

## ¿Servicio de referencia en la conserjería de un hotel u orientación del ocio en turismo?

*Una visión desde el turismo hospitalario y sus herramientas en la sociedad de la información.*



Magali Castellano

Legajo 74795/3

Directora de tesis: Josefina Mallo

Fecha de entrega: 02/07/2015

*“Vivimos en un mundo pletórico de datos, frases e íconos. La percepción que los seres humanos tenemos de nosotros mismos ha cambiado, en vista de que se ha modificado la apreciación que tenemos de nuestro entorno. Nuestra circunstancia no es más del barrio o la ciudad en donde vivimos, ni siquiera la del país en donde radicamos. Nuestros horizontes son, al menos en apariencia, de carácter planetario” (Delarbre, 1996 :276)*

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a quienes hicieron posible este trabajo, en principio a mi Directora Josefina Mallo por haberme guiado y además sentido este trabajo a la par mío con tanta comprensión e iniciativa desde un primer comienzo, por tanto tiempo compartido, despertando en mí esa motivación al investigar teniendo en cuenta todo lo que involucra llevar a cabo un estudio de esta índole.

A mi familia, a mis amigos, compañeros de la carrera y a mi novio quienes me han acompañado tanto desde un principio para lograr tan ansiado objetivo.

No quiero dejar de reconocer el esfuerzo que han hecho en el Hotel Sheraton Libertador tanto los empleados del Departamento de Recepción y Gerencia por su buena predisposición y por brindarme su tiempo, como también Los Miembros de La Asociación de Conserjes Llaves de Oro, Les Clefs D'Or por abrirme sus puertas para poder realizar las entrevistas en cada lugar.

A todos ¡Muchas gracias, me llenan de luz!  
Sin ustedes no hubiese podido llevar a cabo esta investigación...

# Índice

<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>HIPÓTESIS</b>	<b>8</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN</b>	<b>10</b>
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>11</b>
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>11</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>11</b>
<b>METODOLOGÍA, ALCANCES Y LÍMITES</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>13</b>
<b>TURISMO Y CONSERJERÍA</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>18</b>
<b>ORIENTACIÓN Y OCIO</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>22</b>
<b>EL APORTE DESDE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>CONSULTA Y REFERENCIA</b>	<b>25</b>
<b>HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN</b>	<b>29</b>
<b>ANÁLISIS DE CAMPO</b>	<b>33</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>42</b>
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>43</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>43</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>65</b>

## **Resumen**

El presente trabajo versa sobre el término orientación del ocio en turismo como concepto aun no desarrollado como tal, en el campo del turismo.

El propósito de esta investigación será en principio justificar la idea, de que la orientación turística generada a partir del servicio de referencia en la conserjería del hotel de caso de estudio, podría generar un aporte extraordinario en la organización interna del mismo , si se tomara en cuenta la importancia de las herramientas de la sociedad de la información que debe hacer usó el profesional de consulta y referencia, para que con amplias capacitaciones en el desarrollo profesional del capital humano, lleve a cabo su labor como intermediario informacional y referencista en el ámbito de la Conserjería.

Es así, que se analiza una actividad que al permitir la interdisciplinariedad en el campo de trabajo, proporciona aprendizajes continuos, adaptaciones a tener en cuenta de otras ciencias que también hablan sobre el tema, admitiendo un óptimo asesoramiento, para quien solicita esa información, ofreciendo a su vez un valor agregado a su experiencia en el destino.

Específicamente, el estudio se focaliza en las correlaciones entre el servicio de referencia llevado a cabo en bibliotecología y sus herramientas, turismo interdisciplinario y hospitalidad, así como también se analiza y esclarece diferentes criterios como el término orientación desde distintas disciplinas, el personal referencista y el profesional en turismo.

El análisis se realiza desde el punto de vista de la oferta turística, persiguiendo un fin aclaratorio conceptual de una temática poco abordada hasta el momento.

Se hace necesario el desarrollo de un enfoque interdisciplinario en el estudio del turismo con objeto de profundizar en su conocimiento científico.

Esta investigación busca ser un puntapié inicial para estudios futuros en turismo y hospitalidad.

## **Introducción**

Este estudio propone una reflexión sobre la orientación en el turismo de ocio que se brinda en el Departamento de conserjería del hotel, a partir de su comparación con los servicios de referencia que se realizan en Bibliotecología, jerarquizando la función que éste departamento tiene en la empresa como foco informativo y cultural. Para el análisis se toma como ejemplo un hotel de 5 estrellas sito en CABA.

En este análisis se introduce al tema por medio de definiciones y conceptos relacionados en la Sociedad de la Información con principales fundamentos en la ciencia de la Bibliotecología para ser abordados en la disciplina del Turismo. Se relaciona la actividad del profesional de la información en ambas disciplinas, vinculando principalmente las herramientas aplicadas en el servicio de referencia de Bibliotecología con el servicio de referencia turística al cual en este estudio denominamos como orientación del ocio en turismo. Como demostraremos más adelante a partir de los análisis de Trejo Delarbre(1996), Casado(1994), Roseblum y otros(2011), los conceptos de la Sociedad de la Información pueden estar bastante extendidos, pero al relacionarlos con la orientación en el turismo se nos plantean los siguientes interrogantes ¿Qué es el la orientación del ocio? ¿Qué rasgos la definen? ¿Cómo llevamos a cabo y qué relación existe entre las herramientas de información utilizadas en el servicio de referencia brindado en el Departamento de Conserjería de un hotel y el de Bibliotecología?, ¿Qué incumbencias existen hoy en día en quienes deben brindar la información turística necesaria con la adecuada competencia profesional del Licenciado en Turismo en el campo de la conserjería? La respuesta a estos interrogantes es lo que se intenta abordar con esta investigación.

Este trabajo se compone de dos partes muy bien diferenciadas, por un lado, tenemos la reflexión teórica sobre el problema del ocio y el servicio de referencia que en la disciplina del turismo se conoce como orientación y por otro lado, una cuestión practica para observar cómo se aplica en la realidad.

En la primera se estudia la pertinencia y relación entre ciertos términos y conceptos fundamentales que se tratan a lo largo del trabajo a partir de una contrastación bibliográfica de fuentes escritas u orales de solvencia acreditada, que están directamente relacionadas entre sí:

- Orientación en turismo
- Servicio de consulta y referencia
- Sociedad de la información
- Perfil del profesional referencista
- Departamento de conserjería
- Turismo, huésped y ocio

A partir de diversos planteamientos teóricos sobre este campo de investigación, se ofrece un análisis acorde al enfoque que precisa el estudio de esta realidad, así como la reflexión teórica y conceptual.

En la segunda parte se analizan, a partir de una metodología de investigación exploratoria, las prácticas aplicadas en el caso de estudio mediante entrevistas confeccionadas especialmente para este trabajo, observación directa y participante, llevado a cabo en el lugar y tiempo espacial determinado. El trabajo de campo propiamente dicho, fue realizando durante la primer semana del mes de noviembre y diciembre de 2014 en el turno mañana y tarde del Departamento de Recepción del Hotel Sheraton Libertador. Esto permitirá conocer una serie de datos imprescindibles para la evaluación del servicio de orientación del centro de información, analizando la misma en función de los objetivos planteados.

Para evaluar el servicio en el marco de una empresa hotelera, se llevaron a cabo entrevistas dirigidas al personal que cumple las funciones de conserjería y a huéspedes del hotel. También se consultó la opinión de la gestión del Hotel a partir de las entrevistas al Gerente de habitaciones, el supervisor del Departamento de Recepción, El Presidente.

Finalmente, con el objetivo de tener un panorama de las distintas incumbencias profesionales, se entrevistó a miembros de la Asociación de Les Clefs D'Or en Argentina. Les Clefs D'Or es una asociación profesional voluntaria de conserjes de hoteles de primera categoría, los cuales se reúnen para mejorar sus capacidades de orientación al cliente y desarrollar diversas actividades en pro de su perfeccionamiento profesional. Se distinguen por tener dos pequeñas llaves de oro en su uniforme.

Evaluando la claridad de la información empírica lograda a partir de esta investigación, se realiza un cotejo para comparar las distintas informaciones obtenidas ya sea de forma escrita u oral.

Comúnmente el turismo es definido como *“un movimiento de gente fuera de su ambiente habitual de trabajo y residencia con distintas tareas y actividades realizadas en ese lugar de destino tomando distintos servicios para atender sus necesidades”* (Santana y Estévez 1996: 288 en Pasos 2003: 59) Al mismo tiempo se mencionan como elementos importantes de éste, el ocio, el tiempo libre, el dinero no utilizado para cubrir las necesidades básicas (Smith 1985). De esta manera se analiza el estudio del turismo no sólo como un fenómeno social que cada vez involucra a más personas de distintas culturas, sino principalmente centrandolo en su funcionamiento, sobre todo tomando en cuenta que los lugares turísticos están enfocados a la necesidad del viajero y todo busca acomodarse para satisfacer lo que el turista está buscando, sin perder una perspectiva interdisciplinaria. El ocio, el desplazamiento y las motivaciones en el tiempo libre se relacionan entre sí integrando todo un mismo fenómeno: el turismo. El mismo debe estudiarse no solo dentro de un aspecto económico sino también dentro del entorno socio cultural que indudablemente lo afecta. (Santana & Estévez, 1996). Al turismo se lo puede considerar como una institución siendo un fenómeno económico y social que como tal influye en muchos niveles de la vida de las personas, que brinda nuevas opciones importantes en construcción del mundo moderno, provee elementos de diversión y descanso para el turista, relacionados directamente al desarrollo social, económico y psicológico de las personas involucradas en el fenómeno y por ende, siguiendo estas consideraciones, el turismo como un fenómeno social plantea la conveniencia de su estudio desde una perspectiva interdisciplinaria. (Cala Bibiana, 2003).

El actual trabajo pretende abordar un estudio acerca de la orientación del ocio sólo analizado desde el punto de vista del servicio de referencia ejercido en el departamento de recepción, donde también se ejerce el rol de la conserjería. Se contempla así, una nueva definición del ocio en turismo. Su poco desarrollo bibliográfico se empieza a subsanar a partir de una metodología teórica y exploratoria, a través de entrevistas al profesional referencista en recepción, entrevistas a miembros de Les Clefs D'Or tomándose como una variable determinante para generar un valor agregado a la experiencia del huésped del hotel.

Continuando con lo que se pretende abordar en esta investigación, también se toma en cuenta la contrastación bibliográfica con el resultado de las entrevistas. De esta forma a partir de la totalidad de las respuestas se puede observar cómo la percepción del servicio, y las expectativas que todos los actores involucrados tienen sobre las posibilidades de cambios en el mismo. Se considerara también la especificidad de quienes desempeñan estas funciones y su percepción del papel del Licenciado en turismo en esta posición en particular; este complejo fenómeno, implica una cadena de evaluaciones, tanto en la conserjería del hotel como objeto de estudio, inmersa en las otras tantas tareas de los otros departamentos del establecimiento y las distintas percepciones de los actores inmersos en la cadena: gerencia, empleados y huéspedes.

Los especialistas están de acuerdo en que se requiere una constante interacción e influencia de profesionales de diferentes títulos y grados académicos a la hora de aportar disciplinar e interdisciplinariamente en el campo del ocio. Esta interprofesionalidad, interdisciplinaridad y la realidad cotidiana se integran y complementan como elementos intrínsecos favoreciendo al desarrollo de teorías adaptadas, a la investigación empírica y a distintas situaciones que contribuyen al interés del tema de estudio (Codina Mata, 2007).

El ocio dentro del tiempo libre será el tiempo caracterizado por la libre elección y realización de actividades para satisfacción personal, un tiempo de diversión y a su vez descanso, en sí un conjunto de actividades elegidas a partir de las preferencias del individuo (Suárez, Agullo Tomas, 1999).

Esta investigación académica apoya el desarrollo interdisciplinar de los estudios en turismo. El modelo interdisciplinar conlleva a trabajar con distintas disciplinas combinando varias herramientas y técnicas para ser formuladas, conjuntamente, de forma intencionada para alcanzar una síntesis común. (Bonilla, 2004). La complejidad de la investigación realizada en el campo en donde se produce ésta interacción, será la que lleve al profesional a enfrentar una serie de problemas que no son estáticos, sino cambiantes y dinámicos, por lo que la valoración y análisis de éste perfil, deberá ser permanente. Según Fonseca (2005) el profesional en turismo debería saber aplicar los conocimientos adquiridos frente a las diversas realidades que le toca enfrentar en este contexto, es por ello que su experiencia y desarrollo es imprescindible para la evaluación del uso de herramientas interdisciplinarias en esta disciplina (Fonseca, 2005).

## **Hipótesis**

A partir de estas cuestiones, la hipótesis de esta investigación es:

En las conserjerías se brindan servicios de orientación turística, cuyas herramientas aún no han sido sistematizadas. Las herramientas del servicio de referencia bibliotecológico,



adaptadas a dicho fin, son una metodología que los Licenciados en Turismo que ocupen puestos en este departamento están altamente capacitados para aplicar, en el desarrollo de competencias de su incumbencia profesional.

## **Fundamentación**

Los estudios sobre el turismo son de ámbito interdisciplinario (Jafari, 2000:275 en Nechar y Netto 2011) es por ello que la información obtenida a partir de distintas percepciones y disciplinas, puede ser de gran utilidad para áreas de investigación como materias de metodología de investigación, recursos humanos entre otras.

El interés principal para realizar este trabajo de investigación consiste en expandir la teoría ya existente sobre la importancia del perfil profesional en el servicio de orientación en turismo. Por más que haya trabajos que especifican la conceptualización de orientación desde otras disciplinas, los estudios e información disponibles sobre el área en turismo son casi inexistentes. Los servicios en los cuales se oriente directamente a los turistas están poco analizados, lo mismo que las herramientas a partir de las cuales se pueda orientar. Es entonces que se intenta un abordaje diferente al cruzar la disciplina del turismo con una disciplina usualmente poco ligada a ésta como es la bibliotecología. La experiencia de la bibliotecología, unida a la tradición en turismo de la adecuación de técnicas y herramientas desarrolladas para otras disciplinas permite definir y analizar un proceso que contribuya a la clarificación del problema. Esta aproximación para enfocar el nivel de la problemática planteado anteriormente es lo que me motivó a buscar la solución en el marco de esta línea de investigación.

En bibliotecología, la especialidad profesional con las aptitudes y capacidades necesarias para proporcionar servicios de consulta, tuvo sus comienzos en la segunda mitad del siglo XIX en respuesta a la difusión de la educación. Poco a poco las entidades educativas comenzaron a exigir un puesto intermediario entre la información y las necesidades de los usuarios por lo que aquí nace el puesto del referencista. (E. Boop & Smith, 2000). Hasta ese momento, como señala Bunge (1984), se concebía que fueran los usuarios quienes debían ir independientemente a buscar lo que necesitaran de la institución bibliotecaria y procurarlo por ellos mismos siendo el establecimiento sólo una concentración de los materiales y la adquisición de estos para futuros requerimientos. (Bunge 1984, en E. Boop & Smith, 2000). Samuel Green (1876) sostenía que era el bibliotecario referencista quien debía tener los conocimientos necesarios para hallar la información requerida por muchos y presentarla, teniendo siempre en cuenta las funciones del servicio de consulta siendo éstas la información, la instrucción y la guía al momento de asesorar. (Green 1876, en E. Boop & Smith, 2000).

Se busca generar un documento para futuras consultas, con información confiable, conformado por la utilización de distintos métodos con el objetivo de abordar un análisis comprensivo que explique el fenómeno en cuestión. Se establecerá relación entre la contrastación bibliográfica de la teoría escogida y el estudio de caso propuesto desarrollándose así un encuadre teórico para una aproximación al tema a investigar.

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

Correlacionar las herramientas aplicadas en la Conserjería de los hoteles para brindar información turística con las utilizadas en la referencia bibliográfica.

### **Objetivos específicos**

1. Analizar el tipo de Orientación Turística que se hace en una conserjería
2. Describir los componentes del Servicio de Referencia
3. Evaluar el uso de las herramientas de referencia en la orientación turística llevada adelante en el hotel.
4. Describir las actuales incumbencias de los empleados de conserjería.
5. Analizar la competencia profesional de los Licenciados en Turismo en el campo de la conserjería.
6. Proponer una adaptación de herramientas de referencia bibliotecológica al uso en el departamento de conserjería.

## **Metodología, alcances y límites**

El presente estudio parte del desencuentro bibliográfico que apoya la teoría de la orientación de ocio, al rastrear la bibliografía académica generada desde la disciplina turística, sobre técnicas y herramientas apropiadas. Desde este punto la investigación se limita a tratar distintos conceptos teóricos del término orientación visto desde otras disciplinas, y debido a esta falencia se rescata y pone en valor la similitud con el corpus conceptual que se utiliza en la bibliotecología y las ciencias de la información. La misma permitirá comprender la semejanza en las tareas visto desde la oferta no llegando a abarcar el universo completo de herramientas de servicio de referencia utilizado en el departamento de conserjería, simplemente relacionando ambos campos de trabajo.

El método de estudio de casos es una herramienta valiosa de investigación donde se registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado (Yin, 1989 en Carazo, 2006). En un estudio de caso los datos pueden ser obtenidos por gran cantidad y variedad de fuentes ya sean de documentos archivos, entrevistas directas, observación directa y participativa. (Chetty, 1996 en Carazo, 2006). En definitiva, *“el estudio de casos, es una técnica o método de investigación que tiene por objeto vislumbrar las conductas sociales por medio de la observación en profundidad ya sea de agrupaciones, de individuos concretos o de parte o partes de una organización, teniendo una gran importancia en el desarrollo de las ciencias sociales. Su mayor ventaja está en la capacidad de suministrar una aproximación entre la teoría y la práctica.”*(Moya & Feliu, 2005: 132)

En cuanto a las limitaciones metodológicas se puede mencionar en primer lugar, las entrevistas realizadas las cuales fueron llevadas a cabo contando con un período limitado de tiempo. Las entrevistas en profundidad a los referentes miembros de la Asociación argentina de Les Clefs D’Or no fueron realizadas en el hotel al cual tomamos como referencia sino que se citó un encuentro con cada uno en particular en sus ámbitos de trabajo y durante su jornada laboral. Asimismo los cuestionarios al personal de recepción, para conocer su perspectiva sobre cómo ve reflejado el servicio brindado realizando un análisis del tipo de información recreacional ofrecida, fueron realizadas durante sus jornadas laborales tanto al turno mañana como al turno tarde. En este contexto y aprovechando su interés algunos abordaron el tema con mayor profundidad dando lugar a breves conversaciones en que ampliaron la información sobre una serie de datos imprescindibles.

Las entrevistas realizadas a los huéspedes fueron en primera instancia abordadas personalmente (cinco entrevistas), pero como durante el período de recolección de datos se llevó adelante la remodelación del Lobby del Hotel que se extendió por más de seis meses, se decidió subsanar el menor contacto personal por medio de la generación las entrevistas mixtas alternando preguntas espontáneas con consultas estructuradas por medio del correo electrónico (once entrevistas). Se utilizaron los siguientes criterios para la selección de los individuos a entrevistar: personas mayores de edad, que mostrasen interés en realizar actividades turísticas en el destino.

