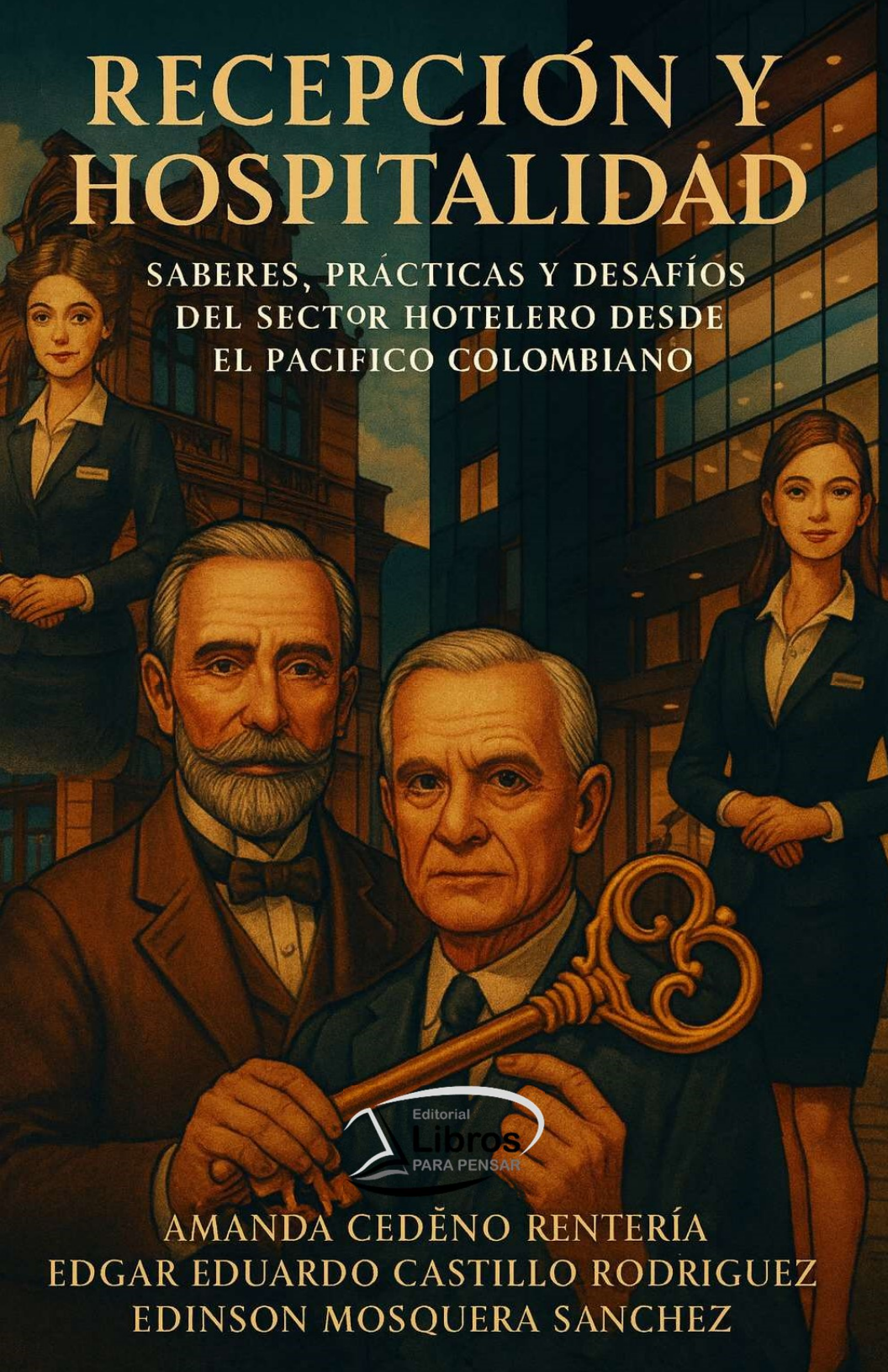


RECEPCIÓN Y HOSPITALIDAD

SABERES, PRÁCTICAS Y DESAFÍOS
DEL SECTOR HOTELERO DESDE
EL PACIFICO COLOMBIANO



AMANDA CEDÑO RENTERÍA
EDGAR EDUARDO CASTILLO RODRIGUEZ
EDINSON MOSQUERA SANCHEZ

Título: Recepción y Hospitalidad: Saberes, Prácticas y Desafíos del Sector Hotelero desde el Pacífico Colombiano

Autores: Amanda Cedeño Rentería; Edgar Eduardo Castillo Rodríguez & Edinson Mosquera Sánchez

Edición: Leonardo Valencia Echeverry

Diagramación: Leonardo Valencia Echeverry

© Amanda Cedeño Rentería; Edgar Eduardo Castillo Rodríguez; Edinson Mosquera Sánchez

© EDITORIAL LIBROS PARA PENSAR

Primera Edición 2025

ISBN: 978-628-01-9826-2

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia u otro método, sin el permiso previo y por escrito del autor.

Hecho en Colombia

Printed in Colombia

Queda hecho el Depósito Legal



ÍNDICE

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15
METODOLOGÍA	21
OBJETIVOS DEL LIBRO.....	25
PARTE I. FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y CULTURALES DE LA HOTELERÍA	29
ORÍGENES DE LA HOSPITALIDAD: ENTRE CULTURA Y CIVILIZACIÓN	31
PRÓCERES DE LA HOTELERÍA: RITZ, STATLER, HILTON Y WILSON	36
TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO: DEL HOSTAL AL HOTEL CÁPSULA	41
HOSTALES, PENSIONES Y ALBERGUES: LA HOSPITALIDAD ECONÓMICA	42
<i>Hoteles tradicionales: de 1 a 5 estrellas.....</i>	<i>43</i>
<i>Apartahoteles y vivienda turística: entre lo privado y lo comercial.....</i>	<i>44</i>
<i>Alojamientos rurales y ecoturísticos: turismo con identidad territorial.....</i>	<i>45</i>
<i>Glamping: lujo en la naturaleza.....</i>	<i>46</i>
<i>Hoteles cápsula: eficiencia espacial y experiencia futurista </i>	<i>47</i>
TURISMO Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL: SOSTENIBILIDAD, TECNOLOGÍA Y NUEVOS VIAJEROS.....	49
<i>Sostenibilidad y turismo responsable: hacia un modelo de desarrollo consciente</i>	<i>50</i>
<i>Tecnología y digitalización: de la planificación al servicio automatizado.....</i>	<i>52</i>
<i>Nuevos perfiles de viajeros: diversidad, valores y demanda de experiencias.....</i>	<i>53</i>

PARTE II. GESTIÓN, NORMATIVAS Y OPERACIÓN HOTELERA ... 57

REGLEMENTACIÓN, CATEGORIZACIÓN Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES 60

<i>Categorización hotelera: de las estrellas a los sistemas mixtos.....</i>	<i>61</i>
<i>Normatividad internacional y organismos de referencia..</i>	<i>63</i>
<i>Normatividad nacional en Colombia: estándares y obligaciones</i>	<i>65</i>

GESTIÓN FINANCIERA Y TRIBUTARIA DEL SERVICIO HOTELERO.....67

<i>Estructura financiera en el sector hotelero: costos, ingresos y rentabilidad</i>	<i>67</i>
<i>Régimen tributario del sector hotelero en Colombia</i>	<i>69</i>
<i>Buenas prácticas en gestión tributaria y fiscalización</i>	<i>71</i>

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LA RECEPCIÓN HOTELERA 73

<i>Perfil del personal de recepción: competencias y valores.</i>	<i>73</i>
<i>Formación y capacitación: de la técnica a la vocación</i>	<i>74</i>
<i>Condiciones laborales y bienestar del personal</i>	<i>75</i>
<i>Liderazgo, cultura organizacional y compromiso institucional.....</i>	<i>77</i>

AUDITORÍA, FACTURACIÓN Y POLÍTICAS DE INGRESO 79

<i>Auditoría en la operación hotelera: control, prevención y calidad.....</i>	<i>79</i>
<i>Facturación: normativas, herramientas y buenas prácticas</i>	<i>81</i>
<i>Políticas de ingreso: legalidad, seguridad y equidad</i>	<i>83</i>

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES Y PROTOCOLOS DE CALIDAD EN

COLOMBIA.....	85
<i>Marco normativo de la calidad turística en Colombia</i>	<i>85</i>
<i>Normas técnicas aplicables a la recepción hotelera</i>	<i>86</i>
<i>Protocolos de bioseguridad, accesibilidad y servicio al cliente.....</i>	<i>88</i>

Desafíos de implementación en contextos territoriales.....89

PARTE III. RECEPCIÓN: EL ARTE DE ACOGER CON EFICIENCIA Y CALIDEZ.....91

LA RECEPCIÓN COMO PRIMER CONTACTO: FUNCIONES, RETOS Y EMOCIONES.....	95
<i>La recepción como núcleo funcional del servicio hotelero</i>	95
<i>Primer contacto: emoción, expectativa y percepción</i>	96
<i>La hospitalidad como práctica relacional y situada</i>	99
GESTIÓN DE RESERVAS, ASIGNACIÓN Y POLÍTICAS OPERATIVAS	100
<i>Desafíos en contextos territoriales diversos.....</i>	105
CHECK-IN, CHECK-OUT, OVERBOOKING Y ATENCIÓN A WALK-INS	106
<i>Check-in: bienvenida estructurada y primera impresión.</i>	107
<i>Check-out: cierre de experiencia y oportunidad de evaluación.....</i>	108
<i>Overbooking: entre la eficiencia y el dilema ético.....</i>	109
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y FIDELIZACIÓN DEL HUÉSPED	112

PARTE IV FUTURO Y DESAFÍOS DE LA RECEPCIÓN Y LA HOSPITALIDAD119

HOSPITALIDAD DIGITAL: PMS, CRM, AUTOMATIZACIÓN Y ATENCIÓN HÍBRIDA.....	121
<i>PMS: corazón operativo del hotel moderno.....</i>	122
<i>CRM: construir relaciones más allá de la estadía</i>	123
<i>Automatización: eficiencia sin perder humanidad.....</i>	125
<i>Atención híbrida: lo mejor de dos mundos.....</i>	126
PROTECCIÓN DE DATOS, CIBERSEGURIDAD Y CONFIANZA DEL HUÉSPED .	127
<i>La recepción como punto crítico de manejo de datos personales</i>	128
<i>Amenazas cibernéticas en la hospitalidad digital.....</i>	129
<i>Protocolos de protección y buenas prácticas.....</i>	130
RECEPCIÓN SOSTENIBLE, INCLUSIVA Y ORIENTADA AL BIENESTAR	133

<i>Inclusión: accesibilidad, diversidad y equidad en la recepción</i>	135
<i>Hacia una recepción regenerativa y sensible al territorio</i>	138
ÉTICA HOTELERA Y HOSPITALIDAD CON SENTIDO	138
<i>Dignidad laboral en el sector hotelero</i>	139
<i>Responsabilidad social y justicia territorial</i>	141
<i>Veracidad, transparencia y trato justo al cliente</i>	142
<i>Ética digital y protección de datos</i>	143
<i>Formación ética y desarrollo humano del personal</i>	144
<i>Una hospitalidad con sentido</i>	145
CONCLUSIONES Y PROYECCIONES	147
<i>Síntesis de aprendizajes: más allá del mostrador</i>	147
<i>Ética de la recepción: dignidad, respeto y responsabilidad</i>	149
<i>Proyecciones: hacia una hospitalidad regenerativa y territorial</i>	150
<i>Cierre: hospitalidad como horizonte humano</i>	152
BIBLIOGRAFÍA	155
ANEXOS	161
ANEXO 1. TALLERES Y EJERCICIOS APLICADOS DE RECEPCIÓN HOTELERA	161
TALLER 2. REDACCIÓN PROFESIONAL Y COMUNICACIÓN ESCRITA.....	163
TALLER 4. ANÁLISIS DE CASOS ÉTICOS	165
GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS EN HOTELERÍA Y RECEPCIÓN	167
LOS AUTORES	171

Recepción y Hospitalidad: Saberes, Prácticas y Desafíos del Sector Hotelero desde el Pacífico Colombiano

Prólogo

La recepción hotelera es mucho más que un trámite administrativo: es el primer abrazo simbólico que recibe el viajero al llegar a un destino desconocido. En la cultura de la hospitalidad, ese primer contacto tiene una profunda resonancia emocional. Una sonrisa genuina, una bienvenida cálida y un servicio eficiente pueden transformar una estadía ordinaria en una experiencia inolvidable.

Esta dimensión afectiva no es nueva; desde tiempos antiguos, ofrecer alojamiento y cuidado al forastero ha sido considerado un deber sagrado y un gesto de civilización. En la actualidad, aunque los contextos han cambiado, la recepción continúa encarnando ese legado ancestral, mientras asume los retos contemporáneos de un sector altamente competitivo y globalizado.

Desde una perspectiva económica, la industria de la hospitalidad representa uno de los pilares del turismo moderno y del desarrollo territorial. Los hoteles, como forma predominante de alojamiento, concentran más de la mitad de las

pernoctaciones turísticas a nivel mundial, generando empleo, atracción de inversión y encadenamientos productivos.

Pero más allá de las cifras, el verdadero corazón de la recepción radica en lo humano. Es allí, en ese mostrador, donde la promesa de marca de un hotel se transforma en experiencias tangibles. Cuando el personal de recepción actúa con profesionalismo, empatía y coherencia con los valores de la empresa, se convierte en el puente entre la expectativa del huésped y la realidad del servicio.

Este libro nace con el propósito de reflexionar sobre el arte de recibir: una práctica que exige tanto eficiencia operativa como calidez humana. A través de sus capítulos se recorrerá la evolución histórica de la hospitalidad, los grandes referentes de la industria hotelera, la diversidad de alojamientos, las regulaciones vigentes, las dinámicas de operación, los procesos propios de la recepción y los desafíos éticos, tecnológicos y sociales que atraviesan la labor de acoger. En particular, se destacarán ejemplos, análisis y aprendizajes situados en el contexto del Pacífico colombiano, región donde

la hospitalidad adquiere matices culturales únicos.

Cada parte de la obra ha sido pensada para ofrecer una mirada integral, actualizada y rigurosa sobre la recepción hotelera, combinando fundamentos teóricos, estudios de caso, propuestas de innovación y herramientas prácticas.

El objetivo no es solo formar a profesionales del sector, sino también reivindicar la recepción como una vocación que integra saber técnico, sensibilidad cultural y compromiso ético con el bienestar del huésped.

Introducción

El sector hotelero se ha transformado profundamente en las últimas décadas, en respuesta a las dinámicas del turismo global, la aceleración tecnológica y las crisis que han reconfigurado los modos de viajar, como la pandemia de COVID-19. Hoy en día, la hotelería es más que un servicio de alojamiento: es una industria estratégica que articula experiencias, cultura, economía y desarrollo territorial.

Esta transformación ha hecho de la recepción hotelera una función clave que conecta lo operativo con lo simbólico, lo tecnológico con lo humano.

Según la Organización Mundial del Turismo (2023), el turismo internacional alcanzó en 2023 aproximadamente el 80 % de los niveles previos a la pandemia, lo que evidencia una recuperación sostenida del sector. Este renacer ha venido acompañado de una digitalización acelerada, de nuevas formas de consumo turístico y de una creciente conciencia por la sostenibilidad.

En este contexto, los hoteles se han visto obligados a reestructurar no solo sus protocolos de bioseguridad, sino también sus modelos de atención, la gestión del talento humano y las formas en que integran las nuevas tecnologías a sus procesos cotidianos (OMT, 2023).

En Colombia, el turismo ha sido identificado como uno de los principales motores de desarrollo económico, especialmente en regiones con alto potencial cultural y ambiental como el Pacífico.

De acuerdo con ProColombia (2023), esta región ha comenzado a posicionarse como un destino de turismo responsable, ofreciendo experiencias que integran biodiversidad, gastronomía, música, saberes ancestrales y hospitalidad comunitaria. Esta tendencia revela que el turismo no solo moviliza ingresos, sino que también puede fortalecer identidades y cohesionar comunidades cuando se articula con valores de inclusión y respeto por la diversidad.

En este escenario, el presente libro propone una mirada integral al arte de recibir en el ámbito hotelero. La recepción no es una simple estación

de paso, sino el espacio donde se inicia y se sella la promesa de hospitalidad.

Es allí donde la experiencia del huésped comienza a tomar forma y donde el recepcionista, con profesionalismo y sensibilidad, representa los valores de la empresa y del territorio que acoge. Por eso, hablar de recepción es hablar de cultura, de gestión, de técnica y de ética.

La obra está estructurada en cuatro partes. En la Parte I, se exploran los fundamentos históricos y culturales de la hospitalidad: desde sus raíces en las civilizaciones antiguas hasta las transformaciones modernas que dieron origen a las tipologías de alojamiento actuales. También se examina el turismo como fenómeno social capaz de transformar prácticas y territorios.

En la Parte II, se abordan los aspectos normativos, administrativos y financieros que estructuran el funcionamiento hotelero, incluyendo los marcos legales colombianos, la categorización de los establecimientos y la gestión tributaria y operativa.

La Parte III se centra en la recepción como núcleo operativo y simbólico del hotel: se analizan sus procedimientos, desafíos, competencias requeridas, y su papel como punto de convergencia entre tecnología, servicio al cliente y resolución de conflictos.

Finalmente, la Parte IV proyecta los desafíos y oportunidades de la recepción en el siglo XXI: la digitalización del servicio, la protección de datos, la accesibilidad universal, la inclusión y la sostenibilidad como pilares del nuevo paradigma hotelero.

