

glosario de
términos
hoteleros,
turísticos y
relacionados

momo marrero

glosario de
términos
hoteleros,
turísticos y
relacionados

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni transmisión de ninguna forma por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin permiso previo y por escrito del titular del copyright.

Primera edición

Noviembre de 2016

Propietario del copyright

Momo Marrero

[Francisco José Marrero Hernández]

Diseño de cubierta

Momo Marrero

Tenerife. Canarias. España

*A mi esposa, Mercedes, y a mis hijos, Jorge y
Aroa, ellos son mi sustento.*

sobre el autor

www.momomarrero.com

Momo Marrero es director de Wanda & Machín Asociados, empresa creada en 1997 especializada en gestión, marketing estratégico y operativo, branding, diseño gráfico y comunicación corporativa.

Formado inicialmente en diseño de moda en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce de Barcelona, donde obtuvo matrícula de honor, ha ido complementando su formación en diseño gráfico, diseño de productos, diseño de espacios, branding y marketing.

En sus 32 años de experiencia profesional ha obtenido diferentes distinciones (Primer Premio Concurso Nuevos Creadores, Premio Especial del Jurado Concurso Nuevos Creadores, Premio Especial Asetur,...) y se han desarrollado dos retrospectivas sobre sus trabajos (**15 años con Momo Marrero y 8.395 (aproximadamente)**).

Es miembro de FIJET (Federación Mundial de Periodistas y Escritores de Turismo), AMECON (Asociación de Medios y Empresas de Comunicación de Canarias) y del Centro de Iniciativas y Turismo de Santa Cruz de Tenerife.

Publica regularmente artículos sobre turismo, estrategia, gestión, marketing y comunicación empresarial en distintos medios.

nota del autor

*La vida sin sueños
es menos vida.*

Es curioso, pero a pesar de mis más de treinta años de profesión y después de infinitas batallas en el mercado, de duras y ásperas negociaciones con experimentados ejecutivos, de complejos proyectos y de haber tenido la oportunidad de colaborar con grandes profesionales en distintas áreas (de los cuales he aprendido algunos de sus secretos), todavía hoy los nuevos retos me generan una sana inquietud.

En una de nuestras reuniones semanales con mi buena amiga y colaboradora **Carmen Perera** de CholoComunicación (qué suerte es tener a tu lado un equipo que hace que tu trabajo sea mejor y que vela incondicionalmente por tus intereses, que vienen a ser los de tus clientes) le comentaba la posibilidad de preparar un **Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionados** (una idea que hacía algunos meses que me rondaba por la cabeza) y quería conocer su opinión.

Esperaba de ella un golpe de realidad (qué suerte, también, es tener a tu lado personas honestas que te dicen lo que piensan y no lo que quieres oír), que me dijera que era un bonito proyecto, pero que con mi escaso tiempo y mi ajetreada vida profesional esa idea era una ensoñación. Pero me equivocaba. Como siempre, de forma clara y directa me dio su opinión sincera: ¡le gustaba la idea! Le conté que me gustaría dejar a mis hijos, hoy estudiantes universitarios, un documento de consulta que les fuera de utilidad en su formación y durante sus primeros años de profesión, y que a su vez sirviera de guía para sus compañeros de estudios.

Posteriormente lo comenté con mi familia y mis amigos más próximos (gracias **Pedro Rodríguez**, maestro y amigo, por tu incondicional apoyo y tus sabios

consejos) y todos me animaron a afrontar el reto. Un reto que ha consumido muchas y provechosas horas de investigación, consulta, recopilación de datos, aprendizaje y sí, lo confieso, de desvelo por la magnitud de lo que he encontrado: más de 1500 términos relacionados directa o indirectamente con la gestión hotelera y turística, cuyas definiciones espero que sean de utilidad para las nuevas generaciones de profesionales del sector y quienes muestren interés por ampliar sus conocimientos.

Este glosario está concebido como un material de consulta de primera mano, de lectura sencilla y amena, con el objetivo de facilitar la comprensión de unos vocablos genéricos y otros específicos de gestión, administración, recursos humanos, relaciones públicas, ventas, marketing, viajes, asociaciones e instituciones turísticas, publicidad, diseño, finanzas, contabilidad, transporte aéreo y marítimo,....

agradecimientos

No quisiera terminar sin hacer público mi agradecimiento a todos los que han hecho posible su edición. Especialmente a mis padres, **Paco Marrero** [RIP] y **Elia Hernández**, y a mi hermana **María Jesús Marrero**, por creer en mí, estar siempre a mi lado y por su incesante aliento y cariño; a mi esposa **Mercedes Ávila** y a mis hijos **Jorge y Aroa**, mi estímulo y felicidad; a mis buenos amigos, **Pedro Rodríguez**, **Miguel Ángel González**, **Rafa Olivero** y **Ernesto Linares**, por su confianza e inquebrantable amistad; **Paco Almagro**, **Jorge Marante** y **Carmen Perera**, por hacer mejor y más fácil mi trabajo; a **Annick Bourgeois**, por su asesoramiento jurídico en términos de aviación; y a todo el equipo de CholoComunicación por su extraordinaria generosidad y su buen hacer profesional.

prólogo I

Una obra necesaria

Estamos ante una obra que viene a cubrir un hueco que quienes trabajamos en el sector turístico echábamos de menos. Este **Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionados** es un compendio que responde a una necesidad que **Momo Marrero** ha sido capaz de detectar y, tras una ardua labor de recopilación, materializar en este libro que ahora ve la luz.

Para quien ostenta una responsabilidad pública en el ámbito turístico, la oportunidad de este glosario es indiscutible. La importancia del sector turístico para una economía como la canaria en general y tinerfeña en particular hace que los profesionales que trabajan en el sector tengan que estar al día de la amplitud de conceptos que se manejan, pertenecientes a muy diferentes disciplinas, desde el marketing a las finanzas pasando por los transportes o el derecho. Su consulta, en una sola obra, permitirá aclarar dudas, afianzar conceptos y ampliar conocimientos.

Se trata además de una obra cuya utilidad para las nuevas generaciones que se van incorporando al sector o que se encuentran en fase formativa agradecerán de forma especial. Justamente es en ese periodo académico previo a la incorporación al mundo laboral o de los primeros pasos en una empresa cuando más necesario es familiarizarse con los conceptos que forman parte del acontecer diario de la gestión de un establecimiento hotelero, de una agencia de viajes o de una empresa de servicios. Conocerlos y dominarlos es el primer paso para el adecuado desarrollo laboral en un entorno enormemente competitivo.

Como consejero de Turismo del Cabildo Insular de Tenerife, doy también la bienvenida a este glosario por contribuir, de forma novedosa, a entender mejor el apasionante mundo del turismo. La economía de Tenerife depende en gran medida del sector turístico. Son miles de personas que trabajan cada día por hacer de la Isla un lugar en el que el turista viva las mejores vacaciones posibles. Desde Turismo de Tenerife también ponemos todos nuestros esfuerzos porque Tenerife siga siendo un destino puntero al que millones de viajeros desean venir a pasar unos días de descanso al año. Estoy seguro de que se va a convertir en una obra

de consulta esencial para todos los que, de una u otra manera, hacemos del turismo nuestro día a día.

Mi enhorabuena por esta loable iniciativa.

