



CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO FIN DE GRADO

**EL SECTOR TURÍSTICO ESTADOUNIDENSE  
Y LOS PARQUES TEMÁTICOS:  
ANÁLISIS DEL CASO *WALT DISNEY WORLD***

Presentado por Irene Sanz Barroso

Tutelado por María del Carmen Garrido Hornos

Segovia, junio de 2020



## **RESUMEN**

Las formas en las que las personas invierten su tiempo de ocio son muy diversas. El turismo se constituye como una de ellas, dentro de la cual hay una gran multitud de tipologías diferentes, adaptadas a todos los públicos. Cada año son más las personas que practican turismo de parques temáticos, visitando alguno de los muchos parques que existen en el mundo.

Estados Unidos es la cuna de estos recintos, pues fue allí donde se construyeron los primeros parques temáticos de gran éxito y donde nació *Disney*, una de las empresas internacionales líderes en entretenimiento.

Este Trabajo de Fin de Grado nace con la finalidad de analizar la relación existente entre los parques temáticos y la industria turística. Para ello, se ha estudiado el origen y evolución del turismo y de los parques temáticos, nombrando algunos de los que existen en el mundo y en Estados Unidos. Además, se ha analizado uno de ellos, *Walt Disney World* en Orlando y su impacto económico, entre otros aspectos.

## **PALABRAS CLAVE**

Turismo, Parques temáticos, Estados Unidos, Orlando, Disney, *Walt Disney World*

## ***ABSTRACT***

*The ways in which people invest their leisure time are very different. Tourism stands as one of them, and there is a great multitude of different typologies adapted to all audiences. Every year more people practise theme park tourism, visiting one of the many parks that exist in the world.*

*The United States is the cradle of these parks, since that was the country where the first successful theme parks were built and where Disney, one of the leading international entertainment companies, was born.*

*This Final Project was created with the aim of analysing the relationship between theme parks and tourism industry. With this purpose, the origin and evolution of tourism and theme parks have been studied and some of those that exist in the world and in the United States have been named. In addition, one of them, Walt Disney World in Orlando and its economic impact, among other aspects, have been analysed.*

## ***KEY WORDS***

*Tourism, Theme parks, United States, Orlando, Disney, Walt Disney World*

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
-------------------	---

### CAPÍTULO 1

#### MARCO TEÓRICO

1.1. Justificación del tema elegido.....	9
1.2. Objetivos.....	9
1.3. Metodología.....	10

### CAPÍTULO 2

#### TURISMO Y PARQUES TEMÁTICOS

2.1. El turismo en Estados Unidos.....	12
2.1.1. Origen y evolución.....	13
2.1.2. Situación actual.....	18
2.2. Los parques temáticos.....	19
2.2.1. Origen y evolución de los parques temáticos.....	21
2.2.2. Parques temáticos en el mundo.....	26
2.2.3. Parques temáticos en Estados Unidos.....	30
2.2.4. Relación entre turismo y parques temáticos.....	33

### CAPÍTULO 3

#### WALT DISNEY WORLD RESORT

3.1. Breve reseña histórica de <i>Walt Disney Company</i> .....	36
3.2. Breve reseña histórica de <i>Walt Disney World</i> .....	40
3.3. Descripción física.....	45
3.3.1. Emplazamiento.....	45
3.3.2. Instalaciones.....	46
3.3.2.1. Parques.....	47
3.3.2.2. Alojamiento y restauración.....	53
3.3.3. Personal.....	55
3.4. Análisis del perfil del turista.....	56
3.5. Impacto económico de <i>Walt Disney World</i> en Florida.....	60
3.6. Nuevos retos y desafíos.....	61

4. CONCLUSIONES.....	63
----------------------	----

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
------------------------------------	----



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo es un sector muy diversificado y especializado en el que han ido surgiendo nuevas modalidades que se adaptan a los distintos perfiles de turistas existentes. Una de estas formas es el turismo de parques temáticos —muy popular en esta época—, cuya principal motivación es el disfrute y la diversión del turista dentro de un espacio cerrado dedicado a una temática concreta. Ejemplos de dichos emplazamientos son *Disney*, *Ferrari* o *Warner*, entre otros muchos.

Este Trabajo Fin de Grado trata de abarcar esta tipología de turismo en el mundo y, concretamente, en Estados Unidos, acercándose primeramente al turismo en este país, así como al turismo de parques temáticos. Para ello, primeramente se llevará a cabo una investigación del origen de los parques temáticos y una breve descripción de los existentes en el mundo y en Estados Unidos. Finalmente, se estudiará el caso de *Walt Disney World Resort*, en el que se incluye *Magic Kingdom* —el parque de atracciones más visitado del mundo con casi 21 millones de turistas anuales en 2018, según cifras recogidas por AECOM en el informe *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*.

No podemos olvidar, sin embargo, que este tipo de turismo puede ser complementario a otros, donde, aparte de la motivación por visitar el parque temático, existan otras como su proximidad a núcleos poblacionales. Así, podríamos hablar de turismo cultural, rural, deportivo, de sol y playa, gastronómico, cinematográfico, de eventos, etc.

Con la finalidad de analizar todo lo apuntado anteriormente, el trabajo constará de 3 capítulos. En el Capítulo 1, denominado *Marco Teórico*, se expondrán las razones de la elección de este tema en concreto, junto con los objetivos que se pretenden alcanzar y la metodología que se empleará.

El Capítulo 2, titulado *Turismo y Parques Temáticos*, llevará a cabo una aproximación al turismo en Estados Unidos, su evolución y situación actual, así como el grado de afectación de factores externos como la pandemia global del *COVID-19*. Además, se analizará el surgimiento de los parques temáticos, su presencia en el mundo y, más concretamente, en Estados Unidos, para acabar estableciendo una relación entre turismo y parques temáticos.

En el Capítulo 3, *Walt Disney World Resort*, se comenzará con dos breves reseñas históricas: una acerca de la empresa *Walt Disney* y otra sobre el propio parque temático. Asimismo, se realizará un estudio de la descripción física del parque, donde se hablará del emplazamiento, las instalaciones que posee, así como del personal, incluyendo las prácticas que se pueden llevar a cabo dentro de la empresa.

Por otra parte, se analizará el perfil del turista, atendiendo a datos como la estacionalidad, la duración del viaje, el medio de transporte y el alojamiento, entre otros. De igual manera, se estudiará el impacto económico que tiene *Walt Disney World Resort* sobre la economía local, incluyendo tanto número de empleos generados como ingresos que realiza en concepto de impuestos. Para finalizar, se expondrán los nuevos retos y desafíos a los que se ha de enfrentar *Walt Disney Company* y, más específicamente, el parque temático *Walt Disney World* después de la crisis sanitaria del *COVID-19*, que, lamentablemente, ha provocado el cierre temporal del recinto y de prácticamente toda la actividad económica y turística global.

# **CAPÍTULO 1**

## **MARCO TEÓRICO**



## **1.1. Justificación del tema elegido**

Como estudiante del Plan de Estudios Conjunto en Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Turismo, sentí especial interés en el análisis de la empresa *Disney*, una firma con una identidad de marca potente y con buenas estrategias de marketing que hacen de sus parques los más visitados en todo el mundo y proporcionan al turista una experiencia única. Resulta evidente, por tanto, que la compañía engloba lo más destacable de las disciplinas que dan nombre a mi titulación universitaria.

La elección de este tema se debe, además, al aumento de la popularidad de los parques temáticos como factor de atracción turística. Estos transforman los núcleos poblacionales cercanos en grandes destinos turísticos como es el caso de Orlando, en Estados Unidos. Todo ello se puede ver reflejado en cifras anuales: según el informe *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, las 10 empresas principales de parques temáticos tuvieron una afluencia de más de 500 millones de visitantes, un 5,4% más que el año anterior, donde no se llegó a la cifra citada anteriormente.

Estos índices dan cuenta de un contenido turístico innovador y diferente a otros, una vertiente del sector con la que poder disfrutar todos y cada uno de los días de trabajo, pues, como afirmó el propio Walt Disney: “[u]na buena historia te puede llevar a un viaje fantástico. Aquí comienza este viaje gracias a que un día un hombre dibujó un simple ratón.

## **1.2. Objetivos**

Los principales objetivos que persigue este Trabajo Fin de Grado son los siguientes:

- Investigar el turismo de parques temáticos desde sus inicios hasta nuestros días. Para ello, se indagará en el origen de estos recintos y su evolución a nivel global, citando los principales parques temáticos a nivel internacional y en Estados Unidos.
- Demostrar la importancia de los parques temáticos como recurso turístico a nivel mundial y en Estados Unidos, a través de datos informativos y estadísticos.

- Analizar la oferta y la demanda del caso de estudio, *Walt Disney World Resort*, es decir, los servicios que ofrece a los turistas así como el propio análisis del perfil del turista que acude a este parque temático.
- Conocer el sector turístico estadounidense, desde el surgimiento del turismo en dicho país hasta la actualidad.

### **1.3. Metodología empleada**

Para la realización del trabajo, se ha llevado a cabo una labor de documentación e investigación sobre el tema a través de la lectura de artículos en periódicos, revistas, bases de datos como ProQuest o JSTOR, libros, páginas webs especializadas en turismo como por ejemplo *Hosteltur* y diversos Trabajos Fin de Grado.

Esta tarea se ha organizado de lo más general a lo más específico, partiendo de la búsqueda de datos acerca de la evolución del turismo en Estados Unidos gracias a la Organización Mundial del Turismo (OMT). Seguidamente, se chequearon documentos acerca del origen y evolución de los parques temáticos, así como del turismo en los mismos. La información concreta sobre *Walt Disney World Resort* se ha conseguido a través de diversos artículos en periódicos, revistas sobre viajes, así como de la propia página web del parque temático y de la compañía, entre otras. Además, *Disney* posee un club de fans oficial, *D23*, del que se han extraído también datos acerca del parque temático y de la propia historia de la compañía.

## **CAPÍTULO 2**

# **TURISMO Y PARQUES TEMÁTICOS**

## **2.1. El turismo en Estados Unidos**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”. Del mismo modo, la OMT (2019) define al destino turístico como un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector

De acuerdo con la definición anterior, podemos considerar a cualquier región del mundo como destino turístico, salvo excepciones puntuales por diversos motivos, ya sean estos bélicos o se trate de crisis sanitarias o conflictos políticos, como, por ejemplo, la situación actual de Corea del Norte.

Los Estados Unidos de América son, sin lugar a dudas, un destino turístico de renombre. Es este un país formado por 50 estados, un distrito federal y otros estados asociados como es el caso de Puerto Rico. La capital es Washington, D.C, situada en el distrito de Columbia. Aunque el idioma más hablado sea el inglés, hay que destacar que más de 40 millones de habitantes poseen el español como lengua materna. Sin embargo, el inglés se convierte en una herramienta imprescindible para viajar a EEUU, pero, depende en qué zonas, no es tan necesario, pues en estados como California, Arizona, Texas, Colorado, etc., gran parte de la población habla español.

Al disponer de tanta superficie terrestre y albergar tantos estados —que, a su vez, se dividen en condados—, existe una gran diversificación del turismo, puesto que cada una de estas zonas aporta diferentes atractivos a los turistas potenciales: desde turismo de salud en Houston —donde se encuentra el centro médico y de investigación más grande a nivel mundial, con una cifra de pacientes de más de 7 millones al año— hasta turismo de juego en Las Vegas, con cientos de casinos abiertos al público las 24 horas.

Otros tipos de turismo que se pueden realizar en el país son el turismo cultural, el deportivo —con eventos como el musical en Nueva Orleans (cuna del Jazz) o la Maratón de Nueva York, respectivamente. En esta misma ciudad se da el turismo negro, debido a las inundaciones sufridas tras el huracán Katrina y también en Nueva York, por la llamada “Zona Cero” tras los atentados del 11 de septiembre de 2001.

No podemos obviar el turismo de sol y playa en las costas de Hawaii, Florida, Nueva Jersey, California, etc., o el turismo de nieve en zonas de California y Nuevo México, entre otros. Otra tipología de turismo que se puede efectuar en este país y que está en auge a día de hoy es el turismo cinematográfico: para ello habremos de visitar lugares como, por ejemplo, la pastelería *Magnolia* situada en La Gran Manzana, famosa por la serie *Sex and the City* (*Sexo en Nueva York*, 1998) o el *Café Reggio* en Nueva York, donde se rodaron escenas de la saga *The Godfather* (*El Padrino*, 1972) o la tienda *Tiffany's* de esta misma ciudad, que aparece en películas como *Breakfast at Tiffanys's* (*Desayuno con diamantes*, 1961). Asimismo, California es conocida, entre otras muchas cosas, por un festival de música de todo tipo de géneros que se celebra en octubre, el llamado *Coachella*, que atrae a miles de turistas con motivo del evento. El turismo de compras también es popular en diversas ciudades del país como Nueva York y su famosa *Quinta Avenida*, o en Miami y California.

También otros no tan singulares como el ufológico, puesto que en la localidad de Roswell se puede visitar el Museo del OVNI. Otra alternativa es el turismo espectral, que puede llevarse a cabo a través de diversos “ghost tours” en ciudades como Nueva Orleans.

Pero si algo nos interesa especialmente es el turismo de parques temáticos, ya que es uno de los atractivos turísticos más importantes del país, destacando el complejo turístico *Walt Disney World Resort*, en Orlando, en el estado de Florida. Este *resort* está formado por 4 parques temáticos y 2 acuáticos, además de diversos restaurantes, tiendas para adquirir productos de la firma *Disney* y alojamientos donde pernoctar y realizar una estancia más completa en el *resort*.

Pero estos son solo algunos de todos los que se pueden practicar, pues son infinidad de tipologías las que el turista puede llevar a cabo: turismo religioso, rural, de aventura, de negocios, literario, ecoturismo y un larguísimo abanico de posibilidades. En definitiva, existe una amplia oferta adaptada a cada una de las tipologías de turistas existentes, incluso ampliándose hacia gustos y preferencias no tan comunes en la población que buscan nuevas experiencias alejadas de las prácticas turísticas tradicionales y siempre combinables.

### **2.1.1. Origen y evolución**

El turismo es un fenómeno que ha ido surgiendo acorde al incremento de la demanda de ocio de la población y que ha evolucionado de diferentes formas,

dependiendo del espacio geográfico, las condiciones sociales, económicas y culturales. Por ejemplo, los atentados del 11S en Nueva York no afectaron de la misma forma al turismo en América que en Europa, aunque la barbarie sí tuvo importantes consecuencias globales, como se expondrá más adelante.

El auge del turismo a nivel internacional se produjo tras la Segunda Guerra Mundial, época en la que se empezaron a utilizar de manera regular nuevos medios de transporte como el avión comercial. El automóvil era ya también asequible para gran parte de la población. Como consecuencia, para 1950 había alrededor de 25 millones de turistas internacionales en todo el mundo y, 30 años más tarde, se consiguieron superar los 275 millones. Con el aumento de la renta, también se produjo un incremento de la formación de las personas, lo que llevó a un mayor interés por conocer nuevos lugares. Asimismo, los derechos laborales facilitaron un aumento de los viajes gracias a vacaciones pagadas, la posibilidad de reducir la jornada laboral, etc.

No se puede hablar de los años 70 sin mencionar la crisis del petróleo de 1973, que provocó un declive del crecimiento de la demanda turística no tan significativo como en décadas anteriores. Lo que sí aumentó de manera reveladora fue el gasto turístico, sobre todo por la inflación del precio de los bienes y servicios que ocasionó esta crisis. Del mismo modo, hay que resaltar que en 1978 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) publicó la primera lista de lugares Patrimonio de la Humanidad. En ella se incluía el *Parque Nacional de Yellowstone* en Estados Unidos.

Durante los 80 y los 90 continuó un crecimiento paulatino del turismo en todo el mundo, incluido Estados Unidos, pues el sector llevaba 30 años de crecimiento y estaba llegando a alcanzar cierta madurez —además de por la Guerra del Golfo, que redujo incluso la demanda interna de EEUU.

En esta época se produjo también un hecho fundamental: la liberalización de los espacios aéreos. Esto trajo consigo un incremento en la frecuencia de los vuelos y una diversificación de rutas, lo que, a su vez, disminuyó el precio de los billetes por el aumento de la oferta.

La década de los 2000 estuvo marcada por el fatídico ataque terrorista ocurrido el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, conocido como el atentado de las Torres Gemelas. La mañana del 11 de septiembre, 4 aviones de aerolíneas americanas fueron secuestrados por miembros pertenecientes al grupo terrorista *Al-Qaeda* con el objetivo de perpetrar varios atentados en diversas ciudades de los Estados Unidos: Nueva York,

Virginia y Pensilvania. De todos ellos, el que peores consecuencias acarreó fue el ocurrido en pleno centro de Nueva York, cuando uno de esos aviones se estrelló contra una de las Torres Gemelas en el *World Trade Center*, dejando un balance de alrededor de 3.000 muertes y más del doble de víctimas (*El País*, 2019).

