LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

Eiriz, Valentina. E-0030/2

valentinaeiriz2@gmail.com

Título: "El rol del recepcionista y la incidencia de su formación profesional en la experiencia de atención al huésped: diagnóstico y propuesta de mejora en los hoteles Riviera y Presidente de la ciudad de Rosario, Santa Fe"

Modalidad TIF: Práctica disciplinar.

Directora: Gómez, Silvia Beatriz.

Co- director: Dezan, Juan Luis

Año: 2026.

Agradecimientos

A Eloy, gracias por acompañarme durante incontables noches de estudio a mi lado, por escucharme recitar una y mil veces mis exámenes. Aunque hoy ya no estés físicamente, sé que estás presente, y hay una parte de este logro que es tuya. Gracias por haber sido compañía, refugio y amor durante tantos años.

A mi tutora, especialmente. Gracias por la paciencia, la confianza y, sobre todo, por la motivación. Gracias por haberme acompañado en este último tramo, cuando muchas veces yo misma no encontraba la energía o la confianza para seguir avanzando. Tu acompañamiento fue fundamental para que este trabajo pudiera llegar a término.

A mi familia, por acompañarme durante todos estos años, por sostenerme en los momentos de cansancio, por confiar en mí y por estar presentes incluso cuando terminar la carrera parecía más difícil de lo que imaginaba. Gracias por ser ese lugar al que siempre puedo volver.

A mis amigos por acompañarme durante este recorrido con risas e interés genuino sobre lo que transitaba. Principalmente a Flor, por las conversaciones, las ideas nuevas y las distracciones necesarias, gracias por hacer más liviano el camino.

Finalmente, a la Universidad Nacional de Rosario, por mucho más que mi formación académica. Gracias por enseñarme a estudiar, a comprender, a cuestionar y, sobre todo, a ampliar mi mirada. Por el encuentro con personas diferentes, con otras historias y otras formas de pensar; por enseñarme el valor de escuchar y aprender. La UNR no solo me formó como profesional, sino también como persona.

A todos los que fueron parte de este camino, gracias.

Índice

Resumen:.....5

Introducción.....6

Capítulo 1.....9

Inserción institucional.....*9*

1.1 La actividad hotelera en la ciudad de Rosario.....9

1.2 Características de los hoteles Riviera y Presidente. 9

1.3 El área de recepción y sus funciones.....10

1.4 Organización del trabajo y dinámica interáreas 11

1.5 El rol del recepcionista en la orientación del huésped.....12

1.6 Observaciones preliminares sobre la práctica profesional 12

Capítulo 2.....14

Marco teórico.....*14*

2.1 El turismo como actividad socioeconómica y cultural.....14

2.2 La hotelería como componente fundamental del sistema turístico.....15

2.3 El rol del recepcionista en la experiencia del huésped 16

2.4 Capital humano y formación profesional en turismo 16

2.5 Formación profesional y aprendizaje en la práctica 18

2.6 Turismo, identidad y conocimiento del destino.....20

Capítulo 3.....21

*Diagnóstico de la práctica profesional en el área de recepción y propuesta de mejora*21

3.1. Descripción de la práctica profesional en el área de recepción.....21

3.2. Identificación de dificultades en la orientación turística brindada a los huéspedes 22

3.3. Diferencias en las necesidades de los distintos tipos de huéspedes que se alojan en los hoteles. 23

3.4. El capital intelectual desaprovechado en el front desk 27

3.5. Propuesta de mejora para potenciar el rol del recepcionista 28

3.6. Impacto esperado en la experiencia hotelera 31

Conclusiones 33

Bibliografía: 35

ANEXOS 37

ANEXO I: Entrevista a recepcionistas. 38

Entrevista N.º 1: Lisandro Borelli. Recepcionista hotel Presidente 38

Entrevista N.º 2: Lara Perez. Recepcionista hotel Riviera. 42

Entrevista N.º 3: Matías Zanolio. Encargado del área de recepción. 45

Resumen:

El presente Trabajo Integrador Final, desarrollado bajo la modalidad de práctica disciplinar, analiza el rol del recepcionista en la experiencia de atención al huésped en los hoteles Presidente y Riviera de la ciudad de Rosario. A partir de la observación participante y del diagnóstico de las tareas realizadas en el área de front desk, el trabajo reflexiona sobre la formación profesional del personal de recepción y su potencial para mejorar la experiencia hotelera mediante la orientación y recomendación de propuestas turísticas locales.

El estudio se sustenta en un enfoque cualitativo, combinando la experiencia profesional de quien realiza el trabajo con bibliografía específica sobre hotelería, turismo, capital humano y formación profesional.

El diagnóstico evidencia que, si bien el front desk cuenta con un importante capital humano y relacional, existe una debilidad en el capital estructural que limita la calidad de la información turística brindada a los huéspedes. A partir de ello, se proponen estrategias de mejora orientadas a incorporar herramientas informativas, capacitaciones y acciones de vinculación con la oferta turística local.

De este modo, el trabajo propone revalorizar el rol del recepcionista como actor estratégico en la experiencia hotelera y como potencial promotor de Rosario como destino turístico.

Introducción

El presente Trabajo Integrador Final (TIF), desarrollado bajo la modalidad de práctica disciplinar, tiene como objetivo analizar el rol del recepcionista en la experiencia de atención al huésped dentro de dos hoteles urbanos de la ciudad de Rosario. A partir de un diagnóstico de las tareas, entrevistas y prácticas desarrolladas en el área de front desk, se busca reflexionar sobre la formación profesional del personal de recepción y su potencial para contribuir a mejorar la experiencia hotelera mediante la promoción y recomendación de actividades turísticas en la ciudad.

La hotelería constituye uno de los pilares fundamentales de la actividad turística, ya que representa uno de los principales espacios de contacto entre los visitantes y el destino que eligen para su estadía. En este contexto, el área de recepción adquiere un rol estratégico dentro del funcionamiento del establecimiento hotelero. El personal de front desk no solo se encarga de las tareas operativas vinculadas al check-in, check-out y gestión de reservas, sino que también cumple una función clave en la atención personalizada del huésped, brindando información, recomendaciones y asistencia durante toda su estadía.

En ciudades como Rosario, que en los últimos años ha consolidado una oferta turística basada en su patrimonio cultural, su gastronomía y sus espacios recreativos vinculados principalmente al río Paraná y al deporte, la interacción entre el sector hotelero y la promoción del destino adquiere una importancia particular. En este sentido, el recepcionista puede desempeñar un papel relevante en la transmisión de información sobre la ciudad, orientando a los visitantes hacia actividades, espacios culturales y propuestas gastronómicas que enriquezcan su experiencia durante la estadía.

A partir de esta perspectiva, el presente trabajo propone realizar un diagnóstico de la situación actual del área de recepción en el Hotel Presidente y el Hotel Riviera, pertenecientes a la misma cadena, ubicados en el centro de Rosario, considerando

especialmente las diferencias existentes entre los huéspedes que visitan la ciudad por motivos corporativos y aquellos que lo hacen con fines turísticos. Este análisis permitirá identificar las principales características de la atención brindada por el personal del front desk, así como también las oportunidades de mejora en relación con la promoción de la oferta turística local.

El interés por desarrollar esta temática surge a partir de la experiencia profesional de quien realiza este trabajo, desempeñándose actualmente como recepcionista en los hoteles objeto de análisis. Esta inserción institucional permite acceder a una comprensión directa de las dinámicas de trabajo del área de recepción y de las interacciones cotidianas con los huéspedes, lo cual constituye un aporte significativo para la realización del diagnóstico propuesto.

Desde el punto de vista metodológico, el trabajo se desarrolla a partir de un enfoque cualitativo basado en la observación participante, el análisis de las tareas y funciones del personal de recepción y la realización de entrevistas a integrantes del área de front desk y a encargados de la misma. Asimismo, se complementará con el relevamiento de bibliografía utilizada a lo largo de la carrera de quien realiza el TIF, además de otra complementaria orientada específicamente al tema en cuestión.