## Capítulo I

### Turismo y Conserjería

Para hablar de las relaciones entre turismo y conserjería, debemos en primer término contextualizar histórica y operativamente los conceptos que se utilizarán en el presente trabajo. Es por esto que, si bien se toma en cuenta que al turismo en 1942 se lo definía como una sumatoria de las relaciones y fenómenos que surgen en los viajes y estancias de los no residentes, siempre que no estuvieren ligados a una residencia ni actividad remunerada en el lugar (Hunziker y Krapf, 1942 citado en OMT, 2004), posteriormente se lo definió teniendo en cuenta la connotación del viaje como los desplazamientos temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia, de trabajo y las actividades emprendidas durante su estadía en esos destinos (Burkart y Medlik, 1982 citado en OMT 2006).

En esta investigación de campo utilizaremos la definición que refiere al *“Turismo comprendiendo las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”* (OMT, 2006:11).

Por lo tanto, se entiende que un turista es aquel que pasa por lo menos una noche en el destino visitado, comprendiéndose la importancia del alojamiento y la experiencia turística. El alojamiento turístico se encuentra en el destino y en sí representa el medio necesario para ponerse en contacto con él y sus atracciones. (OMT, 2006). En este sentido, la hostería (u hotelería, como se la llama en América latina) debe entenderse como un sistema comercial de bienes materiales e intangibles que deben satisfacer las necesidades básicas de descanso y alimentación para los turistas, siendo situados los más importantes y representativos, en el corazón de cada ciudad ya que son áreas de grandes flujos de demanda y desplazamiento (OMT, 2006).

Existe gran importancia de las atracciones que se encuentran situadas en el lugar de destino, ya que según Leiper los turistas se desplazan desde su lugar de origen al destino porque desean conocer las atracciones que se encuentren allí como forma de ocio durante su tiempo libre, generando para sí nuevas y enriquecedoras experiencias. También se toma en cuenta al deseo del viajar como efecto activador en el qué hacer del turista (Leiper, 1990 citado en OMT, 2006).

Se percibe que un segmento cada vez más amplio de la población busca experiencias enriquecedoras y educativas, tanto naturales como sociales y culturales para generar en sí mismos, un valor recreativo único, el cual estará en consecuencia orientado en función a los gustos de quien solicita la información, las tendencias de la sociedad en ese momento y la elección del asesor en informar de acuerdo a las actividades de ocio a realizarse en cada escenario en particular.

Respecto al concepto de servicio experiencial, quienes brindan servicios intentan una búsqueda constante de distinguir y captar la atención del cliente generando así, nuevas experiencias. La gente expresa la necesidad de buscar experiencias únicas que reflejen sus propias historias. Las experiencias son intangibles e inmateriales, suelen ser caras pero poseen un gran valor agregado ya que son memorables (Binkhorst, 2008).

Quienes buscan experiencias, buscan emocionarse ante la espontaneidad, ante la libertad de la actividad, en permanente búsqueda de la pertenencia a una comunidad, a los valores e incluso al sentimiento de autenticidad (Nijs y Peters 2002, Ter Borg 2003 en Binkhorst, 2008). El turismo es considerado una fuente inagotable de experiencias por medio de la cual la persona construye su propia historia. Muchas son las razones que explican el por qué actúan de esa manera las personas cuando realizan actividades de ocio. Se concibe al turismo como una evasión a la vida cotidiana (Cohen, 1972, 1979, 1988; MacCannell, 1989; Urry, 1990; citados en Binkhorst, 2008). Existe un método basado en muestras de experiencia llamado ESM, demuestra que las actividades de ocio social generan una mayor felicidad (Csikszentmihalyi y Hunter, 2003 citado en Binkhorst, 2008). Es por lo expuesto que el turismo podría tomarse como una red que proporciona experiencias involucrando a todas las partes que participan desde distintos contextos temporales y espaciales, siendo el ser humano el actor crucial de la misma.

Es necesario proveer de información absolutamente actualizada, cualificada y jerarquizada a quienes realizan el servicio de orientación de acuerdo a los requerimientos que plantea el huésped. Es central que, para realizar esta orientación, esté presente en el análisis la doble cualidad de huésped y también, a su vez, turista. Como centro orientativo y de información es imprescindible el hecho de aprehender su comportamiento a la hora de ofrecer actividades de ocio, para un correcto servicio de asesoramiento.

A partir de ello es que se considera que existe la necesidad de orientar al huésped, saber lo que esperan del profesional a quien acuden, determinar los requerimientos de los turistas actuales y potenciales, observarlos e interpretar lo que quieren que se les ofrezca sin generar discrepancia entre lo que se promete y lo que se ofrece, a fin de obtener un conocimiento amplio sobre sus preferencias depurando la información que se brinda. Si bien en la actualidad es frecuente observar que empleados que brindan el servicio no saben lo que esperan de ellos, esta una deficiencia se debe a una preparación escasa y un gerenciamiento que demuestra poco interés por parte del establecimiento sobre esa temática. Si quien recibe un servicio lo hace con agrado es muy probable que repitan su elección, lo cual significan nuevas oportunidades para quien brinda el servicio, esto indica la necesidad de orientarlo hacia quienes lo solicitan ajustándolo a sus expectativas ofreciendo lo que se exige, sin desviaciones (Pérez Fernandez, 1995; Zeihaml et al., 1993; Merli, 1995 en OMT 2006).

El hecho de que el servicio turístico y la información que se brinda sea un bien, en gran medida, intangible, y que requiere la participación de personas en su prestación, implica que exista el riesgo de que el servicio de asesoría brindado contemple variabilidad, es decir, puede que un huésped al pedir una recomendación o sugerencia, reciba de distinta forma un mismo servicio de orientación lo cual puede desconcentrarle. Es por ello que la satisfacción del huésped en la respuesta obtenida dependerá de cada persona con la que el turista entre en contacto.

Del resultado de estos momentos depende que el huésped reciba una buena impresión, bien sea debido a la rapidez y comprensión, la amabilidad en el trato, la eficacia la empatía o cualquier otro atributo (Carlzon, 1991 en OMT 2006).

Si bien existe gran clasificación de los recursos turísticos con los que cuenta un destino, aquí haremos solo hincapié en aquellos recursos de esparcimiento y ocio como zonas recreativas cercanos a los núcleos habituales de hotelería y de flujos de demanda.

El concepto de orientación turística es muy poco discutido por el corpus bibliográfico en la turistología, las referencias más ajustadas se han encontrado en distintas percepciones

desde lo psicosocial y desde el marketing. Si bien desde ambas disciplinas se analiza el problema considerando la información recabada por el turista como concluyente. Más adelante desarrollaremos la postura de la orientación tal como se encuadra en los estudios de marketing (Garazo, 2004). Desde lo psicosocial, la postura predominante es enriquecer la información previa del solicitante, entendiendo que, al formar parte de la Sociedad de la información, estiman que la provisión de orientación en este campo debe ser considerada como una profesión de servicios humanos (Vera, 2003). Es decir, ateniéndonos a nuestro caso de estudio, el huésped acude a que lo asesoren, a buscar un servicio de orientación que pueda satisfacer su necesidad informacional tradicionalmente atendido en el servicio de conserjería.

La conserjería es uno de los principales contactos con el turista dentro de los servicios que se ofrecen en un establecimiento hotelero ya que su primer encuentro es a partir de las necesidades de cada uno de ellos y allí es donde ejerce el conserje al intercambiar información (Cho, 1996 en The Golden Keys, 2009). Un hotel de categoría se distingue por las preferencias y requerimientos que toma en cuenta el conserje previamente a la estadía del turista con el objetivo de brindar una atención personalizada (Serlen, 2005 en The Golden Keys, 2009). Como se describirá más adelante, la empresa analizada también utiliza para este fin herramientas informacionales en su propia intranet.

Se sostiene que si bien la conserjería tiene acceso a gran cantidad de datos útiles con una herramienta muy importante como es el Internet, la mayoría de los huéspedes continúan escogiendo el servicio personalizado ofrecido y toman las recomendaciones personales desde el Departamento de conserjería. En la actualidad se encuentran los servicios de recepción y conserjería diferenciados en funciones pero no en espacios físicos y personal, como se desarrollará más adelante. Incluso este departamento ha ido sufriendo ciertas modificaciones a lo largo del tiempo como por ejemplo, el monitoreo de las páginas oficiales del establecimiento hotelero en la Web, confrontados con gran cantidad de nuevos retos en los cambios de información.

Frecuentemente los huéspedes suelen tener sus más importantes experiencias en el establecimiento, intercambiando información y relacionándose con el personal “de frontera”, quien posee un mayor contacto cara a cara con el huésped (Bitner, Brown & Meuter, 2000).

Los servicios de conserjería se encuentran principalmente en los hoteles cuatro y cinco estrellas y los mismos son los encargados de proveer estas experiencias. Son quienes deben responder a gran variedad de preguntas que van desde indicaciones de localización y dirección de lugares, reservas de restaurantes, hasta obtener tickets o para ofrecer ayuda en las compras efectuadas por el cliente. Este profesional debería estar capacitado para poder responder cualquier tipo de consultas interactuando in situ con el huésped y dando el correspondiente servicio personalizado, sin importar la variabilidad del interrogante. Stiel (2010) sostiene que como sinónimo de un servicio extraordinario está lo que se espera del servicio brindado por conserjería quienes tienen la habilidad de responder cualquier consulta con ligereza, eficiencia y mucha creatividad (Stiel, 2010). En la conserjería quienes brindan ese servicio, interpretando los deseos no expresados, a partir tanto de las herramientas de información disponibles como de la experiencia en orientación, deben saber representar los anhelos de quienes acuden a su ayuda (Madden, 2010).

La posición del conserje requiere ciertas cualidades de una persona: diplomacia, curiosidad, facilidad en interactuar con las personas, discreción, paciencia, perseverancia,

e interés por su labor, para que logre desarrollar al máximo todas sus potencialidades, (Tanguy, 2013).

Respecto a las herramientas de información mayormente utilizadas en los servicios de conserjería, sin perder de vista las informaciones personalizadas que se obtienen a partir de la intranet de las diversas empresas que brindan información específica sobre los huéspedes (y sobre las que volverá más adelante), se menciona a Internet como una fuente que da lugar a un almacenamiento de datos muy fructíferos a la hora de referenciar correctamente datos sobre el destino, entendiéndose por estas el acceso a los datos de los atractivos que se recomendarán al huésped. Aun así, existen puntos comunes entre los usos en la referencia bibliográfica y en conserjería en términos de responsabilidades en su posición, el conocimiento personal, su compromiso en buscar la nueva información local y la actitud con el servicio personalizado. Adler y Gordon sostienen que la información obtenida a partir de la red por parte de los turistas tiene que ser mediada cuando es consultada con el servicio de conserjería.

*“Although technology is a great tool, I still strongly believe that it is the personal connections that I maintain with my colleagues and business partners that make me successful at my job(...), like a personal touch”* (Howard Adler, Susan Gordon, 2013 :61).

Cualquier persona puede utilizar el Internet para informarse y satisfacer sus necesidades pero el servicio de asistencia personalizado de la conserjería al huésped es valorado como un plus en la información adquirida. Muchas son las personas que buscan interactuar con otras, jóvenes entre los 20-30 años de edad son sumamente dependientes del Internet para satisfacer sus necesidades de información pero igualmente buscan el poder entrar en contacto con alguien en quien confiar y que les sugiera. Madden (2010) y Stoessel (2010) coinciden en la modificación de las expectativas de los clientes a raíz de la proliferación de los medios digitales de información, sostienen que los huéspedes poseen menos paciencia y mayores expectativas en una respuesta inmediata con la información deseada. (Madden, K., 2010; Stoessel, 2010)

Muchos son los huéspedes que realizan sus búsquedas de información antes de llegar al destino; consultan a amigos, familiares y conocidos que hayan visitado el destino de interés a modo de referencia sin duda confiable y segura, buscan, investigan, analizan a conveniencia y por supuesto, solicitan sugerencia a fuentes de Internet.

La forma de búsqueda para satisfacer sus interrogantes, puede que haya cambiado con el tiempo pero no la fuerte dependencia de estar conectado humanamente con otra persona para percibir el valor de la opinión personalizada. Incluso suelen depender de la tecnología y sus herramientas ricas en información para buscar sus dudas por sí mismos para luego de haber encontrado algo de su interés, poder ponerse en contacto con quien pueda generarle confianza y un buen servicio de referencia ante recomendaciones con las opciones que él mismo originalmente halló.

Los establecimientos hoteleros se tienen que asegurar que el personal de conserjería cuente con las herramientas de información más imprescindibles para poder generar un óptimo servicio de orientación, sino también tienen que estar entrenados con una excelente capacitación para ser un punto fácilmente reconocido como proveedor de servicios de consulta y referencia, con un adecuado entrenamiento los significados de la amplitud en terminología usada en Internet para sacarle el mejor provecho. Esta última aclaración es de real importancia en casos en que se acerquen a la recepción del Hotel personas que ya han realizado búsquedas previas y contarán lo que han encontrado online para la conserjería saber recomendar de acuerdo al deseo no expresado que



pueden interpretar de éstos. No se desea perder el saber brindar un servicio de consulta y referencia personalizado en actividades turísticas para hacer, los conserjes incluso no desean perder ese contacto cara a cara de su práctica laboral. La computadora puede muchas veces generar esa no interacción con los huéspedes (Arnaldo, 2011).

Y reforzando la idea que se viene desarrollando, en otros estudios se remarca la importancia de la interacción personal como un valor agregado en la experiencia del huésped (Stoessel, 2010).

Dentro de este marco, nos encontramos con una asociación profesional de conserjes que solamente nuclea a quienes considera mejor preparados entre estos: los conserjes de hoteles 5 estrellas, denominados Les Clefs D'Or, conserjes elite que se capacitan y viajan por el mundo para enriquecer sus conocimientos. Su postura frente al servicio de asesoramiento en la conserjería, como se desarrollará más adelante es que el conserje, deberá brindar un asesoramiento a partir de información más ajustada, la que marque las diferencias sutiles en el tipo de información sobre el ocio muy genérica, por ejemplo en el caso de restauración que no sea el ir a los 5 restaurantes más nombrados del destino sino en brindarle información de nuevos espacios dignos de conocer y generar experiencia.

## Capítulo II

### Orientación y Ocio

Si nos referimos al Ocio, Lanfant (1978) sostenía que la sociedad poseía como principal estandarte el tiempo libre, la riqueza social, dejando de lado el tiempo del trabajo, dado que el tiempo libre sería optimizado en el ocio y disfrute y el tiempo de trabajo para el desarrollo de sus capacidades y aptitudes. (Lanfard 1978, en Medina 2009). Posteriormente Neulinger (1981) conceptualizó al ocio como una esencia de vida, como algo realmente deseable en la mente del ser humano con la percepción de la libertad por sobre todas las cosas, de un importante significativo y valor agregado en la calidad de vida. (Neulinger (1981) en Medina 2009).

En la era del ocio, cada persona diseña la asignación de recursos y el contenido de su tiempo de acuerdo a ciertas variables: socioeconómicas –horarios de trabajo, status-, personales – ciclo de vida, estructura de las motivaciones- y del entorno – oferta consolidada. Es así que acertamos a una nueva idea de gestión del tiempo consecuente a la presencia del ocio (Valls, 2000)

*“El ocio es un gasto improductivo, un lujo, un consumo improductivo”; por el otro, se convierte en un beneficio intelectual, moral, social, de equilibrio, de prestigio, de status; es decir, se trata de una inversión productiva” (Gil Calvo, 1988 citado en Valls, 2000: 42).*

En la nueva concepción de la vida ociosa, comprende todo aquello que no es rutinario, que no es usual, la variedad, la diversidad, lo excepcional: el ocio se identifica con conductas ociosas. Las preferencias colectivas se mueven hoy en torno a un conjunto de valores que acentúan el goce, la creatividad, la autorrealización, la libertad personal. Es un estilo de vida en el que se prioriza valores como las relaciones humanas más satisfactorias y por supuesto la libertad de elección. Así se enumeraría los valores que determinan al ocio en nuestra comunidad (Setien, 1994 en Valls, 2000)

Al proyectar un viaje, muchas veces se incluyen motivaciones turísticas como principal incentivo y el ocio es el componente esencial de este, ya sea por distintos motores de actividad, generando una buena experiencia en el uso del tiempo libre a partir de la naturaleza, el deporte, la aventura, el patrimonio histórico cultural, el entretenimiento, entre otros ejemplos Según Valls, quienes consumen turismo y ocio poseen ciertas características comunes: Son más exigentes porque son más cultos, curiosos y muy informados, van hacia lo real y no se quedan solo con la ilusión de la promesa, establecen muchas relaciones sociales, son muy activos y sostienen la variabilidad en las actividades de ocio a realizar (Valls, 2000).

La orientación es concebida como una profesión prestadora de servicios humanos, con énfasis en la formación actitudinal para la provisión de servicios en el ámbito interpersonal. Es una disciplina proactiva centrada en el proceso de asistir a las personas, que involucra a un profesional de la orientación debidamente capacitado. (Hersherson, Power & Waldo, 1996 en Vera, 2003). La idea de relación interpersonal implica la existencia de un encuentro entre el orientador y los orientados como un muy fuerte vínculo humano, sosteniendo que la relación en una situación real es la esencia de la

orientación. De aquí que se remarque que quien orienta debe ser capacitado para interactuar competentemente con quienes se involucre (Patterson, 1999 en Vera, 2003). Existe un nivel de intervención muy importante en la orientación que permite entender la labor del profesional con las distintas personas que lo solicitan, en el marco del servicio de referencia de la Orientación. La Orientación como una profesión desconocida a pesar de su larga trayectoria y hasta a veces no valorada como tal, es muchas veces dejada de lado en pro de otras labores que comparten un mismo campo profesional (Casado, Eleazar, 1987 Vera, 2003). La asistencia en el proceso del fortalecimiento del saber en conjunto a su compromiso y deberes con la sociedad, caracteriza su campo profesional. El término profesión, se deberá entender para este contexto como el desarrollo de la actividad basada en transmisión de conocimientos, y el aplicar distintas destrezas y habilidades en un contexto social delimitado. (Haworth, Grant & Conrad, 1995 en Vera, 2003). Quien oriente, deberá poseer un elevado nivel de destreza para facilitar el lugar del huésped, poseer un gran respeto por los otros y la capacidad de actuar en una relación real (Entrevista con Patterson, Counseling Today, Julio 1999 en Vera, 2003). La orientación como profesión, funciona en tres áreas muy bien determinadas: la consultoría, la investigación y la intervención en los procesos humanos y sus circunstancias (Vera, 1999; Cacrep, 1996; Engels & Dameron 1990 en Vera, 2003). La orientación al servicio en una empresa, influye en la conducta del profesional de contacto durante la prestación del servicio al cliente definiendo así el entorno de trabajo. En muchos servicios turísticos en especial los servicios hoteleros, el personal de contacto representa a la empresa que proporciona el servicio caracterizándola por un alto grado de interacción personal. Los directivos de las empresas de servicio deben facilitar la mentalidad de servicios en el clima interno, que genere el impacto positivo en el comportamiento y actitudes de aquellos que, al actual como referentes del personal de contacto con el cliente, proporcionan una mejor percepción del servicio por parte de este último (Bowen y Schneider 1988 en Garazo, 2004). De acuerdo a las cualidades requeridas para los profesionales en turismo, se desprende la importancia de la inversión estratégica en los recursos humanos para el desarrollo del turismo, su educación y formación, la cual es indispensable a la hora de obtener profesionales competentes, eficaces, flexibles y motivados capaces de cumplir con las necesidades de quienes lo requieren. En este contexto es necesario considerar el proceso de formación, una vez detectados los requerimientos y exigencias del mundo turístico. Chías (1991) sostiene en su estudio de marketing de servicios, que el mercado son personas (Chías, 1991 en OMT 2008), incluso también se puede relacionar con lo antedicho lo que sostiene Peiró (1996) quien sustenta la teoría que al hacer referencia al turismo se habla de servicios, con la certeza de que al desarrollarse profesionalmente en turismo significa el desarrollo de las habilidades para el trato humano, es decir aquél valor esencial generado en las empresas, el intercambio entre personas generando experiencias. (Peiró, 1996 en OMT 2008). Existe una importancia reveladora del grado de profesionalidad de los empleados al momento del encuentro interpersonal con el cliente, éste momento que Carlzon (1989) denominó como el momento de la verdad (Carlzon, 1989 en OMT 2008). En el sector de servicios, la mayoría de los contactos del cliente con la empresa se realizan a través de interacciones con el personal (Mahesh, 1993 en OMT 2008), los mismos requieren de una actitud positiva fomentando una percepción también positiva de la experiencia turística por parte del cliente.