Según datos ofrecidos por la OMT en su Panorama del Turismo Internacional emitido con carácter anual, como consecuencia de tan fatal acto, 2001 fue el primer año desde 1982 en el que se produjo un crecimiento negativo del turismo a nivel internacional. Así se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 1: Llegadas de turistas internacionales 2001

	(millones)		Variación (%)	Cuota de mercado (%)	
	2000	2001*	2001*/2000	2000	2001*
<b>Mundo</b>	<b>696,8</b>	<b>692,6</b>	<b>- 0,6</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
África	27,2	28,4	4,3	3,9	4,1
Américas	128,5	120,8	- 6,0	18,4	17,4
Asia Oriental y el Pacífico	109,2	115,2	5,5	15,7	16,6
Asia Meridional	6,1	5,8	- 4,5	0,9	0,8
Europa	402,5	399,7	- 0,7	57,8	57,7
Oriente Medio	23,2	22,7	- 2,5	3,3	3,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284406890>

Tal y como se puede comprobar, el mayor descenso de turismo a nivel internacional se produjo en América, con una caída del 6% respecto al año 2000, principalmente por el atentado a las Torres Gemelas, citado con anterioridad. Por tanto, y como es de esperar, las Américas fueron también las regiones en las que se produjo una mayor bajada de ingresos turísticos, con un declive de casi el 8% —dato en absoluto desdeñable, pues en el año 2000 se había producido una subida de casi el 9% de ganancias procedentes de este sector. En cuanto a volumen de turistas, cabe destacar que Estados Unidos descendió del segundo al tercer puesto como destino turístico a nivel internacional, ya que recibió 5’5 millones menos de turistas con respecto al año 2000. Aun así, se mantenía a la cabeza en ingresos por turismo con más de 70 mil millones de dólares americanos, si bien había descendido casi un 12% en comparación a las ganancias del 2000:

Tabla 2: Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional 2001

Series	Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional					
	(1000)		Variación (%)		Cuota de mercado (%)		(millones \$EE.UU.)		Variación (%)		Cuota de mercado (%)	
	2000	2001	00/99	01*/00	2000	2001*	2000	2001*	00/99	01*/00	2000	2001*
Américas	128.497	120.840	5,0	- 6,0	100	100	132.774	122.487	8,8	- 7,7	100	100
Estados Unidos TF	50.945	45.490	5,0	- 10,7	39,6	37,6	82.042	72.295	9,8	- 11,9	61,8	59,0
México TF	20.641	19.811	8,4	- 4,0	16,1	16,4	8.295	8.401	14,8	1,3	6,2	6,9
Canadá TF	19.663	19.697	1,5	0,2	15,3	16,3	10.704	10.774	5,2	0,7	8,1	8,8
Brasil TF	5.313	4.773	4,0	- 10,2	4,1	3,9	4.228	3.701	5,9	- 12,5	3,2	3,0
Puerto Rico TF	3.341	3.551	10,5	6,3	2,6	2,9	2.388	2.728	11,6	14,2	1,8	2,2
Rep. Dominicana TF	2.973	2.778	12,1	- 6,6	2,3	2,3	2.860	2.689	15,2	- 6,0	2,2	2,2
Argentina TF	2.909	2.629	0,4	- 9,6	2,3	2,2	2.817	2.534	0,1	- 10,0	2,1	2,1
Uruguay TF	1.968	1.892	- 5,1	- 3,9	1,5	1,6	652	561	- 0,2	- 14,0	0,5	0,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284406890>

Pero estos hechos no solo tuvieron consecuencias en el turismo receptor, sino también en el emisor; ello pudo deberse a las inseguridades provocadas en la población por este tipo de actos, así como por el estancamiento del desarrollo económico a nivel mundial. Este malestar y esta inseguridad se prolongaron en el tiempo, pues en el año 2002 Estados Unidos siguió sufriendo las consecuencias de esos atentados con notables descensos tanto de visitantes como de ingresos en el sector turístico, aunque no tan acusados. Del mismo modo, el turismo emisor también se vio afectado de forma negativa, hecho que se sufrió especialmente dentro del propio país y en otras regiones de América del Sur y el Caribe.

El 2003 estuvo marcado por factores externos como la crisis sanitaria del SRAS y el conflicto de Iraq. Todo ello —sumado al resentimiento de la economía global— provocó que siguiera disminuyendo el volumen de visitantes e ingresos en todo el mundo. Como consecuencia, los Estados Unidos de América redujeron el número de llegadas de turistas internacionales en un 5,3% respecto al año 2002: el país seguía en el primer puesto en cuanto a ingresos turísticos, pero con una caída del 3,3%. Lo mismo ocurrió con el turismo emisor, que manifestó un declive del 3,7% en comparación con el año 2002 (Panorama del Turismo Internacional de la OMT, 2004).

Tras años de importantes descensos en el sector turístico, el 2004 fue positivo para el turismo, con un aumento en la mayoría de destinos tanto en volumen de visitantes como en nivel de ingresos. Observando los datos de 2003, comprobaremos que el turismo en América del Norte experimentó una subida de casi el 11%: por primera vez desde los atentados de las Torres Gemelas, se obtuvo una cifra positiva en cuanto a crecimiento de turistas e ingresos, siendo Estados Unidos la más beneficiada. A pesar de ello, el número de visitantes internacionales atraídos se encuentra por debajo al obtenido en el año 2000,



último año de crecimiento hasta 2004. De igual manera que el turismo receptor aumentó, así lo hizo el emisor en casi un 11%.

2005 estuvo marcado por fenómenos como el terrorismo, la subida del precio del petróleo y desastres naturales como el huracán *Katrina*, la mayor de las catástrofes naturales que ha golpeado a los Estados Unidos. A pesar de ello, la nación consiguió obtener un aumento del 7% con respecto al año anterior, aunque muy por debajo del resto de zonas de América: Cuba, por ejemplo, experimentó un 12%. El nivel de ingresos por turismo también aumentó, aunque en menor medida al año anterior, algo que debe ser considerado muy positivo teniendo en cuenta la debacle que atizó al país y que causó más de 1.800 víctimas mortales, la mayoría de ellas en la ciudad de Nueva Orleans.

En los años siguientes siguió aumentando el volumen de turistas e ingresos, aunque no en la misma medida que años anteriores. En la segunda mitad del año 2008 y debido a la crisis financiera mundial que trajo consigo un periodo de recesión, se produjo un descenso generalizado en la mayoría de los países. Sin embargo, hay que destacar que Estados Unidos no se vio tan afectado como los países europeos y consiguió cierto aumento en el sector turístico: un 3,6%. El número de turistas internacionales se redujo un 4,2% durante el año 2009 y los ingresos descendieron un 5,7%, todo ello debido no solo a la crisis financiera mundial, sino también a la crisis sanitaria de la *Gripe A*. Por su parte, Estados Unidos vio reducido un 5,3% las llegadas de turistas internacionales y sus ingresos cayeron en más de 15 millones de dólares.

El turismo fue recuperándose poco a poco en los años siguientes, a medida que se iban superando las consecuencias de la crisis financiera, aunque el nivel de ingresos se recuperaba de una manera más paulatina. En 2012, y por primera vez en la historia, el número de visitantes que pernoctaron en todo el mundo superó la barrera de los mil millones, situándose en 1.035,40 más que el año anterior. De estos, 163 millones visitaron algún país de América y casi 67 millones de las visitas se registraron en Estados Unidos.

Desde el año 2009 hasta 2018 —fecha que recoge los datos más recientes—, el turismo ha ido creciendo año tras año a nivel general, convirtiéndose en una de las principales fuentes de riqueza de la mayoría de países. Además, hay que destacar el año 2017 como el año en el que más aumentaron los turistas desde 2010. En este momento América recibió 211 millones de turistas e ingresó 326.000 millones de dólares gracias a nuestro sector.

Por último, y como ya hemos apuntado, resulta insoslayable la importancia del atentado de las Torres Gemelas en Nueva York para el turismo de este país, pues debido a él, las medidas para acceder a Estados Unidos a día de hoy son extremadamente rigurosas y también los son los controles de seguridad en su turismo interior. Pero el atentado no solo tuvo consecuencias para EEUU, pues, a partir de esa fecha, los controles en el tránsito de pasajeros de la mayoría de países se endurecieron para ofrecer, en la medida de lo posible, una mayor seguridad a la hora de viajar.

### **2.1.2. Situación actual**

Según el último informe emitido por la OMT, el turismo aumentó en 2018 por noveno año consecutivo en todo el mundo, siendo la región de las Américas la que obtuvo el menor crecimiento de todas las zonas: el escaso incremento del 2% pudo ser debido a la popularidad que están adquiriendo otros destinos turísticos situados en países de Asia. Estados Unidos se sitúa en el *top* 3 de principales destinos turísticos, con 80 millones de turistas, y en el número 1 en ingresos turísticos, muy por encima del número 2, con 214 mil millones de dólares frente a los 74 mil millones de España.

Actualmente, debido a la crisis sanitaria mundial producida por el *COVID-19* — comúnmente conocido como “Crisis del Coronavirus” y a la que haremos referencia en varias ocasiones a lo largo de este TFG—, el turismo se ha paralizado en todo el mundo por el cierre de fronteras entre países, así como por el confinamiento de las personas en sus casas, a las que se les ha impuesto una movilidad restringida en muchos países del mundo, entre los que algunos de los Estados Unidos están incluidos. Así, el gobernador de Nueva York decretó el 20 de marzo el confinamiento de los ciudadanos de dicho estado para impedir la propagación del virus y volver cuanto antes a la reactivación de la actividad económica.

Sin embargo, es muy pronto para analizar las posibles secuelas y elucubrar sobre cómo afectará este virus a la industria del turismo. Parece claro, eso sí, que acarreará consecuencias muy negativas, sobre todo para todas aquellas economías en las que el turismo es una de las principales actividades que aportan riqueza al P.I.B del país. En definitiva, habrá que esperar al informe que realice la OMT en 2021 para poder analizar estas consecuencias y obtener conclusiones.

## 2.2. Los parques temáticos

Definir lo que son los parques temáticos no es tarea fácil, sobre todo por la inmensa oferta de la que disponemos para satisfacer nuestras necesidades de ocio y culturales basadas en temas concretos. A pesar de esto, podríamos reproducir palabras de Esteve, para quien un parque temático es: “un recinto cerrado de gran extensión, en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo “mágico” y del disfrute de un conjunto de atracciones mecánicas especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto” (2001, p. 41).

De acuerdo con Clavé (2007), podemos establecer una serie de características propias de los parques temáticos, gracias a los diversos estudios que se han llevado a cabo en la materia a través de múltiples autores como Jones y Robinett. Estas características son:

- **Diversidad de atracciones:** podemos encontrar una amplia oferta de atracciones, que se agregan a otras infraestructuras o manifestaciones culturales como espectáculos musicales. A día de hoy, muchos de ellos ofrecen prácticas únicas para experimentar las últimas tecnologías como realidad virtual. Garantizan la diversión de toda la familia gracias también a espectáculos ambulantes dentro del propio parque, como pueden ser los desfiles.
- **Localización y equipamientos:** están localizados cerca de núcleos urbanos medianos o grandes para poder alcanzar un mayor índice de demanda turística, pero, aun así, poseen todas las infraestructuras necesarias para satisfacer todas aquellas necesidades que puedan surgir al visitante, como alojamientos para pernoctar sin necesidad de regresar al área metropolitana, restaurantes y bares para su manutención, tiendas donde poder adquirir diversos productos, etc.
- **Identidad temática:** todas las atracciones e infraestructuras existentes en el parque se basan en uno o varios temas en concreto, ya sea del mundo del cine, de la música, de la literatura, etc. Claro ejemplo es *Disney*, pues en todos sus parques la temática responde al universo de ensoñación creado por el dibujante que dio nombre a la firma. Como no podía ser de otro modo, en sus tiendas se puede adquirir *merchandising* de sus

películas, lo que permite al visitante adentrarse en ese mundo ficticio de forma más realista y palpable.

- **Altos niveles de calidad ambiental y de producto:** con la finalidad de proporcionar una experiencia inolvidable al visitante, la calidad de los productos y servicios es lo primordial para que el parque consiga unos niveles muy altos de satisfacción. En cuanto a la calidad ambiental, el parque ha de contar con una buena limpieza, calidad en sus productos alimenticios, atracciones que proporcionen seguridad, así como diversión en las colas de las propias atracciones, entre otras cosas.
- **All-day-all-in ticket:** ofrece la posibilidad de adquirir un ticket válido para todas las atracciones, sin tener que pagar extras una vez en el interior del parque.

Por otra parte, podemos realizar una división de los parques temáticos en función de su tamaño, bien sea por la dimensión del espacio en concreto, por la inversión o por el volumen de visitantes que reciben. Tal y como Esteve (2001) recoge:

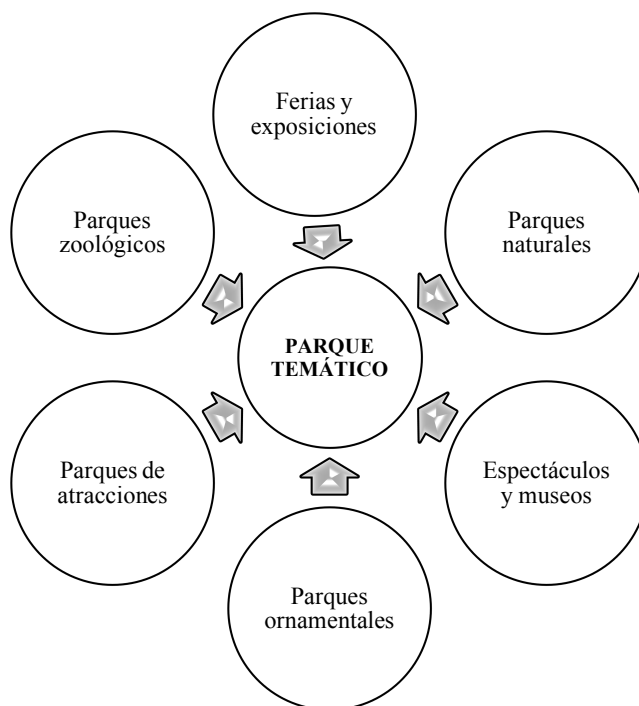
- **Megaparques:** se constituyen como un reclamo turístico a nivel mundial y son incluso un destino turístico propiamente dicho. Esta tipología solamente se ve reflejada en *Walt Disney World Resort Orlando*, que recibe decenas de millones de turistas al año. Está formado por 4 parques temáticos y 2 acuáticos, además de restaurantes, tiendas y hoteles, como ya hemos adelantado y como se expondrá de forma mucho más pormenorizada en páginas que siguen.
- **Parques continentales:** son un destino turístico a nivel continental, situados cerca de grandes núcleos poblaciones y con un promedio de entre 5 y 10 millones de turistas anuales. Ejemplo de esto en Europa es *Disneyland París*.
- **Parques internacionales:** atraen a turistas a nivel internacional, pero, sobre todo, suelen proceder de países colindantes al que alberga el parque y con un volumen de visitas menor a los de la anterior categoría. En España, destacaríamos *Port Aventura*, situado en Tarragona.
- **Parques nacionales:** como su nombre indica, suelen atraer principalmente a turistas nacionales y, por tanto, el número de visitantes es menor, con un máximo de 2'5 millones anuales. Ejemplo de ello es *Isla Mágica* en Sevilla, entre otros.

### 2.2.1. Origen y evolución de los parques temáticos

Los parques temáticos surgen gracias a la importancia que adquiere el ocio en la vida de las personas a lo largo de la historia, quienes buscan lugares donde poder divertirse. Pero estos parques no solo han surgido como paraísos del ocio, sino que también constituyen una fuente educativa.

El concepto de parque temático procede de una larga evolución de muchas formas de ocio y recreo como son ferias, parques naturales, espectáculos y museos, exposiciones, parques ornamentales, parques de atracciones y zoológicos, etc. que, centrados en un único tema, pasan a desarrollar la idea que conocemos de parque temático:

Figura 1: Esquema evolución de los parques temáticos.



Fuente: elaboración propia, a partir de Esteve (2001).

Tal y como los concebimos hoy, los parques temáticos tienen uno de sus antecedentes en el siglo XVI, con la apertura al público en 1583 del primero de los parques de atracciones, llamado *Bakken*, al norte de Copenhague. El parque recibe este nombre para acortar su nombre oficial, *Dyrehavsbakken*, que significa “la Colina del Ciervo”.

Tuvieron que pasar casi 200 años para que se abriera al público el segundo parque de Europa. El *Prater*, en Viena, dio la bienvenida a sus primeros visitantes en 1766 con diversas atracciones.

En el siglo XIX, concretamente en 1843 y en otra situación económica y política diferente a los años anteriores, *Tivoli* abrió sus puertas. Se trató de un parque situado en pleno centro de Copenhague que ofrecía y sigue ofreciendo actividades como música en directo, espectáculos de luces, y por supuesto, atracciones. Si hablamos de España, hay que destacar que, a finales del siglo XIX, en el año 1899, se inauguró el *Parque del Tibidabo*, situado en Barcelona.

En Estados Unidos, no fue hasta pasada la Guerra Civil en el año 1865 cuando comenzó el fenómeno de los parques temáticos. Fue gracias a las compañías ferroviarias, que instalaron al final de sus trayectos pequeños parques con atracciones y diversos establecimientos para comer. Así es como comenzó a desarrollarse la sociedad del ocio en los Estados Unidos de América.

El siglo XX fue el siglo de oro para los parques temáticos y de atracciones en Estados Unidos, comenzando con el más famoso antes de la llegada del fenómeno *Disney* a este país. Se trata de los parques de atracciones emplazados en Coney Island, tras el éxito cosechado por el parque de *Boynton's Water Chutes*, en Chicago y creado por Paul Boynton, un showman. Fue él mismo quien trasladó esa idea a Coney Island, una pequeña isla al sur de Brooklyn que cuenta con diversos parques, entre los que destacan *Steeplechase Park*, *Luna Park* o *Sea Lion Park*, inaugurados a principios del siglo XX.

En ese mismo siglo, los diferentes avances en ciencia y tecnología se aplicaron a la mayor parte de los ámbitos de la vida y los parques temáticos no iban a ser menos. Por ello, comenzaron a surgir las primeras montañas rusas, así como otro tipo de atracciones similares donde la tecnología permitía disfrutar de una experiencia única.

Todos estos parques comenzaron con visitantes de origen local que se sentían maravillados por estas obras de ingeniería situadas en sus ciudades para, poco a poco, comenzar a atraer a personas de otros lugares del país, siendo cada vez más y más populares tanto a nivel nacional como internacional.

Las personas ya habían descubierto una nueva manera de ocio y diversión para desconectar del trabajo los fines de semana y disfrutar de la familia de una manera diferente, pero también de un modo educativo y por un módico precio. Incluso cabía la posibilidad de acceder al parque de manera gratuita y pagar solamente por las atracciones que uno quisiera.

Pero, si hablamos de parques temáticos, debemos hablar de exposiciones universales en tanto que albergan diversas obras sobre un tema, que se constituye como hilo conductor. Podemos situarnos en Londres en mayo de 1851, fecha en la que se inauguró la “Gran Exposición de los Trabajos Industriales de Todas las Naciones”, constituyéndose así un tipo de exposición nuevo: la temática.

Estados Unidos no tardó en ofrecer a sus ciudadanos la posibilidad de adquirir conocimientos similares a los que habían adquirido los más de 40.000 visitantes diarios que recibió la exposición londinense. De esta manera, en julio de 1853, se inauguró en Nueva York la “Exposición de Industria de Todas las Naciones”. Esto fue el inicio de este fenómeno, al que siguieron otras ciudades tan importantes como Dublín, Múnich y París, que querían que sus ciudadanos disfrutasen de las mismas oportunidades que un londinense o neoyorquino.

El cambio ocurrió cuando las exposiciones que originariamente se habían emplazado en grandes edificios —considerados obras arquitectónicas— dejaron paso a los parques. En 1867, París fue la pionera en introducir una exposición en un parque de atracciones, uniendo los objetivos de enseñar y divertir a los visitantes sobre un tema específico. Se originó así una nueva manera de aprender y disfrutar de la cultura en los ciudadanos y, tal fue el éxito en París, que todos los países copiaron su modelo, incluida España. En Barcelona y desde mayo hasta diciembre de 1888 tuvo lugar la Exposición Universal en el Parque de la Ciudadela. El evento atrajo a más de 2 millones de visitantes en una época en la que la economía de la ciudad estaba deteriorada, lo que, indudablemente, consiguió impulsarla.

