

# LA HOSPITALIDAD EN UNIVERSAL ORLANDO RESORT Y SALITRE MÁGICO

Estudio Comparativo Entre los Parques Salitre Mágico-Bogotá y Universal Orlando Resort-  
Estados Unidos - Informe del VII Seminario Internacional en Gestión de las Organizaciones  
Estados Unidos 2014

Sindy Tatiana Salas Rodríguez

Nota de las autoras

Sindy Tatiana Salas Rodríguez, Especialización en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad  
de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Profesor: Diego Rafael Roberto Cabrera Moya

Bogotá, D.C., Agosto 2014

## Contenido

Introducción: .....	3
Marco teórico: .....	4
Definición de hospitalidad .....	4
La industria de la hospitalidad: .....	8
La Naturaleza Tangible e Intangible de la Hospitalidad: .....	9
Relación entre la Industria de la Hospitalidad y Turismo: .....	9
Manifestaciones y formas de la hospitalidad: .....	10
Análisis de las tres formas de hospitalidad aplicadas al parque Universal Orlando Resort.....	17
Análisis de las tres formas de hospitalidad aplicadas al parque Salitre Mágico-Bogotá. ....	24
Comparativo entre el Parque Temático Universal Orlando Resort y el Parque Salitre Mágico-Bogotá. .....	29
Conclusiones: .....	38
Bibliografía .....	40

**Introducción:**

El presente trabajo investigativo es un Estudio Comparativo, realizado por una profesional en Trabajo Social, estudiante de la especialización en Gerencia del Talento Humano de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. La investigación surge de la iniciativa de conocer si el término “Hospitalidad”; concepto visto desde el punto de vista industrial y turístico, es empleado en el parque Salitre Mágico-Bogotá, para ello se establecerán las similitudes o diferencias entre los parques Universal Orlando- Resort y Salitre Mágico-Bogotá entorno a tres formas de “Hospitalidad”.

En primera instancia se mostrarán los conceptos claves que darán las bases conceptuales para desarrollar el trabajo investigativo, como son: hospitalidad, industria de la hospitalidad, naturaleza tangible e intangible de la hospitalidad, relación entre hospitalidad y turismo y la descripción de las tres formas de hospitalidad. Luego se procederá a analizar cada forma de hospitalidad en los parques. Finalmente, se establecerá un comparativo que permitirá ver e identificar si finalmente el concepto de Hospitalidad es abordado en el parque Salitre Mágico.

**Marco teórico:**

El siguiente marco teórico pretende abordar todos conceptos pertinentes para el desarrollo del tema central del trabajo la “Hospitalidad”. En primera instancia, se definirá que es Hospitalidad, seguidamente se observará el concepto desde una perspectiva industrial y finalmente se mencionarán tres manifestaciones o formas de hospitalidad con el fin de realizar el trabajo comparativo entre el parque temático Universal Studios-ubicado en Orlando Florida y Salitre Mágico ubicado en Bogotá.

**Definición de hospitalidad:**

En términos generales, “la hospitalidad es el acto de bondad en la acogida y el cuidado de las necesidades básicas de los clientes o extraños, sobre todo en relación con los alimentos, bebidas y alojamiento”. (Murray, 2002)

Por otra parte, Gotman indica que la hospitalidad es “de importancia central en la organización de las ciudades, pudiendo ser considerada como una categoría sociopolítica en la planificación de las mismas. En su definición de hospitalidad enfatiza el recibimiento de

individuos en espacios urbanos que requiere el pensamiento y planificación para las múltiples interacciones entre anfitrión y huésped, pero también reúne el pensamiento sobre el desarrollo de las ciudades para el propio individuo, que para la autora puede ser considerado un "extranjero" en su propia ciudad". (Gotman, 2008)

Continuando con la autora, considera "la hospitalidad como una relación social que interesa tanto a las organizaciones comerciales como al ordenamiento y funcionamiento de las ciudades, considerando el recibimiento de turistas, extranjeros y pobladores. Así, debe ser entendida, en su sentido más amplio, calificando las relaciones sociales entre una comunidad establecida y los 'extranjeros' (al lugar) que llegaron a visitarla o simplemente a descansar" (Gotman, 2008)

Para Baptista, "la hospitalidad permite celebrar una distancia y, al mismo tiempo, una proximidad, experiencia imprescindible en el proceso de aprendizaje humano. Por lo tanto, es urgente transformar los espacios urbanos en lugares de hospitalidad. No una hospitalidad convencional o artificial, reducida a un ritual de comercio y falsa cortesía, sino una hospitalidad anclada en el amor y en la sensibilidad que sólo pueden ser dados por otra persona". (Baptista, 2002)

La Hospitalidad, para Brotherton and wood es “un intercambio humano contemporánea que se introduce voluntariamente en, y diseñado para mejorar el bienestar mutuo de las partes interesadas a través de la provisión de alojamiento, y / o alimentos y / o bebidas” (Conrad, 2007).

Morrison, ofreció la siguiente definición:

“Representa un hospedero cordial recepción, acogida y hospitalidad de invitados o extranjeros de diversos orígenes sociales y culturas caritativamente, social o comercial con tipo generosa liberalidad, en otros más espacio para cenar y / o albergue temporal. Dependiendo de las circunstancias y el contexto del grado en que la oferta de la hospitalidad es condicional o incondicional puede variar”. (Conrad, 2007)

Brotherton, define la hospitalidad, como:

“Un intercambio humano contemporáneo, que se introduce voluntariamente en, y diseñado para mejorar el bienestar mutuo de las partes en cuestión a través de la provisión de alojamiento, y / o alimento, y / o bebida” (Peter, 2008).