Respecto a las complejidades del perfil profesional, Arnaz (1981) sostiene que es necesaria una descripción de las características y requerimientos que se precisan para abarcar ciertas temáticas sociales. Por lo tanto, sostiene, deberá poseer el conocimiento de distintas áreas en su dominio, para que pueda considerar los valores y actitudes precisos para un buen desempeño, priorizando destrezas y habilidades a desarrollar ante heterogéneas necesidades sociales y avances disciplinarios (Arnaz, 1981 en Lacorazza, 2013).

El director de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de La Plata, sostiene que el perfil de éste profesional se encuentra orientado enteramente hacia la actividad turística, con fuerte desempeño de elementos de gestión, de elementos de la economía y a su vez elementos vinculados puramente al turismo (Entrevista al Director de la carrera de Licenciatura en Turismo Alejandro García, en Lacorazza, 2013).

Al identificar las actividades, tareas y responsabilidades más efectivas que influyen en la actuación de los empleados para llevar a cabo la respuesta deseada, se observan ciertas actividades críticas que destacan la intensidad en la gestión de los recursos humanos (Bowen y Schneider 1985 en Garazo, 2004) y los esfuerzos en formación y destrezas en liderazgo realmente imprescindibles a la hora de crear una organización orientada al servicio (O'Connor y Shewchuk 1995 en Garazo, 2004).

El personal realiza la mayoría de las tareas en contacto con el cliente por lo que debe incorporar simpatía, amabilidad, precisa una formación en habilidades interpersonales que complementan a su profesión (Price et al., 1995 en Garazo, 2004).

Los programas de formación proporcionan una batería de herramientas para responder a determinadas situaciones, en ellos se promueve que las empresas de servicios hoteleros formen a los empleados como personal con habilidades de contacto (Schneider y Bowen 1995 y Lemmink y Mattsson 2002 en Garazo, 2004). También el referido autor menciona distintas técnicas para impulsar los cambios positivos en los empleados, para generar confianza en sus propias capacidades y estén en condiciones de brindar la respuesta más adecuada; la misma implica la determinación y flexibilidad necesaria en las distintas decisiones tomadas por los empleados de contacto para poder realizar su labor. Refiere entonces a la postura crítica frente a los procedimientos rígidos en las empresas, o a la no capacidad del capital humano para buscar las determinaciones necesarias a la hora de brindar el servicio requerido (Gronroos, 1994 en Garazo, 2004).

El concepto de "orientación al servicio" se encuentra abordado en trabajos enfocados desde los estudios psicosociales y en otros ámbitos como los servicios financieros, pero prácticamente inexistente en el área de los servicios hoteleros (Garazo, 2004). Dado que el constructo "orientación de ocio en turismo" puede incidir para la mejora del servicio al cliente, más allá de contar con contrastación bibliográfica a partir de investigaciones previas con el término "orientación al servicio" abordado desde otras disciplinas, consideramos que es de suma importancia traer este nuevo concepto en el turismo.

Como factor crítico en la actualidad para el éxito de muchas organizaciones, debido a la contribución potencial del concepto "orientación al servicio" en las empresas, es importante tener en cuenta la relevancia del constructo "orientación al servicio en turismo" para el personal (Bowen y Schneider, 1988; O'Connor y Schewchuk, 1995 en Garazo, 2004). Una nueva perspectiva que define a la orientación del servicio como una práctica que busca generar un ambiente de trabajo que estimule el comportamiento del personal para desarrollar la tarea en pos de la entrega de un mejor servicio, indica que las empresas con una elevada orientación a éste, al acentuar las prácticas de su provisión,

destacan que la optimización en el servicio constituye una preeminencia estratégica. Es muy importante la adopción de prácticas y un desarrollo de actividades parcialmente duraderas para apoyar los comportamientos de entrega de servicios que proporcionen un rendimiento de excelencia (Lytle et al., 1998 en Garazo, 2004).

El personal de contacto debe prestar atención a cada una de las preferencias y necesidades de los clientes otorgando respuestas individualizadas que lo hagan sentirse especiales. Las empresas que logren brindar esa orientación de servicio tan personalizada a partir del contacto directo con el cliente, tendrán mayor probabilidad de generar una orientación al servicio de excelencia al desarrollar percepciones positivas de empatía, auténticas y eficientes en el cliente. El personal de contacto puede ofrecer ideas para mejorar el modo de brindar esta asesoría al cliente, ya que posee una relación muy directa y estrechamente ligada al mismo (Bettencourt et al., 2001 y Parasuraman et al., 1988 en Garazo, 2004).

Lytle (1998) considera que la orientación al servicio es mejor valorada a partir de las consideraciones sobre las percepciones de los empleados de la empresa que poseen una fuerte conexión con la tarea. En este sentido, en este estudio se toma en cuenta la percepción de los recepcionistas del hotel a través entrevistas a los mismos y a la gerencia de recepción. Las personas entrevistadas con mayor profundidad para proporcionar la información, sobre los procedimientos y prácticas organizativas en el servicio de orientación llevado a cabo en el departamento de conserjería de hotelería, fueron tres miembros representativos de la Asociación Argentina Les Clefs D'Or.

Dada la importancia de ahondar los conocimientos del personal de contacto en la conserjería para la construcción de una competencia informacional acorde al puesto profesional, se sostiene aquí la necesidad de complementar el concepto de Orientación de ocio en turismo en el rubro de la hotelería.

## **Capítulo III**

### **El aporte desde las Ciencias de la Información**

#### **Sociedad de la Información**

Siempre ha existido una relación entre información y sociedad. En los años 80, se popularizó el término “Sociedad de la Información”, definiéndose como todo conglomerado humano cuyas acciones tomadas para la supervivencia y desarrollo, se basan en el uso, distribución, almacenamiento, así como en la creación de recursos de información y conocimientos mediatizados de forma intensa por medio de las nuevas tecnologías de información y comunicación (Ponjuan Dante G. 2001 citado en Vega Valdés y Sánchez Díaz, 2004)

Un servicio de información facilita la respuesta al interrogante de un usuario o la información de lo que éste precisa sin importar su duración o complejidad. (E. Bopp & Smith, 2000).

Sabemos que el turista ha modificado sus hábitos y esto ha forzado la manera en la que se presenta la información hoy en día desde el punto de vista de los servicios de información turística, teniendo un turista mucho más informada, orientada, interesada, experto en viajar y en consumir ocio. Es necesario conocer el comportamiento y las distintas conductas en las prácticas llevadas a cabo por el turista a la hora de buscar información. La intensidad de la búsqueda en satisfacer sus necesidades informacionales y su interés, varían según el conocimiento previo y la experiencia con la que cuentan acerca del destino potencial a conocer. En esta investigación se desarrollara la importancia de la sociedad de la información, pero en vez de centrarse en el funcionamiento de las TICs utilizadas por los turistas, explicando la importancia de la misma desde el uso profesional. Pareciera que con los discutidos nuevos hábitos de los turistas, éstos se han convertido en seres auto suficientes, y con esta aparente adultez del turista, no se tiene en cuenta que no siempre saben dónde buscar la información adecuada a sus necesidades, pudiendo siempre el profesional del turismo mejorar la oferta informacional.

El rol del conserje como profesional del turismo que brinda servicios de orientación turística esta poco abordado en los estudios sobre competencias profesionales.

Cada vez existe más consciencia de la importancia que hoy en día posee el sistema informacional para llevar a cabo cualquier actividad, tanto sea para las empresas como para las personas, de la necesidad de conocer, de la demanda información. Nuestra sociedad es fuertemente informacional y es el sector del turismo quien posee esas características especiales de intensidad informacional.

La información contiene una serie de datos que generan un sentido real y práctico a la hora de brindar con éxito el asesoramiento ante actividades a realizar que explicados en contexto puede generar más información para la toma de decisiones. La información turística genera enriquecimiento experiencial en torno a las actividades turísticas. Así podremos considerar la información turística vista desde la demanda o desde la oferta

turística, en esta aproximación al tema a investigar lo desarrollaremos la oferta. Respecto a la orientación al turista, Torres Cadena (2012) sostiene que el asesorar y orientarlo implica una labor donde la principal función es la de suministrar puntos de referencia sobre diversos aspectos del viaje, brindándole asistencia de información precisa, específica. Puede ser información acerca de comidas, vestimenta, costumbres, medidas de seguridad, productos típicos del lugar, sobre circuitos turísticos o atractivos de la ciudad para realizar actividades de ocio en su tiempo libre entre otros. Se transmite valores, tradiciones, costumbres autóctonas del lugar de destino, informando con responsabilidad, contribuyendo al fortalecimiento de la conciencia turística.

Teniendo en cuenta Internet como la revolución de la información, hoy en día el acceso instantáneo a la misma es de suma importancia, pues vivimos en una era de comunicaciones mundiales fáciles, con capacidad de búsqueda y almacenamiento. Existe en la actualidad una interactividad, una libertad de acceso a gran caudal de todas las informaciones. Si bien aquí se menciona a las TICs (tecnologías de información y comunicación) en la relevancia del servicio de Internet a nivel mundial, en la información digital compacta y eficiente, en esta aproximación al tema a investigar solo nos referiremos a la información del servicio de consulta y referencia que genera el contacto personal con el cliente e influye en el valor agregado de su experiencia en el destino.

Aquellos profesionales quienes se encuentran en los puestos de referencia informacional de actividades turísticas deberían tener el propósito de conocer, familiarizarse, aprender del contacto con la gente sobre tradiciones, estilos de vida y la idiosincrasia del lugar creando conciencia del patrimonio cultural y natural del lugar. Quien asesora debería contar con la destreza para seleccionar la información turística y presentarla de forma precisa para la fácil interpretación, habilidad que si es bien ejecutada es invisible pero posteriormente valorada; esto mismo hace que sea necesario que sepa manejar diferentes fuentes de presentación de información.

Es necesario el talento y la aptitud de transmitir confianza y seguridad a partir del contacto personal. Existe una mayor exigencia hoy en día al brindar el servicio de orientación en turismo debido a la existencia de un turista cada vez más informado, es por tanto fundamental considerar ciertos rasgos y cualidades imprescindibles como la amabilidad, el trato cordial, la imagen, la memoria, la discreción, distinguiendo a un profesional en brindar el servicio de un personal que no lo es. Es necesario que el servicio sea prestado por personal con un apropiado desarrollo profesional, dispuesto a brindar información turística personalizada que añada conocimientos propios a los requerimientos específicos solicitados por el turista, para, en caso de ser necesario, realizar una investigación adicional sobre el tema, yendo un poco más de la respuesta estandarizada. Un profesional que ofrece ayuda o servicios adicionales analiza situaciones desde el punto de vista del cliente, presta un servicio inmediato, y por sobre todo se preocupa por su formación para brindar una comunicación más personalizada.

El sistema de información turístico es una herramienta muy valiosa en el ámbito de un destino, en este se recopila, se ordena, se distribuye la información precisa para los distintos agentes turísticos de un destino. La información se refiere a todo a aquello que el turista necesita saber, es por ello que los sistemas informacionales del establecimiento deberán estar actualizados, sobre la aquella general del destino de naturaleza no turística (contacto de la policía, ambulancias, hospitales, tipo de cambio). Respecto al contenido de información de naturaleza turística encontramos ítems como transportación, principales lugares patrimoniales y de atractivo en el destino, restauración, centros de recreación y

ocio, espectáculos, compras, posibles excursiones y otros. En cuanto al soporte de la información turística, puede ser brindada por distintos medios ya sean digital, impreso, magnetofónico, personal, entre otros. La capacidad de ser un buen referente y brindar acertada información está directamente relacionada a ciertas variables como la ubicación, disposición de medios y material, capacitación y calificación de los referentes en información, ya sea por sus experiencias y sus conocimientos, como así también por su manejo en los instrumentos informacionales a su disposición.

La sociedad de la información expresa realidades y capacidades de los medios de comunicación sean éstos, videos, sonidos y textos, almacenamientos de información, como herramientas complejas desarrolladas para informar (Delarbre, 1996). Las sociedades de la información son descritas y caracterizadas por basarse en la intención y en el esfuerzo por convertir la información en conocimiento. Hoy en día la información puede obtenerse de manera prácticamente instantánea y, muchas veces, a partir de la misma fuente que la produce (Linares, Julio & Ortiz Chaparro, Francisco, 1995 citado en Delarbre, 1996).

Vivimos en una sociedad intensamente informacional. Todos los días somos más conscientes de lo imprescindible que es la información para llevar a cabo cualquier actividad. Se intercambia conocimiento constantemente de lo que nos interesa, apasiona o simplemente deseamos conocer y el turismo posee características especiales que explican esta intensidad informacional como fuente y origen de un gran volumen de datos. *“Entre los numerosos mensajes que recibimos todos los días, se encuentran muchos que provienen de latitudes tan diversas y tan lejanas que, a menudo, ni siquiera acertamos a identificar con claridad en dónde se encuentran los sitios de donde provienen tales informaciones”*. (Raúl Trejo Delarbre, 1996, página 276). Existen rasgos característicos de la sociedad de la información, como es la disposición de un gran y diverso caudal de datos que generan volumen de información por doquier, formando parte del escenario donde se desarrolla nuestra vida diariamente. Inspira, reduce la desigualdad, fomenta un intercambio entre la gente de todo el mundo. No existen las barreras geográficas, siendo la distancia prácticamente ilimitada a la hora de intercambiar mensajes de distintas culturas. La creciente cantidad de información a la que se puede tener acceso, no es necesariamente fuente de enriquecimiento cultural, sino que muchas veces genera un desconcierto o apabullamiento que demanda ciertas destrezas como aprendizajes específicos para tener la habilidad de escoger entre aquello que resulta conveniente, para saber aprovecharlo creativamente (Delarbre, 1996).

El concepto de Sociedad de la información posee ciertos rasgos característicos. En esta oportunidad tomaremos en cuenta solo aquellos conceptos que competen al tema de estudio. Una de las características es que disponemos de una gran cantidad de datos, volumen informacional al que estamos expuestos diariamente, también existe una interactividad en la comunicación, donde Internet permite conocer contenidos muy complejos y de cualquier índole, es una herramienta que no solo propaga información sino que también permite que quien la accede produzca sus propios mensajes. Existe una realidad y es que hoy en día se percibe una desorientación debido a la abrumadora y enorme cantidad de información a la que se puede tener acceso, generando agobio, diferenciándose de una fuente de enriquecimiento cultural, debiendo tener la destreza y habilidad suficiente, incluso se necesitan aprendizajes específicos para saber elegir bien entre lo que sirve y lo que no. (Delarbre, 1996)



El profesional en la información posee una serie de requerimientos especializados, debido a los cambios en sus principales funciones, de ser un intermediario pasivo, a ser un generador de información con valor agregado. Este posee un saber especializado en relación con la información para una utilización máxima de los recursos disponibles a partir del dominio pleno de dichos recursos en la organización, y este conocimiento lo pone al servicio de otras personas para que mejoren su intelecto, interpretando y satisfaciendo las necesidades de los usuarios con los recursos a su alcance, gestionando la información para tener con eficacia y rapidez, la resolución de información a su consulta. (Vega Valdés y Sánchez Díaz, 2004)

Un servicio de información fundamental es la respuesta de interrogantes de consulta rápida, la misma se puede responder con ligereza mediante el uso de una o dos herramientas de consulta, ya sean las impresas o las electrónicas, desde un número telefónico o una dirección o localización o fecha de un evento, lo cual es una solicitud de una breve información. El servicio de información puede brindarse sobre un módulo de información el cual es un escritorio de información como un módulo de orientación espacio físico para brindar el servicio (E. Bopp & Smith, 2000).

Ayala y Lau (1993) conciben al servicio de información como una asistencia que es habitualmente realizada por teléfono, por lo cual mayormente se brinda una información ágil, precisa, acotada y segura sobre gran variedad de temas (Ayala & Lau, 1993 en E. Bopp & Smith, 2000). El Glosario de la ALA sostiene que el servicio de información y referencia puede realizarlo tanto una oficina de atención al cliente como una biblioteca, ya que se canaliza información, se refiere brindando un servicio específico. (Glosario ALA, 1988 en E. Bopp & Smith, 2000). Ya ha sido demostrado la importancia de este servicio y el suministro de la gran capacidad de información que provee una institución bibliotecaria. Las mismas funcionan como un enlace para cualquier necesidad de información, se puede incluso ampliar el servicio de consulta hacia otros sectores de trabajo con una ayuda práctica especialmente en otros espacios físicos para proveerlos con la información necesaria (Jones, 1982 en E. Bopp & Smith, 2000).

## Consulta y referencia

Existen disciplinas que comparten un mismo objeto de estudio abordado desde diferentes perspectivas, por lo que se puede llegar a conclusiones complementarias o contradictorias, dificultando trazar sus límites, es por ello que se propone reordenar las disciplinas con un enfoque interdisciplinario, que considere las relaciones de los conocimientos entre las diversas disciplinas; tal como sucede con el turismo, el cual requiere de múltiples disciplinas para su abordaje (Lacorazza, 2013).

El presente trabajo plantea una comparación entre las herramientas que se utilizan en la referencia bibliotecaria y las que se utilizan para la orientación turística en el departamento de conserjería de los hoteles. Para ahondar en el tema, es necesario primero aclarar algunas cuestiones sobre cómo se conforma y funciona el servicio de consulta y referencia.

