

ANEXOS

1. Anexos marco teórico

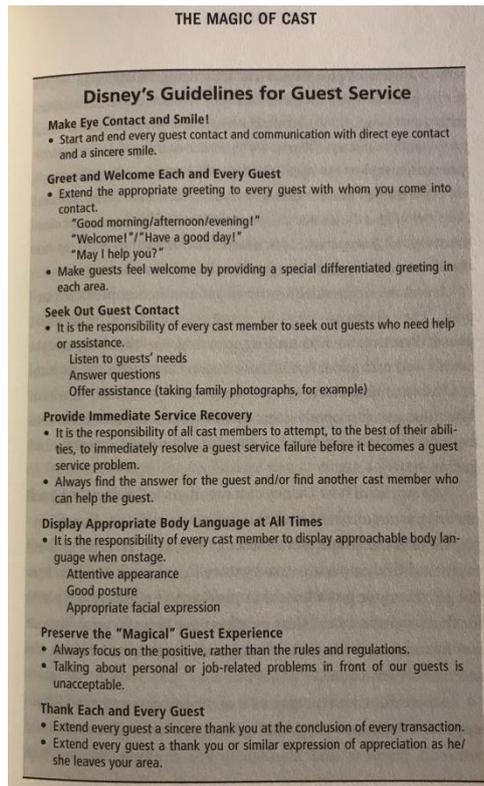
Referente a la ilustración 1: Canales TV y radios (41,4%) con ABC Television Network, ABC Radio Networks, Buena Vista Television, Disney Channel, Toon Disney, JetixChannels y Radio Disney, por otro lado, espacios de ocio (28,2%): gestión, a finales de septiembre de 2005, de 5 parques de atracciones (29 hoteles) situados en Estados Unidos (2 parques en propiedad, Walt Disney World Resort y Disneyland Resort; 20 hoteles), en Francia (Disneyland Resort Paris; 7 hoteles), en Japón (Tokyo Disney Resort; 2 hoteles) y en Hong kong. Desarrolla paralelamente cruceros (Disney Cruise Line), organización de viajes (Disney Vacation Club), de creación y de desarrollo de parques y de activos inmobiliarios, estudios de animaciones y de producción artística (23,5%), venta de merchandising (6,9%), (libros de niños, juguetes, videojuegos, películas, etc...

Tabla 1

EXTERIOR DE LA INSTALACIÓN	INTERIOR DE LA INSTALACIÓN	OTROS INTANGIBLES
Diseño	Diseño de interior	Tarjetas de presentación
Arquitectura	Equipo usado para atención del cliente	Páginas web
Paisajes	Señalización	Informes
Ambientes	Temperatura	Folletos
Señalización	Distribución del espacio	Aspecto empleados
Etc...	Etc...	Etc..

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 1



Fuente: Be Our Guest. (2011)