El enfoque del libro parte del reconocimiento de la hospitalidad como práctica compleja y del trabajo en recepción como un oficio cualificado que exige formación técnica, habilidades comunicativas, empatía intercultural y manejo de herramientas tecnológicas. Más aún, reconoce que, en contextos como el Pacífico colombiano, la recepción hotelera está impregnada de significados particulares: acoger al otro no solo como cliente, sino como invitado a un territorio rico en saberes, lenguajes y memorias.

Por tanto, esta obra está pensada como herramienta académica y profesional para estudiantes de hotelería, trabajadores del sector, formadores y empresarios turísticos que desean comprender la recepción desde una perspectiva crítica, actualizada y territorialmente situada. Su propósito es contribuir a la dignificación del trabajo de recepción y al fortalecimiento de una cultura de hospitalidad incluyente, sostenible y humanizada.

Metodología

Este libro fue elaborado a partir de un proceso de investigación documental, análisis temático y estudio de experiencias situadas en el ámbito de la hotelería, especialmente desde la perspectiva del contexto colombiano. La idea central de recopilar esta información fue interpretarla desde una mirada integral que conjugara teoría, práctica y cultura del servicio.

Para ello, se partió de una revisión bibliográfica amplia que incluyó manuales de operación hotelera, libros académicos sobre hospitalidad, artículos especializados y documentos normativos nacionales e internacionales. Esta revisión nos permitió construir un marco de referencia que sirvió como base para estructurar los capítulos y orientar el desarrollo temático.

En la selección de contenidos se priorizaron textos con pertinencia para el sector hotelero en América Latina, especialmente aquellos que ofrecen elementos útiles para la formación de personal de recepción.

Asimismo, se incorporaron referencias a estándares técnicos (como los de ICONTEC), legislación colombiana en materia de turismo y guías de buenas prácticas elaboradas por entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Además de la bibliografía, se recurrió a la observación indirecta de prácticas reales de recepción, apoyándose en estudios de caso documentados y en la experiencia acumulada en instituciones educativas y hoteles del litoral Pacífico colombiano.

Estas observaciones sirvieron para contextualizar muchos de los contenidos y darles un anclaje territorial. No se realizaron entrevistas formales, pero sí se tomaron en cuenta testimonios recogidos en publicaciones locales, informes gremiales y experiencias compartidas en procesos de formación técnica.

El libro fue diseñado con una estructura dividida en cuatro partes, cada una centrada en un eje temático: fundamentos culturales, operación normativa, procesos de recepción y desafíos actuales. Esta organización respondió a la necesidad de ofrecer un recorrido coherente,

que pudiera ser útil tanto para estudiantes como para trabajadores del sector y personas interesadas en la hospitalidad como fenómeno social y profesional.

A lo largo del proceso, se procuró mantener un equilibrio entre lo conceptual y lo práctico. Por esa razón, algunos capítulos incorporan elementos operativos (como procedimientos de check-in y check-out), mientras que otros adoptan una mirada más analítica, abordando temas como inclusión, sostenibilidad o ética.

El tono del libro fue cuidadosamente trabajado para ser claro, accesible y respetuoso de la diversidad de lectores. Se evitó el uso de jerga excesivamente técnica o académica, sin que ello implicara perder precisión. Asimismo, se evitó forzar una narrativa omnisciente, apostando más bien por un enfoque que invite a la reflexión y a la apropiación del conocimiento por parte de quienes se forman o trabajan en el mundo de la recepción.

En síntesis, este libro es el resultado de un ejercicio de articulación entre fuentes documentales, experiencias sectoriales y criterios pedagógicos, orientado a fortalecer la

comprensión del arte de recibir como una práctica profesional, cultural y ética en el contexto hotelero contemporáneo.

Objetivos del libro

Este libro nace con la intención de ofrecer una mirada integral, crítica y actualizada sobre el universo de la recepción hotelera, entendida no solo como una función operativa, sino como una práctica cultural, económica y relacional cargada de sentido. La obra busca reconstruir los saberes y prácticas que sostienen el arte de recibir, desde sus raíces históricas hasta sus más recientes innovaciones tecnológicas y desafíos éticos.

A través de sus cuatro partes, el texto propone un recorrido formativo que articula pasado, presente y futuro de la hospitalidad. Se parte de un análisis de los fundamentos culturales e históricos que dieron origen al acto de acoger, reconociendo cómo civilizaciones antiguas y figuras emblemáticas sentaron las bases de lo que hoy conocemos como industria hotelera. A ello se suma una reflexión sobre las distintas formas de alojamiento que emergen en respuesta a cambios sociales, tecnológicos y turísticos.

Posteriormente, el libro se adentra en los aspectos normativos, económicos y operativos que configuran el funcionamiento de los hoteles en contextos contemporáneos. Desde la categorización legal y los estándares de calidad hasta la gestión financiera, tributaria y los procedimientos de auditoría y facturación, esta sección responde a las exigencias de un entorno cada vez más regulado y competitivo, especialmente en el contexto colombiano.

La tercera parte se concentra en la recepción propiamente dicha: ese lugar estratégico donde la promesa de servicio se vuelve experiencia tangible. Aquí se exploran las funciones del personal, la organización de reservas, el manejo del check-in/check-out, las técnicas de resolución de conflictos y la construcción de relaciones duraderas con los huéspedes. Todo ello desde una visión donde la eficiencia se complementa con la empatía y la sensibilidad cultural.

Finalmente, el libro se proyecta hacia los retos actuales y futuros de la hospitalidad: la digitalización de los procesos mediante herramientas como PMS y CRM, la necesidad de

proteger los datos del huésped, y el imperativo de consolidar modelos de recepción sostenibles, inclusivos y centrados en el bienestar integral. La obra cierra con una reflexión ética sobre el oficio de recibir, acompañada de anexos prácticos, un glosario especializado y estudios de caso aplicados que fortalecen su carácter pedagógico y profesional.

Con este enfoque, el libro busca constituirse en una herramienta de formación y actualización tanto para estudiantes del sector turístico y hotelero como para profesionales que deseen profundizar en la comprensión y mejora de su práctica. Al reunir tradiciones culturales, criterios técnicos y tendencias emergentes, esta obra se presenta como un puente entre el saber y el hacer en el mundo de la hospitalidad.

Parte I. Fundamentos Históricos y Culturales de la Hotelería

Desde los albores de la civilización, la práctica de acoger al viajero ha estado cargada de simbolismo, ética y reciprocidad. La hospitalidad, mucho antes de formalizarse como una industria o convertirse en un servicio comercial, fue una expresión concreta de humanidad. Las culturas antiguas —griega, egipcia, china, árabe, mesoamericana— reconocían en el huésped no solo a un visitante, sino a un ser portador de una dignidad que merecía respeto, protección e incluso veneración.

En muchos casos, recibir al forastero era un mandato espiritual o religioso, como ocurría con la *xenía* en la Grecia clásica, que establecía un código sagrado de hospitalidad entre anfitrión y huésped.

Estos valores fundacionales dieron origen a formas concretas de alojamiento: desde los templos egipcios que ofrecían refugio a los peregrinos, pasando por los caravasares del

mundo islámico, hasta los mesones medievales y las posadas de las rutas coloniales.

La evolución de estos espacios estuvo íntimamente ligada a los cambios en las formas de viaje, los movimientos de población y los sistemas económicos. Con la modernidad, el hospedaje comenzó a institucionalizarse y profesionalizarse, dando paso a figuras empresariales como Ritz, Statler o Hilton, quienes moldearon el hotel moderno con innovaciones que integraban confort, eficiencia y prestigio (Mayer, 2014).

Sin embargo, más allá de los avances técnicos o arquitectónicos, la hotelería ha seguido siendo un espejo de los cambios culturales. La forma de recibir —el lenguaje corporal, los protocolos, la disposición del espacio, la calidad del trato— ha reflejado las expectativas sociales de cada época.

En este sentido, estudiar la historia y los fundamentos culturales de la recepción hotelera no es solo revisar un pasado lejano, sino entender los códigos actuales que rigen la relación entre el establecimiento y el huésped, y vislumbrar cómo podrían transformarse en el futuro.

Hoy, en un mundo globalizado donde el turismo se entrelaza con fenómenos como la digitalización, la migración, la sostenibilidad y la interculturalidad, volver la mirada a los orígenes nos ayuda a recuperar una noción más humana y crítica de lo que significa hospedar.

Esta primera parte del libro invita, entonces, a comprender el arte de la hospitalidad desde sus raíces, valorando su profundidad cultural, su papel civilizatorio y su vigencia como uno de los gestos más significativos de la vida social.

Orígenes de la hospitalidad: entre cultura y civilización

La hospitalidad, entendida como el acto de acoger al otro, es una de las prácticas culturales más antiguas y extendidas de la humanidad. Mucho antes de la existencia de los hoteles comerciales, el deber de brindar refugio, alimento y protección al viajero era considerado una obligación moral, religiosa o incluso política en diversas civilizaciones.

Esta función simbólica y social de acoger ha evolucionado, pero su esencia permanece: permitir al extraño sentirse en casa, aunque sea

por un tiempo breve, es un gesto de civilización profundamente humano.

En la antigua Grecia, el concepto de *xenia* —la hospitalidad ofrecida al extranjero— era un principio sagrado. Se trataba de un acuerdo no escrito entre anfitrión y huésped, amparado por la divinidad Zeus Xenios, protector de los forasteros.

El anfitrión debía brindar techo, alimento y protección, y el huésped, por su parte, debía mostrarse respetuoso y agradecido. Este pacto estructuraba no solo relaciones sociales, sino también vínculos políticos entre ciudades-estado.

Espacios como los *xenodochia* —posadas o albergues rudimentarios— comenzaron a surgir para atender peregrinos y viajeros, anticipando las futuras infraestructuras de alojamiento.

En la civilización romana, aunque con un enfoque más utilitario, también se reconocía el valor de la hospitalidad. A través de las mansiones (paradas oficiales en las vías del Imperio) y *hospitia* (albergues privados o

religiosos), se brindaba atención a comerciantes, soldados y emisarios.

Estas estructuras, gestionadas muchas veces por el Estado o la nobleza, estaban integradas a la red vial romana como parte del aparato logístico imperial.

Durante la Edad Media europea, con la fragmentación del poder centralizado, la hospitalidad fue asumida en gran medida por instituciones religiosas. Monasterios, abadías y conventos ofrecían hospedaje gratuito a peregrinos, enfermos y viajeros como expresión de caridad cristiana.

La famosa red de hospitales y albergues del Camino de Santiago en España es un ejemplo emblemático de esta función piadosa de acoger al forastero. En el mundo islámico medieval, por su parte, los funduq o caravanserais ofrecían alojamiento y resguardo a caravanas comerciales, siendo vitales para el comercio transahariano y la ruta de la seda. Estos espacios también se regían por principios religiosos y comunitarios.

En contextos americanos precolombinos también existieron formas organizadas de hospitalidad. En el Imperio inca, por ejemplo, los tambos —estructuras de descanso para mensajeros y viajeros del Estado— estaban distribuidos a lo largo del Qhapaq Ñan, la red vial andina.

Estos espacios eran abastecidos por comunidades locales como parte de su tributo al Estado, y funcionaban como estaciones logísticas que garantizaban la movilidad del imperio (D'Altroy, 2014).

Con la consolidación del comercio y las rutas mercantiles en la Edad Moderna, la hospitalidad comenzó a adoptar un carácter económico. Posadas, hosterías y mesones surgieron como negocios orientados a atender a comerciantes, viajeros y miembros de las clases altas emergentes.

El auge del Grand Tour europeo —viajes educativos que realizaban los jóvenes aristócratas del siglo XVIII— incrementó la demanda de alojamiento confortable, dando origen a los primeros hoteles urbanos tal como los conocemos hoy (Towner, 1985).

La Revolución Industrial, a su vez, trajo consigo el desarrollo del transporte ferroviario y la urbanización acelerada, lo cual facilitó la expansión de hoteles en centros urbanos y rutas comerciales clave.

Este tránsito de una hospitalidad religiosa y comunitaria hacia una hospitalidad comercial no eliminó el componente simbólico del acto de recibir. Como señala Lashley (2011), la hospitalidad moderna, aunque industrializada y profesionalizada, sigue operando como una relación interpersonal cargada de significados culturales. De ahí que el acto de recepción en un hotel no sea simplemente un procedimiento técnico, sino una representación contemporánea del antiguo gesto de abrir la puerta al otro.

En regiones como el Pacífico colombiano, este legado histórico se entrelaza con tradiciones afrodescendientes, indígenas y campesinas que han mantenido viva la práctica de acoger al visitante como parte de una ética comunitaria.

En muchos territorios, el compartir alimentos, abrir las puertas del hogar o acompañar al forastero en su recorrido son prácticas aún

vigentes que reflejan una hospitalidad ancestral no mediada por el mercado. Estas expresiones culturales enriquecen la comprensión contemporánea de la recepción hotelera, al recordarnos que el acto de acoger no nace de un software, sino de un compromiso con la dignidad del otro.

Próceres de la hotelería: Ritz, Statler, Hilton y Wilson

La historia de la hotelería moderna no puede entenderse sin el legado de cuatro figuras fundamentales que marcaron hitos en la evolución de esta industria: César Ritz, Ellsworth Statler, Conrad Hilton y Kemmons Wilson. Cada uno, desde contextos diferentes, redefinió lo que significaba ofrecer alojamiento, elevando los estándares de servicio y contribuyendo a la profesionalización de un sector que, desde el siglo XIX, comenzó a estructurarse como una verdadera industria global.

César Ritz (1850–1918): Elegancia, distinción y el arte del detalle: Ritz, nacido en Suiza, es considerado el padre de la hotelería de lujo. Su

visión transformó el modo en que se concebía la experiencia del huésped. Tras trabajar en prestigiosos hoteles europeos, fundó en 1898 el Hotel Ritz de París, seguido del Ritz de Londres. Introdujo innovaciones pioneras como baños privados en cada habitación, iluminación eléctrica y una decoración exquisita. Pero más allá de los aspectos materiales, Ritz apostó por una atención personalizada, discreta y refinada, que convirtió al huésped en protagonista absoluto de la experiencia.

Su filosofía de que "el cliente siempre tiene la razón" y su obsesión por la perfección fueron tan influyentes que su apellido se convirtió en sinónimo de lujo. La cadena Ritz-Carlton, nacida años después, retoma sus principios como parte de su cultura organizacional. Incluso hoy, el "estilo Ritz" sigue siendo modelo de hospitalidad en establecimientos de alta gama.

Ellsworth Statler (1863–1928). Estandarización, accesibilidad y eficiencia: Mientras Ritz desarrollaba la hotelería de élite, Statler se enfocó en el viajero promedio. Fundador de la cadena Statler Hotels en Estados Unidos, fue pionero en ofrecer confort a precios

razonables. Fue el primero en implementar baños privados en todas las habitaciones de hoteles económicos, además de habitaciones bien ventiladas, teléfono, espejo de cuerpo entero y luz individual en cada cama, elementos que ahora se consideran estándar en cualquier hotel (Mayer, 2006).

Statler también introdujo manuales de operación, entrenamiento sistemático para el personal y sistemas de reserva centralizados, anticipándose a las prácticas modernas de estandarización. Su lema, “a room and a bath for a dollar and a half” “una habitación y un baño por un dólar y medio”, sintetizaba su apuesta: calidad y accesibilidad. Su enfoque empresarial riguroso profesionalizó la industria y abrió las puertas al modelo de cadena replicable, base de muchas operaciones hoteleras actuales.

Conrad Hilton (1887–1979): Globalización y el hotel como embajada cultural: Fundador de Hilton Hotels, Conrad Hilton fue el arquitecto de la hotelería corporativa global. Abrió su primer hotel en Texas en 1919 y, con visión expansiva, extendió su marca por todo Estados Unidos y luego por el mundo. Fue el primer hotelero en

concebir sus establecimientos como “embajadas de paz”, promoviendo el entendimiento intercultural a través del servicio (Hilton, 1957).

Hilton profesionalizó la marca hotelera, desarrolló estándares replicables internacionalmente y se adelantó al concepto de branding global. También fue innovador en la integración vertical de servicios: en muchos de sus hoteles se ofrecía desde alojamiento hasta comercio, entretenimiento y servicios ejecutivos, prefigurando los actuales hoteles multipropósito (O’Gorman, 2010). Su legado permanece en la cultura organizacional de la cadena Hilton, reconocida mundialmente por su consistencia en estándares de servicio.

Kemmons Wilson (1913–2003). Democratización del viaje y nacimiento del modelo franquicia: Wilson fundó Holiday Inn en 1952, tras una frustrante experiencia viajando con su familia y encontrando alojamientos poco confiables.

Su idea era sencilla pero revolucionaria: ofrecer habitaciones limpias, precios justos, estándares unificados y atención familiar a lo largo de las carreteras de Estados Unidos. Su innovación no

fue solo operativa, sino también de negocio: fue pionero en el modelo de franquicia hotelera, que permitió una rápida expansión y mantenimiento de estándares homogéneos en múltiples ubicaciones.

Wilson introdujo servicios como estacionamiento gratuito, piscina, niños sin cargo y reservas por teléfono, prácticas que se volverían norma.

En pocas décadas, Holiday Inn se convirtió en sinónimo de confianza para las clases medias viajeras. Su impacto fue tal que la cadena redefinió los viajes por carretera y transformó la percepción del alojamiento en Estados Unidos y en muchos otros países.

Cada uno de estos visionarios respondió a necesidades específicas de su tiempo, pero su influencia perdura en la hotelería contemporánea. Ritz aportó sofisticación y estética; Statler, organización y democratización del confort; Hilton, la visión global de la marca; y Wilson, la estandarización en franquicia accesible.

Comprender sus aportes es fundamental para quienes se forman en la gestión hotelera, ya que sus modelos continúan inspirando decisiones estratégicas, operaciones diarias y cultura de servicio en hoteles de todo el mundo.

