad de resultados pero no pueden ser extrapolados a toda la población española. De la misma forma, tener la posibilidad de realizar entrevistas a agentes de viajes y comerciales de otras zonas geográficas de España, daría una visión mucho mas general del turista español, ya que las entrevistadas pertenecían todas a Zaragoza y limitaba mucho los resultados. En caso de disponer de dichas entrevistas, esto permitiría conocer, entre otras cosas, cuales son los medios de transporte utilizados para llegar a Disneyland Paris desde otros puntos geográficos.

En ambas líneas futuras de investigación se necesitaría contar con una muestra representativa en función del territorio sobre el cual se vaya a realizar, de esta forma se podrían obtener datos a nivel territorial y así poder extrapolarlos a nivel nacional.

Durante las entrevistas, se comentaron algunos puntos de interés que no se habían tenido en cuenta durante la investigación y que podrían plantearse igualmente como futuras líneas de investigación. Uno de estos puntos es sobre la Semana Mágica, en la que los precios son mucho mas económicos y dependiendo del país es en épocas distintas del año; estudiar en base a qué cambian esas fechas dependiendo del país y si, por ejemplo, sería posible desde España, contratar un viaje con una agencia de viajes extranjera para aprovecharse de esos descuentos.

Otro de los punto que podría tratarse seria estudiar que se podría mejorar para incrementar el numero de turistas españoles en el parque. Durante la entrevista nº 3, se comentó que hace unos años los clientes españoles que volvían del parque, solo tenían una queja: la comida. Disneyland se dio cuenta y lo cambió para satisfacer a los clientes. Una futura línea de investigación podría ser estudiar qué necesitan los turistas que no van al parque, independientemente de los precios, que les llevara a organizar su viaje.

8 BIBLIOGRAFIA

Abell, B. (2020, 1 julio). *Former Disney exec shares why Disneyland Paris was built*. Inside the Magic. Recuperado el 27 de Abril de 2021, de <https://insidethemagic.net/2019/09/michael-eisner-disneyland-paris-ba1/>

BBC News Mundo. (2011, 18 julio). *El día negro de Disneylandia*. Recuperado el 26 de Abril de 2021, de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/07/110716_dia_negro_disneylandia_cr

Canalis Nieto, X. (2012, 17 enero). *Disneyland París: el mercado español ya supone el 10%*. Hosteltur. Recuperado el 5 de Junio de 2021, de https://www.hosteltur.com/158060_disneyland-paris-mercado-espanol-ya-supone-10.html

Cases, P. G. M. (1985, 19 diciembre). *Disney prefiere las afueras de París a España para instalar su parque europeo*. El País. Recuperado el 26 de Abril de 2021 de, https://elpais.com/diario/1985/12/19/economia/503794807_850215.html

Díaz, A. (2020, 27 julio). *Ranking de parques de atracciones más visitados de Europa en 2019*. Statista.com. Recuperado el 15 de Junio de 2021 <https://es.statista.com/estadisticas/596013/los-10-parques-de-atracciones-mas-visitados-de-europa/>

Disneyland París - Guía turismo y vacaciones. (s. f.). France-Voyage.com. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://www.france-voyage.com/francia-guia-turismo/disneyland-paris-1484.htm>

Disneyland París se consolida como primer destino europeo con 320 millones de turistas desde 1992. (2012, 17 enero). Agenttravel.es. Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de

https://agenttravel.es/noticia-033608_Disneyland-Paris-se-consolida-como-primer-destino-europeo-con-320-millones-de-turistas-desde-1992.html

Europa Press Turismo. (2018, febrero 27). *Disney destinará 2.000 millones a un ambicioso plan de ampliación para Disneyland Paris*. Europapress.es. Recuperado el 15 de Junio de 2021, de <https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-disney-destinara-2000-millones-ambicioso-plan-ampliacion-disneyland-paris-20180227161321.html>

Europa Press Turismo. (2018, 3 junio). *244 millones de visitantes disfrutaron de los principales parques temáticos del mundo en 2017*. Europapress.es. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-244-millones-visitantes-disfrutaron-principales-parques-tematicos-mundo-2017-20180603105953.html>

Gutiérrez, H. (2017, 25 febrero). *Disney y París festejan juntos el 25 aniversario del parque*. EL PAÍS. Recuperado el 28 de Abril de 2021, de https://elpais.com/economia/2017/02/24/actualidad/1487965387_847922.html

History.com Editors. (2020, 15 julio). *Disneyland opens*. HISTORY. Recuperado el 26 de Abril de 2021, de <https://www.history.com/this-day-in-history/disneyland-opens>

Hoteles Disneyland París. Oficiales Disney y asociados. (s. f.). MonParigo.com. Recuperado 26 de Abril de 2021, de <https://monparigo.com/disneyland-paris/hoteles#lanzadera>

Loverseed, H. (1994). *Theme Parks in North America* (Vol. 5). (T. a. Analyst, Ed.). Recuperado el 19 de Junio de 2021.

Martínez Zorita, R. (2013). *Análisis comparativo de la actividad turística generada por los parques temáticos*. Recuperado el 19 de Junio de 2021.

Munukos. (2021, 20 mayo). *Parques Disney: ¿cuántos hay y cuáles son las diferencias?*

Recuperado el 27 de Abril de 2021, de

[https://www.mundukos.com/guias/disney/parques-disney-cuantos-hay-y-cuales-son-las-diferencias/#:%7E:text=Existen%2014%20parques%20Disney%20en,Studios\)%20y%202%20parques%20acu%C3%A1ticos](https://www.mundukos.com/guias/disney/parques-disney-cuantos-hay-y-cuales-son-las-diferencias/#:%7E:text=Existen%2014%20parques%20Disney%20en,Studios)%20y%202%20parques%20acu%C3%A1ticos)

Paris Disney Hotels. (s. f.). Recuperado 26 de Abril de 2021, de

<https://parisdisneyhotels.com/index.html>

Paris Region Key Figures 2019. (2019). Recuperado el 16 de Mayo de 2021, de

https://www.chooseparisregion.org/sites/default/files/pdf/About%20us/Publications/Paris_region_key_figures_2019_hd.pdf

Puertas, C. A. M. *Los parques temáticos como estrategia de producto*. Recuperado el 19 de Junio de 2021.

Redacción Smart Travel News. (2018, 22 noviembre). *Informe: así es el perfil del turista español que viaja por Europa*. Smart Travel News. Recuperado el 5 de junio, de

<https://www.smarttravel.news/informe-asi-perfil-del-turista-espanol-viaja-europa/>

Rumbo a Disneyland Paris. (s. f.). Recuperado el 27 de abril de 2021, de

<https://www.rumboadisneylandparis.com/>

Secall, R. E. (2001). Nuevo segmento emergente de turismo: los parques temáticos. *Cuadernos de turismo*, (7), 35-54. Recuperado el 19 de Junio de 2021.

Treceño, B. (2017, 1 abril). *Disneyland, ciudad de vacaciones*. ELMUNDO. Recuperado el 31 de Mayo de 2021 de, <https://www.elmundo.es/economia/2017/04/01/58d543c0e2704e694d8b458b.html#:~:text=Desde%20su%20apertura%20en%201992,euros%20a%20la%20econom%C3%ADa%20nacional.&text=El%20castillo%20de%20Disneyland%20Par%C3%ADs%20Oemblema%20tur%C3%ADstico%20de%20toda%20Francia>

Vargas, A. (2013, 6 julio). *Disneyland París se ha convertido en el mayor atractivo turístico de la ciudad*. Hosteltur Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de https://www.hosteltur.com/162620_disneyland-paris-se-ha-convertido-mayor-atractivo-turistico-ciudad.html

ANEXO I – MODELO DE ENCUESTA

Turismo en Disneyland Paris

Mi nombre es María Ortiz y estoy realizando mi Trabajo Final de Grado de Turismo sobre el turismo de Disneyland París y sus respuestas me serán de gran ayuda.

Le agradecería que respondiera con la mayor sinceridad posible. Las respuestas serán confidenciales, con fines académicos y totalmente anónimas.

Su ayuda me servirá para llevar a cabo la investigación y no tardará más de 5 minutos en responderlas.

Muchas gracias de antemano.

***Obligatorio**

1. Marque su rango de edad. *

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Más de 65

2. Marque su situación laboral. *

- Estudiante
- En paro
- Funcionario/a
- Por cuenta ajena
- Autónomo o por cuenta propia
- Otro: _____

3. Marque la opción que se corresponda con el total de sus ingresos brutos mensuales. *

- De 0€ a 500€
- De 501€ a 1.000€
- De 1.001€ a 1.500€
- De 1.501€ a 2.000€
- Más de 2.000€

4. ¿Ha visitado Disneyland Paris en alguna ocasión? *

- Sí
- No

En caso de que su respuesta anterior haya sido "No" dirijase a la pregunta 5 y una vez respondida, puede finalizar el cuestionario. En caso de que su respuesta anterior haya sido "Sí" dirijase a la pregunta 6 para continuar.