Alberto Bernabé Teja

*Consejero de Internacionalización, Acción Exterior y Turismo
Cabildo de Tenerife*

prólogo II

La amistad es, entre quienes escribimos, la causa más generalizada de que, con alguna frecuencia, se nos pida hacer el prólogo de un libro; aunque siempre habrá enreñidos que piensen que el encargo les llega dada su valía o su crédito profesional. En el presente caso, la cercanía con **Momo Marrero** ha surgido de su interés en pertenecer a la Asociación de periodistas de turismo FIJET ESPAÑA, que fundé y me honro en presidir, y en cuyas actividades hemos tenido ocasión de coincidir y conocernos, explicándose así la circunstancia de que me encuentre prologando su Glosario.

Puesto ya en el telar para tejer mis precisiones sobre el autor y su texto, a los habituales escollos que debo superar, me encuentro con una doble dificultad: por un lado, prologar la obra de un “Matrícula de Honor”, -alcanzada oficialmente en Diseño, pero extensible a muchos otros saberes, según hemos comprobado quienes le tratamos-, premiado 32 veces en sus diversas actividades profesionales, es una tarea de mayor dificultad para quien, como yo, las matrículas de honor sólo las ha obtenido en Derecho. Por otro, valorar debidamente una obra como este práctico glosario, aunque tiene mucho que ver con mi segunda actividad de periodista, largos años dedicado a escribir sobre destinos, viajes y turismo, puede resultar petulante en quien su relación con la industria, que Momo domina, es únicamente la de usuario de sus productos o servicios.

Anunciadas ya las dificultades, digamos que el Glosario de **Momo** es un trabajo que viene a facilitar la tarea de estudiantes -Momo dice haberlo hecho, en parte, como documento de consulta para sus hijos-, profesionales y académicos de la lengua; si bien, en este último capítulo de beneficiarios de su trabajo, la invasión lingüística de los ingleses tal vez obligue a buscar adecuadas traducciones españolas con garra suficiente para cambiar la nomenclatura, al menos en países de habla hispana, o a incorporar términos que, nacidos en una lengua no española, pertenecen ya a un lenguaje universal.

El Glosario de **Marrero** va desde la A como *símbolo de alojamiento turístico* hasta la Z de *Zontur*, en cuya definición se advierte que el saber del autor alcanza también el conocimiento de la historia. Por eso, su trabajo resulta ser más que un diccionario, una enciclopedia que abarca cuanto con el turismo guarda relación de

primer orden: desde el marketing hasta las diferentes clases de turismo -reseña 43, si no he contado mal- incluyendo y distinguiendo bien cada especialidad que, en ocasiones, como en los casos del turismo astronómico y del espacial, a primera vista, un profano podría confundir. Ocuparse de la vinoterapia, simplemente por poner un ejemplo, da cuenta también del modernísimo trabajo que prologamos, pues podríamos decir que su recopilación está a la última.

Con el deseo de ceñirme al espacio que para este prólogo se ha previsto por un autor tan metódico como el de este Glosario, resumiré lo mucho que podría decir: va a tener amplia divulgación, no sólo entre aquellos profesionales cuya labor se realiza en relación con el turismo y los viajes en general, sino también como ayuda a los usuarios e interesados por el mundo de la hotelería y las restauración. Y no considero exagerado afirmar que el Glosario será consultado en la Real Academia Española en relación con su Diccionario.

Para terminar quiero acogerme a una frase de **Momo Marrero** y es la de que *“la vida sin sueños es menos vida”* y decirle que su sueño en este libro, que habrá tenido en su imaginación largo tiempo, se ha cumplido con absoluta vitalidad. Lo que no es sencillo, porque soñar es vivir, pero sólo cuando los sueños se cumplen, la vida alcanza la absoluta felicidad.

Miguel Ángel García Brera

Presidente de la Asociación Española de Derecho Turístico y de FIJETESPAÑA

prólogo III

No puedo menos que sentirme agradecido y debo decir también sorprendido por el hecho que **Momo Marrero** me haya ofrecido prologar esta obra,; su Glosario de términos turísticos.

Agradecido porque es una persona a la que conozco y aprecio desde hace muchos años y con la que he tenido la oportunidad de mantener diferentes encuentros profesionales. Y sorprendido, aunque debo decir gratamente sorprendido, por el simple hecho de que me lo haya pedido.

Reconozco, tras leer este glosario, que el mismo *le pega* a Momo y se ajusta a su forma de ser. Siempre me ha parecido una persona muy metódica y minuciosa y sólo una persona con esas cualidades podría enfrentarse al reto que supone compilar, analizar, ordenar y sintetizar los miles de términos que componen este glosario.

Este **Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionados** es una obra de gran utilidad para todos los profesionales y estudiantes de turismo. Y lo es porque son muchos, muchísimos, los términos y expresiones que están presentes de forma cotidiana en este sector y que se utilizan para expresar realidades de toda índole; desde aspectos ligados a la contratación turística, como otros vinculados al mundo hotelero, pasando por términos específicos de marketing y de ventas. Conocerlos todos es prácticamente imposible, de ahí la utilidad de tenerlos recopilados en un documento útil y sencillo de manejar que puede estar al alcance de todos.

Quienes nos dedicamos al mundo del turismo hubiéramos agradecido el poder contar con un manual como éste en nuestros inicios profesionales, pues no han sido pocas las veces que hemos tenido que acudir a diversas fuentes para conocer el significado exacto de un término e interpretarlo en su adecuado contexto, especialmente los más precisos. Muchos de estos términos se utilizan en su expresión original en inglés y, a pesar de tener un término correspondiente en español, dado el carácter abierto e internacional del turismo, se ha acabado imponiendo la versión inglesa, lo cual es también un aliciente para el aprendizaje y la práctica de este idioma.

Además, hoy por hoy, la tecnología utiliza el inglés como lenguaje básico de comunicación y en este sentido el turismo, que se ha sumado también a la revolución tecnológica para la promoción, comercialización y distribución, no podía ser menos.

Espero, por tanto, que todos aquellos que se acerquen a esta obra sepan apreciar su valor y utilidad y lo utilicen como lo que es, un manual para el aprendizaje de expresiones concretas y propias del turismo en sus diferentes ámbitos. Incluso estoy seguro que será también útil para aquellas personas que tengan una mínima curiosidad y sean conscientes que el turismo nos afecta a todos y turismo somos todos.

Juan Pablo González Cruz
Gerente de Ashotel

prólogo IV

Cuando al principio de mi larga carrera profesional en el mundo de la hostelería de alojamiento, allá por el lejano 1961 comencé a escuchar los términos que los “veteranos” empleaban para referirse a las diferentes situaciones que producía el trabajo de cada día, debo confesar que tenía que preguntar con mucha frecuencia que significaba tal o cual expresión. Creo que esta situación la hemos pasado todos los principiantes o aprendices en todos los trabajos. Como pertenecía al departamento de administración me tocaba, entre otros trabajos, efectuar los inventarios de “material” (cubertería, cristalería, vajilla, lencería). En el de cristalería, el jefe de platería, que es el encargado del material, me dice: “*copas de frente: 300*”. Yo me quedo parado, perdón ¿copas de frente?, estas no figuran en mi lista, a lo que el jefe de material me contesta: “*mira a ver si tienes copas de lado (copas de helado)*”.

Como esta podría contar muchas, muchísimas anécdotas de lo que significa el desconocimiento del argot, y por qué no decirlo, de las novatadas propias de los principiantes.

Con el paso de los años las expresiones se fueron complicando y multiplicando, hasta el punto de que cada departamento en los hoteles de cierto fuste tiene sus expresiones y argot particular, no pudiendo esperar que sea el mismo en cocina, en recepción, en pisos o en contabilidad.