Brotherton, posteriormente, sugirió que: “La industria de la hospitalidad se compone de comercial organizaciones que se especializan en la prestación de alojamiento, y / o alimento, y / o beber, a través de un intercambio humano voluntario, que es contemporáneo en la naturaleza, y comprometido a mejorar el bienestar mutuo de las partes involucradas”. (Peter, 2008)

Es importante mencionar que la hospitalidad tiene una estrecha relación con el entretenimiento, así lo identificaron los autores King y Palmer. A partir de (1992) los primeros trabajos de Palmer, “sugieren que a lo largo de la historia, la hospitalidad estaba inseparablemente vinculada con el entretenimiento y tiene una directa interacción entre el proveedor y el destinatario. Telfer, “cuestionó si la hospitalidad y el entretenimiento son las mismas cosas. Afirmó que "la hospitalidad es asociada con satisfacción de las necesidades, el entretenimiento con el dar placer. Sin embargo, Telfer, afirmó que esta diferencia es "sólo una cuestión de matiz" y utiliza la palabra intercambiable con el entretenimiento proporcionando hospitalidad”. (Peter, 2008)

Sin embargo, “dentro de muchos ambientes de hospitalidad comercial, la interacción con los huéspedes y el entretenimiento es una parte fundamental de la experiencia, ya sea en forma pasiva, la interacción de convivencia a través de más extravagantes y espectaculares actuaciones de identidad. Interacción, atractivo y entretenimiento a menudo van de la mano con el consumo de alimentos y bebidas así lo afirman los autores Hanefors y Mossberg. Comida, bebida y refugio, sin duda, pueden ser ofrecidos sin entretenimiento, aunque el bienestar de los huéspedes, así como los clientes es asegurado a menudo porque es parte de la experiencia”. (Peter, 2008)

La industria de la hospitalidad:

La hospitalidad vista desde la industria juega un papel importante para el desarrollo del análisis comparativo, ya que es desde aquí donde se estructuran los cimientos de la investigación, la cual se define como “Son todos los elementos que acompañan al turismo, las líneas aéreas, el entretenimiento, el alojamiento, el área de alimentos y bebidas, la transportación, operadores de excursiones, entre otros, que juntos conforman un todo complejo, que permite la satisfacción de necesidades específicas demandadas por las personas”. (Peter, 2008)



Cuando se habla de la industria de la hospitalidad, “se refiere a las empresas u organizaciones que proporcionan comida y / o bebida y / o alojamiento para las personas que están lejos de casa”. (Murray, 2002)

#### La Naturaleza Tangible e Intangible de la Hospitalidad:

Se consideran como aspectos tangibles de la hospitalidad, “los productos físicos de la hospitalidad, por ejemplo, comida y bebida en un restaurante o la habitación real del hotel, son productos que se venden a un precio a los clientes o clientes (por ejemplo, el precio pagado por un cliente de alquilar una habitación de hotel, o el precio de un cliente pagado por la compra de una comida en un restaurante). Sin embargo, la industria de la hospitalidad no sólo debe confiar en las cosas tangibles. Un negocio de la hospitalidad exitoso no sólo cuenta con sus productos y servicios, también la forma en que se entregan. Las cualidades del personal y la forma en que prestan el servicio son a menudo más importante que los productos tangibles en hacer una experiencia de hospitalidad satisfactoria e insatisfactoria”. (Murray, 2002)

Por lo tanto, la hospitalidad mezcla dos factores importantes los productos que se ofrecen al cliente y la forma como se presta el servicio.

#### Relación entre la Industria de la Hospitalidad y Turismo:

La industria de la hospitalidad, “incluye los hoteles y restaurantes, así como las organizaciones o instituciones que ofrecen comida, bebida, alojamiento y otros servicios relacionados. Estos productos y servicios se ofrecen no sólo a la gente lejos de casa, pues exige además a los clientes locales. Un gerente en la industria de la hospitalidad, por lo tanto, debe tener en cuenta los tres objetivos siguientes”. (Murray, 2002):

1. “Hacer que los huéspedes se sientan bienvenidos personalmente.
2. Hacer que las cosas funcionen para los huéspedes.
3. Asegurarse de que la operación continuará proporcionando servicio y cumplir con su presupuesto”. (Murray, 2002)

Manifestaciones y formas de la hospitalidad:

La inclusión de entretenimiento en una ampliada concepción de hospitalidad hace que sea posible distinguir entre las diferentes formas de la hospitalidad transaccional y el comportamiento hospitalario. A continuación se mencionan tres formas de hospitalidad, las cuales permitirán hacer la descripción y comparación en cada parque:

1. La hospitalidad, basada en “la provisión de comida, bebida, alojamiento y entretenimiento principalmente como parte de un comercio transaccional. Esta es a

menudo una forma mundana de hospitalidad entre el proveedor y el consumidor que cumplen tales elementos básicos para satisfacer las necesidades como el hambre, la sed y el cansancio. El entretenimiento normalmente sólo se incluye en este tipo de hospitalidad, cuando se agrega valor a la experiencia del cliente”. (Peter, 2008)

2. La segunda forma de hospitalidad, hace referencia a “la provisión de comida, bebida, alojamiento y / o de entretenimiento social, desarrollo de las relaciones sociales o la búsqueda de la agenda política. Para Selwyn: esta forma de hospitalidad se utiliza para establecer una relación o para promover una relación ya establecida; hospitalidad convierte: desconocidos a los familiares, a los enemigos en amigos, amigos en mejores amigos, extraños en información privilegiada. La hospitalidad, se concibe como un funcional conjunto de actividades que tienen una política o resultado social. No se sugiere que esta forma de hospitalidad se calcula siempre o instrumental; de hecho, la naturaleza de la relación puede ser puramente racional o funcional”. (Peter, 2008)

Hasta cierto punto, al menos, los primeros dos manifestaciones de la hospitalidad puede ser anticipado, y sus formas mundanas, funcionales se pueden gestionar dentro del entorno de servicio.