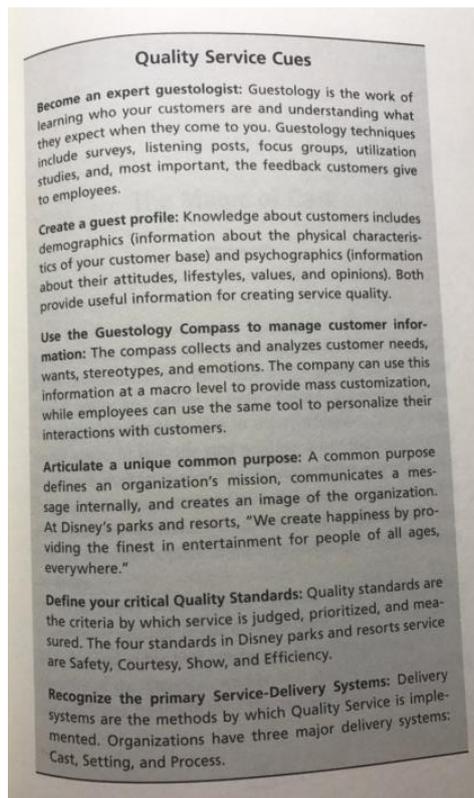
2. Anexos desarrollo de la cultura

Ejemplo matriz de integración

Tras observar los errores cometidos tras la apertura del Disney de Hong Kong. Estos errores son hallados una vez observados los resultados de las encuestas de satisfacción en las cuales los encuestados aseguran que prefieren ver un trato especial en personas ajenas que en ellos mismos. Por ello apareció el StarGuestProgram, las familias o grupos de visitantes del parque tendrán la opción de elegir este programa, en este programa se seleccionará a uno de los miembros para que sea tratado como un miembro VIP al cual prestarle una atención especial.

Además, al "Starguest" se le facilitarán dos tarjetas con las que podrá obsequiar a dos CastMember, los cuales considere que han hecho de su experiencia algo muy satisfactorio e inmejorable.

Ilustración 2



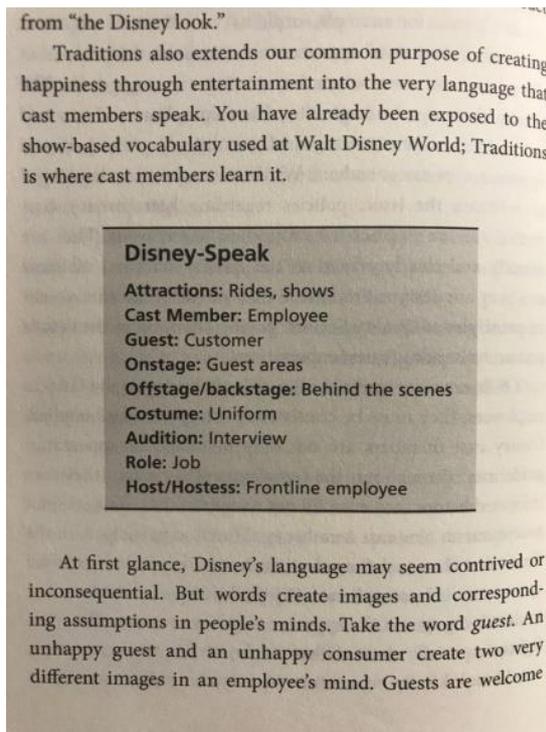
Fuente: *Be Our Guest*. (2011)