El trabajo se organiza en tres capítulos. En el primero se presenta la fundamentación de la inserción institucional, describiendo las características de los hoteles analizados, su trayectoria en el sector hotelero y el rol del área de recepción dentro de la organización. En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico que sustenta el análisis, abordando conceptos vinculados al turismo, la experiencia del huésped, la profesionalización en la hotelería y la importancia del capital humano en la calidad del servicio. Finalmente, en el tercer capítulo se presenta el diagnóstico de la situación actual del área del front desk, analizando las tareas y prácticas del

personal de recepción, las diferencias entre los distintos perfiles de huéspedes y las oportunidades de mejora orientadas a fortalecer la experiencia hotelera y fomentar el conocimiento del destino Rosario.

Capítulo 1

Inserción institucional

1.1 La actividad hotelera en la ciudad de Rosario

La actividad hotelera constituye uno de los componentes fundamentales del sistema turístico, ya que brinda servicios de alojamiento, hospitalidad y asistencia a los visitantes que se desplazan hacia un destino. En el marco de una ciudad como Rosario, los hoteles no solo cumplen la función de alojamiento, sino que también se convierten en espacios de interacción entre los visitantes y la ciudad que los recibe.

En este sentido, el personal que se desempeña en las áreas de contacto directo con los huéspedes adquiere un rol relevante dentro de la experiencia turística. Entre estas áreas, la recepción o front desk ocupa un lugar central, ya que representa el primer punto de contacto formal entre el visitante y el establecimiento hotelero. A través de la atención brindada en este espacio, se construyen las primeras percepciones del huésped sobre la calidad del servicio, la hospitalidad del establecimiento y, en muchos casos, sobre la ciudad que visita.

Por este motivo, la profesionalización del personal de recepción resulta un elemento clave para garantizar una atención de calidad y contribuir a una experiencia positiva durante la estadía.

1.2 Características de los hoteles Riviera y Presidente.

El presente trabajo se desarrolla a partir de la experiencia profesional de quien lo realiza, desempeñándose actualmente como recepcionista, rotando en ambos hoteles mencionados ubicados en el centro de la ciudad de Rosario.

Riviera y Presidente forman parte de una empresa familiar que cuenta con 6 hoteles en total y con más de cuarenta años de trayectoria en el sector hotelero, cuya identidad institucional se encuentra fuertemente vinculada a la hospitalidad y al servicio personalizado.

El hotel Riviera ubicado en calle San Lorenzo 1460, con una estética más clásica y antigua, cuenta con 116 habitaciones de diferentes categorías y es principalmente elegida por familias, grupos escolares y de jubilados para realizar turismo en la ciudad. Por otro lado, el hotel Presidente se encuentra en calle Corrientes 919, tiene una estética más moderna y sus huéspedes son principalmente corporativos, tripulantes de aerolíneas y grupos de clubes deportivos.

Dentro de esta estructura, el área de recepción cumple un rol fundamental en la gestión cotidiana del hotel, ya que concentra gran parte de las interacciones con los huéspedes durante todas las etapas de su estadía (antes, durante e incluso a veces después de la misma)

1.3 El área de recepción y sus funciones

El área de recepción constituye uno de los espacios operativos más dinámicos dentro del funcionamiento del hotel, ya que en ella se concentran múltiples tareas vinculadas tanto a la gestión administrativa como a la atención directa al huésped.

Entre las principales funciones desarrolladas por el personal de recepción particularmente en los hoteles analizados se encuentran:

- Realizar los check-in y check-out de los huéspedes.
- Gestionar la facturación de las estadías y servicios adicionales.
- Crear y administrar reservas dentro del sistema del hotel.
- Atender llamados telefónicos y consultas online de potenciales huéspedes.
- Gestionar la nominación y recepción de grupos.

- Informar a los huéspedes sobre normas y funcionamiento del establecimiento.
- Elaborar y entregar tarjetas de acceso a las habitaciones.
- Atender consultas y solicitudes durante la estadía de los huéspedes.
- Resolver dentro de lo posible cualquier inquietud que se presente.

Además de estas tareas operativas, el personal de recepción también cumple funciones de orientación e información para los visitantes, brindando recomendaciones sobre restaurantes, actividades o atractivos turísticos de la ciudad. En este sentido, el recepcionista se posiciona como un intermediario entre el huésped y el destino, contribuyendo a orientar su experiencia durante la estadía.

1.4 Organización del trabajo y dinámica interáreas

El funcionamiento de ambos hoteles se estructura a partir de diferentes áreas operativas que trabajan de manera articulada para garantizar la calidad del servicio ofrecido a los huéspedes. Entre ellas se destacan la gerencia, el área de recepción, el área comercial, el sector de alimentos y bebidas, el personal de mantenimiento y el personal de housekeeping.

Si bien cada área posee funciones específicas, en la práctica cotidiana se observa una dinámica de trabajo caracterizada por la colaboración entre sectores. Esta modalidad de trabajo permite que, ante determinadas situaciones operativas, algunos integrantes del personal puedan brindar apoyo en tareas básicas de otras áreas, contribuyendo al funcionamiento integral del establecimiento y al mantenimiento de un servicio continuo para los huéspedes.

En este contexto, el área de recepción adquiere un rol particularmente dinámico, ya que no solo concentra tareas administrativas y de atención al cliente,

sino que también articula la comunicación con otros sectores del hotel, funcionando como un punto central de coordinación de la experiencia del huésped.

1.5 El rol del recepcionista en la orientación del huésped

Como se mencionó anteriormente, en el contacto cotidiano con los visitantes, el recepcionista suele responder consultas relacionadas con la ciudad y sus atractivos. Entre las preguntas más frecuentes se encuentran recomendaciones de lugares para comer, indicaciones para llegar a sitios emblemáticos de Rosario, como el Monumento Nacional a la Bandera, información sobre recorridos turísticos o consultas sobre propuestas como un city tour en la ciudad.

Estas interacciones representan una oportunidad para que el personal de recepción contribuya a enriquecer la experiencia del huésped, orientándolo hacia distintas actividades culturales, gastronómicas o recreativas disponibles en el destino.

Sin embargo, la calidad y precisión de esta información dependen en gran medida del conocimiento que el personal tenga sobre la oferta turística local, así como de las herramientas de información disponibles dentro del hotel.

1.6 Observaciones preliminares sobre la práctica profesional

A partir de la experiencia cotidiana en el área de recepción, es posible identificar algunas dificultades vinculadas a la transmisión de información turística hacia los huéspedes.

En muchos casos, el personal recurre a búsquedas rápidas en internet para responder consultas sobre restaurantes, direcciones o actividades disponibles en la ciudad. En ocasiones sucede que surgen dudas al momento de brindar indicaciones precisas sobre recorridos o al recomendar propuestas gastronómicas cercanas al hotel.

Del mismo modo, se observa un conocimiento limitado de quienes conforman el front desk respecto de algunas actividades y propuestas impulsadas por el Ente Turístico de Rosario, lo que reduce las posibilidades de orientar a los huéspedes hacia experiencias que podrían enriquecer su estadía en la ciudad.

Otra limitación detectada es la ausencia de herramientas informativas básicas dentro del área de recepción, como mapas turísticos de la ciudad o materiales impresos que faciliten la recomendación de circuitos o atractivos cercanos. Hay huéspedes, en general mayores de edad o extranjeros, que prefieren utilizar mapas físicos para ubicarse en la ciudad y decidir qué recorridos realizar.

Estas observaciones iniciales constituyen un punto de partida para el diagnóstico que se desarrollará en el capítulo 3 del presente trabajo, donde se analizará con mayor profundidad el rol del recepcionista en la experiencia de atención al huésped y las posibles estrategias de mejora para fortalecer la transmisión de información turística desde el área de front desk de los hoteles Riviera y Presidente.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1 El turismo como actividad socioeconómica y cultural

El turismo no debe entenderse únicamente como el desplazamiento de personas hacia determinados destinos, sino como un fenómeno social complejo que involucra una diversidad de actores e instituciones que intervienen en la planificación, gestión y prestación de servicios turísticos.