3. La tercera forma es la meta-hospitalidad, “su esencia es el ingrediente emocional. La noción de meta-hospitalidad separa la hospitalidad - como el medio para un fin. Se trata de una disposición abierta, no sólo para compartir en un espacio social, sino crear un compartido experiencial en un espacio en el que los participantes se convierten en parte de una entidad social contextualmente definida”. (Peter, 2008)

“Los alimentos, la bebida, la oferta de vivienda y entretenimientos sociales forman una parte crucial de este intercambio; facilitan la relación y le dan una ontología a la realidad, pero la experiencia emocional es el corazón del encuentro. meta-hospitalidad, es sustancialmente emocional porque el acto hospitalario requiere a los participantes abandonar o interrumpir el juicio racional en la creación de bienestar mutuo y la alegría”. (Peter, 2008)

La meta-hospitalidad adoptada dos maneras que son:

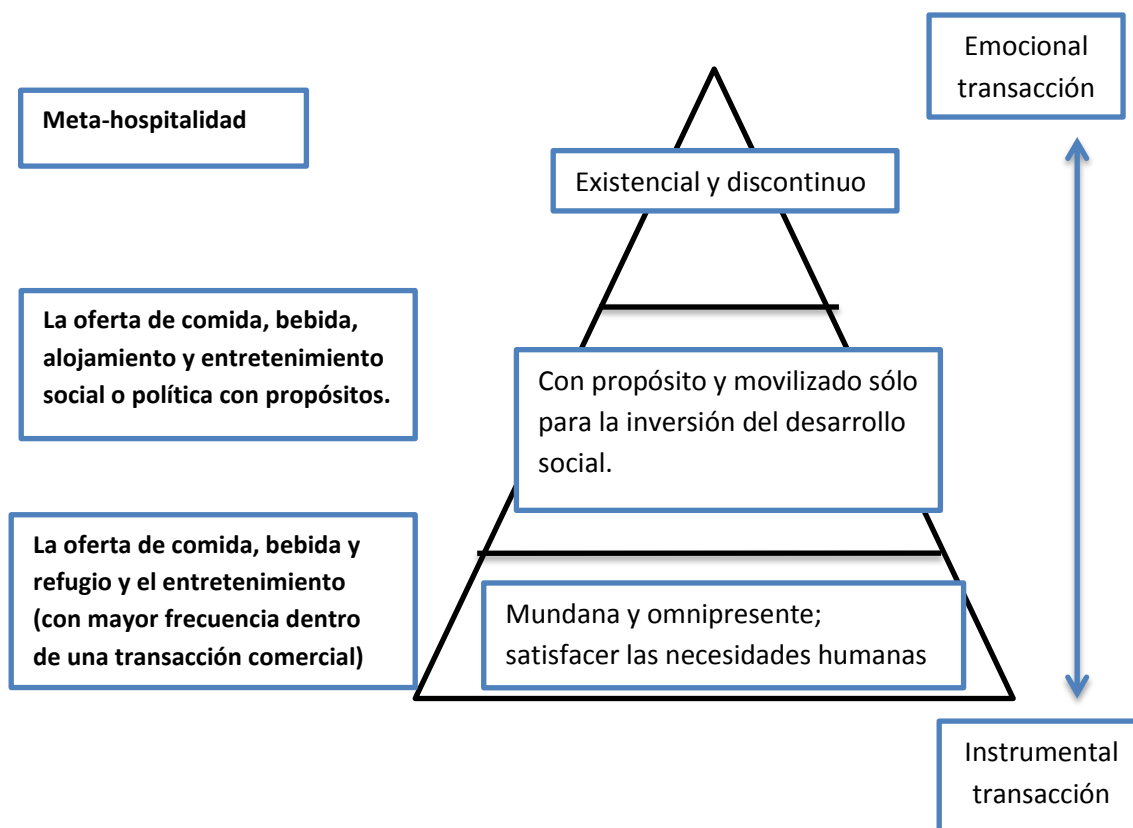
**En primer lugar**, mientras que “las diferencias en estado, clase, género, etc, son parte inherente de una las prácticas de la sociedad, es decir, las condiciones que determinan dónde y cómo las personas interactúan, hospitableness o meta-hospitalidad, tal como se concibe aquí, es el estado de ser entre los actores sociales en los que se menguaron las diferencias en momentos

particulares. Sin embargo, las diferencias en el estado, conocimientos y competencias siguen dando forma a la relación entre los individuos, pero tales diferencias no podrán seguir siendo los principales factores que determinan la naturaleza de la interacción entre los actores sociales”. (Peter, 2008)

**Una segunda** radica en “que los establecimientos de hostelería comerciales están habitadas por los consumidores, quienes podrán participar con los demás como tanto como lo hacen con los anfitriones, que crean estos momentos de hospitalidad entre ellos mismos”. (Peter, 2008)

Hospitabilidad o hospitableness, es un emotivo y la forma sincera de compromiso. Dentro de las relaciones hospitalarias, se producen barreras de la interacción por diferencias en la moralidad, clase y condición social. Sin embargo, estas diferencias en el estado, los antecedentes y la competencia son probables de instalar de nuevo, y por lo tanto limita a los individuos a la capacidad de interactuar durante períodos prolongados de tiempo.

### Formas de Hospitalidad



**Fuente:** Revista: Journal Foodservice, Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings. 2008 (Peter, 2008)

Tal interpretación de la hospitalidad requiere añadir algunos términos conceptuales, descritos por el autor Turner, los cuales son: liminalidad y communitas y se utilizan para comprender la noción de meta- hospitalidad.