Ilustración 3



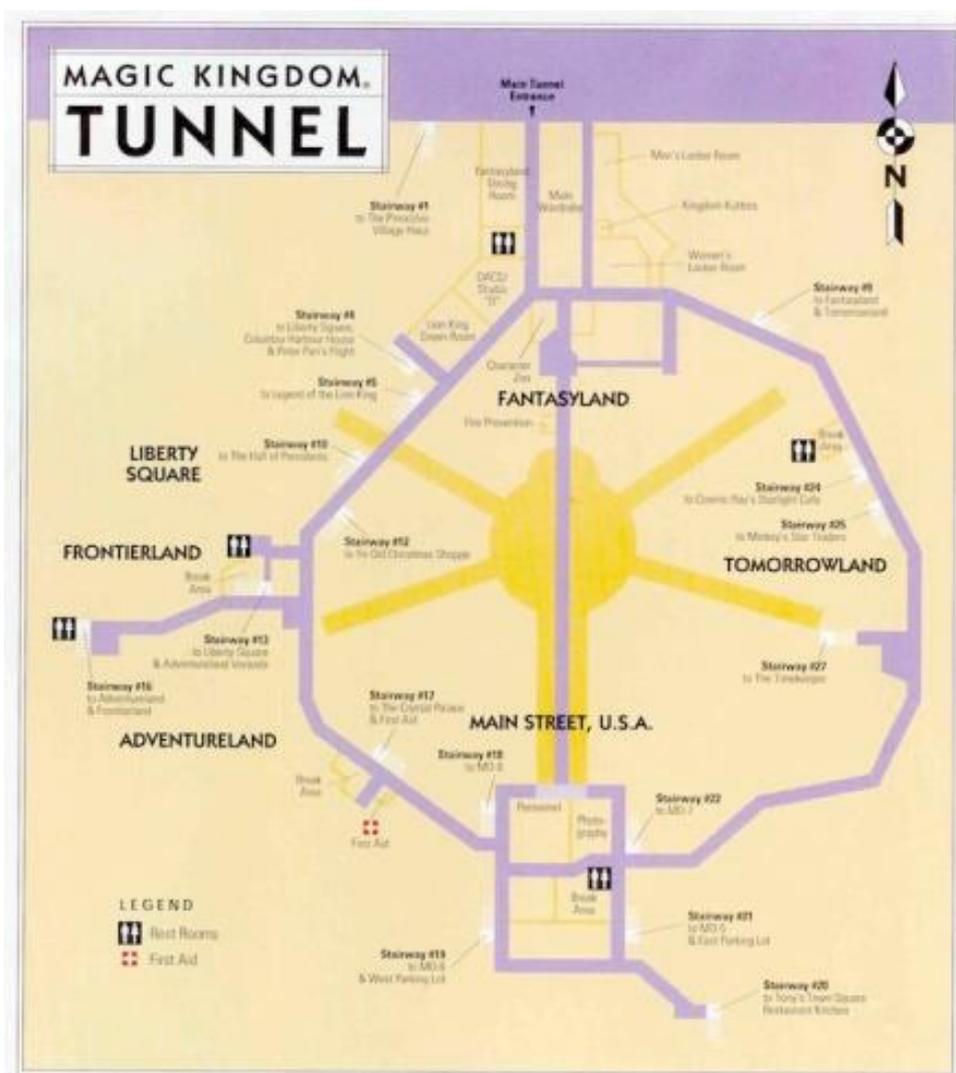
Fuente: *Worthpoint*.

Ilustración 4



Fuente: *Be Our Guest*. (2011)

Ilustración 5



Fuente: Swan.

3. Anexos trabajo investigación

Tabla 2

TIPO	Primero	Segundo	Tercero	Total
Personajes	77	12,1	10,8	100
Edificio	8,5	31,5	60	100
Símbolo	14,4	56,4	29,2	100
Total	100	100	100	

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 8

DEMANDAN A DISNEY POR EXPLOTACIÓN LABORAL ¿POR QUÉ?

Por Eduardo Venegas - 17-03-2017

Vistas: 3.876

Fuente: Merca 2.0..

Tabla 3

SÍMBOLO * VISITA SI NO Crosstabulation

SÍMBOLO			VISITA SI NO		Total
			No	Sí	
Guantes	Count		4	7	11
	% within VISITA SI NO		3,1%	4,0%	3,6%
Tipografía	Count		44	67	111
	% within VISITA SI NO		33,6%	38,5%	36,4%
Silueta Mickey	Count		31	58	89
	% within VISITA SI NO		23,7%	33,3%	29,2%
Canal televisión	Count		2	0	2
	% within VISITA SI NO		1,5%	0,0%	0,7%
Gorro Mickey	Count		0	2	2
	% within VISITA SI NO		0,0%	1,1%	0,7%
Logo castillo	Count		49	40	89
	% within VISITA SI NO		37,4%	23,0%	29,2%
888	Count		1	0	1
	% within VISITA SI NO		0,8%	0,0%	0,3%
Total	Count		131	174	305
	% within VISITA SI NO		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 4

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,899 ^a	6	,031
Likelihood Ratio	15,711	6	,015
Linear-by-Linear Association	1,529	1	,216
N of Valid Cases	305		

a. 7 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .43.