Es por esto que hoy en día se venía echando de menos un soporte aglutinador como el que **Momo Marrero** ha realizado y nos ofrece en este magnífico Glosario, en el que la calidad y alto contenido de tecnicismo de las expresiones contempladas, ayudará, sin duda, tanto a los estudiantes de Grado, como a los trabajadores de los diferentes departamentos de los establecimientos turísticos, tan necesitados de aumentar su conocimiento global de la industria.

Por otra parte, esperamos y deseamos que este trabajo que ahora ve la luz no termine aquí, pues en mi opinión tendrá que seguir recogiendo todo el amplio espectro de las modificaciones y ampliaciones de léxico que de seguro se va a producir en el futuro, aunque sólo sea motivado por la imparable marcha de la tecnología y por las nuevas expresiones con origen en los estudiosos y creadores

de técnicas de marketing, de diseño, de comercialización de empresas, de economistas y financieros.

Cuánto me gustaría escuchar por muchísimo tiempo en las conversaciones entre profesionales las expresiones *Full up*, *overbooking*, *stop sales*, o *ampliación de release*, indicadoras todas ellas de una situación favorable para nuestra principal industria.

Agustín Ávila Hernández

Jubilado. Ex Director General de Spring Hoteles

Premio Turismo de Tenerife 2009

Premio Feciten 2009

Medalla de Plata CIT de Puerto de la Cruz

Premio Gánigo del CIT del Sur de Tenerife 2004

glosario de
términos
hoteleros,
turísticos y
relacionados

momo marrero

a

A

Símbolo que se utiliza para identificar al apartamento dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

A la carta

Servicio de comida solicitada de forma individual y según la oferta existente o disponible.

AAVV

Agencias de Viajes. Ver **Agencia de viajes**.

Abanderado de la marca

En turismo, persona que inspira un respeto generalizado en una comunidad amplia (por ejemplo, en distintos sectores y comunidades a escala nacional, regional o municipal) y que es nombrada por el grupo directivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) o por el gobierno que corresponda, para abogar fervorosamente por la causa de la marca en las más altas esferas públicas.

Abono en cuenta

En contabilidad, registrar un valor en su respectiva cuenta contable.

Above The Line

ATL. En marketing y publicidad, expresión inglesa para las acciones de comunicación masivas realizadas

en medios convencionales (televisión, radio, prensa, revistas o vallas) con el fin de dar a conocer un producto o servicio.

ABTA

Association of British Travel Agents. En español, Asociación de Agentes de Viaje Británicos. Colectivo que incluye tanto a agencias de viajes como a turoperadores, que tiene entre sus principales objetivos el aumento de los estándares en el sector, la sostenibilidad y la seguridad.

Accommodation

Voz inglesa para alojamiento. Ver **Alojamiento**.

Accompanying person

Expresión inglesa para acompañante.

Accompanying person's programme

Expresión inglesa para el programa de actividades que se organiza para los acompañantes de los asistentes a un viaje de negocios o a un evento determinado.

Accreditation

Voz inglesa para acreditación. Ver **Acreditación**.

Acreditación

Documento que identifica a una persona y su facultad para desempeñar determinada actividad o cargo.

Actividad turística

Actos o acciones que realizan las personas físicas o jurídicas con un fin relativo al turismo.

Activo

En contabilidad, conjunto de bienes y derechos con valor monetario que son propiedad de una empresa, institución o individuo.

Activo circulante

En contabilidad, activo realizable en un periodo máximo de un año.

Activo financiero

En contabilidad, título que representa para su poseedor determinados derechos sobre bienes o rentas y constituye un pasivo para el agente que lo ha emitido.

Activo inmaterial

En contabilidad, activo que carece de entidad física.

Activo intangible

En contabilidad, activo identificable de carácter no monetario y que no puede materializarse físicamente.

Activo líquido

En contabilidad, activo que se convierte fácil y rápidamente en dinero.

Activo material

En contabilidad, activo que tiene entidad física.

Activo subyacente

En contabilidad, activo o índice sobre el que se basa la

negociación en un contrato de derivados financieros.

Activo tangible

En contabilidad, activo que tiene naturaleza física.

AD

En hotelería, habitación y desayuno. Ver **Habitación y desayuno**.

Add-on

Expresión inglesa para un suplemento sobre un servicio demandado o contratado.

Adjacent room

Expresión inglesa para habitación conectada. Ver **Habitación conectada**.

Adjoining room

Expresión inglesa para habitación contigua. Ver **Habitación contigua**.

ADR

Average Daily Rate. Expresión inglesa para Tarifa Media Diaria. Ver **Tarifa media diaria**.

Advance deposit

Expresión inglesa para garantía. Ver **Garantía**.

AECIT

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Colectivo cuyo fin es la investigación, estudio y difusión de ciencias y técnicas vinculadas a la actividad turística.

AEDH

Asociación Española de Directores de Hotel. Colectivo cuyo fin es el apoyo, la promoción y la defensa

de los intereses tanto profesionales como sociales de los directores de hotel.

AESH

Asociación Española de Hostelería Hospitalaria. Colectivo que engloba a los profesionales de la gestión sociosanitaria en el área de la hostelería y los servicios generales, cuyo objetivo es resaltar la importancia de los profesionales en el sector de la salud.

Aforo

Número máximo autorizado de personas que puede admitir un recinto destinado a espectáculos u otros actos públicos.

Age friendly

En turismo, expresión inglesa para calificar un destino, empresa o establecimiento en el que las personas de la tercera edad son bienvenidas o en donde se comercializan productos y servicios específicamente destinados a ellas.

Agencia consolidadora

En turismo, empresa que emite billetes aéreos de otras agencias minoristas que no pueden hacerlo porque no poseen la autorización de la IATA.

Agencia de viajes

AAVV. En turismo, empresa que presta servicios de organización, planificación, desarrollo y venta de productos o servicios de naturaleza y fines turísticos entre proveedores y clientes finales.

Agencia de viajes online

En turismo, empresa que presta servicios de organización, planificación, desarrollo y venta de productos o servicios de naturaleza y fines turísticos entre proveedores y clientes finales, exclusivamente en el entorno digital.

Agencia emisora

En turismo, empresa que presta servicios de organización, planificación, desarrollo y venta de productos o servicios de naturaleza y fines turísticos entre proveedores y clientes finales en origen.

Agencia mayorista

Ver *Mayorista*.

Agencia minorista

Ver *Minorista*.

Agencia receptiva

En turismo, empresa que presta servicios de organización, planificación, desarrollo y venta de productos o servicios de naturaleza y fines turísticos entre proveedores y clientes finales en destino.

Agente general de ventas

En transporte aéreo, expresión que se utiliza para designar al representante de venta de una compañía aérea en un país o destino.

Agroturismo

Modalidad de turismo rural en la que se ofrecen actividades relacionadas con el mundo agrario y rural.

Agüista

Persona que acude a un establecimiento de aguas mineromedicinales con fines curativos, tipo balneario.

AH

Símbolo que se utiliza para identificar al apartotel dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Air broker

Expresión inglesa para las empresas de intermediación entre los turoperadores y las compañías aéreas.

Air fare

Expresión inglesa para tarifa aérea.

Air shuttle

Expresión inglesa para puente aéreo. Ver **Puente aéreo**.

Alb

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a los albornoces.