Constituye una actividad económica y social de creciente importancia a nivel mundial, debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar economías locales y promover el intercambio cultural entre visitantes y comunidades receptoras. Así como además revalorizar los recursos culturales de una sociedad, aumentar la inversión en restauración de bienes culturales y lograr incrementar la protección de los paisajes urbanos e históricos (Velasco González, 2011)

En Argentina, la Ley Nacional de Turismo N.º 25.997 reconoce al turismo como una actividad socioeconómica estratégica para el desarrollo del país, promoviendo la articulación entre el sector público y privado para el fortalecimiento de la actividad turística.

Desde esta perspectiva, la autora anteriormente mencionada, sostiene que la política turística constituye una arena de acción autónoma, en la cual intervienen diversos actores que participan en la construcción del destino turístico. Entre ellos se encuentran organismos públicos, empresas privadas, trabajadores del sector y comunidades locales. De esta manera, el desarrollo de la actividad turística depende de la interacción y coordinación entre estos actores.

Dentro de este sistema, los servicios turísticos cumplen un papel fundamental, ya que constituyen uno de los principales medios a través de los cuales los visitantes experimentan el

destino. Entre estos servicios, el alojamiento hotelero ocupa un lugar central en la experiencia del turista.

2.2 La hotelería como componente fundamental del sistema turístico

La hotelería forma parte del conjunto de servicios que conforman la infraestructura turística de un destino. Su función principal consiste en ofrecer alojamiento y servicios complementarios a los visitantes durante su estadía, contribuyendo al desarrollo y funcionamiento de la actividad turística.

Según Gallego (2002), los establecimientos hoteleros no solo cumplen una función básica de hospedaje, sino que también constituyen espacios de interacción entre los visitantes y el destino. En este sentido, la calidad del servicio brindado influye directamente en la percepción que el huésped construye sobre el lugar que visita.

Gallego menciona que el cimiento de la industria hotelera es la hospitalidad, es decir, la cualidad y actitud de acoger amablemente a los visitantes. “No hay nada que represente mejor la misión y propósito de la hotelería que la hospitalidad”. (Gallego, 2002. *Gestión de hoteles una nueva visión*. Cap. 2, p. 2.)

Si se tiene en cuenta este concepto tan fundamental, aseguramos que el servicio hotelero, principalmente en el área del front desk, debe tener, además de conocimiento académico, valores y predisposición que permitan ejercer sus tareas desde la vocación de acoger al huésped, hacerlos sentir “como en casa”.

Por su parte, Saucedo (2017), orientándose más hacia lo técnico de la hotelería, señala que la organización hotelera se estructura a partir de diferentes áreas funcionales que trabajan de manera coordinada para garantizar el funcionamiento del establecimiento y la satisfacción del cliente. Entre estas áreas, el sector de recepción

ocupa un lugar estratégico, ya que representa el principal y primer punto de contacto entre el huésped y el hotel.

En consecuencia, el funcionamiento eficiente de la recepción, el cual es analizado en este trabajo, resulta fundamental para garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes, dado que este espacio concentra diversas funciones relacionadas con la atención, orientación e información al huésped.

2.3 El rol del recepcionista en la experiencia del huésped

Como se mencionó anteriormente, dentro de la estructura organizacional del hotel, el área de recepción cumple un papel clave en la gestión de la experiencia del huésped. De acuerdo con Saucedo (2017), el personal de recepción es responsable de diversas tareas operativas y administrativas, tales como el registro de ingreso y egreso de los huéspedes, la gestión de reservas, la facturación y la atención de consultas.

Sin embargo, más allá de estas funciones administrativas, el recepcionista también desempeña un rol fundamental en la atención personalizada al visitante. Como señala Gallego (2002), el personal de contacto directo con el cliente tiene una influencia significativa en la percepción del servicio, e inevitablemente en la imagen que ese turista creará del destino visitado, ya que constituye la primera instancia de interacción entre el huésped y el establecimiento.

Asimismo, en muchos casos el recepcionista se convierte en una fuente de información relevante sobre el destino turístico, ya que los visitantes suelen recurrir a este personal para solicitar recomendaciones sobre lugares de interés, propuestas gastronómicas, actividades recreativas o servicios disponibles en la ciudad.

2.4 Capital humano y formación profesional en turismo

La calidad de los servicios turísticos se encuentra estrechamente vinculada con el nivel de formación y capacitación del personal que participa en la actividad. En este sentido, diversos estudios han señalado la importancia del capital humano como uno de los factores fundamentales para el desarrollo del turismo.

Lillo Bañuls (2012) sostiene que el capital humano en turismo comprende el conjunto de conocimientos, habilidades y competencias que poseen los trabajadores del sector, los cuales influyen directamente en la calidad del servicio ofrecido a los visitantes. En consecuencia, la formación profesional y la capacitación permanente resultan elementos clave para mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

El autor mencionado anteriormente tiene una mirada técnica que podríamos considerar limitante, ya que el capital humano no puede estar relacionado únicamente con el procedente de las inversiones en educación y formación que tuvo el profesional.

Desde una perspectiva más amplia, Sen (1998) diferencia dos conceptos claves: el "capital humano" de la "capacidad humana". Haciendo referencia al primero como un concepto centrado en las cualidades humanas que se relacionan únicamente con el crecimiento económico y con conocimientos que aumentan las posibilidades de producción.

La capacidad humana refiere a la habilidad del ser humano para elegir el tipo de vida que considera valiosa, libre. Aunque no parezca, ambas perspectivas se relacionan ya que se ocupan del papel de los seres humanos y de las habilidades que adquieren, obviamente dependiendo de sus características personales, sus antecedentes sociales, su situación económica, etc. Podemos afirmar que el desarrollo de las capacidades humanas constituye un elemento central para el progreso social y económico.

Según este enfoque, no basta con la adquisición de conocimientos técnicos, sino que también es necesario fomentar habilidades que permitan a las personas desenvolverse de manera efectiva en distintos contextos laborales y sociales.

Se considera de suma importancia para este trabajo final, la lectura de autores como Otero (2006), que en su texto sobre la formación de Recursos Humanos en turismo plantea como eje central la idea de "influir éticamente", de crear conciencia crítica de la sociedad en la formación de profesionales. De esta manera formar nuevas generaciones con concepciones más amplias para poder responder y anticiparse correctamente a los desafíos sociales y laborales.

El análisis de estos enfoques permite comprender la importancia de fortalecer las capacidades no solo académicas, sino también éticas, del personal que trabaja en contacto directo con los visitantes, ya que su desempeño puede influir significativamente en la experiencia del turista y en la percepción general del destino.

2.5 Formación profesional y aprendizaje en la práctica

Como se mencionó en el punto anterior, la formación profesional en turismo no se limita únicamente al ámbito académico, sino que también se construye a partir de la experiencia laboral y del aprendizaje cotidiano en el lugar de trabajo. Y esto tiene una estrecha vinculación con el corazón de este trabajo, fundamentado en la experiencia laboral de quién lo realiza.

En este sentido, Sanjurjo (2009), sostiene que las prácticas profesionales constituyen dispositivos fundamentales para la construcción de conocimientos y habilidades, ya que permiten articular los saberes teóricos con las situaciones concretas que se presentan en el ejercicio de la profesión.

El autor plantea dos enfoques: por un lado el enfoque tradicional, donde se pretende que un profesional aprenda primero toda la teoría que fundamenta la práctica, pero la insuficiencia de este enfoque se comprobó rápidamente. En contraposición habla del enfoque práctico, el cual tomamos para desarrollar gran parte de este trabajo, y que se basa en entender el significado que las acciones tienen para los sujetos, se trata de asumir responsabilidad ética ante una práctica social.