Tipologías de alojamiento: del hostel al hotel cápsula

El desarrollo del turismo contemporáneo ha dado lugar a una creciente diversificación en las formas de alojamiento, respondiendo a los cambios en las preferencias de los viajeros, las dinámicas del mercado y las transformaciones tecnológicas.

Desde opciones tradicionales como los hoteles y hostales hasta innovaciones recientes como el glamping o los hoteles cápsula, las tipologías de alojamiento configuran no solo un espectro de posibilidades funcionales, sino también una representación de valores culturales, estilos de vida y estructuras económicas.

Hostales, pensiones y albergues: la hospitalidad económica

Los hostales y pensiones representan las formas más tradicionales y económicas de alojamiento. Suelen caracterizarse por estructuras pequeñas o medianas, servicios básicos y una atención más personalizada.

En el contexto latinoamericano, y especialmente en regiones como el Pacífico colombiano, los hostales muchas veces funcionan como negocios familiares que integran elementos de la cultura local en la experiencia del viajero. Según la Organización Mundial del Turismo (2022), este tipo de alojamiento cumple un papel fundamental en el turismo accesible y comunitario, permitiendo a viajeros de bajo presupuesto integrarse en la vida cotidiana del destino.

Estas estructuras, que suelen ofrecer habitaciones privadas o compartidas, con baños también compartidos, están dirigidas principalmente a mochileros, jóvenes o turistas independientes. Su ventaja principal es el costo y la experiencia cercana a la comunidad, aunque

limitan en aspectos como privacidad, servicios estandarizados y atención profesionalizada.

Hoteles tradicionales: de 1 a 5 estrellas

El hotel es la tipología paradigmática del alojamiento turístico. Clasificados convencionalmente por el sistema de estrellas (de 1 a 5), los hoteles representan un espectro que va desde lo básico y funcional hasta el lujo altamente personalizado. Esta categorización, aunque sujeta a variaciones nacionales, se basa en criterios como infraestructura, servicios, ubicación, atención al cliente, seguridad y accesibilidad (Montoya Coral, 2017).

En Colombia, la categorización oficial está regulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y apoyada por normas técnicas sectoriales como la NTSH 006.

En ciudades intermedias y zonas costeras como Buenaventura, se encuentran hoteles de 2 y 3 estrellas que cumplen funciones esenciales en el turismo de negocios, ecoturismo y turismo comunitario, aunque enfrentan desafíos estructurales como la informalidad, la falta de

capacitación del personal y la necesidad de actualización tecnológica (MinCIT, 2023).

Apartahoteles y vivienda turística: entre lo privado y lo comercial

Los apartahoteles combinan las comodidades de un hotel con la autonomía de un apartamento amoblado. Esta modalidad ha ganado fuerza para estancias largas o clientes que buscan mayor independencia, como trabajadores temporales, familias o turistas que desean preparar su propia comida.

Su crecimiento ha sido notorio en ciudades como Medellín, Bogotá o Cartagena, y progresivamente también en regiones como el Pacífico, donde inversionistas locales han comenzado a ofrecer este tipo de alojamientos.

Por otro lado, la llamada “vivienda turística” — impulsada por plataformas como Airbnb— ha redefinido el mercado al permitir el alquiler de casas o apartamentos particulares con fines turísticos. Aunque esta modalidad ha democratizado la oferta, también ha generado tensiones regulatorias, fiscales y sociales, como la competencia desleal frente a hoteles

formalmente constituidos, la presión sobre el precio del suelo y la transformación de barrios residenciales en zonas transitorias.

En Colombia, esta figura está regulada por el Decreto 2119 de 2018, que exige inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

Alojamientos rurales y ecoturísticos: turismo con identidad territorial

Los alojamientos rurales, ecolodges y cabañas turísticas cumplen un papel central en el turismo de naturaleza, comunitario y sostenible. Este tipo de oferta se caracteriza por integrar principios de bajo impacto ambiental, construcción con materiales locales, alimentación tradicional y participación de las comunidades anfitrionas.

En el Pacífico colombiano, departamentos como Chocó, Cauca y Valle del Cauca han impulsado iniciativas de alojamiento rural como parte del turismo étnico y de naturaleza, buscando fortalecer la economía local y preservar los saberes ancestrales (ProColombia, 2023).

Estos alojamientos apelan a un público sensible a la sostenibilidad, pero presentan retos en infraestructura, conectividad y profesionalización del servicio. No obstante, según Cañada (2020), cuando están bien gestionados, constituyen alternativas viables para el desarrollo territorial y la conservación cultural.

Glamping: lujo en la naturaleza

El glamping (glamorous camping) representa una evolución del turismo de naturaleza al incorporar elementos de lujo y confort en entornos rústicos. Tiendas tipo safari, domos geodésicos, yurtas o cabañas elevadas con baños privados, camas tipo hotel y servicios personalizados componen este nuevo formato que apunta a viajeros de alto poder adquisitivo que desean contacto con la naturaleza sin renunciar al confort.

En Colombia, destinos como el Eje Cafetero, la Sierra Nevada y zonas del litoral Pacífico han comenzado a desarrollar experiencias de glamping, aunque aún son escasas en comparación con otras regiones. Su expansión

depende de factores como el acceso vial, la seguridad territorial y la inversión en infraestructura sostenible.

Hoteles cápsula: eficiencia espacial y experiencia futurista

Originados en Japón a finales del siglo XX, los hoteles cápsula ofrecen pequeñas unidades modulares donde el huésped dispone de un espacio limitado —generalmente de 2 a 3 metros cúbicos— para descansar. Aunque en principio se pensaron para trabajadores urbanos que perdían el último tren, hoy se han convertido en una opción económica y funcional en ciudades de alta densidad, adaptándose incluso a aeropuertos, estaciones de tren o zonas urbanas con escasez de suelo.

Su expansión global ha sido paulatina pero sostenida. En América Latina existen ya ejemplos en Ciudad de México, São Paulo y Santiago. En Colombia, algunos pilotos han sido presentados en Bogotá y Medellín, pero su implementación masiva aún enfrenta barreras culturales y logísticas.

Sin embargo, estudios de mercado como el de Allied Market Research (2023) proyectan un crecimiento sostenido del segmento de hoteles cápsula en los próximos años, impulsado por la búsqueda de soluciones urbanas eficientes y accesibles para el viajero joven.

Comparación y tendencias emergentes

Las distintas tipologías de alojamiento responden a perfiles de viajero diversos: el aventurero busca hostales; el ejecutivo, hoteles de negocios; el turista ecológico, ecolodges; el viajero familiar, apartahoteles o viviendas turísticas; el millennial explorador, cápsulas o glamping.

Esta segmentación ha obligado a los establecimientos tradicionales a reinventarse, adaptando su propuesta de valor, integrando tecnologías, sostenibilidad e incluso experiencias inmersivas. Según Booking.com (2023), el 73 % de los viajeros globales priorizan alojamientos que reflejen valores personales, como el respeto ambiental, la inclusión o el comercio justo.

En síntesis, las tipologías de alojamiento no solo reflejan necesidades funcionales sino también aspiraciones culturales, modelos económicos y discursos sobre el habitar.

Su comprensión es fundamental para formar profesionales del sector capaces de innovar, segmentar mercados y diseñar experiencias significativas. En contextos como el Pacífico colombiano, reconocer esta diversidad y adaptarla al territorio es clave para construir una hospitalidad diferencial, sostenible y con identidad.

Turismo y transformación social: sostenibilidad, tecnología y nuevos viajeros

El turismo es, en esencia, un fenómeno social. Más allá de su dimensión económica, implica desplazamientos físicos y simbólicos, encuentros interculturales, intercambios de saberes y reorganización de los territorios.

A lo largo de la historia, el turismo ha estado vinculado a procesos de transformación social, pero en el siglo XXI su capacidad de impactar positivamente —o negativamente— a

comunidades, ecosistemas y economías locales ha adquirido una relevancia sin precedentes.

Tres fuerzas emergen como determinantes en la configuración del turismo contemporáneo: la sostenibilidad, la tecnología y el cambio en los perfiles de los viajeros. Estas dimensiones influyen directamente en la estructura de los alojamientos, en la operación de los hoteles y, especialmente, en el sentido que adquiere la recepción como acto de hospitalidad y mediación cultural.

Sostenibilidad y turismo responsable: hacia un modelo de desarrollo consciente

La sostenibilidad se ha convertido en un eje transversal del turismo del siglo XXI. El modelo clásico de crecimiento turístico basado en el incremento ilimitado de visitantes ha sido ampliamente cuestionado por sus impactos ecológicos, culturales y sociales.

En respuesta, ha surgido el turismo responsable como una alternativa orientada a minimizar la huella ambiental, promover el respeto por las culturas locales y asegurar una distribución justa de los beneficios (Goodwin, 2016).

En este nuevo paradigma, la gestión hotelera ha debido adaptarse. Prácticas como el uso eficiente del agua y la energía, la reducción de plásticos de un solo uso, la adquisición de productos locales y orgánicos, y la educación ambiental al cliente son ahora indicadores de calidad en numerosos sellos internacionales de sostenibilidad como Green Key o EarthCheck.

Según el informe “Travel and Tourism Development Index” del Foro Económico Mundial (2022), los destinos con estrategias sostenibles integradas tienden a generar más confianza y satisfacción entre los turistas internacionales.

En el contexto colombiano, la región del Pacífico ha comenzado a incorporar criterios de sostenibilidad en su oferta turística, con énfasis en el turismo comunitario, étnico y de naturaleza.

Iniciativas como el turismo en Nuquí, Bahía Solano o el litoral caucano integran saberes ancestrales, conservación ambiental y participación comunitaria, mostrando que el turismo puede ser un instrumento de dignificación territorial cuando se basa en la

justicia ambiental y cultural (ProColombia, 2023).

Tecnología y digitalización: de la planificación al servicio automatizado

La revolución digital ha transformado radicalmente el ciclo de vida del viaje. Desde la inspiración hasta la post-estancia, las decisiones turísticas están mediadas por plataformas digitales, inteligencia artificial y sistemas automatizados.

En el ámbito hotelero, esto se traduce en reservas en línea, check-in sin contacto, apertura de habitaciones mediante dispositivos móviles, chatbots para atención al cliente y sistemas de gestión de experiencia basados en big data.

Estas tecnologías no solo han mejorado la eficiencia operativa, sino que también han elevado las expectativas de los viajeros; muchos turistas esperan algún nivel de personalización digital en su experiencia de alojamiento.

Esto obliga a los hoteles a integrar sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM),

canales de comunicación instantánea y automatización sin perder el toque humano.

En Colombia, cadenas como Movich y Estelar han incorporado herramientas digitales en sus servicios, y en ciudades como Medellín o Bogotá se observan prácticas avanzadas de hotelería inteligente.

En zonas como el Pacífico colombiano, aunque la infraestructura digital aún enfrenta desafíos, algunos hoteles independientes han empezado a utilizar plataformas como WhatsApp Business para reservas, formularios en línea para check-in anticipado y redes sociales para gestión reputacional.

La apropiación tecnológica, aunque desigual, está generando una nueva cultura de la hospitalidad donde lo digital no reemplaza lo humano, sino que lo complementa.

Nuevos perfiles de viajeros: diversidad, valores y demanda de experiencias

El viajero del siglo XXI es más diverso, informado y exigente. Las generaciones millennial y Z, así como los viajeros post-

pandemia, valoran cada vez más la autenticidad, la sostenibilidad y la personalización. Buscan experiencias significativas más que servicios genéricos. De acuerdo con Booking.com (2023), el 76 % de los turistas globales prefiere alojarse en lugares que reflejen su identidad, valores o estilo de vida.

Esto se traduce en la aparición de nichos como el turismo de bienestar (wellness tourism), el turismo slow, el turismo de impacto social, el turismo gastronómico y el turismo para nómadas digitales. Estos perfiles requieren alojamientos adaptables: habitaciones flexibles, espacios de coworking, menús personalizados, zonas de silencio o meditación, propuestas culinarias locales, y una estética coherente con el entorno.

La recepción, en este contexto, ya no es solo un punto de registro, sino un lugar de bienvenida diferenciada, capaz de leer las particularidades del huésped y ofrecer una atención a la medida.

Además, crecen las expectativas en materia de inclusión. El viajero actual espera alojamientos libres de discriminación por orientación sexual, identidad de género, nacionalidad o capacidades

físicas. Por ello, la hotelería debe asumir con responsabilidad la formación de su personal en atención inclusiva y la adecuación de sus instalaciones bajo criterios de accesibilidad universal, como lo promueven organismos como la OMT y la Red Iberoamericana de Turismo Accesible.

En resumen, sostenibilidad, tecnología y nuevos perfiles de viajeros no son tendencias aisladas, sino dimensiones interdependientes que están redefiniendo el sentido del turismo y la naturaleza misma de la hospitalidad.

La recepción hotelera, en este nuevo escenario, se convierte en un lugar de encuentro entre mundos distintos, donde el saber técnico debe conjugarse con la sensibilidad cultural, la ética ambiental y la mediación empática. En territorios como el Pacífico colombiano, esta transformación representa tanto un desafío como una oportunidad: integrar tradición y vanguardia para construir una hospitalidad situada, justa y resiliente.

Parte II. Gestión, Normativas y Operación Hotelera

La hotelería moderna opera en una encrucijada entre tradición y técnica, donde la eficiencia operativa debe ir de la mano con el cumplimiento normativo y la generación de experiencias memorables. En este entramado, la gestión hotelera no puede entenderse como un conjunto aislado de procedimientos administrativos, sino como una práctica integral que articula conocimiento financiero, jurídico, logístico, humano y tecnológico.

Este enfoque integral resulta imprescindible en un contexto donde la competitividad del sector turístico se mide, cada vez más, por la capacidad de los establecimientos para estandarizar su operación y ofrecer un servicio coherente con las expectativas globales de calidad (Walker, 2019; OECD, 2022).

Los hoteles, más que infraestructuras de alojamiento, son sistemas organizacionales complejos donde convergen múltiples áreas funcionales: recepción, reservas, administración, mantenimiento, alimentos y

bebidas, recursos humanos, seguridad, atención al cliente, entre otras.

Cada una de estas áreas opera bajo lineamientos técnicos y normativos que garantizan su eficiencia y legalidad. Por eso, la gestión hotelera requiere de profesionales capacitados para interpretar leyes, aplicar estándares internacionales, liderar procesos financieros y diseñar estrategias de mejora continua.

En el caso colombiano, la evolución normativa ha buscado armonizar las exigencias del mercado global con la realidad del contexto nacional. La Ley 300 de 1996 —Ley General de Turismo— y su actualización mediante la Ley 2068 de 2020, han establecido lineamientos claros para la categorización hotelera, el respeto por los derechos del consumidor, la promoción del turismo sostenible y la formalización del sector.

A esto se suman normativas específicas como la Ley 1324 de 2009, que regula la calidad en los servicios, o los protocolos de bioseguridad establecidos por el Ministerio de Salud (Resolución 666 de 2020) como respuesta a los desafíos sanitarios recientes (Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo, 2023; ICONTEC, 2022).

El cumplimiento de estas disposiciones no solo garantiza la legalidad del servicio, sino que incide directamente en la percepción del cliente. La calidad de la auditoría interna, la precisión en la facturación electrónica, la transparencia en las políticas de ingreso y la implementación de estándares internacionales son factores que impactan la reputación, la fidelización y la rentabilidad del negocio. La operación hotelera, en ese sentido, no es solo una cuestión de procedimientos, sino una dimensión estratégica del servicio que exige planificación, monitoreo, control y adaptación constante.

A nivel internacional, organizaciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la OCDE han insistido en la necesidad de fortalecer las capacidades de gestión en el sector, especialmente en países en desarrollo.

La profesionalización del talento humano, la adopción de tecnologías para el control operativo, y la cultura de la calidad son consideradas condiciones esenciales para mejorar la competitividad turística en

escenarios pospandemia y de cambio tecnológico acelerado (OMT, 2022; OECD, 2022).

Por todo esto, esta segunda parte del libro se adentra en los cimientos técnicos, normativos y administrativos que sostienen el funcionamiento de un hotel. Explorar su entramado legal, su lógica contable, sus mecanismos de categorización y sus protocolos operativos es comprender los hilos invisibles que hacen posible una experiencia de alojamiento exitosa.

Lejos de ser una dimensión secundaria, la gestión es el corazón organizativo de la hospitalidad moderna, y su fortalecimiento es clave para que la promesa del buen servicio pueda sostenerse en el tiempo.

Reglamentación, categorización y estándares internacionales

La hotelería, como actividad económica y de servicio, se encuentra sujeta a marcos regulatorios que buscan garantizar la seguridad, la calidad, la transparencia y la competitividad del sector.

Esta normatividad no solo proviene de legislaciones nacionales, sino también de estándares internacionales ampliamente aceptados que establecen parámetros de operación, clasificación y servicio.

En un entorno globalizado, donde los turistas comparan experiencias y expectativas a través de plataformas digitales, la regulación y la estandarización adquieren un papel central en la construcción de confianza y reputación.

Categorización hotelera: de las estrellas a los sistemas mixtos

La clasificación por estrellas es uno de los sistemas más difundidos para categorizar los hoteles según su nivel de confort, servicios e infraestructura. Aunque no existe una normativa internacional única, la mayoría de países adopta modelos basados en entre 1 y 5 estrellas, donde cada rango representa criterios específicos en términos de tamaño de habitación, servicios de alimentación, atención al cliente, accesibilidad, equipamientos y personal disponible.

Un hotel cinco estrellas, por ejemplo, debe garantizar disponibilidad permanente de servicios como recepción 24/7, restaurante de alta calidad, limpieza diaria, servicios adicionales como gimnasio o spa, y atención multilingüe.

No obstante, en los últimos años se han desarrollado sistemas mixtos que combinan clasificación oficial con valoración subjetiva, como las reseñas de usuarios en plataformas como TripAdvisor o Booking. Estas calificaciones no sustituyen la categoría formal, pero influyen fuertemente en la decisión de los viajeros.