5. Seleccione con qué frase o frases se siente más identificado. Puede seleccionar más de una.

- Disneyland no me atrae como destino turístico y prefiero ir a otro sitio
- Es un destino muy caro
- Es un destino infantil
- No tengo buenas referencias de Disneyland Paris
- No he encontrado la ocasión pero sí me gustaría ir
- Otro: _____

6. ¿Con quién visitó Disneyland Paris?

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos
- Otro: _____

7. ¿Cómo llegó hasta Disneyland Paris?

- Coche propio
- Autobús
- Avión
- Tren
- Otro: _____

8. ¿Cómo organizó su viaje a Disneyland Paris?

- Agencia de viajes
- Por mi cuenta
- Otro: _____

9. ¿Se alojó en alguno de los hoteles pertenecientes a Disneyland Paris?

- Si
- No

10. ¿Cuántas noches pasó en su visita?

- Ninguna, solo accedí al parque un día
- 1 o 2 noches
- 3 o 4 noches
- 5 noches o más

11. ¿Combinó su viaje a Disneyland visitando también la ciudad de París?

- Si
- No

Muchas gracias por su participación y tiempo invertido. Si pudiera compartirla con su entorno cercano me ayudaría a obtener mayores respuestas y con ello afianzar más los resultados.

Si desea conocer los resultados de la investigación, puede indicarme una dirección de correo electrónico para ponerme en contacto con usted. Muchas gracias.

Tu respuesta _____

ANEXO II – GUIÓN ENTREVISTA

Desde la universidad de Zaragoza, más concretamente desde la Facultad de Turismo, estoy llevando a cabo una investigación acerca del perfil del turista español que acude a Disneyland Paris. El objetivo es analizar cómo viajan, cual es el presupuesto que tienen inicialmente y las formas más comunes para realizar su viaje (tanto de transporte, como de compañía, etc.).

Por ello y dada su experiencia en el sector de las agencias de viajes, me gustaría contar con su colaboración para responder algunas preguntas.

Todas las respuestas y opiniones obtenidas serán tratadas con la máxima confidencialidad, utilizándose de manera anónima para obtener resultados de la investigación. Toda la información obtenida se utilizará exclusivamente con fines académicos.

Parte I: Identificación

Presentación propia y del encuestado.

En caso de no querer decir su nombre personal o de la empresa para la que trabaja, se pasaría a la siguiente parte ya que esta información no es totalmente relevante para la investigación.

En caso de dar información personal: nombre, empresa, años de experiencia, cualquier otra cosa que el encuestado crea que pueda ser relevante o de ayuda.

Parte II : Preguntas

Si en cualquiera de las preguntas, cree oportuno añadir cualquier tipo de información que usted crea relevante al tema del que estamos hablando, siéntase libre para hacerlo.

Compañía en el viaje ¿cree que podría clasificar al turista español que visita Disneyland Paris en un solo tipo? (familias, parejas, amigos...) ¿Cómo lo clasificaría?

Transporte. ¿Cuál es el método más utilizado para llegar hasta el parque? ¿Qué combinación de viaje en cuanto a transporte suele ser la más utilizada según quien viaja (familias, amigos, estudiantes...)? (Por ejemplo: en coche directo, avión a París y luego tren hasta el parque, en autobús hasta París, etc.).

Combinación con París. En qué medida, cree que los clientes que visitan Disney, visitan también la ciudad de París? Por ejemplo, una pareja joven y una familia con niños, ¿invierten el

mismo tiempo en el parque que visitando la ciudad? ¿Dónde es más común que se alojen?
¿Cuántos días en cada sitio?.

Alojamiento. Cree que los turistas prefieren alojarse en los hoteles Disney (los 7 pertenecientes al parque) u optan por alojarse en alguno de los asociados, incluso fuera de ellos? ¿A qué se debe?.

Media de días que se alojan en el parque, si solo visitan el parque, y cuantos días lo visitan en caso de combinación con París (por ejemplo: 3 días en el parque y 2 en París o 4 días en el parque porque no visitan París).

Economía. ¿Cuál es la media que se suelen gastar por persona y día aproximadamente?
¿Crees que se eligen unos hoteles u otros en función principalmente de la economía, para ahorrar? En caso de que no lo creas, ¿en qué crees que se basa esa elección? ¿Cuál es la media de dinero que se invierte según el tipo de viajero (familias, parejas, amigos...)?.

Las preguntas relevantes están planteadas, si cree conveniente añadir algo para finalizar, estaré totalmente agradecida.

Muchas gracias.

ANEXO III – TRANSCRIPCIONES ENTREVISTAS

Transcripción entrevista 1

1 **María:** Bueno me presento yo primero. Mi nombre es María Ortiz y estoy realizando una
2 entrevista para la Escuela de Turismo de Zaragoza para realizar mi Trabajo Fin de Grado sobre
3 el tipo de turista que acude a Disneyland París. Contando con tu ayuda, si no te importa que te
4 tutee, como sector de agencias de viajes, me gustaría primero que te presentaras un poquito.
5 Si quieres dar tu nombre estupendo y si quieres mantenerte en el anonimato pues también es
6 una buena opción.

7 **Rosa:** Me presento, yo soy Rosa, llevo con mi compañera Conchi como unos 30 años casi las
8 dos juntas trabajando en el sector de agencias de viajes. Primero trabajamos como asalariadas
9 y hace 7 años montamos nuestra propia oficina. Por supuesto me puedes tutear.

10 **María:** Vale estupendo. Es una agencia de viajes minorista entonces no?

11 **Rosa:** Exacto.

12 **María:** Si no añades nada más, comenzamos con la entrevista en sí. Lo primero sería si tú como
13 trabajadora de agencias de viajes, crees que podrías clasificar en un solo tipo a los turistas que
14 van a Disneyland Paris.

15 **Rosa:** Pues casi sí: familia o matrimonio joven, mediana edad, con dos niños o uno, pero
16 bueno, casi predominan los dos. El primero ha hecho la comunión o va a hacerla y el segundo
17 es un poquito más pequeño o es un poco más mayor si no lo han llevado todavía pero vamos,
18 más o menos, es ese, una familia de 4 personas, el matrimonio con los dos niños, ese es el
19 prototipo más...

20 **María:** más común?

21 **Rosa:** Exacto, y luego ya pasamos a matrimonio con un niño.

22 **María:** En general, las familias no?

23 **Rosa:** Si

24 **María:** Y en cuanto al medio de transporte para llegar al parque, cuál crees que es la
25 combinación más usada?

26 **Rosa:** Nosotras, al estar en Zaragoza, el año pasado evidentemente no se vendió nada y todos
27 los anteriores, desde que está el vuelo de Ryanair desde aquí desde Zaragoza, pues es la
28 opción más utilizada. Hay gente que pues dependiendo del tema horarios, prefiere Madrid o
29 Barcelona, Madrid generalmente más, pero en tiempos cuando estaba el tren nocturno,
30 también se utilizó mucho. La verdad es que tren muy poco muy poco. La mayoría es todo avión
31 y también hay gente que utiliza la ruta en coche propio y que por el camino van visitando otras
32 cosas.

33 **María:** Esto me hablas en caso de las familias, en caso por ejemplo de las parejas jóvenes o
34 amigos, estudiantes, crees que es algún otro tipo de transporte que se utiliza más?

35 **Rosa:** Si vendemos a alguna pareja joven que van sin niños, pues la verdad que también
36 Ryanair.

37 **María:** Y luego, una vez que llegan allí al aeropuerto de París, hasta lo que es el parque como
38 llegan?

39 **Rosa:** Pues depende, si van directos al parque les solemos coger un traslado o bien los mismos
40 traslados que tiene el parque, en el caso de vuelo de Zaragoza que el avión llega a Beauvais,
41 que no llega al aeropuerto que tiene traslado Disney, pues ya tenemos que coger.
42 Normalmente cogemos un traslado privado

43 **María:** Genial, esto nos da pie a la siguiente pregunta. Es un poco en relación a la combinación
44 con visitar París. En general, familia con dos niños, visitan también París?

45 **Rosa:** Si son muy pequeños los niños, la mayoría de las veces no cogen París. A lo mejor si
46 tienes menos de 7 años. Pero lo normal es hacer una noche en el parque y por lo menos, coger
47 dos en París.

48 **María:** Eso suele ser lo común entonces no?

49 **Rosa:** Si, unas 3 noches alojados en el parque y 2 noches o 3 noches alojados en París,
50 dependiendo un poquito de la combinación de los vuelos.

51 **María:** Va en función del medio de transporte entonces?

52 **Rosa:** Si, como el vuelo no es diario, hay que jugar un poco con los días. Hay veces que
53 dependiendo si quieren hacer una noche en París pues a lo mejor la ida van con Ryanair y la
54 vuelta la hacen con otra compañía a Madrid.

55 **María:** Vale. En caso de que no fueran con niños, es decir, una pareja joven sin niños por
56 ejemplo. ¿Se alojan más días en París que en el parque?

57 **Rosa:** Cogen París, si. Mixto, o sea, también la combinación de quedarse en Disney y otros días
58 en París.

59 **María:** ¿Lo único que puede cambiar un poco es la cantidad de días en un sitio y en otro?