Como bien resume Melo Vega, una de las principales funciones en las bibliotecas llevadas adelante por el servicio de referencia, es la de informar y explayar, cumple un rol informativo, con ciertas características tenidas en cuenta para el personal de contacto que presta el servicio y en la infraestructura necesaria para su correcto funcionamiento, desde

que el usuario (cliente) realiza una consulta hasta que la misma es resuelta. Se emplean distintos términos para definir la actividad consistente en facilitar información a los clientes, se habla de servicio de información, de orientación, de consulta, pero sobre todos ellos se ha impuesto el término de referencia del inglés “reference”, consulta en idioma español y la denominación “*Servicio de referencia*” (dentro de la terminología de lengua española) para hacer mención a la sección encargada de informar. Uno de los principales objetivos del servicio de referencia es no sólo informar sino satisfacer todas las averiguaciones, necesitando de profesionales capaces de determinar los requerimientos de quien consulta, evaluar la información, brindar un servicio con valor añadido que responda a las necesidades preestablecidas en un tiempo razonable y certero, tanto sean cuestiones de respuesta inmediata y sencilla como así también información especializada más compleja y elaborada. La dinámica de las sociedades genera cambios y novedades para todos aquellos actores del servicio de consulta quienes deberán ponerse al tanto con los requerimientos de la nueva sociedad de la información, siendo éstas oportunidades para nutrirse de nuevos conocimientos y actualizaciones constantes. Es por esta razón que el servicio de referencia deberá contar con una sección específica dentro del establecimiento para la recepción de las consultas, con infraestructura adecuada y con personal especializado en la búsqueda de información en fuentes útiles, con ciertos conocimientos, actitudes y destrezas a desarrollar, identificando las necesidades y mostrando interés para satisfacerlas e incluso anteponiéndose a ellas. Por este motivo, debe existir una adecuación del servicio de referencia a partir de los distintos tipos de usuarios que se presentan con sus necesidades informativas, lo cual hace que se deba adecuar los servicios informativos a partir de la tipología de quien lo demanda y ante todo, brindar un servicio de completa personalización (Merlo Vega, 2000).

William Childers en el año 1891, definió a la actividad de consulta y referencia como “la asistencia dada por un bibliotecario a los lectores para ponerlos en conocimiento de las dificultades del catálogo, responder preguntas y en menor medida, para hacer cualquier cosa y todo lo que esté en sus manos para facilitar el acceso a las fuentes de la biblioteca a su cargo”. La profesionalización de la referencia especializada tuvo su origen en la segunda mitad del siglo XIX ante la difusión y el incremento de la educación normal y las complejas instituciones educativas (Rothstein, 1961 en E. Bopp & Smith, 2000). Posteriormente en 1930 Wyer (American Library Association) la definió como “ayuda personal, llena de simpatía, para interpretar las colecciones de la biblioteca con fines de estudio e investigación”(Borrell & de Oca Montano, 2012). Cuando haya una colección de documentos y personas que planteen sus demandas de información, existirá un servicio de referencia, contando con una base informacional contenida en documentos, catálogos, índices, repertorios de referencia y guías. De esta manera a escala nacional e internacional lleva a adquirir experiencia por quienes consultan en la búsqueda de información, lo que a su vez ha determinado la necesidad de superación personal, de reorganizar el trabajo, y observando cómo la dinámica de la sociedad influye en la demanda de referencia (Borrell & de Oca Montano, 2012). Thomas Childers considera que la meta principal del servicio de referencia es el de vincular con sencillez, simplicidad y eficacia a quien posee una necesidad de información con el o los recursos fuera de la entidad que puedan satisfacer esa carencia (Thomas Childers, 1983 en E Bopp y Smith 2000).

Hoy en día existen fuerzas tecnológicas y económicas que han transformado la naturaleza y práctica del profesional bibliotecario de consulta aunque su carácter permanece estable, proporcionar asistencia a quienes requieren información (E. Bopp & Smith, 2000).

Samuel Rothstein concebía al servicio de consulta como una asistencia personal para quien buscaba la información reconociendo la grata responsabilidad de realizar ese trabajo, estableciendo una buena organización interna, asignando a un profesional excepcional en su labor y desempeño, justificando la capacitación (E Bopp y Smith, 2000 en Samuel Rothstein en el Servicio de consulta: “la nueva dimensión en la profesión bibliotecaria”).

Para otros autores, como Morales Campos, el servicio de consulta en una biblioteca es una unidad e servicio que propone al alcance del usuario toda la información que él solicite ante su necesidad, y que previamente la biblioteca ha adquirido y organizado para su correcto y práctico uso, ya que la ayuda personal a quien solicita información, es imprescindible. El servicio de consulta funciona como efecto mediador entre la información y las necesidades del usuario, con base primeramente en el diálogo para que quien instruye conozca realmente su interés y necesidades y asimismo, las relacione con el conocimiento de las fuentes de información que se encuentran disponibles y los medios para obtenerla a fin de que se valore la importancia del rendimiento e intangibilidad del servicio de referencia brindado. Debido a la heterogeneidad del público que solicita, quien asiste personalmente en la búsqueda de información debe poseer una gran destreza y habilidad ante la diversidad de preguntas, de esta forma se busca facilitar la búsqueda en la respuesta, en el menor tiempo pero con la mayor calidad y exclusividad posible. (Estela Morales Campos, 1993).

En bibliotecología el elemento humano, como lo es el bibliotecario de consulta, es quien pone en conexión a la información con quien la necesita, sin importar el medio que lo contenga, ya que la transmisión del conocimiento se logra a través de distintos métodos como medios de información, la transmisión oral es uno, la televisión, la investigación, son algunos otros. En este proceso la función de la biblioteca es fundamental ya que a través de las distintas fuentes de información como son los libros, las publicaciones periódicas, los reportes, audiovisuales, el usuario puede conocer lo existente y evaluar su propia necesidad.

Por lo tanto los servicios de consulta, son procesos íntimamente ligados a los Servicios al Público ya que deben poder proporcionarle al usuario la información deseada. Se utilizan ciertos procesos técnicos para englobar la información en catalogación, clasificación, encabezamiento de materia y cualquier otra acción que permita la organización del material bibliográfico. Si estos elementos no son accesibles al lector, quien precisa no tener obstáculos ante su solicitud, donde se le debe facilitar la información que responda la consulta requerida o si los mismos, no responden a sus necesidades, no están cumpliendo con su cometido. Todos los comentarios sobre los servicios o necesidades detectadas de los usuarios, servirán como elemento muy valioso para planear los servicios bibliotecarios y para organizar el programa de trabajo así resolver necesidades concretas.

Según Boppy Megan (citados en Merlo Vega, 2000), se puede distinguir entre:

- Servicio de información: se resuelve las consultas de respuesta rápida u obtención de los documentos indispensables para resolver la consulta.

- Servicio de orientación: se recomienda, se asesore al usuario en la elección de los documentos fuentes de información.

La consulta, esa necesidad de asesoramiento, es el primer el primer paso entre el referencista y quien solicita el asesoramiento para exponer libremente sus interrogantes y de esta forma, se comienza a generar un vínculo entre ambos. Quien tiene una necesidad de información que le urge satisfacer, llega con cierto vacío cognitivo, cierta duda que no sabe cómo poner en palabras por lo que un referencista experimentado, sabiendo esta situación debe ayudarlo con confianza y trato cordial para que venza esos obstáculos y que pueda exponer libremente su problema, con claridad para precisar los alcances del mismo.

Los servicios de información pueden adoptar distintas formas, desde una simple referencia basada en localización hasta la identificación y entrega de algún documento. Hoy en día gran parte de las preguntas suelen ser resueltas a través de fuentes de Internet aunque la eficacia de las fuentes fuera de línea como el papel, soportes magnetofónicos o digitales aún siguen siendo de gran relevancia. El servicio de información más frecuentemente usado es el de consulta rápida, las cuales se resuelven velozmente utilizando una o dos herramientas de consulta generalmente solicitando una breve información. Las preguntas de consulta rápida son la su mayoría de las consultas que se reciben en una biblioteca. El bibliotecario de consulta o referencista aprende a utilizar las herramientas tanto electrónicas como impresas que responden a estas preguntas. Cabe destacar que cada pregunta es igual de importante para el referencista ya que satisfacer la necesidad de información de quien consulta es un índice para medir la eficiencia de un servicio de consulta y referencia bien hecho. Entre la década de 1960 y 1970 el concepto de servicio de información y referencia comenzó a tener un desarrollo muy rápido en infinidad de bibliotecas (E Bopp y Smith, 2000).

Es importante que el personal tenga claros los procedimientos y se comprometa en la tarea de informar, con gran habilidad en la comunicación y genuina actitud de servicio. Para lograr esta relación, el referencista debe ser muy observador, tener contacto visual, manejar las técnicas de comunicación interpersonal y apoyado en el diálogo (aunque muchas veces éstas pueden ser no verbales), tomar la iniciativa y ser quienes promoviendo la tranquilidad y confianza, reciben y deben decodificar el mensaje, procesarlo y proporcionar una respuesta, interactuando positivamente como un intercambio completo de información. (Morris 1988, en E. Bopp y Smith, 2000).

Las actividades de educación y capacitación continúan para el óptimo desarrollo de la profesión del referencista, cuyos principales obstáculos suelen ser el carácter repetitivo de la tarea, o la necesidad de generar nuevos desafíos. Ahondando más en esta situación, Miller ve el problema en la nueva demanda insatisfecha, como resultado de las nuevas actividades y servicios a las que uno debe observar y estar al tanto para ofrecer diferentes opciones y referir con una actitud positiva llevando a cabo nuevas y diversas tareas periódicamente, que ha redundado en un decrecimiento del número del personal cualificado para referenciar (Miller, 1984 en E Bopp y Smith, 2000). Bunge sostiene la existencia de una gran brecha entre la teoría y la práctica de este servicio de referencia es decir, existe una gran diferencia e insatisfacción laboral entre lo que los bibliotecarios y quienes se dedican a esta profesión sostienen como ideal de trabajo y la cruda realidad en el servicio al ser llevado a cabo con deficiencias y frustraciones (Bunge 1984 en E Bopp y Smith, 2000).

La instrucción es de suma importancia en el servicio de consulta y referencia debido a que permite sugerir a partir del uso de distintas fuentes de información más precisas para resolver la consulta, muchas veces necesaria cuando hay mucha demanda información y poco personal de contacto por lo que la búsqueda de información excede la habilidad del personal referente para buscar cada pregunta en particular. Es común que la instrucción personal nazca a partir de una entrevista de consultan cuando la instrucción se refiere a cómo utilizar las fuentes de información impresas se les debe explicar cómo acceder a la información relevante en ella, para continuar con la búsqueda para resolver su necesidad informacional. Se los ayuda a que aprendan cómo buscar por sí mismos, para lograr con eficacia la instrucción individual a partir de la información computarizada como también a partir del contacto personal (E. Bopp & Smith, 2000). La guía es otra función fundamental en el servicio de referencia, cualquier indicación que sirva para orientar a alguien, considera una guía. En esta perspectiva se determinan las necesidades de información del usuario, el referencista usa su experiencia temática, bibliográfica y conceptual para localizar la información más precisa para presentarla al usuario, se los entrevista, les pregunta sobre sus interrogantes para profundizar y aclarar su necesidad informacional, los asiste, los aconseja y asesora, los guía hacia su campo de interés. (Moliner 1987 en E. Bopp & Smith, 2000).

Respecto a la eficiencia del servicio de consulta, Joan Durrance (1989) sostiene que en términos de poder medir si ha satisfecho o no la necesidad informacional de quien consulta, se debe observar al usuario que por su voluntad regresa al referencista con una nueva motivación a partir de una insuficiencia en información. (Durrance 1989, en E. Bopp & Smith, 2000). Cada vez se hace más clara la necesidad de actividades en desarrollo de la profesión del personal y educación continua como armas valiosas mantener la salud profesional de sus colegas, para aumentar su autoestima y autoconfianza, ante el cansancio laboral, ante la ansiedad y la presión psicológica y fastidio como extenuante sentimiento en la práctica laboral.(Kupersmith 1989 en E. Bopp & Smith, 2000).

La utilización de personal no profesional en el servicio de consulta y referencia, hace que se precisen programas completos de educación formal en el servicio de referencia, cuidadosamente diseñados para brindar un servicio bien activo, eficaz, preciso, confiable y seguro para el manejo de las diversas preguntas de consulta rápida que requieren de al menos, esa atención. Se ha observado la creciente disponibilidad y relevancia de la información en la sociedad actual, la cual ha creado una demanda para la existencia de mayor información. (E. Bopp & Smith, 2000).

## **Herramientas de información**

Las preguntas de consulta rápida son la mayoría de los interrogantes recibidos en la mayor parte de los módulos de consulta de bibliotecología que es donde se proporciona el servicio informacional. Las consultas rápidas son respondidas ágilmente ya que consisten en la solicitud de una breve información utilizando fuentes de rápido acceso ya sean fuentes impresas o electrónicas que suministren información para responder con diligencia (E. Bopp & Smith, 2000). Por lo general, corresponden a un esquema sencillo de interrogación (quién, qué, dónde, cuál, cómo, etc.). Incluso, muchas de ellas se responden simplemente con un sí o un no (Merlo Vega 2000).

La consulta rápida utilizada como herramienta principal en el servicio de referencia de bibliotecología, generalmente tiene la forma de vía rápida de referencia telefónica de comunicación para acceder a la información necesaria de forma clara y precisa.

En la práctica diaria en el hotel a partir del cual se ejemplificará éste estudio de caso de este trabajo, se toma a Guest Service, es decir a Telefonía como área que proporciona respuestas a las consultas rápidas y fuente de información.

El subdepartamento de Guest Service perteneciente al departamento de recepción, evacua distintas consultas que les llegan a lo largo del día sin ser personal de contacto, interrogando acerca de City tours en Buenos Aires, Shows de Tango y demás espectáculos, entre otras consultas.

Siguiendo con el paralelismo entre el servicio de orientación al turista y la referencia bibliotecológica, en el caso de las bibliotecas los distintos análisis muestran que las interacciones de consulta rápida como así también las preguntas de investigación que requieren una comprobación bibliográfica, pueden convertirse en un suministro de asistencia especial debido a que suponen mucho más tiempo y dedicación por parte del referencista, esto ocurre al encontrarse con un usuario con una necesidad informacional mucho más amplia, con preguntas menos definidas o de resolución inmediata. Es por ello que el referencista necesita generar un proceso interactivo para aclarar las consultas y abordar con profundidad y dedicación al tema en cuestión. Esto es lo que se denomina entrevista de consulta, una herramienta de referencia muy utilizada a la hora de orientar, esto mismo ocurre cuando la consulta y la necesidad informacional es mucho más amplia de lo que inicialmente el interesado pensó, por lo que deben hacer una serie de interrogantes sobre ella para abrir un abanico de posibilidades en las fuentes informacionales a las cuales recurrir. Si alguno de los dos se encuentra con escaso tiempo, el referencista puede instruir al usuario en cómo continuar su búsqueda o simplemente lo contacta más tarde tan pronto le sea posible entregar la información para terminar la interacción y que el usuario quede satisfecho de la asistencia proporcionada.

La entrevista de consulta y referencia se adecua a la demanda de información, generalmente son preguntas elaboradas para obtener respuestas complejas a partir de elaboración de información dispersa. Se refiere a una conversación que el referencista mantiene con el usuario para clarificar la demanda de información que éste requiere para prestarle atención a lo más imprescindible en las facetas del tema de interés. La contestación brindada deberá ser lo más ajustada posible, cuanto más especializado sea el tema de interés propuesto por el usuario, más detallada será la entrevista. La misma incluye cuestiones tales como el contenido principal de búsqueda, la información ya conocida por el usuario tras conocimientos o búsqueda previos, la profundidad de información necesaria, el idioma requerido, la urgencia en recibir la respuesta (Sutton 1995 en Merlo Vega 2000). Tanto las interacciones de consulta rápida como las que no lo son, proporcionan un suministro de asistencia para la búsqueda de la información muy importante, ya que haciendo mención a las segundas son las que llevan más tiempo y esfuerzo a quien genera el servicio de referencia, ante preguntas complejas o no muy bien definidas, se debe recurrir a herramientas de consulta para localizar las fuentes de información más certeras, al previo análisis de la pregunta para ambos entender esa conexión. Dicha interacción finaliza una vez que el referencista se asegura que las expectativas de quien consulta se encuentren completamente satisfechas.

En el caso de un hotel, quienes poseen la labor de indagar un poco más en profundidad en el nivel informacional de quien solicita, son los agentes de recepción, son quienes

realizan la entrevista de consulta y referencia en el establecimiento hotelero para brindar la respuesta más acertada al huésped. Ellos poseen a su alcance un material de apoyo imprescindible a la hora de asesorar a los turistas, como son las fuentes de información en la conserjería dentro de un sistema global de información turístico. Gran parte de los datos de las entrevistas de referencia pueden ser consultados a partir de la información recabada por la empresa para su plan de fidelización al cliente. El mismo se articula alrededor del programa Starwoods Preferred Guest. Este programa consta de cuatro niveles. Al primero, la membresía, se puede acceder por alojarse una noche solamente en alguno de los hospedajes de la compañía. A partir de las 25 noches por año se accede al servicio Gold, el tercero a partir de las 75 noches por año es merecedor del servicio Platinum y, finalmente, a partir de las 200 noches por año al programa Ambassador Service. Esta última es una herramienta para retroalimentar a los distintos hoteles sobre los perfiles, intereses y prioridades de los clientes preferenciales de la compañía. El programa consiste en designar un contacto específico para cada uno de estos clientes preferenciales, que se pondrá en comunicación con el hotel al que concurra proveyéndolo de la totalidad de los datos necesarios para el servicio personalizado que la adscripción al sistema asegura. Existe un base de datos mundial llamada GPS – Global personalization at Starwood -(Personalización Global en Starwood), cuyo objetivo es establecer los perfiles de los clientes a partir de contactos estandarizados, por medio de los cuales se releva la información sobre la calidad y la cualidad del personal con el que el huésped ha tenido contacto, así como con los distintos servicios a los que tuvo acceso. La base de datos es alimentada por medio de cuestionarios que el cliente responde una vez terminada su estadía y es accedido por el personal de recepción de la compañía Starwood, a través de todas sus marcas.

La información disponible sobre el destino puede tener distintos soportes tales como la atención directa al cliente (personal de frontera en módulos de información), tecnológicos (páginas Web en la Internet), escritos (revistas, documentos gráficos, boletines, agendas, entre otros).

Valles (1999) sostiene que el turismo al ser una actividad que promociona actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra la persona interesada y al formar parte de una industria que involucra al ocio, resulta potencialmente atractiva para el desarrollo de las tecnologías de información. (Valles 1999 en Valls, 2000) Este autor, sostiene que los sistemas de información son un conjunto de elementos que interactúan entre si apoyando la actividad principal de la empresa junto a sus recursos humanos correspondientes, que es la de brindar información turística optima, caracterizándose por su utilidad en la actividad turística, para a toma de decisiones e incluso poder razonar.