En 1889 tuvo lugar en París otra Exposición Universal, esta vez en memoria de la celebración de los 100 años de la Revolución Francesa. Fue este un hecho histórico que funcionó como vínculo concluyente entre los parques de atracciones y las exposiciones universales, puesto que la atracción principal de la exposición fue la Torre Eiffel, construida con motivo de dicho evento. Lo mismo ocurrió en Chicago 4 años más tarde, pero esta vez fue la noria creada por George Washington Gale Ferris, en vez de la Torre Eiffel construida por Alexandre Gustave Eiffel.

El gran éxito que obtuvieron los parques de Coney Island, citados anteriormente, coincidió en Europa con la Primera Guerra Mundial, situación que Estados Unidos aprovechó para avanzar en estos nuevos productos de ocio que tantos beneficios estaban generando. Para 1919 —año en el que finalizó la Guerra—, ya había cerca de 1.5000 parques en todo el país. Este estado de esplendor no duró mucho, pues, además de los

diversos escándalos surgidos en temas de seguridad en las atracciones, hay que añadir el estallido del “Crack del 29”: Estados Unidos se hundió en una gran recesión que afectó enormemente al sector, pues los estadounidenses tenían otras prioridades en la distribución de sus recursos monetarios. Así, en 1935, el país contaba con más de mil parques menos de los que había en 1919.

Fue a raíz de este fenómeno que la industria se replanteó un nuevo escenario para la diversión y el ocio, dando lugar a la creación del primer parque temático en el país: *Knott's Berry Farm*, situado en California. Aunque fue abierto en 1920 con diversos restaurantes ambientados en el Salvaje Oeste, no fue hasta 1936 cuando introdujo también espectáculos, atracciones y personajes en torno a esa temática que creaba todo un mundo imaginario.

A pesar de su éxito, en 1939 comenzó la Segunda Guerra Mundial, que se alargó hasta 1945; esto —unido a las nuevas formas de ocio surgidas tras esta Guerra como la televisión— provocó el declive de los parques de atracciones y parques temáticos.

Con la finalidad de dar respuesta a estas nuevas necesidades de ocio de la sociedad, apareció Walt Disney para fundar en 1952 *Walt Disney Incorporated* y crear parques que permitiesen disfrutar a toda la familia en su tiempo libre. A partir de 1955, Walt Disney ofreció al público que visitaba su parque en Anaheim (California) la posibilidad de adentrarse en cinco mundos ficticios: *Main Street U.S.A.*, *Fantasyland*, *Tomorrowland*, *Frontierland* y *Adventureland*. Con decenas de atracciones separadas en cada uno de esos mundos, el visitante era alegremente recibido por algunos personajes animados creados por el propietario como Mickey Mouse, Donald Duck, Minnie Mouse, etc. A esto se fueron sumando más atracciones y espectáculos a pie de calle en los que el propio público podía participar e interactuar.

El asombroso éxito de este parque se debió principalmente al marketing que llevó a cabo la empresa con la divulgación del documental *The Disneyland Story* en la cadena *ABC*, con la que estaba asociada *Disney*. Una vez atraídos los primeros visitantes, el resto acudió solo gracias a la técnica de marketing del “boca-oreja”, también conocido como “boca a boca”. Aun así, hay que destacar que la fama precedía a los parques gracias a su fundador, dibujante conocido, entre otras cosas, por su creación más famosa, Mickey Mouse (1928), y, más adelante, por el lanzamiento de películas como *Snow White and the Seven Dwarfs* (*Blancanieves y los Siete Enanitos*, 1937).

Cuatro años más tarde, emulando la idea de Disney, se creó *Freedomland*, pero no duró más que cuatro años como parque temático ambientado en Estados Unidos, para



pasar a ser un parque de atracciones más sin una temática definida. Finalmente, en 1964 cerró debido, entre otras cosas, a las escasas técnicas de marketing que se implementaron para promocionarlo.

A este parque temático siguieron las aperturas de otros como *Six Flags* (1961), que más tarde fue adquirido por la empresa *Warner Bros Studios*. En 1964 el estudio cinematográfico *Universal Studios* reabrió sus puertas en Hollywood como parque temático, ofreciendo la posibilidad de visitar los estudios de cine y disfrutar de atracciones. La empresa decidió hacer lo mismo en 1990 en Florida, otra zona de Estados Unidos con gran demanda en este sentido.

Walt Disney fallece en 1966, no sin antes dejar a su hermano la misión de completar el proyecto del parque temático más importante del mundo: *Disney World*. Desde 1967 se fueron construyendo las diversas zonas de manera escalonada, hasta 1982, año en que se inaugura el área que más se asemeja a las exposiciones universales citadas anteriormente: el *EPCOT*, que unía diversión y educación.

En los años 70 fueron centenares de parques los que se inauguraron en este país, incluyendo algunos como *Magic Mountain u Opriland*, dedicado a la música country. Estados Unidos sirvió de ejemplo para el resto de países del mundo, pues, pasados 10 años, en la década de los 80, este movimiento se expandió con nuevos parques o con la reinención de los tradicionales parques de atracciones enfocados en una temática concreta. Cabe destacar el año 1983, fecha en la que se inauguró el primer parque Disney fuera de los Estados Unidos, *Tokio Disneyland*.

En los años 90 ya había un total de casi 1400 parques temáticos y de atracciones en todo el mundo, destacando EEUU, que albergaba casi 900 de ellos. Este dato no es de extrañar, ya que fue ahí donde comenzó el desarrollo de los parques temáticos, con su representante por excelencia, Walt Elias Disney.

Con la globalización e internacionalización de las empresas, grandes compañías como *Disney* y *Universal*, entre otras, abrieron parques temáticos en ciudades de Asia como Tokio, Hong Kong o Shanghái. En 2016 *Disneyland Shanghái* abrió sus puertas debido al éxito de este tipo de parques temáticos en otras zonas del continente asiático para abarcar una mayor demanda. Según datos extraídos del informe de *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, actualmente los 10 grupos principales de parques temáticos —entre los que se encuentran *Walt Disney*, *Universal* y *Six Flags*— recibieron más de medio billón de visitas por primera vez en su historia. Dentro de estos, hay que mencionar a *Magic Kingdom*, uno de los mundos de *Disney World*, como el parque

temático más visitado del mundo, con una afluencia de más de 20 millones de visitantes en 2018.

El hecho de que Estados Unidos fuese precursor de los parques temáticos se puede observar en el mayor número de parques que alberga en su territorio y, además, en las visitas que estos reciben, pues solamente en Florida hallamos 6 parques en el *top 25* que acaparan casi 80 millones de un total de 251 millones.

Pero no solo hay que hablar de parques temáticos en relación al cine o a mundos imaginarios, puesto que cada vez son más los destinados a historia, geología u otras materias, así como al mundo acuático. Referido a este último, según el estudio de *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, los 20 más concurridos tienen un volumen de visitantes que varía desde 1 millón hasta casi 3, destacando el *Chimelong Water Park*, situado en Guangzhou, en China con 2,7 millones, cifras muy alejadas de las correspondientes a parques temáticos no acuáticos.

### **2.2.2. Parques temáticos en el mundo**

Como ya se ha citado con anterioridad, el desarrollo de los parques temáticos se dio en Estados Unidos antes que en el resto de países, pero, poco a poco, se fueron extendiendo hasta el día de hoy, momento en el que contamos con miles de ellos repartidos por el mundo. Los principales parques temáticos están emplazados en Estados Unidos, Europa, China y Japón, pero el volumen de ingresos y de visitantes es diferente en cada una de las regiones.

En la siguiente tabla, extraída del informe *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, se encuentran los 25 parques de atracciones y temáticos que más visitantes han recibido durante el año 2018. Es preciso destacar que 9 de ellos forman parte del territorio estadounidense, 5 están emplazados en Europa, 5 en China, 4 en Japón y 2 en Corea del Sur, por lo que la tendencia de crecimiento desde Estados Unidos hacia Europa y Asia resulta evidente. Además, podemos hablar de *Disney* como el líder de la industria de los parques temáticos, pues, de un total de 501 millones de visitas a los 10 grupos más importantes del sector, *Walt Disney Attractions* acapara 157'3 millones — muy por encima del segundo grupo empresarial *Merlin Entertainments Group*, con 67 millones de visitantes en sus diversos parques como *LegoLand*, *Madame Tussauds*,

*Peppa Pig World of Play*, y muchos más repartidos en Estados Unidos, Europa, Asia y Australia.

Tabla 3. TOP 25 parques de atracciones y temáticos con más visitas en 2018

TOP 25 AMUSEMENT/THEME PARKS WORLDWIDE				TEA THEME INDEX AND MUSEUM INDEX		AECOM			
RANK	PARK LOCATION	% CHANGE	ATTENDANCE 2018	ATTENDANCE 2017	RANK	PARK LOCATION	% CHANGE	ATTENDANCE 2018	ATTENDANCE 2017
1	MAGIC KINGDOM THEME PARK AT WALT DISNEY WORLD RESORT, LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	2.0%	20,857,000	20,450,000	13	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND PARIS, MARNE-LA-VALLÉE, FRANCE	1.9%	9,843,000	9,660,000
2	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND RESORT, ANAHEIM, CA, U.S.	2.0%	18,666,000	18,200,000	14	UNIVERSAL'S ISLANDS OF ADVENTURE THEME PARK AT UNIVERSAL ORLANDO RESORT, FL, U.S.	2.5%	9,708,000	9,549,000
3	TOKYO DISNEYLAND AT TOKYO DISNEY RESORT, TOKYO, JAPAN	7.9%	17,907,000	16,600,000	15	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD, UNIVERSAL CITY, CA, U.S.	1.0%	9,147,000	9,056,000
4	TOKYO DISNEYSEA AT TOKYO DISNEY RESORT, TOKYO, JAPAN	8.5%	14,651,000	13,500,000	16	HONG KONG DISNEYLAND, HONG KONG SAR	8.1%	6,700,000	6,200,000
5	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN, OSAKA, JAPAN	-4.3%	14,300,000	14,935,000	17	LOTTE WORLD, SEOUL, SOUTH KOREA	-11.2%	5,960,000	6,714,000
6	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM THEME PARK AT WALT DISNEY WORLD RESORT, LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	10.0%	13,750,000	12,500,000	18	NAGASHIMA SPA LAND, KIWANA, JAPAN	-0.2%	5,920,000	5,930,000
7	EPCOT THEME PARK AT WALT DISNEY WORLD RESORT, LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	2.0%	12,444,000	12,200,000	19	EVERLAND, GYEONGGI-DO, SOUTH KOREA	-7.3%	5,050,000	6,310,000
8	SHANGHAI DISNEYLAND, SHANGHAI, CHINA	7.3%	11,800,000	11,000,000	20	OCEAN PARK, HONG KONG SAR	0.0%	5,000,000	5,000,000
9	DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS AT WALT DISNEY WORLD RESORT, LAKE BUENA VISTA, FL, U.S.	5.0%	11,258,000	10,722,000	21	EUROPA PARK, RUST, GERMANY	0.4%	5,720,000	5,700,000
10	CHIMELONG OCEAN KINGDOM, HENGGIN, CHINA	10.6%	10,830,000	9,780,000	22	DE EFTELING, KAADSHOEVEL, NETHERLANDS	4.2%	5,400,000	5,100,000
11	UNIVERSAL STUDIOS FLORIDA THEME PARK AT UNIVERSAL ORLANDO RESORT, FL, U.S.	5.0%	10,708,000	10,190,000	23	WALT DISNEY STUDIOS PARK AT DISNEYLAND PARIS, MARNE-LA-VALLÉE, FRANCE	1.9%	5,290,000	5,200,000
12	DISNEY CALIFORNIA ADVENTURE PARK AT DISNEYLAND RESORT, ANAHEIM, CA, U.S.	3.0%	9,861,000	9,574,000	24	TIVOLI GARDENS, COPENHAGEN, DENMARK	4.5%	4,050,000	4,640,000
					25	CHIMELONG PARADISE, GUANGZHOU, CHINA	11.9%	4,680,000	4,181,000
			<b>TOP 25 TOTAL ATTENDANCE 2018</b>				<b>251,490,000</b>		<b>243,887,000</b>
			<b>TOP 25 ATTENDANCE GROWTH 2017-18</b>				<b>3.3%</b>		<b>251,990,000</b>

Fuente: TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018

La amplia oferta de parques de atracciones encuentra su justificación en la diversidad de gustos de los públicos, pues existen parques dedicados a cualquier tema que imaginemos. Podemos hablar de parques acuáticos, destacando *Chimelong Water Park* en China como el más visitado en 2018 con 2,7 millones, seguido de *Typhoon Lagoon Water Park* situado en el complejo de *Disney World Resort* en Orlando con una cifra no muy alejada en cuanto a la afluencia de público. Sin embargo, hay que resaltar que la industria en este ámbito está más repartida, entrando en la lista de los 20 parques acuáticos más visitados del mundo algunos situados en Brasil, Bahamas, Dubái, Malasia y Australia, entre otros.

La demanda por los coches podemos satisfacerla en parques como *Ferrari Land*, en Salou, o *Ferrari World*, en Abu Dabi. Otros gustos como el de conocer nuevos lugares puede verse reflejado en parques como *Europa Park*, en Alemania, que ofrece la posibilidad a su público de contemplar y disfrutar de atracciones ambientadas en diversos países europeos. Pero si lo que apasiona a los espectadores es el mundo de *Legó*, existe en Dinamarca un parque dedicado exclusivamente a ello, *Legoland*. O si, sin embargo, nos emocionan las nuevas tecnologías, contamos con la opción de *Futuroscope*, que fue galardonado con el premio a la mejor atracción europea del año en 2017 por “El Viaje Extraordinario”.

En Francia también podemos encontrar un parque dedicado a los cómics de Astérix y Obélix y que permite a los visitantes disfrutar como un galo más en las múltiples atracciones y espectáculos que ofrece. *Santa Park*, en Rovaniemi, una región situada en Finlandia, brinda la oportunidad de conocer a Santa Claus y visitar sus oficinas, algo que a todo niño llena de ilusión.

Al igual que el primer parque de atracciones abierto al público en la historia en 1583, *Tivoli Gardens* (Copenhague) se sitúa en el número 24 de la lista, pero es digno de mención por haber sido uno de los primeros parques construidos en Europa. Además, se constituye como uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad, atrayendo a más de 4 millones de turistas en un año. Dentro del parque existe un espacio dedicado a los cuentos de Hans Cristian Andersen, escritor danés de *Den grimme ælling* (*El patito feo*, 1843) o *Den lille Havfrue* (*La Sirenita*, 1837), entre sus creaciones más famosas.

En Brasil, se encuentra el parque temático más extenso de América Latina, el *Beto Carrero World*, un espacio dedicado al espectáculo y la diversión con más de 100 atracciones y *shows* dedicados a películas como *Madagascar* (*Madagascar*, 2005) y *Team Hot Wheels: The Origin of Awesome* (*Team Hot Wheels: El origen de la adrenalina*, 2014), entre otras.

Imagen 1. Entrada a *Beto Carrero World*, el parque temático más grande de América Latina



Fuente: *Pinterest*

*Six Flags México*, un parque de otro de los grandes grupos de la industria, contiene diversas formas de diversión para toda la familia, desde espectáculos con los *Looney Tunes* hasta rock en vivo, pasando por atracciones ambientadas en la película *Justice League* (*Liga de la Justicia*, 2017), en *Superman* (*Superman*, 1978) o *Wonder Woman* (*Mujer Maravilla*, 2017), entre otras muchas, que también pueden disfrutarse en otros lugares como Montreal (Canadá).

En Dubái se encuentra el *Dubái Garden Miracle*, que satisfará a todos aquellos amantes de la jardinería y las flores. Ofrece al público una experiencia única con atracciones en forma de escultura de Mickey Mouse, un reloj floral, un avión Emirates A380 y muchas más.

Imagen 2. *Dubái Garden Miracle*



Fuente: Diario del viajero

En esta misma ciudad, también encontramos el *Motiongate*, dentro del cual se halla el Pueblo de los Pitufos, y otras secciones dedicadas a películas como *Ghostbusters* (*Los cazafantasmas*, 1984), *Kung Fu Panda* (*Kung Fu Panda*, 2008), *Madagascar* (*Madagascar*, 2005), *Shrek* (*Shrek*, 2001), y muchas más. *IMG Worlds of Adventure* ofrece diversión y entretenimiento junto con personajes de *Marvel* y *Cartoon Network* en un espacio equivalente a aproximadamente 28 campos de fútbol.

En ciudades de Asia como Shanghái, Tokio o Hong Kong, las principales empresas del sector como *Disney* y *Universal Studios* han abierto allí las puertas de sus parques temáticos para acercarlos al público asiático y ofrecerles las mismas posibilidades que los visitantes europeos y estadounidenses tienen a su alcance en algún parque de estas características.

En cuanto a cifras aportadas por el estudio anual *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, contabilizando los 20 parques más visitados de cada región en 2018, el continente americano recibió 157,5 millones de visitas, seguido de Asia y el Pacífico con 139,1 millones. Más alejada se encuentra la región de Europa, Oriente Medio y África, con 65,4 millones en afluencia de público, aunque hay que resaltar que esta última es la zona que experimentó un mayor aumento con respecto al año 2017.

Tal es la importancia de los parques temáticos y de atracciones que desde 1918 existe una organización creada con el objetivo de preservar el éxito de este tipo de parques: la *IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions)* cuenta con un numeroso equipo dividido por regiones que se encarga de impulsar el crecimiento de los 6000 miembros que lo conforman en la actualidad.

### **2.2.3. Parques temáticos en Estados Unidos**

La mayoría de los parques —tanto en Estados Unidos como a nivel mundial— se encuentran próximos a un núcleo poblacional de mediano o gran tamaño, para así fomentar el turismo hacia esa zona también. Sin embargo, los grandes parques temáticos que incorporan en su interior servicios como hoteles y restauración hacen que no sea necesario salir del propio recinto para satisfacer todas las necesidades básicas, como es el caso de *Disney World*, en Orlando.

Como ya se ha explicado con anterioridad, Estados Unidos es la cuna de los parques temáticos: el primero de ellos, llamado *Knott's Berry Farm* (California) y ambientado en el Salvaje Oeste, abrió sus puertas en 1936, pero años atrás ya se habían inaugurado decenas de parques de atracciones como los de *Coney Island*. Hoy en día, este parque temático alberga, además, espacios dedicados a Snoopy y a la cultura mexicana, entre otros.

El desarrollo de este tipo de *resorts* se produjo a partir de la apertura del primer parque de Walt Disney en 1955, el situado en Anaheim. Desde esa fecha, podemos encontrar multitud de parques que cubren las necesidades de ocio de la población en función de la variedad de gustos, al igual que en el resto del mundo, pues, debido a la globalización, muchos de los parques citados en el epígrafe anterior también están presentes en EEUU.