60 **Rosa:** No, más o menos lo mismo, lo que pasa que si que es verdad, que para parejas jóvenes
61 muchas veces vendemos 4 o 5 días en París y van un día a Disney. Sin alojamiento en el
62 parque, con la entrada de Disney y les aconsejamos que línea tienen que coger que es Marne-
63 La-Vallée, que es la parada de Disney y hacen solamente París.

64 **María:** Vale. Esto nos da también pie a la siguiente, el tema de los alojamientos. Dentro de los
65 hoteles Disney, que son 7 los que pertenecen al parque, normalmente la gente que va, optan
66 por alojarse en uno de estos 7 hoteles o si se alojan en uno de los que están asociados o
67 incluso si se alojan en alguno de fuera del parque?

68 **Rosa:** Normalmente, un 99%, dentro del parque, en uno de los 7 que pertenecen. Es que la
69 mayoría de estas parejas lo compran como “mira ya que vamos, nos quedamos en el parque”.
70 Si que a lo mejor si van con su propio coche, hay veces que sí que duermen en alguno de los de
71 fuera, pero...casos de que vayan con coche. Normalmente si van en avión, hace muchísimo
72 que nosotras en concreto, no vendemos fuera del parque.

73 **María:** Esto crees que se debe más al medio de transporte o igual un poco más relacionado
74 con el tema de ahorrar dinero? Porque claro, los hoteles de dentro del parque son un poco
75 más caros y los de fuera suelen ser un poquito más baratos.

76 **Rosa:** Si van con el coche, bueno porque es cómodo porque como los que luego los que están
77 asociados, con el coche puedes ir al parque con tu propio coche y tienes parking allí pues
78 bueno, es una opción que es muy cómoda y mucho más barato. Claro, si no van con coche, la
79 mayoría ni se lo plantean, ni te preguntan “oye, y dormir fuera..?” no, la mayoría duermen en
80 el parque. El perfil del cliente nuestro, ya no te puedo decir en otros casos.

81 **María:** Vale. Un poquito la media de días en caso de que por ejemplo se alojen tanto en París
82 como en el parque, estamos hablando de una media de 3 días en el parque-2 en París, algo
83 así?

84 **Rosa:** 3 noches en el parque y 2 noches en París, más o menos. 3 y 3, depende un poquito.

85 **María:** ¿Cuál crees que sería el porcentaje de gente que visita el parque y va a París?

86 **Rosa:** Pues...alto también, no se...pues a lo mejor cuando son parejas que tienen los niños muy
87 pequeños no suelen ir...Pues a lo mejor un 80% va a París y un 20% no va a París.

88 **María:** Vale, por lo general, la gente cuando va, si visita París.

89 **Rosa:** Si, si.

90 **María:** Luego ya la última parte está un poquito más dedicada a la economía. un poco saber la
91 media aproximada por persona y día en un viaje.

92 **Rosa:** Por persona no te se decir, pero a lo mejor es un presupuesto de entre 2000 y 3000
93 euros por familia, jugando con una familia de 2 adultos y 2 niños. Pues unos 3000 euros o así.

94 **María:** ¿Para el caso de 3 noches más o menos?

95 **Rosa:** Si, 3 noches en el parque y 2 en París por ejemplo.

96 **María:** Ah! ¿Todo completo?

97 **Rosa:** Si, si. todo completo. Jugando con hoteles...un Newport..no la alta gama, no el
98 Disneyland Hotel, sabes? Una cosa media.

99 **María:** Si...Eso es un poco a lo que me refería en caso de, independientemente del transporte
100 que usan, aunque vayan con coche que es más cómodo, aun así si se prefieren alojar dentro de
101 los hoteles del parque.

102 **Rosa:** No, si van con coche a muchos de ellos les cogemos fuera. Con el coche, la mayoría de
103 veces se quedan fuera.

104 **María:** ¿Fuera nos referimos a los asociados, verdad?

105 **Rosa:** Si exacto, a los hoteles asociados.

106 **María:** Estupendo. las preguntas que yo tenía planteadas son hasta aquí. No se si querrás
107 darme algún tipo de información que creas conveniente para el estudio que estoy haciendo.

108 **Rosa:** Nomás o menos me has preguntado de todo: precio, como llegan, hoteles...No, la
109 verdad que me has preguntado de todo, de todas formas, si te surge alguna cosita más que
110 necesites saber, me llamas con toda tranquilidad.

111 **María:** Pues entonces hasta aquí la entrevista. Muchas gracias.

112 **Rosa:** Vale, gracias ¡hasta luego!

Transcripción entrevista 2

1 **María:** Buenos días Lorena. Como habíamos comentado estoy haciendo una investigación para
2 la escuela de turismo de Zaragoza sobre los viajes de turismo a Disneyland Paris y me gustaría
3 que primero te presentaras tu un poquito.

4 **Lorena:** Buenos días. Soy Lorena Esteban, trabajo ahora en Mil Tentaciones pero llevo, pues
5 más de 25 años en el sector. He trabajado en agencia minorista, siempre prácticamente
6 excepto al principio un poquito en mayorista, y tanto en grupo pequeño como en grupo
7 grande, eh...Primera línea, luego estuve en Marsans como grupo grande y ahora estoy con mi
8 propia empresa.

9 **María:** Es decir, experiencia suficiente para resolver mis dudas verdad?

10 **Lorena:** Eso, creo que sí, jajaja. He estado varias veces en Disney, siempre como promocional,
11 nos han invitado mayoristas para que conozcamos el destino y sepamos cómo venderlo.

12 **María:** Vale. Yendo al tema de las preguntas, por ejemplo, empezando con la compañía, con
13 los acompañantes en los viajes, podrías definir o englobar todos los turistas o la mayoría de los
14 turistas que van como un solo grupo? como familia, amigos, en pareja...

15 **Lorena:** El perfil es o familia con niños, a veces, demasiado pequeños para lo grande que es el
16 parque, y luego si no familia con niños de comunión y luego también, la otra tipología de
17 viajero es parejas donde la chica es fan de Disney y entonces o se plantean de novios o si no,
18 pues un viaje bonito que es la ilusión de la chica.

19 **María:** En cuanto al transporte que utilizan para llegar allí, cuál es el más habitual? o
20 combinaciones, es decir, avión desde Zaragoza y luego allí alquiler de coche, o coche propio
21 desde aquí...

22 **Lorena:** Yo creo que depende de cómo el cliente hace la reserva. Hay mucha gente que si lo
23 hace, ellos directamente, a través de la web de Disney, utiliza coche propio para alojarse, a lo
24 mejor no en Disney si no en los alrededores y luego, el que viene a agencia de viajes busca más
25 organizado. La ventaja de que pusieran Zaragoza- París con Ryanair pues ha hecho posible que
26 el viaje sea mucho más cómodo, entonces normalmente la gente hace Zaragoza-París, lo que
27 pasa es que Ryanair llega a un aeropuerto que está muy lejos de Disney, al de Beauvois,
28 entonces no hay transporte directo desde Beauvais hasta Disney y es mucho tiempo, creo que

29 son 2 horas y es muy caro. Todo lo que te ahorras en una compañía low cost, como puede ser
30 Ryanair, te lo tienes que gastar al final. Normalmente yo siempre pongo traslado privado.

31 **María:** ¿Por qué esta gente si se alojaría en los hoteles Disney?

32 **Lorena:** Si, si. prácticamente todo el mundo se aloja en Disney porque además tienes la ventaja
33 de que luego tienes las horas mágicas que dicen, que solamente lo pueden disfrutar las
34 personas del parque. Te ahorras filas en las atracciones más habituales.

35 **María:** Y la gente que va con coche, no lo suele organizar entonces por agencia de viajes? ¿Lo
36 organiza más por su cuenta?

37 **Lorena:** Si, yo creo que sí, es más gente que se aloja fuera de lo que son...A lo mejor los hoteles
38 asociados, pero fuera de los 7 hoteles si. Creo yo eh, ja ja, es mi opinión. Y luego está la gente
39 que va a París y se sube a pasar el día a Disney.

40 **María:** Claro, esa es la segunda pregunta que va en relación con los transportes, que si
41 combinan estos viajes y como lo hacen con respecto a París, es decir, si van unos días a París y
42 otros a Disney, o la mayoría se queda solo en París y va a pasar el día a Disney...

43 **Lorena:** Yo creo que la mayoría es objetivo Disney, prácticamente estar toda la estancia en
44 Disney, con estancias no muy largas y como mucho bajar un día a París, como mucho. Y luego,
45 combinados, mmm... Yo hago muy poquitos. Y luego está el que va a París, si alguien busca
46 algo más económico que estar alojado en Disney, también lo he hecho, el buscar un hotel en
47 París, tipo, una cadena Novotel, Ibis...que tienen habitaciones cuádruples, cuando se van con
48 niños, suelen estar cerquita de la estación y hay gente pues eso, que va a ver parques y
49 entonces tienes: dos días me subo a Disneyland, un día me voy al parque de Astérix, pues otro
50 día a Futuroscope...

51 **María:** Que su objetivo no es únicamente Disney, no?

52 **Lorena:** Que va a más parques, exacto. Normalmente ese es el que se aloja en París.

53 **María:** Estoy hablando de familias, y si es un grupo de amigos o una pareja?