Como destaca Fernández (2020), la convergencia entre estándares objetivos y reputación digital obliga a los establecimientos a cuidar tanto el cumplimiento normativo como la percepción de la experiencia.

En Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece la normatividad vigente para la categorización de alojamientos turísticos, apoyado en normas técnicas sectoriales (NTS) del ICONTEC.

La NTSH 006, por ejemplo, detalla los requisitos mínimos para los procesos operativos de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, incluyendo recepción, reservas, gestión de habitaciones y atención al cliente. El sistema nacional contempla además la posibilidad de obtener sellos de calidad como el Sello de Calidad Turística y el Check in Certificado, que garantizan estándares superiores y posicionan al hotel frente a mercados más exigentes (MinCIT, 2023).

Normatividad internacional y organismos de referencia

A nivel global, diversos organismos han contribuido a consolidar buenas prácticas en la regulación y estandarización hotelera. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha publicado guías sobre aseguramiento de la calidad en el alojamiento turístico, promoviendo principios como accesibilidad, sostenibilidad, seguridad e innovación tecnológica. Si bien sus recomendaciones no son vinculantes, constituyen referentes clave para los Estados y los operadores del sector.

Por su parte, asociaciones como HOTREC (Asociación de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías de Europa) han trabajado en la homologación de criterios de clasificación, mediante iniciativas como Hotelstars Union, que busca unificar la categorización hotelera entre países europeos para facilitar la comparación por parte del usuario final.

En América, la American Automobile Association (AAA) ha desarrollado un sistema de clasificación con “diamantes” que evalúa hoteles y restaurantes desde la perspectiva del consumidor.

Este modelo es ampliamente utilizado en Norteamérica y algunos países del Caribe, y ha servido de referencia para cadenas hoteleras que buscan posicionamiento internacional. Asimismo, guías como el Forbes Travel Guide introducen calificaciones basadas en visitas incógnitas y criterios de lujo, especialmente para el segmento cinco estrellas.

Además de estos sistemas, se han fortalecido las certificaciones temáticas: la certificación ISO 21401, por ejemplo, se enfoca en la sostenibilidad en la gestión hotelera; mientras

que sellos como Green Key, EarthCheck o Safehotels Alliance evalúan aspectos como el manejo ambiental, la seguridad contra incendios o la salud ocupacional.

Normatividad nacional en Colombia: estándares y obligaciones

En Colombia, la regulación hotelera se encuentra contenida principalmente en la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) y su actualización mediante la Ley 2068 de 2020. Esta legislación establece las condiciones básicas que deben cumplir los establecimientos de alojamiento: inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT), respeto a los derechos del consumidor, adopción de medidas contra la explotación sexual comercial de menores, cumplimiento de normas laborales y ambientales, entre otros.

Adicionalmente, los hoteles deben cumplir con obligaciones fiscales (facturación electrónica, cobro del IVA, exenciones para turistas extranjeros), normativas sanitarias (especialmente tras el COVID-19) y protocolos de bioseguridad cuando sean requeridos.

La Resolución 0312 de 2019 del Ministerio de Trabajo también exige la implementación del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), aplicable a todos los sectores económicos, incluyendo la hotelería.

En lo operativo, el uso de las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo del ICONTEC permite a los hoteles estandarizar procesos y aspirar a certificaciones voluntarias. Estas normas han sido clave para elevar el nivel del servicio, especialmente en regiones donde la formación hotelera es incipiente o informal. En el caso del Pacífico colombiano, donde el turismo es incipiente pero con alto potencial, estas herramientas pueden orientar el fortalecimiento de la oferta desde una perspectiva de calidad y pertinencia cultural.

En conjunto, la categorización, la regulación y los estándares internacionales actúan como una arquitectura de confianza que conecta a los hoteles con los mercados globales. Garantizar su cumplimiento no debe entenderse como un obstáculo burocrático, sino como una estrategia de diferenciación y sostenibilidad.

Para los hoteles del Pacífico colombiano — conscientes de su riqueza cultural y ecológica— alinearse con estos estándares puede abrir oportunidades de competitividad, alianzas y reputación a largo plazo.

Gestión financiera y tributaria del servicio hotelero

La sostenibilidad financiera de un establecimiento hotelero no depende únicamente de su capacidad de ocupación o del prestigio de su marca. Está directamente ligada a una gestión estratégica de sus recursos, a la adecuada planificación de costos e ingresos, y a un cumplimiento tributario transparente y eficiente.

En este sentido, la administración financiera y tributaria del servicio hotelero constituye un pilar fundamental en la competitividad del sector, tanto en contextos urbanos consolidados como en regiones emergentes como el Pacífico colombiano.

Estructura financiera en el sector hotelero: costos, ingresos y rentabilidad

La gestión financiera en los hoteles implica el control y análisis de múltiples variables, entre las cuales destacan los ingresos por alojamiento, alimentos y bebidas, eventos, servicios adicionales y paquetes turísticos.

A estos ingresos se enfrentan costos fijos (como salarios, servicios públicos, arriendos o mantenimiento) y variables (como insumos, lavandería, comisiones o reposición de amenities). La rentabilidad se mide, entre otros indicadores, a través del GOP (Gross Operating Profit), el ADR (Average Daily Rate), la ocupación y el RevPAR (Revenue per Available Room) (Jones, Hillier & Comfort, 2021).

El manejo financiero en los hoteles exige también una buena gestión de flujos de caja, planeación de inversiones, políticas de crédito y cobranza, y estrategias de diversificación de ingresos. Una administración financiera eficiente permite anticipar periodos de estacionalidad, responder a crisis como la pandemia del COVID-19, y proyectar el crecimiento del negocio sin comprometer su liquidez.

En regiones como el Pacífico colombiano, donde la hotelería se enfrenta a limitaciones de infraestructura, informalidad y baja bancarización, fortalecer las competencias financieras es clave para garantizar la sostenibilidad de los negocios. Iniciativas de formación técnica y acompañamiento financiero pueden marcar una diferencia significativa en la viabilidad de los alojamientos locales.

Régimen tributario del sector hotelero en Colombia

En Colombia, el régimen tributario del sector hotelero contempla una serie de obligaciones fiscales que varían según el tamaño del establecimiento, su ubicación, tipo de servicios prestados y la estructura jurídica del negocio. Los hoteles deben cumplir con los siguientes tributos principales:

Impuesto sobre la Renta (ISR): aplicable a personas naturales o jurídicas, con tarifas diferenciales según ingresos y régimen tributario (ordinario o SIMPLE).

Impuesto al Valor Agregado (IVA): el servicio de alojamiento hotelero está gravado al 19 %,

aunque ha contado con exenciones temporales en contextos de reactivación económica (Ley 2068 de 2020).

Impuesto de Industria y Comercio (ICA): tributo de carácter municipal basado en los ingresos brutos generados por la actividad económica.

Retención en la fuente y aportes parafiscales: obligaciones derivadas de la contratación de personal, incluyendo salud, pensión, ARL, cajas de compensación, SENA e ICBF.

Registro Nacional de Turismo (RNT): requisito legal para operar, con actualización anual y sanciones en caso de incumplimiento.

Además, existen beneficios tributarios específicos para el sector turístico en zonas priorizadas. Por ejemplo, la Ley 788 de 2002 y la Ley 2068 de 2020 han establecido incentivos como la exención del impuesto de renta por 20 años para nuevos proyectos hoteleros en municipios con menos de 200.000 habitantes — una medida especialmente relevante para el desarrollo turístico en zonas como el Litoral Pacífico (Quiroga & Martínez, 2021).

No obstante, la apropiación de estos beneficios depende del conocimiento técnico de los empresarios, la formalización del negocio y el acompañamiento por parte de entidades gubernamentales. Como señala la DIAN (2022), una parte considerable del sector hotelero en Colombia opera en condiciones de informalidad, lo que limita su acceso a incentivos, crédito y oportunidades de expansión.

Buenas prácticas en gestión tributaria y fiscalización

Una gestión tributaria responsable implica no solo cumplir con las obligaciones legales, sino también optimizar la carga tributaria mediante una adecuada planeación fiscal. Esto incluye la correcta clasificación de gastos deducibles, el aprovechamiento de incentivos, la elección del régimen tributario más conveniente, y el uso de herramientas digitales para la facturación y la contabilidad.

El uso de software contable y la implementación de procesos de auditoría interna son prácticas recomendadas por expertos en administración hotelera (Walker, 2019). Además, el reporte

oportuno a la DIAN, la articulación con contadores certificados y la documentación rigurosa de ingresos y egresos son claves para evitar sanciones y garantizar la transparencia financiera del hotel.

Finalmente, es importante considerar la dimensión ética de la tributación. En territorios históricamente marginados como Buenaventura, pagar impuestos no es solo un deber legal, sino una forma de contribuir al desarrollo local. Por ello, una cultura tributaria basada en la equidad, la legalidad y la corresponsabilidad puede fortalecer el vínculo entre el sector hotelero y la sociedad.

Gestión del talento humano en la recepción hotelera

En el corazón de la experiencia hotelera se encuentra el factor humano. Ninguna tecnología, infraestructura o campaña de marketing puede reemplazar el valor de una acogida cálida, eficiente y profesional. Por ello, la gestión del talento humano en la recepción hotelera no solo implica una adecuada selección y formación del personal, sino también una visión estratégica que reconozca la centralidad del servicio en la construcción de la reputación y la fidelización del cliente.

Perfil del personal de recepción: competencias y valores

El recepcionista es la primera y la última persona con la que interactúa el huésped. Su rol no se limita a tareas administrativas como el registro de entrada y salida, la asignación de habitaciones o la gestión de reservas; también incluye funciones de orientación, contención emocional, manejo de quejas y promoción de servicios internos. Según Walker (2019), las competencias clave para un recepcionista

incluyen: comunicación efectiva, dominio de idiomas, manejo de software especializado (PMS), resolución de conflictos, pensamiento crítico, empatía, presentación personal y ética del servicio.

Además de las habilidades técnicas, los valores desempeñan un papel fundamental. El compromiso, la cortesía, la proactividad y la discreción son atributos que fortalecen la confianza del huésped y consolidan la imagen del hotel. Tal y como señalan López-Fernández y Martín-Rubio (2020), los procesos de selección y formación deben valorar tanto las habilidades como la actitud, promoviendo una cultura organizacional centrada en el servicio al cliente.

Formación y capacitación: de la técnica a la vocación

La formación del talento humano en recepción debe ser continua y contextualizada. Esto implica no solo enseñar procedimientos y protocolos, sino también desarrollar la sensibilidad necesaria para atender a una clientela diversa y cada vez más exigente. Los programas de formación deben incluir

temáticas como atención intercultural, accesibilidad, inclusión, manejo de emociones, inteligencia emocional y seguridad.

En Colombia, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ha desarrollado programas técnicos y tecnológicos en hotelería y turismo, que ofrecen formación en recepción hotelera con enfoque práctico. Sin embargo, en muchas regiones del Pacífico, el acceso a estos programas es limitado.

Por ello, es clave fortalecer alianzas entre el sector hotelero, las instituciones educativas locales y las entidades gubernamentales para garantizar procesos formativos pertinentes, inclusivos y de calidad.

Adicionalmente, los hoteles deben asumir un rol activo en la formación de su personal. Las capacitaciones in house, las simulaciones, el acompañamiento entre pares y el feedback constante son prácticas que mejoran la competencia del equipo y promueven una cultura organizacional de mejora continua.

Condiciones laborales y bienestar del personal

La calidad del servicio ofrecido por un recepcionista está directamente relacionada con su bienestar y condiciones laborales. Jornadas extensas, rotación continua, salarios bajos y ausencia de planes de carrera son factores que afectan la motivación y la permanencia del personal.

Tal como lo evidencian estudios recientes, el trabajo en recepción puede implicar altos niveles de estrés, especialmente en contextos de alta demanda, eventos imprevistos o huéspedes conflictivos.

Promover un clima organizacional positivo, establecer horarios razonables, reconocer el esfuerzo y brindar oportunidades de crecimiento profesional son medidas clave para garantizar la retención del talento. En este sentido, la implementación de evaluaciones periódicas de desempeño, encuestas de clima laboral y estrategias de conciliación entre la vida laboral y personal puede fortalecer la motivación del equipo y reducir la rotación.

En el Pacífico colombiano, el empleo formal es escaso y las brechas de género y etnia son marcadas, aquí dignificar el trabajo en recepción

hotelera implica garantizar condiciones justas, respetar los derechos laborales y reconocer la diversidad como una riqueza. Incorporar a mujeres, jóvenes y comunidades afrodescendientes e indígenas en los equipos de trabajo puede enriquecer la experiencia del huésped y fortalecer el arraigo del hotel con su entorno.

Liderazgo, cultura organizacional y compromiso institucional

El área de recepción requiere un liderazgo inspirador y empático. Los jefes de recepción y gerentes de servicio deben ser más que supervisores: deben actuar como formadores, facilitadores y referentes éticos.

Un liderazgo autoritario o distante puede generar un ambiente tenso y un servicio mecánico; por el contrario, un liderazgo cercano, participativo y orientado al desarrollo humano puede generar compromiso, creatividad y excelencia.

La gestión del talento humano no puede desvincularse de la cultura organizacional. Un hotel que valora a su personal, promueve la

cooperación y reconoce los logros, transmite estos valores a sus huéspedes. De igual modo, una recepción desmotivada o indiferente impacta negativamente la experiencia del cliente, independientemente del lujo de las instalaciones.

Por último, las políticas institucionales deben reflejar este compromiso: desde manuales de funciones claros y planes de capacitación, hasta sistemas de evaluación transparente, canales de comunicación efectiva y planes de incentivos. Invertir en las personas no es un gasto, sino una estrategia de sostenibilidad.

Auditoría, facturación y políticas de ingreso

La operación hotelera requiere no solo eficiencia en la atención al cliente, sino también transparencia, trazabilidad y cumplimiento normativo en todos los procesos administrativos. En este marco, la auditoría, la facturación y las políticas de ingreso de huéspedes constituyen pilares fundamentales para la sostenibilidad económica, jurídica y reputacional de los establecimientos.

Estos aspectos, aunque a menudo relegados a lo técnico, tienen implicaciones profundas en la calidad del servicio, la prevención del fraude, la protección de datos personales y la confianza del cliente.

Auditoría en la operación hotelera: control, prevención y calidad

La auditoría en el sector hotelero puede definirse como el conjunto de procedimientos sistemáticos que permiten verificar la veracidad y legalidad de las operaciones financieras y administrativas del establecimiento. En

términos prácticos, se manifiesta en revisiones diarias (night audit), auditorías internas periódicas, y evaluaciones externas para efectos fiscales, laborales o de calidad.

El night audit es una práctica cotidiana en los hoteles, particularmente en los que trabajan con sistemas de gestión (PMS), y consiste en revisar todas las operaciones del día (ingresos, cargos, consumos, anulaciones, pagos, etc.), para asegurar la correspondencia entre los registros del sistema y los documentos físicos o electrónicos. Esta tarea, además de ser contable, cumple una función crítica en la detección de errores, fugas de dinero o irregularidades (Walker, 2019).

Las auditorías internas, por su parte, son procesos de revisión más amplios que incluyen no solo lo contable, sino también lo procedimental: cumplimiento de normas, calidad del servicio, tiempos de respuesta, protocolos de seguridad y estándares de atención.

Estas revisiones permiten identificar debilidades operativas y promover mejoras continuas. Según Bardi (2011), la auditoría debe

ser entendida como una herramienta de gestión que garantiza el control interno y la eficiencia del negocio, más que como un mecanismo punitivo.

En Colombia, la auditoría financiera en establecimientos de alojamiento y hospedaje está regulada por normativas contables generales, así como por requisitos específicos para quienes manejan recursos públicos o celebran contratos con entidades estatales. En contextos turísticos emergentes como el Pacífico colombiano, fortalecer capacidades locales para la implementación de auditorías internas es clave para garantizar la sostenibilidad empresarial.

Facturación: normativas, herramientas y buenas prácticas

La facturación hotelera no solo es el acto de emitir un comprobante de cobro, sino un proceso que debe reflejar con precisión los servicios prestados, los impuestos causados y la política comercial del establecimiento. Una factura bien elaborada contribuye a la

transparencia con el cliente, al cumplimiento tributario y a la trazabilidad del servicio.

Desde 2020, en Colombia es obligatoria la facturación electrónica para todos los establecimientos que superen ciertos ingresos mínimos, según lo dispuesto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN, 2022). Esto ha implicado una transformación digital importante en el sector hotelero, obligando a muchos hoteles, hostales y alojamientos rurales a adquirir software contable, capacitar personal y adaptar sus procesos internos.

La facturación en recepción incluye elementos como cargos por alojamiento, consumos de minibar, llamadas, lavandería, penalidades por cancelación o daños, así como servicios complementarios. Todo ello debe estar registrado en el sistema y reflejado con claridad al cliente, en concordancia con la legislación comercial y tributaria vigente.

Entre las buenas prácticas en facturación se destacan: verificar la identidad del huésped, registrar con precisión los datos de la empresa o persona natural que pagará, informar previamente los cargos adicionales, entregar

copia de la factura y conservar el soporte digital y físico por el tiempo requerido por la ley. Estas medidas, además de cumplir una función legal, fortalecen la confianza del cliente en la integridad del servicio.

Políticas de ingreso: legalidad, seguridad y equidad

Las políticas de ingreso de huéspedes son el conjunto de normas internas que regulan el acceso, permanencia y registro de las personas en un establecimiento hotelero. Estas políticas tienen un carácter jurídico, pero también ético y operativo, ya que inciden en la seguridad del hotel, la protección de menores, la lucha contra la trata de personas, el respeto a la diversidad y la garantía de derechos.