Liminalidad, “son las formas de relación social que se generan dentro de las actividades de ocio, lúdicas, aquí los participantes se convierten en miembros de la communitas, que son entidades sociales separadas temporalmente de estructuras sociales o instituciones” (Telfer, 2000)

Las communitas, “utilizan la interacción directa con la otra persona, para alcanzar un estado temporal de vinculación afectiva. Durante este momento, los participantes se vuelven totalmente absorbidos en un solo sincronizado, evento fluido y un sentido de "la honestidad, la transparencia, y la falta de pretensiones" está en el corazón de la experiencia” (Telfer, 2000)

Communitas, “es un constructo psicológico que se siente o se imagina, pero lo corporal y los componentes físicos de la experiencia tienen un papel clave. La experiencia puede ser creada a través de este tipo de acciones de interacción de convivencia, entretenimiento mutuo y consumo físico de alimentos, bebidas y refugio”. (Telfer, 2000).

Además, “las experiencias communitas se crean a través de la interacción en ubicaciones físicas y a través de una relación interactiva entre quienes prestan el servicio y sus usuarios, que, como sostuvo, pueden facilitar formas particulares de interacción interpersonal e intergrupala”. (Aubert, 1999)

Las experiencias communitas “pueden refutar, suavizar, negociar y perturbar socialmente sin abandonar el estatus construido por completo de ellos. Communitas, implica una experiencia temporal un sentido de unidad o la sociabilidad entre los individuos” (Peter, 2008). Los momentos Communitas, son sinónimo de meta-hospitalidad porque es más que el mero intercambio de alimentos o bebidas, o las ofertas de refugio.

Las experiencias Communitas “son creados a través de una estrecha interacción en particular espacios y tiempos. Encuentros Communitas que no son extático, periodos liminares de abandono; son experiencias liminoides en el que la racionalidad de relaciones se abandona en favor de un apertura juguetón, emocional hacia la otra. Estas experiencias implican la producción y el consumo de alimentos, bebidas y la oferta de refugio, pero son fundamentalmente sobre la creación de un espacio emocional compartida”. (Peter, 2008).



### **Análisis de las tres formas de hospitalidad aplicadas al parque Universal Orlando Resort.**

Antes de analizar las tres formas de hospitalidad se describirán algunas generalidades del parque. “Universal Orlando Resort es un parque temático, que ofrece acción y emoción con dos parques temáticos. En Universal Studios y Universal's Islands of Adventure, constituidos por atracciones que van dirigidas para personas de todas las edades”. (Universal Studio Resort, 2014)

La primera forma de hospitalidad y básica descrita por el autor alusiva a la oferta de bebida, comida, refugio y entretenimiento. Es claramente aplicada en el parque, los tres elementos se conjugan para prestar el mejor servicio. Para ello el parque cuenta con diferentes tiendas que prestan servicio de comida incluyendo diversos platos y bebidas, llegando a una gran cantidad de clientes que provienen de diversas partes del mundo que tienen sus propios rasgos culturales. De esta manera la variedad de platos y bebidas cuenta con menús que satisfacen las preferencias de los clientes. Por lo cual, tiene una gran diversidad de restaurantes que ofrecen desayunos, comidas rápidas, platos sofisticados, cenas, cocteles, entre otras opciones que permiten satisfacer las necesidades del cliente en cualquier horario del día.

Los diferentes restaurantes están distribuidos en todo el parque para cobijar a todos sus clientes. Cada restaurante tiene su propia marca y estilo según el cliente, algunos de los restaurantes más reconocidos son: “NASCAR Sports Grille<sup>SM</sup>, The Bubba Gump Shrimp Co Restaurant & Market, Jimmy Buffett's Margaritaville, Bob Marley – A Tribute to Freedom, Hard Rock Cafe<sup>®</sup> Orlando, Emeril's Restaurant Orlando, Pat O'Briens, Pastamore<sup>SM</sup> Ristorante & Marke, entre otros”. (Universal Studio Resort, 2014)

También se ofrecen planes de comida, con el que se paga por adelantado una cierta cantidad, y se puede comer varias veces al día en restaurantes selectos. Los visitantes seleccionan esta opción ya que puede resultar más económico si tienen planificado almorzar y cenar dentro de los parques. Las opciones son diferentes y los precios. Universal, tiene un programa especial llamado el “Meal Deal”, da la oportunidad de comer en varios restaurantes de comida rápida. Los restaurantes participantes en Universal Studios son: Mel's Drive In, que sirve hamburguesas, papas fritas, pollo y ensalada; Louie's Italian Restaurant, que ofrece pizza, pasta y ensaladas, y el International Food Festival, con una variedad de comida asiática, italiana y americana. De esta manera se logra cobijar las diferentes personas provenientes de distintas culturas.

En cuanto al hospedaje, dentro del complejo del parque, se encuentran hoteles como: “el Universal's Cabana Bay Beach Resort, el cual permite disfrutar de algunos beneficios exclusivos de los parques temáticos. También existen hoteles de lujo, que permiten el acceso a Universal

express, para evitar las filas regulares en ambos parques temáticos todo el día. El parque cuenta con los siguientes hoteles de lujo: Loews portofino Bay Hotel, Hard Rock Hotel y Loews Royal Resort y un hotel de precio moderado Universal cabana Bay Beach Resort. Cada hotel cuenta con alojamiento, recreación y comidas” (Universal Studio Resort, 2014).

El entretenimiento, se enmarca en dos parques temáticos “Universal Studios y Universal's Islands of Adventure. Universal Studios Florida, es un estudio real de cine y televisión que permite que los visitantes experimenten la acción de sus películas y programas de TV favoritos en los sets de grabación externos. Sus atracciones son: Transformers: The Ride–3D, Despicable Me Minion Mayhem, Shrek 4-D y Hollywood Rip Ride Rockit. Y el parque Universal's Islands of Adventure, cuenta con avanzados juegos mecánicos, espectáculos y atracciones interactivas del mundo que capturan, vívidamente, sus historias, mitos, dibujos animados, cómics y cuentos infantiles”. (Universal Studio Resort, 2014)

Con esta descripción se muestra que Universal Studios, cuenta con los principales pilares de la hospitalidad, que satisface las necesidades humanas.