54 **Lorena:** Pues grupos de amigos, yo creo que se lo organizan más por su cuenta. No acuden a
55 una agencia de viajes.

56 **María:** La siguiente pregunta, sobre los alojamientos ya lo hemos resuelto bastante, que es si
57 van con coche propio se quedan más en los hoteles asociados o incluso fuera en París y si van

58 con transporte, traslado y demás, se quedan en los propios hoteles Disney, para hacer
59 propiamente Disney.

60 **Lorena:** Si, objetivo: Disney.

61 **María:** En cuanto a la media de días por estancia, tanto si van solo a Disney como si van a
62 Disney y a París, si es solo Disney, ¿cuántos días se suelen quedar?

63 **Lorena:** Si es solo Disney, normalmente suele ser máximo 4 días, 3 noches. Y si es combinado,
64 la semana. 3 noches en Disney y 3 en París, por ejemplo. Se va más a la semana por si no el
65 viaje se reduce demasiado. Entonces eso tiene una ventaja y es que, tal y como está el paquete
66 Disney, por ejemplo tu pagas 3 noches pero tienes 4 días de entrada, entonces si duermes en
67 París después de Disney, tienes ahí un día entero de entradas que te sale mucho más barato
68 porque te estás alojando en un hotel de París que es menos caro que Disney normalmente, a
69 no ser que te vayas a un 4 o 5 estrellas, pero ese día lo disfrutas entero, te bajas por la noche a
70 París y ya está. Eso lo tienen muy bien para que guardes las maletas, tanto el día que llegas
71 como el día que te vas, porque el día que llegas, si por ejemplo tu llegas a las 12 de la mañana,
72 no haces el check-in a las 12, si no que tu dejas las maletas y el check-in lo haces después de
73 haber visitado el parque, si no perderías mucho tiempo. Eso lo tienen súper bien controlado,
74 es una pasada. Tu llegas, dejas la maleta, vas a recepción, te dan un sobre y en ese sobre te
75 vienen: las tarjetas de acceso, tipo de crédito, de acceso a parque de estas magnéticas, unas
76 tarjetas que te permiten acceder a las habitaciones y luego unos tickets de cartón que son los
77 que tu vas entregando conforme vas utilizando comidas y cenas. Y con el tema de los
78 restaurantes pues pasa lo mismo. Los restaurantes tienen distintas categorías, en función del
79 hotel que tu estás alojado, pues tienes unos restaurantes u otros asignados, y entonces tu
80 puedes contratar alojamiento y desayuno, media pensión o pensión completa. En función de lo
81 que tú has contratado te dan los tickets, y cada comida entras al sitio que quieras,
82 normalmente te incluye un entrante, un plato principal, una bebida y un postre. Tu también lo
83 puedes coger de manera independiente sin ticket. Y luego tienes unos restaurantes a la carta,
84 que esos normalmentemmm, también van en función del régimen alimenticio que tu has
85 cogido o el más barato, intermedio o el muy caro. Por ejemplo, el bajo suelen ser todo
86 pizzerías, comida rápida. Y luego tienes otro, cuando vamos al intermedio, pues tienes uno que
87 es especialista en mariscos, por ejemplo, otro que es especialista en carne a la brasa...y esos lo
88 que yo hago, normalmente, es hacer una reserva previa de tal manera que yo ya planifico un
89 poco el viaje del cliente para que aproveche al máximo: "a ver, este día vas a ver el espectáculo
90 a las 8 de la noche y entonces vamos a coger este restaurante que está al lado de donde tu vas

91 a ver el espectáculo y te lo cojo a las 6 para que cuando salgas ya puedas ver el espectáculo o
92 te lo cojo a las 9 para que te de tiempo para que te dé tiempo a verlo. Porque si te lo cojo a las
93 8 no lo ves...” Entonces tienes que ir jugando un poco con la cantidad de gente que vas a
94 mandar al restaurante, con los horarios para que no se pierdan nada y cada día pueda ir a ver
95 lo que necesite...entonces, bueno, creo que ahí está el ir a una agencia de viajes. Ja ja ja

96 **María:** Para que te den todo organizado no? Ja ja ja

97 **Lorena:** No todo organizado...pero yo siempre lo digo: el tiempo es oro en los viajes. O sea, el
98 ir a un sitio...el viaje tiene que ser: o irte por mucho tiempo a la aventura o si tienes poco
99 tiempo, llevarlo organizado “relativamente”. O sea, tu transporte si va a ser complicado
100 realizarlo y tu alojamiento, y luego ya pues te puede surgir miles de cosas...disfrutar el destino
101 y demás, pero Disney es muy grande por ejemplo. Es un destino que o lo llevas organizado o la
102 mitad de las cosas no las vas a ver.

103 **María:** Al menos tener controlados que restaurantes, donde puedes ir, a que hora...

104 **Lorena:** Claro, si no te vas a encontrar que cuando llegues allí va a estar completo o vas a tener
105 que cenar a las 5 de la tarde o comer a las 12 de la mañana.

106 **María:** Al turista español no le gusta esto.

107 **Lorena:** Claro, al español para nada...

108 **María:** Luego la última pregunta, qué es un poco en relación a la economía, el presupuesto y
109 demás...un poco la media, no se si por persona y día o por un viaje completo por ejemplo de 4
110 personas, 2 adultos y 2 niños, el viaje medio, dinero medio que invierten.

111 **Lorena:** Uf...Yo no puedo decir que haya una media porque a ver, para empezar, todo son
112 tarifas dinámicas, depende de la temporada en la que vas, los vuelos son muy caros o son muy
113 baratos, con lo cual ahí ya puedes tener un paréntesis de precios de 400 euros perfectamente,
114 más luego Disney, porque Disney tiene unas promociones. Esta la semana mágica de Disney,
115 que ahí si tienes una oferta de 3x2 o de 4x3 noches y además te regalan la media pensión, o
116 sea, la diferencia que pueda haber entre reservarlo en esa semana o reservarlo fuera de esa
117 semana, podemos estar hablando de una diferencia de otros 400 euros. Entonces una
118 media...depende de cuando te lo contraten y de cuando vayan a viajar. Te metes en una
119 nochevieja por ejemplo...

120 **María:** Claro porque hablamos de que no hay estacionalidad, no es que solo sea en verano o
121 que solo sea en nochevieja...es que es todo el año.

122 **Lorena:** Temporadas altas podríamos decir: semana santa, junio cuando los niños terminan el
123 colegio porque sale un poco más barato que si te vas en verano, el verano porque hay gente
124 que solo tiene verano de vacaciones, puentes importante, mucha mucha gente viaja en
125 puente, siempre a tope y te quedas sin alojamiento, Halloween que eso es desde hace poco y
126 luego tema navidad. Que si Halloween es el día 1 de noviembre, el día 2 de noviembre ya
127 tienes el parque totalmente instalado, o sea, decorado de navidad, entonces durante 2 meses
128 tiene navidad en Disney. Es muy bonita, la navidad en Disney es muy chula. Y bueno, luego
129 están siempre las promociones de “25 aniversario de apertura del parque” o “Nació Mickey
130 hace 50 años”, o sea, luego siempre hay que buscar campaña.

131 **María:** Una fecha sin promoción, quiero decir, sin fechas especiales, de una familia con dos
132 niños para 3 noches por ejemplo, aproximadamente.

133 **Lorena:** Por ejemplo, vuelo más traslado más hotel...eh...pues no se, unos 1800 euros o algo
134 así. Pero es lo que te digo, depende del vuelo, depende del régimen alimenticio, el
135 hotel...depende de qué categoría...tenemos desde el Santa Fe, que es el más barato baratito al
136 Disneyland Hotel. La ventaja de Disney es que todos los hoteles están bien, o sea, tu sabes,
137 como final, que el cliente Disney normalmente viene 100% satisfecho. Es valor seguro.

138 **María:** Pues bueno, con esta conclusión nos quedamos. Muchas gracias.

Transcripción entrevista 3

1 **María :** Buenos días. Mi nombre es María Ortiz y como le había comentado anteriormente estoy
2 realizando una investigación sobre el tipo de turista que visita Disneyland Paris. Me gustaría que
3 te presentaras un poquito, aunque en este caso prefieras mantenerte en el anonimato, pero
4 bueno, una presentación breve.

5 **María (entrevistada):** Correcto, pues bueno, mi nombre es María, trabajo en una empresa
6 desde hace 25 años. He estado en distintos departamentos, he estado en congresos e
7 incentivos, he estado en empresas mucho tiempo y los últimos digamos 15 años de los 25, estoy
8 más enfocada al tema vacacional. Siempre ha sido un poco vacacional dirigido un poco a
9 clientes de nuestras propias empresas, entonces yo llevo un poco ese sector pero al fin y al cabo
10 es...el tipo de cliente con el que yo más he tratado en estos 15 últimos años. Siempre
11 vacaciones y clientes de empresa, y experiencia en el sector 15 años en una minorista, agencia
12 de viajes.

13 **María:** Muy bien. Entrando en el tema de las preguntas relacionadas con el tipo de turista, lo
14 primero que pregunto es el tipo de turista español que visita Disneyland París, es decir: como
15 son los acompañantes, como es el tipo de turista, más en familia, más en parejas...Crees que
16 podríamos clasificarlo en un solo grupo?