El hecho de estar en constante trato con huéspedes y turistas brinda la oportunidad de ejercer los conocimientos teóricos desde la amabilidad y el respeto. Por ejemplo brindar información sobre la ciudad de Rosario puede ir más allá de lo que esté en google, y adquiere un tinte más acogedor cuando se recomienda desde lo personal, desde lo que a uno lo apasiona de su ciudad y elige transmitir.

Sanjurjo habla de un "proceso de reflexión", el cual permite darnos cuenta y dar cuenta de nuestras propias acciones y de la diversidad de condicionantes que la determinan. Un detalle tan simple como sonreír o no, como mostrarse interesado en lo que desea el huésped o no.

En una línea similar, Schön (1982) introduce el concepto de "profesional reflexivo", el cual hace referencia a aquellos trabajadores que son capaces de analizar su propia práctica y reflexionar sobre las acciones que realizan en el desarrollo de su actividad laboral. Según este autor, erróneamente se creería que el éxito de los profesionales era debido a la "explosión de la industria del conocimiento", pero los profesionales no solo aplican conocimientos técnicos previamente adquiridos, sino que también aprenden a partir de la experiencia y de la reflexión sobre su propio desempeño.

Esto es, en gran parte, lo que se busca a través de este trabajo. Resulta particularmente relevante tener en cuenta estos enfoques en el ámbito de los servicios

turísticos, donde los trabajadores deben enfrentarse a situaciones diversas y adaptarse constantemente a las necesidades y expectativas de los visitantes.

2.6 Turismo, identidad y conocimiento del destino

Como se mencionó anteriormente, el rol del recepcionista en los hoteles Riviera y Presidente, entre otras tareas, requiere de predisposición para transmitir información sobre la ciudad de Rosario.

El turismo se encuentra estrechamente vinculado con los procesos de construcción y transmisión de la identidad cultural de los destinos. En este sentido, Aparisi (2018) plantea que la actividad turística puede funcionar como una herramienta para recuperar y difundir la memoria socio-histórica de los territorios, permitiendo a los visitantes conocer aspectos relevantes de la cultura local.

Desde esta perspectiva, los actores que participan en la actividad turística, como en este caso los integrantes del front desk de los hoteles mencionados, cumplen un papel importante en la transmisión de información y significados asociados al destino. En la inserción laboral que se analiza en este trabajo se puede afirmar que el recepcionista puede convertirse en mediador cultural, facilitando la interpretación del territorio que está visitando y promoviendo el conocimiento de los recursos turísticos locales.

Obviamente la tarea principal del recepcionista antes de brindar toda esta información, es identificar si el huésped está interesado en la misma. Ya que el objetivo de esto es mejorar la experiencia hotelera a través de transmitir con claridad y pasión los atributos culturales e históricos de nuestra ciudad.

Capítulo 3

Diagnóstico de la práctica profesional en el área de recepción y propuesta de mejora

3.1. Descripción de la práctica profesional en el área de recepción

Si bien en el primer capítulo se describe específicamente las tareas a realizar, el área de recepción constituye el primer punto de contacto entre el huésped y el establecimiento hotelero. En ambos hoteles, Presidente y Riviera, las tareas desarrolladas por el personal del front desk incluyen la realización de check in y check out, facturación, creación y modificación de reservas, atención de llamados telefónicos y consultas online, nominación y recepción de grupos, confección de llaves, explicación de normas internas y atención permanente a las consultas de los huéspedes durante su estadía.

Dentro de estas funciones, una tarea que surge de manera cotidiana, aunque no se encuentre formalmente establecida dentro del protocolo del puesto, es la orientación turística brindada a los huéspedes. Las consultas más frecuentes se relacionan con direcciones hacia atractivos turísticos como el Monumento Nacional a la Bandera, recomendaciones gastronómicas cercanas, información sobre actividades recreativas y culturales, y preguntas vinculadas al city tour y otros servicios turísticos ofrecidos en la ciudad.

Esta función también fue destacada durante las entrevistas realizadas. El encargado de recepción señaló que el área constituye "la carta de presentación del hotel" y el "centro neurálgico" del establecimiento, destacando que el recepcionista ocupa un lugar estratégico tanto en la atención operativa como en la orientación de los visitantes (Entrevista a Matías, encargado de recepción, junio de 2026). Asimismo,

indicó que la experiencia personal del recepcionista sobre la ciudad resulta un elemento de gran valor al momento de recomendar servicios y atractivos turísticos, ya que permite transmitir la información con mayor seguridad y cercanía.

Tal como plantean Feijoo, Montarce y Oubina (2016), en hotelería el talento humano constituye el principal diferencial competitivo del servicio, ya que es el personal quien materializa la experiencia del huésped a través del contacto directo. Los autores señalan que uno de los objetivos estratégicos de la gestión del talento humano en hotelería es alinear las competencias del personal con la calidad del servicio y la experiencia del huésped, comprendiendo que el contacto directo con el cliente es el momento clave donde se construye el valor del servicio.

Asimismo, estos autores, sostienen que el personal hotelero no sólo ejecuta tareas, sino que representa a la organización y construye la percepción que el huésped tendrá de la misma, lo cual refuerza la importancia del front desk como espacio estratégico dentro de la estructura hotelera. En consonancia con lo dicho: “Las empresas son el reflejo del capital humano que las integran” (Feijoo, Montarce y Oubina, 2016, capítulo 5)

3.2. Identificación de dificultades en la orientación turística brindada a los huéspedes

A partir de la observación directa de la práctica profesional, se identifican diversas dificultades que limitan la calidad de la información turística brindada:

- Ausencia de material gráfico como mapas turísticos para entregar a los huéspedes.
- Desconocimiento de las actividades actualizadas promovidas por el Ente Turístico de Rosario (ETUR).
- Falta de capacitaciones específicas en turismo local.

- Uso recurrente de buscadores web (Google) para responder consultas.
- Dudas al brindar direcciones precisas.
- Desconocimiento de propuestas gastronómicas cercanas al hotel.

Estas limitaciones no responden a una falta de predisposición del personal, sino a la inexistencia de herramientas que acompañen el capital humano existente en el área de recepción.

Por lo tanto, identificamos que no debe interpretarse como una falencia individual del personal, sino como una manifestación de la falta de articulación entre el capital humano y el capital estructural de la organización. Gracias al marco teórico que compone este trabajo, afirmamos que el conocimiento y las habilidades del personal solo generan valor cuando la organización dispone de mecanismos, recursos y procesos que permitan potenciarlos. Cuando estos elementos no existen, el saber del trabajador queda librado a la improvisación y a la experiencia personal, perdiendo la posibilidad de transformarse en un recurso organizacional estratégico.

Estas dificultades también fueron identificadas por los recepcionistas entrevistados. Uno de ellos manifestó que, si bien gran parte de la información turística se encuentra disponible en los sitios web oficiales, resulta poco práctico consultarla durante la atención, especialmente cuando un solo recepcionista debe atender simultáneamente una gran cantidad de huéspedes (Entrevista a Lisandro, junio de 2026). Asimismo, ambos entrevistados coincidieron en señalar la ausencia de materiales impresos, como mapas y folletos, y la necesidad de contar con herramientas más accesibles y actualizadas para orientar a los visitantes.

3.3. Diferencias en las necesidades de los distintos tipos de huéspedes que se alojan en los hoteles.

Según Acerenza (2006), la demanda turística puede clasificarse de acuerdo con el motivo principal del viaje, distinguiendo, entre otros segmentos, el turismo por ocio y recreación, por negocios o motivos profesionales, por visitas a familiares y amigos, por tratamientos de salud y por motivos religiosos. Esta clasificación resulta útil para comprender la diversidad de necesidades y expectativas que presentan los visitantes durante su estadía.