Los auténticos fans de Harry Potter cuentan con un parque temático en Orlando, *Universal's Islands of Adventure* (dentro del gran recinto de *Universal Studios*), que contiene dos secciones dedicadas exclusivamente a esta saga de novelas escritas por J. K. Rowling y permiten al público adentrarse en los mundos mágicos de Harry Potter. Situado en varios enclaves como Orlando y Hollywood, *Universal Studios* ofrece a todos sus visitantes diversos espectáculos y atracciones relacionadas con las películas de la compañía como *Minions (Los Minions, 2015)*, *Trolls (Trolls, 2016)*, *The Simpsons (Los*

*Simpsons*, 1989), *Kung Fu Panda* (*Kung Fu Panda*, 2008), *The Secret Life of Pets* (*La vida secreta de tus mascotas*, 2016), *Shrek* (*Shrek*, 2001), *Harry Potter* (*Harry Potter*, 1997), *Spider-Man* (*Hombre Araña*, 2002) y muchas más. Todo ello combinado con la posibilidad de pernoctar dentro del propio recinto, así como de comer en sus decenas de restaurantes.

Imagen 3. Entrada a The Wizarding World of Harry Potter en Universal Studios, Orlando.



Fuente: *Parquestemáticos.com*

Otra alternativa para los amantes de las películas del Salvaje Oeste es *Old Tucson Studios*, situado, como su nombre indica, en Tucson (Arizona) y que dispone de atracciones y pasatiempos ambientados en la época: *shows* musicales, comedias, etc. Otro parque ambientado en esta temática es el *Wild West City*, en Nueva Jersey, que, aparte de lo anterior, ofrece *shows* educacionales no violentos como bailes regionales o demostraciones culinarias.

*Six Flags* tiene más de 10 parques repartidos por diversos estados del país, en los que se puede disfrutar de multitud de ofertas de ocio relacionadas con películas como *Batman* (*Batman*, 1989), *Justice League* (*Liga de la Justicia*, 2017), *Superman* (*Superman*, 1978) y muchos más. *LegoLand* en Florida, al igual que el parque situado en Dinamarca, ofrece la oportunidad de disfrutar de espectáculos y atracciones construidas en su mayoría con piezas *Lego*.

Para los amantes de los parques acuáticos, *SeaWorld*, *Aquatica* y *Discovery Cove* (Orlando) ofrecen diferentes maneras de disfrutar de un elemento tan esencial como el agua. El primero y segundo de ellos cuentan con diversas atracciones para todas las edades y gustos, pero también permiten acercarse al mundo marino y su fauna. Sin embargo, el último está concebido como una forma de familiarizarse con animales marinos, nadar con ellos, alimentarlos y ofrecer una experiencia única tanto a pequeños

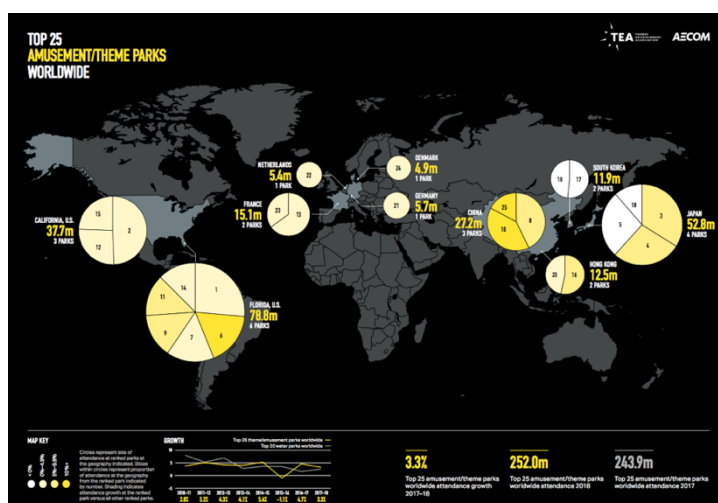
como a mayores. Como extra, cuenta, además, con pequeñas playas exclusivas para los clientes.

*Storybook Land*, localizado en Nueva Jersey, es un parque dedicado a cuentos infantiles con secciones para cada uno de ellos como por ejemplo *Snow White and the Seven Dwarfs* (*Blancanieves y los Siete Enanitos*, 1937), *Alice's Adventures in Wonderland* (*Alicia en el país de las Maravillas*, 1865), *Three Little Pigs* (*Los tres cerditos*, 1840), *The Story of the Three Bears* (*Ricitos de Oro y los tres osos*, 1837), *Cinderella* (*Cenicienta*, 1950) y muchos más.

No podemos hablar de parques temáticos en Estados Unidos sin hacer mención a Disney, el líder de esta industria, aunque más adelante estudiaremos el caso concreto de *Walt Disney World*. La empresa *Disney*, junto con su *Magic Kingdom* en *Walt Disney World* (Orlando), fue en 2018 el parque temático más visitado del mundo —casi 21 millones, seguido de *Disneyland Park* en Anaheim, con casi 19 millones. Por otro lado, de los 20 parques que reciben más visitas al año en América del Norte, los 5 primeros son propiedad de *Disney*, sumando entre ellos la cantidad de 77 millones, de un total de 157, es decir, casi un 50%. Estas cifras dejan entrever el previamente comentado liderazgo de la marca.

De nuevo según el *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, hay que resaltar sin duda el estado de Florida, que albergó 6 de los 25 parques más visitados del mundo con casi 80 millones de afluencia de público. En California se hallan 3 de esos 25, con un volumen de casi 38 millones de visitas, como se puede observar en la siguiente imagen:

Imagen 4. TOP 25 parques de atracciones y temáticos con más visitas en 2018



Fuente: *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*



En cuanto a las estadísticas de los parques acuáticos, 4 de los 20 más visitados en 2018 se sitúan en Estados Unidos, con una afluencia de casi 8 millones de visitantes de un total de 30 millones, entre los que se incluye el ya mencionado parque *Aquatica*, situado en Orlando y en el puesto número 7 con más de millón y media de visitas anuales. Bien es verdad que esta última tipología de parque no se ha desarrollado en igual medida que el resto, pero hay que destacar su crecimiento año tras año, incluso en períodos como 2016. En ese momento, los parques temáticos sufrieron un descenso de visitantes del 1,1%, mientras que los parques acuáticos experimentaron un crecimiento del 3,6%, cifra superior a la del año 2018 (2,5%).

En definitiva, repartidos por el mundo encontramos tantos parques como temáticas podemos imaginar. Tal variedad pretende abarcar toda la demanda existente por parte de los turistas, convirtiendo estos lugares en focos de atracción turística para los núcleos de población que se encuentran próximos a ellos.

#### **2.2.4. Relación entre turismo y parques temáticos**

Una vez expuestos los conceptos de turismo y parque temático, así como mencionados algunos de los muchos *resorts* de esta naturaleza que podemos encontrar alrededor del mundo, debemos establecer la relación que existe entre estas formas de ocio y el sector al que pertenecemos.

Como ya apuntamos en páginas previas al emplear la definición de la OMT, el turismo implica un desplazamiento a sitios fuera del lugar habitual; los parques temáticos no son más que representaciones de lugares imaginarios a los que el turista puede viajar con la finalidad de aprender y disfrutar de su tiempo libre.

Para categorizar este tipo de turismo, se utiliza la terminología de “Turismo de Parques Temáticos”, cuyo desplazamiento está motivado principalmente por la visita a un enclave de estas características. Por lo general, ello supone la pernoctación de los turistas, bien sea en establecimientos dentro del propio recinto del parque o en otros emplazamientos de áreas metropolitanas próximas a estas zonas de ocio y recreación.

Por otra parte, se trata de un tipo de turismo que no se define por un elevado índice de estacionalidad como sí lo hace, por ejemplo, el de sol y playa: los parques permanecen abiertos todas las estaciones del año, a excepción del invierno, y reciben a visitantes

durante todo ese periodo de tiempo. Además, hay que destacar que prácticamente la mayoría de los turistas viaja en familia con niños, que son los que más atraídos se suelen sentir por este tipo de espacios. Quien los ha visitado puede garantizar, no obstante, que los parques temáticos disponen de todo tipo de atracciones adaptadas a diversas edades y gustos.

En conclusión, existen innumerables tipologías de parques para dar cabida a los diversos gustos de la población y crear mundos mágicos que se convierten en atracciones turísticas a nivel nacional, internacional e incluso global. Tal es el caso de *Walt Disney World*.

Desde sus inicios los parques temáticos han supuesto un motivo para el desplazamiento de la población, aunque con el desarrollo del turismo como fenómeno de masas y gracias a elementos como la introducción de nuevos medios de transporte tales como el avión, estos movimientos han alcanzado una dimensión más global, siendo capaces de atraer a turistas de todo el mundo. Aunque con la globalización las empresas han abierto las puertas de sus parques en todo el mundo, no todos son iguales aun perteneciendo a la misma compañía. Por ejemplo, se pueden apreciar diferencias entre *Disneyland* en ciudades como París, Tokio, Shanghái y *Disney World* en Orlando, pues este último es mucho mayor en tamaño y posee más mundos imaginarios.

## **CAPÍTULO 3**

### ***WALT DISNEY WORLD RESORT***

### 3.1. Breve reseña histórica de *Walt Disney Company*

La historia de *Disney* tiene como protagonista a Walt Elias Disney, nacido en California en 1901. Sintió pasión por el dibujo desde muy pequeño, por lo que, para mejorar la situación económica de su familia, empezó a vender sus diseños con apenas 11 años.

Hacia 1919 se trasladó a Kansas City junto con uno de sus hermanos y empezó a solicitar empleo como dibujante profesional, pues años antes se había formado en la Escuela de Arte de esa misma ciudad. Su carrera profesional arrancó en una agencia de publicidad, donde conoció a Ub Iwerks, con el que más tarde trabajó en otra empresa. Gracias a las técnicas sobre el cine de animación que había aprendido, produjo su primera película de este género con la ayuda de su compañero, consiguiendo un éxito aceptable.

En 1923, el joven Walt marchó a Hollywood para impulsar su carrera cinematográfica. Al no obtener trabajo, fundó junto a su hermano Roy el reconocido *Disney Brothers Studio*. Desde los inicios de su empresa, Walt Elias Disney trabajó creando tanto personajes como argumentos de películas. Fue tal el éxito de la productora que hacia 1926 resultó preciso ampliar las oficinas. En este momento, la compañía pasó a llamarse *Walt Disney Studios*. Su popularidad se debió a diversas creaciones como *Alice Comedies (Las Comedias de Alicia, 1923)*, una producción formada por más de 40 cortometrajes basados en *Alice's Adventures in Wonderland (Alicia en el país de las maravillas, 1865)*.

Pero si por algo fue mundialmente conocido nuestro dibujante es por su creación más famosa: Mickey Mouse, un ratón que, no obstante, tuvo un antecesor. Oswald, the Lucky Rabbit (Oswald, el Conejo) nació en 1927 para renovar los cortometrajes citados anteriormente, aunque Walt Disney decidió vender a *Universal Studios* los derechos del personaje animado, lo que le permitió centrarse en su nueva creación: el sucesor de este conejo.

Imagen 5. Mickey Mouse junto a Oswald, el Conejo



Fuente: *BBC News*

Cierto es que existió polémica acerca de la autoría de Mickey Mouse, pues esta llegó a ser atribuida a su compañero Iwerks. A pesar de ello, un ratón que parecía ajeno a la cuestión apareció por primera vez en 1928 en el cortometraje *Plane Crazy (Locos por la aviación, 1928)*, en el que también se mostró a *Minnie Mouse*, su pareja. Los dos primeros cortos fueron mudos, hasta que en ese mismo año salió a la luz el tercero de ellos, *Steamboat Willie (Willie en el barco de vapor, 1928)*, toda una revolución en el mundo animado cinematográfico.

A partir de este momento, comenzó el gran éxito de la empresa con otras producciones como la serie *Silly Symphonies (Sinfonías tontas, 1929)*, en la que se introdujo el color a imágenes que, hasta entonces, habían sido en blanco y negro. *Flowers and trees (Árboles y flores, 1932)* fue el nombre de este cortometraje, galardonado en los premios Óscar como Mejor Corto de Animación.

En ese mismo año, Walt Disney obtuvo el reconocimiento por Mickey Mouse: el Óscar Honorífico. Aunque el color fue introducido en 1932, no fue hasta 1935 cuando las historias de personajes como Mickey Mouse, Minnie Mouse, Donald Duck, Goofy y Pluto se desarrollaron en tonalidades.

Una vez alcanzado ese auge en la industria de los cortometrajes, Walt Disney y sus hombres quisieron ir un paso más allá y acometer una nueva y más ambiciosa empresa: los largometrajes. De manera que, tras un largo y costoso proceso de rodaje, en 1937 la compañía lanzó *Snow White and the Seven Dwarfs (Blancanieves y los siete enanitos)*. Según Sánchez (2017), para la realización de esta película se precisó el trabajo de más de 700 empleados entre dibujantes, técnicos y demás personal. Se invirtieron 1,5 millones de dólares y se arriesgó gran parte del capital, pero el negocio compensó con

creces al ser la cinta una de las películas más taquilleras de la época: la cifra de 184 millones de dólares de recaudación así lo avala.

En los años 40 —tristemente marcados por la Segunda Guerra Mundial—, Disney tuvo que realizar publicaciones propagandísticas para los Estados Unidos, si bien siguió con la producción de largometrajes infantiles como *Pinocchio* (*Pinocho*, 1940), *Dumbo* (*Dumbo*, 1941) o *Bambi* (*Bambi*, 1942), entre las más famosas.

En los años 50 se produjo el afianzamiento de la industria *Disney* con la creación de otras películas como *Cinderella* (*Cenicienta*, 1950), *Alicia en el país de las maravillas* (*Alice in Wonderland*, 1951), *Peter Pan* (*Peter Pan*, 1953), *Lady and the Tramp* (*La Dama y el Vagabundo*, 1955) y *Sleeping Beauty* (*La bella durmiente*, 1959). En esta época, el dibujante y empresario también aprovechó la aparición de la televisión para vender sus películas a cadenas televisivas y cultivar la difusión en los Estados Unidos. Asimismo, en 1950, estrenó *One Hour in Wonderland*, su primer *show* en televisión. Las recaudaciones de sus largometrajes y *shows* hicieron que Disney desarrollara la idea de crear un parque temático: *Disneyland*, que ubicaría en Anaheim (California) y que se inauguró en 1955.

En los años 60 se estrenó *Mary Poppins* (*Mary Poppins*, 1964), un largometraje que combinaba el mundo real con el animado en un musical y que fue producido por Walt Disney y dirigido por Robert Stevenson. Fue esta una de sus últimas creaciones, puesto que el dibujante falleció a finales de 1966 a causa de un cáncer de pulmón.

En 1971 abrió sus puertas *Walt Disney World* (Orlando), el mayor proyecto al que se habían enfrentado y que Walt encomendó a su hermano Roy antes de su fallecimiento. Roy Disney murió meses después de la inauguración del parque y la compañía quedó en manos de Card Walker, Donn Tatum y Ron Miller.

Uno de los deseos expresos de su fundador fue siempre la creación de un espacio que combinara ciencia y diversión, por lo que en 1982 se inauguró *EPCOT Center*, emplazado dentro de *Walt Disney World*. *Tokio Disneyland* fue abierto a sus visitantes en 1983, constituyéndose como el primer parque temático de la empresa fuera de Estados Unidos. En ese mismo año, y con el objetivo de maximizar sus beneficios, abrieron su canal televisivo *The Disney Channel*, donde emitían producciones de la compañía e incluían opciones para la compra de las películas en cinta. Tres años más tarde, en 1986, y con Frank Wells como presidente, la empresa pasó a llamarse *Walt Disney Company*, tal y como se la conoce hoy en día.

A medida que iban estrenando nuevas películas de éxito, iban incrementando las atracciones sobre esos temas. Los *resorts* también fueron añadiéndose poco a poco: *Disney's Grand Floridian Beach* y *Caribbean Beach Resorts*, ambos situados en *Walt Disney World*, empezaron a acoger visitantes en 1988, 17 años después de la apertura del parque.

Paralelamente, la compañía seguía trabajando la industria filmica no animada. Ya en 1950 había realizado la primera película de esta índole, *Treasure Island (La isla del tesoro, 1950)*. 40 años más tarde se estrenó el famoso título *Pretty Woman (Mujer bonita, 1990)*.

Ampliando su imperio, en esta época la firma comenzó a abrir *Disney Stores*, que eran tiendas donde poder adquirir *merchandising* de la compañía; en 1999 ya había más de 725 establecimientos.

Continuando con la animación, y a pesar de seguir realizando películas *live-action*, Disney estrenó *The Little Mermaid (La Sirenita, 1989)*, *Beauty and the Beast (La Bella y la Bestia, 1991)*, *Aladdin (Aladín, 1992)*, *The Lion King (El rey León, 1994)* o *Toy Story (Toy Story, 1995)* —esta última pionera en la utilización del ordenador para la animación—, entre otras.

Como sociedad ya más que consolidada y de reconocidísimo prestigio, en 1996 decidió llevar a cabo la adquisición por 19 billones de dólares de *Capital Cities*, una empresa de medios estadounidense que renombraría inicialmente como *Disney-ABC Television Group* y, más tarde, como *Walt Disney Television*.

Dos años más después llegó la inauguración de *Disney's Animal Kingdom*, un parque dentro de *Walt Disney World* donde los visitantes tenían la posibilidad de contemplar multitud de especies en espacios como la sabana, así como de disfrutar de un área destinada al continente asiático.

En los años 2000 la empresa firmó una colaboración con *Pixar* para la creación de *Monsters, Inc (Monstruos S.A, 2001)*. Tan solo cinco años más tarde, compraría dicho estudio y lanzaría películas como *Cars (Cars, 2006)* o *Ratatouille (Ratatouille, 2007)*.

Por primera vez en la historia de la empresa, Disney inauguraría dos parques en el mismo año: *Disney's California Adventure*, en *Disneyland Anaheim* y *Tokio DisneySea*. La expansión de sus parques por el mundo continuó en esta época con la inauguración de *Disneyland Paris* en 2002 —el primero y único europeo—, *Hong Kong Disneyland* en 2005, y, 11 años más tarde, *Shanghai Disneyland*.

Pero su éxito no solo se vio reflejado en la afluencia de sus parques temáticos o en la acogida de sus películas, sino también en los índices de audiencia marcados por *Disney Channel*, que triunfaba con estrenos tan sonados como la saga *High School Musical* (*High School Musical*, 2006) o *Hannah Montana* (*Hannah Montana*, 2006).