17 **María (entrevistada):** Mmm...Si, yo creo que sí. Por mi experiencia, lo que más he tratado son
18 familias. Los que más vienen a una agencia de viajes son familias, no quiere decir que luego a
19 Disney viajen parejas, grupos de amigos, incluso familias por su cuenta, pero los que vienen a la
20 agencia de viajes, fundamentalmente son en un 80-85% familias. Familias a veces, solo la
21 familia, o un grupo de familias, los abuelos con los hijos porque celebran...tienen algo que
22 celebrar, grandes familias, compuestas de varios hermanos que viajan en el mismo paquete o
23 bien familias sueltas. O dos familias que son amigos, pero fundamentalmente familias. Parejas
24 no he tenido prácticamente, alguna se ha dado el caso que han hecho Paris-Disney o algo así y
25 grupos de amigos...eh...tampoco porque los grupos están más catalogados en grupos de
26 estudiantes y son colectivos con los que yo concretamente no trabajo. Entonces yo,
27 fundamentalmente, familias.

28 **María:** ¿Familias con niños pequeños?

29 **María (entrevistada):** Exacto, si si si. Desde familias con un hijo, familias con dos, tres, cuatro
30 hijos también he tenido. La media en España está en 1,7 hijos o sea que la gran mayoría son, en
31 mi caso, son familias con dos niños, algunas hay con un niño pero casi todas son con dos niños.

32 **María:** Genial, bueno, la siguiente pregunta es en relación al transporte, cual es el método o el
33 medio de transporte más utilizado para llegar al parque. Con coche propio, en avión... también
34 me imagino que dependiendo del número de personas que viajen en ese núcleo familiar pero
35 cual seria el método que podrías generalizar como más utilizado?

36 **María (entrevistada):** Yo creo que como más utilizado el avión, el avión el que más, luego va el
37 coche los que se van en viaje por Francia, atraviesan Francia, pasan unos días a veces en París o
38 en otras zonas y acaban en Disney, esos van en coche. Pero ten en cuenta que Disney es un
39 producto que...que la gente consume pocos días y va al parque, entonces como tienen pocos
40 días cogen puentes, 4-5 días, entonces claro, realmente es que en un vuelo tanto directo desde
41 Zaragoza, cuando sale Ryanair como Barcelona-Madrid, el vuelo es una hora y pico, más otra
42 hora de traslado, o sea, es que en 3-4 horas estas en Disney. Entonces cuando vas 4 días-3
43 noches, si pierdes el día en tren o coche de ida ...sabes? Entonces fundamentalmente la gente
44 tiene pocos días, aprovecha puentes largos y va en avión, o sea, fundamentalmente avión.

45 **María:** Y una vez que llegan en avión, porque claro, el aeropuerto al que llegan desde Zaragoza
46 es Beauvois, que deja un poquito lejos, entonces desde ahí cómo lo organizáis?

47 **María (entrevistada):** En el caso de Beauvois, con Disney no tenemos pactados traslados. Es el
48 único aeropuerto al que los clientes llegan del que no hay un traslado que, digamos, no los
49 traslados tipificados de Disney, entonces en esos casos normalmente suelen coger un traslado
50 privado que lo promocionamos nosotros, se lo cotizamos y se lo proporcionamos nosotros, y es
51 un coche que les está esperando a la llegada y les traslada, Entonces es un traslado privado, es
52 más caro que los traslados regulares o privados de Orly o Charles-de-Gaulle, entonces traslado
53 llevan desde Beauvais pero un traslado privado porque básicamente no hay autobuses, shuttle
54 como los hay desde los otros que son aeropuertos grandes con mucho volumen en cambio
55 Beauvois...Realmente es un aeropuerto que no tiene tantos servicios como puede tener Orly o
56 Charles-de-Gaulle con respecto al parque Disney. Porque de Beauvais a Paris tienes traslados,
57 claro, tienes autobuses pero claro, no a Disney. Disney no va a poner un autobús diarios, todos
58 los días, para la gente que vaya a Beauvois porque claro, no hay ese flujo. Cuando llegan a
59 Beauvois, traslado privado.

60 **María:** Vale. La siguiente pregunta es en relación a la combinación con París ciudad. un poco en
61 qué medida o que porcentaje de turistas que visitan Disney, también van a visitar París,
62 teniendo en cuenta que su destino principal sería Disney.

63 **María (entrevistada):** Vale, si. Pues mira, si los niños son muy pequeños, si tienen niños de...a
64 veces viajan con niños de 2, 3, 4 añitos y otro de 6 o 7 años, el foco principal lo ponemos en
65 Disney, entonces realmente esas familias solo van a Disney, diría que hasta los 7-8 años van a
66 Disney, fundamentalmente 4 días-3 noches. Cuando los niños son un poquito más mayores que
67 ya tienen 6-12 o 7-13 o por ahí, esas edades, entonces sí que a veces hacen Disney con una
68 visita desde Disney en el día a París. Nosotros tenemos visitas que salen desde el mismo parque,
69 son visitas guiadas, van a París, les hacen lo fundamental de París que es: Torre Eiffel, Notre-
70 Dame, el Bateau Mouche, Louvre...un poquito lo fundamental, les dejan un ratito libre y vuelven
71 por la tarde. Esa fórmula la coge mucha gente porque no tiene que mover maletas, no tiene que
72 irse a París, sino que está todos los días en Disney y llega un momento que cuando llevas 3 días
73 en Disney estás ya un poco cansado de tanto parque y entonces los padres se marchan ese día a
74 París, lo pasan y entonces, digamos, que redondean un poco el viaje. Entonces de esos si que
75 nos encontramos mucho, familias con niños pequeños que van a pasar el día o con niños un
76 poco medianos que van a pasar el día, y luego están los que nos dicen: "no no, a mí hazme 3
77 días de Disney y 2-3 días en París". Esos van ya una semana, entonces los que van ya una
78 semana si que los dividimos en 3 días de parque o 4 de parque y 2 de París...París es caro, es
79 una ciudad cara entonces una familia con 2 hijos...bf...es dinero el que tienen que invertir
80 entonces normalmente están, no más de 2-3 noches con niños muy pequeños, cuando son más
81 mayores tienen más interés, pero normalmente con una media de 2 noches es la que pasan y 3
82 de parque. Entonces hacen pues eso, hacen una estancia de 5 días. No se si te lo he dejado un
83 poco claro o más o menos..

84 **María:** Clarísimo. Lo único, en el caso de los que van únicamente a Disney y cogen un día de
85 visita a París, ese tipo de turista no dejará ningún tipo de ingreso a la ciudad de París no?

86 **María (entrevistada):** No, nada. Esos clientes, salen...hay clientes que van con la excursión
87 montada con lo cual no dejan nada porque todo lo han pagado a Disney. Disney es la que
88 recauda, ellos se montan en el autobús con el guía, los tickets, las entradas...todo lo llevan
89 pagado. Entonces no dejan ingresos, un helado puede ser pero poco más...Realmente no dejan
90 ingresos en París. Luego están los que esa excursión se les hace un poco cara, porque no es
91 barata y entonces los que van un poco afinando más con el presupuesto lo que hacen es, lo que
92 el RER llega hasta el mismo Disney desde París, se van a la estación del RER que está allí mismo

93 en Disneyland París, se cogen el tren que en 40 minutos les deja en pleno centro de París y va a
94 su aire. y entonces ahí pues comen, si quieren entrar a algún museo pues lo pagan...esos van a
95 pasar el día entero en París pero a su aire sabes? "Me voy a las 7 de la mañana y vuelvo a las 10
96 de la noche" Entonces comen, pagan entradas, pagan Bateau Mouche, pagan Torre Eiffel, eso sí.
97 Pero porque van en el trenecito pero por su cuenta. Entonces gastan mucho o gastan poco, lo
98 que ellos quieran, pero van a ver París por su cuenta. Pero la gran mayoría cogen la excursión
99 porque es que es muy cómodo: te llevan, te traen, te explican...no te ves en filas de nada y eso
100 es lo que casi todo el mundo a pesar de que es una excursión cara ya te digo. Pero bueno la
101 gente ya...como que se mentaliza "bueno, me lo dan todo hecho pues ya está". También está el
102 cliente que mira más por la economía y dice: "mira que me cojo el RER, con mi día de París me
103 doy una vuelta por París, les enseño lo principal y me vuelvo por la noche". Eso también está.

104 **María:** Vale, en relación al alojamiento, supongo que también va un poco en función al tipo de
105 transporte que utilicen para llegar, pero ¿cuáles serían los hoteles que más éxito tienen? Los 7
106 hoteles de Disney no es más el cliente que quiere ir a los asociados, que igual salen un poquito
107 más económicos.

108 **María (entrevistada):** Pues mira, por la experiencia que yo tengo, los clientes quieren una
109 experiencia Disney desde que entran hasta que salen y esa la tienen en los hoteles del parque.
110 porque son tematizados, entonces, el...te diría que el 90% quieren, a pesar de que saben que es
111 más caro, quieren eso de voy andando...la proximidad...

112 **María:** ¿Las ventajas de poder entrar antes también no?