Si bien en los hoteles Presidente y Riviera pueden identificarse huéspedes pertenecientes a todos estos segmentos, a partir de la observación realizada durante la práctica profesional se advierte que predominan tres perfiles: los huéspedes corporativos, los turistas que viajan por motivos de ocio y recreación y las delegaciones deportivas.

El *huésped corporativo*, principalmente alojado en el hotel Presidente, presenta estadías breves, agendas estructuradas y consultas prácticas, generalmente vinculadas a restaurantes cercanos, medios de transporte y servicios rápidos que le permitan optimizar su tiempo disponible.

El *huésped turístico*, en cambio y como es lógico, manifiesta mayor interés en conocer los atractivos de la ciudad, su oferta cultural, patrimonial y recreativa, demandando recomendaciones más elaboradas y personalizadas que le permitan recorrer y comprender el destino. Este tipo de huésped puede identificarse más frecuentemente en el hotel Riviera, ya sea de forma particular o en grupos de diversas agencias turísticas.

Por su parte, el *huésped deportivo*, alojado en ambos hoteles, suele ser integrante de delegaciones, planteles o equipos que arriban por torneos y competencias. Este presenta un perfil particular: sus tiempos suelen estar condicionados por entrenamientos, concentraciones y horarios de torneos, pero en los momentos libres consultan por propuestas recreativas cercanas, espacios verdes, opciones gastronómicas grupales y lugares donde distenderse. Principalmente buscan propuestas nocturnas de la ciudad. Según la mirada de quien realiza

este trabajo, este perfil de turista combina la practicidad del huésped corporativo con el interés exploratorio del huésped turístico.

Aunque en menor medida, también se reciben huéspedes que viajan para visitar familiares o amigos, por motivos de salud o por otras razones contempladas en la clasificación de Acerenza (2006). No obstante, estos perfiles presentan una presencia menos significativa en los hoteles analizados y, por ello, no constituyen el eje principal del presente diagnóstico.

Estas diferencias requieren que el recepcionista adapte la información brindada según el perfil del visitante, interpretando rápidamente sus necesidades y expectativas. Esto refuerza su rol como actor clave en la experiencia hotelera, ya que no se trata únicamente de brindar datos, sino de interpretar situaciones particulares y responder de manera adecuada a cada contexto.

Esta necesidad de adaptar las recomendaciones según el perfil del huésped también fue mencionada durante las entrevistas realizadas. Una de las recepcionistas señaló que conocer la ciudad permite responder con mayor precisión y honestidad a las consultas de los visitantes, incluso advirtiendo cuando determinadas propuestas pueden no ajustarse a sus expectativas, fortaleciendo así la confianza durante la atención (Entrevista a Lara, junio de 2026). Del mismo modo, otro recepcionista destacó que la orientación turística depende en gran medida de la experiencia personal de quien atiende y que, ante la falta de herramientas institucionales, ese conocimiento individual se convierte en el principal recurso para asesorar a los huéspedes (Entrevista a Lisandro, junio de 2026).que el recepcionista brinda al huésped no solo cumple una función instrumental, sino que amplía sus capacidades reales de elección, permitiéndole decidir cómo vivir su experiencia en la ciudad. De este modo, la orientación turística trasciende la lógica del “capital humano” entendido como

productividad, para convertirse en una acción que amplía la libertad y la calidad de la experiencia del visitante.

En términos de Sen (1998), la información que el recepcionista brinda al huésped no solo cumple una función instrumental, sino que amplía sus capacidades reales de elección, permitiéndole decidir cómo vivir su experiencia en la ciudad. Desde esta perspectiva, la orientación turística trasciende la lógica del capital humano entendido únicamente como un factor de productividad y se convierte en una práctica que favorece la libertad de elección y el enriquecimiento de la experiencia del visitante.

En este sentido, el recepcionista actúa como un profesional que interpreta situaciones concretas y adapta su conocimiento a cada caso particular, en línea con lo que Schön (1982) denomina el *"profesional reflexivo"*. Según este autor, los profesionales no se limitan a aplicar procedimientos estandarizados, sino que construyen respuestas a partir de la reflexión sobre la acción y de la comprensión del contexto específico en el que intervienen. En el ámbito hotelero, ello implica reconocer que una misma recomendación no resulta adecuada para todos los huéspedes, sino que debe ajustarse a sus intereses, tiempos disponibles, posibilidades de movilidad y expectativas respecto del destino.

La práctica cotidiana observada en los hoteles analizados demuestra que la orientación turística requiere un proceso permanente de interpretación y toma de decisiones. El recepcionista evalúa cada consulta, selecciona la información más pertinente y adapta sus recomendaciones combinando sus conocimientos sobre la ciudad con la experiencia adquirida durante el ejercicio profesional. De este modo, la calidad de la atención no depende exclusivamente del conocimiento técnico, sino también de la capacidad para reflexionar sobre cada situación y ofrecer respuestas contextualizadas que contribuyan a enriquecer la experiencia del huésped.

3.4. El capital intelectual desaprovechado en el front desk

Desde la perspectiva del capital intelectual en hotelería, el valor principal de la organización no reside únicamente en su infraestructura física, sino en sus activos intangibles: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional.

La clasificación entre estos tres tipos de capital se sustenta en los desarrollos teóricos del capital intelectual aplicados al ámbito hotelero por Scarabino, Biancardi y Blando (2007), quienes retoman los aportes de Edvinsson y Malone (1997) y Stewart (1997) para explicar cómo los activos intangibles generan valor en las organizaciones de servicios.

El capital humano está representado por los conocimientos, habilidades, formación y experiencia del personal. En los casos analizados, algunos miembros del área de recepción poseen formación académica en turismo, experiencia en atención al huésped y capacidad para interpretar las necesidades de los visitantes.

El capital relacional se manifiesta en el vínculo directo y constante que el recepcionista establece con los huéspedes, siendo el primer y más frecuente punto de contacto durante la estadía. Es en este intercambio donde se construye gran parte de la percepción que el visitante tendrá tanto del hotel como de la ciudad.

Sin embargo, el capital estructural, entendido como el conjunto de herramientas, protocolos, recursos y sistemas que permiten que ese conocimiento individual se transforme en un recurso organizacional, en el caso de ambos hoteles se presenta debilitado. La ausencia de mapas turísticos, manuales internos de información actualizada, capacitaciones específicas y articulación formal con el Ente Turístico de Rosario impide que el conocimiento del personal pueda sistematizarse y potenciarse.

Tal como desarrollan Scarabino, Biancardi y Blando (2007) en sus estudios sobre capital intelectual en hotelería, el conocimiento del trabajador solo genera valor cuando la organización dispone de mecanismos que permitan almacenarlo, compartirlo y utilizarlo estratégicamente. Cuando esto no ocurre, el saber queda reducido a la experiencia individual y a la improvisación cotidiana, perdiendo su potencial como recurso institucional.

En este sentido, se observa que el front desk cuenta con un capital humano y relacional significativo, pero no dispone del capital estructural necesario para que estos componentes se articulen. Esta falta de integración genera un desaprovechamiento del potencial del área de recepción para enriquecer la experiencia del huésped y fortalecer la imagen de la ciudad de Rosario como destino turístico.

La situación descripta también se refleja en las entrevistas realizadas. Mientras los recepcionistas manifestaron que gran parte de las recomendaciones dependen de su conocimiento personal y experiencia cotidiana, el encargado reconoció que existen oportunidades de mejora relacionadas con la actualización de la información disponible y la capacitación permanente del personal (Entrevistas a recepcionistas y encargado de recepción, junio de 2026). Esto evidencia que el principal desafío no radica en las capacidades individuales, sino en la necesidad de fortalecer la formación del personal.

3.5. Propuesta de mejora para potenciar el rol del recepcionista

A partir del diagnóstico realizado, se proponen una serie de estrategias orientadas a fortalecer el rol del recepcionista como actor clave en la experiencia hotelera, mediante el desarrollo y la articulación del capital humano, estructural y relacional del establecimiento.