El 2009 comenzó con la noticia de la adquisición de *Marvel Entertainment*, compañía de entretenimiento que produce cómics y películas y que la firma *Disney* introdujo en sus parques en 2017. Además, se lanzaron películas como *Up* (*Up*, 2009) — ganadora de dos Óscars— y *The Princess and the Frog* (*Tiana y el sapo*, 2009).

El éxito de la película *Avatar* (*Avatar*, 2009) permitió en 2011 la adquisición de sus derechos para utilizarla en sus parques temáticos, que también se verían enriquecidos años más tarde con nuevas atracciones de otras películas como *Ratatouille* (*Ratatouille*, 2007) o el eterno clásico *Snow White and the Seven Dwarfs* (*Blancanieves y los siete enanitos*, 1937).

En 2012 el grupo *Disney* adquirió otra productora, con la que tres años más tarde creó *Star Wars: The Force Awakens* (*Star Wars: El Despertar de la Fuerza*, 2015). El éxito cosechado entre los millones de espectadores de la saga permitió la apertura en 2019 de *Star Wars: Galaxy's Edge*, un área dentro de *Disney's Hollywood Studios* en *Walt Disney World* y otro en *Disneyland Anaheim*.

En este recuento cronológico, no podemos olvidar a la siempre querida Minnie Mouse, que fue galardonada en 2018 con una estrella en el paseo de la fama de Hollywood, acompañando a Mickey Mouse, Donald Duck, Shrek y Winnie The Pooh, entre otros personajes animados.

Para concluir, señalaremos la última adquisición de la firma —la de la empresa de medios *21st Century Fox*— y el lanzamiento de *Disney+*, distribuidora de contenido en línea a través de suscripción e ideada para ofrecer a todo el mundo contenidos de amplia diversidad y con capacidad de adaptación para todos los gustos.

### **3.2. Breve reseña histórica de *Walt Disney World***

El gran complejo *Walt Disney World* fue abierto al público el 1 de octubre de 1971, 16 años más tarde de la apertura del primero de los parques temáticos de la marca *Disney* en Anaheim. A lo largo de los años, el grupo ha ido evolucionando, inaugurando nuevos parques dentro del recinto e introduciendo nuevas atracciones en relación al



universo *Disney*, algo que nunca nadie habría llegado a imaginar en el momento de su arranque.

En 1971 se abrió un solo parque, *Magic Kingdom*, y dos *resorts*. Posteriormente, se sumaron otros tres parques, dos parques acuáticos, seis campos de golf, diecinueve *resorts* más y *Downtown Disney*, el área donde se emplazan las otras opciones de recreación mencionadas antes. Para 1982, la empresa había creado un parque dedicado a la ciencia y tecnología que llamó *EPCOT*, *Walt Disney World Village* y seis *resorts*. Según *Walt Disney World News* (2009), con estas nuevas aperturas sobrepasaron los 100 millones de visitantes.

En esta década también empezaron a recibir visitantes en nuevas instalaciones como el parque *Disney's Hollywood Studios* y hoteles como *Disney's Grand Floridian Beach Resort* y *Disney's Caribbean Beach Resort*, entre otros. En 1989 *Disney's Typhoon Lagoon* fue inaugurado como el primer parque acuático del complejo.

La década de 1990 fue la época dorada de *Disney*, y así mismo lo fue su parque temático. Hacia 1995, el número de visitantes había ascendido a 500 millones desde su apertura en 1971 (*Walt Disney World News*, 2009). En estos años abrió también *Disney's Animal Kingdom*, que brindaba la posibilidad de disfrutar de 13 áreas dedicadas a diversos animales. En 1999 incluyó la sección asiática con animales de dicha zona.

En 1995 *Disney's Blizzard Beach Water Park* se sumó al parque acuático que ya tenía *Walt Disney World* desde 1989, así como otras áreas, por ejemplo, *ESPN Wide World of Sports Complex* y más de una decena de *resorts* adaptados a las diversas necesidades de las personas.

Durante esta década se empezaron a consolidar los eventos anuales, como *Mickey's Very Merry Christmas Party*, un espectáculo con luces de colores, copos de nieve y diversos desfiles acordes al tema y que se daban cita en *Magic Kingdom*. Tal fue el éxito de este acontecimiento que a día de hoy el evento continúa celebrándose.

Otro evento que comenzó en los años 90 y que sigue teniendo lugar en la actualidad es la conocida *Walt Disney World Marathon*, en la que los participantes corren alrededor de las diversas áreas temáticas del parque. 1994 fue el primer año en el que el evento deportivo se llevaba a cabo: se inscribieron 12.000 corredores (*Walt Disney World News*, 2009).

En 1993 se inauguró *Epcot International Flower & Garden Festival*, un festival anual en el que se realizan esculturas con flores de los personajes *Disney*, tal y como se puede observar en la imagen 6. Unos años más tarde, en 1997, se comenzó a celebrar *Star*

*Wars Weekends*, un evento en conmemoración de la película de éxito que ha estado activo durante diversos años con espectáculos y desfiles temáticos.

Imagen 6. *Epcot International Flower & Garden Festival*



Fuente: YouTube

La celebración en 2001 del 100 cumpleaños del fundador de la empresa, Walt Elias Disney, supuso una gran fiesta en el parque temático: *The 100 Years of Magic* contó con desfiles y homenajes a su persona que duraron todo el año.

En ese mismo año, el parque cerró el 11 de septiembre como símbolo de protesta ante los atentados ocurridos en el *World Trade Center*, reabriendo al día siguiente. Era la segunda vez que cerraba sus puertas: la anterior fue en 1999 con motivo del huracán *Floyd*, al igual que ocurriría más tarde, concretamente en 2004, con el huracán *Charley* y *Frances*. Además, durante esta década también se abrieron al público multitud de atracciones, cada vez más perfeccionadas gracias a los avances tecnológicos que se produjeron.

En 2004, *Disney* ofreció en todos sus parques *Disney's PhotoPass*, una herramienta para poder descargar las fotos que se hayan realizado en la visita al parque. En esta época se intensificaron eventos especiales que habían comenzado años atrás como las celebraciones del Día de San Valentín o Día de los Enamorados, así como la Pascua. En 2005 y por primera vez se celebró *Walt Disney World Triathlon* alrededor del parque: 1,5 km nadando, 40 km en bicicleta y 10 km corriendo. Asimismo, los campos de golf del recinto acogieron a jóvenes golfistas de la *Fundación Tiger Woods* en sus prácticas, comenzando en 2001.

A mediados de los años 2000, se lanzó *Disney's Magical Express*, un nuevo servicio para facilitar a sus huéspedes el acceso al recinto y que transportaba a los visitantes desde el aeropuerto de Orlando hasta el alojamiento *Disney* en el que se hospedarán.

El año 2006 fue testigo de la inauguración del *show Playhouse Disney in Concert*, una serie de espectáculos teatrales para que los más pequeños disfrutasen junto con su familia y que duró siete semanas. En ese mismo año, en *Disney's Hollywood Studios* se rodaron algunos programas de gran éxito como *Who wants to be a millionaire (Quién quiere ser millonario, 1998)*. También tuvo lugar el primer *Disney Minnie Marathon Weekend* para apoyar la igualdad entre hombres y mujeres a través del deporte. Además, continuaron realizándose festivales gastronómicos como *Epcot International Food and Wine Festival*, que comenzó en 1995.

En 2007 se inauguró *Finding Nemo - The Musical* en *Disney's Animal Kingdom*, espectáculo que continúa vigente en la actualidad, tal y como se puede comprobar en la imagen 7:

Imagen 7. *Finding Nemo - The Musical*



Fuente: *Disney World*

No solo se llevaron a cabo espectáculos mágicos, pues el 4 de julio de 2007 Disney celebró la adquisición de la nacionalidad americana de 1.000 inmigrantes en su parque *Magic Kingdom*. En ese año, tras la demanda de los turistas, se permitió fumar en *Walt Disney World*, hasta que en 2019 el tabaco fue prohibido en todos sus parques, excepto en áreas específicas.

En 2008, haciendo uso de las nuevas tecnologías, abrió *Walt Disney World Moms Panel*, un foro *online* en el que las familias escriben sus dudas acerca del parque y otras madres o padres que ya lo han visitado dan consejos y responden desde su propia experiencia. La tecnología 4-D se introdujo en *Disney's Hollywood Studios* gracias a un juego de dar en el blanco con los protagonistas de *Toy Story (Toy Story, 1995)*. Además, se celebraron desfiles especiales como el realizado para recibir al nadador Michael Phelps, ganador de 8 medallas olímpicas en los JJOO de Beijing.

En el año 2011 el parque temático cumplió 40 años, coincidiendo con el primer año en el que los visitantes podían conocer a Mickey Mouse en *Magic Kingdom* sin

guardar cola y gracias a su ticket *FASTPASS*. Además, en ese mismo año se llevó a cabo la ampliación de este último parque, *New Fantasyland*.

En 2013, se conmemoró el 15 aniversario de *Disney's Animal Kingdom* y se abrió *Princess Fairytale Hall*, un espacio destinado a todos aquellos visitantes que tengan cita para conocer a las princesas *Disney*.

*Rivers of Light* fue estrenado en 2016 en *Disney's Animal Kingdom*; se trató de un evento único en el que se reflejaban los animales del parque a través de luces y fuentes. Ese año también se realizaron celebraciones con motivo del 45 aniversario del primer parque del resort: *Magic Kingdom*.

En el año 2017 se inauguró por primera vez *Epcot International Festival of the Arts*, un festival en el que se ponen en valor artes culinarias o visuales de todo el mundo con exposiciones y talleres.

*Animal's Kingdom* cumplió en 2018 veinte años desde su apertura, por lo que se celebraron diversos desfiles y espectáculos como *UP! A Great Bird Adventure* y se comercializó *merchandising* especial. En ese mismo año, Mickey Mouse cumplió 90 años y se realizaron diversas festividades en los parques como *The World's Biggest Mouse Party*.

Con motivo del 25 cumpleaños de la película *The Lion King (El Rey León, 1994)*, en 2019 se estrenó *Hakuna Matata Time Dance Party*. También tuvieron su oportunidad otras actividades en torno a esta temática. En *Disney's Hollywood Studios* se dio la posibilidad de conocer a personajes protagonistas de películas de la compañía como Sulley de *Monsters, Inc. (Monstruos, S.A, 2001)* y Edna Mode de *The Incredibles (Los Increíbles, 2004)*, entre otros.

2020 tenía previsto introducir nuevos atractivos como *Mickey and Minnie's Ruanaway Railway*, un tren con los personajes que acompañan a Mickey y Minnie en sus cortos y que iría alrededor de *Hollywood Boulevard* en *Disney's Hollywood Studio*. Además de esto, también se pretendía que vieran la luz otros espectáculos como *Drawn to Life* del *Cirque du Soleil*, cuyo debut estaba fechado el 17 de abril. Sin embargo, habrá que esperar a poder ver estos eventos debido a la crisis sanitaria del *COVID-19* que está afectando a todo el mundo.

En definitiva, la firma *Disney* ha ido actualizando sus atracciones con incorporaciones año tras año y cerrando al público algunas áreas para su restauración con el objetivo de ofrecer el mejor servicio posible a todas las personas que visiten el parque. Asimismo, aparte de aumentar el número de atracciones, en *Animal's Kingdom* ha ido

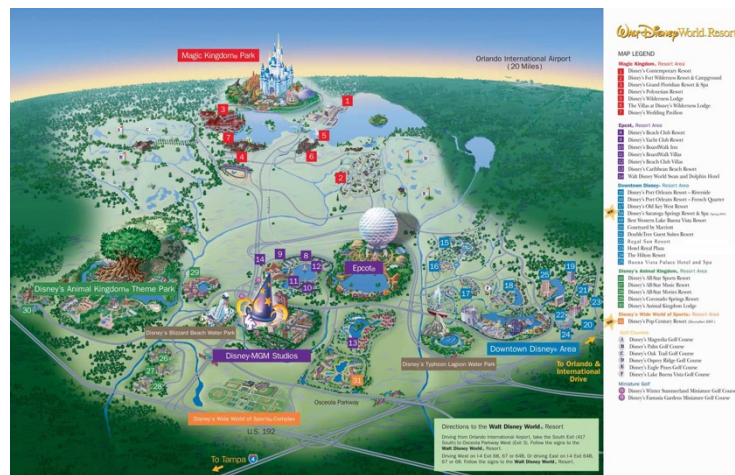
incrementando el número de especies, algunas de las cuales ya han nacido en el propio parque. También, han ido abriendo nuevas tiendas y centros en *Downtown Disney District*, área destinada principalmente a las compras.

### 3.3. Descripción física

*Walt Disney World* es uno de los parques temáticos más famosos de la empresa *Walt Disney Company* y, podríamos decir, del mundo entero. El parque, situado en la ciudad de Orlando (Florida), está formado a su vez por cuatro parques temáticos y dos parques acuáticos. Estos son *Magic Kingdom Park*, *Disney's Animal Kingdom*, *Disney's Hollywood Studios*, *EPCOT* y los acuáticos: *Disney's Typhoon Lagoon Water Park* y *Disney's Blizzard Beach Water Park* —véase el mapa de la imagen 8.

Aparte de los parques, el enclave ofrece dentro de las instalaciones otras opciones de recreación, compras y deportes como *Disney Springs*, *Disney's Boardwalk* y *ESPN Wide World of Sports Complex*. De igual manera, desde sus inicios se han ido construyendo nuevos hoteles para dar cabida a la demanda existente, por lo que en la actualidad posee más de 25 complejos hoteleros de diferentes categorías y precios.

Imagen 8. Mapa de *Walt Disney World*



Fuente: *WDW Info*

#### 3.3.1. Emplazamiento

*Walt Disney World* está situado en *Bay Lake* (Orlando). La empresa ya había abierto un parque en 1955 en California (Costa Oeste del país), pero, sin embargo, quería satisfacer la demanda de la Costa Este de Estados Unidos.

Tal y como recoge *Walt Disney World News* (2009), el actual equipo de *Walt Disney Imagineering* escogió Florida por diversas razones. Primeramente, el clima de la zona era favorable para construir un parque temático, ya que las temperaturas permitían mantenerlo abierto durante todo el año. De igual manera, el estado de Florida ocupaba el número 1 del país como destino turístico, por lo que sería un nuevo reclamo para los ya visitantes y atraería a muchos más interesados en la temática.

Orlando fue la ciudad elegida dentro del estado por hallar allí la firma un área mucho mayor que la ocupada por el parque de California. Además, Orlando se encontraba desarrollada a nivel comunicacional, por lo que los medios de transporte para acceder al recinto eran aceptables por la compañía.

En 1964, 7 años antes de la inauguración, la empresa adquirió más de 11.300 hectáreas a un precio que alcanzó los 5,5 millones de dólares repartidos entre un total de 100 propietarios (*Walt Disney World News*, 2009). A partir de esa fecha, Walt Elias junto con su hermano Roy Disney y el resto del equipo comenzaron a planificar el nuevo parque temático. Como ya hemos señalado en páginas precedentes, el fundador de la empresa murió en 1966, por lo que el proyecto fue continuado sin su presencia.

En 1967 empezaron las construcciones de canales a lo largo de más de 70 km para crear lagos artificiales y abastecer de agua a todo el recinto. Sin embargo, la edificación no comenzó hasta 1969, año en el que anunciaron la fecha de apertura del parque: el 1 de octubre de 1971. Casi 10.000 trabajadores formaron parte del proceso de construcción de *Walt Disney World*, creando bosques, prados y un lago. *Seven Seas Lagoon* fue el nombre elegido para el lago artificial de 80 hectáreas más grande del parque, al que más tarde se sumarían otros de menores dimensiones. Se estima que la inversión que llevó a cabo la empresa para la puesta en marcha del parque temático fue de 400 millones de dólares (*Walt Disney World News*, 2009).

### **3.3.2. Instalaciones**

Ya hemos explicado que *Walt Disney World* está formado por cuatro parques temáticos y dos parques acuáticos. Sus instalaciones no solo ofrecen a los visitantes estos parques mágicos, sino que también acogen otras formas de turismo y ocio como deportes y compras en áreas como *Downtown Disney*, a pocos km de los parques temáticos.

Además de los 25 hoteles ya referidos, la firma ha abierto al público tiendas y restaurantes. El gran complejo cuenta con miles de trabajadores repartidos entre todas

estas áreas que cumplen una misión primordial: asegurar al visitante una experiencia lo más satisfactoria posible.

### 3.3.2.1. Parques

*Magic Kingdom* fue el primero de los parques que se construyó y en el que se emplaza el Castillo de la Cenicienta, una de las principales atracciones del parque — muchos turistas extranjeros, así lo afirma la propia administradora del espacio, viajan a Alemania para conocer el castillo que emuló Disney en sus parques. En efecto, Walt Elias Disney tomó como inspiración para él un castillo situado en Neuschwanstein, tal y como recoge *National Geographic*.

*Magic Kingdom* está subdividido en seis áreas: *Adventureland*, *Fantasyland*, *Frontierland*, *Liberty Square*, *Main Street USA* y *Tomorrowland*.

El área de *Magic Kingdom* que recibe al turista es *Main Street USA* y, al final de esa avenida, se alza imponente el Castillo de Cenicienta, un icono del parque temático, como se puede observar en la imagen 9. En esta zona se hallan principalmente tiendas y restaurantes, así como el centro de información para los visitantes.

Imagen 9. Castillo de Cenicienta en *Magic Kingdom*



Fuente: *Pinterest*

Para los más aventureros, *Adventureland* cuenta con diversas atracciones ambientadas en películas como *Pirates of the Caribbean* (*Piratas del Caribe*, 2003), cruceros por la selva o la casa árbol de la familia Swiss inspirada en *Swiss Family Robinson* (*El Robinson suizo*, 1960). Además, se pueden observar pájaros tropicales en

*Walt Disney's Enchanted Tiki Room*. *Frontierland* acoge *Big Thunder Mountain Railroad*, donde se puede recorrer en tren una mina de oro embrujada a través de la gran montaña rusa que alberga la propia atracción. Además, existen diversos restaurantes y otros reclamos como *Splash Mountain*.

La zona de *Liberty Square* incluye atracciones encantadas como *Haunted Mansion* y *Memento Mori*, además del espectáculo *The Hall of Presidents*, que narra la historia de Estados Unidos a través de los 44 presidentes del país. En *Fantasyland*, el visitante disfrutará de atracciones de Mickey Mouse y sus amigos, así como de otras inspiradas en películas como *Snow White and the Seven Dwarfs* (*Blancanieves y los siete enanitos*, 1937), *The Little Mermaid* (*La Sirenita*, 1989) o *Dumbo* (*Dumbo*, 1941). Además, en *Princess Faitytale Hall*, todos los niños y niñas que deseen conocer a las princesas *Disney* tendrán la oportunidad de convertir su sueño en realidad. Finalmente, en el área de *Tomorrowland*, el visitante puede divertirse en las montañas rusas y carruseles más futuristas del parque, así como con atracciones de largometrajes como *Monsters, Inc* (*Monstruos S.A.*, 2001).