113 **María (entrevistada):** Exactamente, tienen horarios de entrada antes al parque que el
114 público...el niño está cansado, se va la madre con el niño al hotel y el otro niño con el padre se
115 queda en el parque. Todo eso lo aprecian mucho entonces el 80% se van, aunque saben que es
116 más caro se van. Muchas veces yo les digo: ¿quieres que te mire un asociado?; y me dicen
117 "pues venga míramelo", se lo miro, se lo calculo, se lo muestro y me dicen: "bueno por un poco
118 más me voy al de Disney". O sea, aun demostrando que es más barato, que tienen autobuses
119 que van y vienen, casi siempre se van a los hoteles de Disney. Pues porque encuentran esos
120 atractivos que tienen...la proximidad y la tematización. Y eso que algunos, cuando tengo familias
121 con muchos hijos procuro desviarlos a veces a los asociados porque dan muchas facilidades a
122 esas familias numerosas que quieren habitaciones comunicadas y tal, porque están más
123 preparados para ese tipo de habitaciones, cosa que en Disney es muy difícil. Más de 4 en una
124 habitación, hay muy poquitas, muy poquitas habitaciones. Entonces ahí si que tiro de asociados
125 porque son hoteles que se construyeron muy posteriormente y tienen cupos de habitaciones

126 más amplias para esas familias más grandes, porque como son más personas en la familia y el
127 precio baja, los asociados si que los he vendido en esas ocasiones. Pero realmente, ya te digo, la
128 mayoría quiere una experiencia Disney completa de principio a final y van a los hoteles del
129 parque.

130 **María:** Vale. Bueno, la siguiente pregunta más o menos la hemos respondido, pero bueno en
131 cuanto a la media de días de estancia en el parque tanto si solo visitan el parque como si visitan
132 Disney y Paris, teniendo en cuenta que se alojan en ambos sitios.

133 **María (entrevistada):** 4 días 3 noches. Yo siempre digo que eso es lo mínimo. Menos de 3
134 noches, bf, es un desembolso enorme y a penas da tiempo y aquellos que sí que...es que hay
135 padres que les gustan mucho mucho los parques entonces, lo quieren tomar con calma y
136 entonces se van a 4 noches, pero yo más de 4 noches nunca aconsejo. Yo creo que 4 días 3
137 noches si los horarios de los vuelos son un poco buenos, se aprovechan. Si los padres son
138 madrugadores y son troteros, se aprovecha, si, 4 días 3 noches. Pero bueno, tengo clientes que
139 han querido 4 y han querido 5 y yo he dicho : “5?! Bueno bueno...bien”.

140 **María:** Esto únicamente alojándose en el parque, pero si también metemos parís, nos vamos ya
141 a la semana no?

142 **María (entrevistada):** Exacto, eso únicamente en el parque. Si, si van a parís varios días
143 entonces son clientes que sí que tienen una semana de vacaciones y quieren aprovecharla.
144 Entonces ya son 4 días 3 noches en el parque o 4 depende de los niños y luego 3 en París,
145 mínimo, es que si no están 3...Más o menos esa es la distribución que yo les haría y yo les
146 aconsejaría si tienen una semana, de viernes a viernes o sábado a sábado. Yo lo orientaría así,
147 siempre intentar evitar el fin de semana en Disney que es cuando más gente hay, el fin de
148 semana quedarse en parís y entrar en el parque de domingo a jueves que es cuando menos
149 gente hay.

150 **María:** Vale, y ya la última pregunta tiene un poco que ver, en cuanto al nivel económico. Tanto
151 el presupuesto con el que te plantean los turistas como...cuál es la media, si me puedes decir
152 por persona y día, bien, si es por familia también bien. Un poco digamos pues ponerme un viaje
153 de media de días de 3-4 noche y una familia de 2 adultos y 2 niños, cual seria el presupuesto
154 que tu me podrías decir?

155 **María (entrevistada):** Yo mira, te había sacado el precio más o menos de, en un hotel de 3
156 estrellas, porque claro hay de 3, de 4... Los precios varían. Y luego las temporadas, ten en cuenta
157 que en Disney ahora lo han cambiado, el sistema tarifario y ahora hay como unas 4 temporadas

158 vale? Y son la baja, media, alta y muy alta. Entonces los precios varían obviamente y luego, hay
159 un sistema tarifario que va del P1 a P6. El P1 es el más bajo, p1 y p2, p3 y p4 son los precios
160 intermedios y p5 y p6 son los precios más altos. Entonces juegas con eso. Digamos que el
161 ordenador está preparado para organizarte los presupuestos en función de las temporadas y la
162 ocupación de Disney y la antelación con la que lo haces, entonces puede haber unas variaciones
163 de precio increíbles de un mismo producto yendo en navidades, puente de mayo o Semana
164 Santa a irte una estancia en noviembre o en marzo. Entonces yo por ejemplo he cogido un hotel
165 de 3 estrellas, 2 adultos y 1 niños en temporada media, está lo que es la estancia en el parque
166 con pensión completa, he puesto la pensión completa y las entradas, una media 1.300 euros. Si
167 son 3 personas... 1.300, teniendo en cuenta que tienes que sumarle el aéreo, que el aéreo
168 depende si es una low cost, si es una tarifa promo de Disney...pero no te baja más o menos el
169 vuelo más asiento más maletas, unos 100 euros, 120 aproximadamente. Entonces serían como
170 unos 360 de aéreo, más 1.300..unos 1.600-1.700 euros aproximadamente, a sumar los
171 traslados,1.800 aproximadamente en un 3 estrellas, 4 días y 3 noches. En temporada media
172 hotel de 3 estrellas, si lo trasladas a 4 estrellas ya estamos hablando de 1.600 más los 400 del
173 aéreo ya son 2.000, más los traslados 2.200 euros aproximadamente en temporada media !eh!
174 y cogiendo una promo 2-3, precios bajos. Haciéndolo con antelación, esto es: si lo haces con 6
175 meses de antelación tienes mejor precio que si lo haces el mes anterior. Aquí prima la
176 antelación con la que lo reserves y que te metas en temporada baja claro, o media, para que
177 salga un precio bien.

178 **María:** Estos puentes que suelen ser más caros como navidad y demás, claro ya no tiene nada
179 que ver con la semana mágica por ejemplo.

180 **María (entrevistada):** Claro, se dispara, se dispara totalmente, o sea, el precio en esas fechas,
181 donde aquí son 1.300 en el de 3 estrellas, te puede llegar a costar 1.600-1.700 solo el hotel.
182 Súmale los vuelos, los traslados...y eso de 1.600 en temporada media, pues en una alta se te va
183 a 1.900 solo el hotel y lo mismo, súmale los vuelos, los traslados...O sea es que es
184 increíble...Disney tiene desde precios muy buenos en temporada baja a precios tremendamente
185 altos en un puente de...pues eso, de mayo, en una semana santa...Semana Santa, puente de
186 Mayo y Navidades, es la temporada extra, la alta. Entonces en esas, el precio medio que te he
187 dado yo, son más altos. por lo que es muy difícil hacer una media porque un mismo paquete te
188 puede costar muchos precios, pero si tomamos la temporada media, estaríamos hablando de
189 unos 500-600 euros por persona más o menos, por lo bajo eh! Vuelo low cost y demás... a ver
190 que con Ryanair desde Zaragoza yo he vendido vuelos a 60 euros...la horquilla es que es tan
191 amplia con los vuelos es que hay tantos precios que bf...por eso hay tanto que mirar.

192 **María:** Vale, pues bueno, las preguntas que tenía y organizadas están todas completas. Si crees
193 que tienes algo que añadir que me pueda a mi ayudar para la investigación es totalmente
194 bienvenido.

195 **María (entrevistada):** Ja ja. Pues...Que te puedo decir. Que la verdad que es un producto, que
196 bueno, la gente queda muy muy satisfecha, muy satisfecha porque es un producto de muy alta
197 calidad. O sea, desde que entra el cliente a Disney hasta que sale, está con una sonrisa. Es un
198 viaje que luego recuerdan. Saben que es un desembolso muy importante, lo saben. Siempre.
199 Porque el niño cumple, porque hacemos un aniversario...siempre hay un motivo o
200 simplemente porque los niños, les quieren premiar, un fin de curso o algo así o les tienen
201 prometido el viaje...Es un viaje regalo, es un viaje que se hace normalmente, las familias lo
202 hacen una vez. A ver familias he tenido que decían "he ido con el primero y ahora tengo que ir
203 con el segundo", vale bien, de acuerdo. Pero saben que en pocos días es mucho, pero también
204 es verdad que lo llevan todo: los espectáculos, los shows, las entradas...entonces es un
205 desembolso pero son 3-4 días que se les queda grabado en la memoria a toda la familia y bueno
206 pues...yo considero que es un desembolso importante el que hacen pero el nivel de satisfacción
207 es siempre muy muy muy elevado. No se si esto te sirve de algo o no. Que hay veces que pagas
208 por cosas y pones pegos...Antes, hace muchos años los clientes venían quejándose un poco del
209 tema de comidas, es un tema que estaba un poco flojo. Disney se dio cuenta y ha hecho una
210 gran inversión en tema de restauración y ahora...los españoles somos muy muy muy exquisitos
211 con el tema de la comida, le damos mucha importancia, no pasa así en otros países, le damos
212 mucha importancia. Y la verdad es que ahora, Disney da las comidas de los restaurantes, etc.,
213 están bastante bien, o sea, los clientes vienen contentos: por la variedad, por la calidad, por el
214 servicio...O sea que hace muchos años, te hablo de hace 15 años, venían: "el parque muy
215 bonito, todo fantástico pero que mal hemos comido". Era esa siempre su cosa, pues ahora ya,
216 se han dado cuenta que ahí tenían un pivote que tenían que mejorar y en estos 10 últimos años
217 te puedo decir que sí, que lo han logrado. No sé, qué más te puedo contar.