Albergue

Establecimiento alojativo para estancias cortas, generalmente situado en un lugar de paso o estratégico.

Alcance

En publicidad, audiencia total de una campaña. Ver **Audiencia**.

Alf

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a los alfombrines.

Alianza estratégica

Acuerdo de cooperación entre

dos o más empresas que se unen con el fin de obtener un objetivo o beneficio mutuo deseado por ambas partes de forma independiente.

Alimentos de cuarta gama

Alimentos preelaborados y envasados al vacío. Coloquialmente, Cuarta gama.

Alimentos de primera gama

Alimentos frescos. Coloquialmente, Primera gama.

Alimentos de quinta gama

Alimentos cocinados y envasados al vacío. Coloquialmente, Quinta gama.

Alimentos de segunda gama

Alimentos en conserva y semiconserva (esterilizados). Coloquialmente, Segunda gama.

Alimentos de tercera gama

Alimentos congelados y ultracongelados. Coloquialmente, Tercera gama.

All inclusive

En turismo, expresión inglesa para todo incluido. Ver **Todo incluido**.

All inclusive premium

En turismo, expresión inglesa para todo incluido *premium*. Ver **Todo incluido premium**.

All suite

En hotelería, expresión inglesa para el establecimiento hotelero en el que la totalidad de sus habitaciones son suites.

Allocation

En *revenue management*, voz

inglesa para la asignación o cupo de habitaciones que se ponen a la venta a través de un determinado canal.

Allotment

En hotelería, voz inglesa para cupo. Ver **Cupo**.

Allowance

Voz inglesa para el límite de moneda que una persona puede sacar de su país de origen llevándola consigo.

Alojamiento

Lugar donde una persona o un grupo de personas se hospeda, se aposenta o acampa.

Alojamiento rural

Tipo de alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, precisamente por estar situado en un entorno rústico.

ALOS

Average Length of Stay. Ver **Average Length of Stay**.

Alquiler de coches

Sistema de alquiler de automóviles que se contrata a una empresa o agencia especializada por un periodo de tiempo determinado.

Amadeus

Empresa proveedora de soluciones de gestión de reservas de viajes, líder mundial de los Sistemas de Distribución Global. Ver **GDS**.

Amenities

Voz inglesa para productos de acogida. Ver **Productos de acogida**.

American breakfast

Expresión inglesa para desayuno americano. Ver **Desayuno americano**.

American plan

AP. Expresión inglesa para pensión completa. Ver **Pensión completa**.

Análisis coste-beneficio

En economía y finanzas, método sistemático que se emplea para evaluar la viabilidad económica de un proyecto, plan o cualquier otro tipo de inversión pública o privada y cuya finalidad es la de conocer las condiciones de retorno de la inversión (ROI).

Análisis DAFO

Ver **DAFO**.

Análisis de la competencia

Proceso de determinación de la posición competitiva de un destino frente a su competencia inmediata. Suele consistir en definir las atracciones centrales del destino y medir su funcionamiento en lo que respecta a la oferta efectiva del producto y a la percepción del público frente a cada una de esas atracciones centrales en el contexto de la competencia.

Análisis económico del turismo

El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico

del turismo se debe distinguir entre su contribución económica, referida al efecto directo del turismo, y su impacto económico, concepto mucho más amplio que valora los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo.

ANBAL

Asociación Nacional de Bañerios. En España, colectivo que tiene entre sus principales objetivos definir las estrategias y los planes de comunicación, la coordinación y logística de las acciones de promoción y la defensa de los intereses generales del sector.

ANESTUR

Federación Española de Escuelas de Turismo. Colectivo que tiene como fin último aglutinar voluntades y defender los intereses del sector. Entre sus actividades y objetivos destacan la realización de actos culturales y formativos, la firma de acuerdos con organizaciones, instituciones y empresas y, en general, la defensa de los intereses de los asociados y la representación institucional.

Animación

En hotelería, conjunto de actividades lúdicas activas o pasivas que planifica y desarrolla el equipo de animación de un establecimiento turístico, con el fin de entretener y ocupar el tiempo libre de los clientes.

Animador

En hotelería, persona especializada en desarrollar las actividades lúdicas y de tiempo libre para los clientes.

Anticipo

Importe que se adelanta o anticipa como pago de un acuerdo económico, salario o deuda.

Antropología del turismo

Ciencia que estudia los aspectos físicos y las manifestaciones sociales y culturales asociadas al turismo.

AP

American Plan. En español, pensión completa. Ver **Pensión completa**.

Apalancamiento financiero

En finanzas, endeudamiento al que recurre una empresa para financiarse.

Apalancamiento operativo

En finanzas, impacto que tienen los costes fijos sobre la estructura general de costes de una empresa.

Apartamento

Tipo de establecimiento extrahotelero que dispone de unidades alojativas y que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos.

Apartamento turístico

AT. Tipo de establecimiento extrahotelero que se comercializa individualmente y que cuenta con

el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos.

Apartotel

AH. Apartamento y hotel. Tipo de establecimiento hotelero que se caracteriza por disponer de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad del alojamiento.

APIT

Asociación Profesional de Informadores Turísticos. En España, colectivo que aglutina y representa a los profesionales del sector y sus intereses, que se presentan agrupados a nivel provincial o autonómico y que a su vez pueden estar adscritos a la Confederación Española de Federaciones y Asociaciones de Guías de Turismo (CEFAPIT), cuyo fin es elevar la profesión de guía turístico al reconocimiento y la categoría que merece.

APR

Average Published Rate. Ver **Tarifa media publicada.**

APT

Apartment. Ver **Apartamento.**

Aquagym

Voz inglesa para una modalidad de *fitness* que se practica dentro del agua, lo que permite duplicar los efectos de la actividad física realizada.

Área turística

Zona geográfica definida y determinada que dispone de atractivos turísticos unidos o próximos entre sí, y que cuenta con una red de transporte que los comunica.

ARI

Average Rate Index. Ver **Indicador del precio medio.**

Aromaterapia

Tratamiento terapéutico de relajación que aprovecha los efectos de los aceites esenciales de las plantas aromáticas.

Arquitectura de marca

Estrategia de gestión de las marcas de una empresa con el fin de ordenarlas y jerarquizarlas, así como definir los criterios para la creación de nuevas marcas.

ARR

Average Room Rate. Ver **Precio medio por habitación.**

Arrival time

En hotelería y transporte, expresión inglesa para la hora prevista de llegada de clientes o pasajeros.

Arte final

En diseño gráfico, original de una creatividad compuesta por textos e imágenes, a partir de la cual comienza la fase de producción.

Asalariado

Persona que percibe un salario por su trabajo.

ASETUR

Asociación Española de Turismo

Rural. Colectivo que tiene como objetivo implicarse en las labores de fomento y desarrollo del turismo rural en cada uno de sus ámbitos regionales, tanto en el apoyo a la creación de oferta alojativa, como en la de actividades complementarias.

Asignación de habitación

En hotelería, proceso por el cual el departamento de recepción designa la habitación que han de ocupar unos huéspedes en función de determinadas variables, como por ejemplo tarifa pagada, disponibilidad, necesidades expresadas por los clientes o el programa de fidelización del establecimiento o de la compañía.

Asignación de tarifa

En hotelería, precio que se aplica a un cliente por un servicio en función de una negociación, convenio o acuerdo previamente definido con el grupo, empresa o institución al que pertenece o con el canal por el que gestiona la reserva.