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 5

EDIFICACIÓN * VISITA SI NO Crosstabulation

EDIFICACIÓN			VISITA SI NO		Total
			No	Sí	
EPCOT	Count		2	3	5
	% within VISITA SI NO		1,5%	1,7%	1,6%
	Adjusted Residual		-,1	,1	
CASTILLO	Count		121	164	285
	% within VISITA SI NO		92,4%	94,3%	93,4%
	Adjusted Residual		-,7	,7	
LABERINTO JARDÍN	Count		1	2	3
	% within VISITA SI NO		0,8%	1,1%	1,0%
	Adjusted Residual		-,3	,3	
ESTUDIOS	Count		5	5	10
	% within VISITA SI NO		3,8%	2,9%	3,3%
	Adjusted Residual		,5	-,5	
DISNEY VILLAGE	Count		2	0	2
	% within VISITA SI NO		1,5%	0,0%	0,7%
	Adjusted Residual		1,6	-1,6	
Total	Count		131	174	305
	% within VISITA SI NO		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 6

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,019 ^a	4	,555
Likelihood Ratio	3,744	4	,442
Linear-by-Linear Association	1,397	1	,237
N of Valid Cases	305		

a. 7 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,86.

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 7

PERSONALIDAD * VISITA SI NO Crosstabulation					
			VISITA SI NO		Total
			No	Si	
PERSONALIDAD	WALT DISNEY	Count	9	12	21
		% within VISITA SI NO	6,9%	6,9%	6,9%
		Adjusted Residual	,0	,0	
	GOOFY	Count	6	5	11
		% within VISITA SI NO	4,6%	2,9%	3,6%
		Adjusted Residual	,8	-,8	
	MICKEY	Count	75	120	195
		% within VISITA SI NO	57,3%	69,0%	63,9%
		Adjusted Residual	-,1	-,1	
	PATO DONALD	Count	6	6	12
		% within VISITA SI NO	4,6%	3,4%	3,9%
		Adjusted Residual	,5	-,5	
	PRINCESAS DISNEY	Count	27	24	51
		% within VISITA SI NO	20,6%	13,8%	16,7%
		Adjusted Residual	1,6	-1,6	
	EL REY LEÓN	Count	8	7	15
		% within VISITA SI NO	6,1%	4,0%	4,9%
		Adjusted Residual	,8	-,8	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 8

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,188 ^a	5	,393
Likelihood Ratio	5,161	5	,397
Linear-by-Linear Association	2,082	1	,149
N of Valid Cases	305		

a. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,72.

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 9

PERSONALIDAD * SEXO Crosstabulation					
			SEXO		Total
			Hombre	Mujer	
PERSONALIDAD	WALT DISNEY	Count	10	11	21
		% within SEXO	11,6%	5,0%	6,9%
		Adjusted Residual	2,0	-2,0	
	GOOFY	Count	3	8	11
		% within SEXO	3,5%	3,7%	3,6%
		Adjusted Residual	-,1	-,1	
	MICKEY	Count	56	139	195
		% within SEXO	65,1%	63,5%	63,9%
		Adjusted Residual	,3	-,3	
	PATO DONALD	Count	3	9	12
		% within SEXO	3,5%	4,1%	3,9%
		Adjusted Residual	-,3	,3	
	PRINCESAS DISNEY	Count	8	43	51
		% within SEXO	9,3%	19,6%	16,7%
		Adjusted Residual	-,2	2,2	
	EL REY LEÓN	Count	6	9	15
		% within SEXO	7,0%	4,1%	4,9%
		Adjusted Residual	1,0	-1,0	
Total		Count	86	219	305
		% within SEXO	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 10

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,979 ^a	5	,110
Likelihood Ratio	9,029	5	,108
Linear-by-Linear Association	3,037	1	,081
N of Valid Cases	305		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,10.