La información turística puede proporcionarse de una forma eficiente en el origen del viaje, con el objeto de atraerlos e informarlos de acuerdo a sus necesidades cuando el turista materializa su búsqueda de información por sus propios medios, y por otro lado la información que se les hace llegar una vez en el destino, brindándoles datos que explicados en un contexto tienen utilidad para generar más información, e influirlos en la realizaciones de actividades del campo del turismo en la consideración de ciertas conductas. La información turística proporcionada en su lugar de residencia, previa al viaje, suele ser genérica con muchas imágenes que aborden el tema de consulta, mientras que una vez en el destino, se los tratara de orientar con fuentes de información más concretas respecto la oferta turística y los servicios turísticos disponibles en el destino, detallando las condiciones de prestación del servicio y precio de los mismos.

La información de la oferta turística que se brinda en la conserjería de un hotel es variada, entrando en las consultas más comunes requerimientos sobre opciones de restauración, ocio y diversión, naturaleza, espectáculos, cultura entre otros, se acostumbra a ordenar de acuerdo al servicio turístico que lo compone, para responder a las consultas del turista a partir de la utilidad que a ellos les genere, para satisfacer sus necesidades informacionales. Así mismo, ellos pueden necesitar información básica para facilitar su estancia y su experiencia en el establecimiento como así también información complementaria para llevar a cabo sus actividades recreativas.

Las fuentes de información impresas para brindar asistencia turística como son los diarios, revistas sobre turismo o la folletería, con oferta muy variada, suelen ser de gran importancia a la hora de asesorar, y se encuentran disponibles en los lugares utilizados como puntos de referencia.

Los folletos son de carácter gratuito, el cuerpo del mismo refleja una difusión masiva con contenidos tendientes a la repetición, homogéneos y representativos, algo pobres, de escasa promoción y por sobre todas las cosas, poco actualizado. (Mansilla, 2007). Los folletos generan una representación y procesamiento de las imágenes y los esquemas en ellos descriptos, representan información significativa, se amplía esa información por medio de la comunicación que el personal pueda brindar a partir de conocimientos adquiridos.

Entre las críticas que se realizan a los mismos, se puede mencionar: que posee una información muy estática, no despliega suficientes fundamentos, genérica, para nada personalizada y sin profundidad que abarque todas las temáticas de interés en turismo y que recalquen las necesidades a partir de las diversas preferencias de los turistas quienes son potenciales receptores para resolver sus inquietudes. En esta aproximación al caso de estudio, se analiza desde una perspectiva cualitativa al abarcar todas las fuentes de información con que cuenta la conserjería a la hora de asesorar y orientar al turista, se hace necesario, por tanto, que se analice las características de los folletos, mapas y distintas fuentes publicitarias con que cuenta el hotel como herramienta promocional de las actividades turísticas manifestando sus distintas características relacionadas a esta actividad.

Las fuentes de información impresas ilustradas utilizadas, al alcance de quien solicite la información en el hotel son periódicos, revistas, con información de las diversas costumbres y festividades que se desarrollan en la ciudad, que tienen como objetivo simular una guía turística acerca de ecología, patrimonio cultural en la ciudad, historia, tradición y naturaleza, con variedad de opciones para presentar experiencias en Buenos Aires, señalando distintos lugares para quien conoce por primera vez el destino, también se divulga a partir de mapas como adicional a un folleto informativo con algunas publicidades de la zona e incluso para ubicar referencias y resaltar mejor los puntos de interés, folletería de city tours, restaurantes, museos, cena shows de tango, teatros, espectáculos en general, eventos en la ciudad promocionados por el gobierno, entre los más representados. Poseen mucha información visual, predominan las imágenes y los colores más que el contenido de texto en español o inglés ilustrando la realización del tour o la forma de llevar a cabo la actividad. Promocionan distintos servicios que tienen como un común denominador, el brindar un servicio de traslado como servicio agregado, su duración e itinerario regular como así también ante los distintos cambios climáticos la opción de alternativas similares; son en su mayoría de tamaños accesibles y fáciles de guardar ya que algunos poseen un cuerpo de un tercio de hoja A4.



## **Análisis de campo**

El Hotel Sheraton Libertador se encuentra ubicado en la ciudad de Buenos Aires. El establecimiento tiene una ubicación privilegiada cerca de las principales tiendas y teatros, en la cercanía de las calles comerciales y centros financieros de la ciudad. Con una cantidad de 200 habitaciones distribuidas en 17 pisos de un total de 22, con un lugar de recreación y entretenimiento como es la piscina y el gimnasio ubicados en el piso más alto con una vista realmente única, es un hotel que se promociona como especializado en brindar servicios personalizados. Entre los servicios que brinda a los huéspedes se destacan el servicio de los agentes de recepción las 24 horas del día los 7 días a la semana, servicio de conserjería (donde no se especifica que el mismo se encuentra unificado al departamento de recepción del hotel), entre otros. A partir de la observación se pueden identificar tres importantes puntos de atención, asistencia, asesoramiento e información al turista como son el Departamento de Recepción donde se encuentra el perfil referencista del conserje, Guest Relations y Guest Service que depende de estos dos últimos mencionados.

Al explicar las características de los servicios de referencia y las herramientas de información de la carrera de bibliotecología tomadas para este estudio en particular, se habla del paralelismo existente entre éstas y las utilizadas en la conserjería de un hotel. Es por ello que el estudio de campo realizado en el establecimiento para poder observar esta analogía entre ambas disciplinas.

El análisis de estudio de campo tuvo tres tipos de perfiles distintos que resultan complementarias entre sí para esta investigación en particular donde a partir de una perspectiva turística se analiza la percepción desde quienes ofrecen la orientación turística sean simples empleados o expertos referencistas especializados, con un grupo de contrastación entre quienes reciben el asesoramiento.

La primera muestra fueron cuestionarios realizados a los empleados de recepción quienes cubren la posición de conserjes y Guest Service, para poder analizar su perspectiva de la orientación ofrecida, con el objetivo de visualizar cómo funciona en ese departamento y como ellos perciben el concepto principal de la conserjería como un punto de información y referencia muy importante.

La segunda muestra representativa fue por un lado las entrevistas en profundidad a dos de los supervisores del área de recepción y por el otro a tres miembros representativos de la asociación profesional Les Clefs D'Or.

La tercera de las muestras que se analizará es el grupo de contrastación, una serie de entrevistas realizadas a los huéspedes, cuya intención original como se explicó anteriormente, había sido la de encuestar en dos semanas de dos meses distintos a un porcentaje mucho más elevado de huéspedes pero al llevarse a cabo una obra de remodelación por 5 meses en el Lobby del hotel (lugar donde se encuentra ubicada la recepción por ende donde se ejerce el servicio de orientación de ocio en turismo), ocurrió que muy poca gente se encontraba hospedada ya que la imagen del hotel no era la misma, más aun, que las gran mayoría de ellos eran huéspedes corporativos con poco tiempo libre para desarrollar actividades turísticas en la ciudad. Ante estas circunstancias completamente imprevistas en el proyecto para llevar a cabo la investigación en el campo de estudio, se generó un cuestionario tomando en cuenta una muestra mucho más

pequeña de huéspedes de la que se había planteado originalmente, realizando las mismas en forma oral, cuestionarios escritos y por correo electrónico para poder acceder a un mayor número de sujetos.

Debe tenerse en cuenta que la metodología elegida de entrevistas mixtas, entrevistas en profundidad, observación directa y participante, presentó ciertas dificultades al introducir el constructor “orientación del ocio en el turismo”, como ya se ha dicho muy poco abordado por la disciplina turística, y a su vez un término poco usual para quien en turismo solicita y brinda servicios de referencia e información. La observación directa y participante fue realizada en el doble carácter de tesista y empleada en el área de recepción del hotel, y por medio de la misma se observaron las herramientas de referencia utilizadas, por cómo se orienta al turista, por cómo los huéspedes comunican sus necesidades.

Esta investigación se realiza en un área geográfica limitada del país, en un hotel representativo de 5 estrellas en la ciudad autónoma de Buenos Aires. Se buscó el contacto con la mayor diversidad posible de huéspedes de gran heterogeneidad cultural. El perfil general era el de un huésped corporativo asiduo en el establecimiento, se buscó que haya una diversificación entre los perfiles con una participación también de huéspedes que estaban pura y exclusivamente por ocio. Si bien se intentó demostrar esa heterogeneidad deseada, finalmente no fue bien delimitada esa diversidad debido a la poca cantidad de entrevistas realizadas.

Existe una parte de orientación que se resuelve de modo expeditivo telefónicamente. Frente al hecho de que en recepción que cumplen la función de conserjería resaltaron esta circunstancia se incorporó a la muestra de empleados a quienes revisten en el Guest Service, quienes tienen fuerte dependencia del Departamento de Recepción, y que utilizan las mismas herramientas de la información que los miembros del servicio de conserjería.

Como se mencionó anteriormente, el Departamento de Recepción del hotel cuenta con tres puestos de servicio: el Guest Relations, que es un servicio personal en el lobby, junto al mostrador de referencia, cubierto durante el día, el Guest Service, que es el servicio de respuesta telefónica y el Mostrador de Recepción. En total se desempeñan en el mismo doce personas, que tienen entre 25 y 30 años y, exceptuando a dos de ellos, están formados o formándose como técnicos en hotelería o se encuentran estudiando la licenciatura en el turismo y hotelería.

El cuestionario realizado al personal que cumple funciones de conserjería en el hotel constaba de dos partes. La primera, con el objetivo de tener información para trazar el recorrido profesional de los mismos, y la segunda indagando sobre su percepción del servicio, estructurado sobre cuatro ejes: su valoración del servicio de conserjería como punto de información y orientación turística, los recursos de información disponibles, el peso y la posición de la orientación turística en el entorno laboral y la importancia y consecuente necesidad de capacitación en el ámbito de la orientación turística.

La totalidad de los empleados coinciden en que es muy importante la Conserjería como punto de referencia y asesoramiento para resolver las dudas informacionales de los huéspedes, en palabras de Bárbara (Anexo 2, 2015) al ser la información que identifica al destino y que uno brinda el objeto de existencia de este puesto, no puede dejar de remarcar la importancia del contacto con los huéspedes, ya que es la actividad que se basa en brindar conocimientos e información acerca de la identidad y cultura en el destino. En palabras de Ariel (Anexo 1, 2015), “ellos recurren a nosotros para obtener

respuesta segura y precisa ya que conciben que somos los indicados en brindar la mejor información, para que conozcan la ciudad”. De hecho, las personas que revisten en el Guest Service comentaron que los huéspedes poseen el “reflejo” (Anexo 3, 2015) del conserje como una fuente fidedigna, por brindar la respuesta personalizada acorde a sus preferencias. Esta situación se ve claramente definida en el caso de los huéspedes frecuentes a quien ya se les conoce sus preferencias. Todos destacaron la importancia de contar con una persona dedicada para esa labor brindando información específica y personalizada, no cubriendo otras áreas del Departamento de Recepción. Aunque también subrayan que, si los huéspedes no precisan ese contacto directo con el personal, buscan al Guest Service como vía de consulta rápida

Frente a la necesidad de mencionar las fuentes a las que recurren en cuanto a información, la totalidad de los empleados del Mostrador de Recepción pusieron en primer lugar sus propias experiencias y la posibilidad de interpretar a quien realice la consulta como la más importante. El vínculo (Anexo 1 y Anexo 4, 2015) que se establece entre conserje y huésped es fundamental ante la misma. Solamente uno de los empleados reconoció no conocer bien Buenos Aires, y no estar especialmente interesado en brindar orientación turística, y mucho más en las tareas propias de la recepción (Anexo 6, 2015). De todas maneras, la información primaria siempre se obtiene de la folletería que se encuentra en el mostrador en el Lobby. Respecto a la folletería, es necesario indicar que existe una única empresa oficial en el hotel para poder ofrecer servicios de tours y viajes cuyo nombre es “Signature Tours” con la cual se trabaja hace mucho años y se confía plenamente en el servicio personalizado que se les brinda a los turistas, poseen una van como transporte para un máximo de 8 personas que viene a recogerlos a la puerta del hotel, su guía es trilingüe y siempre muy correcto y amable a la hora de tratar con un público tan heterogéneo, son tours que demandan las horas necesarias para que el turista se lleve una inolvidable experiencia en el destino (Anexo 19, 2015). Uno de los empleados incluso hizo referencia a una herramienta en el sistema de la recepción que se lo denomina como Shift F7 (como se llega a esa ventana operativa) donde se encuentra la información de todos los conserjes y recepcionistas que hayan estado en el hotel desde hace muchos años y dicha ventana con distintos contactos se ha estado guardando desde hace años (Anexo 20, 2015) En la observación del funcionamiento de este mostrador, se vio el uso frecuente que los empleados hacían de esta herramienta, sin embargo no la consideraron una fuente de información digna de ser mencionada.

Entre los miembros del equipo una de las empleadas, por su especial interés en el área de la conserjería, destaco por sobre los demás al realizarle el cuestionario, proveyendo mayor especificidad en la información. Bárbara Martínez (Anexo 2, 2015) se explayó en distintas consideraciones, entre las que encuentro importante rescatar fue aprendiendo con el tiempo ya que las consultas que recibía y las desconocía funcionaban como incentivo para abarcarse más en la temática e involucrarse a saber más y poder brindar la información necesaria, empamparse de conocimiento y orientar adecuadamente. “Cada vez que un huésped me pregunta algo que me deja dudando, es un incentivo para perfeccionarme”. Frente al papel específico de la orientación turística desde la conserjería explica que el servicio trasciende la simple venta de un espectáculo teatral por ejemplo, por su interés y servicio personalizado. “La conserjería es como el embajador entre la ciudad y el huésped, es el conserje quien orienta, sugiere y gracias a él la persona puede llevarse una buena impresión, ya que uno si realiza el trabajo con responsabilidad es muy lindo ser parte de esa experiencia”. Incluso destaca que la orientación que se brinda en la

conserjería, al ser un servicio realmente personalizado y al tratarse de un huésped-turista quien puede estar varios días en el hotel, se puede llegar a intercambiar muy rica información a través del contacto personalizado y a su vez generar un valor agregado en su experiencia.

A diferencia de sus compañeros ella siempre se interesó en participar en encuentros de Les Clefs D'Or y a partir de las reuniones ha adquirido algunas herramientas que le brindan mayor seguridad a la hora de recomendar, complementándolo con actividades propias de investigación como la lectura, las visitas a atractivos turísticos populares y también autóctonos, que sólo los locales podrían conocer, ya que siente que es una manera exhaustiva de prepararse para generar ese valor agregado del que poco se habla pero que mucho se siente a la hora de generar una buena experiencia.

Por su parte los miembros del puesto de Guest Service la hora de analizar las fuentes por medio de las cuales evacuan las consultas realizadas, y debido en gran parte a su dependencia del puesto de Recepción, recurren mayormente a las recomendaciones de Recepción, folletos, contactos que se utilizan en el mostrador a los que tienen acceso (Shift 7), sumado a las páginas webs y conocimientos propios adquiridos.

En este sentido, también resulta importante rescatar el aporte quien brinda el servicio de Guest Relations (Anexo 5, 2015), ya que al estar en contacto directo con los huéspedes ubicada en el lobby a un costado de la recepción muchos conciben que es un puesto de conserjería por lo que suelen hacerle consultas de actividades turísticas en el destino, la realidad es que su puesto es relacionado al bienestar de los huéspedes en su estadía en el establecimiento.

Es en este contexto que, de acuerdo con la percepción de todos los empleados, que la mayoría de las consultas al personal del departamento de recepción, suelen ser para solicitar recomendaciones turísticas en el destino, o también quizás ante un turista informado previamente, solicitan sugerencias que determinen su decisión. En palabras de Gonzalo (Anexo 4, 2015) "Más allá de la variedad de tareas que se desarrollan en recepción, la mayor parte de su trabajo es dar información". Todos coinciden que en los grandes hoteles lo ideal es la diversificación entre los departamentos, entre conserjería y recepción. Pero en nuestro caso de estudio la conserjería (y por ende la multiplicidad de tareas y funciones que implica) se encuentra subsumida dentro de una área de la recepción, cuya labor es en sí asidua de. Al estar unificado ambos departamentos puede ocasionar disturbios en la operación diaria, ya que al tener muchas otras tareas y responsabilidades no se centra su atención directamente en la necesidad informacional de quien pregunta (Anexo 1, 2015), a pesar de que el servicio es clave a la hora de la diferenciación en el nivel del servicio brindado.

Es en este contexto, y aunque no se expusieron particularmente sobre la necesidad de capacitación específica, que los sujetos concordaron que sería una herramienta muy efectiva y muy útil para entender la conserjería, ya que la orientación turística tiene el poder de generar un buen camino hacia la experiencia positiva, es un objetivo de muchos visitantes el hecho de conocer el destino a partir del disfrute del tiempo libre. A pesar que la mayoría de ellos recurren a capacitaciones a título personal, señalaron que son indispensables las capacitaciones como inversión en el capital humano del servicio (Anexo 1, 2015). Al no contar con la cantidad de información al momento de sugerir muchas veces se brinda información acotada (Anexo 7, 2015).

Desde 2003 un grupo de conserjes de los mejores Hoteles de la ciudad de Buenos Aires, se han juntado para lograr un mismo objetivo: construir la Asociación Argentina de

Conserjes de grandes hoteles y desde 2008 Argentina fue aceptado como el Miembro número 40° de la Unión Internacional de Les Clefs D'Or, bajo el concepto de que el trabajar como equipo genera nuevas iniciativas y mejor sinergia al deseo de mejorar los servicios brindados. Mario Morelli presidente de Les Clefs D'Or, sostiene que sus prioridades así como sus principales objetivos incluyen la unión en el trabajo, para crear nuevas agrupaciones de conserjes de otras provincias de Argentina como así también de la región sudamericana.

Estos conserjes manejan los correos electrónicos y mensajes, recomendaciones y reservas de viajes y reuniones, planificación, compras personales y son profesionales en la comunicación. También son asesores en actividades sociales, consultas y personales. En las raras ocasiones en que los requerimientos de los huéspedes no pueden ser atendidos por sí mismos, los conserjes Les Clefs D'Or tienen el apoyo necesario: una interminable red de conocidos, amigos y colegas de todo el mundo para que los huéspedes se lleven la mejor respuesta. Los miembros Les Clefs D'Or se caracterizan por su capacitación para la profesión de conserje. Son capaces de asesorar a los huéspedes sobre restaurantes, vida nocturna, deportes y eventos de teatro, excursiones, compras, etc. Es decir pueden asesorar a los huéspedes respecto a cualquier lugar, a cualquier producto, en cualquier momento.

Se entrevistó a los siguientes miembros de la Asociación Les Clefs D'Or Argentina: su presidente, Mario Morelli (Sheraton Buenos Aires), su vicepresidente, Pablo Castro (Sofitel Luxury Hotels) y uno de sus miembros representativos, Sebastián Fernández (Hotel Madero).