Asistencia turística

Conjunto de profesionales que realizan las labores de ayuda relacionadas con la actividad turística.

Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocio

IBTA. Colectivo que tiene como objetivo representar a los *travel*

managers, facilitar sus funciones y potenciar su desarrollo profesional.

Asociación Internacional de Centros de Congresos y Convenciones

IACC. Colectivo que tiene entre sus principales objetivos la creación de canales de comunicación, el desarrollo de oportunidades de negocio y la detección de ventajas competitivas para sus asociados.

Asociación Internacional de Transporte Aéreo

IATA. Colectivo que tiene entre sus principales objetivos asegurar el normal desarrollo del tráfico aéreo, con la mayor velocidad, comodidad y eficiencia posibles para las compañías aéreas.

Asociación Mundial de Agencias de Viaje

WATA. Colectivo dedicado a la mejora de la profesionalidad y rentabilidad de las agencias de viajes a nivel mundial.

AT

Apartamento turístico. Ver *Apartamento turístico*.

Atención al cliente

Ver *Servicio de atención al cliente*.

ATL

Above The Line. Ver *Above The Line*.

Atractivo turístico

Valores propios de un destino que despiertan el interés de los turistas por visitarlo con el fin de

disfrutar de ellos, ya sean de índole propio (cultura, historia, naturaleza) o generado (hotelería, gastronomía, infraestructuras).

Atributos de la marca

En marketing turístico, características racionales de un destino, referidas a lo que les gusta hacer y ver a los visitantes, como un entorno majestuoso. Se pueden detectar de forma objetiva sin recurrir a connotaciones afectivas (a diferencia de los beneficios emocionales, que describen lo que el destino hace sentir al visitante) y suelen contribuir a la singularidad del lugar. Normalmente se determinan mediante una evaluación del destino.

Audiencia

En publicidad, conjunto de personas que han sido expuestas a una campaña publicitaria.

Auditoría

Revisión sistemática de una actividad, un proyecto o una situación para evaluar el cumplimiento de las reglas o criterios objetivos a que aquellas deben someterse.

Auditoría financiera

Revisión y verificación de las cuentas y de la situación económica de una empresa o entidad.

Automatización del marketing

Aplicación informática que facilita

la automatización de determinadas tareas de marketing, dentro de la estrategia de *inbound marketing* de una organización, que permite la optimización de recursos, el ahorro de costes, mayor eficiencia, mayor control de las tareas y la medición de sus resultados.

Autónomo

Persona que trabaja por cuenta propia.

Autoservicio

Sistema de venta que consiste en exponer los productos al alcance del cliente, para que pueda servirse de forma autónoma.

Availability

Voz inglesa para disponibilidad. Ver ***Disponibilidad***.

Average Daily Rate

ADR. Expresión inglesa para tarifa media diaria. Ver ***Tarifa media diaria***.

Average Length of Stay

Expresión inglesa para duración de la estancia media. Ver ***Duración de estancia media***.

Average Rate

Expresión inglesa para tarifa promedio. Ver ***Tarifa promedio***.

Average Rate Index

ARI. Expresión inglesa para indicador del precio medio. Ver ***Indicador del precio medio***.

Average Room Rate

ARR. Expresión inglesa para precio medio por habitación. Ver ***Precio medio por habitación***.

Aviturismo

Ver *Turismo ornitológico*.

Azafata

Persona que proporciona información y presta ayuda a

quienes participan en eventos, congresos o foros o bien que se encarga de atender a los pasajeros a bordo de un avión, un tren o un autobús.

b

B&B

Alojamiento y Desayuno. Ver ***Bed and Breakfast***.

B2B

De Empresa a Empresa. Ver ***Business to Business***.

B2C

De Empresa a Consumidor. Ver ***Business to Consumer***.

B2E

De Empresa a Empleado. Ver ***Business to Employee***.

Baby sitter

Expresión inglesa para niñera.

Baby sitting

Expresión inglesa para el servicio de cuidado de niños en los establecimientos hoteleros.

Back of the house

En hotelería, expresión inglesa para el área de servicio de un establecimiento alojativo.

Back office

En hotelería, expresión inglesa para el área de actividad de la recepción que no tiene contacto directo con el cliente.

Back to back

En hotelería, expresión inglesa para la gestión del cupo propio de los hoteles vacacionales donde unos clientes salen el mismo día que otros entran, cubriendo así periodos de tiempo consecutivos.

Backup

Voz inglesa para copia de seguridad. Ver ***Copia de seguridad***.

Baggage allowance

Expresión inglesa para el límite de equipaje que una persona puede llevar consigo en una línea de transporte comercial sin sobrecoste.

Baggage tag

Expresión inglesa para la etiqueta de identificación que se utiliza en las maletas, maletines o bolsas de viaje.

BAII

Beneficio Antes de Intereses e Impuestos. Ver ***Beneficio antes de intereses e impuestos***.

Bajo coste

Expresión que se aplica de forma genérica a los servicios o productos que se ofrecen a los competidores tradicionales a un precio inferior como consecuencia de un cambio en el modelo de negocio, sin que ello implique una merma en los beneficios de la empresa.

Balance de situación

En contabilidad y finanzas, informe que refleja el estado de la situación económico-financiera de una empresa en un período de tiempo determinado.

Balanced scorecard

Expresión inglesa para cuadro de mando integral. Ver **Cuadro de mando integral**.

Balanza de pagos turística

En contabilidad, documento que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones).

Balloon

Voz inglesa para globo aerostático. Ver **Globo aerostático**.

Ballooning

Voz inglesa para la actividad turístico-deportiva que consiste en realizar vuelos en globos aerostáticos.

Balneario

Tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas y ofrece servicios de alimentación y otros complementarios como elemento diferencial, relacionados con tratamientos de aguas mineromedicinales. Este tipo de establecimientos cuenta con servicios médicos e instalaciones adecuadas para desarrollar los tratamientos que se prescriban al cliente.

Banquete

Comida a la que concurren muchas personas para celebrar algún acontecimiento.

Bañera de hidromasaje

Bañera individual con chorros de

agua subacuáticos que se utiliza como método de relajación o como parte de una terapia de salud.

Baño turco

También llamado baño árabe o *hammam*, baño de vapor que se toma con el fin de limpiar el cuerpo y relajarse.

Bar

Establecimiento en el que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador.

BAR

Best Available Rate. Expresión inglesa para la mejor tarifa disponible. Ver **Best Available Rate**.

Bar húmedo

Tipo de bar que se encuentra dentro de una piscina, con el objeto de dar servicio a los clientes que se encuentran disfrutando de ella.

Barman

Persona encargada de atender a los clientes detrás de la barra y prestar los servicios propios de un bar.

Barra libre

En ciertos actos sociales, servicio por el cual los asistentes pueden beber cuanto quieran por un precio fijo previamente concertado.

Barrera de entrada

En marketing y economía, todos los

obstáculos, no sólo económicos, que ha de asumir una empresa para entrar en un mercado.

Barrera de salida

En marketing y economía, todos los obstáculos, no sólo económicos, que ha de asumir una empresa para salir de un mercado.

Base de datos

BBDD. Conjunto de la información con una estructura predeterminada que contiene datos categorizados que comparten un vínculo que permite ordenarlos y clasificarlos.

BBDD

Base de datos. Ver **Base de datos**.

Bd

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las toallas de bidé.