La segunda manifestación involucra los elementos mencionados con anterioridad más las relaciones sociales, estableciendo una relación social o promoviendo una ya establecida. El parque brinda la posibilidad de compartir en familia y de conocer e interactuar con otras personas de distintas regiones a nivel mundial. Todo el complejo turístico en general ofrece diferentes alternativas para sus clientes que generan el desarrollo de las diferentes relaciones humanas. A su vez se realizan diferentes eventos anuales que permiten las relaciones sociales como son:

“Rock The Universe: Es un evento que se realiza un fin de semana en el cual se presentan grupos musicales de rock cristiano. Así se promueve la integración social y familiar.

Halloween Horror Nighths: se realiza durante el mes de septiembre y octubre, el parque recrea casa embrujadas, espectáculos en vivo.

Época Navideña: Incluye desfiles y fiestas.

Universal's Grad Bash y Middle School Gradventure: Los parques se reservan para diferentes celebraciones de grado de preparatoria.

Universal's Gradventure: Se utiliza para celebraciones al terminar la escuela secundaria, permite el ingreso a todas las atracciones en los parques temáticos Universal Studios y Universal's Islands of Adventure solo para el grupo". (Universal Studio Resort, 2014)

Cada evento permite la integración familiar y social, nuevamente se ve reflejada la hospitalidad.

El tercer elemento o forma de hospitalidad es la meta-hospitalidad, cuya esencia es emocional, al analizar este aspecto en el parque se observa en distintos contextos o espacios.

Uno de ellos es el espectáculo dado por “Blue Man Group”, ya que ofrece a los clientes del parque la oportunidad de asistir a un show que involucra la electrónica, el arte, comedia ingeniosa, instrumentos musicales originales, presentaciones teatrales con multimedios y ambiente de fiesta, para ofrecer una escenografía totalmente original con el fin de brindar entretenimiento, pero en el transcurso del show permite que los clientes interactúen con los personajes centrales del show, alcanzando la meta-hospitalidad, al generar emotividad, alegría y crear en los visitantes una sensación de ser parte de la experiencia. De esta manera, también se observa que utilizan la interacción directa con la otra persona, para alcanzar un estado temporal de vinculación afectiva alcanzando una experiencia communitas.

Otro momento de meta-hospitalidad dentro del parque, es en Universal CityWalk, es un lugar que ofrece comida y diversión. El complejo de entretenimiento “brinda música en vivo, comida, permite bailar, hacer compras, ir al cine, entre otros”. (Universal Studio Resort, 2014). Cada elemento descrito brinda la posibilidad de vivir meta-hospitalidad, un ejemplo de ello es el hecho de disfrutar de música en vivo mientras se consume algún alimento o bebida y además interactuó con otras personas y aquellos que prestan el servicio. Ofrece muchas alternativas para compartir con la familia, amigos o pareja. En cada momento descrito se puede encontrar y vivir experiencias de meta-hospitalidad.

Porque se crean espacios de bienestar mutuo y alegría. Por otra parte, son espacios que permiten la interacción personal sin distinción de clases.

En especial, “los clubs nocturnos de universal ofrecen entretenimiento, música en vivo, diversidad de estilos musicales como rock, jazz, reggae y salsa”. (Universal Studio Resort, 2014). Se puede compartir con amigos, tener una cena romántica o una noche de baile. De esta forma combina diferentes formas para vivir y alcanzar meta-hospitalidad.

Cada uno de estos eventos y lugares crean el espacio propicio para alcanzar una estrecha interacción en un particular espacio y tiempo. Encuentros que no son extáticos, periodos liminares de abandono; son experiencias en que la racionalidad de relaciones se abandona en favor de un apertura emocional hacia la otra persona. Mientras se comparte el consumo de alimentos, bebidas y la oferta de refugio, pero son fundamentalmente sobre la creación de un espacio emocional compartida.

**Análisis de las tres formas de hospitalidad aplicadas al parque Salitre Mágico-Bogotá.**

Trayendo nuevamente a colación la primera forma de hospitalidad la cual es: “la provisión de comida, bebida, alojamiento y entretenimiento principalmente como parte de un comercio transaccional”. (Peter, 2008)

Se observa que el parque únicamente ofrece provisión de comida, bebida y entretenimiento como valor agregado a la experiencia del cliente.

Es importante mencionar que Salitre Mágico “pertenece al grupo CIE, uno de los operadores de entretenimiento más grandes del mundo, con presencia en 8 países incluyendo Estados Unidos y España. Actualmente CIE, Corporación Interamericana de Entretenimiento, cuenta con 14.000 profesionales en entretenimiento y diversión” (Parque Salitre Mágico, 2014).

“Con más de 20 años de experiencia y cerca de 10 millones de visitantes por año, es el operador de parques de atracciones más grande de Latinoamérica”. (Parque Salitre Mágico, 2014)



El entretenimiento: consta de los siguientes elementos principales: alto impacto, familiares e infantiles”. (Parque Salitre Mágico, 2014)

- “Alto impacto incluye las siguientes atracciones mecánicas: torre super shot, apocalypse, centrox, montaña rusa, pista de karts, carros chocones, castillo del terror, musik center, barco pirata y doble lop.
- Familiar: Tornado, rueda mienium, palacio de cristal, monstruos marinos y avión.
- Infantiles: trencito, speed way, sillas voladoras, samba balloon, minirueda, miniautos, marine bay, laberinto infantil, jumping star, gusano loco, crazy plane, convoy, carrusel y mini jet.” (Parque Salitre Mágico, 2014)

Revisando la misión del parque la cual es: Ofrecer diversión extrema y entretenimiento para una mejor calidad de vida. Con la misión del parque, es claro observar que su interés no es ofrecer el conjunto de elementos que conforman la hospitalidad, únicamente su razón de ser es ofrecer entretenimiento.