En Colombia, el Decreto 2590 de 2009 exige a todos los establecimientos de alojamiento y hospedaje implementar el Registro de Huéspedes (RH) y reportarlo al Registro Nacional de Turismo. Además, la Ley 679 de 2001 establece medidas para prevenir y sancionar la explotación sexual de menores de edad en contextos turísticos, obligando a los

hoteles a solicitar documentos de identidad y a reportar situaciones sospechosas.

Asimismo, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) exige a los hoteles cumplir con la Ley de Protección de Datos (Ley 1581 de 2012), lo cual implica obtener consentimiento para el tratamiento de datos personales y garantizar su custodia.

Las políticas de ingreso también deben abordar temas como el alojamiento de parejas del mismo sexo, el ingreso de mascotas, la recepción de menores no acompañados, la estadía de personas en situación de calle y la atención a personas con discapacidad. En este sentido, una política clara, inclusiva y respetuosa de los derechos humanos fortalece la imagen del establecimiento y previene conflictos legales y reputacionales.

Desde una perspectiva operativa, es clave que el personal de recepción esté capacitado para aplicar estas políticas con criterio, empatía y firmeza, evitando la discriminación pero también garantizando el cumplimiento de las normas. Disponer de formatos claros, manuales de procedimientos, señalización visible y

respaldo jurídico es esencial para una implementación efectiva.

Normas técnicas sectoriales y protocolos de calidad en Colombia

La calidad en los servicios hoteleros no es un atributo espontáneo, sino el resultado de procesos normativos, técnicos y organizacionales que garantizan estándares verificables de atención, infraestructura, seguridad, sostenibilidad y satisfacción del cliente.

En Colombia, este esfuerzo se ha plasmado en un marco regulatorio articulado a través de las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo (NTS), promovidas desde el Estado en alianza con gremios e instituciones del sector. Estas normas son de aplicación voluntaria, pero se han consolidado como referentes indispensables para los establecimientos que desean mejorar su competitividad, formalizar su operación y acceder a certificaciones de calidad.

Marco normativo de la calidad turística en Colombia

El marco de calidad turística en Colombia está regido principalmente por la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 2068 de 2020), que establece la promoción de la calidad como uno de los objetivos centrales de la política pública del sector. Esta ley reconoce la importancia de las normas técnicas sectoriales como instrumentos para fomentar la estandarización de procesos, la seguridad de los turistas y el desarrollo sostenible.

En este contexto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), en coordinación con ICONTEC, ha desarrollado más de 70 normas técnicas sectoriales para actividades relacionadas con el turismo, incluyendo alojamiento, agencias de viajes, guianza, restaurantes y ecoturismo. Estas normas, aunque no tienen carácter obligatorio, se han convertido en referencias ampliamente reconocidas en procesos de certificación de calidad turística, tales como la NTSH 006, NTSH 003 y NTSH 007, entre otras (MinCIT, 2023).

Normas técnicas aplicables a la recepción hotelera

La recepción es uno de los componentes más visibles del servicio hotelero, y como tal, está contemplada en varias NTS. A continuación, se destacan algunas de las más relevantes:

- NTSH 006-1:2008 – Requisitos para establecimientos de alojamiento y hospedaje. Incluye aspectos sobre atención al cliente, seguridad, manejo de reservas, registro de huéspedes y servicios de recepción.
- NTSH 003:2003 – Gestión de la calidad para la prestación de servicios turísticos. Establece directrices generales sobre enfoque al cliente, mejora continua, manejo de quejas, evaluación de la satisfacción y formación del talento humano.
- NTSH 007:2010 – Sostenibilidad para establecimientos de alojamiento y hospedaje. Incorpora criterios sociales, económicos y ambientales que deben ser gestionados desde la recepción, como el ahorro energético, el trato igualitario y la información sobre el entorno.

Estas normas, además de orientar a los hoteles en buenas prácticas, son también requisitos para obtener sellos como “Certificación en Calidad Turística” o “Sello de Sostenibilidad”, que mejoran la imagen del establecimiento y permiten acceder a incentivos estatales.

Protocolos de bioseguridad, accesibilidad y servicio al cliente

La pandemia de COVID-19 aceleró la necesidad de establecer protocolos de bioseguridad en la recepción hotelera. El Ministerio de Salud y Protección Social, junto con el MinCIT, expidió la Resolución 666 de 2020, que establece medidas de higiene, distanciamiento, control de temperatura, uso de elementos de protección y manejo de síntomas sospechosos.

Aunque su obligatoriedad disminuyó con el levantamiento de la emergencia sanitaria, muchas prácticas se han mantenido como parte de la cultura de servicio segura.

Además, la NTSH 009:2006 establece estándares de accesibilidad para personas con discapacidad en establecimientos turísticos, incluyendo la adecuación física de los espacios

de recepción, la señalización visual y táctil, y la capacitación del personal para ofrecer atención inclusiva.

Estas medidas no solo garantizan derechos fundamentales, sino que amplían la cobertura del servicio a segmentos desatendidos del mercado turístico.

En cuanto a la atención al cliente, los protocolos deben incluir criterios de cortesía, tiempos de respuesta, manejo de quejas, información clara y atención multilingüe, aspectos que son evaluados tanto por auditorías internas como por la percepción del huésped. La calidad no se define solamente por cumplir normas, sino por la experiencia integral que vive el usuario desde su llegada hasta su salida.

Desafíos de implementación en contextos territoriales

A pesar de los avances normativos, la implementación de las normas técnicas y los protocolos de calidad sigue enfrentando múltiples desafíos, especialmente en regiones como el Pacífico colombiano. La informalidad del sector, las limitaciones económicas de los

pequeños establecimientos y la baja disponibilidad de formación especializada dificultan la apropiación efectiva de estos estándares.

En este sentido, es necesario que las políticas públicas se acompañen de procesos de sensibilización, asistencia técnica y apoyo financiero, orientados a fortalecer las capacidades locales. Programas como “Turismo Región” y “Colombia Emprende e Innova”, impulsados por el Gobierno Nacional, deben incorporar estrategias específicas para la certificación progresiva de calidad en territorios históricamente excluidos de las dinámicas turísticas formales.

Promover la calidad en la recepción hotelera no es solo una apuesta técnica, sino también un compromiso ético con la dignidad del cliente, el trabajo decente del personal, la sostenibilidad del entorno y la construcción de confianza en los servicios turísticos del país.

Parte III. Recepción: el Arte de Acoger con Eficiencia y Calidez

En el entramado operativo de un hotel, la recepción constituye mucho más que un punto de entrada o una estación de registro. Se trata de un espacio simbólico, cargado de significado emocional, cultural y organizacional, donde se entrelazan la eficiencia técnica con la sensibilidad humana.

La recepción es, en esencia, el lugar donde el servicio comienza a materializarse, donde las expectativas del huésped encuentran su primera respuesta y donde se pone en juego la promesa de hospitalidad formulada por el establecimiento. Desde esta perspectiva, el arte de acoger no es un mero procedimiento rutinario, sino una forma de mediación humana que requiere conocimiento, empatía, atención al detalle y criterio profesional.

Históricamente, el acto de recibir al forastero ha sido un gesto cargado de simbolismo, asociado con prácticas de hospitalidad sagrada, normas de cortesía intercultural y vínculos sociales de confianza.

Esa herencia se ha traducido en los modernos protocolos de recepción como una conjunción de saberes técnicos y valores relacionales. En efecto, la recepción es el rostro del hotel, el primer escenario donde se verifica si las promesas de calidad y servicio coinciden con la experiencia real del huésped.

Diversos estudios han señalado que la percepción global de la experiencia hotelera se configura de manera decisiva en los primeros cinco minutos de interacción entre el cliente y el personal de recepción.

Esto convierte al recepcionista en una figura estratégica, tanto para la satisfacción del huésped como para la sostenibilidad del negocio. No se trata simplemente de realizar un check-in eficiente, sino de brindar una acogida significativa.

Esto implica habilidades comunicativas avanzadas, dominio de los sistemas informáticos, conocimiento de idiomas, manejo emocional frente a situaciones críticas, así como una comprensión profunda de la diversidad cultural, social y generacional de los usuarios.

En el contexto actual, marcado por la digitalización, la movilidad internacional, las crecientes demandas de personalización del servicio y la importancia de la reputación online, el rol de la recepción se ha complejizado.

Ya no basta con cumplir protocolos; se requiere interpretar necesidades no expresadas, resolver conflictos con diplomacia, orientar con asertividad, adaptar el lenguaje y las respuestas al perfil del huésped. Además, se exige del personal una constante actualización frente a los cambios en la legislación, los sistemas de gestión hotelera, los procesos de seguridad y las tendencias de consumo digital.

Esta parte del libro se enfoca en desentrañar la riqueza de esa labor. Se abordan las funciones operativas clave de la recepción, los retos organizativos que enfrenta en contextos reales, los procedimientos estándar como el check-in, el manejo del overbooking o la atención a clientes sin reserva, así como las estrategias de fidelización, servicio postestancia y recuperación de experiencias negativas.

Cada capítulo ofrece un análisis riguroso, con ejemplos aplicados y referencias académicas

que permiten comprender por qué la recepción es mucho más que una función administrativa: es un eje vertebral de la experiencia hotelera.

Reconocer esta complejidad es fundamental para elevar el nivel del servicio y dignificar el trabajo del personal de recepción. Al examinar estos aspectos, no solo se destaca la dimensión técnica del área, sino también su profunda carga ética, relacional y simbólica.

En una industria centrada en la experiencia, recibir bien no es un acto improvisado: es el resultado de formación, vocación, inteligencia emocional y sensibilidad cultural. En cada bienvenida se manifiestan no solo los estándares del hotel, sino también una postura ética frente al otro: una forma de ejercer hospitalidad que conjuga eficiencia con humanidad, y gestión con calidez.

La recepción como primer contacto: funciones, retos y emociones

En todo establecimiento hotelero, la recepción no solo representa un punto físico de atención, sino una zona simbólica donde se configura la primera impresión del huésped. Es, por excelencia, el espacio de bienvenida, de tránsito y de expectativa; el lugar donde el viajero transforma su condición de extraño en la de cliente, y donde se activa la promesa de hospitalidad. Desde esta perspectiva, la recepción es mucho más que un mostrador: es una interfaz humana, operativa y emocional que articula la lógica del servicio con las dinámicas subjetivas del encuentro.

La recepción como núcleo funcional del servicio hotelero

La recepción concentra una serie de funciones clave para la operación eficiente del hotel. Entre las más destacadas se encuentran: el control de reservas, el registro de ingreso y salida (check-in y check-out), la asignación de habitaciones, la entrega de llaves, el procesamiento de pagos, la orientación sobre servicios y el manejo de

peticiones, quejas o sugerencias (Bardi, 2011). Esta centralidad operativa exige un dominio amplio de procedimientos, sistemas informáticos y normativas vigentes.

Además, la recepción articula otros departamentos, como housekeeping, mantenimiento, seguridad y administración, por lo que su correcto funcionamiento es esencial para el flujo interno del hotel. De acuerdo con Walker (2019), el área de front office debe ser entendida como una “unidad de convergencia”, donde confluyen la atención al cliente, la operación logística y la imagen institucional del establecimiento.

El personal de recepción, por tanto, debe poseer competencias múltiples: habilidades comunicativas, conocimiento de idiomas, manejo de software especializado (como los PMS), comprensión del entorno local, y capacidad para resolver situaciones imprevistas. Esta complejidad convierte a la recepción en un verdadero “laboratorio” de la hospitalidad moderna.

Primer contacto: emoción, expectativa y percepción

El primer contacto entre el huésped y el personal de recepción es determinante para la percepción global del servicio. Estudios en psicología del consumidor han demostrado que las primeras impresiones influyen de forma significativa en la satisfacción final del cliente y en su disposición a recomendar el establecimiento. La forma de saludar, el lenguaje corporal, el tono de voz, la amabilidad, la agilidad del proceso y la claridad de la información son elementos que, en segundos, definen la experiencia.

Este primer momento está cargado de expectativas emocionales: el huésped puede llegar cansado, ansioso, desubicado o cargado de emociones por el contexto del viaje. Por eso, la actitud del recepcionista debe combinar empatía con eficacia. En palabras de Lashley (2018), el arte de recibir implica “leer al huésped”, anticipar sus necesidades y crear un ambiente de confianza desde el inicio.

Desde un enfoque sociológico, la recepción también puede interpretarse como un ritual de hospitalidad, donde se escenifican roles, jerarquías, códigos simbólicos y valores

culturales. En este ritual, el recepcionista representa la cara institucional del hotel y, en muchos casos, de la ciudad o región que el viajero visita por primera vez.

Retos del rol recepcionista: entre la técnica y la emocionalidad

Ejercer la labor de recepción implica enfrentar una serie de retos operativos, humanos y éticos. Algunos de los más comunes son:

Sobrecarga laboral en temporadas altas, con presión por tiempos de respuesta cortos y atención simultánea a múltiples clientes.

Manejo de conflictos y quejas, que requiere habilidades en negociación, escucha activa y control emocional.

Discriminación por razones de clase, raza o género, que exige aplicar protocolos de atención sin sesgos y garantizar una recepción inclusiva.

Adaptación tecnológica constante, con actualización de sistemas de reservas, facturación electrónica y atención multicanal.

Ambigüedad en el trato, donde se espera del recepcionista un trato cálido pero sin

involucramiento excesivo, lo que puede generar tensiones emocionales.

En este contexto, la formación del personal de recepción debe incluir no solo conocimientos técnicos, sino también educación emocional, comunicación intercultural y ética del cuidado. La recepción no debe ser vista como un puesto de entrada o transitorio, sino como una posición estratégica para la experiencia del cliente y el éxito del establecimiento.

La hospitalidad como práctica relacional y situada

Finalmente, es importante resaltar que la recepción, como acto de hospitalidad, es una práctica profundamente relacional y situada. No existe una única forma de atender, sino que esta se construye a partir del contexto cultural, las políticas del establecimiento, el perfil del cliente y la subjetividad del trabajador.

En regiones como el Pacífico colombiano, donde las formas de acogida están profundamente marcadas por la oralidad, la cercanía y la calidez, es clave que los estándares internacionales de servicio se adapten a las prácticas locales de

hospitalidad, sin imponer modelos que desconozcan los saberes territoriales. La profesionalización del sector no puede desligarse de una mirada crítica sobre el origen, la forma y el sentido de la recepción como experiencia humana.

Gestión de reservas, asignación y políticas operativas

La gestión de reservas y la asignación de habitaciones constituyen pilares esenciales de la operación hotelera moderna. Lejos de ser actividades meramente administrativas, estos procesos configuran la experiencia del cliente antes de su llegada, optimizan el uso de los recursos disponibles, reducen pérdidas económicas y fortalecen la imagen institucional del establecimiento. Una buena gestión de reservas refleja no solo eficiencia técnica, sino también sensibilidad comercial y comprensión de las dinámicas del mercado turístico.

Sistemas y canales de reserva: entre la centralización y la multicanalidad

La reserva es el primer paso formal en el proceso de alojamiento. Se trata de un acuerdo

anticipado entre el hotel y el huésped, que establece condiciones de ocupación, precios, fechas, garantías y servicios adicionales. Tradicionalmente, las reservas se hacían por teléfono o en persona, pero en la actualidad el entorno es predominantemente digital y multicanal.

Los hoteles utilizan diversos sistemas y canales de distribución:

- Motor de reservas propio (Booking Engine): vinculado al sitio web del hotel, permite una gestión directa sin comisiones.
- Agencias de viajes en línea (OTAs) como Booking.com, Expedia o Airbnb, que tienen gran alcance pero imponen comisiones elevadas.
- GDS (Global Distribution Systems): sistemas que conectan agencias de viajes físicas con inventarios hoteleros.
- Canales telefónicos, WhatsApp, correo electrónico o redes sociales, aún relevantes en mercados regionales y con clientes de mayor edad.

Para integrar todos estos canales y evitar sobreventas (overbooking), los hoteles recurren a herramientas como el Channel Manager, que sincroniza disponibilidad y tarifas en tiempo real. Estas herramientas suelen estar integradas en los Property Management Systems (PMS), como Opera, RoomRaccoon o Cloudbeds (Bardi, 2011).

Una gestión de reservas eficaz implica mantener inventarios actualizados, aplicar políticas de cancelación claras, confirmar datos de contacto, ofrecer opciones de garantía (tarjeta de crédito o pago anticipado) y adaptar la comunicación al perfil del cliente.

Asignación de habitaciones: lógica operativa y personalización

La asignación de habitaciones es una operación estratégica que debe equilibrar criterios logísticos, técnicos y de experiencia del cliente. El objetivo es optimizar la ocupación sin descuidar las preferencias y necesidades individuales.

Los criterios comunes en la asignación incluyen:

- Tipo de habitación solicitada (individual, doble, suite).
- Preferencias del huésped (piso alto, cama king, vista al mar).
- Disponibilidad física y condiciones técnicas (habitaciones en mantenimiento o bloqueadas).
- Segmento del cliente (turismo, negocios, grupos, huéspedes VIP).
- Balance de limpieza y rotación de habitaciones (controlado por el departamento de housekeeping).

La asignación puede hacerse de forma automática a través del PMS o manualmente, con intervención del recepcionista, especialmente cuando se busca personalizar la experiencia. En hoteles pequeños o con fuerte identidad de marca, la asignación se convierte en una oportunidad de crear valor emocional: elegir la mejor habitación para una pareja en luna de miel o para una persona con movilidad reducida expresa hospitalidad consciente.