Bed and Breakfast

B&B. En hotelería y turismo, expresión inglesa para un tipo de hospedaje muy extendido en viviendas privadas y hoteles pequeños o familiares que incluye únicamente el alojamiento y el desayuno.

Bell captain

Expresión inglesa para conserje. Ver **Conserje**.

Bellboy

Voz inglesa para botones. Ver **Botones**.

Below The Line

BTL. En marketing y publicidad, expresión inglesa para las acciones de comunicación no

masivas, en medios no tradicionales, generalmente creativas y singulares, dirigidas a segmentos muy concretos, con el fin de dar a conocer un producto o servicio.

Benchmarking

En turismo, voz inglesa para el programa centrado en la recogida de información que posibilita a una organización o un destino turístico comparar sus prácticas y sus logros con los de otros.

Beneficio antes de intereses e impuestos

BAII. En contabilidad y finanzas, indicador del resultado de explotación de una empresa sin tener en cuenta los ingresos y los costes financieros. Se trata de un indicador de los resultados empresariales fundamentalmente a corto plazo.

Beneficio bruto de explotación

EBITDA. En contabilidad y finanzas, indicador de los beneficios antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones. Se calcula a partir del resultado final de explotación de una empresa, sin incorporar los gastos por intereses o impuestos ni las disminuciones de valor por depreciaciones o amortizaciones, para mostrar el resultado puro de la empresa.

Beneficio bruto sobre venta

GOI. En contabilidad y finanzas,

indicador que se obtiene al restar los costes directos a los ingresos netos, obteniendo el resultado o margen departamental.

Beneficio de la marca

En marketing turístico, recompensa o provecho que el público espera obtener si compra la marca o visita el destino turístico.

Beneficio neto

BN. En contabilidad y finanzas, indicador obtenido después de restar al total de ingresos todos los gastos, incluidos amortizaciones e impuestos.

Beneficio operativo bruto

GOP. En contabilidad y finanzas, indicador que resulta de restar al total de ingresos los costes directos, obteniendo así el resultado de la explotación de un establecimiento en un ejercicio determinado.

Beneficio operativo bruto por cliente disponible

GOPPAG. En *revenue management*, indicador que permite identificar si los consumos que realiza el cliente se producen en los departamentos del hotel que dejan más margen de beneficio.

Beneficio operativo bruto por habitación disponible

GOPPAR. En *revenue management*, indicador que permite conocer el resultado de explotación por habitación disponible y que, a diferencia del RevPAR, computa los gastos.

Beneficios emocionales

Lo que sienten o esperan sentir los visitantes en un destino; también denominado rédito emocional.

BEP

Break Even Point. Expresión inglesa para punto de equilibrio. Ver **Punto de equilibrio**.

Best Available Rate

BAR. En *revenue management*, expresión inglesa para la mejor tarifa disponible para una habitación en un momento determinado.

BI

Business Intelligence. Expresión inglesa para inteligencia de negocio. Ver **Inteligencia de Negocio**.

Bien turístico

Atractivo o recurso turístico con el que cuenta un destino o zona, ya sea natural (cordilleras, ríos, playas) o creado por el hombre (monumentos, iglesias, museos).

Billete electrónico

Boleto, tique o entrada que se gestiona y adquiere en el entorno digital.

Bleisure

Voz inglesa para un viaje de negocios que incluye tiempo de ocio. Ver **Business with leisure**.

Blended marketing

En marketing, expresión inglesa para una combinación de técnicas del marketing tradicional,

implementadas a través de las nuevas herramientas del entorno *online*.

Blog

Sitio web en el que uno o varios autores publican artículos, llamados *posts* o entradas, sobre una temática en particular o a modo de diario personal y que, por lo general, pueden ser comentados por los lectores.

Bloqueo de habitaciones

En hotelería, tarea o actividad propia del departamento de recepción de un establecimiento alojativo, mediante el cual se preasigna al cliente, con anterioridad a su llegada, una habitación con la información contenida en la reserva.

BN

Beneficio Neto. Ver ***Beneficio neto***.

Boarding pass

Expresión inglesa para tarjeta de embarque. Ver ***Tarjeta de embarque***.

Bolera

Establecimiento dedicado a la práctica del juego de los bolos.

Bono de agencia

Documento expedido por una agencia de viajes para acreditar la reserva de un cliente en relación con la prestación de un servicio por parte de terceros y que éste debe entregar como comprobante de pago al proveedor del servicio.

Booking

En hotelería y turismo, voz inglesa para una reserva confirmada. Departamento que gestiona las reservas en el establecimiento hotelero, agencia de viajes o turoperador.

Booking curve

Expresión inglesa para curva de reservas. Ver ***Curva de reservas***.

Booking engine

Expresión inglesa para el sistema o motor de reservas *online* integrado en la web del establecimiento alojativo, de forma que el cliente pueda realizar directamente una reserva y ésta quede incorporada automáticamente en su PMS.

Booking pace

En *revenue management*, expresión inglesa para el periodo de tiempo que transcurre entre la confirmación de una reserva y la llegada del cliente.

Boom turístico

Expresión que se utiliza para indicar un crecimiento repentino experimentado en la actividad turística en un periodo de tiempo concreto.

Booth

Voz inglesa para el pequeño espacio de trabajo habilitado en los *workshops* para facilitar los contactos comerciales entre oferentes y demandantes que acuden con citas concertadas y un tiempo por lo general muy limitado.

Botel

Tipo de establecimiento hotelero situado a la orilla de un litoral, al que los clientes acceden mediante el uso de embarcaciones, que dispone de unidades alojativas y que ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Botones

En hotelería, persona responsable de trasladar el equipaje y otras tareas de atención al cliente, supervisadas y dirigidas por el departamento de recepción.

Bowling

Voz inglesa para bolera. Ver **Bolera**.

Brainstorming

Voz inglesa para tormenta de ideas. Ver **Tormenta de ideas**.

Brand

Voz inglesa para marca. Ver **Marca**.

Brand architecture

En marketing, expresión inglesa para arquitectura de marca. Ver **Arquitectura de marca**.

Brand audit

En marketing turístico, expresión inglesa para evaluación de la marca de un destino. Ver **Evaluación del destino**.

Brand awareness

En marketing, expresión inglesa para reconocimiento de marca. Ver **Reconocimiento de marca**.

Brand champion

Expresión inglesa para abanderado de la marca. Ver **Abanderado de la marca**.

Brand compliance

En marketing, expresión inglesa para consonancia de la marca. Ver **Consonancia de la marca**.

Brand content

En marketing, expresión inglesa para la generación de contenido de valor asociado a la marca, dentro de la estrategia de *inbound marketing*.

Brand equity

En marketing, expresión inglesa para valor de marca. Ver **Valor de marca**.

Brand extension

En marketing, expresión inglesa para extensión de marca. Ver **Extensión de marca**.

Branding

En marketing, voz inglesa para el proceso de construcción de la identidad competitiva o la marca del destino, así como el proceso de elaboración y aplicación de la estrategia de dicha marca.

Branding de destino

En marketing turístico, expresión inglesa que se centra en la proyección que hace de sí mismo un país en lo que se refiere a su imagen general política, cultural y empresarial, incluida la dimensión turística.

Break Even Point

BEP. Expresión para punto de equilibrio. Ver **Punto de equilibrio**.

Briefing

Voz inglesa para un informe que

proporciona información estratégica a un tercero con el objetivo de generar una acción de comunicación, publicidad, diseño o marketing.