El análisis se centró en los mismos cuatro ejes que en el caso de los empleados del hotel estudiado, para establecer continuidades y diferencias entre las percepciones relevadas. En torno al tema de la conveniencia de contar con un servicio de conserjería, y el peso y la posición de la orientación turística en su labor diaria, sus opiniones fueron contundentes. Es importante remarcar que todos ellos han desarrollado carreras ocupacionales como conserjes. El señor Sebastián Fernández sostuvo que "cuando vos tenes un puesto especializado, sumas servicio" (Anexo 12, 2015), ya que en su opinión no es lo mismo, realizar una consulta con un recepcionista, ya que éste no tiene la obligación de saber, que con un conserje, ya que éste sí la tiene y sabe recomendar la consulta o lo averigua. Además considera que es indispensable que el conserje establezca un vínculo "muy beneficioso, casi amigable", con el huésped, para mejorar su experiencia en la ciudad. Como facilitador turístico, los conserjes llave de oro son una persona en el establecimiento hotelero que a diferencia de otra, se distinguen por su saber, por la posibilidad de ser la conexión entre la consulta y la información, es quien tiene las habilidades necesarias para brindarle información al huésped, siendo este último quién se encuentra íntimamente centrado en realizar actividades turísticas y por lo tanto es necesario la capacidad de "hilar un poco más fino", que en definitiva es a su entender, la principal diferencia de tener en servicio a una persona especializada. "Lo paradójico de la orientación en turismo es que no está medido pero sí está reconocido".

"La orientación al turismo lo entiendo como un conjunto de información de distintos aspectos referidos al lugar en donde está la persona, que le permite moverse, disfrutar y conocer" a su vez concibe que en ciertos casos darle las reglas de seguridad de la ciudad también es parte de la orientación turística para cuando pasee por distintos recorridos.

Pablo Castro aclara que en conserjería no existe la competencia como en cualquier otro departamento dentro del hotel, la conserjería está basada en el servicio y mediada por la

amistad y colaboración al interior del equipo, ya que van hacia un mismo fin: que el huésped se convierta en turista al estar íntimamente ligado a las actividades en turismo, para lo cual su función es que tenga el mejor servicio de referencia e información. Les Clefs D'Or posee una discriminación entre los distintos perfiles de los huéspedes que se presentan, ejercen las entrevistas de consultas para especificar bien sus requerimientos, para profundizar más sus dudas. Sostiene que al informar y asesorar es necesario tener en cuenta la subjetividad (Anexo 11, 2015), "la percepción de los servicios es distintas por los huéspedes son distintos". Respecto al departamento de conserjería sostiene que es una herramienta muy importante para el establecimiento hotelero, que es un punto de información y referencia diario para el turista.

Mario Morelli, por su parte, analiza la relevancia de los servicios de conserjería de acuerdo con la capacidad del personal que lo brinda, teniendo en cuenta su capacidad de interacción, la jerarquía de la información brindada, la facultad de quién no conoce la ciudad para busca un referente que aumente el valor de su experiencia. Es por esto que prioriza la relación de empatía necesaria en el personal ya que generalmente los tiempos de consulta con los que cuenta el huésped son muy acotados por lo que el personal de orientación debería tener los conocimientos previos para saber informar correctamente en el tiempo disponible. Al mismo tiempo reconoce que como carecen de un indicador de la efectividad de las respuestas, solo ven los comentarios en sus páginas o cuando la persona regresa a uno para agradecerle o simplemente consultándole por alguna otra cosa.

Al ser consultado sobre las ventajas de la asociación que preside en la disposición de orientación turística, expresa que Les Clefs D'Or son "los embajadores de la ciudad"(Anexo 10, 2015) para quienes desean en muy poco tiempo conocer las principales atracciones turísticas. A nivel mundial la actividad profesional del conserje es considerada como un facilitador de la información lo que genera una diferencia en el servicio brindado.

En cuanto a las fuentes de información a las que acceden para la concreción de su tarea, todos ellos remarcaron la importancia de la Asociación como instrumento para la disponibilidad de redes de información, así como su carácter de proveedora de datos de interés. Sin embargo, las fuentes son similares a las utilizadas en el hotel estudiado, al menos en cuanto a la disponibilidad observada, aunque los empleados no las mencionaran específicamente: newsletters de eventos y festividades de la ciudad a los cuales se encuentran suscriptos, sostienen también que recurren a la prensa periódica, en especial a las secciones de entretenimiento y espectáculos tales como la cartelera de cine, música, teatros, actividades de ocio en páginas Web que complementen la folletería de mapas, tours y distintos servicios existentes que tienen muchas veces información no actualizada.

Pero al mismo tiempo, los tres indicaron, al igual que los empleados anteriormente observados la impresión del alto valor de la información que se ofrece a partir de la propia experiencia, distinguiendo al servicio así generado como más personalizado. Brindando datos novedosos.

Los tres entrevistados remarcaron, sin embargo, la fuerte conexión entre las fuentes de información y las capacitaciones. Explícitamente Mario Morelli sostuvo que las capacitaciones que brindan los hoteles son más que nada referidas estándares de la cadena hotelera, y que para acceder a una capacidad de servicio diferenciado, las

principales capacitaciones y entrenamientos los ha tenido en la asociación Les Clefs D'Or.

Asevera que es el hotel quien debe invertir en la formación de su personal si es su intención brindar ese servicio diferenciado, el cual influye en la percepción y experiencia del huésped. Al ser parte de Les Clefs D'Or, todos los miembros tienen acceso a capacitaciones internas por medio de reuniones, visitas a restaurantes, museos, se dictan charlas con reconocidos especialistas sobre arte, historiadores, artistas, floristas arquitectos, paisajistas y distintos rubros para adquirir mayores conocimientos para compartir a distintos perfiles de huéspedes. A su vez está nueva información la comparten entre otros miembros quienes están en contacto todo el tiempo, para actualizarse, aprender conocimientos nuevos y a su vez llegado al caso resolver situaciones complejas. Un punto en particular que se trató con los miembros de la Asociación fue el tema de la preparación académica de los conserjes, y su propio trayecto profesional. Ninguno de ellos tiene educación formal en la hotelería o el turismo, y consideran mucho más relevante la adquisición de habilidades para el relevamiento y la evaluación de información, para el contacto interpersonal y para la formación continua. Si bien Pablo Castro reconoce la existencia de estudios de grado en el campo de la conserjería, al estar limitados a Suiza y Francia los considera una opción cara para formación de grado en nuestro país, Sebastián Fernández considera que una formación de grado en las áreas de ciencias sociales o humanas pueden colaborar, aunque no son determinantes, y Mario Morelli no considera relevante la formación académica como tal, sino que destaca el interés en capacitarse para el puesto de los aspirantes. Son requisitos para ellos tener una amplia cultura general.

Con el objetivo de tener una visión más precisa sobre cómo percibe la gerencia del hotel estudiado el servicio de conserjería, pero sobre todo la orientación turística en el mismo, se entrevistó a Oscar Ferreira, Senior Front Desk y a Mike Leslie, Gerente de Recepción y Habitaciones del mismo, pero fueron menos propensos a contestar sobre la totalidad de los puntos presentados. Aunque admiten que la conserjería es un punto de orientación importante, reconocen que hay deficiencias en la información para brindar el servicio, que potencialmente para el huésped haría una diferencia importante. De todas maneras la carencia de indicadores en este sentido no permite mayores precisiones desde el punto de vista gerencial. El objetivo desde el Management está centrado en ofrecer una orientación básica que no necesariamente implique una capacitación dispuesta por la organización interna del establecimiento. "Al no dedicarnos exclusivamente a la conserjería más que nada es orientarlo" (Anexo 8, 2015). En todo caso se admite que es necesario reformular la función de la consejeros dentro de un seno informativo y cultural como lo es un establecimiento hotelero (Anexo 9, 2015). Es relevante para el presente estudio tener en cuenta que desde su punto de vista hay muy poca influencia al asesorar en las decisiones del turista como punto de referencia. "Hoy en día el conserje es un asesor de la experiencia, no es quién crea la experiencia" (Anexo 9, 2015). Se apoyan en la idea de que es necesario para la hotelería moderna reformular la función del conserje y aunque evalúan como positivo el papel de la Asociación Les Clefs D'Or, al no ser tan públicamente conocido, consideran que su figura se ha ido desdibujando.

Estiman que la orientación turística influye en la experiencia tanto sea positiva o negativa es decir, si ha generado un valor agregado positivo en la experiencia volverá a buscar a quién lo asesoró anteriormente o simplemente si le generó una experiencia negativa no volverá ante una nueva consulta buscara a otro referente o simplemente nos comunicara su descontento pero siempre genera un aporte en la experiencia, aunque no creen que afecte significativamente en la consideración global de la empresa hotelera. En cuanto a la disponibilidad de fuentes de información, consideran principalmente la experiencia propia o de colegas como elementos determinantes, mejorada con la información que se encuentra en línea, aunque debería ser complementada con una capacitación por parte de la empresa con el fin de otorgarle uniformidad a la información brindada al cliente.

En cuanto al muestreo de los huéspedes realizado, como fue explicitado anteriormente, los inconvenientes originados por la remodelación del hotel llevada adelante durante la realización de la observación y las entrevistas, redujo el caudal de camas ocupadas y se realizaron solamente a dieciséis personas, todas ellas mayores de edad, que hubieran hecho uso del servicio de orientación turística.

Tres contestaron que no les resulta un punto relevante la separación de la conserjería y la recepción y no tienen expectativas especiales en su rol como orientadores, ya que lo consideran como algo muy específico para un sector de turistas poco aventureros e inseguros a la hora de realizar actividades placenteras de ocio en su tiempo libre, mientras que se ven a sí mismos como turistas que suelen investigar por su cuenta durante la preparación de su viaje, por lo que al llegar a destino son turistas informados que pueden resolverlos por su cuenta las dudas o inconvenientes que surjan, aunque sí es una opción la consulta si es posible realizarla en el momento.

Solamente dos sujetos comunicaron que, si bien agradecen la amabilidad y el trato personalizado, no es una actividad a que consideren indispensable o importante, por tenerla hoy en día como una imagen desdibujada a nivel mundial, sostienen que vivimos en un mundo lleno de datos con muchísima información por doquier y sería muy necio negarlo y gratificar su experiencia en el destino a partir de una consulta generada por un folleto, publicidad, o la consulta a un conserje quien solo puede aportarle un dato subjetivo (Anexo 15, 2015).

Por otro lado, once del total de personas encuestadas conciben al servicio de orientación turística como un servicio imprescindible a la hora de asesorar y recomendar confiable y correctamente con el grado de profesionalidad que se merece, a todos aquellos huéspedes que se encuentran realizando actividades turísticas en un destino que si bien pueden medianamente “conocer” por la información que se les brinda en los folletos o la información disponible (mencionaron tanto las revistas que se entregan en los aviones como a las agencias en su país de origen, o Internet), sostienen que siempre deben tener un punto de referencia donde se encuentran localizados temporalmente, y es en este contexto que los conserjes cumplen con la función de ser quienes los proveerá de la información necesaria a partir de un abanico de posibilidades a la hora de poder concebir y determinar las actividades de ocio a realizar en su tiempo libre. Recalcan la importancia de la recomendación, la preocupación por los turistas, la capacitación en los profesionales ya que quienes les consultan los toman como expertos en el tema por lo que más allá de la información con la que el país los recibe de forma impresa u oral (que es vista como estandarizada y muy genérica) lo que es realmente imprescindible es la personalización, la delicadeza de saber recomendar a la hora de diversificar la oferta turística con la que se



cuenta de acuerdo a los distintos perfiles de turistas, buscando seguridad y ante todo efectividad en la respuesta.

Sostienen en su mayoría en que en la actualidad quien orienta desde la conserjería tiene que poseer un desempeño dinámico ante cambios constantes y la gran movilidad, debido a variaciones en lo tecnológico y en lo social, existe hoy en día una tendencia por ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas de quienes precisan la información acorde a sus necesidades, es por ello que lo consideran de gran relevancia en el servicio global del hotel elegido.

## **Conclusiones**

En este estudio se comienza desde un principio, dando las definiciones más relevantes para la comprensión del mismo. Se identifica con claridad la formulación de un problema, en primera instancia la no existencia bibliográfica del concepto de orientación del ocio en turismo, su carácter de labor constante para el personal de la conserjería de un hotel, se conceptualizan las herramientas del servicio de referencia de la disciplina de Bibliotecología para lograr no una dualidad o división del concepto aplicada a ambas disciplinas sino por el contrario, una comparación entre el servicio de referencia brindado en la carrera de Bibliotecología asumiendo una semejanza con la práctica diaria de la orientación turística brindada en la conserjería de un hotel en el ámbito del turismo.

Se habla de la orientación de ocio en turismo comprendida a partir de la sociedad de la información en bibliotecología y sus herramientas y de cómo esto se aplica a ambas disciplinas en común. Tal cual se hace mención en el párrafo anterior, existe un problema teórico en la falta de conceptualización de la orientación turística de acuerdo a la poca información bibliográfica encontrada, por lo que se propone comprender esta investigación a partir de un turismo de esencia interdisciplinar que analiza a la bibliotecología como un campo del cual recibe su influencia con el fin de profundizar un concepto aplicable a su práctica profesional.

Esta investigación es realizada desde una aproximación al tema para estudiar qué significa la orientación del ocio en turismo dentro del círculo social del turista, y los profesionales de orientación, pretendiendo aportar a la auténtica exigüidad de fuentes teóricas acerca del tema de estudio, teniendo la posibilidad de en un futuro, ser abordado con mayor profundidad. Se observa la necesidad de que se investiguen con mayor profusión y se articulen de forma más sólida y coherente los estudios que competen al servicio de referencia y a la orientación del ocio en turismo, pues son fenómenos tan complejos y tan poco abordados, mediante enfoques teóricos de esta u otras disciplinas.

A continuación se enumeran los objetivos y se desarrollan en forma apartada para poder visualizar con mayor claridad el abordaje de cada uno de las conclusiones referidas a cada uno de los objetivos propuestos.

## **Objetivo General**

- Correlacionar las herramientas aplicadas en la Conserjería de los hoteles para brindar información turística con las utilizadas en la referencia bibliográfica.

De acuerdo a los objetivos planteados, el objetivo general y más importante se ve desarrollado en el Capítulo III en el apartado de Herramientas de información, donde se explican las distintas herramientas de la información para ambas disciplinas. En cuanto a proveer servicios de información los bibliotecarios desarrollaron distintas herramientas de referencia las cuales fueron tenidas en cuentas para este caso de estudio en particular. Las mismas se utilizan prácticamente sin cambios, en la actividad diaria realizada en la conserjería de un hotel por lo que se sostiene que las herramientas utilizadas se adaptan directamente en ambas disciplinas tanto en la bibliotecológica como en la actividad turística; la consulta rápida, la entrevista y la entrevista de referencia. Formas similares pero no desarrolladas de estas herramientas, como se explica anteriormente, se usan en los servicios de conserjería, la primera generalmente en los servicios de telefonía, aunque también en consultas en los mostradores de recepción, estando las dos últimas más relacionadas con el trabajo específico del conserje, y su capacidad y habilidades adquiridas para la resolución de las consultas. Por lo cual, queda representada la correlación existente entre las herramientas de referencia bibliotecológicas y quienes ejercen la profesión de la orientación turística. También en la página 31, se menciona la forma en la que éste servicio de orientación se brinda a partir de las herramientas en común entre ambas disciplinas. A partir de cada uno de los objetivos específicos se explicitarán las adecuaciones necesarias entre ambas herramientas.

## **Objetivos específicos**

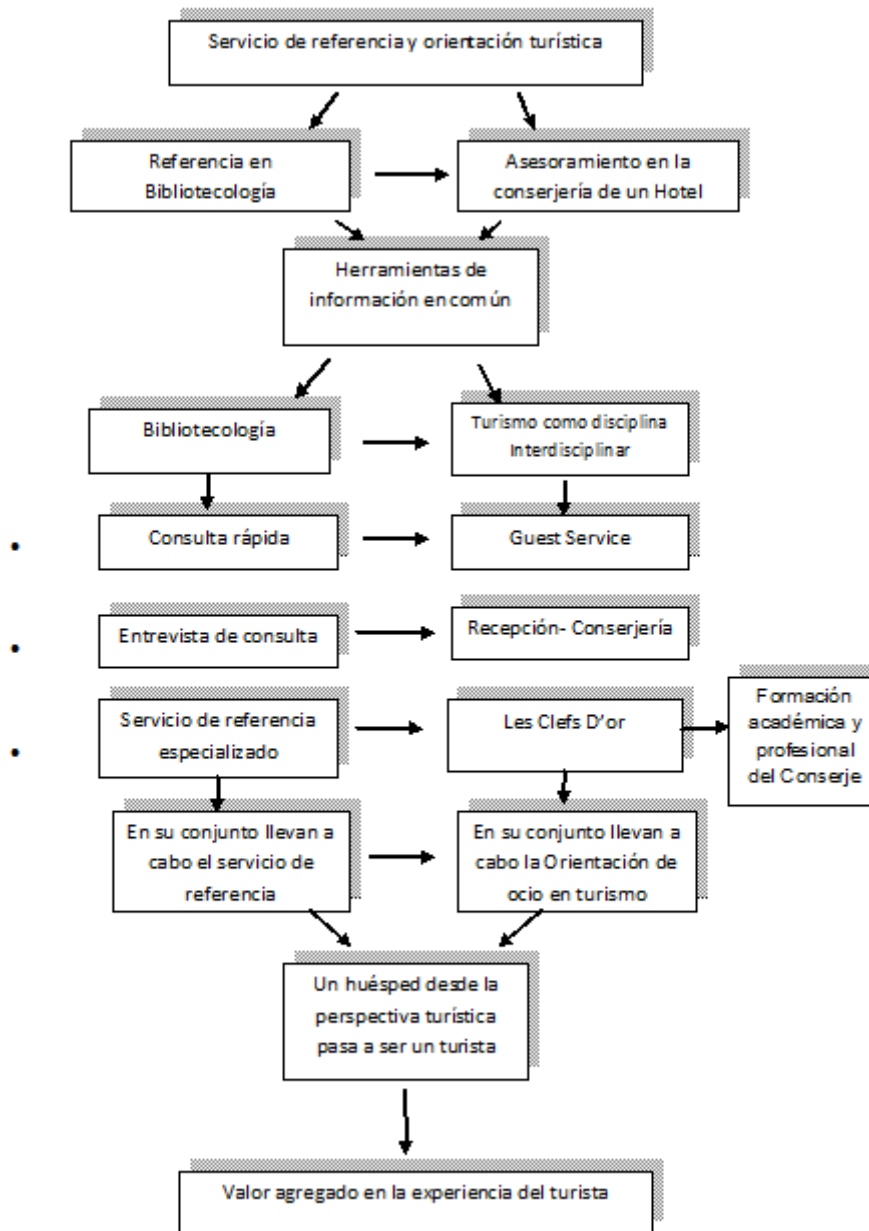
1. Analizar el tipo de Orientación Turística que se hace en una conserjería

En el capítulo II de nuestra investigación, se estudia la Orientación Turística que se hace en una conserjería, poniendo en análisis el objetivo número 1, que sin duda, la sociedad de nuestros días cada vez otorga una mayor importancia a la cultura del ocio y, en particular al turismo. Se considera el concepto orientación del ocio en turismo como resultado de la escasa fuente bibliográfica sobre el tema, ya que su desarrollo en estudios que involucren ese campo de estudio es casi inexistente. Se realizaron entrevistas con profesionales que evaluaron como relevante, las vivencias y comportamientos llevados a cabo por el personal del contacto, quienes perciben el servicio brindado. Esto hace que los datos proporcionados en este estudio puedan tener razones para la nueva conceptualización de esta actividad en la disciplina turística, desde las distintas perspectivas, ya sea de gerentes, huéspedes y miembros de la Asociación de Les Clefs D'Or en Argentina. Se define en el mismo al constructo orientación del ocio en turismo como el asesoramiento necesario a la hora de aconsejar, recomendar y sugerir a todos aquellos turistas que se encuentran interesados en realizar actividades de ocio en el

destino en cuestión. Son éstos mismos quienes solicitan la suficiente precisión en la referencia brindada, siendo de esta forma comprendidos de manera exacta por profesionales que poseen las cualidades específicas para poder cumplir con dichas expectativas. La orientación del ocio en turismo se encuentra definida por la individualización de un servicio brindado, a partir de un acceso a la mayor cantidad posible de destacada, certera y personalizada información para tomar la decisión a la hora de comenzar su actividad y dar inicio a su experiencia. Se indica la necesidad de considerar a la orientación turística no solamente en el campo de la gestión y planificación generalizada ya que por su propia naturaleza necesita ser personalizada. Es por ello que aquí se demuestra cómo se utilizan las herramientas tomadas de otra disciplina, aplicando un concepto clave en el campo de estudios turístico como es la interdisciplinariedad, aplicando las herramientas de referencia utilizadas por los bibliotecarios quienes las han desarrollado de acuerdo a su provisión de información específica. El turismo hasta el día de hoy no ha desarrollado herramientas específicas para la orientación en esta actividad, al brindar este servicio de asesoramiento personalizado.