Estas propuestas no implican grandes inversiones económicas, sino una reorganización de recursos y una valorización del conocimiento existente en el área de recepción.

a) Incorporación de material estructural

Una de las principales debilidades detectadas se vincula con la ausencia de herramientas formales que acompañen la tarea de orientación turística. En este sentido, se propone:

- Disponibilidad de mapas turísticos impresos para entregar a los huéspedes.
- Elaboración de una carpeta o manual interno con información actualizada sobre atractivos turísticos, propuestas gastronómicas y actividades culturales de la ciudad.
- Vinculación directa y sistemática con el Ente Turístico de Rosario (ETUR) para recibir información periódica sobre eventos y propuestas vigentes. Así como también folletos o páginas web para orientar a los turistas.

Estas acciones permiten fortalecer el capital estructural del hotel, entendido como el conjunto de recursos, sistemas y soportes que posibilitan que el conocimiento del personal pueda aplicarse de manera eficiente (Scarabino, Biancardi y Blando. 2007).

b) Capacitaciones específicas en turismo local

Se propone la realización de:

- Jornadas de capacitación lideradas por el ETUR.
- Instancias periódicas de actualización sobre la agenda turística y cultural de la ciudad.

Desde la perspectiva de Schön (1982), estas instancias favorecen la construcción del profesional reflexivo, capaz de revisar y mejorar su práctica a partir del conocimiento situado. A su vez, contribuyen a ampliar las capacidades del recepcionista para brindar información pertinente y segura al huésped.

Las entrevistas realizadas muestran que estas propuestas resultan viables. Tanto el encargado como uno de los recepcionistas manifestaron haber participado anteriormente en capacitaciones organizadas por el Ente Turístico de Rosario, valorándolas positivamente por permitir conocer de primera mano los productos turísticos ofrecidos por la ciudad.

c) Estrategias de marketing interno y motivación del personal

Se propone complementar las herramientas formales con estrategias que dinamicen el vínculo del personal con el destino:

- Entrega de vouchers gastronómicos a recepcionistas para conocer la oferta local.
- Participación en actividades turísticas de la ciudad (city tour, museos, circuitos).
- Reconocimiento institucional del rol del recepcionista como promotor del destino, mediante incentivos económicos o simbólicos.

Estas acciones fortalecen al capital relacional, ya que permiten que el recepcionista recomiende desde la experiencia propia, generando mayor confianza en el huésped. Asimismo, amplían sus capacidades reales de acción, en términos de Sen (1998), al brindarle herramientas concretas para enriquecer la experiencia del visitante.

En el mismo sentido, uno de los recepcionistas propuso la implementación de cuponeras gastronómicas y beneficios para conocer personalmente restaurantes, museos y circuitos turísticos, considerando que la experiencia directa brinda mayor seguridad al momento de realizar recomendaciones (Entrevista a Lisandro, junio de 2026).

d) La propuesta desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial

Las estrategias propuestas no solo impactan en la calidad del servicio hotelero, sino que pueden comprenderse desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial

en turismo (Peña Miranda, 2012), entendida como el compromiso de las organizaciones por generar impactos positivos en la comunidad local y en la experiencia de los visitantes.

En este caso, la capacitación del personal, la promoción del destino y la articulación con actores locales como el ETUR constituyen prácticas responsables que vinculan al hotel con el desarrollo turístico de la ciudad, trascendiendo la lógica puramente operativa del servicio.

De este modo, el recepcionista deja de ser únicamente un ejecutor de tareas administrativas para convertirse en un actor estratégico en la experiencia hotelera y en la valorización de Rosario como destino turístico.

3.6. Impacto esperado en la experiencia hotelera

La implementación de las estrategias propuestas tendría un impacto directo en la calidad de la experiencia hotelera brindada a los huéspedes, al mejorar sustancialmente la información turística que el recepcionista puede ofrecer y al fortalecer su seguridad al momento de realizar recomendaciones personalizadas.

Contar con herramientas estructurales, instancias de capacitación y experiencias directas con la oferta turística local permitiría que las sugerencias brindadas dejen de basarse en búsquedas improvisadas y pasen a sustentarse en conocimientos consolidados y experiencias propias. Esto repercute tanto en la percepción del servicio por parte del huésped como en la imagen institucional del hotel y, de manera indirecta, en la valorización del destino Rosario.

Asimismo, estas acciones contribuyen a revalorizar el rol profesional del recepcionista dentro de la organización, reconociendo que su tarea excede lo

meramente administrativo y que constituye un componente central de la experiencia del visitante.

Esta apreciación coincide con la percepción del encargado entrevistado, quien sostuvo que una orientación turística de mayor calidad beneficia simultáneamente al hotel y al destino, favoreciendo la recomendación "boca en boca" y fortaleciendo la imagen de Rosario como ciudad turística así como también la experiencia del huésped en el hotel.

En consonancia con Schön (1982), el recepcionista puede ser comprendido como un profesional reflexivo, capaz de interpretar situaciones particulares y responder a ellas con criterio propio, adaptando su conocimiento a cada huésped y a cada contexto.

De este modo, el front desk deja de ser únicamente un espacio operativo para convertirse en un actor estratégico en la experiencia hotelera, donde el capital humano, estructural y relacional del establecimiento se articulan para generar un servicio de mayor calidad.

Conclusiones

El presente Trabajo Integrador Final permitió analizar el rol que desempeña el recepcionista dentro de la experiencia hotelera, tomando como caso de estudio los hoteles Presidente y Riviera de la ciudad de Rosario. A partir de la práctica profesional desarrollada en el área de recepción, fue posible identificar que las funciones del front desk trascienden ampliamente las tareas administrativas tradicionalmente asociadas al puesto.

Si bien la recepción constituye el primer punto de contacto entre el huésped y el establecimiento, el trabajo realizado demuestra que el recepcionista también actúa como un mediador entre el visitante y el destino turístico. Las consultas cotidianas sobre atractivos, gastronomía, actividades recreativas o formas de desplazarse por la ciudad evidencian que la orientación turística forma parte de la experiencia hotelera, aun cuando esta función no se encuentre formalmente incorporada dentro de las responsabilidades del puesto.

El diagnóstico permitió comprobar que el principal obstáculo para desarrollar este rol no radica en la falta de compromiso o conocimientos del personal, sino en la ausencia de herramientas organizacionales que permitan potenciar esos saberes. La carencia de materiales informativos, instancias sistemáticas de capacitación y mecanismos de articulación con el Ente Turístico Rosario limita las posibilidades de transformar el conocimiento individual de los recepcionistas en un recurso estratégico para la organización.

En este sentido, los aportes teóricos sobre capital intelectual permitieron comprender que el verdadero desafío consiste en fortalecer el capital estructural para aprovechar el capital humano y relacional ya existente. Del mismo modo, los planteos de Sen acerca del desarrollo de capacidades y de Schön sobre el profesional reflexivo contribuyeron a interpretar que la calidad de la atención no depende únicamente de la formación técnica, sino también de la capacidad del recepcionista para interpretar las necesidades particulares de cada huésped y adaptar sus recomendaciones a cada situación.

Las entrevistas realizadas durante el desarrollo del trabajo reforzaron las observaciones surgidas de la práctica profesional. Tanto los recepcionistas como el encargado coincidieron en destacar la importancia del conocimiento del destino, la necesidad de contar con información actualizada y el valor que tendría implementar capacitaciones y herramientas específicas para mejorar la orientación turística brindada desde recepción. Estos testimonios permitieron validar el diagnóstico realizado y otorgaron mayor sustento empírico a las propuestas elaboradas.

A partir de ello, se diseñó una propuesta de mejora basada en acciones concretas y de baja complejidad de implementación, orientadas a incorporar recursos informativos, fortalecer la capacitación del personal y promover una mayor articulación con el ETUR. Más que requerir grandes inversiones económicas, estas iniciativas implican reconocer estratégicamente el potencial del área de recepción como espacio de promoción turística y construcción de experiencias.