*EPCOT* —cuyas siglas significan “The Experimental Prototype Community of Tomorrow”— abrió sus puertas en 1982 y acerca las innovaciones tecnológicas a sus visitantes, convirtiéndose en el parque más futurista de *Walt Disney World*. Está dividido en grandes regiones: *Future World*, que incluye *Future World East* y *Future World West*, *World Showcase* y *Showcase Plaza*. *Future World East* alberga *Mission: SPACE*, en la que el visitante sentirá la experiencia de una misión al espacio, introduciéndose en naves espaciales y sintiendo la gravedad cero. Además, gracias a la colaboración de empleados y astronautas de la NASA (*National Aeronautics and Space Administration*), la experiencia se acerca a la realidad, ya que ofrece la posibilidad de acceder a una copia de la sala de mandos desde la que se controlan las misiones:

Imagen 10. *Mission: SPACE*



Fuente: *WDW Info*



En esta zona también se puede disfrutar de otras experiencias como *Spaceship Earth*, que realiza una reseña histórica desde la Edad de Piedra hasta la Era Digital en la que estamos inmersos en la actualidad. Además, se da la oportunidad a cada una de las personas de diseñar su propio concepto de vehículo del futuro gracias a la colaboración con la empresa automovilística Chevrolet en *Test Track*.

En *Future World West* encontramos varias zonas. Son las llamadas *Imagination!*, con atracciones para estimular la imaginación y la creatividad, así como espectáculos en 4D para visionar películas de la empresa. *The Land* es un espacio destinado a apreciar la belleza de la diversidad de la naturaleza y la tierra. Para ello, permite aumentar el bagaje cultural de los visitantes a través de exposiciones sobre nuestro planeta y también actividades como *Living with the Land*, un paseo en barco por invernaderos para descubrir la historia de la agricultura.

Otra de las zonas dentro de *Future World West* es *The Seas with Nemo & Friends*, abierto al público en 2007. Esta área está destinada a profundizar en el conocimiento sobre el medio acuático de una manera didáctica con apariciones de Nemo, el protagonista de *Finding Nemo* (*Buscando a Nemo*, 2003). En él, hay un acuario gigante —60 metros de diámetro— con 200 especies de animales marinos como delfines, tiburones, tortugas y mucho más.

Por su parte, *World Showcase* está subdividido por países: México, Noruega, China, Alemania, Italia, América, Japón, Marruecos, Francia, Canadá y Reino Unido. Dentro de cada una de estas zonas hay espectáculos, atracciones y restaurantes típicos de estas regiones. En México se puede disfrutar de un *show* musical con mariachis inspirado en la película *Coco* (*Coco*, 2017) o en Noruega se puede montar en un barco cuyo destino final es conocer a Anna y Elsa, las protagonistas de *Frozen* (*Frozen: El reino del hielo*, 2013). En América, el parque acerca a sus visitantes nacionales e internacionales la historia de este país, cuna de Disney, a través de *The American Adventure*. También ofrece la posibilidad de conocer países como Francia y Canadá con cortometrajes y vídeos en 360 grados de ambos países. Finalmente, *Showcase Plaza* es una zona destinada al descanso con diversos restaurantes y cafeterías, así como tiendas donde poder adquirir *merchandising*.

El área de *Hollywood Studios* se inauguró en mayo de 1989 bajo *Disney-MGM Studios* para, más tarde, comenzar a denominarse por su nombre actual. *Hollywood Boulevard*, *Echo Lake*, *Commissary Lane*, *Grand Avenue*, *Star Wars: Galaxy's Edge*, *Toy*

*Story Land, Pixar Place, Sunset Boulevard y Animation Courtyard* son las zonas en las que se divide esta área.

*Hollywood Boulevard* es la primera zona con la que se topa el visitante una vez accede a este parque. Permite realizar un viaje en tren para adentrarse en el mundo animado junto con personajes como Mickey y Minnie Mouse en atracciones como *Mickey & Minnie's Runaway Railway*. En *Echo Lake* se puede disfrutar de actividades relacionadas con la saga *Stars Wars (La Guerra de las Galaxias, 1977)*, aunque existe un área específica para ello. Además, para la inauguración del parque se creó *Indiana Jones Epic Stunt Spectacular*, un espectáculo donde recrear escenas de la película *Raiders of the Lost Ark (Indiana Jones en busca del arca perdida, 1981)*. Otro de los atractivos de esta zona es *Mickey Shorts Theater*, un pequeño teatro con detalles del personaje animado y en el que los visitantes pueden admirar el cortometraje de *Mickey Mouse in Vacation Fun (2020)*. La principal atracción de *Commissary Lane* es *Mickey and Minnie Starring in Red Carpet Dreams*, un repaso histórico de las apariciones de estos dos personajes, que también están presentes y que recrean algunas de las escenas y firman autógrafos.

*Grand Avenue* acoge, entre otras, una atracción en 3D destinada al largometraje *The Muppet Movie (Los Teleñecos, 1979)* que abrió sus puertas en 1991. *Star Wars: Galaxy's Edge*, como su nombre indica, está destinada a todos los fans de la saga *Stars Wars (La Guerra de las Galaxias, 1977)*. En ella hay diversas atracciones como *Millennium Falcon - Smugglers Run*, abierta al público en 2019, en la que se invita al turista a participar en una misión junto con personajes de la película. *Toy Story Land* es la zona dedicada a las películas de *Toy Story (Toy Story, 1995)* donde se puede disfrutar de sus personajes en montañas rusas como *Slinky Dog Dash (2018)*. En ella, los asientos son el propio cuerpo de *Slinky*:

Imagen 11. *Slinky Dog Dash* en *Toy Story Land*.



Fuente: *WDW Info*

*Pixar Place* es un enclave con decoración inspirada en *The Incredibles* (*Los Increíbles*, 2004) y *Monsters, Inc* (*Monstruos S.A.*, 2001) y donde se puede conocer a los personajes de estos largometrajes. Asimismo, recrea espacios que aparecen en estas producciones audiovisuales. En *Sunset Boulevard*, los visitantes disfrutaron de espectáculos musicales como *Beauty and the Beast Stage Show*, que narra escenas de la película *Beauty and the Beast* (*La Bella y la Bestia*, 1991). Cerca de la montaña rusa *Rock 'n' Roller Coaster*, está situado *Lightning McQueen's Racing Academy*, abierta a los visitantes en 2019, un lugar donde conocer a *McQueen* y más personajes de *Cars* (*Cars*, 2006).

Por último, el área de *Animation Courtyard* reserva una parte destinada a la historia de la empresa y de los parques *Disney* a través de exposiciones y visionados. Sin embargo, existen otros atractivos como *Voyage of The Little Mermaid*, un espectáculo musical que cuenta en menos de 20 minutos la historia de *The Little Mermaid* (*La Sirenita*, 1989).

*Animal Kingdom* abrió al público en abril de 1998 como un espacio donde disfrutar de miles de animales. Cuenta con cerca de 1.700 especies de 250 hábitats diferentes repartidos en las más de 200 hectáreas que abarca el área. Al igual que las zonas anteriores, *Animal Kingdom* está dividido en subzonas: *Oasis*, *Discovery Island*, *Pandora – The World of Avatar*, *Africa*, *Asia* y *Dinoland U.S.A.*

*Oasis* es la primera zona de este parque temático. Se pueden observar animales como el cerdo babirusa, aves como espátulas y osos hormigueros. En *Discovery Island* encontramos especies de nutrias y monos como el tamarino cabeza de algodón. También ofrece atracciones que permiten a los turistas presenciar la vida de los insectos de la película *A Bug's Life* (*Bichos: una aventura en miniatura*, 1998). Sin embargo, el principal atractivo de esta área es *The Tree of Life*, un árbol artificial de unos 45 metros de altura en el que están talladas figuras de multitud de animales (véase imagen 12) y en cuyo interior se emplaza la atracción explicada anteriormente.

Imagen 12. *Tree of Life* en *Animal Kingdom*



Fuente: *Walt Disney World Resort*

*Pandora – The World of Avatar* está ambientado en los escenarios de la película *Avatar* (*Avatar*, 2009), con varias atracciones como *Avatar Flight of Passage*, que permite sobrevolar en 3D el mundo de Pandora. *Africa* ofrece a los visitantes la posibilidad de realizar safaris donde contemplar animales como jirafas, elefantes, leones, gorilas, hipopótamos y muchos más. También hay trenes alrededor del área para ver las instalaciones en las que se llevan a cabo los cuidados de los estos seres vivos. *Festival of the Lion King* es un espectáculo musical de 30 minutos acerca de la película *The Lion King* (*El rey León*, 1994) que tiene lugar en esta zona.

En *Asia* conviven animales como tigres, el dragón de Komodo e infinidad de aves exóticas, entre otros. Además, atesora atracciones como *UP! A Great Bird Adventure* inspirada en *Up* (*Up*, 2009), uno de los largometrajes de la compañía y otras como *Kali River Rapids*, que ofrece un viaje en los rápidos por el río que atraviesa esta zona. El espectáculo de *Rivers of Light*, que antes se mencionó, tiene lugar también en esta zona de *Animal Kingdom*. Finalmente, *Dinoland U.S.A* alberga principalmente dinosaurios de ciencia ficción, de los que se puede disfrutar en atracciones como *TriceraTop Spin* o *DINOSAUR*. Además, se puede visualizar el musical que se inauguró en 2007 de la película *Finding Nemo* (*Buscando a Nemo*, 2003).

Además de los cuatro parques temáticos que atesora *Walt Disney World*, el complejo cuenta también con dos parques acuáticos. *Disney's Typhoon Lagoon Water Park* fue inaugurado en 1989 con una superficie de más de 20 hectáreas. En él, el agua es el eje principal como recurso de diversión y entretenimiento y su interior acoge multitud de atracciones, entre las que destaca la piscina de olas más grande del mundo, *Typhoon Lagoon Surf Pool*. Esta piscina está especialmente pensada para los amantes del surf, pero

también se imparten cursos destinados a profanos de este deporte que deseen aprender. Además, cuenta con otros atractivos como *Castaway Creek*, un paseo alrededor del río que rodea todo el parque o rápidos y cataratas como las que hay en *Keelhaul Falls* o *Mayday Falls*, entre otras muchas. Aparte de las diversas atracciones acuáticas que existen en el parque, también dispone de varios restaurantes con distintas variedades de comida, así como bares y tiendas donde poder adquirir productos de la compañía.

*Disney's Blizzard Beach Water Park* fue construido más tarde y se inauguró en 1996 para poner a disposición de los visitantes una oferta más amplia de parques acuáticos y no saturar *Disney's Typhoon Lagoon Water Park*. Este, al igual que el anterior, oferta diversas atracciones, restaurantes, bares y tiendas para comprar *merchandising* de la empresa. Entre los atractivos del parque, hay que destacar que están divididas según el grado de pendiente física en la que se encuentran: verde, morada o roja. De mayor a menor, en cada una de ellas hay atracciones diversas como *Teamboat Springs*, unos rápidos no recomendables para niños pequeños a pesar de su localización en la zona verde. *Snow Stormers*, en la zona morada, ofrece la posibilidad de disfrutar de un viaje a través de uno de los tres toboganes que lucen en la cima de la montaña nevada. En la pendiente roja se encuentra *Runoff Rapids*, similar a la anterior pero con toboganes cerrados y de mayor pendiente. Además, aparte de las actividades de las diversas pendientes, también ofrece otras como *Ski Patrol Training Camp* donde aprender a practicar esquí acuático.

### **3.3.2.2. Alojamiento y restauración**

Además de los parques temáticos y acuáticos, *Walt Disney World* posee otras instalaciones para alojar a sus clientes y satisfacer sus necesidades de alimentación. Dispone de más de 25 hoteles de diferentes categorías para cumplir con todas las variedades en las demandas de sus visitantes.

Encontramos así hoteles económicos como *Disney's All-Star Movies Resort*, inspirados en las películas de la compañía como por ejemplo *101 Dálmatas (One hundred and One Dalmatians, 1961)* o *Disney's All-Star Music Resort* y *Disney's All-Star Sports Resort* con decoración musical o deportiva y con los protagonistas de *Disney*. *Disney's Art of Animation Resort* ofrece instalaciones con temas basados en películas como *Finding Nemo (Buscando a Nemo, 2003)*, *Cars (Cars, 2006)*, *The Lion King (El Rey León, 1994)* y *The Little Mermaid (La Sirenita, 1989)*. Además, dentro de esta categoría también

hallamos *The Campsites at Disney's Fort Wilderness Resort*, más de 300 hectáreas donde acampar en tiendas o caravanas ya preparadas en mitad del bosque para disfrutar de la naturaleza.

En una categoría superior, encontramos *resorts* como *Disney's Caribbean Beach Resort*, inspirado en países del Caribe como Jamaica o Aruba. *Disney's Coronado Springs Resort* mezcla las culturas española y mexicana, con restaurantes con comida típica de ambos países y piscinas con una copia del Chichén Itzá, la enorme pirámide mexicana considerada una de las Siete Maravillas del Mundo. *Disney's Port Orleans Resort – French Quarter* y *Disney's Port Orleans Resort – Riverside* son dos complejos hoteleros que transportarán al turista a diversas zonas de Nueva Orleans, ciudad situada en Luisiana. Además, al igual que en la categoría anterior, existe la posibilidad de alojarse en el campo en *The Cabins at Disney's Fort Wilderness Resort*, con piscinas y espacios para practicar deporte al aire libre.

Una categoría por encima se encuentran otros complejos como *Disney's Animal Kingdom Lodge*, inspirado en las casas africanas y con vistas a las sabanas del parque temático *Animal's Kingdom*, que alberga multitud de especies animales. *Disney's Beach Club Resort* y *Disney's BoardWalk Inn*, situados cerca de los parques *EPCOT* y *Hollywood's Studios*, evocan a Inglaterra y Atlantic City, respectivamente. No muy lejos de *Magic's Kingdom* se encuentra *Disney's Contemporary Resort*, con una estética más moderna y diversas piscinas. Desde él se puede ir caminando hacia el parque temático o a través de trenes lanzaderas que parten del propio complejo hotelero. *Disney's Grand Floridian Resort & Spa* ofrece hasta un espacio donde celebrar bodas en un ambiente muy elegante. Para un entorno más costero, a pocos metros del *resort* anterior, *Disney's Polynesian Village Resort* figura como uno de los preferidos por los turistas desde que se abrió el parque e incluye diversas playas y bungalós individuales. *Disney's Wilderness Lodge* ofrece un clima americano más rural, pero con una gran cantidad de servicios como piscinas de distintos tamaños y temperaturas donde relajarse tras pasar el día en el parque. *Disney's Yacht Club Resort* es similar a *Disney's Beach Club Resort*, si bien ambientado en un estilo inglés moderno.

En la última categoría se encuentran las diversas villas de lujo que ofrece la empresa a sus visitantes. Estas se hallan dentro de los *resorts* anteriormente explicitados, pero los clientes poseen sus propias casas y no solamente una habitación dentro del complejo. Ejemplo de esto son *Disney's Animal Kingdom Villas*, *Disney's Beach Club Villas*, *Disney's BoardWalk Villas*, *Disney's Polynesian Villas & Bungalows* y muchos

más. Sin embargo, también hay otros *resorts* en esta escala como *Disney's Riviera Resort*, que emula un clima europeo a través de su arquitectura y decoración.

En cuanto a la restauración, según fuentes oficiales de *Disney World*, hay cerca de 400 establecimientos repartidos en los parques temáticos, parques acuáticos y en los propios *resorts* explicados con anterioridad. Cada uno de ellos está especializado en una tipología de comida diferente para adecuarse a los gustos de todos los visitantes de multitud de nacionalidades que recibe. El abanico abarca comida china en restaurantes como *Nine Dragons* en *EPCOT*, francesa en *Be Our Guest* en *Magic Kingdom*, italiana en *Mama Melrose's Ristorante* situado en *Disney's Hollywood Studios*, española en *Jaleo by José Andrés*, situado en la zona de compras y restauración *Disney Springs*. Además de tener espacios con servicio de restauración, hay otros de comida rápida para comprar *crêpes* o helados, mientras se disfruta del parque temático.

Como ya se ha mencionado antes, existe una zona a pocos kilómetros de los parques, *Disney Springs*, que cuenta con más de 100 tiendas, 64 restaurantes y bares y más de 20 espectáculos y atracciones para toda la familia. Aparte de tiendas para comprar *souvenirs* de *Disney*, también hay otras marcas dedicadas a la moda, joyas y accesorios, decoración, belleza y cuidado, y juguetes. *Coca-Cola* cuenta con su propia tienda en esta zona, *Coca-Cola Store*, con productos exclusivos de esta empresa de bebidas no alcohólicas. *Lacoste*, *Levi's*, *UGG*, *UNIQLO* e incluso *Zara* también disponen de un espacio particular en este gran centro comercial a cielo descubierto. Además, cuentan con otras zonas donde disfrutar y que no son el propio parque, como campos de golfs con un total de 63 hoyos. Por último, también hay áreas como *ESPN Wide World of Sports Complex*, que alberga eventos de alrededor de 60 deportes diferentes como entrenamientos de equipos de béisbol.

### **3.3.3. Personal**

Para todas las áreas detalladas en líneas precedentes, *Walt Disney World* cuenta con miles de trabajadores — alrededor de 70.000 empleados o *Cast Members*, como son apodados por la compañía (*Walt Disney World News*, 2018)— que contribuyen a ofrecer una experiencia inolvidable. No es de sorprender que, con esa cantidad de asalariados, *Disney* se alce como la empresa que más empleados tiene en un mismo lugar en Estados Unidos (*Walt Disney World News*, 2018).

Los *Cast Members* realizan trabajos de todo tipo como, por ejemplo, conducir carros de caballos o capitanear cruceros que navegan por los ríos que rodean los diversos parques. Son los encargados de vestir a los robots que aparecen en algunas atracciones o desfiles; también deben animar y bailar junto con los visitantes del parque. Además, algunos de ellos son los responsables de la buena conservación de las plantas y flores de todo el recinto. Otros han de intentar que el exterior de las atracciones parezca lo más real posible para ofrecer una experiencia inolvidable al turista, función primordial de todos ellos. También son los encargados de dar vida a los personajes *Disney* en los desfiles y en las diversas atracciones donde aparecen. Asimismo, los profesionales de los diferentes *resorts* y de los restaurantes y bares también son parte del total de los empleados del parque temático. Otros *Cast Members* se encargan de tomar fotografías en los parques para que luego dichas instantáneas queden al alcance de los visitantes en *Disney's PhotoPass*. Su salario varía dependiendo de la actividad que realicen, aunque, según recoge Indeed (2020), un fotógrafo gana casi 11 dólares a la hora al igual que los actores o animadores, mientras que otros como azafatas alcanzan algo más de 9 dólares por hora trabajada.