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 11

CALIDAD * VOLVER Crosstabulation

		VOLVER			Total
		0	1	888	
CALIDAD 2	Count	0	6	0	6
	% within VOLVER	0,0%	3,6%	0,0%	2,0%
	Adjusted Residual	-.4	2,3	-2,1	
3	Count	0	97	0	97
	% within VOLVER	0,0%	58,8%	0,0%	31,8%
	Adjusted Residual	-2,1	11,0	-10,3	
4	Count	0	62	0	62
	% within VOLVER	0,0%	37,6%	0,0%	20,3%
	Adjusted Residual	-1,5	8,1	-7,7	
888	Count	9	0	131	140
	% within VOLVER	100,0%	0,0%	100,0%	45,9%
	Adjusted Residual	3,3	-17,5	16,5	
Total	Count	9	165	131	305
	% within VOLVER	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 12

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	305,000 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	420,768	6	,000
Linear-by-Linear Association	269,670	1	,000
N of Valid Cases	305		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 13

CALIDAD * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO		Total
		No	Si	
CALIDAD No	Count	95	117	212
	% within VISITA SI NO	72,5%	67,2%	69,5%
	Adjusted Residual	1,0	-1,0	
Si	Count	36	57	93
	% within VISITA SI NO	27,5%	32,8%	30,5%
	Adjusted Residual	-1,0	1,0	
Total	Count	131	174	305
	% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,982 ^a	1	,322		
Continuity Correction ^b	,749	1	,387		
Likelihood Ratio	,988	1	,320		
Fisher's Exact Test				,379	,194
Linear-by-Linear Association	,979	1	,322		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,94.

b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 14

DIVERSIÓN * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO			
		No	Si	Total	
DIVERSIÓN	No	Count	53	53	106
		% within VISITA SI NO	40,6%	30,5%	34,8%
		Adjusted Residual	1,8	-1,8	
	Si	Count	78	121	199
		% within VISITA SI NO	59,5%	69,5%	65,2%
		Adjusted Residual	-1,8	1,8	
Total	Count	131	174	305	
	% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,235 ^a	1	,070		
Continuity Correction ^b	2,868	1	,090		
Likelihood Ratio	3,283	1	,070		
Fisher's Exact Test				,089	,045
Linear-by-Linear Association	3,284	1	,070		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 45,53.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 15

ENTRETENIMIENTO * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO			
		No	Si	Total	
ENTRETENIMIENTO	No	Count	28	44	72
		% within VISITA SI NO	21,4%	25,3%	23,6%
		Adjusted Residual	-,8	,8	
	Si	Count	103	130	233
		% within VISITA SI NO	78,6%	74,7%	76,4%
		Adjusted Residual	,8	-,8	
Total	Count	131	174	305	
	% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,635 ^a	1	,426		
Continuity Correction ^b	,436	1	,509		
Likelihood Ratio	,639	1	,424		
Fisher's Exact Test				,496	,255
Linear-by-Linear Association	,633	1	,426		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,92.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 16

EXCELENCIA * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO			
		No	Si	Total	
EXCELENCIA	No	Count	127	161	288
		% within VISITA SI NO	96,9%	92,5%	94,4%
		Adjusted Residual	1,7	-1,7	
	Si	Count	4	13	17
		% within VISITA SI NO	3,1%	7,5%	5,6%
		Adjusted Residual	-1,7	1,7	
Total	Count	131	174	305	
	% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,771 ^a	1	,096		
Continuity Correction ^b	1,996	1	,158		
Likelihood Ratio	2,958	1	,085		
Fisher's Exact Test				,130	,076
Linear-by-Linear Association	2,762	1	,097		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,30.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 17

FAMILIA * VISITA SI NO

Crosstab

			VISITA SI NO		Total
			No	Si	
FAMILIA	No	Count	38	55	93
		% within VISITA SI NO	29,0%	31,6%	30,5%
		Adjusted Residual	-,5	,5	
	Si	Count	93	119	212
		% within VISITA SI NO	71,0%	68,4%	69,5%
		Adjusted Residual	,5	-,5	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,239 ^a	1	,625		
Continuity Correction ^b	,132	1	,717		
Likelihood Ratio	,239	1	,625		
Fisher's Exact Test				,706	,359
Linear-by-Linear Association	,238	1	,626		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,94.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 18