Broker

Empresa que se dedica a comercializar un tipo de producto turístico actuando como mayorista, al ofrecer una amplia gama del producto en cuestión procedente de distintos proveedores. Los principales exponentes de este tipo de empresas en el sector turístico son los *brokers* aéreos (*air brokers*), que gestionan unidades de transporte aéreo y los *brokers* hoteleros (*hotel brokers*), que lo hacen con unidades de alojamiento.

Brunch

Voz inglesa construida a partir de la fusión de *breakfast* (desayuno) y *lunch* (almuerzo) que se aplica a la comida realizada entre el desayuno y el almuerzo y que suple a ambas.

BTL

Below The Line. Ver ***Below The Line***.

Budget

Voz inglesa para presupuesto. Ver ***Presupuesto anual***.

Budget hotel

Expresión inglesa para un hotel de servicios básicos y precio bajo.

Buffet

Comida compuesta de una

diversidad de alimentos fríos y calientes, dispuestos a la vez sobre una o varias mesas para el autoservicio de los clientes, y ofrecidos generalmente en hoteles y actos sociales.

Bungalow

Construcción hotelera y residencial de una sola planta de pequeñas dimensiones dentro de un complejo turístico.

Buque

En turismo, tipo de barco de grandes dimensiones con más de una cubierta y múltiples servicios hosteleros, deportivos y de ocio, acondicionado para largos trayectos, que se utiliza con fines comerciales.

Business center

Expresión inglesa para un espacio común habilitado para personas de negocios en un establecimiento hotelero, que cuenta con equipamiento de oficina y recursos materiales adecuados para el desarrollo de la actividad laboral.

Business corner

Expresión inglesa para un espacio de características similares al *business center* pero de tamaño más reducido y con materiales y recursos más limitados.

Business Intelligence

BI. Expresión inglesa para inteligencia de negocio. Ver ***Inteligencia de Negocio***.

Business to Business

B2B. De Empresa a Empresa.
Expresión inglesa para la relación comercial entre empresas, en la que una se propone vender a otra sus productos o servicios.

Business to Consumer

B2C. De Empresa a Consumidor.
Expresión inglesa para la relación comercial entre una empresa y el cliente, en la que la empresa se propone vender al cliente final sus productos o servicios.

Business to Employee

B2E. De Empresa a Empleado.
Expresión inglesa para la relación comercial entre una empresa y sus empleados, en la que la empresa se propone vender a sus empleados sus productos o servicios.

Business with leisure

Expresión inglesa para los viajes de negocios que se combinan con ocio.
Turista de ciudad que combina en un mismo viaje tiempo de trabajo y tiempo de asueto.

C

Cabaña

Construcción hotelera de reducidas dimensiones y una sola planta, levantada habitualmente en parajes destinados al descanso o utilizada como vestidor o espacio de descanso en zona de playa y piscina, dentro de un complejo turístico.

CAC

Coste de Adquisición de Cliente. Ver ***Coste de Adquisición de Cliente***.

Cadena de valor

Modelo teórico acuñado por Michael Porter que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final. La cadena de valor ayuda a determinar las actividades o servicios que permiten crear una ventaja competitiva.

Cadena hotelera

Conjunto de establecimientos hoteleros y extrahoteleros de una organización, que pueden ser propios o de terceros, que se gestionan y comercializan con el objeto de optimizar los recursos y generar rentabilidad.

Cafetería

En hostelería, establecimiento

que comparte características con los bares y los restaurantes, donde se sirven fundamentalmente bebidas, aperitivos y comidas, generalmente platos combinados.

Calandria

Máquina compuesta de varios cilindros giratorios, calentados generalmente a vapor, que se utiliza en hostelería para estirar o planchar la lencería.

Calidad

Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio, que le confieren la capacidad para satisfacer una necesidad o expectativa implícita o explícita.

Calidad turística

Resultado de un proceso que implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de acuerdo con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y la armonía de una actividad turística

preocupada por su entorno humano y natural.

Call center

Expresión inglesa para centro de atención telefónica. Ver **Centro de atención telefónica**.

Cama

Mueble cuyo principal uso es dormir y descansar.

Cama extra

Cama portátil que se coloca en una habitación cuando su ocupación es mayor que el número de camas de las que dispone.

Cama king size

Cama cuyo ancho es equivalente al de dos camas individuales.

Cama queen size

Cama cuyo ancho es de 1,60 metros.

Camarero

En hostelería, persona responsable de servir las consumiciones en restaurantes, bares, cafeterías o establecimientos de esta naturaleza.

Camarote

Habitación de reducidas dimensiones destinada a dormir, disponible en algunas embarcaciones.

Cambio de divisa

Cambio de moneda. Operación en la que un medio de pago pasa de una divisa a otra.

Cambio de habitación

En hotelería, acto de transferir a

un cliente de una habitación a otra, previo consentimiento, por razones imprevistas.

Cambio de moneda

Operación en la que un medio de pago pasa de una divisa a otra.

Campaña

En marketing y publicidad, comunicación realizada por un anunciante en un periodo de tiempo concreto, para dar a conocer o generar demanda de un producto o servicio.

Campaña de lanzamiento

En marketing y publicidad, campaña de comunicación inicial para dar a conocer un producto o servicio.

Camping

Tipo de establecimiento situado al aire libre que posee las instalaciones necesarias para atender la demanda y las necesidades alojativas y servicios para albergar a turistas.

Canal de distribución

Conjunto de empresas intermediarias que desarrolla una acción comercial sobre los productos o servicios de terceros con el fin de que sean adquiridos o consumidos por los clientes finales.

Canal de distribución online

Conjunto de empresas intermediarias que desarrolla en el entorno digital una acción comercial sobre los productos o servicios de terceros con el fin de

que sean adquiridos o consumidos por los clientes finales.

Cancelación

En hotelería, anulación de una reserva confirmada.

Canopy

Voz inglesa para tirolesa o tirolina. Ver *Tirolina*.

Capacidad de carga del turista

Nivel por encima del cual la satisfacción del visitante cae desfavorablemente.

Capacidad de carga turística

Número máximo de visitantes que puede soportar un destino turístico, por encima del cual su explotación es insostenible.

Capital

En economía, bienes y activos de los que son titulares las personas físicas o jurídicas.

Capital humano

En economía, factores de producción que no dependen sólo de la cantidad, sino también de la calidad, formación y productividad de las personas involucradas en un proceso productivo.

Cardex

En hotelería, ficha que contiene toda la información disponible sobre el cliente, ya sea físicamente en la recepción o digitalmente en el PMS.

Carrier

En transporte, voz inglesa para transportista, generalmente aplicado a las compañías aéreas.

Carta

En restauración, documento con información comercial que se ofrece a un cliente donde se presenta la oferta de un establecimiento de comidas y/o bebidas y que contiene el PVP de cada uno de los productos o servicios ofrecidos.

Carta de vinos

En restauración, documento con información comercial que se ofrece a un cliente donde se presenta la oferta de vinos de un establecimiento y que contiene el PVP de cada uno de los vinos ofrecidos.

Carta Europea de Turismo Sostenible

CETS. Iniciativa de EUROPARC que tiene como objetivo promover el desarrollo del turismo sostenible en los espacios naturales protegidos del territorio europeo.

Cartel

Soporte publicitario que tiene como fin difundir una información o promocionar un producto o servicio y que suele formar parte de una campaña publicitaria más amplia. Cuando es de gran formato se le denomina valla publicitaria.