Al ser un parque basado en el entrenamiento, la comida y bebida que el parque ofrece tiene una limitada variedad, ya que solo son comidas rápidas como: perros calientes, pizzas y hamburguesas. Además tampoco incluye desayunos o cenas.

Desde el punto de vista de la segunda forma de hospitalidad la cual involucra “la provisión de comida, bebida, alojamiento y / o de entretenimiento social, desarrollo de las relaciones sociales o la búsqueda de la agenda política”. (Peter, 2008). Al momento de predominar el entretenimiento, las relaciones sociales juegan un papel menos importante, el hecho de compartir y de interactuar en el parque con familiares y amigos permite el desarrollo de las relaciones sociales. Mas sin embargo, no se puede mencionar que en Salitre Mágico, se lleve a cabo la hospitalidad porque no se involucran ni están presentes todos los elementos que la conforman, no se concibe como un funcional conjunto de actividades que tienen una política o resultado social.

A su vez, el parque ofrece tres modalidades que fomentan las relaciones sociales estas son: “fiestas infantiles, salidas pedagógicas y grupos y eventos empresariales” (Parque Salitre Mágico, 2014).

Fiestas Infantiles: Se realizan en salones exclusivos una fiesta con un paquete que incluye: Pasaporte Nitro con seguro de lluvia y perro caliente con gaseosa, a un precio increíble. (Parque Salitre Mágico, 2014)

Salidas Pedagógicas: Los niños aprenden mientras se divierten, con el programa llamado “GUÍALOS AL PARQUE”, los estudiantes fortalecen su aprendizaje de forma práctica y divertida. (Parque Salitre Mágico, 2014)

Grupos y eventos empresariales: Contiene zonas de bienvenida y entrega de regalos, servicio médico, ambulancia, 2 baterías de baños. Ofrece diversión para todas las edades. (Parque Salitre Mágico, 2014)

Cada una de las actividades descritas con anterioridad., se pueden utilizar para establecer una relación o para promover una relación ya establecida.

Finalmente, la tercera forma de hospitalidad, recordando que es una manifestación esencialmente emocional, con disposición abierta para compartir en un espacio social, crea una participación continua entre las partes e involucra los demás elementos claves de la hospitalidad que son los alimentos, bebida, oferta de vivienda y entretenimientos sociales. Se evidencia que se pueden generar diferentes espacios sociales compartidos que

involucren el ingrediente emocional con participación continua especialmente con las actividades que ofrece el parque las cuales son: fiestas infantiles, salidas pedagógicas y grupos y eventos empresariales” (Parque Salitre Mágico, 2014). Pero no genera meta-hospitalidad, porque falta un componente con el que el parque no cuenta y es el hospedaje.

### **Comparativo entre el Parque Temático Universal Orlando Resort y el Parque Salitre Mágico-Bogotá.**

Al comparar entre los dos parques Universal Orlando Resort y el parque Salitre Mágico-Bogotá, y mencionando la primera forma de hospitalidad alusiva a “la oferta de bebida, comida, refugio y entretenimiento”, es evidente que se aplica en el parque Universal Studios-Orlando Florida, a través de su amplia gama de servicios mencionados, servicio de comida en diferentes restaurantes, que brindan su atención para distintos gustos y horas del día, ubicados en Universal Orlando –Resort. Caracterizados por su comodidad, agilidad en el servicio, diversidad de platos, diversidad en la decoración de cada lugar para prestar un servicio único. Cada lugar recrea un ambiente original para sus huéspedes, en alimentación y decoración.

Dos ejemplos de estos casos concretos es un restaurante de comida mexicana, donde su decoración es alusiva a la cultura mexicana, la música del lugar, las bebidas y los platos. Estos elementos característicos del sitio acogen a personas de distintas partes del mundo que quiera disfrutar de un lugar típico mexicano. El segundo ejemplo, es un lugar que hace alusión al cantante Bob Marley, el cual tiene una escultura representativa del cantante, la

música del lugar es reggae y toda su decoración hace sentir a sus invitados en un lugar típico jamaicano.

En Universal Orlando Resort, la comida va dirigida para diferentes gustos existen platos sofisticados, comidas rápidas, a su vez existe la posibilidad de desayunar, almorzar y cenar dentro del parque. Otra característica importante del servicio de comidas es que por ser un parque temático enfocado en películas taquilleras, el parque recrea toda la escenografía de una película determinada es el caso de Harry Potter, donde le brindan la posibilidad al cliente de degustar comidas y bebidas que pertenecen y hacen parte de la película. Un ejemplo, de ello es la tienda de chocolates la cual estaba en la película y el parque recrea la misma tienda con los mismos servicios de chocolates. Otro elemento es la creación de una receta única, la cerveza de mantequilla el parque ofrece a sus visitantes degustar la bebida. Todos los elementos anteriores forman un engranaje que hacen sentir al huésped dentro de la película, viviéndola o siendo parte de ella, ya que por un lado una gran parte del parque recrea todos los elementos de las películas Harry Potter las casas, el piso, las tiendas, la música, el castillo en donde existen varios elementos característicos, como son los cuadros con movimiento y en si toda la decoración. Por lo tanto, los platos, las bebidas y el entretenimiento son elementos que van de la mano y muy relacionados para prestar dentro del parque diferentes temáticas de películas e historietas.

Al igual que las comidas las bebidas también conforman una gran variedad para todas las edades y para cualquier horario del día, además dependen de la ocasión y dependen el tipo de personas con las cuales el cliente comparta en ese momento específico. Toda esta gran gama de circunstancias el parque tiene las herramientas para suplirlas. Y dirigido para distintas culturas, al igual que las comidas las bebidas se ofrecen en lugares característicos por su decoración original y alusiva a un tema específico.