218 **María:** Pues yo diría que es suficiente. Vamos, todo lo que me has respondido me va a servir
219 muchísimo.

220 **María (entrevistada):** Pues me alegro mucho, que vaya bien María!

221 **María:** Muchas gracias María! Igualmente.

Transcripción entrevista 4

- 1 **María:** Buenos días Elba, en primer lugar me gustaría que te presentaras un poquito tu misma.
- 2 **Elba:** Hola, buenos días. Soy comercial del grupo Avoris, y una de las marcas en las que
3 trabajábamos del grupo Avoris es Leplan que trabajamos lo que es el parque Disney.
- 4 **María:** Entonces confirmaremos que es una mayorista verdad?
- 5 **Elba:** Si, mayorista de viajes. Es una mayorista.
- 6 **María:** Vale, y en cuanto a tu experiencia trabajando en agencias de viajes?
- 7 **Elba:** Bueno mi experiencia trabajando en sector agencias de viajes, llevo ya casi 16 años y la
8 verdad es que en turoperador, trabajamos nosotros en concreto con distintas marcas y distintos
9 productos pero Disney es vender siempre ilusiones. Yo creo que el cliente que va a Disney,
10 además, es un cliente del que jamás tienes una reclamación. Las reclamaciones son mínimas
11 porque lo que vendes es ilusión y las agencias la verdad es que lo cogen con mucho ánimo.
- 12 **María:** Vale, muy bien, Entonces empezamos ya con las preguntas del tema de acuerdo?
- 13 **Elba:** Vale, de acuerdo.
- 14 **María:** La primera hace referencia al tipo de compañía o acompañantes, el grupo digamos que
15 va a Disney que coge el viaje a través de una agencia de viajes, es decir, más familia, amigos,
16 parejas...cómo lo clasificarías?
- 17 **Elba:** Mira yo creo que el Disney es uno de los viajes que sí que se va por agencia de viajes
18 porque si que es verdad que la gente quiere muchísima información. Cuando nosotros
19 pensamos en Disney, pensamos en familias, familias con niños y realmente es lo más habitual,
20 pero Disney tiene un tipo de mercado que realmente abarca todo: parejas, gente
21 mayor...porque a parte de que te metes en la fantasía de Disney, muchas veces yo digo: para ir
22 a Disney la excusa es el niño pero realmente no hace falta llevar un niño a Disney porque
23 realmente te lo puedes pasar muy bien. Luego el parque tiene 2, digamos que tiene dos
24 parques, uno que es el Disneyland y otro que es el Studios, y el Studios digamos que es para
25 más adultos, con lo cual viajes de estudios, familiares, grupos de amigos incluso algún novio
26 también.
- 27 **María:** Vale, para hacerlo a través de agencias de viajes no?

28 **Elba:** Si, yo creo que es uno de los productos que más se vende a través de agencia de viajes
29 pues porque te van a preguntar los hoteles, como son las ubicaciones, el tema de las
30 comidas...es que es un producto complicado eh, de comprarlo cada uno por su aire.

31 **María:** Porque conlleva muchas cosas, claro.

32 **Elba:** Si, conlleva mucho, porque ya vas con familia que si los desayunos con princesas...o sea,
33 yo creo que requiere de información y que se lo haga un cliente individual, es...a ver es uno de
34 los productos que vendemos los turoperadores, ahora que está el internet muy en auge, que
35 más vendemos a través de agencia de viajes.

36 **María:** Vale. La siguiente pregunta es en relación al medio de transporte que se utiliza para
37 llegar al parque. Si combinan avión o si van en coche propio...cuál crees que es un poco el más
38 utilizado?

39 **Elba:** Mira, el transporte, lo más habitual es ir en avión. O sea normalmente nosotros podemos
40 vender lo que es el paquete entero que es el hotel más entradas más transporte aéreo o
41 solamente el hotel y las entradas. Hay clientes que prefieren irse con su coche porque el parque
42 Disney también tiene unos aparcamientos para dejar el coche con lo cual está muy bien, pero
43 claro, son más de 1000 kilómetros desde Zaragoza, estoy hablando. También ahora con el tema
44 del AVE, es verdad que muchos van en tren pero lo más habitual es el avión. Es lo más habitual.
45 Nosotros vendemos el paquete o eso si que muchas veces el cliente se coge los vuelos estos de
46 bajo coste y lo que compra la agencia es el hotel más entradas.

47 **María:** Vale, y luego una vez que llegan al aeropuerto, para llegar hasta el parque...Porque claro
48 hay un aeropuerto que está bastante lejos y no tiene traslado directo al parque, en ese caso
49 cómo lo organizáis?

50 **Elba:** Bueno ese aeropuerto que hablamos que está lejos, eso ya es un poco más complicado
51 que los clientes sí que... Ahí no vamos a buscar a los clientes. Nosotros recogemos a los clientes
52 o bien de Charles-de-Gaulle o en Orly. Entonces, si al parque los llevamos nosotros, va incluido
53 ese transporte, que puede ser un transporte colectivo o privado y si no ya es el cliente es el que
54 se encarga del transporte pero está muy bien comunicado lo que es el parque. Otra cosa ya es
55 cuando volamos con Ryanair que nos referimos al bajo coste, eso ya es más complicado, el tema
56 de...es que está muy lejos. Pero bueno, por comodidad hay clientes que dicen salgo de Zaragoza
57 y me voy a París. Yo lo digo, casi es más cómodo irte a Madrid y coger allí un avión en
58 condiciones que irte al aeropuerto de Ryanair que tienes una distancia enorme, es como...ir de
59 aquí, de Zaragoza a Calatayud. Pero hay transporte también eh María. Hay también muchos

60 mayoristas que se encargan de coger los transportes privados...y lo pueden hacer, lo pueden
61 coger.

62 **María:** Vale, muy bien. La siguiente pregunta va en relación al, digamos, una combinación con
63 París para visitar la ciudad. Si todos los clientes, por ejemplo, todas las familias o igual son más
64 las parejas las que deciden hacer un viaje combinado con Disney porque las familias van con
65 niños mas pequeños...Como crees que lo organizan según el tipo de perfil? ¿Suele ser habitual
66 visitar también la ciudad de París siendo el destino principal Disney?

67 **Elba:** Si, si. Ellos aprovechan, hay muchos clientes que aprovechan también ya que van a París,
68 hacen un combinado que también lo podemos organizar nosotros desde la página de Leplan.
69 Por eso te digo que hacerlo todo desde la agencia es muy cómodo. El tipo de cliente, te
70 sorprendería, pero sí que hay familias con niños que también quieren pasar noches en París.
71 ¿Qué suelen hacer? Antes el parque y después París, que yo digo no se cual es mejor la
72 combinación. Ellos dicen si vamos a París y los niños están pendientes del parque como que lo
73 disfrutas menos. Y luego lo que te decía de viajes de novios, se nos han dado casos de hacer un
74 París combinado con Disney o estar en París y aprovechar unos días para conocer el parque. Es
75 que yo creo que Francia, tanto París como Disney es un destino de pequeños y mayores.

76 **María:** Y en cuantos días crees que es más habitual que pasen en un sitio y en otro?

77 **Elba:** Pues mira...es que normalmente ellos combinan pueden ser 4 noches en París y 3 Disney.
78 Disney tiene distintas ofertas a veces también. Lo máximo que suelen hacer los clientes 4 días
79 en Disney con 3 noches, eso es lo máximo que suelen hacer, lo que pasa es que el parque te da,
80 o sea no te cansas, no es decir es que son muchas noches. Pero lo máximo que hace un cliente
81 en Disney son 4 días, mas o menos, esa es la media.

82 **María:** Vale, porque claro hablamos que en Disney no habría una estacionalidad, hay clientes
83 todo el año. No es que haya verano solamente, hay viajes todo el año, turistas el año.

84 **Elba:** En Disney tienes turistas todo el año

85 *se corta la llamada*

86 **Elba:** Hola? Se ha cortado María hija mía, no se donde me he quedado. Hablábamos del parque
87 Disney, que está abierto todo el año, porque tenemos la época de verano que es cuando más se
88 viaja, pero luego tenemos la época de Halloween, la época de Navidad que esta precioso el
89 parque...y durante todo el año ves ahí clientes, es verdad que cuando más volumen de
90 pasajeros hay es en verano.