FANTASÍA * VISITA SI NO

Crosstab

			VISITA SI NO		Total
			No	Si	
FANTASIA	No	Count	25	22	47
		% within VISITA SI NO	19,1%	12,6%	15,4%
		Adjusted Residual	1,5	-1,5	
	Si	Count	106	152	258
		% within VISITA SI NO	80,9%	87,4%	84,6%
		Adjusted Residual	-1,5	1,5	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,376 ^a	1	,123		
Continuity Correction ^b	1,910	1	,167		
Likelihood Ratio	2,355	1	,125		
Fisher's Exact Test				,149	,084
Linear-by-Linear Association	2,370	1	,124		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20,19.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 19

INFANTIL * VISITA SI NO

Crosstab

			VISITA SI NO		Total
			No	Si	
INFANTIL	No	Count	64	123	187
		% within VISITA SI NO	48,9%	70,7%	61,3%
		Adjusted Residual	-3,9	3,9	
	Si	Count	67	51	118
		% within VISITA SI NO	51,1%	29,3%	38,7%
		Adjusted Residual	3,9	-3,9	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15,021 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	14,114	1	,000		
Likelihood Ratio	15,030	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	14,971	1	,000		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,68.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 20

INNOVACIÓN * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO		Total	
		No	Si		
INNOVACIÓN	No	Count	120	164	284
		% within VISITA SI NO	91,6%	94,3%	93,1%
		Adjusted Residual	-.9	.9	
	Si	Count	11	10	21
		% within VISITA SI NO	8,4%	5,7%	6,9%
		Adjusted Residual	.9	-.9	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,813 ^a	1	,366		
Continuity Correction ^b	,457	1	,499		
Likelihood Ratio	,810	1	,368		
Fisher's Exact Test				,372	,248
Linear-by-Linear Association	,816	1	,366		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,02.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

Tabla 21

MAGIA * VISITA SI NO

Crosstab

		VISITA SI NO		Total	
		No	Si		
MAGIA	No	Count	46	60	106
		% within VISITA SI NO	35,1%	34,5%	34,8%
		Adjusted Residual	-.1	-.1	
	Si	Count	85	114	199
		% within VISITA SI NO	64,9%	65,5%	65,2%
		Adjusted Residual	-.1	.1	
Total		Count	131	174	305
		% within VISITA SI NO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,013 ^a	1	,909		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,013	1	,909		
Fisher's Exact Test				1,000	,502
Linear-by-Linear Association	,013	1	,909		
N of Valid Cases	305				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 45,53.
 b. Computed only for a 2x2 table

Fuente: Elaboración propia.SPSS.

ENCUESTA

Para hacer más amena la encuesta, al comienzo de cada sección se incluyeron datos curiosos en relación a Disney. El enlace a la encuesta se muestra a continuación:
<http://googleshortener.com/Aek70S>

SECCIÓN 1

¡Hola! Estoy acabando la carrera de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza y por ello aquí les traigo esta encuesta, la cual me servirá para la elaboración de mi trabajo de fin de grado. El objetivo es conocer la imagen que Disney ha conseguido reflejar en la sociedad mediante un cuestionario ameno que no le

va a llevar más de cinco minutos y que es completamente anónimo. ¡Muchas gracias por adelantado!

1. “Si puedes soñarlo, puedes lograrlo” The Walt Disney Company se dedica a la creación de ilusiones, no sólo con sus parques temáticos sino también con sus animaciones, series y famosas películas para todos los públicos, especialmente en los niños. Por tanto, ¿Consideraría usted que es un referente en lo que respecta al entretenimiento?

Sí

No

SECCIÓN 2

Resultaría conveniente que para realizar los siguientes ejercicios de esta sección responda en su mente a las preguntas antes de mirar cuales son las opciones que se le ofrecen.