Al revisar la oferta de comidas en el parque Salitre Mágico, se observa que es muy limitada, no tiene la variedad de platos ofrecidos, ni los lugares originales y auténticos que existen en Universal Orlando Resort, básicamente Salitre Mágico, únicamente ofrece a sus clientes servicio en comidas rápidas, y en hora de almuerzo. Dicha limitación se debe a diferentes factores algunos de ellos son: los enfoques de cada parque son diferentes: mientras en Universal Orlando Resort, es todo un complejo turístico, Salitre mágico solo se limita al ofrecer entretenimiento, mientras que Universal Orlando Resort, es muy turístico visitado por personas de todo el mundo, Salitre Mágico, únicamente es visitado en su mayoría por personas de la ciudad de Bogotá. Universal Orlando Resort, es un parque original, autentico, Salitre Mágico, es una pequeña copia de los parques de diversión Estadounidenses.

Al momento de examinar el tercer componente el cual es entretenimiento, se observa que va dirigido a personas de todas las edades en Universal Orlando Resort, además permiten interactuar entre adultos y niños, como es la atracción Jurassic Park, la cual es una atracción acuática dirigida para personas de todas las edades, se realiza un sobre el agua, donde permite apreciar diferentes tipos de dinosaurios, el ambiente y la música del lugar son parte importante del encuentro, predomina la vegetación y dinosaurios. Existen atracciones dirigidas únicamente para niños, los lugares se recrean por historietas conocidas en las que el niño interactúa con el ambiente y todos sus elementos que los componen.

Otra atracción, dirigida para todas las edades es el simulador de Harry Potter, ubicada estratégicamente dentro del castillo de Hogwarts, la ruta para llegar a la atracción está compuesta por elementos claves de la película como son los cuadros en movimiento, profesores que hacen parte de la película, tecnología y animación que hacen sentir al visitante parte del encuentro. Cada una de las atracciones las compone el ingrediente de la innovación y creatividad.

Continuando con las atracciones del parque existen varias montañas rusas donde involucran la innovación, ingeniería, creatividad. Una de ellas es la montaña rusa Hulk, mezcla la velocidad, hace sentir diferentes sensaciones, ya que cuenta con un subterráneo



donde los clientes reciben una ráfaga de aire frío en sus rostros, cada faceta de la montaña rusa crean un sin número de sensaciones en los participantes.

Es importante mencionar también la atracción de Spider Man, el cual es un simulador en 3D, donde hacen sentir al participante inmerso en una aventura junto a Spider Man, la sensación de volar con el súper héroe y también sentir en momentos determinados frío o calor en el rostro dependiendo de la situación específica que presenten. Es importante mencionar que al momento de ingresar a la atracción todo el recorrido simula lugares representativos de la película.

Una zona del parque denominada “Lost Continent” está dedicada a brindar atracciones enfocadas en antiguos mitos y leyendas épicas, entre ellas están las ruinas del antiguo templo de Poseidón. Toda la infraestructura del lugar recrea épocas antiguas, añaden tecnología para brindar un espectáculo de acción épica en vivo.

La gran diversidad de atracciones incluidas hace que los visitantes vivan momentos inolvidables, debido a la diversidad de encuentros, tecnología, creatividad, innovación y sonidos. Por otra parte, es importante mencionar que todo el complejo turístico de

Universal Orlando Resort, no es posible recorrer en un solo día, por la magnitud del parque, la diversidad de atracciones y los tiempos empleados para ir de una atracción a otra.

Revisando las atracciones que brinda Salitre Mágico, no existe la misma variedad, tecnología, creatividad, innovación y ambientes específicos en cada atracción. Aunque si esta dirigido para personas de diferentes edades las condiciones o características no son las mismas, la cantidad de atracciones que incluyen montañas rusas, carros chocones, el barco pirata, la casa del terror, entre otros, son réplicas de diferentes atracciones provenientes de Estados Unidos. Por otra parte, únicamente Salitre Mágico, ofrece atracciones mecánicas no es un parque temático como tal. Por lo cual, aunque cada atracción tiene su propia forma particular, en su estructura, música de fondo y animación, no crean el mismo impacto visual que en Universal Studio Resort.

A su vez, al momento de observar y analizar estos tres elementos en los parques existen grandes diferencias una de ellas es la gran diversidad de comida y bebidas en cualquier horario del día que brinda el parque temático Universal Studios, a lo anterior se suma la diversidad de personas que visitan el parque provenientes de muchas partes del mundo, otro punto es la magnitud de los parques y un componente relevante es la cultura general de servicio en Estados Unidos totalmente contrario en Colombia. Debido a la diferencia cultural, también teniendo en cuenta que Orlando-Florida, tiene como principal medio económico el turismo su infraestructura

y todo está diseñado para prestar el mejor servicio. El parque Salitre Mágico, donde no hay una gran variedad de bebidas y comida, el tamaño del parque es inferior, donde la mayoría de visitantes son locales, crean unas condiciones muy diferentes a la hora de prestar un servicio, y cada una se acomoda al contexto.

En cuanto al servicio de hospedaje Universal Orlando Resort, cuenta con 4 hoteles de lujo y uno de un costo moderado, todos tienen alojamiento, recreación, comidas y bebidas. Cada hotel tiene sus propias características, un ejemplo de ello es el hotel Hard Rock Café, las habitaciones, baños, lobbie del hotel, piscinas, lugares recreativos, entre otros. Tiene sus propias características en cuanto a diseño, oferta de comidas y bebidas. De esta manera, los hoteles están diseñados para albergar a distintas personas dependiendo el gusto de cada uno y su presupuesto. El parque Salitre Mágico, no presta servicio de hospedaje, muy seguramente porque el propósito es brindar entretenimiento, no ofrece todos los servicios que contiene la hospitalidad.