Muchos de los miembros del equipo de *Disney* están allí realizando prácticas internacionales gracias a los programas que ofrece *Walt Disney World*. Son los conocidos como *Disney College Program* (DCP) y *Disney Professional Internships* (PI). A pesar de ser dos planes de prácticas, en ambos casos reciben una retribución económica por los trabajos realizados como *Cast Members*. El proceso de selección comienza a través de Internet y, si se es seleccionado, se han de superar una serie de entrevistas en persona o vía telefónica. Además, para que todos ellos tengan presente la cultura de la compañía, el primer día de trabajo han de asistir a *Disney University*, donde adquieren las tradiciones y la filosofía empresarial.

### **3.4. Análisis del perfil del turista**

*Walt Disney World* es uno de los parques temáticos que más visitas recibe al año. Tal y como recoge *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*, el parque *Magic Kingdom* fue el que más visitantes acogió en 2018, sobrepasando los 20 millones, lo que supone más de 50.000 al día.



*Disney's Animal Kingdom* se sitúa el sexto en la lista de los 25 parques temáticos más visitados del mundo, con una afluencia de casi 14 millones y una cifra diaria de unos 35.000.

En la posición número siete aparece *EPCOT*, con más de 12 millones de visitantes en dicho año, lo que supuso unos 34.000 por día. En el número nueve se encuentra *Disney's Hollywood Studios*, que recibió más de 11 millones de personas, es decir, 30.000 visitantes por día aproximadamente.

Entre los cuatro parques temáticos sumaron un total de casi 60 millones de visitas. Además, *Typhoon Lagoon Water Park* y *Disney's Blizzard Beach Water Park* recibieron ambos más de 2 millones de personas en sus instalaciones, situándose en segunda y tercera posición respectivamente en el ranking de los 20 parques acuáticos más visitados del mundo.

En definitiva, *Walt Disney World* acogió a lo largo de 2018 a alrededor de 62 millones de turistas entre los diversos parques de los que dispone. Ese mismo año, según *Visit Orlando* (2019), Orlando —como hemos visto, ciudad donde se emplazan los parques— fue el destino turístico para 75 millones de personas, lo que hizo al *resort* alcanzar una cifra que nunca antes había conseguido. De esos 75, tal y como se ha calculado, *Walt Disney World* acogió a 62 millones, lo que supone más de 80% de los turistas que viajan a este lugar.

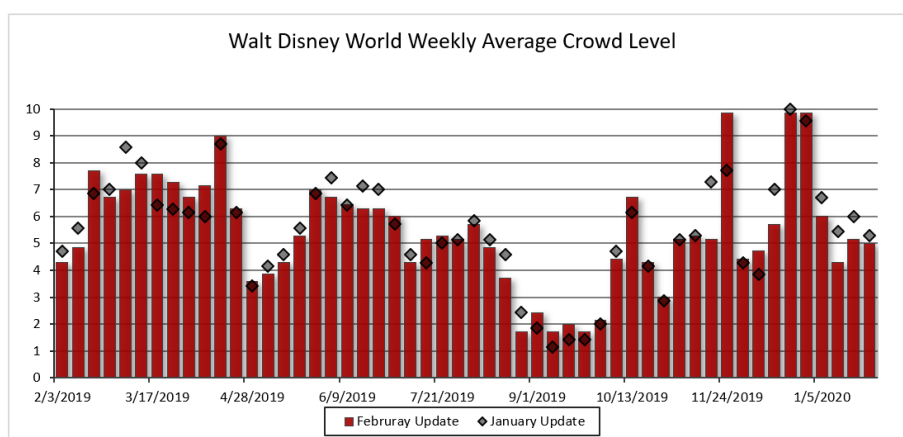
De ellos, así lo señala *Orlando Sentinel* (2013), en torno a un 20% son turistas nacionales, por lo que la mayoría de los visitantes realizan viajes domésticos, es decir, en su propio país de residencia. Los turistas internacionales llegan a la ciudad a través del medio aéreo, convirtiendo al aeropuerto internacional de Orlando en el que más volumen de pasajeros soporta del estado de Florida. Sin embargo, los visitantes nacionales usan diversos medios de transporte, ya sea bien por carretera o por vía aérea debido a las grandes distancias que median en Estados Unidos. Según datos de *Visit Orlando* (2019), el tráfico de personas en el aeropuerto aumentó en 2018 casi un 7%, lo que supuso un total de 47,7 millones.

Los turistas que visitan este tipo de parques se ven motivados a hacerlo por diversos factores. Según Mayo & Jarvis (1981), los parques temáticos ofrecen diversión a toda la familia, ya que se ven envueltos en una aventura o fantasía y permiten jugar sin la competitividad que rodea a otros tipos de entretenimiento. Sin embargo, tal y como apuntan Niu, Park, & Kirilenko (2019) en un estudio realizado a través de las opiniones de los visitantes, muchos de ellos destacan el aprendizaje de las culturas de todo el mundo

y de la estadounidense como un punto a remarcar en *Walt Disney World*. Además, también se ven motivados a asistir a algunos de los eventos que se realizan en el parque y que están relacionados con la gastronomía de la zona o a actividades cuyo eje principal es la jardinería.

En cuanto a la estacionalidad de este tipo de viajes, tal y como se explicó anteriormente, se decidió emplazar el parque en Orlando por el buen clima que caracteriza a esta zona. Ello permitiría al parque estar abierto todos los días del año, a excepción de algunos hechos que obliguen a cerrar sus puertas, como catástrofes naturales o pandemias mundiales como la actual *COVID-19*. Por ello, el parque no presenta una fuerte estacionalidad, sino que los turistas están repartidos equitativamente a lo largo de todo el año, como se puede comprobar en el gráfico 1 realizado por Bloom (2019) sobre las previsiones de ocupación desde principios de 2019 hasta 2020:

Gráfico 1. *Walt Disney World Weekly Average Crowd Level*



Fuente: *Touring Plans*

Como se puede observar, aunque no haya gran estacionalidad, las épocas del año en las que el *resort* acoge a un mayor número de visitantes son las vacaciones de Navidad y las de Pascua, debido, sobre todo, a la gran cantidad de espectáculos que el complejo ofrece y al periodo no escolar de los niños. Dignas de mención son también las primeras semanas de junio, pues arrancan en este momento las vacaciones de verano. La semana en la que celebra *President's Day* es otro periodo reseñable de aumento de capacidad. Podemos advertir asimismo una afluencia importante de turistas a principios del mes de julio, ya que la fecha coincide con el inicio de las vacaciones de invierno en los países de Sudamérica que están en el hemisferio sur de la Tierra.

Finales de septiembre y principios de octubre se alza como el periodo de menor índice turístico, al que sigue mediados de enero tras el día de Martin Luther King y después del *President's Day*. Además, detectamos un descenso de la afluencia tras las vacaciones de Pascua, que cada año varían en fecha.

La duración del viaje depende de varios factores como, por ejemplo, la procedencia del turista y el presupuesto del que este disponga para su viaje. Para disfrutar de una experiencia lo más completa posible, lo mínimo es invertir cuatro días para visitar cada uno de los parques por día, aunque el ambicioso turista deberá reservar momentos para los otros dos parques acuáticos. En definitiva, lo más aconsejable es una estancia de una semana para disfrutar de todos los parques y, además, dedicar tiempo a descansar en el hotel donde se alojen. *Walt Disney World Info* (2017) advierte, no obstante, que ese tiempo incluso es insuficiente para descubrir todos los parques.

En cuanto al alojamiento —ya lo hemos apuntado—, *Walt Disney World* pone a disposición de sus clientes más de 30 hoteles adaptados a las distintas capacidades económicas de los turistas y a sus preferencias. Sin embargo, también existe la posibilidad de alojarse en hoteles de la ciudad cercanos al complejo y a un precio más asequible. Por supuesto, el alojamiento ofertado por la empresa se encuentra muy bien comunicado con el parque a través de trenes lanzaderas o autobuses de manera gratuita. El hospedarse en uno de sus hoteles brinda al turista la posibilidad de disfrutar de horas extra en los parques.

El coste del viaje depende del alojamiento escogido así como de la visita a los parques y la procedencia del turista. La estancia depende de la categoría del hotel; así, según *Disney World*, el precio varía desde los 57€ por noche en una zona para acampar hasta más de 350€ en hoteles de lujo, pasando por precios intermedios en hoteles económicos y moderados.

El precio de las entradas oscila dependiendo de la edad del visitante: los niños menores de 3 años no han de pagar nada y las otras dos categorías —entre 3 y 9 años y más de 10 años— cambian dependiendo de los servicios seleccionados. Por ejemplo, una entrada de dos días para alguien de más de 10 años con acceso a los cuatro parques temáticos y a los dos acuáticos serían 368€, mientras que para un niño entre 3 y 9 años el precio ascendería a 358€. Sin embargo, solo con acceso a los cuatro parques costaría 268€ para mayores de 10 años y 257€ entre 3 y 9 años. Con la finalidad de aumentar los días de estancia de sus visitantes, los tickets son más baratos por día cuanto más largo sea el periodo de vacaciones, de manera que un ticket para 6 días solo con la entrada a los cuatro parques temáticos serían 467€ para un adulto y 449€ para un niño entre 3 y 9 años.

### 3.5. Impacto económico de Walt Disney World en Florida

No resulta arriesgado afirmar que el principal motor de la economía de Florida es el turismo. Aparte de *Walt Disney World*, existen otros parques temáticos en Orlando que también contribuyen a la riqueza turística y, por ende, económica del estado. Tal es el caso de *Universal Studios*, *LegoLand* o *SeaWorld*, entre otros.

Según un estudio realizado por *Visit Orlando* junto con *Oxford Economics* y recopilado por Bilbao (2019), los 75 millones de visitantes que recibió el estado en 2018 generaron cerca de 75 billones de dólares para su economía. De estos, casi 12 billones fueron para el sector de los seguros y 7,89 billones para la restauración, entre los ámbitos más destacados. Cada uno de los turistas realizó un gasto medio de 1.000 dólares, debido sobre todo a los altos costes de las entradas en los diferentes parques temáticos, entre otras cosas. En cuanto al empleo, el 41% de los trabajadores de Orlando se dedica a la industria del turismo, lo que implica un total de 463.000 empleos. Como vemos, el sector turístico aportó casi 6 billones de dólares en impuestos y tasas locales.

*Walt Disney World* es uno de los principales promotores del empleo de Estados Unidos y aporta trabajo a casi 80.000 *Cast Members* en una variedad de 3.000 tipologías de empleo. Esto supone para la empresa un desembolso de cerca de 2 billones de dólares anuales en las nóminas de sus trabajadores, muy por debajo de los 18,2 billones de dólares que generaron en 2011 (*Orlando Business Journal*, 2011). Además, es la empresa que más contribuye a la economía local, con una recaudación de 601 millones de dólares en impuestos en el año 2015 (*About Walt Disney World*, 2017).

La firma *Disney* ha hecho, efectivamente, que se produzca un aumento de los flujos turísticos hacia Florida. Aunque siempre ha sido un destino elegido por los estadounidenses debido a sus playas, *Walt Disney World* ha supuesto otro impulso para el turismo en esta zona, que cada año acoge a un mayor número de visitantes.

Pero no solo tiene impactos económicos en la sociedad, sino que también provoca beneficios a nivel social gracias a las múltiples actividades que realiza en parques como *EPCOT*: la concienciación sobre los cuidados del medio ambiente es uno de sus pilares fundamentales.

También desde una perspectiva social, fomenta la convivencia de las diversas culturas del mundo con visionados y espectáculos de multitud de culturas como la francesa, la inglesa o la española, entre otras. Además, impulsa el aumento del

conocimiento de la cultura estadounidense para que sus visitantes nacionales e internacionales vean incrementado su bagaje intelectual.

### 3.6. Nuevos retos y desafíos

*Walt Disney World*, al igual que el resto de empresas, ha de hacer frente a la crisis sanitaria del *COVID-19*, que, lamentablemente, ha provocado el cierre temporal de todos sus parques temáticos.

A día de hoy, sin noticias oficiales por parte de las autoridades, *Disney World* está aceptando reservas a partir del mes de julio, tres meses después de su cierre al público. La *no* afluencia de visitantes durante este largo periodo de tiempo está causando pérdidas sustanciales y sin precedentes en la compañía. Tal y como informa ella misma, sus beneficios se han visto reducidos casi un 70% durante este primer semestre del año 2020. En este periodo en 2019 contaron con 8.219 millones de dólares de ganancias, mientras que este año apenas ha superado los 2.600 millones de dólares (*Hosteltur*, 2020).

Aun así, la compañía ha continuado pagando los salarios de todos sus empleados mientras permanecían en casa hasta que el 19 de abril decidió suspender esta retribución económica a 43.000 *Cast Members*, más de la mitad del total de trabajadores. Según recoge *Hosteltur* (2020), la empresa ha llegado a diversos acuerdos con los sindicatos que representan a los diferentes trabajadores, por los que seguirá haciéndose cargo de los gastos de sus seguros médicos y de vida, entre otros beneficios.

En el planteamiento actual de reapertura gradual de sus parques, se trabaja para garantizar las medidas necesarias para evitar la propagación del virus. *Disney* ha informado de que la zona de restaurantes y compras de *Disney Springs* abrirá el 20 de mayo, antes que el resto del parque temático. Además, ha comunicado que limitará el aforo para asegurar el cumplimiento del distanciamiento social estipulado.

Para la puesta en marcha de tales medidas, Orlando tomará como referencia a *Shanghai Disneyland*, que ha reabierto al público a principios del mes de mayo, por lo que guiará el camino al resto de parques temáticos del mundo. Esta reapertura se ha llevado a cabo garantizando las medidas de seguridad con el uso obligatorio de mascarillas, así como con un aumento de la frecuencia en la desinfección de las atracciones y los establecimientos. Se ha limitado la capacidad del parque a un 30% para garantizar la distancia entre personas y se realizan controles de temperatura diarios tanto a los visitantes como a los empleados.

Por su parte, *Walt Disney World* estima una reapertura al 50% de su capacidad en junio (Santamaría, 2020). En esta primera fase, habrá que mantener una distancia de 2 metros entre los visitantes y con los personajes del parque. También se realizarán mediciones de temperatura a todas aquellas personas que deseen acceder a las instalaciones y se requerirá el uso de mascarilla obligatoria, al igual que en *Shanghai Disneyland*. Asimismo, habrá desinfectante de manos repartido por todo el parque para que los turistas hagan uso de él cuando lo deseen. Una vez que acabe esta fase, todavía sin fecha estimada, comenzará una segunda etapa en la que la intención de la firma es albergar a un 75% de su capacidad.

En definitiva, el reto principal al que se enfrenta la compañía es seguir ejerciendo su actividad en estos tiempos de pandemia global, asegurando una estancia libre de virus a todos sus clientes tanto en el parque como en los hoteles. Aunque el descenso de beneficios ya se haya percibido en el primer semestre en comparación al año anterior, habrá que esperar a finales de año para ver el resultado del ejercicio económico de 2020, que, desgraciadamente, augura grandes pérdidas.

## 4. CONCLUSIONES

Los gustos de las personas son muy variados y sus formas de hacer turismo también lo son, de ahí que existan multitud de tipologías en el sector para dar cabida a las diversas preferencias. Una de estas variedades es el turismo de parques temáticos, erróneamente considerado exclusivo de un segmento de la población muy concreto.

Como se ha podido comprobar, aunque este tipo de *resorts* gire en torno a una temática específica, el caso analizado en este Trabajo de Fin de Grado, *Walt Disney World*, se alza como una variedad muy distinta, pues posee diversos parques con temas diferentes. Esta diversidad facilita la acogida de un elevadísimo número de turistas.

Muñoz (2019) aporta cifras en este sentido, señalando que la ciudad de Barcelona sobrepasó los 12 millones de visitantes en 2018, mientras que *Magic Kingdom*, de *Walt Disney World*, superó los 20 millones de turistas. El dato deja entrever cómo los parques temáticos se han convertido en auténticos destinos turísticos que ofrecen una infinidad de actividades de diferente índole y transportan a sus visitantes a mundos mágicos.

Pero el turista de estos parques no tiene por qué disfrutar solamente de una fantasía: cada vez es más común que estos recintos alberguen eventos de naturaleza social y cultural, e incluso algunos comienzan a contar con atracciones o espacios concretos con la finalidad de aumentar el bagaje cultural de la sociedad, como ocurre en *EPCOT*, en *Walt Disney World*. Asimismo, estos enclaves lúdicos permiten vivir experiencias internacionales dentro del propio recinto. Por ello, no es de extrañar que sean uno de los principales reclamos turísticos de los lugares donde se emplazan, consiguiendo llamar la atención de millones de personas.

En definitiva, se constituye este como un turismo que cubre una gran amplitud de intereses y temáticas; en el caso analizado en este estudio, se puede disfrutar de fantasía, diversión, gastronomía internacional, variedad cultural, etc.

Las tendencias de crecimiento de esta industria son cada año más positivas, como así lo pone de manifiesto el informe de *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018* y con toda seguridad habrían seguido en ascenso de no ser por la pandemia global del *COVID-19*. Es evidente que el turismo es uno de los principales motores de la economía de ciertas zonas del globo, pero, lamentablemente, esta industria está muy condicionada por las circunstancias del entorno. Este hecho se ha visto dramáticamente reflejado en la actual crisis sanitaria provocada por el virus *COVID-19*: los parques

temáticos y demás empresas de casi todos los sectores han tenido que echar el cierre hasta nuevo aviso.

Con los atentados del 11S en Estados Unidos también se redujo el turismo, pero la repercusión de dicha barbarie no puede compararse con la situación actual, ya que en 2001 no se cerraron temporalmente las empresas.

Sea como fuere, hechos como estos evidencian que el turismo es una industria determinada por los escenarios que la rodean. En este caso, aparte de las limitaciones impuestas por las autoridades de cada uno de los países del mundo, hay que sumar el comportamiento de los turistas, que, muy posiblemente, van a sentirse reacios a realizar cualquier tipo de viaje. El miedo que provoca el contagiarse de una enfermedad nueva de la que apenas se tienen conocimientos o la incomodidad que se puede llegar a sentir al tener que cumplir con las medidas de seguridad e higiene serán, qué duda cabe, factores disuasorios. Por tanto, no parece arriesgado afirmar que esta crisis sanitaria causará una grave recesión económica en casi todo el mundo, especialmente en los países que se erigen como grandes potencias turísticas: después de nueve años consecutivos produciéndose un aumento del turismo internacional, para 2020 se auguran grandes descensos debido a la restricción de movilidad. En definitiva, el reto pasa por saber adaptarse a esta nueva situación y esperar a que los turistas vuelvan a tener la confianza necesaria para viajar.