Finalmente, este trabajo también representó una oportunidad de crecimiento profesional y personal. La posibilidad de analizar críticamente la propia práctica permitió resignificar las tareas cotidianas desarrolladas en el área de recepción, comprendiendo que detrás de acciones aparentemente simples, como recomendar un restaurante o indicar un recorrido por la ciudad, existe una contribución concreta a la experiencia del huésped y a la construcción de la imagen turística de Rosario.

En conclusión, se considera que fortalecer el rol del recepcionista como orientador turístico no solo mejora la calidad del servicio hotelero, sino que también favorece la promoción del destino y contribuye al desarrollo de una experiencia más completa, personalizada y significativa para quienes visitan la ciudad.

Bibliografía:

Acerenza, Miguel Ángel (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo.

Bañuls, A. L., Rodríguez, A. B. R., & Jiménez, M. S. (2012). Un marco de análisis del capital humano en turismo. Papers de turisme, (39), 44-59.

Luis Feijoo, J. Montarce, J. y Oubina, G. (2016). El talento humano en hotelería y turismo: aspectos claves en la gestión de personas. Ugerman Editor.

Gallego, J. F. (2002). Gestión de hoteles una nueva visión.

González, M. V. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. Cuadernos de turismo, (27), 953-969.

Ley Nacional de Turismo N.º 25.997.

Otero, A. M. (2006). La formación de recursos humanos en turismo y recreación para la competitividad regional de la Patagonia Argentino Chilena Aportes y Transferencias, Vol. 10, Núm. 1, pp. 62-77 Universidad Nacional de Mar del Plata Argentina.

Peiró Aparisi, M., Reales, M. P., Scotto, D. A., Sosa, M., & Domoñi, E. D. (2018). El turismo como herramienta de recuperación de la memoria socio-histórica: prácticas pre-profesionales en el conurbano.

Peña Miranda, D. D., & Serra Cantallops, A. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico: Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. Estudios y perspectivas en turismo, 21(6), 0-0.

Sanjurjo, L. (2009). Los dispositivos para la formación en las prácticas profesionales. Homo Sapiens Ediciones.

Saucedo, M. (2017). Organización y gestión de la industria hotelera.

Scarabino, J. C., Biancardi, G., & Blando, A. (2007). Capital intelectual. Invenio: Revista de investigación académica, (19), 59-71.

Sen, A. (1998). Capital humano y capacidad humana. Cuadernos de economía (Santafé de Bogotá), 17(29), 67-72.

Schön, D.(1982). El profesional reflexivo. Cómo piensan los profesionales cuando actúan.

ANEXOS

ANEXO I: Entrevista a recepcionistas.

Las mismas fueron realizadas en ambos hoteles presencialmente.

Entrevista N.º 1: Lisandro Borelli. Recepcionista hotel Presidente

Fecha: 24 de junio 2026.

1. ¿Qué tipo de consultas realizan con mayor frecuencia los huéspedes durante su estadía?

Las consultas de los huéspedes son muy variadas a lo largo de la estadía. Al momento del ingreso suelen estar relacionadas con los servicios que ofrece el hotel y las facilidades disponibles. Posteriormente aparecen consultas sobre algún inconveniente con la habitación o, con mayor frecuencia, preguntas vinculadas con la ciudad, por ejemplo: *"¿Qué podemos hacer hoy?"* o *"¿Qué nos recomienda para mañana?"*.

2. ¿Con qué frecuencia los huéspedes solicitan recomendaciones sobre atractivos turísticos, gastronomía o actividades en Rosario?

Ese tipo de consultas es cotidiano y muy frecuente. Ocurre especialmente en los hoteles que reciben mayor cantidad de huéspedes particulares que corporativos y durante fines de semana largos o períodos vacacionales, cuando aumenta significativamente el turismo de ocio.

3. Cuando recibís este tipo de consultas, ¿considerás que contás con las herramientas necesarias para responderlas?

Considero que no contamos con herramientas suficientes para orientar a los visitantes de manera práctica y eficiente.

4. ¿Cuáles son las principales dificultades que encontrás al momento de brindar información turística?

El acceso a la información turística está centralizado principalmente en la página web del Ente Turístico Rosario (ETUR) o en el sitio web de la Municipalidad. Sin embargo,

consultar esa información durante la atención resulta poco práctico, ya que muchas veces un solo recepcionista debe atender más de cien habitaciones.

Además, la empresa no suele priorizar este tipo de orientación al huésped. Por ejemplo, el ETUR dispone de mapas turísticos muy útiles, pero estos solo pueden retirarse en la oficina central ubicada en el Parque Nacional a la Bandera. A pesar de que dicha oficina se encuentra a pocas cuadras de los hoteles, no existe una política institucional para retirar ese material y ponerlo a disposición de los huéspedes.

5. ¿Creés que el conocimiento sobre la ciudad influye en la calidad de la atención al huésped? ¿Por qué?

En el contexto actual del puesto, el conocimiento personal que posee cada recepcionista sobre Rosario representa prácticamente el principal recurso disponible para orientar a los huéspedes.

Esto tiene aspectos positivos, ya que permite brindar recomendaciones basadas en la experiencia cotidiana y aportar información práctica que muchas veces no aparece en internet. Sin embargo, también presenta limitaciones, porque cada persona conoce mejor determinados barrios, actividades o circuitos y puede desconocer otras propuestas relevantes.

Asimismo, considero que existen diferencias entre quienes nacieron en Rosario y quienes conocieron la ciudad siendo adultos. Estas experiencias personales condicionan la forma de recomendar el destino.

También es importante considerar algunas dificultades propias de la ciudad, como la inseguridad, la accesibilidad, las complicaciones del tránsito, el transporte público y determinados horarios de funcionamiento de los espacios turísticos. Todos estos factores deben ser tenidos en cuenta para realizar recomendaciones responsables y evitar que el visitante tenga una mala experiencia.

6. ¿Qué herramientas o recursos considerás que podrían mejorar la orientación turística brindada desde recepción?

Los recursos más útiles serían justamente aquellos que antes eran habituales y que, con el paso del tiempo, fueron reemplazados por herramientas digitales: planos de la ciudad turísticos, folletos, cupones de descuento, flyers de eventos, postales.

Además de ser herramientas prácticas, la folletería constituye un recuerdo material que acompaña la experiencia del turista durante su viaje.

También considero útil contar con agendas impresas que incluyan información permanente sobre museos, parques, circuitos y city tours, junto con actualizaciones mensuales sobre recitales, eventos culturales y congresos. Resultaría importante disponer de horarios, costos y formas de acceso de manera rápida y accesible.

En cuanto a la gastronomía, sería muy interesante implementar credenciales o cuponeras para que los recepcionistas puedan conocer personalmente los establecimientos que luego recomiendan. Esta propuesta también podría extenderse a museos, paseos y otras actividades turísticas.

7. ¿Te resultaría útil participar en capacitaciones sobre la oferta turística local? ¿Qué contenidos te interesaría incorporar?

El ETUR y AEHGAR han organizado capacitaciones y recorridos turísticos gratuitos destinados al personal hotelero. Tuve la oportunidad de participar en algunas de esas actividades y las considero muy beneficiosas porque permiten incorporar conocimientos de manera práctica y directa.

La principal dificultad es que, en muchas oportunidades, estas capacitaciones se realizan fuera del horario laboral, por lo que los trabajadores deben destinar tiempo personal para asistir. Sería importante generar modalidades que faciliten el acceso a estas instancias de formación.

Es pertinente comentar aquí que como cierre de la entrevista, el entrevistado compartió una experiencia personal ocurrida durante una capacitación del ETUR. Allí planteó la dificultad que representa orientar a los huéspedes una vez finalizado el horario comercial del microcentro rosarino, ya que muchas propuestas cercanas al hotel dejan de funcionar a partir de las 18 horas.