## 2. Describir los componentes del Servicio de Referencia

Respecto al objetivo número 2, los componentes del servicio de consulta y referencia se ven abordados en el capítulo número III en el apartado de Consulta y referencia, donde se pone en consideración que son procesos íntimamente ligados a los Servicios al Público ya que deben poder proporcionarle al usuario la información deseada. Se explica el principal componente que es el elemento humano en este caso el bibliotecario de consulta o en la disciplina turística quien orienta al turista como personal de frontera, que es quien pone en conexión a la información con quien la precisa, sin importar el medio que la contenga. En este punto es interesante destacar la importancia en la asistencia personal de quien orienta, hacia todas aquellas personas que demandan información como un punto fundamental para dar el primer paso entre el referencista y quien solicita el asesoramiento. De esta forma se intercambia conocimientos, generando un vínculo entre ambos. Se menciona a su vez como componentes del sistema de referencia a los distintos medios de información relevantes para la transmisión del conocimiento.



Fuente de elaboración propia

En este cuadro, queda representado cómo las herramientas de información mencionadas a lo largo de la Tesis son equiparables en ambas disciplinas.

Las herramientas de información desarrolladas en la bibliotecología, similares a las técnicas no estandarizadas utilizadas asimismo en la conserjería del hotel estudiado, resultaron de una fuerte semejanza: la consulta rápida aplicada en la respuesta inmediata brindada a partir de una fuente de información en bibliotecología es ejercida en la

telefonía o “Guest Service” del hotel; la entrevista de referencia o de consulta, quienes poseen el papel de ponerlo en práctica son los agentes de recepción así también conceptualizados como conserjes, quienes intentan profundizar cada consulta recibida. Ellos mismos son a su vez quienes deben conversar con el interesado, adecuarse a la demanda de información y elaborar interrogantes, contando con la paciencia apropiada, conocimiento del destino y de las herramientas de información para llegar a la respuesta más acertada.

Existe también un servicio de referencia especializado donde quienes cumplen el rol de profesionales referencistas en bibliotecología son hábiles, con un conocimiento especial siendo expertos en el tema, conscientes de su experticia en referencia hacia el resto de los profesionales que ejercen su misma posición en una práctica diaria en otros establecimientos, con las mismas técnicas especiales; en la disciplina del turismo ese parecido es fácilmente observable en la referencia u orientación del ocio en turismo brindado por la Asociación de Conserjes Llave de Oro, llamados Les Clefs D’Or, quienes pueden no tener un título académico pero sí son reconocidos en su círculo profesional. En ambas disciplinas quienes ejercen esta profesión poseen un instinto motivacional al desafío profesional constante, a la curiosidad y búsqueda firme, al avance y desarrollo continuo de su profesión, a partir de una gran habilidad que los caracteriza, y una continua capacitación en nuevas fuentes de información. En consecuencia, este servicio de referencia es llevado a cabo en el campo del turismo conceptualizándolo como orientación del ocio en turismo, desde una percepción donde el huésped alojado en un establecimiento hotelero a partir de la referencia obtenida por alguno de estos profesionales sobre las actividades turísticas de interés, pasa a ser tomado en este estudio como un turista quien podrá obtener una gratificación mayor en su experiencia en destino a partir de la información confiable y certera que se le brinde.

3. Evaluar el uso de las herramientas de referencia en la orientación turística llevada adelante en el hotel.

Como se mencionó en el capítulo III en el apartado de Herramientas de información, se evalúa el uso de las mismas en la disciplina turística observando el paralelismo entre ambas disciplinas. Son herramientas efectivas, de fácil reconocimiento en la práctica diaria, de una clave personalización para lograr una experiencia individual única. La consulta rápida es ejercida Guest Service del hotel, las entrevistas de consulta y referencia por los agentes de conserjería y el servicio de referencia especializado en bibliotecología por los Miembros de la Asociación Les Clefs D’Or.

En este objetivo cabe aclarar que como una herramienta clave a la hora de orientar, el GPS no es tenido en cuenta. Como se describió en el apartado anteriormente mencionado, el concepto de GPS pone en conciencia la existencia de una herramienta de información realmente importante para la conserjería, a la hora de relevar a partir de cuestionarios realizados, la experiencia de cada huésped luego de su estadía. Lamentablemente no contamos en la cultura empresarial de esta organización en particular, el hecho de usar estas herramientas para perfeccionar el servicio a brindar, el programa existe pero no es asiduamente utilizado. En este caso de estudio podría tomarse en cuenta para comprender las cualidades del personal de contacto a la hora de orientar. La falta de capacitación e interés en poner en práctica un programa tan eficiente a la hora de comunicar internamente cómo lograr un valor agregado a la experiencia del

turista, logra que este programa en la organización interna del hotel sólo tenga sentido si se usara para brindar el servicio personalizado deseado, reconociendo las principales preferencias de quien solicita nuestra orientación.

De esta manera se da respuesta al objetivo número 3 y es a partir de aquí donde se propone una adaptación de las herramientas de bibliotecología en la práctica diaria del departamento de conserjería para una mejora del servicio de referencia brindado en el uso de metodologías fácilmente adaptables como una estimulación en el uso de las fuentes de información que más se requieran en este departamento.

4. Describir las actuales incumbencias de los empleados de conserjería.

En el Capítulo I se describen las principales aptitudes de la conserjería como un departamento de importancia ya que es el principal intermediario y conector entre el turista y el establecimiento hotelero, clarificando su rol y principales responsabilidades frente a un turista con interrogantes lleno de intereses. El profesional deberá estar capacitado para poder responder a cualquier tipo de consultas, interactuando in situ con el huésped e interpretando sus deseos no expresados, dando el correspondiente servicio personalizado.

Se relaciona el turismo y una parte muy específica como es el rol del departamento de la conserjería en la hospitalidad, donde se explica el motivo por el cual se lleva a cabo el estudio del perfil del Licenciado en turismo en un punto donde se interpreta, es importante. En este sentido, los principios involucrados en la orientación turística, las características del perfil profesional del conserje mencionados en las entrevistas realizadas (recordar especialmente el criterio de “embajador” del destino frente al turista) y el concepto generalizado del conserje como facilitador turístico ponen de relieve el desarrollo de este espacio de trabajo como un campo de desarrollo de la profesión del Licenciado en turismo.

5. Analizar la competencia profesional de los Licenciados en Turismo en el campo de la conserjería.

Respecto a los estudios académicos, si bien existe un consenso entre los sujetos entrevistados en cuanto a que conciben que la formación profesional no es una cualidad indispensable a la hora de ejercer la ocupación de conserje, ya que la gran mayoría de quienes han sido entrevistados en este estudio son idóneos en turismo, que han sido formados a lo largo de su trabajo muy bien reconocidos en su círculo profesional, se menciona la importancia de una formación académica y de lo beneficioso de quienes poseen la formación del Licenciado en Turismo a partir de la importancia de las herramientas de crecimiento que el título provee por ser profesionales creativos, proactivos y reflexivos, líderes en su área de conocimiento, en su formación en turismo, administración y distintas disciplinas, en el dominio de idiomas, con una actitud óptima para dirigir estrategias, incentivando el bienestar colectivo con la capacidad para trabajar en equipo, capaces de realizar aportes innovadores a problemáticas reales.

Un Licenciado en turismo se adecua perfectamente en la esfera empresarial, ya que se encuentra formado para organizar, gerenciar y administrar empresas turísticas referidas a

cualquiera de las formas de la prestación de los servicios turísticos, en este caso, un hotel.

Los hoteles deben tener una visión de la valoración de su entorno para sus planes de servicio y actividades de la organización y en esto los Licenciados en turismo son profesionales preparados para dicho rol. Es necesario visualizar los factores que repercuten en el actuar del huésped, tendencias que influyen su elección por las distintas actividades turísticas. Los Licenciados en turismo pueden desarrollar actividades de implantación de métodos de administración del personal el objetivo de mejorar el servicio, pueden elaborar diagnósticos de las distintas áreas funcionales del hotel y hacer que el staff de conserjería participe activamente de la formulación de ideas renovadoras para brindar el mejor servicio.

Los Licenciados en turismo se encuentran capacitados para desarrollar acciones de liderazgo entre los distintos actores que se encuentran involucrados en brindar el servicio de orientación en turismo en el hotel. Poseen capacidad para conducir equipos de trabajo, planificar objetivos comunes y metas a corto y largo plazo. Están facultados para implementar sistemas de información sobre soportes de datos especializados o poner en valor los ya existentes y potenciar su uso. Tienen competencias para elaborar una plataforma de información a base de las distintas percepciones ya sea de los huéspedes que se acercan a la conserjería de acuerdo a sus distintas motivaciones, como así también las tendencias el mundo turístico de la actualidad. Su formación los habilita para construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida que integre los más intereses de servicio de orientación turística que suelen regir en el hotel en cuestión. Poseen la destreza de colaborar e incentivar la formación profesional de los empleados de frontera quienes poseen el mayor contacto con el huésped.

Con el objetivo de contextualizar la percepción de los servicios de orientación desde una asociación profesional respecto al estudio de campo analizado, se describe el objetivo número 5 en la página número 20, donde se hace referencia a los supervisores, para quienes les es indistinto si se brinda o no el servicio de orientación, ya que lo ven como un ítem de menor importancia en el aporte a la experiencia del turista y por otro lado entrevistas en profundidad con tres de los más importantes miembros de la asociación argentina de Les Clefs D'Or quienes sostienen que el hecho de que un hotel no valore el servicio de referencia brindado ni que hable de la percepción con que se brinde el servicio, habla de una falta de interés y consideración a una de las actividades más importantes y personalizadas que conllevan a brindar un valor agregado en la experiencia individual de cada turista en la ciudad.

A partir de las entrevistas en profundidad a los miembros de la Asociación de Los Conserjes Llaves de Oro, si bien estos han mencionado tres distintos recorridos para llegar a ser Les Clefs D'Or se puede rescatar que si bien es un valor agregado la formación académica para el desarrollo profesional, no la creen imprescindible.

6. Proponer una adaptación de herramientas de referencia bibliotecológica al uso en el departamento de conserjería.

El hecho de informar es una de las principales funciones de las bibliotecas así como de los hoteles; todas las bibliotecas y los establecimientos hoteleros cuentan con un servicio



de información. Hoy en día los servicios de la información se encuentran condicionados por la rápida evolución de la tecnología de la información que ha proporcionado una enorme cantidad de datos al alcance de todos quienes tienen acceso a medios electrónicos. En pocas palabras, la disponibilidad de recursos en Internet se ha convertido en una imprescindible y completa fuente de información.

La comunicación de la información siempre ha sido un aspecto indispensable en ambos establecimientos. Tanto las bibliotecas como los hoteles actúan de portal hacia el mundo de la información facilitando su acceso a todas las personas. En bibliotecología existen instrumentos necesarios para el servicio de referencia: respecto al trabajo interno están los instrumentos de comunicación y de difusión. Para la atención al usuario están los formularios y la colección de referencia como una concepción muy desarrollada que concentra a todas las fuentes de información que se emplean para responder todos los interrogantes que se presentan.

La biblioteca posee ciertas herramientas útiles para resolver consultas a quienes demandan información, como son la colección de referencia impresa, colección electrónica, sistemas basados en Internet, entre otros.

Existen distintos tipos de consultas de acuerdo a la necesidad de información de quien solicita. De acuerdo a la tipología de la demanda tanto en bibliotecología como en el departamento de consejería de un hotel, se pueden distinguir entre las consultas de información general, donde cada una de ellas son atendidas y resueltas en mostrador, son de fácil resolución y generalmente suelen ser acerca del establecimiento o lugar de destino, ya sea condiciones de la organización, puntos de localización, uso de las fuentes de información, horarios, entre otros.

Las consultas de respuesta rápidas tal cual se puede ver a lo largo del texto, son en ambas disciplinas resueltas a través de fuentes de información concretas, son comúnmente temas ajenos al establecimiento y se encuentra la inmediata respuesta al momento de la solicitud.

Por otro lado, ante las consultas más complejas de resolución y a su vez, más elaboradas, se ponen en práctica las entrevistas de referencia donde se genera en primera instancia, un análisis de la consulta para determinar exactamente qué fue lo manifestado por el usuario es decir, la traducción de la consulta a términos de búsqueda. Se procede a una elección de las fuentes de información más apropiadas, elección del documento para resolver la demanda de información, se traduce el término de búsqueda al lenguaje documental. Se origina una búsqueda en distintas fuentes de información seleccionadas que se ajusten más exactamente al interrogante. Se procede a generar una síntesis de repuestas encontradas, se organiza la información válida para la resolución del interrogante planteado, eliminando lo innecesario y ajustándose exactamente a la solicitud. La entrevista de referencia en ambas disciplinas tanto en bibliotecología como en el departamento de consejería en la disciplina del turismo es muy elaborada y por ello, al ser una conversación que el personal referencista posee con quien tiene el interrogante para clarificar y personalizar el servicio de referencia a brindar toma su tiempo de resolución. La entrevista de referencia difiere dependiendo el tipo de consulta ya que

pueden ser muy distintas entre sí, dependiendo la demanda de información puede ser una consulta rápida, búsqueda especializada, información a la comunidad, atención en el teléfono, o por correo electrónico, entre otros.

En ambas disciplinas el alcance de los servicios de referencia que se prestan están basados a una planificación realista y brindada con los servicios disponibles, así como en las necesidades de la comunidad a la que se sirve.

A los efectos de poder identificar de qué modo el Departamento de Conserjería podría implementar algunas de estas herramientas para brindar un apropiado servicio a la información, se sugiere guiar a los usuarios hacia las fuentes de información adecuadas, desarrollar actividades para acoger al huésped y a su vez orientarlo. Se sugiere también elaborar un repertorio sobre temas específicos con fotos, documentos que describan distintas actividades, boletines informativos, novedades según los distintos temas atrayentes a las actividades de turismo en la ciudad, formar al personal para que utilicen la información y la tecnología correspondiente, con el objetivo de resolver problemas cotidianos de información. Conseguir que el servicio sea empleado eficientemente, para que todas las necesidades de información sean satisfechas. Se recomienda poseer una colección de referencia que reúna todas las fuentes de información que se emplean para responder a las consultas.

Hoy en día se percibe una gran cantidad de información que realmente abrumba, por lo que se evalúa el hecho de poseer un personal con una destreza adecuada en el manejo de las herramientas informacionales para enriquecerse de información apropiada y así brindar un servicio eficaz, acorde a las expectativas del huésped. Aquí se cumple el objetivo número 6 explícito en la página 23, donde se considera de importancia el sistema de información turístico como herramienta valiosa en el ámbito de la disciplina turística. Al tratarse de un servicio de pública disponibilidad, se acude al mismo. El concepto de orientación de ocio en turismo se ve reflejado en los datos obtenidos a partir de los distintos métodos para llegar a la conclusión de que el servicio de referencia en conserjería, planteado como orientación del ocio en turismo, repercute en el valor agregado de la experiencia del huésped en el destino.

Si bien este estudio ha surgido a partir de una simple comparación entre herramientas utilizadas en ambas disciplinas ante el fenómeno del servicio de referencia aplicado en Bibliotecología considerándolo en el complejo mundo del turismo, posteriormente con instancias de avance específicos podrá sentar sólidas bases a partir del aumento de estudios en contexto, con distintas experiencias y procesos de enseñanza y aprendizaje. Entre las posibles líneas de investigación se sugiere:

- El análisis exploratorio de la orientación de ocio en turismo en otras organizaciones
- Implementar futuros indicadores de la efectividad de la orientación e información brindada
- Realizar un índice con las principales tareas de todo el personal afectado a servicios de orientación turística para capacitar, incentivar y motivar.
- Fomentar la comunicación de la Dirección del establecimiento con el personal de contacto así como dar la posibilidad de brindar flexibilidad a la hora de que éstos

deban brindar las respuestas adecuadas de forma rápida y eficaz, durante los encuentros de intercambio informacional.

- Crear un grupo de trabajo de profesionales del establecimiento para investigar las opciones de servicio posibles y establecer prioridades. Establecer a su vez, un grupo supervisor responsable de crear prácticas mejores, definir una conducta aceptable y articular un código de conducta teniendo en cuenta las consecuencias de su infracción ante una mala orientación del ocio en turismo brindado como referencia ante una demanda de información.

## **Bibliografía**

Aizen.I. & Driver B.L., 1992. "Application of the theory of planned behavior to leisure choice". Journal of Leisure Research, 25,3. Pp.207-224.

Allison, G. Zellkow, P.1971 "Essence of Decision : Explaining the Cuban Missile Crisis". Vol. XV

Amparo Sancho, 2006. OMT. Organización mundial del Turismo. Introducción al Turismo Capitulo 1-19. Pag. 11-381. Disponible en : [Http://www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Ana María Mansilla, 2007. "Los folletos y la divulgación del patrimonio arqueológico. El caso de la Comunidad Autónoma de Castilla y León – España" Estudios de perspectiva turística.Vol.16 numero1. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Angel Beumala, Maria Dolors Mas, Montserrat Ramon, Montserrat Tornes, 1997. "Los servicios de información y referencia en el contexto de la biblioteca universitaria actual"

Biblioteca de la ETS d' Enginyers Industrials de Barcelona. Universidad Politécnica de Catalunya. Revista. Esp. Doc. Cient. 20,1.

Arnaz, José Antonio, 1981. "Guía para la elaboración de un perfil del egresado". Este

Artículo es de un modelo que es tomado de la obra de ARNAZ, JOSE A. La planeación curricular. México: Trillas. Primera edición.