Políticas operativas: control, flexibilidad y equidad

El servicio de alojamiento requiere de políticas internas claras, que regulen situaciones recurrentes como cancelaciones, sobreventas, llegadas anticipadas o salidas tardías. Estas políticas, si bien buscan proteger al establecimiento, también deben garantizar trato justo y transparente al cliente. Entre las más relevantes están:

- Política de cancelación: establece los plazos y penalidades para anular una reserva. Algunas permiten cancelación gratuita hasta 24 o 48 horas antes; otras aplican cargos por no show.
- Política de garantía: exige al cliente un respaldo de pago para confirmar la reserva. Puede incluir tarjeta de crédito, consignación o carta de compromiso empresarial.
- Política de no show: regula los casos en que el huésped no se presenta. Por lo general, implica un cobro equivalente a la primera noche.

- Política de early check-in y late check-out: permite flexibilizar horarios de entrada y salida según disponibilidad, a veces con cargos adicionales.
- Política de upgrade: ofrece mejoras en el tipo de habitación, ya sea por cortesía (fidelización) o por razones operativas (cuando no hay disponibilidad de la categoría reservada).

La comunicación transparente de estas políticas en el sitio web, en la confirmación de reserva y al momento del check-in es clave para evitar malentendidos y proteger la relación con el cliente.

Desafíos en contextos territoriales diversos

En regiones como el Pacífico colombiano, donde los niveles de formalización hotelera son variables, la implementación sistemática de políticas de reservas y asignación enfrenta desafíos estructurales. Muchos establecimientos de carácter familiar o comunitario no cuentan con plataformas tecnológicas ni protocolos definidos, lo que genera vulnerabilidad frente a

cancelaciones, confusión operativa y pérdida de ingresos.

Por ello, se hace necesario un enfoque de capacitación progresiva, que combine herramientas digitales accesibles (como Google Calendar o WhatsApp Business) con formación en servicio, contabilidad básica y atención al cliente. Instituciones como el SENA, el Viceministerio de Turismo y las Cámaras de Comercio han desarrollado programas de acompañamiento que pueden ser clave para fortalecer la capacidad de gestión de reservas en estas zonas.

La estandarización de procesos no debe significar uniformidad rígida, sino la construcción de políticas flexibles y contextualizadas, que respeten la identidad cultural de cada territorio y permitan a los emprendimientos turísticos crecer sin perder su autenticidad.

Check-in, check-out, overbooking y atención a walk-ins

Las operaciones de check-in y check-out constituyen dos momentos clave del ciclo de

estancia del huésped. Mientras el primero marca el inicio formal de la experiencia de alojamiento, el segundo sintetiza la percepción global del servicio recibido.

Junto a estas operaciones, situaciones como el overbooking y la atención a clientes sin reserva previa (walk-ins) presentan desafíos operativos, éticos y relacionales que requieren protocolos claros, personal capacitado y capacidad de respuesta contextualizada.

Check-in: bienvenida estructurada y primera impresión

El check-in es el procedimiento mediante el cual el huésped formaliza su ingreso al establecimiento. Incluye varias acciones: confirmación de reserva, validación de identidad, entrega de información general sobre el hotel, asignación de habitación, entrega de llave o tarjeta magnética, y firma de documentos requeridos (Walker, 2019). Este proceso, que suele durar entre 3 y 10 minutos, debe ser ágil pero atento, técnico pero cordial.

La experiencia del check-in influye de forma determinante en la primera impresión del

cliente. Según estudios de comportamiento del consumidor, un proceso lento, impersonal o burocrático puede deteriorar la imagen del hotel, incluso si otros aspectos del servicio son de alta calidad. Por el contrario, un recibimiento cálido, eficiente y personalizado contribuye a generar confianza y fidelidad.

En contextos tecnológicos actuales, muchos establecimientos han implementado check-in digital o exprés, que permite al huésped diligenciar datos con antelación y solo recoger su llave al llegar. Sin embargo, en establecimientos pequeños o territorios donde el factor humano prima, el check-in presencial sigue siendo un espacio simbólicamente importante, donde se expresa la hospitalidad local.

Check-out: cierre de experiencia y oportunidad de evaluación

El check-out representa la salida formal del huésped. Implica el pago de consumos, devolución de la habitación, revisión de minibar o elementos dañados, y entrega de factura. También puede incluir una encuesta de

satisfacción, recomendaciones para el viaje y agradecimientos personalizados.

Un check-out bien ejecutado consolida la percepción positiva del servicio y puede transformarse en un momento de fidelización. Las demoras, errores de facturación o actitudes indiferentes en este punto pueden arruinar la experiencia general, incluso si la estancia fue satisfactoria.

La tendencia actual apunta a la automatización parcial del check-out, con cargos automáticos a tarjetas, envío de factura por correo y posibilidad de dejar la llave en un buzón. Aun así, los hoteles con enfoque relacional siguen priorizando la interacción directa para recibir retroalimentación y fortalecer el vínculo con el cliente.

Overbooking: entre la eficiencia y el dilema ético

El overbooking ocurre cuando el número de reservas confirmadas supera el número real de habitaciones disponibles. Aunque puede parecer una negligencia, en realidad se trata de una estrategia deliberada en muchos casos,

basada en estadísticas de cancelaciones y no shows.

Desde una lógica empresarial, el overbooking busca maximizar la ocupación y reducir pérdidas por habitaciones vacías. Sin embargo, su aplicación indebida puede derivar en conflictos, pérdida de reputación y vulneración de los derechos del huésped (OECD, 2022).

Cuando ocurre, el protocolo debe incluir:

- Explicación clara y honesta al cliente.
- Traslado a otro hotel de igual o mayor categoría sin costo.
- Asunción del transporte y llamadas necesarias.
- Compensaciones (noches gratis, descuentos, upgrades futuros).

La gestión ética del overbooking requiere equilibrio entre rentabilidad y cuidado del cliente. En territorios donde el turismo está ligado a la identidad cultural, como en el Pacífico colombiano, la práctica del overbooking debe evaluarse cuidadosamente para no socavar la

confianza y la reputación de los emprendimientos locales.

Walk-ins: oportunidad y reto de lo imprevisto

Los walk-ins son huéspedes que llegan sin reserva previa. Pueden representar una fuente de ingreso inesperado o una carga operativa según la capacidad del establecimiento y el momento de la llegada. Los hoteles deben tener una estrategia definida para su atención, que contemple:

- Consulta de disponibilidad en tiempo real.
- Aplicación de tarifas de mostrador, generalmente más altas que las de reserva anticipada.
- Registro rápido con garantía inmediata.
- Información clara sobre condiciones y políticas.

En regiones con baja conectividad o donde los turistas viajan sin planificación estricta, los walk-ins representan una parte significativa de la clientela. Atenderlos con profesionalismo y empatía permite no solo llenar habitaciones

vacías, sino también crear relaciones duraderas con viajeros espontáneos.

Desde una perspectiva formativa, es clave entrenar al personal para atender este tipo de clientes con la misma calidad y calidez que a los huéspedes reservados, evitando prejuicios o respuestas reactivas. En muchos casos, el walk-in puede convertirse en cliente frecuente o recomendar el establecimiento a otros.

Resolución de conflictos y fidelización del huésped

En el entorno hotelero contemporáneo, la calidad del servicio no se mide únicamente por la eficiencia de los procesos o el lujo de las instalaciones, sino por la capacidad del personal para responder con inteligencia emocional, agilidad operativa y sensibilidad cultural ante situaciones de conflicto.

En este capítulo se abordan las principales estrategias para enfrentar y transformar conflictos en oportunidades de fidelización del huésped, desde una perspectiva integral que combina técnica, empatía y visión organizacional.

Los conflictos que surgen en la recepción de un hotel pueden tener diversas causas, y es fundamental que el personal esté preparado para identificarlas con claridad y responder de manera proporcional. Según su naturaleza, pueden clasificarse en tres grandes categorías:

- Conflictos por expectativas no cumplidas, como asignación errónea de habitaciones, diferencias entre la reserva y lo ofrecido, o falta de disponibilidad de servicios promocionados.
- Conflictos operativos o de servicio, derivados de demoras en el check-in, errores en la facturación, mal funcionamiento de servicios (aire acondicionado, internet, limpieza, etc.).
- Conflictos relacionales o emocionales, como percepciones de descortesía, malentendidos culturales o trato indiferente.

En todos los casos, el personal de recepción actúa como primer filtro emocional y puente entre el huésped y la organización. La literatura especializada resalta que la combinación de

escucha activa, validación emocional y solución efectiva es clave para revertir situaciones adversas. La implementación de protocolos estructurados, como el modelo LAST (Listen, Apologize, Solve, Thank), proporciona un marco operativo eficaz (Walker, 2019).

No obstante, más allá de los protocolos, se requiere una cultura de empoderamiento del personal para que pueda tomar decisiones con agilidad: ofrecer cambios de habitación, compensaciones simbólicas o disculpas bien comunicadas, sin que cada paso dependa de una autorización superior. Esta autonomía, dentro de unos márgenes definidos, no solo alivia tensiones, sino que refuerza la percepción de profesionalismo y compromiso.

El desempeño efectivo en la gestión de conflictos en recepción requiere una combinación de habilidades técnicas y socioemocionales. Entre las más relevantes destacan:

- Comunicación asertiva y empática: usar un lenguaje claro, amable y profesional para evitar malentendidos y transmitir tranquilidad.

- Regulación emocional: mantener la calma ante huéspedes molestos o en crisis, sin tomar los reclamos como ataques personales.
- Capacidad de negociación y mediación: encontrar soluciones de beneficio mutuo cuando las demandas del huésped no pueden satisfacerse por completo.
- Conocimiento normativo y operativo: estar familiarizado con las políticas internas, márgenes de acción y recursos disponibles para responder con eficacia.

Estas habilidades no son innatas, sino desarrollables mediante procesos de formación continua, simulaciones, acompañamiento en campo y retroalimentación. La calidad del servicio en contextos de conflicto revela, en última instancia, el nivel de preparación institucional y el compromiso con una hospitalidad de calidad.

Fidelizar a un huésped no es una tarea puntual, sino el resultado acumulativo de múltiples interacciones exitosas. En la recepción hotelera, cada gesto cuenta: desde el saludo inicial hasta

la despedida, cada detalle construye una experiencia que puede marcar la diferencia entre un cliente eventual y uno recurrente.

Los programas tradicionales de fidelización — como acumulación de puntos, descuentos especiales o membresías— siguen teniendo valor, pero deben complementarse con una experiencia personalizada y afectiva, donde el huésped se sienta reconocido, valorado y comprendido.

Un aspecto clave es la gestión de las emociones post-conflicto: diversas investigaciones han demostrado que una queja bien manejada puede generar niveles de satisfacción incluso mayores que una experiencia sin contratiempos. Este fenómeno, conocido como "efecto recuperación", pone en evidencia el poder transformador de la atención hotelera cuando está bien estructurada y humanizada.

Entre las estrategias efectivas de fidelización desde la recepción destacan:

- Recordar preferencias del cliente habitual (ej. tipo de habitación, horario de desayuno, etc.).

- Realizar seguimiento post-estadía para agradecer la visita y recoger sugerencias.
- Ofrecer upgrades o detalles de cortesía en fechas especiales.
- Invitaciones personalizadas a eventos o promociones basadas en el perfil del huésped.

Estas acciones, más allá del marketing, reflejan una ética de la hospitalidad orientada al cuidado, que genera vínculos duraderos y prestigio institucional.

En conclusión, la capacidad de gestionar conflictos de manera eficaz y de fidelizar al huésped en cada interacción constituye uno de los pilares fundamentales de una hospitalidad profesional, resiliente y con sentido humano. No basta con evitar problemas: se trata de saber responder cuando ocurren y de transformar lo adverso en aprendizaje y vínculo.

La recepción hotelera, por tanto, no debe concebirse únicamente como una función administrativa, sino como un espacio estratégico de construcción de experiencia, confianza y lealtad. Apostar por su

fortalecimiento significa invertir en la reputación del hotel, en la formación del personal y en la consolidación de una propuesta de valor distintiva.

Parte IV Futuro y Desafíos de la Recepción y la Hospitalidad

La industria hotelera ha sido históricamente una expresión sofisticada del arte de recibir. Sin embargo, en el siglo XXI, ese arte se encuentra inmerso en una transformación profunda, marcada por cambios tecnológicos vertiginosos, expectativas sociales emergentes, exigencias ambientales urgentes y un entorno global en constante reconfiguración.

Esta parte del libro propone una reflexión sobre el horizonte hacia el cual se dirige la recepción hotelera, entendida no solo como un conjunto de funciones técnicas, sino como un campo en el que convergen decisiones estratégicas, sensibilidad humana y responsabilidad ética.

En la actualidad, la recepción debe asumir múltiples retos simultáneos: la digitalización progresiva de los procesos, la incorporación de tecnologías inteligentes (como PMS, CRM, inteligencia artificial y automatización), la protección de datos personales, la adaptación a huéspedes cada vez más diversos y exigentes, y el compromiso con prácticas sostenibles e

inclusivas. A esto se suma una conciencia creciente sobre el bienestar emocional tanto del personal como de los visitantes, lo que plantea nuevas preguntas sobre la ética del servicio, el sentido del trabajo y la sostenibilidad humana de las operaciones hoteleras.

El avance tecnológico ha abierto posibilidades inusitadas para personalizar la experiencia del huésped, anticipar sus necesidades mediante el análisis de datos, optimizar procesos logísticos y reducir errores humanos. Pero también ha generado tensiones en torno a la privacidad, la dependencia digital y la deshumanización del servicio. ¿Hasta qué punto puede automatizarse una experiencia que, por esencia, es interpersonal? ¿Cómo equilibrar eficiencia y calidez, innovación y cuidado, inmediatez y respeto?

Por otra parte, fenómenos como la crisis climática, los desplazamientos forzados, las pandemias y el agotamiento emocional en sectores de atención han evidenciado la necesidad de repensar la hospitalidad como un derecho cultural, una práctica inclusiva y un espacio de relación donde prime la dignidad. El

futuro de la recepción no se juega únicamente en los avances tecnológicos, sino en su capacidad de adaptarse sin perder su centro humano.

Esta sección no pretende ofrecer recetas acabadas, sino abrir el debate sobre lo que significa acoger en un mundo cambiante. Se examinan aquí los principales avances digitales, los desafíos de la ciberseguridad, las nuevas formas de atención orientadas al bienestar y la necesidad de una ética hotelera que dé sentido al oficio de recibir. El objetivo es contribuir a una visión renovada de la recepción: más consciente, más crítica, más sensible a su entorno, y sobre todo, más humana.

Hospitalidad digital: PMS, CRM, automatización y atención híbrida

La transformación digital ha dejado de ser una tendencia para convertirse en un componente estructural de la gestión hotelera contemporánea. En un entorno globalizado y altamente competitivo, la incorporación de tecnologías en los procesos de recepción no solo responde a exigencias de eficiencia, sino también a nuevas expectativas de los huéspedes,

que valoran la rapidez, la personalización y la posibilidad de interactuar a través de múltiples canales.

En este escenario, herramientas como los sistemas de gestión de propiedades (Property Management Systems, PMS), los sistemas de gestión de relaciones con el cliente (Customer Relationship Management, CRM), la automatización y los modelos de atención híbrida se han consolidado como pilares de la hospitalidad digital.

PMS: corazón operativo del hotel moderno

El PMS es el sistema central que permite controlar, coordinar y automatizar las operaciones de un hotel. Desde la recepción hasta la contabilidad, el PMS gestiona reservas, check-in y check-out, asignación de habitaciones, facturación, limpieza y mantenimiento.

Entre los sistemas más utilizados a nivel global se encuentran Opera (Oracle), Cloudbeds, eZee Absolute y RoomRaccoon, cada uno con particularidades según el tamaño del hotel y su enfoque comercial (Bardi, 2011).

Una de las ventajas del PMS es la integración con otros módulos como el motor de reservas, el channel manager o el POS (sistema de punto de venta). Esta capacidad de interconexión permite centralizar la información, reducir errores y optimizar el flujo de trabajo. Además, los PMS en la nube facilitan el acceso remoto, actualizaciones automáticas y mayor seguridad de los datos.

Para los hoteles en regiones como el Pacífico colombiano, la implementación de un PMS puede representar una oportunidad estratégica para profesionalizar la gestión, competir en el mercado digital y mejorar la experiencia del huésped. No obstante, su adopción requiere infraestructura tecnológica básica, conectividad y formación del personal, elementos que aún representan retos importantes en contextos territoriales diversos.

CRM: construir relaciones más allá de la estadía

El CRM es una herramienta que permite gestionar y analizar la información del cliente con el fin de ofrecer una atención más

personalizada, construir lealtad y diseñar campañas de marketing efectivas. A diferencia del PMS, que está centrado en las operaciones, el CRM se enfoca en la relación a largo plazo con el huésped (Kotler et al., 2022).

El uso estratégico de CRM en la hotelería permite:

- Registrar preferencias de los huéspedes (tipo de habitación, dieta, fechas frecuentes).
- Segmentar la base de datos para enviar promociones personalizadas.
- Automatizar encuestas de satisfacción post-estadía.
- Detectar patrones de comportamiento para anticipar necesidades.

Integrado al PMS, el CRM se convierte en una poderosa herramienta de hospitalidad proactiva, donde el hotel no solo reacciona a las solicitudes, sino que anticipa deseos y personaliza servicios. Esta lógica de “conocer para cuidar” refuerza el vínculo emocional entre huésped y marca, diferenciando al

establecimiento en un mercado saturado de ofertas similares.

Automatización: eficiencia sin perder humanidad

La automatización en recepción se manifiesta en múltiples formas: kioscos de auto check-in, apertura de habitaciones con código QR, chatbots para atención básica, envío automático de facturas, respuestas programadas en WhatsApp o correo electrónico. Estas soluciones buscan reducir tiempos, liberar al personal de tareas repetitivas y garantizar disponibilidad de atención las 24 horas (Walker, 2019).

Sin embargo, la automatización plantea dilemas relevantes:

- ¿Qué tareas pueden automatizarse sin afectar la calidad del servicio?
- ¿Cómo preservar la calidez y el trato humano en un entorno digitalizado?
- ¿Qué habilidades debe desarrollar el personal para adaptarse a este cambio?