Nuestro Trabajo de Fin de Grado ha analizado un despliegue lúdico de increíbles dimensiones e infraestructuras. Podemos concluir afirmando que se trata de una creación fascinante del hombre y un tipo de turismo que cada vez ofrece una mayor diversidad temática. Esta idea moderna de parque temático debe su existencia a los sueños de Walt Disney, que instauró el primero de ellos en 1955, para más tarde abrir *Walt Disney World* y extenderse por el mundo. Nuestras líneas han mostrado un nicho de mercado muy consolidado en Estados Unidos y cada vez más presente en el mundo occidental.



## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

About Walt Disney World. (2017). Walt Disney World in Brief. *About Walt Disney World*.

Recuperado de: <https://aboutwaltdisneyworldresort.com/releases/world-in-brief/>

Último acceso: 10/05/2020

Anónimo (s.f). Disney History. *D23*.

Recuperado de: <https://d23.com/disney-history/>

Último acceso: 09/05/2020

Anónimo (s.f). History of Disney. *The Walt Disney Company*.

Recuperado de: <https://thewaltdisneycompany.com/about/>

Último acceso: 11/05/2020

Anónimo (s.f). Nacimiento y construcción de la Torre Eiffel. *Tour Eiffel*.

Recuperado de: <https://www.toureffel.paris/es/el-monumento/historia>

Último acceso: 06/04/2020

Anónimo. (2014). 36 momentos históricos que cambiaron el turismo mundial. *CNN Español*.

Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2014/03/09/36-momentos-historicos-que-cambiaron-el-turismo-mundial/>

Último acceso: 08/04/2020

Anónimo. (2015). El desastre del Katrina en 20 cifras. *El País*.

Recuperado de:

[https://elpais.com/internacional/2015/08/29/actualidad/1440802252\\_529777.html](https://elpais.com/internacional/2015/08/29/actualidad/1440802252_529777.html)

Último acceso: 12/04/2020

Anónimo. (2019). Los 10 mejores parques de atracciones del mundo. *La Vanguardia*.

Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190910/47260614957/10-mejores-parques-atracciones-mundo.html>

Último acceso: 07/04/2020

Anónimo. (2020). Los parques temáticos más impresionantes del mundo están en Dubái. *Sapos y Princesas*.

Recuperado de: <https://saposyprincesas.elmundo.es/viajar-con-ninos/internacional/parques-tematicos-de-dubai/>

Último acceso: 10/04/2020

Ansorena, J. (2020). El gobernador de Nueva York ordena el confinamiento de todo el estado. *ABC Internacional*.

Recuperado de: [https://www.abc.es/internacional/abci-gobernador-nueva-york-ordena-confinamiento-todo-estado-202003201637\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abci-gobernador-nueva-york-ordena-confinamiento-todo-estado-202003201637_noticia.html)

Último acceso: 01/05/2020

Antón Clavé, S (2007). *The Global Theme Park Industry*. Wallingfor, UK: CABI.

Bilbao, R. (2019). Here's a closer look at Orlando's tourism impact on Central Florida biz. *Orlando Business Journal*.

Recuperado de: <https://www.bizjournals.com/orlando/news/2019/11/20/heres-a-closer-look-at-orlandos-tourism-impact-on.html>

Último acceso: 1/05/2020

Bloom, S. (2019). Walt Disney World Crowd Calendar Update for February 2019. *Touring Plans*.

Recuperado de: <https://touringplans.com/blog/2019/01/31/wdw-cc-update-feb2019/>

Último acceso: 11/05/2020

Bernardi, Milagros. (2016). *Turismo Cinematográfico La influencia del cine como motivador turístico* (tesis de pregrado). Instituto Superior n° 4044 “Sol”, Santa Fe.

Recuperado de:

<https://repotur.yvera.tur.ar/bitstream/handle/123456789/8887/FINALtrabajo-completo.docx1%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Último acceso: 02/04/2020

Disney World. (s.f). Walt Disney World restaurants and reservations. *Walt Disney World*.

Recuperado de: <https://www.disneyworld.eu/dining/>

Último acceso: 09/05/2020

Disney World. (s.f). Which Walt Disney World Resort hotels are considered Disney Resort hotels? *Walt Disney World*.

Recuperado de: <https://www.disneyworld.eu/faq/resorts/resort-hotel-list/>

Último acceso: 09/05/2020

Escobar, B. y Fresneda, S. y Lobo, A. (2006). Parques temáticos españoles: una década después. *Partida Doble* (179), 104-115.

Recuperado de: <http://pdfs.wke.es/5/3/0/8/pd0000015308.pdf>

Último acceso: 08/04/2020

Esteve Secall, R. (2001). NUEVO SEGMENTO EMERGENTE DE TURISMO: LOS PARQUES TEMÁTICOS. *Cuadernos De Turismo*, (7), 35-54.

Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22571>

Último acceso: 12/04/2020

Fawcett, L. (1998). *Landscape Architecture*, 88(9), 81-81.

Recuperado de: [www.jstor.org/stable/44681328](http://www.jstor.org/stable/44681328)

Último acceso: 11/04/2020

Fickey-Backer, J. (2015). 16 reasons 2016 will be an unforgettable year at Walt Disney World Resort. *Disney Parks Blog*.

Recuperado de: <https://disneyparks.disney.go.com/blog/2015/12/16-reasons-2016-will-be-an-unforgettable-year-at-walt-disney-world-resort/>

Último acceso: 08/05/2020

Fritz, B. (2017). A first look inside Disney's new theme park area, pandora-the world of avatar; pandora-the world of avatar, a new theme-park area, opens saturday at disney's animal kingdom park in orlando, fla. *Wall Street Journal (Online)*

Recuperado de: <https://search-proquest-com.ponton.uva.es/docview/1902181725?accountid=14778>

Último acceso: 09/05/2020

García, E. (2015). *Terrorismo y turismo* (tesis de pregrado). Universidad Jaume I, Castellón de la Plana.

Recuperado de:

[http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/152645/TFG\\_2014\\_garcia\\_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/152645/TFG_2014_garcia_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Último acceso: 09/04/2020

Hosteltur. (2020). Disney World Orlando ya acepta reservas a partir de julio. *Hosteltur*.

Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/136622\\_disney-world-orlando-ya-acepta-reservas-a-partir-de-julio.html](https://www.hosteltur.com/136622_disney-world-orlando-ya-acepta-reservas-a-partir-de-julio.html)

Último acceso: 11/05/2020

Hosteltur. (2020). Disney World suspenderá el sueldo a 43.000 trabajadores. *Hosteltur*.

Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/135984\\_disney-world-suspendera-el-sueldo-a-43000-trabajadores.html](https://www.hosteltur.com/135984_disney-world-suspendera-el-sueldo-a-43000-trabajadores.html)

Último acceso: 11/05/2020

IAAPA (2020). About IAAPA. *IAAPA*.

Recuperado de: <https://www.iaapa.org/>

Último acceso: 07/04/2020

- Infobae. (2020). Abrió el Disneyland de Shanghai, el primer parque temático del mundo en hacerlo en medio de la pandemia de coronavirus. *Infobae*.  
Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/mundo/2020/05/11/abrio-el-disneyland-de-shanghai-el-primer-parque-del-mundo-en-hacerlo-en-medio-de-la-pandemia-de-coronavirus/>  
Último acceso: 11/05/2020
- Indeed. (2020). Salarios en Walt Disney Parks and Resorts en Estados Unidos. *Indeed*.  
Recuperado de: <https://www.indeed.com/cmp/Walt-Disney-Parks-and-Resorts/salaries>  
Último acceso: 10/05/2020
- Ioannides, D., & Timothy, D. (2011). *Tourism in the USA: A Spatial and Social Synthesis*. Nueva York, EEUU: Routledge.
- Johnson, D., & Thomas, J. (2011). Disney World. En Wilson, C. (Autor) & Jackson, H. (Ed.), *The New Encyclopedia of Southern Culture: Volumen 16: Sports and Recreation* (278-280). University of North Carolina Press.  
Recuperado de: [www.jstor.org/stable/10.5149/9781469616766\\_jackson.99](http://www.jstor.org/stable/10.5149/9781469616766_jackson.99)  
Último acceso: 06/05/2020
- Jones, C.B; Robinett, J. (1988). The future of Theme Parks in International Tourism. *Economic Research Associated*.  
Recuperado de: [http://www.greepi.net/Industry\\_News/20170421/153.html](http://www.greepi.net/Industry_News/20170421/153.html)  
Último acceso: 05/04/2020
- Krause, A. (2020). 11 of the wildest Jobs you can have at Disney theme parks. *Insider*.  
Recuperado de: <https://www.insider.com/wild-disney-theme-park-jobs-2020-1>  
Último acceso: 10/05/2020
- Loverseed, H. (1994). Theme parks in North America. *Travel & Tourism Analyst*, 4, 51-63.  
Recuperado de: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951810398>  
Último acceso: 07/04/2020

Mayo, Edward J & Jarvis, Lance P. (1981). Understanding the Theme Park Visitor: A Psychological Perspective. *Dick Pope Sr. Institute Publications*.

Recuperado de:

<https://stars.library.ucf.edu/dickpope-pubs/17>

Último acceso: 09/05/2020

Mcdearman, K., & Toton, S. (2011). Amusement and Theme Parks. En WILSON, C. & JACKSON, H. (Ed.), *The New Encyclopedia of Southern Culture: Volumen 16: Sports and Recreation* (20-26). University of North Carolina Press.

Recuperado de: [www.jstor.org/stable/10.5149/9781469616766\\_jackson.7](http://www.jstor.org/stable/10.5149/9781469616766_jackson.7)

Último acceso: 06/04/2020

Milman, A. (2008). Theme Park Tourism and Management Strategy. En Woodside, A. G. (Ed). *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy* (218-231). Wallingford, UK: CABI.

Muñoz, O. (2019). Barcelona recibe más turistas extranjeros y dejan más dinero. *Diario La Vanguardia*. Publicación del 18 de marzo de 2019.

Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20190318/461083674799/turismo-turistas-barcelona.html>

Último acceso: 11/05/2020

Musi, M.J. (2016). Las Vegas: abierto las 24 horas. *Forbes México*.

Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/las-vegas-abierto-las-24-horas/>

Último acceso: 04/04/2020

National Geographic. (s.f). Neuschwanstein, el castillo que inspiró a Walt Disney. *National Geographic*.

Recuperado de: <https://www.ngenespanol.com/traveler/neuschwanstein-el-castillo-que-inspiro-a-walt-disney/>

Último acceso: 03/05/2020

Niu, Y., Park, H., & Kirilenko, A. (2019). Theme Park Visitor Experience and Satisfaction: A Case of TripAdvisor Reviews of Three Theme Parks in Orlando. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*.

Recuperado de: [https://scholarworks.umass.edu/ttra/2019/research\\_papers/11](https://scholarworks.umass.edu/ttra/2019/research_papers/11)

Último acceso: 07/05/2020

Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2019). *Estados Unidos*.

Recuperado de:

[http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf)

Último acceso: 01/04/2020

OMT (2008) Glosario de términos de turismo. *OMT*.

Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Último acceso: 01/04/2020

OMT. (2019). UNWTO Tourism Definitions., 15.

doi:10.18111/9789284420858

Último acceso: 01/04/2020

Orlando Business Journal. (2011). Disney's annual economic impact: \$18.2B. *Orlando Business Journal*.

Recuperado de: <https://www.bizjournals.com/orlando/news/2011/04/14/disneys-annual-economic-impact-182b.html>

Último acceso: 08/05/2020

Orlando Sentinel (2013). International travel to Disney theme parks jumps 7 percent.

Recuperado de: <https://www.visitorlando.com/en/corporate-blog/post/orlando-announces-record-75-million-visitors>

Último acceso: 09/05/2020

Pauné, M, M. (2018). Cuando la Ciutadella acogió el Mobile World Congress del siglo XIX. *La Vanguardia*.

Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20180520/443730006010/ciudad-ella-130-aniversario-exposicion-universal-1888.html>

Último acceso: 08/04/2020

Porter, S. (2017). How many days do you need for a Disney World vacation?. *Walt Disney World Info*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/walt-disney-world/how-many-days-do-you-need-for-a-disney-world-vacation/>

Último acceso: 10/05/2020

Pozzi, S. (2019). El número de víctimas mortales del 11-S sigue creciendo 18 años después. *El País*.

Recuperado de:

[https://elpais.com/internacional/2019/09/11/actualidad/1568205258\\_937470.html](https://elpais.com/internacional/2019/09/11/actualidad/1568205258_937470.html)

Último acceso: 15/04/2020

Redacción Viajes NG. (2018). Los 12 mejores parques temáticos del mundo. *Viajes National Geographic*.

Recuperado de: [https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/12-mejores-parques-tematicos-mundo\\_12852/11](https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/12-mejores-parques-tematicos-mundo_12852/11)

Último acceso: 10/04/2020

Ruiz Santos, G. (2018). La comunicación estratégica del marketing experiencial: Análisis del caso The Walt Disney World Theme Parks. *Sphera Publica*, 1(18), 120-147.

Recuperado de: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/340>

Último acceso: 06/05/2020

Rosenberg, D. (2019). Disney Jobs. *The Balance Careers*.

Recuperado de: <https://www.thebalancecareers.com/disney-jobs-525775>

Último acceso: 10/05/2020



- Sánchez, A. (2017). “Blancanieves y los siete enanos”: 80 años maravillando. *La Nación*. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/blancanieves-y-los-siete-enanos-80-anos/O4XSNOV3BRFLPFJNPFLCVGGWOE/story/>  
Último acceso: 02/05/2020
- Santamaría, P. (2020). Parques temáticos: estas son las ocho medidas que tomará Disney World para reabrir. *ABC*. Recuperado de: [https://www.abc.es/viajar/noticias/abci-parques-tematicos-estas-ocho-medidas-tomara-disney-world-para-reabrir-202005060146\\_noticia.html](https://www.abc.es/viajar/noticias/abci-parques-tematicos-estas-ocho-medidas-tomara-disney-world-para-reabrir-202005060146_noticia.html)  
Último acceso: 10/05/2020
- Sarver, P. (2012). Theme Parks and Amusements. En *New Jersey for Kids* (1-19). Rutgers University Press. Recuperado de: [www.jstor.org/stable/j.ctt1d988nt.6](http://www.jstor.org/stable/j.ctt1d988nt.6)  
Último acceso: 07/04/2020
- Ten, A. (1998). Los nuevos paraísos. Historia y evolución de los parques temáticos. *Arbor*, 160(629), 109-131.  
doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.1998.i629.1754>  
Último acceso: 05/04/2020
- Themed Entertainment Association (2019). *TEA/AECOM Theme Index and Museum Index 2018*. Recuperado de: <https://www.aecom.com/wp-content/uploads/2019/05/Theme-Index-2018-4.pdf>  
Último acceso: 09/05/2020
- Visit Orlando (2019). Orlando Announces Record 75 Million Visitors. *Visit Orlando*. Recuperado de: <https://www.visitorlando.com/en/corporate-blog/post/orlando-announces-record-75-million-visitors>  
Último acceso: 08/05/2020
- Walt Disney World News (2009). Walt Disney World History *Walt Disney World Magic*.

Recuperado de: <https://www.wdwmagic.com/walt-disney-world-history.htm>

Último acceso: 02/05/2020

Walt Disney World News (2018). Walt Disney World in Brief. *Walt Disney World News*.

Recuperado de: <https://wdwnews.com/fact-sheets/2018/01/01/walt-disney-world-overview-world-in-brief/?lang=es>

Último acceso: 05/05/2020

Walt Disney World News (s.f). Walt Disney World Fun Facts. *Walt Disney World News*.

Recuperado de: <https://wdwnews.com/fact-sheets/2014/10/31/walt-disney-world-fun-facts/>

Último acceso: 06/05/2020

Walt Disney World. (2020). Update on Walt Disney World Resort Operations — Including Theme Parks and Water Parks. *Walt Disney World*.

Recuperado de: <https://www.disneyworld.eu/travel-information-updates/>

Último acceso: 09/05/2020

WDW Info. (s.f). Disney's Animal Kingdom Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/disney-world/animal-kingdom/index.htm>

Último acceso: 08/05/2020

WDW Info. (s.f). Disney's Blizzard Beach Water Park Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/disney-theme-parks/blizzard-beach-water-park/>

Último acceso: 08/05/2020

WDW Info. (s.f). Disney's Hollywood Studios Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/disney-world/hollywood-studios/>

Último acceso: 08/05/2020

WDW Info. (s.f). Disney's Magic Kingdom Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/disney-world/magic-kingdom/>

Último acceso: 08/05/2020

WDW Info. (s.f). Disney's Typhoon Lagoon Water Park Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/wdwinfo/guides/typhoon/typhoon.htm>

Último acceso: 08/05/2020

WDW Info. (s.f). Epcot Information. *Walt Disney World Information*.

Recuperado de: <https://www.wdwinfo.com/wdwinfo/guides/epcot/ep-overview.htm>

Último acceso: 08/05/2020

WTO. (2002). Datos esenciales del turismo 2002.

doi:10.18111/9789284406890

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2003). Datos esenciales del turismo 2003.

doi:10.18111/9789284406913

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2005). Datos esenciales del turismo 2005.

doi:10.18111/9789284413478

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2006). Datos esenciales del turismo 2006.

doi:10.18111/9789284413515

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2007). Datos esenciales del turismo 2007.

doi: 10.18111/9789284413553

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2008). Panorama del turismo internacional edición 2008.

doi: 10.18111/9789284413584

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2009). Panorama del turismo internacional edición 2009.

doi: 10.18111/9789284413614

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2010). Panorama del turismo internacional edición 2010.

doi: 10.18111/9789284413867

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2011). Panorama del turismo internacional edición 2011.

doi: 10.18111/9789284414017

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2012). Panorama del turismo internacional edición 2012.

doi: 10.18111/9789284414680

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2013). Panorama del turismo internacional edición 2013.

doi: 10.18111/9789284415519

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2014). Panorama del turismo internacional edición 2014.

doi: 10.18111/9789284416202

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2015). Panorama del turismo internacional edición 2015.

doi: 10.18111/9789284416875

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2016). Panorama del turismo internacional edición 2016.

doi: 10.18111/9789284418152

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2017). Panorama del turismo internacional edición 2017.

doi: 10.18111/9789284419043

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2018). Panorama del turismo internacional edición 2018.

doi: 10.18111/9789284419890

Último acceso: 07/04/2020

WTO. (2019). Panorama del turismo internacional edición 2019.

doi: 10.18111/9789284421237

Último acceso: 07/04/2020