91 **María:** Vale, respecto a la siguiente parte tiene que ver con el alojamiento. Es un poco si crees
92 que los turistas prefieren alojarse en uno de los hoteles, en uno de los que pertenecen al
93 parque o igual optan por alguno de los asociados que también tienen traslado o incluso alguno
94 de fuera del parque, que no tenga traslado pero por tema económico sale más barato.

95 **Elba:** Todo depende un poco del poder adquisitivo del cliente. Lo que los clientes prefieren
96 lógicamente es estar dentro del parque porque allí ya no te ves en nada, coges los transportes
97 que pasan cada 5 minutos. Conforme subimos de categoría, más cerca están los hoteles del
98 parque, que ocurre, pues lo que estamos hablando, hay veces que sale más económico los
99 asociados y los clientes con tal de ir a Disney pues cogen un asociado.

100 **María:** Pero por lo general, si se alojan en Disney no?

101 **Elba:** Si, el mayor porcentaje se alojan en Disney. Y es más, a veces pues dices pues bueno el
102 más baratito que es el Santa Fe, pues bueno al más baratito vamos. Pero si, normalmente si.

103 **María:** Vale. Bueno esto creo que lo habíamos comentado antes. en cuanto a la cantidad de
104 días que se alojaban, máximo 3 noches 4 días no? Es la media.

105 **Elba:** La media es 4 días 3 noches si, esa es la media.

106 **María:** ¿Es lo que vosotros recomendáis? Para que no se quede nada sin ver.

107 **Elba:** Si, exactamente. sueles vender el 4x3, bueno es que van haciendo distintas campañas.
108 Este año con la pandemia como ha sido todo tan diferente...pero para disfrutarlo...bueno
109 también podría ser 3 días, en 3 días podrías ver el parque, pero para estar así tranquilos...4-3
110 con niños. Hay gente también que hace menos.

111 **María:** Vale, bueno y la última parte es en relación al tema económico, a lo que suelen gastar en
112 un viaje. claro, teniendo en cuenta de la fecha, de la cantidad de gente de personas pero por
113 ejemplo una familia, que es lo más común que lo suele hacer por agencia, este viaje de 3 noches
114 4 días en una época media, cuál crees que seria el presupuesto que sería necesario más o
115 menos para organizar este viaje?

116 **Elba:** Disney es caro eh, Disney es caro y luego depende mucho de si llevamos la compañía
117 aérea o si los clientes se van con su coche y luego cogen solamente el hotel más entradas. Es
118 verdad, que hay veces que tienes campanas pero también depende mucho de temporadas,
119 temporada baja, que ahora por ejemplo tenemos una que son desde 88 euros por adulto y por
120 noche entonces, claro, no es lo mismo viajar ahora en el mes de junio que justo en pleno
121 verano. Una familia de 4 por ejemplo, pues dependiendo de los hoteles, entre 2000-3000 euros

122 fijo. Es caro Disney, no es un producto barato. Si que hay muchas campañas, si coges la
123 campaña justo que tu salida coincide con el precio económico pues esta bien. Y luego ir en
124 coche la verdad es que te sale mucho más económico lógicamente, pero claro te sale más
125 económico el parque, luego hay que calcular también las autopistas, la gasolina...pero es más
126 barato eh, sin lugar a dudas.

127 **María:** También imagino que si vas con coche, te da la posibilidad de quedarte fuera del parque
128 alojado que es más económico, con lo cual...

129 **Elba:** También si, hay de todo María.

130 **María:** Bueno pues las preguntas que yo tenía a rasgos generales ya estarían. Si hay algo que tu
131 me quieras añadir, que creas que me pueda ayudar para la investigación del tipo de turista
132 español, bienvenido es.

133 **Elba:** Bueno pues yo creo María, que es un destino, lo que te comentaba al principio, todo el
134 mundo que viene, viene encantado, es un destino del que no tienes apenas reclamaciones.
135 Cuando vas con niños, solamente verles la cara de felicidad, sabes que va a ser un destino 10,
136 un destino seguro. Y ahora por ejemplo, con todo el tema que ha pasado del Covid, son hoteles,
137 que bueno tanto el parque como hotel, tienen muchas medidas de seguridad, han puesto
138 muchas dispensadores de gel hidroalcohólico, mantienen las distancias de seguridad, los aforos
139 serán menores para protegernos un poco...Y que es un destino que no hace falta...yo siempre lo
140 digo, a las agencias les digo el niño es la excusa, no hace falta un niño para ir a Disney porque la
141 verdad es que es fantástico, tienes espectáculos, tienes atracciones, la parte de Studios está
142 fenomenal y la verdad es que...es un destino 10. A mi me encanta la verdad.

143 **María:** A mi también ja ja. Muchas gracias por ayudarme.

144 **Elba:** De nada corazón, aquí estamos para lo que necesites.

145 **María:** ¡Gracias!

ANEXO IV – Tabla de objetivos - perfil del turista

	ENTREVISTA 1- ROSA	ENTREVISTA 2 – LORENA	ENTREVISTA 3 – MARÍA	ENTREVISTA 4 - ELBA
TIPO DE ACOMPAÑANTE	“... una familia de 4 personas, el matrimonio con los dos niños...” (18)	“...familia con niños, a veces, demasiado pequeños...” (15) “...la otra tipología de viajero es parejas donde la chica es fan de Disney...” (16, 17)	“...Los que más vienen a una agencia de viajes son familias, no quiere decir que luego a Disney viajen parejas, grupos de amigos, incluso familias por su cuenta...” (18,19)	“...familias con niños...” “...es lo más habitual, pero Disney tiene un tipo de mercado que realmente abarca todo...” (19, 20)
MEDIO DE TRANSPORTE	“...desde que está el vuelo de Ryanair desde aquí desde Zaragoza, pues es la opción más utilizada...” (27,28) aunque “...hay gente que utiliza la ruta en coche propio y que por el camino van visitando otras cosas...” (31,32)	“...si lo hacen, ellos directamente, a través de la web de Disney, utiliza coche propio para alojarse, a lo mejor no en Disney si no en los alrededores y luego, el que viene a agencia de viajes busca más organizado...” (22-25)	“...el avión el que más, luego va el coche los que se van en viaje por Francia...” (36, 37)	Aunque existe la posibilidad de ir en coche, la entrevistada confirmaba que “...lo más habitual es ir en avión...” (39)
COMBINACIÓN CON PARÍS Y Nº DE DÍAS	“...un 80% va a París y un 20% no va a París...” (87)	“...la mayoría es objetivo Disney, prácticamente estar toda la estancia	“...diría que hasta los 7-8 años van a Disney...” (65, 66)	“...hay muchos clientes que aprovechan también ya que

	<p>“...unas 3 noches alojados en el parque y 2 noches o 3 noches alojados en París, dependiendo un poquito de la combinación de los vuelos...” (49,50)</p>	<p>en Disney, con estancias no muy largas y como mucho bajar un día a París, como mucho...” (43,44)</p> <p>“...normalmente suele ser máximo 4 días, 3 noches. Y si es combinado, la semana...” (63,64)</p>	<p>“...Cuando los niños son un poquito más mayores... entonces sí que a veces hacen Disney con una visita desde Disney en el día a París...” (66-68)</p>	<p>van a París...” (67)</p> <p>“...normalmente ellos combinan pueden ser 4 noches en París y 3 Disney...” (77)</p>
<p>TIPO DE ALOJAMIENTO</p>	<p>“...un 99%, dentro del parque, en uno de los 7 que pertenecen...” (68)</p>	<p>“...prácticamente todo el mundo se aloja en Disney...” (32)</p>	<p>“...los clientes quieren una experiencia Disney ...y esa la tienen en los hoteles del parque...te diría que el 90% quieren, a pesar de que saben que es más caro...” (108-111)</p>	<p>Dependiendo del poder adquisitivo, en algunas ocasiones se opta por un hotel asociado pero “...el mayor porcentaje se alojan en Disney...” (101)</p>
<p>DINERO INVERTIDO</p>	<p>En un hotel de gama media, 3 noches en el parque y 2 en París “...entre 2000 y 3000 euros por familia, jugando con una familia de 2 adultos y 2 niños...” (92,93)</p>	<p>“...no puedo decir que haya una media...” “...todo son tarifas dinámicas...” “... puedes tener un paréntesis de precios de 400 euros perfectamente...” (111-113)</p>	<p>“...un hotel de 3 estrellas, 2 adultos y 1 niños en temporada media, está lo que es la estancia en el parque con pensión completa...” “...1.300, teniendo en cuenta que tienes que sumarle el aéreo...” (164- 167)</p>	<p>“...Una familia de 4 por ejemplo, pues dependiendo de los hoteles, entre 2000-3000 euros fijo...” (121)</p>

<p>INFORMACIÓN EXTRA</p>		<p><i>“La ventaja de Disney es que todos los hoteles están bien, o sea, tu sabes, como final, que el cliente Disney normalmente viene 100% satisfecho. Es valor seguro.”</i></p> <p>(136,137)</p>	<p><i>“...la gente queda muy muy satisfecha, muy satisfecha porque es un producto de muy alta calidad...”</i> (196)</p>	<p><i>“...es un destino del que no tienes apenas reclamaciones...”</i> (134)</p>
------------------------------	--	--	--	---