Bettencourt, L. Meuter, M, Gwinner, K., 2001 " A comparison of attitude, personality and knowledge predictors of service-oriented Organizational Citizenship behaviors", Journal of applied Psychology, vol.86, num 1, Pp. 29-41.

Binkhorst Esther, Turismo de Co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. "Co-creations, the way to transformations, S.L. Pp40-51 V1.1.2008. Disponible en: [www.arajournal.net/files/pdf/article/ca\\_es/29.pdf](http://www.arajournal.net/files/pdf/article/ca_es/29.pdf)

Bitner, M.J Brown S.W & Meuter, M L 2000. "Technology infusion in service encounter". Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.28, Pp. 138 – 149.

Boswijk, A., T. Thijssen y E. Peelen., 2005. "Eennieuwekijk op de experience economy, betekenisvollebelevissen". Pearson Education Benelux, Amsterdam.

Bowen, D.E; Schneider, B., 1988. "Services Marketing and Management: Implications for Organizational Behavior", Research in Organizational Behavior, Pp.43-80.

Bowen, D.E; Schneider, B., 1985. "Boundary-spanning-role Employees and the Service Encounter: Some Guidelines for Management and research", en J.A. Czepiel, M.R

Solomon y C.F Suprenant (ed.): The service Encounter. Lexington: Lexington Books.

Braun, T & Schubert, A., 2003. "A quantitative view on the coming of age of interdisciplinarity in the sciences, 1980 a 1999.Scientometric 58. Pp.183-189.

Bunge, Charles A. 1983. "The personal touch: a brief overview of the development of reference services in American Libraries", en Reference Service: A Perspective, ed. Sul H Lee (Ann Arbor, Mich: Pierian Press).

Bunge, Charles A.1984. "Potential and reality at the Reference Desk: Reflections on a return to the Field" Journal of Academic Librarianship 10 Pp. 128-132.

Cacrep, 1996. "Couseling Educational Program Stanadars". Alexandria, VA: American Couseling Association.

Cala Bibiana, 2003. "En una mirada antropológica al a institución social del turismo" Maestría en gestión del turismo sustentable universidad para la cooperación internacional. Costa rica. Revista Pasos. Vol 1, numero 22. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PASOS02.pdf#page=57>

Carazo Martínez Cristina Piedad, 1996. "El método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica. Pensamiento y Gestión" Vol.20 Universidad del Norte, 165-193.

Carlzon.J. 1989: "Moments of truth", Perennial Library, Harper &Row, USA.

Carmen Omaira Calderón Medina, 2009. "Las concepciones teóricas sobre tiempo libre, ocio, recreación, actividades creativas y recreativas" Pp.181-192, artículo publicado a partir del Seminario Doctoral, Guerrero aliria sobre "Construcción de conocimiento científico, educación y Tesis Doctoral: relevancia, perstinencia e innovación".

Casado Eleazar, 1987. "De la orientación al asesoramiento psicológico, una selección de lecturas". Caracas, Universidad central de Venezuela.

Casado, E. S. (1994). "Manual de estudios de usuarios". Caracas, Universidad central de Venezuela. Recuperado disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=45663>

Cecilia Rozemblum, María Victoria Vázquez, Borrel Marin, 2011. "Enseñar herramientas en continuo movimiento: la referencia especializada". Actas de las 2das Jornadas de intercambios y reflexiones acerca de la investigación en bibliotecología. Departamento de Bibliotecología Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata. BIBLUMA. La Plata Pp. 1-9

Centeno, Hender. Doffour, Gineska. GarciaNathaly. Gonzalez, Eduardo. Gómez Giselle. Granado, Luis. Loyo Sara. Pérez Astrid. Pérez Daliani, 2011. "Sistema de Información turísticos". Puerto Ordaz.

Charles Bunge, 1984. "Potential and reality at the reference desk, Reflections on Return to the Field, Journal of Academic Librarianship 10, Pp. 131.

Chetty S. 1996. "The case study method for research in small and medium- sized firms". International small Business. Journal. Vol 5.

Chías. J., 1991. "El mercado son personas", Mcgraw Hill, Madrid.

Childers, T Lopata, Stafford, B., 1991. "Measuring The difficulty of reference questions". Vol.31, número 2. Pp. 237-243.

Clara Stanton Jones, 1982. "The Public Library as the Comprehensive Community Informational Center", en Public Librarianship: A Reader, ed. Jane Robbins Carter (Littleton, Colo: Libraries Unlimited), Pp.128.

Codina Nuria (en prensa) "Entre el ocio, el turismo y el consumo: el tiempo y la apropiación del tiempo", Universidad de Barcelona en José Romay Martínez (ed.), 2007. "Perspectivas y retrospectivas de la psicología social en los albores del siglo XXI". Pp.205-214

Cohen, E., 1988. "Authenticity and commoditization in tourism". Annals of Tourism Research Vol15, Pp. 371-385

Cohen,E.,1972. "Towards sociology of international tourism". Social Research, Vol. 39 (1), Pp.164-182

Cohen, E., 1979. "A phenomenology of tourist experiences". Journal of British Sociological Association, Vol.13(2), Pp.179-201

Csikszentmihalyim, Mihaly y J. Hunter, 2003. "Happiness in everyday life: the uses of experience sampling". Journal of Happiness Studies, 4, 185-199

David Martín Valles, 1999. "Las tecnologías de la información y el turismo", Estudios turísticos, N°. 142.Pp. 3-24

Driver B.L., 1972. "Potential contributions of psychology to recreational resource management", en J.F Wohlwaill y D.H Carson (eds.) Environment and social sciences Perspectives and applications. Washington.

Dumazedier. J., 1964. "Hacia una civilización del ocio". Barcelona.

E Boop Richard & C. Smith Linda, 2000. "Historia y variedades de los servicios de consulta". Capitulo 1. Pp. 3-25.

Engels, Dennis W & Dameron, Joseph D, 1990. "The professional counselor: Competencies, performance guidelines and assessment" (Editors). (2<sup>nd</sup> Edition) Alexandria, Va: American counseling association.

Esther Binkhorst, 2008. "Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos"

Figuerola Palomo. M., 2000: "Introducción al estudio económico del turismo", Madrid. Civitas Ediciones S.L

Fonseca, M. M. da 2005. "Políticas para o ensino superior em Turismo: um estudo sobre um curso de graduação em Belo Horizonte". Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte



Frederic Munez, Nuria Codina en J.L. Álvaro A. Garrido y J.R. Torregrosa, 1996. "Psicología social del ocio y el tiempo libre". Capítulo 16. Psicología social aplicada. Madrid: Mc Graw. Hill Interamericana de España.

Friedmann, G., 1956. "Le travail en miettes: Specialisation et loisirs". Paris: Gallimard.

George Davy Vera, 2003. "La Orientación como profesión: Definiciones, propósitos y alcances". Departamento de Psicología. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad del Zulia. Maracaibo- Venezuela. Pp. 1-9.

Gil Calvo, Enrique, 1988. "Las clases del ocio de las clases ociosas: Análisis de la demanda de consumo de ocio". En: ocio, trabajo y nuevas tecnologías. Madrid: Fundesco.

Green, Samuel Swett, 1876. "Personal relations between Librarians and reads". Library Journal 1, Pp. 74-81.

Gronrood, C., 1994. "Marketing y Gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios". Madrid: Díaz de Santos.

Haggard L.M & Williams D.R., 1992. "Identity affirmation through leisure activities. Leisure Symbols of the self. Journal of leisure research. Pp 1-18.

Harstill Young, 1988. "Glosario ALA de bibliotecología y Ciencias de la Información". Madrid, ediciones Diaz de Santos.

Haworth Jennifer Grant & Clifton, F. Conrad (Eds.), 1995. "Revisioning curriculum in Higher Education". Needham Heights, Ma: Simon & Schuster.

Henderson, K.A., 2006. "False dicotomies and leisure research". Leisure studies, 25, 4. Pp. 295-291

Hersherson, David D. Power Paul W & Waldo, Mihael, 1996. "Community Counseling" (Second Edition. Needham Heights, Ma: Allyn and Bacon, Original work published at 1987)

Howard Adler, Susan Gordon, 2013. "An Analysis of the Changing Roles of Hotel Concierges". Journal of Tourism and Hospitality Management Purdue University, Indiana, USA. Vol 1. No 2, Pp. 59-66.

Ian Douglas, 1988. Reducing Failures in Reference Service. Vol. 28. Número 1 Pp. 94-101.

Ingham, R, 1986. "Psychological contributions to the study of leisure", part one Leisure Studies 5, Pp. 255-279.

Ingham, R., 1987. "Psychological contributions to the study of leisure", part two. Leisure Studies 6, Pp. 1-14.

Iso Ahola, S., 1980. "The Social psychology of leisure and recreation". Dubuque, Iowa: Brown.

Jafari, Jafar. (2000)"Encyclopedia of Tourism". (Ed.). Rutledge, London and New York

Joan Durrance, 1989. "Referencesuccess: Does the 55 percent rule tell the whole story". Library Journal 114, Pp. 167

John Kupersmith, 1994. "Technostress and the reference librarian" 20, en Reference Services Review, Pp.7-14.

Juan Manuel López Bonilla y Luis Miguel López Bonilla, 2004. "Evolución y perspectivas del enfoque interdisciplinario en el estudio del turismo". Estudios turísticos n.160, Pp. 31-40.

Juan Pablo Torres Cadena, 2012. "La información turística personalizada en los destinos turísticos: el caso de la ciudad de Guayaquil", Universidad internacional de Andalucía, España.

Khun, T.S., 1994. "Estructura de las revoluciones científicas", Madrid. Fondo de Cultura Económica.

Lanfant, M.F, 1978. "Sociología del ocio". Barcelona; Peninsula.

Lemmink, J.; Mattson, J., 2002. "Employee Behavior, Feelings of Warmth and Customer Perception in service encounters", International Journal of retail & Distribution Management, vol. 30, número 1, Pp. 18-33.

López Olivars, D., 1995. "La formación interdisciplinar en los nuevos estudios universitarios de turismo. En: Estudios turísticos, número 128 Pp.151 a 155.

Lytle, R.S; Hom, P.W; Mokwa, M.P, 1998. SERV\*OR: "A managerial measure of organizational service orientation" Journal of retailing, vol. 74, número 4, Pp. 455-489.

MacCannell, D., 1989 (original 1976). "The Tourist. A new Theory of the leisure class". Schocken Books Inc., Nueva York.

Madden, K., 2010. "What it is like to be a hotel concierge? Retrieved from <http://www.cnn.com/2010/livimng/10/117cb.hotel.concierge>

Mahesh. V.S Y Baum. T., 1993. "Human Resource Issues in international Tourism". Pp. 22-29.

Mair, H., 2006. "The potential of interdisciplinary for leisure research". Leisure Sciences, 28 Pp. 197-202.

Marcelino Castillo Nechar, Alexandre Panosso Netto 2011. "Implicaciones apostéilógicas en la investigación turística" Universidad autónoma del Estado de México – Toluca; Universidad de Sao Paulo - Brasil. Vol. 20 Pp. 384-403.

María Jesús Monteagudo Sánchez (Ed.) 2007. "El ocio en la investigación actual. Una lectura desde ámbitos, disciplinas, grupos de población y contactos geográficos". Universidad de Deusto Bilbao Pp. 157 – 173.

María Moliner, 1987. "Diccionario del uso del español". Madrid, Gredos.

Metzger, N & Zare, N., 1999. "Interdisciplinarity research: from belief to reality Science". Pp. 642-643.

Mills Richard, Rudd Denis. P, Flanegin Frank, 2009. "The Golden Keys". Being Serves: Concierge services and Customer Satisfaction. Journal of International Business & Cultural Studies, Vol 1, Pp. 1

Morales Campos, Estela, 1993. "El servicio de consulta". México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Morillo, F. Bordons, M. & Gómez, I., 2003. "Interdisciplinarity in science: a tentative typology of disciplines and research areas". Journal of the American Society information Science and Technology 54 (13). Pp. 1237-1249.

Morris, Leslie R., 2002 ed. Interlibrary Loan Policies Directory, 7th ed. Neal-Schuman

Munne D., 1980. "Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico". México : Trillas

Neulinger John, 1981. "The psychology of Leisure". Springfield. Illinois: Charles C. Thomas.

Nijs, D. y F. Peters, 2002. "Imagineering". Hetcreeren van belevingswewlden. Boom, Amsterdam.

Nissani, M., 1997. "Ten cheers for interdisciplinary: The case of interdisciplinarity knowledge and research". The Social Science Journal, 34 (2). Pp. 201-216.

No publicada: Alejandro García, 2013. Entrevista al Director de la Carrera de Licenciatura en Turismo realizada en La Plata. Publicada en La tesis de Grado de Lacorazza Jimena, 2013 "El perfil profesional del Licenciado en Turismo frente a las representaciones sociales", Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de La Plata. Pp. 79

O'Connor, S. J; Schewchuk, R. M., 1995. "Doing more with less and doing it nicer. The role of service orientation in Health care organization", Academy of Management Journal, Best Papers Proceeding, Pp. 120-129.

Ortiz Chaparro Francisco, 1995 "La Sociedad de la Información" en LINARES, Julio y Ortiz Chaparro Francisco, "*Autopistas inteligentes*". Fundesco, Madrid, Pp. 240.

Patterson, 1999. "Supervisión en Orientación: Un Estudio Exploratorio – Documental" (Trabajo de Ascenso) Universidad del Zulia, Facultad de Humanidades y Educación, Maracaibo, Estado Zulia Venezuela.

Peiró. J.M., 1996. "Tratado de Psicología del trabajo", Síntesis. Madrid. Planeación curricular. México: Trillas, primera edición.

Ponjuan Dante G. ,2001. "Gestión de información en las organizaciones. Principios, conceptos y aplicaciones". La Habana, Universidad de la Habana.

Rodríguez Suarez J & Aguillo. E., 2002. "Psicología Social y ocio: una articulación necesaria". *Psicothema* 14,1.

Samuel Rothstein, 1961. "Reference Service: The new dimension in Librarianship", *College and research Libraries* 22. Pp. 12.

Santana Agustin y Estevez Fernando, 1996 "Antropología de turismo"; Joan y Martínez Ángel, 1996. "Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva – Fabregat". Barcelona. Pp. 286-293.

Schneider, B; Wheeler's; Cox's. (1992): "A passion for service: Using Content Analysis to Explicate service climate themes", *Journal of Applied Psychology*, vol. 77. Pp. 705-716.

Smith, 1985 "Host and Guest, The anthropology of tourism". Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Stiefel Ayala Marta, Reynaldo Ayala, Jesús Lau, 1993. "Diccionario técnico de bibliotecología y Ciencia de la información. New York, Garland.

Stiel.H. 2010, Philosophy. Retrieved from <http://ww.thanyouverymuchinc.com>

Stoessel E., 2010. "More than a concierge. Lodging Hospitality". Pp. 35-40

Suarez Julio Rodríguez y Agullo Tomas, 1999. "Estilos de vida, cultura, ocio y tiempo libre de los estudiantes universitarios", *Universidad de Oviedo psicothema*. Vol. 11, nº 2, Pp. 247-259.

Susana Juniu, Carmen Grace Slazar Salas, 2010. "Significados de la palabra esparcimiento para estudiantes de la Universidad de Costa Rica y de Montclair State University". Revista electronica, Actualidades investigativas en Education, Vol. 10, número 1, Pp. 1-28.

Sutton, E. D.; Holt, L. E. 1995. "The reference interview". At Reference and information services. 2nd ed. Englewood: Libraries Unlimited, Pp. 36-54.

Tangui. J., 2013, "What qualities to look for when hiring a hotel concierge". Retrieved from: [http://www.hotelexecutive.com/business\\_review/329/what%20qualities-to-look-for-whe-hiring-a-concierge](http://www.hotelexecutive.com/business_review/329/what%20qualities-to-look-for-whe-hiring-a-concierge)

Teresa García Garazo, 2004. "Orientación al servicio de los hoteles de Galicia: Efecto de la categoría, localización y pertenencia a una cadena". Departamento de Organización de empresas y marketing. Facultad de Ciencias económicas y empresariales. Universidad de Santiago de Compostela. Revista Galega de economía, Vol. 13, número 1-2. Pp1-19.

Thomas Childers, 1983. "Information and Referral in the Academic Library: Lessons in Attitude and Service from the Public Library" Vol. 9. Edición número 21.

Trejo Delarbre, Raúl, 1996. "La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes". Fundesco, Madrid, Pp. 276. Libro completo disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/LIBRO/ALFOMBRA.HTM>

Urry, J., 1990. "The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies". Londres.

Valls, Josep Francesc, 2000. "Gestión de empresas de Turismo y Ocio, el arte de provocar la Satisfacción". Ed. Gestión. Pp. 39-44

Vega Merlo Jose Antonio, 2000. "El servicio bibliotecario de referencia". Canales de documentación, Departamento de Biblioteconomía y Documentación Universidad de Salamanca, Numero 3. Pp. 93-126.

Vega Valdés y Sánchez Díaz, 2004. "El profesional de la información en el ámbito iberoamericano" Disponible en [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12\\_2\\_04/aci05204.htm#cargo](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_2_04/aci05204.htm#cargo)

Vera, George, 1996. "Formación de actitudes para el ejercicio de la orientación: Caso Universidad del Zulia", (Tesis de Maestría) Centro de investigaciones psiquiátricas y sexológicas de Venezuela, Maracaibo, Estado Zulia Venezuela. Vol 1. Sitges, Barcelona – España, Pp. 40

William Miller, 1984 "What's wrong with reference?", American Libraries 15, Pp. 303-6; 321

Yin R.K. ,1984/1989. "Case Study research. Design and Methods, Applied social research methods series", New Bury Park C.A, Sage.

Zuzanek, J.,1980. "Documentation in leisure studies: user's perspective". En Proceeding of the First International Leisure Information Network Conference. Brussels, WLRA.



## Anexos

El siguiente índice se encuentra digitalizado en 4 carpetas distintas de acuerdo al siguiente listado:

- Cuestionarios al personal de Recepción – Anexos
  - Anexo 1 – Audio Ariel
  - Anexo 2 – Audio Bárbara
  - Anexo 3 – Audio Karina
  - Anexo 4 – Audio Gonzalo
  - Anexo 5 – Audio Ileana
  - Anexo 6 – Audio Jonathan
  - Anexo 7 – Audio Paula
  - Anexo 8 – Audio Oscar
  - Anexo 9 – Audio Mike
  - Feed back por escrito por parte del personal de recepción
  
- Entrevistas en profundidad a los profesionales Miembros de La Asociación Les Clefs D’Or Argentina
  - Anexo 10 – Audio Mario Morelli (Presidente de la Asociación)
  - Anexo 11 – Audio Pablo Castro (Vicepresidente de la Asociación)
  - Anexo 12 – Audio Sebastián Fernández
  
- Encuestas a huéspedes (vía correo electrónico, grabaciones y feed back por escrito)
  - Encuesta para realizar cara a cara en el mostrador de la recepción
  - Encuesta con similar formato vía email tanto en idioma inglés como en español
  - Audios del número 13 al 18
  - Feed back de huéspedes vía correo electrónico