2. Elija el símbolo que primero le venga a la mente al escuchar "Disney" de entre las siguientes opciones:
 - Guantes Mickey
 - Tipografía
 - Silueta Mickey
 - Canal televisión
 - Gorro Mickey
 - Logo castillo
 - Otra (respuesta abierta)
3. Elija la edificación que primero le venga a la mente al escuchar "Disney" de entre las siguientes opciones:
 - Epcot
 - Castillo
 - Laberinto Jardín
 - Estudios
 - Disney Village
 - Otra(respuesta abierta)
4. Elija la personalidad o personaje que primero le venga a la mente al escuchar "Disney" de entre las siguientes opciones:
 - Walt Disney
 - Goofy

Mickey

Pato Donald

Princesas Disney

El Rey León

Otra(respuesta abierta)

5. Asigne un 1 a la categoría que considere más importante a la hora de representar el mundo Disney, un 2 a la segunda y un 3 a la tercera. Tenga en cuenta su elección en las preguntas anteriores.

	1	2	3
Personajes			
Edificaciones			
Símbolos			

SECCIÓN 3

6. ¿Ha visitado alguna vez alguno de los parques Disney?

Sí (Ir a sección 11)

No (Ir a sección 9)

SECCIÓN 4

7. ¿Volvería o le gustaría visitar cualquiera de los otros parques?

Sí (ir sección 5)

No (ir sección 8)

SECCIÓN 5

8. Valore sus expectativas acerca de vivir experiencias mágicas y servicios de calidad en el parque visitado o en cualquiera de los otros existentes siendo 1 Muy bajas y 5 Muy altas.

1 Muy baja	2 Baja	3 Neutra	4 Alta	5 Muy alta

9. Valore la calidad de las experiencias vividas la última vez que haya visitado alguno de los parques en función de las expectativas puestas en él.

1 Muy baja	2 Baja	3 Alta	4 Muy alta
------------	--------	--------	------------

SECCIÓN 6

De entre las siguientes experiencias en lo que respecta al servicio que ofrecen los parques Disney ¿Cuál escogería como fundamental a la hora de hacer su experiencia satisfactoria?

Atracciones

Decoración

Empleados

Espectáculos

Experiencias con los personajes

Restauración

Otros

SECCIÓN 8

10. Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo respecto a las siguientes afirmaciones en relación al servicio y experiencia que Disney ofrece siendo 1= Nada de acuerdo y 5= Totalmente de acuerdo.

	1	2	3	4	5
"Creamos felicidad a través del entretenimiento más divertido para personas de todas las edades, en todos los lugares"					
"Los clientes consideran las interacciones que tienen con los empleados uno de los mayores factores a considerar para volver a nuestros parques"					
"Disney no promete nada"					

inalcanzable, Disney quiere que sientas la fantasía que denotan sus parques y por tanto que no compres tu asistencia a ellos sino que acudas porque quedas maravillado"					
"En los parques Disney "todo habla", esto significa que cada detalle desde los pomos de las puertas hasta las habitaciones envían un mensaje a los huéspedes"					
"Los clientes buscan que la magia les transporte de su día a día a mundos creados únicamente por Disney"					

SECCIÓN 9

11. ¿Está interesado en visitar algún parque Disney?

Sí

No

SECCIÓN 10

12. A continuación se le facilitarán una serie de palabras, las cuales en caso de que usted considere que representan a Disney debe marcar. (Seleccione un máximo de 5)

Calidad

Diversión

Entretenimiento

Excelencia

Familiar

Fantasía

Infantil

Innovación

Magia

Otras

SECCIÓN 11

13. ¿Dónde se sitúa el parque visitado?

California

Hong Kong

Orlando

Paris

Shangai

Tokio

SECCIÓN 7

Para finalizar, unas sencillas preguntas clasificatorias las cuales son totalmente anónimas así como el resto del cuestionario pues el fin de este es sencillamente académico.

14. Sexo

Hombre

Mujer

15. Edad

Menos de 18

De 18 a 34

De 35 a 65

Mayores de 65

SECCIÓN 12

¡Muchas gracias por su colaboración!