La clave no está en reemplazar a los trabajadores, sino en redefinir su rol. En vez de

centrarse en tareas administrativas, el personal puede enfocarse en resolver situaciones complejas, acompañar emocionalmente al huésped, detectar oportunidades de mejora y representar los valores del hotel.

En regiones como Buenaventura, donde la dimensión cultural de la hospitalidad es muy fuerte, la automatización debe implementarse de manera contextual y cuidadosa, respetando las formas locales de relación y evitando una tecnificación excesiva que pueda generar distancia con el cliente.

Atención híbrida: lo mejor de dos mundos

El modelo de atención híbrida combina la eficiencia de la tecnología con la calidez del trato humano. Implica ofrecer múltiples canales de contacto (presencial, telefónico, digital) y adaptarse a las preferencias de cada huésped. Mientras algunos valoran la interacción cara a cara, otros prefieren gestionar todo desde su celular.

Este enfoque requiere:

- Plataformas integradas de comunicación (como suites omnicanal).
- Personal capacitado en herramientas digitales y en habilidades sociales.
- Protocolos de atención coherentes en todos los canales.
- Supervisión y mejora continua de la experiencia del cliente.

La atención híbrida es especialmente útil para acomodar públicos diversos: turistas internacionales, jóvenes digitales, adultos mayores, viajeros de negocios, grupos familiares. Su implementación no debe verse como una moda, sino como una estrategia para garantizar inclusión, accesibilidad y satisfacción en un entorno plural.

Protección de datos, ciberseguridad y confianza del huésped

En la era digital, donde la información personal circula de forma constante por redes y dispositivos interconectados, la protección de datos se ha convertido en un pilar fundamental de la hospitalidad responsable. Para los hoteles,

especialmente en el área de recepción, el manejo seguro de la información no solo es un deber legal, sino también un elemento clave para generar confianza, fidelización y reputación. A su vez, la ciberseguridad constituye el conjunto de estrategias y tecnologías que buscan resguardar estos datos frente a accesos no autorizados, filtraciones o ataques informáticos, un riesgo creciente en el entorno del turismo global.

La recepción como punto crítico de manejo de datos personales

Durante el proceso de check-in, los huéspedes entregan información sensible: nombres completos, documentos de identidad, datos de contacto, tarjetas de crédito, preferencias de consumo e incluso detalles sobre su estado de salud o alimentación. Esta información, almacenada en sistemas PMS, bases de datos o formularios digitales, está sujeta a riesgos si no se cuenta con protocolos adecuados de privacidad y custodia (Walker, 2019).

En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece los principios para la protección de datos

personales, reconociendo derechos como el acceso, corrección, supresión y autorización previa del titular. Esta ley exige a los establecimientos hoteleros contar con políticas claras de tratamiento de datos, mecanismos de consulta y canales para atender solicitudes relacionadas con el manejo de la información (Superintendencia de Industria y Comercio, 2023).

Además, la norma técnica sectorial NTS TS 003 para alojamientos y hospedajes turísticos exige como parte de sus criterios de calidad el cumplimiento de la legislación en protección de datos, lo que obliga a los hoteles a capacitar a su personal, establecer procedimientos y garantizar medidas de seguridad física y digital.

Amenazas cibernéticas en la hospitalidad digital

Con la creciente digitalización de los procesos hoteleros, desde la reserva online hasta el check-out automatizado, los riesgos asociados a la ciberseguridad han aumentado. Algunos de los principales ataques que pueden afectar a los hoteles incluyen:

- Phishing: correos fraudulentos dirigidos al personal para obtener acceso a sistemas.
- Malware y ransomware: software malicioso que puede secuestrar información a cambio de un rescate económico.
- Acceso no autorizado a bases de datos: por contraseñas débiles o sistemas desactualizados.
- Interceptación de comunicaciones sin cifrado: especialmente en redes Wi-Fi públicas.

Casos emblemáticos como el ataque informático sufrido por la cadena Marriott en 2018 —que afectó a más de 500 millones de clientes— han demostrado la vulnerabilidad del sector y la necesidad de implementar sistemas robustos de ciberprotección (OECD, 2022).

Protocolos de protección y buenas prácticas

Frente a estos riesgos, los hoteles deben adoptar medidas proactivas y sostenidas para garantizar

la seguridad de la información. Entre las principales recomendaciones destacan:

- Establecer políticas internas de seguridad digital, incluyendo roles, permisos y responsabilidades.
- Utilizar sistemas PMS y CRM certificados, actualizados y con respaldo automático.
- Realizar copias de seguridad regulares en servidores seguros.
- Encriptar la información sensible y restringir su acceso solo a personal autorizado.
- Capacitar de forma continua al equipo de recepción en temas de ciberseguridad.
- Implementar protocolos de respuesta ante incidentes, que permitan actuar rápidamente frente a un ataque.
- Utilizar conexiones HTTPS, contraseñas seguras y autenticación en dos pasos para el acceso a plataformas.

Estas acciones no solo disminuyen la probabilidad de una filtración, sino que también envían un mensaje claro al huésped: su

información es tratada con responsabilidad, cuidado y profesionalismo.

Construir confianza desde la ética digital

La confianza del huésped no se construye únicamente con una sonrisa en el check-in o con una habitación impecable. En un entorno digitalizado, esta confianza se fortalece cuando el cliente percibe que su información es respetada y protegida. Las encuestas de satisfacción de usuarios de servicios turísticos revelan que más del 60 % de los huéspedes considera fundamental saber cómo se usan sus datos personales antes de decidir si volverían a hospedarse en el mismo lugar.

En este sentido, la transparencia es un valor esencial. Informar al cliente sobre el uso de sus datos, solicitar consentimiento de manera clara, explicar las políticas de privacidad y ofrecer canales de contacto para cualquier inquietud fortalece la relación con el huésped y posiciona al hotel como una institución ética y moderna.

Asimismo, en regiones donde la transformación digital avanza a ritmos desiguales, como en el Pacífico colombiano, este enfoque ético es clave

para construir hospitalidad basada en la confianza comunitaria y no en la desconfianza digital. Los hoteles que logren equilibrar tradición, tecnología y responsabilidad serán los que lideren una hospitalidad más humana y segura.

Recepción sostenible, inclusiva y orientada al bienestar

En el contexto actual, marcado por la crisis climática, la exigencia de equidad social y la creciente conciencia sobre el bienestar integral, la recepción hotelera ya no puede limitarse a ser eficiente y funcional.

Se requiere una transformación profunda que la convierta en un espacio de hospitalidad consciente, en donde la sostenibilidad ambiental, la inclusión de todas las personas y la promoción activa del bienestar físico, emocional y relacional estén en el centro de las prácticas cotidianas. Este enfoque no solo responde a nuevas demandas sociales y normativas, sino que posiciona a los hoteles como actores relevantes en la construcción de un turismo más justo, regenerativo y humano.

Recepción y sostenibilidad: prácticas responsables desde el ingreso

La sostenibilidad ha dejado de ser un atributo accesorio para convertirse en un criterio de legitimidad. En la recepción, este principio se traduce en prácticas concretas como la digitalización de procesos para reducir el uso de papel, la utilización de materiales reciclados o biodegradables, la eficiencia energética en sistemas de iluminación y climatización, y la incorporación de criterios ambientales en la atención al cliente.

Asimismo, la formación del personal de recepción debe incluir componentes sobre turismo sostenible, impacto ambiental del sector y estrategias de sensibilización al huésped. Pequeños gestos —como invitar al visitante a reducir el cambio de toallas, explicar las políticas ecológicas del hotel o sugerir rutas turísticas responsables— contribuyen a una recepción coherente con los principios de sostenibilidad.

En Colombia, normas como la NTS TS 002 y la NTS TS 003 incluyen directrices ambientales para establecimientos de alojamiento y

hospedaje, promoviendo la gestión responsable de residuos, la eficiencia energética y el uso racional del agua (ICONTEC, 2021). Cumplir con estas normativas no solo mejora la calidad del servicio, sino que fortalece la reputación del hotel ante un público cada vez más consciente.

Inclusión: accesibilidad, diversidad y equidad en la recepción

Una recepción verdaderamente inclusiva debe ser capaz de acoger a todas las personas, sin discriminación por razón de género, edad, raza, discapacidad, orientación sexual, nacionalidad, lengua o condición social. Esto implica adoptar medidas que garanticen la accesibilidad universal (física, comunicativa, digital), así como promover una cultura organizacional sensible a la diversidad y la equidad.

En términos operativos, la inclusión se refleja en:

- Mostradores adaptados para personas en silla de ruedas.
- Personal capacitado en lenguaje de señas o atención a adultos mayores.

- Señalética en braille o con pictogramas.
- Formularios accesibles digitalmente.
- Protocolos libres de sesgos o estereotipos.

Pero también se manifiesta en la actitud del equipo de recepción: la capacidad de recibir sin prejuicios, escuchar con empatía, reconocer la diferencia como valor. Como advierte la Organización Mundial del Turismo (2022), la inclusión no es solo un criterio de calidad, sino una expresión ética del derecho al turismo para todos.

En regiones como el Pacífico colombiano, con alta presencia de población afrodescendiente, comunidades indígenas y personas en situación de vulnerabilidad, la inclusión debe articularse con una comprensión intercultural y territorializada de la hospitalidad. La recepción se convierte así en un espacio simbólico de encuentro, reconocimiento y dignificación.

Bienestar del huésped y del equipo: una hospitalidad integral

La noción de bienestar, aunque asociada tradicionalmente al huésped, debe extenderse también al personal de recepción. Una hospitalidad orientada al bienestar es aquella que cuida tanto de quien llega como de quien atiende, entendiendo que solo un equipo valorado, respetado y emocionalmente estable puede brindar atención cálida y de calidad (Goleman, 2006).

Para el huésped, esto implica una recepción que anticipe sus necesidades, respete su privacidad, facilite su descanso y ofrezca experiencias significativas desde el primer contacto. Para el personal, supone condiciones laborales dignas, jornadas adecuadas, espacios de autocuidado, formación continua y canales efectivos de comunicación interna.

El bienestar no es un lujo, sino una condición de sostenibilidad social. En contextos donde la informalidad, el estrés y la precariedad son frecuentes —como ocurre en muchos sectores turísticos—, los hoteles que apuestan por el bienestar organizacional se posicionan como referentes de ética empresarial y responsabilidad social.

Hacia una recepción regenerativa y sensible al territorio

El concepto de hospitalidad regenerativa invita a ir más allá de la sostenibilidad, promoviendo modelos que no solo minimicen impactos, sino que contribuyan activamente a la revitalización de los ecosistemas, las culturas y las comunidades locales.

En este sentido, la recepción puede convertirse en un espacio de mediación cultural, promoción de productos locales, divulgación de buenas prácticas y diálogo entre visitantes y territorio.

En el caso del Pacífico colombiano, esta visión cobra especial relevancia. Una recepción regenerativa es aquella que reconoce la riqueza biocultural del entorno, valora los saberes locales y promueve un turismo que no expolia ni homogeniza, sino que fortalece las capacidades del territorio.

Ética hotelera y hospitalidad con sentido

La hotelería, como manifestación de la hospitalidad organizada, no solo se inscribe en las lógicas del mercado y la eficiencia operativa,

sino también en una red de responsabilidades humanas, sociales y culturales. En este sentido, hablar de ética hotelera no es un ejercicio accesorio ni una simple declaración de principios, sino un componente estructural de la experiencia de alojamiento.

La recepción, el servicio, la relación con el entorno y la atención al cliente se configuran también como espacios donde se pone en juego la dignidad, el respeto, la equidad y la justicia.

En un mundo marcado por la hipercompetencia, la automatización y el consumo acelerado, el riesgo de reducir la hospitalidad a una transacción estandarizada está siempre presente. Sin embargo, diversos estudios en turismo y ética han señalado que la sostenibilidad a largo plazo de la industria depende de su capacidad para generar confianza, sentido y valor social. Esto implica reorientar las prácticas hacia una atención centrada en el ser humano, en la diversidad cultural y en el impacto positivo sobre las comunidades receptoras.

Dignidad laboral en el sector hotelero

La ética hotelera se evidencia, ante todo, en el trato hacia quienes sostienen el funcionamiento del hotel: sus trabajadores. Las largas jornadas, la sobrecarga de funciones, la falta de estabilidad contractual o la carencia de espacios de bienestar son realidades que afectan directamente la calidad del servicio y la dignidad del trabajador.

Promover una cultura laboral ética implica garantizar condiciones contractuales claras, remuneración justa, respeto por los tiempos de descanso, y acceso a formación y ascenso profesional. Más allá del cumplimiento normativo, se trata de reconocer la centralidad del factor humano en la experiencia hotelera.

Además, la dignificación del trabajo en el sector hotelero requiere establecer canales de participación, evaluación periódica de clima organizacional y políticas de igualdad salarial y de género. Es fundamental superar la visión del colaborador como recurso sustituible y avanzar hacia su reconocimiento como sujeto con derechos, emociones y trayectorias vitales que enriquecen la propuesta de valor del establecimiento.

Responsabilidad social y justicia territorial

La relación entre un hotel y su entorno va mucho más allá de su ubicación geográfica. Implica decisiones económicas, culturales y ambientales que inciden directamente en la vida local. Una ética hotelera sólida debe contemplar el respeto por la cultura del lugar, la generación de empleo decente, el consumo de bienes y servicios locales, y el compromiso con el desarrollo sostenible.

En contextos de vulnerabilidad social o de fragilidad ambiental, como ocurre en muchas regiones turísticas, la implementación de planes de responsabilidad social empresarial debe partir del diálogo con las comunidades, reconociendo sus saberes y necesidades.

Así mismo, el diseño arquitectónico, la oferta de actividades y la política de abastecimiento deben incorporar criterios de coherencia cultural, accesibilidad e impacto ambiental. Incorporar la justicia territorial como principio ético permite repensar el modelo de negocio desde una lógica de corresponsabilidad y beneficio mutuo.

Veracidad, transparencia y trato justo al cliente

La relación con el huésped se construye a partir de la confianza. Esta se alimenta con prácticas de comunicación veraz, accesible y oportuna. Publicidad engañosa, cargos ocultos, servicios no especificados o atención diferenciada según origen o apariencia del cliente son prácticas que erosionan la credibilidad de un establecimiento.

Por el contrario, políticas claras de atención, protocolos de no discriminación, mecanismos efectivos de reclamos y reparación, y un lenguaje respetuoso en todos los canales de comunicación fortalecen el vínculo entre el huésped y la institución. Esta ética del trato justo incluye también la gestión adecuada de expectativas: no se trata de prometer experiencias idílicas sino de garantizar lo ofrecido, reconociendo límites y brindando soluciones ante eventuales errores. Asimismo, cultivar una actitud de escucha empática y disposición de servicio auténtico convierte cada interacción en una oportunidad de construir fidelidad y reputación.

Ética digital y protección de datos

La digitalización ha transformado los procesos de atención hotelera, desde la reserva hasta el check-out. Sin embargo, este avance también ha generado nuevos dilemas éticos, especialmente relacionados con el manejo de datos personales. El almacenamiento de información sensible (documentos, tarjetas de crédito, hábitos de consumo) debe estar protegido mediante protocolos robustos, accesibles al cliente y auditables por las autoridades competentes.

Más allá del cumplimiento legal (como la Ley 1581 de 2012 en Colombia), la ética digital en el sector hotelero exige prácticas responsables en el uso de software de gestión, sistemas biométricos y plataformas de comunicación con el cliente. Se deben establecer políticas explícitas de consentimiento informado, limitar el acceso interno a los datos y brindar garantías reales de confidencialidad. También se requiere capacitación del personal para evitar filtraciones involuntarias o el uso inadecuado de herramientas digitales.

Formación ética y desarrollo humano del personal

La calidad del servicio hotelero no depende únicamente del conocimiento técnico, sino también de la sensibilidad humana de quien lo presta. Por eso, formar en ética es formar en humanidad: en cómo tratar al otro con respeto, en cómo contener situaciones difíciles sin recurrir a la violencia, en cómo valorar la diversidad sin caer en estereotipos.

La formación continua en inteligencia emocional, atención inclusiva, resolución de conflictos, lenguaje no verbal y comunicación intercultural debería ser un eje transversal en cualquier programa de capacitación. Además, promover espacios de reflexión colectiva sobre dilemas éticos cotidianos fortalece el clima laboral y cohesiona al equipo en torno a principios compartidos. Esta formación debe ir más allá de los manuales, e incluir estudios de caso reales, metodologías vivenciales, juegos de rol y análisis de contextos diversos. Así, el personal se empodera no solo para actuar correctamente, sino para discernir y decidir con criterio.

Una hospitalidad con sentido

Reivindicar la ética como parte esencial de la hospitalidad significa volver al origen del oficio de recibir: un gesto de cuidado, de protección, de reconocimiento del otro como digno de descanso y buen trato. En un mundo acelerado, fragmentado y cada vez más digitalizado, esta perspectiva ética se convierte en un acto contracultural que revaloriza lo humano por encima de la rentabilidad inmediata.

Una hotelería con sentido no teme a la complejidad, sino que la asume: reconoce su rol como actor social, como generador de cultura y como espacio de encuentro entre mundos diversos. Esto implica repensar los indicadores de éxito, incorporar criterios de bienestar subjetivo y comunitario, y asumir la misión de construir entornos más justos y habitables. En última instancia, una recepción ética no es solo aquella que saluda con cortesía, sino la que abre la puerta a experiencias dignas, a relaciones significativas y a una convivencia respetuosa en la diversidad.