Según manifestó, la respuesta recibida por parte de los organizadores fue poco receptiva y no contempló las limitaciones reales que enfrenta el personal de recepción al momento de recomendar actividades.

El entrevistado considera que Rosario posee un importante potencial turístico, aunque entiende que aún existen desafíos vinculados con la accesibilidad de la información, la autocrítica institucional y el fortalecimiento de propuestas que permitan consolidar a la ciudad como destino turístico. También destaca que, durante el último año, observó una mejora en el movimiento turístico y expresó su expectativa de que ese proceso continúe fortaleciéndose

Entrevista N.º 2: Lara Perez. Recepcionista hotel Riviera.

Fecha: 25 Junio de 2026

1. ¿Qué tipo de consultas realizan con mayor frecuencia los huéspedes durante su estadía?

Las consultas más habituales se relacionan con la posibilidad de realizar un *late check-out*, los descuentos por pago en efectivo y los servicios disponibles en el hotel, especialmente el gimnasio, que aproximadamente la mitad de los huéspedes consulta durante su estadía.

2. ¿Con qué frecuencia los huéspedes solicitan recomendaciones sobre atractivos turísticos, gastronomía o actividades en Rosario?

Este tipo de consultas es bastante frecuente, especialmente durante los fines de semana. Los huéspedes suelen preguntar si el hotel dispone de mapas de la ciudad y solicitan recomendaciones sobre lugares cercanos para almorzar o cenar, además de consultar por atractivos turísticos y actividades para realizar en Rosario.

3. Cuando recibís este tipo de consultas, ¿considerás que contás con las herramientas necesarias para responderlas?

Considero que, en términos generales, sí. Quien conoce la ciudad y las actividades que ofrece puede orientar adecuadamente a los huéspedes, complementando esa información con herramientas como Internet para indicar recorridos o medios de transporte.

4. ¿Cuáles son las principales dificultades que encontrás al momento de brindar información turística?

La entrevistada no manifestó dificultades específicas en esta pregunta, aunque en sus respuestas posteriores señaló la necesidad de contar con herramientas más prácticas y actualizadas para acceder a la información turística.

5. ¿Creés que el conocimiento sobre la ciudad influye en la calidad de la atención al huésped? ¿Por qué?

Sí, influye de manera significativa. Conocer la ciudad permite responder las consultas con mayor precisión y honestidad. La entrevistada considera importante brindar recomendaciones sinceras, incluso cuando algún lugar consultado no resulta conveniente, ya que una orientación adecuada contribuye a generar confianza y evita que el huésped tenga expectativas equivocadas sobre su experiencia.

6. ¿Qué herramientas o recursos considerás que podrían mejorar la orientación turística brindada desde recepción?

La entrevistada propone el desarrollo de una aplicación oficial de turismo para la ciudad de Rosario que reúna diariamente la oferta de actividades disponibles. Considera que esta herramienta debería permitir seleccionar distintos idiomas y especificar claramente los costos de las actividades en diferentes monedas (pesos argentinos, dólares o euros), facilitando así el acceso a la información para turistas nacionales e internacionales.

7. ¿Te resultaría útil participar en capacitaciones sobre la oferta turística local? ¿Qué contenidos te interesaría incorporar?

Considero que las capacitaciones resultarían muy beneficiosas para el personal de recepción, ya que permitirían ampliar el conocimiento sobre la oferta turística de Rosario. Señala que, en muchas ocasiones, los recepcionistas solo cuentan con información básica acerca de los principales atractivos de la ciudad, por lo que incorporar contenidos más amplios contribuiría a brindar una mejor orientación a los huéspedes.

Esta entrevista complementa muy bien a la realizada a Lisandro Borelli porque aporta otra mirada: mientras él hace más énfasis en la falta de recursos institucionales,

Lara Pérez destaca la importancia del conocimiento personal del recepcionista y propone incorporar herramientas digitales para mejorar la información disponible. Ambas coinciden, además, en la necesidad de fortalecer la capacitación del personal, lo que respalda las propuestas desarrolladas en el Capítulo 3.

Entrevista N.º 3: Matías Zanolio. Encargado del área de recepción.

Fecha: 26 de junio 2026.

1. ¿Qué importancia considera que tiene el área de recepción dentro de la experiencia general del huésped?

Considero que el área de recepción es la carta de presentación del hotel. Es el primer espacio con el que se encuentra el huésped al ingresar y, de acuerdo con la forma en que es recibido, puede comenzar a construir una experiencia positiva o negativa. Además, representa el centro neurálgico del establecimiento, ya que por la recepción circula gran parte de la información necesaria para el funcionamiento del hotel. Desde mi perspectiva, es el departamento más importante de la organización.

2. ¿Qué rol cree que cumple el recepcionista en la transmisión de información turística sobre la ciudad?

El rol del recepcionista es muy importante, ya que generalmente conoce la ciudad, los principales puntos de interés y los atractivos cercanos al hotel. Además, cuando el recepcionista ha experimentado personalmente algunos de los servicios o actividades que recomienda, puede transmitir esa información de una manera más confiable y cercana, favoreciendo una mejor experiencia para el huésped.

3. ¿Considera que actualmente el personal cuenta con herramientas suficientes para orientar a los huéspedes respecto de la oferta turística local?

Considero que el personal dispone de bastante información, aunque muchas veces esta no se encuentra actualizada o presenta dificultades para su utilización. Un ejemplo es el servicio del colectivo turístico de Rosario, cuyo acceso suele depender del uso de aplicaciones o herramientas digitales que, en algunos casos, resultan poco prácticas para determinados perfiles de visitantes, especialmente personas mayores.

En ese sentido, considero que aún existen aspectos que pueden mejorarse para facilitar el acceso a la información turística.

4. ¿Qué oportunidades de mejora identifica en relación con la capacitación del personal de recepción?

Sería importante fortalecer la capacitación en idiomas aplicados a la hotelería, especialmente inglés, portugués y francés. También considero necesario profundizar la formación en manejo de grupos, atención al cliente y resolución de conflictos, competencias que forman parte de la tarea cotidiana del recepcionista.

5. ¿Considera viable implementar materiales informativos, capacitaciones o acciones conjuntas con el ETUR para fortalecer esta función?

Sí, lo considero totalmente viable. De hecho, el Ente Turístico Rosario ya realiza capacitaciones cuando incorpora nuevos productos turísticos a la oferta de la ciudad. Personalmente tuve la oportunidad de participar en algunas de ellas y de realizar el recorrido del colectivo turístico, experiencia que luego permitió transmitir la información con mayor seguridad y conocimiento a los huéspedes. Considero que este tipo de acciones resulta muy beneficioso para el personal de recepción.

6. ¿Qué beneficios podría generar para el hotel una mayor participación del recepcionista en la orientación turística de los huéspedes?

Una mayor participación del recepcionista en la orientación turística contribuiría a fortalecer la imagen de Rosario como destino turístico. La recomendación directa genera una forma de publicidad muy valiosa, basada en la experiencia de los visitantes y en el boca a boca. Cuando el huésped tiene una buena experiencia tanto en la ciudad como en el hotel, ambos se ven beneficiados, fortaleciendo simultáneamente la imagen del establecimiento y del destino.

El entrevistado considera que el área de recepción constituye un espacio estratégico dentro de la organización hotelera, no solo por las funciones operativas que desarrolla, sino también por su capacidad para influir en la percepción que el huésped construye sobre el hotel y sobre la ciudad. Asimismo, destaca la importancia de continuar fortaleciendo la capacitación del personal y de generar instancias de articulación con el Ente Turístico Rosario, entendiendo que un recepcionista mejor preparado puede contribuir tanto a mejorar la experiencia del visitante como a posicionar a Rosario como destino turístico.

Se considera que las tres entrevistas convergen en un mismo diagnóstico: la necesidad de fortalecer la información turística y la capacitación, pero lo hacen desde lugares distintos.