La segunda forma de hospitalidad descrita por el autor la cual es “oferta de bebida, comida, refugio, entretenimiento y / o de entretenimiento social, desarrollo de las relaciones sociales o la búsqueda de la agenda política”, también se aplica en Universal Studios

Resort, por medio de las características mencionadas anteriormente más el fomento de las relaciones sociales a través de los diferentes eventos realizados anualmente, entre ellos estas: Rock The Universe,, Halloween Horror Nigth,, Época Navideña, Universal's Grad Bash y Middle School Gradventure, Universal's Gradventure.

También en cada atracción y clubes nocturnos que ofrece el parque. Un sin número de relaciones sociales se pueden tejer en el parque, puesto que todos los elementos ofrecidos brindan todas las posibilidades de generar relaciones sociales, entre familiares, amigos o conocer nuevas personas de distintas partes del mundo. La diversidad de personas en cuestiones culturales que visitan el parque, pueden forjar un compartir e intercambio cultural, en todos los espacios del parque, en cualquier horario del día y cualquier ocasión.

Revisando el componente social del parque Salitre Mágico, y recordando que ofrece tres modalidades que fomentan las relaciones sociales la cuales son: “fiestas infantiles, salidas pedagógicas y grupos y eventos empresariales” (Parque Salitre Mágico, 2014), y todas las manifestaciones sociales que dadas en cada atracción. Se puede decir que al igual que en Universal Studio Resort, dan la posibilidad de desarrollar las relaciones sociales entre los

miembros de la familia, amigos o pareja. Todos bajo el mismo fin específico alcanzar un alto entretenimiento, aunque las modalidades o formas sean diferentes.

Finalmente la meta-hospitalidad, se observa claramente en Universal Studios Resort, donde el aspecto emocional juega un papel importante para construir un compartido social, hay lugares específicos que pueden generar meta-hospitalidad como son los diferentes clubs nocturnos, las actividades anuales programadas por el parque, los distintos espacios que tiene cada hotel propicios para generar ambientes de meta-hospitalidad. En comparación al parque Salitre Mágico, aunque si existen relaciones sociales donde se fundamentan en la emoción, no se puede mencionar que es meta-hospitalidad porque falta un componente esencial que es el hospedaje.

**Conclusiones:**

En el parque Salitre Mágico, existen pequeñas manifestaciones de hospitalidad. Recordando que hospitalidad es “es el acto de bondad en la acogida y el cuidado de las necesidades básicas de los clientes o extraños, sobre todo en relación con los alimentos, bebidas y alojamiento”. (Murray, 2002).

El turismo en Estados Unidos, presta todos sus servicios en torno al concepto de hospitalidad. Además, involucra el recibimiento de individuos en espacios urbanos que requiere el pensamiento y planificación para las múltiples interacciones entre anfitrión y huésped. La hospitalidad se ancla en el amor y la sensibilidad dado por otra persona. Esto quiere decir que no es solamente prestar los servicios de hospedaje, entretenimiento, bebida, alimentación, sino que lo anterior se conjuga con el buen servicio de excelencia y calidad, en este punto se crea la gran diferencia entre los dos parques, porque en Universal Orlando Resort, el cliente es un huésped, en salitre Mágico simplemente se presta un servicio enfocado en el entretenimiento.

A su vez, el buen servicio debe estar representado por un “hospedero cordial, y debe tener las condiciones para acoger invitados de diversos orígenes sociales y culturales” (Conrad, 2007), Lo anterior no se visualiza en el parque Salitre Mágico, las condiciones físicas y de servicio no están diseñadas para acoger invitados de diversos orígenes sociales, además no se tiene el concepto de recibir al cliente como un huésped.

Por otra parte, tampoco hay una industria de hospitalidad, conocida como los elementos que acompañan la industria del turismo, las líneas aéreas, el entretenimiento, el alojamiento, el área de alimentos y bebidas, la transportación, operadores de excursiones, entre otros, que juntos conforman un todo complejo, que permite la satisfacción de necesidades específicas demandadas por las personas”. (Peter, 2008). Todos los elementos mencionados no se relacionan en el parque Salitre Mágico, caso distinto en Universal Orlando Resort.

Las diferencias son sustancialmente grandes son contexto muy diferentes, Universal Orlando Resort, ubicado en una región cuya prioridad económica es el turismo, y para este fin emplean la hospitalidad como medio de desarrollo. El parque Salitres Mágico, únicamente se enfoca en prestar un servicio de entretenimiento, por esta razón los alimentos, bebidas, relaciones sociales ocupan un lugar menos importante.

### Bibliografía

Aubert, G. (1999). *Servicescapes: from modern non-places to postmodern common places*.

Journal of Business Research.

Baptista, I. (2002). *hospitalidade reflexoes e perspectivas*. Dias, C.M.M.

Bill, C. (2007). *La gestion al Estilo Disney, como aplicarla a su empresa*. Barcelona: McGraw

Hill.

Conrad, L. (2007). *Hospitality, A social lens*. Elsevier.

Gotman, A. (2008). *Turismo e a encenacao da hospitalidade*. Sao Paulo: SENAC.

Murray, M. (2002). Introduccion a la hospitalidad. *Tourism And Hospitality studies*, 1-258.

Parque Salitre Mágico. (2014). *Parque Salitre Magico*. Recuperado el 25 de 08 de 2014, de

Parque Salitre Magico: <http://salitremagico.com.co/>

Peter, L. (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective

experiences in commercial settings. *Journal Foodservice*, 139-149.

Telfer, E. (2000). *The philosophy of hospitableness*. In: *In Search of Hospitality: Theoretical*

*Perspective and Debates*. C Lashley & A Morrison.

Universal Studio Resort. (2014). *Universal Studio Resort*. Recuperado el 13 de 08 de 2014, de

Universal Studio Resort: <https://www.universalorlando.com/espanol/>