Conclusiones y proyecciones

El ejercicio de pensar la recepción y la hospitalidad desde un enfoque académico, contextual y humanizado ha permitido visibilizar que este oficio, lejos de ser una simple actividad operativa, constituye un punto de encuentro entre culturas, un espacio de gestión de emociones y un escenario de decisiones éticas cotidianas. A lo largo del libro, se ha trazado una línea narrativa que une historia, técnica, innovación y territorio, con el propósito de reconocer la complejidad y el potencial transformador de la recepción hotelera en el siglo XXI.

Síntesis de aprendizajes: más allá del mostrador

Uno de los hallazgos centrales de esta obra es que la recepción no puede reducirse a un conjunto de tareas logísticas o administrativas. Su función trasciende el control de reservas, el cobro de tarifas o la entrega de llaves. La recepción es, en realidad, el primer gran umbral simbólico del hotel, el espacio donde se inicia

una experiencia emocional, cultural y sensorial para el huésped.

A través de sus múltiples capítulos, el libro ha mostrado cómo la recepción encarna los valores de la organización y refleja el modelo de hospitalidad que se quiere ofrecer. No se trata solo de atender con amabilidad, sino de construir relaciones significativas con cada visitante, respondiendo a sus expectativas, reconociendo sus singularidades y acompañando sus necesidades. La capacidad de adaptación del personal de recepción, su dominio de múltiples lenguajes (tecnológicos, culturales, emocionales), y su disposición para resolver conflictos de manera empática y eficiente, han emergido como competencias fundamentales del rol.

Además, se ha resaltado la importancia de comprender el contexto territorial y sociocultural en el que se desarrolla la recepción. En lugares como el Pacífico colombiano, caracterizados por una gran diversidad étnica, desafíos estructurales y riqueza cultural, el acto de recibir adquiere matices específicos. Formar recepcionistas en

estos territorios exige integrar saberes locales, lenguas propias, sensibilidades históricas y una mirada crítica sobre las desigualdades. La recepción puede ser así una escuela de ciudadanía y convivencia en contextos multiculturales.

Ética de la recepción: dignidad, respeto y responsabilidad

La dimensión ética de la recepción ha estado presente a lo largo de todo el texto, no como una sección aislada, sino como un hilo conductor que articula la práctica profesional con los valores humanos esenciales. En cada decisión cotidiana del personal de recepción —qué habitación asignar, cómo responder a una queja, cómo atender a una persona en situación de vulnerabilidad— se pone en juego una ética del cuidado, del respeto y de la justicia.

La ética en este ámbito implica más que cumplir protocolos: exige una mirada sensible a las diferencias, una actitud crítica frente a las discriminaciones y una capacidad para actuar con coherencia incluso en medio de la presión operativa. Inspirados en autores como Jacques

Derrida (2000), este capítulo reivindica la hospitalidad incondicional como horizonte, entendida no como simple cortesía comercial, sino como un acto de apertura radical al otro, sin esperar nada a cambio.

En la práctica, esto supone formar equipos capaces de reconocer y desmontar prácticas discriminatorias, gestionar conflictos con equidad, respetar la privacidad de los datos personales, y contribuir a generar entornos seguros, dignos y acogedores para todas las personas. En un mundo donde el turismo puede ser también escenario de desigualdad, gentrificación o explotación laboral, la ética en la recepción se convierte en un acto de resistencia cotidiana.

Proyecciones: hacia una hospitalidad regenerativa y territorial

Mirar hacia el futuro implica reconocer que el sector hotelero se encuentra en una transformación profunda. Las tecnologías digitales, la inteligencia artificial, el turismo pospandemia, la crisis climática y las demandas por justicia social están redefiniendo lo que

significa recibir. En este contexto, el libro plantea una proyección clara: la recepción del futuro será regenerativa, sensible y territorializada, o perderá su sentido.

Una recepción regenerativa es aquella que no solo minimiza impactos negativos, sino que devuelve valor a la comunidad, protege los ecosistemas, fortalece la identidad local y contribuye a procesos de paz y equidad. Esto exige políticas organizacionales comprometidas, pero también una formación crítica y creativa del talento humano. El recepcionista del futuro no será solo un operador de sistemas o gestor de emociones, sino un mediador cultural, un facilitador de experiencias sostenibles, un defensor del territorio.

La tecnología jugará un papel fundamental, sin duda. Pero no debe desplazar el vínculo humano, sino potenciarlo. La digitalización debe liberar tiempo para la escucha, la automatización debe respetar la diversidad, y la inteligencia artificial debe usarse al servicio de una inteligencia emocional más profunda. Desde esta perspectiva, el reto no es solo incorporar

nuevas herramientas, sino repensar para qué y para quién se recibe.

En territorios como el Pacífico colombiano, esta visión ética y regenerativa se conecta con el derecho a un desarrollo propio, con la necesidad de proteger los saberes ancestrales, y con la oportunidad de construir una hospitalidad arraigada, emancipadora y digna.

Cierre: hospitalidad como horizonte humano

Este libro no cierra con una receta, sino con una invitación: a seguir pensando, a seguir sintiendo, a seguir transformando la forma en que recibimos. La recepción, entendida en su sentido más profundo, no es un acto técnico ni una estrategia de mercado. Es un gesto radical de reconocimiento del otro. En cada check-in hay una historia que empieza, en cada saludo una oportunidad de cuidado, en cada sonrisa una forma de decir “bienvenido al mundo que queremos construir”.

La hospitalidad, cuando se practica con conciencia, se convierte en una forma de resistencia frente al individualismo, la indiferencia o la exclusión. Desde un mostrador

sencillo en un hotel de Buenaventura hasta la recepción de una gran cadena internacional, el arte de recibir puede ser también un arte de sanar, de dignificar, de restaurar la humanidad.

En ese horizonte, este libro aspira a ser una herramienta útil, una provocación crítica y un homenaje a todas las personas que cada día, con profesionalismo, empatía y compromiso, hacen de la recepción mucho más que un lugar: hacen de ella un puente hacia un mundo más justo y hospitalario.

Bibliografía

Bardi, J. A. (2011). *Hotel Front Office Management* (5.^a ed.). John Wiley & Sons.

Baeten, X., Balkin, D., & Van den Berghe, L. (s.f.). [Falta información completa de la fuente. Por favor confirmar título y datos editoriales].

Brotherton, B. (2012). Hospitality and hospitality management. En *The SAGE Handbook of Hospitality Management* (pp. 17–32). SAGE Publications.

Cámara de Comercio de Buenaventura. (2023). *Informe del sector turístico local*. Observatorio Económico.

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 300 de 1996: Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 42.804, del 26 de julio de 1996. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1098 de 2006: Código de Infancia y Adolescencia*. Diario Oficial de Colombia.

Congreso de Colombia. (2012). *Ley 1581 de 2012: Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. Diario Oficial de Colombia.

Corte Constitucional de Colombia. (2017). *Sentencia T-141 de 2017*.

D'Altroy, T. N. (2014). *El imperio inca*. Crítica.

DIAN. (2022, octubre 24). *Circular externa No. 000007 de 2022: Orientaciones sobre la implementación de la factura electrónica y documentos equivalentes digitales*. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Díaz, R., & Martínez, S. (2021). Turismo sostenible y responsabilidad empresarial. *Revista Turismo y Sociedad*, 29(1), 89–106.

Goleman, D. (2006). *Inteligencia emocional*. Editorial Kairós.

Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Goodfellow Publishers.

Hilton, C. (1957). *Be My Guest*. Prentice Hall.

ICONTEC. (2006). *NTC 5133: Turismo. Requisitos para la prestación del servicio en los*

establecimientos de alojamiento y hospedaje.
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y
Certificación.

https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTC_5133.pdf

ICONTEC. (2021). *NTC 5621: Requisitos de sostenibilidad para alojamientos turísticos.*
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y
Certificación.

ICONTEC. (2022). *Norma Técnica Sectorial de Calidad Hotelera.* Bogotá: ICONTEC.

Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2021). Sustainability in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 807–825.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2022). *Marketing para hotelería y turismo* (7.^a ed.). Pearson Educación.

Lansing, M. (2011). [*Falta título completo del libro o manual. Se sugiere verificar si se refiere a una publicación del American Hotel & Lodging Educational Institute*].

Lashley, C. (2008). *Hospitality Experience: An Introduction to Hospitality Management.* Elsevier.

Mayer, R. E. (2014). Incorporating motivation into multimedia learning. *Learning and Instruction*, 29, 171–173.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). *Plan Sectorial de Turismo 2022–2026*. Gobierno de Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Guía de turismo responsable y sostenible*. MinCIT.

Montoya Coral, J. (2017). *Estrategias de fidelización de clientes en hoteles tres estrellas de la ciudad de Medellín para el periodo 2016–2017*. [Tesis de pregrado, Institución no especificada].

OMT. (2023). *Rebuilding Tourism for the Future: Framework for Global Action*. Organización Mundial del Turismo.

O’Gorman, K. (2010). *The Origins of Hospitality and Tourism*. Goodfellow Publishers.

Parra, M. E., & López, G. A. (2021). Experiencias turísticas significativas y autenticidad cultural. *Turismo y Sociedad*, 30(2), 45–63.

ProColombia. (2023). *Tendencias del turismo internacional 2023*. Bogotá: Ministerio de Comercio.

Quiroga, L. G. G., Casallas, E. L. C., & Martínez, C. L. (2021). *Ecoturismo sostenible: benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia*. Anuario Turismo y Sociedad, (29), 239–262.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2023). *Protección de datos personales en el sector hotelero*. Bogotá: SIC.

Towner, J. (1985). The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 297–333.

Walker, J. R. (2019). *Introduction to Hospitality* (7.^a ed.). Pearson Education.

Anexos

Anexo 1. Talleres y ejercicios aplicados de recepción hotelera

Taller 1. Simulación de escenarios críticos

Objetivo: Fortalecer la capacidad de resolución de conflictos y toma de decisiones en situación real.

Actividad: En grupos, representar los siguientes casos:

- Un cliente llega con una reserva que no aparece en el sistema.
- Hay overbooking y dos clientes reclaman la misma habitación.
- Un huésped extranjero con dificultad idiomática solicita ayuda para una emergencia médica.
- Una persona con movilidad reducida es ubicada en una habitación sin accesibilidad.

Indicaciones:

- Actuar el caso.

- Resolver la situación según protocolos reales.
- Reflexionar sobre los valores puestos en juego (empatía, equidad, eficiencia).

Taller 2. Redacción profesional y comunicación escrita

Objetivo: Desarrollar habilidades de redacción formal en el contexto hotelero.

Actividad:

- Elaborar una respuesta por correo electrónico ante una queja por ruido nocturno.
- Redactar un mensaje de confirmación de reserva en inglés y en español.
- Diseñar un cartel informativo sobre políticas de check-in/check-out.

Criterios de evaluación:

- Claridad, cortesía, ortografía, coherencia y tono institucional.

Taller 3. Práctica con software de gestión hotelera (PMS)

Objetivo: Familiarizarse con herramientas tecnológicas de uso común en recepción.

Actividad:

- Simular el proceso de ingreso de una reserva en un PMS.
- Gestionar la modificación de una habitación por solicitud del cliente.
- Registrar la salida y generación de la factura final.

Opcional: Usar software real o versiones gratuitas de demostración como ClockPMS o Cloudbeds.

Taller 4. Análisis de casos éticos

Objetivo: Reflexionar sobre dilemas éticos en la recepción y formular alternativas de acción.

Actividad:

- **Leer los siguientes casos:**
 - Una recepcionista recibe propina para alterar el orden de reservas.
 - Se filtran datos personales de huéspedes por descuido del personal.
 - Un huésped realiza comentarios discriminatorios a otro cliente.

Preguntas guía:

- ¿Cuál es el conflicto principal?
- ¿Qué principios éticos están en tensión?
- ¿Cómo actuarías y por qué?

Taller 5. Rúbrica de evaluación de competencias en recepción

Objetivo: Autoevaluar y coevaluar el desempeño profesional en situaciones simuladas.

Indicadores de desempeño:

- Dominio del protocolo (operativo y legal).
- Habilidades comunicativas y actitud de servicio.
- Resolución efectiva de problemas.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Sensibilidad ética e intercultural.

Uso:

- Aplicar la rúbrica al final de una simulación o ejercicio integral.
- Promover la retroalimentación grupal y la mejora continua.

Glosario de términos técnicos en hotelería y recepción

Allotment: Contingente de habitaciones bloqueadas por una agencia de viajes o turoperador para su comercialización.

Amenities: Conjunto de productos y servicios complementarios ofrecidos al huésped para su confort (jabón, champú, kit dental, etc.).

Bellboy: Personal encargado de transportar el equipaje de los huéspedes y brindar asistencia en su llegada o salida.

Booking: Proceso de reserva de una habitación por parte de un cliente, ya sea directo o a través de terceros.

Check-in: Proceso mediante el cual se registra formalmente al huésped en el hotel y se le asigna su habitación.

Check-out: Proceso mediante el cual el huésped finaliza su estancia, entrega la habitación y realiza el pago correspondiente.

CRM (Customer Relationship Management): Sistema para gestionar la relación con los

clientes, basado en la recolección y análisis de datos de consumo y preferencias.

Day use: Uso de una habitación durante el día sin pernoctación, generalmente en horarios diurnos limitados.

Double occupancy: Ocupación doble de una habitación por dos personas, generalmente con una cama matrimonial o dos camas sencillas.

Feedback del huésped: Opiniones o sugerencias brindadas por los clientes sobre su experiencia, esenciales para la mejora continua del servicio.

Front desk: Mostrador de recepción principal donde se atiende a los huéspedes al llegar, durante su estancia y al salir.

GDS (Global Distribution System): Plataforma global de reservas utilizada por agencias de viajes para acceder a disponibilidad y tarifas hoteleras.

Guest experience: Experiencia integral vivida por el huésped durante su estadía, incluyendo interacciones, servicios y percepciones subjetivas.

Hospitalidad: Actitud de acogida, atención y respeto hacia los huéspedes, considerada el alma del servicio hotelero.

Housekeeping: Departamento encargado de la limpieza, arreglo y mantenimiento de habitaciones y áreas comunes del hotel.

MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions): Segmento de turismo enfocado en eventos corporativos y reuniones.

No-show: Cliente que no se presenta en el hotel tras haber realizado una reserva, sin previa cancelación.

Overbooking: Práctica de aceptar más reservas de las habitaciones disponibles, asumiendo que algunos clientes no llegarán.

Rack rate: Tarifa publicada oficial sin descuentos, considerada la tarifa plena de una habitación.

Room service: Servicio que ofrece alimentos, bebidas u otros productos directamente en la habitación del huésped.

Upgrade: Mejora de habitación ofrecida al huésped sin costo adicional, generalmente como gesto de cortesía o por fidelidad.

Walk-in: Cliente que llega al hotel sin reserva previa y solicita una habitación.

Welcome drink: Bebida de cortesía ofrecida al momento del ingreso como gesto de bienvenida.

LOS AUTORES

Amanda Cedeño Rentería

Amanda Cedeño Rentería es una reconocida profesional del ámbito administrativo y educativo, con una trayectoria de más de dos décadas dedicada al fortalecimiento institucional y a la formación de talento humano en la región del Pacífico colombiano. Es Administradora de Empresas con énfasis en Talento Humano, egresada de la Universidad del Valle; Especialista en Administración Pública y Magíster en Dirección de Recursos Humanos. Su experiencia laboral combina la gestión administrativa y la docencia, siempre con un profundo sentido de responsabilidad, ética y compromiso con el servicio público. En el sector gubernamental, ha ocupado cargos relevantes en la Contraloría Departamental del Distrito Especial de Buenaventura y en la Secretaría de Educación, aportando en procesos de planeación, control y fortalecimiento institucional, y destacándose por su liderazgo y visión estratégica. En el ámbito académico, ha sido docente en instituciones como la Corporación Unificada

Nacional de Educación Superior (CUN) y el Centro Náutico Pesquero del SENA en Buenaventura, impartiendo asignaturas en administración, talento humano y gestión organizacional. Actualmente, ejerce como docente en la Universidad del Pacífico, en el programa Tecnología en Gestión Hotelera y Turística, impulsando la innovación pedagógica y el aprendizaje significativo para el fortalecimiento del sector turístico regional.

Edgar Eduardo Castillo Rodríguez

Edgar Eduardo Castillo Rodríguez es Magíster en Marketing por la Universidad Libre (Cali, Colombia) y Magíster en Gerencia Turística por la Universidad de San Buenaventura (Cali, Colombia). Cuenta con una Especialización en Mercadeo por la Universidad Libre y es Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales por la Universidad Santiago de Cali.

Ha complementado su formación con estudios en Cultura Organizacional en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y en Gerencia Comercial en la Pontificia Universidad

Javeriana (Cali, Colombia). Es miembro activo del grupo de investigación *Turismo, Cultura y Comunidad*.

Actualmente se desempeña como docente-investigador en la Universidad del Pacífico, donde lidera procesos formativos y proyectos en las áreas de marketing, investigación y gestión administrativa, contribuyendo al desarrollo académico y empresarial de la región.

Edinson Mosquera Sánchez

Édison Mosquera Sánchez es Contador Público egresado de la Universidad Libre, Seccional Cali. Posee especializaciones en Revisoría Fiscal, Finanzas Públicas y Derecho Administrativo; es Magíster en Gestión Empresarial y Magíster en Gestión de Empresas Turísticas. Su experiencia profesional abarca el ejercicio como revisor fiscal en entidades del sector solidario, asesor contable y tributario, auditor interno y secretario de Hacienda de la Alcaldía Distrital de Buenaventura. En el ámbito académico, ha sido docente en la Universidad del Valle (Sede Buenaventura), el Instituto Nacional de Comercio Simón

Rodríguez y la Universidad del Área Andina. Actualmente, se desempeña como docente en la Universidad Nacional del Pacífico, donde contribuye con su experiencia y conocimientos al fortalecimiento de la formación profesional en el área contable, administrativa y turística.