Casa Emblemática

CE. Tipo de establecimiento extrahotelero propio de Canarias, ubicado en un inmueble urbano de características históricas, que dispone de unidades alojativas y

que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos.

Casa rural

Tipo de establecimiento extrahotelero ubicado en un inmueble situado en suelo rústico y de ámbito rural que dispone de una unidad alojativa y que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos.

Casino

Establecimiento donde se practican juegos de azar, tipo ruleta, dados, cartas, máquinas tragaperras y otros de naturaleza similar mediante apuestas con dinero.

Cata

Acción de probar una comida o bebida para determinar su aroma, sabor y calidad mediante los sentidos del olfato y el gusto.

Cata ciega

Cata que tiene la particularidad de que los productos (comidas o bebidas) son probados sin conocer su origen y descritos o valorados sin ninguna sugerencia, ya que el catador no conoce la marca, etiqueta o envase del producto que está probando.

Catamarán

Embarcación de vela y/o motor que tiene como característica principal disponer de dos cascos

unidos entre sí mediante una plataforma.

Categoría

Sistema de clasificación utilizado para indicar a los usuarios la calidad de un establecimiento alojativo.

Catering

Voz inglesa para un servicio colectivo de comidas y bebidas, generalmente utilizado en fiestas o eventos.

Cci

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a los cubre individuales.

Cck

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a los cubre *king size*.

Ccm

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a los cubre matrimoniales.

CE

Casa Emblemática. Símbolo utilizado en Canarias para identificar a las casas emblemáticas dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

CEAV

Confederación Española de Agencias de Viajes. Colectivo que tiene como objetivo velar por los intereses del sector de las agencias de viajes en España.

CEFAPIT

Confederación Española de

Federaciones y Asociaciones Profesionales de Guías de Turismo. Colectivo que tiene como objetivo crear las condiciones necesarias para disponer de organizaciones de guías de turismo en todo el territorio español y elevar la profesión a la categoría que merece entre las reconocidas y reguladas por la Unión Europea.

CEHAT

Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos de España. Colectivo que tiene como objetivo representar los intereses de los empresarios del sector ante la sociedad, las administraciones públicas y otras instituciones, y que tiene capacidad para negociar, concertar y suscribir acuerdos o convenios que afecten o interesen a sus miembros.

Cena fría

En hotelería, cena servida fuera de los horarios de comedor de un establecimiento hotelero, generalmente cuando se produce una llegada tardía de clientes que disponen de hospedaje en media pensión o superior.

Censo

En hotelería, número total de establecimientos alojativos y habitaciones en un segmento determinado.

Central de reservas

Espacio virtual en el que un cliente puede efectuar reservas

de servicios turísticos (asientos de avión, habitaciones hoteleras, alquiler de vehículos).

Espacio físico perteneciente al departamento de *booking* donde se tramitan y gestionan todas las reservas de un producto o servicio turístico.

Centro de atención telefónica

Empresa especializada o departamento dentro de una organización cuya función es atender y desarrollar la atención telefónica de la misma, ya sea entre departamentos, en la relación con usuarios y clientes, o con funciones y tareas asociadas a la estrategia de marketing.

Centro de convenciones

Edificio destinado a la celebración de reuniones, conferencias, seminarios, congresos, asambleas y eventos de tipo empresarial, comercial, científico o religioso.

Centro de costes

En contabilidad, departamento de la organización relacionado directamente con la prestación del servicio (operativo) o que sirve de apoyo a éste, agrupados en unidades de decisión, control y responsabilidad.

Centro de ingresos

En contabilidad, punto de venta a través del cual se generan ingresos.

Centro de Iniciativas y Turismo

Asociación sin ánimo de lucro

cuyo fin principal es la promoción turística de un destino.

CEO

Chief Executive Officer. En español, Director General. Ver **Director General**.

CET

Comisión Europea de Turismo. Ver **Comisión Europea de Turismo**.

CETS

Carta Europea de Turismo Sostenible. Ver **Carta Europea de Turismo Sostenible**.

Chambrear

En hostelería, adaptación de la palabra francesa *chambrier*, que significa dejar los vinos a temperatura ambiente.

Channel

En *revenue management*, cada una de las vías de distribución comercial hotelera, tanto *offline* como *online*.

Channel management

En *revenue management*, expresión inglesa para la gestión de los canales de distribución hotelera.

Channel manager

En *revenue management*, expresión inglesa para el sistema informático que permite, mediante un interfaz único, gestionar todos los canales de distribución hotelera *online*, optimizar la estrategia comercial por canal en función de los cupos asignados y evitar el *overbooking*.

Charter

Voz inglesa para el flete de un

medio de transporte no regular a instancias de una persona o grupo.

Check list

Expresión inglesa para la relación de actividades o tareas que debe desarrollar una persona, departamento o turno de trabajo, que permite llevar un control sobre su estado.

Check-in

En hotelería, expresión inglesa para registro de entrada. Ver **Registro de entrada**.

Check-out

En hotelería, expresión inglesa para registro de salida. Ver **Registro de salida**.

Chef

En hostelería, jefe de cocina de un restaurante, hotel o establecimiento donde se sirven comidas.

Chef ejecutivo

En hostelería, persona responsable de la creación de las recetas y el menú y la optimización de los mismos, así como de la gestión del personal de cocina, panadería y repostería.

Cheque de viaje

Documento emitido por una entidad financiera de un país de origen, que sirve como medio de pago o que puede hacerse efectivo en el país de destino.

CI

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas individuales.

Cibercafé

Establecimiento que ofrece a los clientes el uso de equipos informáticos y conexión a Internet, así como los servicios y productos propios de un bar.

Ciclo de vida de un cliente

En marketing, cada una de las distintas etapas por las que atraviesa un cliente desde que comienza hasta que finaliza su relación comercial con una empresa o marca.

Ciclo de vida de un producto

En marketing, cada una de las distintas etapas por las que atraviesa un producto durante su estancia en un mercado: introducción, crecimiento, madurez y declive.

Cierre

En hostelería, final de un turno o de una jornada de trabajo.

Cierre de ventas

CTA. En *revenue management*, parada de las ventas en una fecha determinada, bien por falta de disponibilidad o bien por estrategia comercial.

Cierre estacional

En hostelería, cese de la actividad por un periodo de tiempo superior a un mes, cada año en las mismas fechas, debido al descenso de la actividad en temporada baja.

Cierre vacacional

En hostelería, cese de la actividad por un periodo de tiempo no

superior a un mes, generalmente por vacaciones, y que suele coincidir con la temporada baja.

Circuito hidrotermal

En hidroterapia, recorrido de relajación que transcurre por varias estaciones de tratamiento en una piscina dinámica de hidromasaje.

Circuito turístico

Itinerario o ruta turística con salida y destino en un mismo punto que recorre varios enclaves de interés turístico, incluyendo paradas programadas para conocer, con o sin guía, los lugares más destacados.

Tipo de paquete turístico pautado con guía que se realiza en algún medio de transporte, habitualmente autobús, en el que se visitan distintos enclaves de interés turístico y que incluye el alojamiento, hospedaje y acceso a lugares de especial interés turístico.

CIT

Centro de Iniciativas y Turismo. Ver **Centro de Iniciativas y Turismo**.

City break

En turismo, expresión inglesa para un viaje de ocio de pocos días a una ciudad con atractivos turísticos, que se realiza normalmente aprovechando los puentes en el calendario laboral o los fines de semana.

City by night

En turismo, expresión inglesa para un itinerario turístico en autocar consistente en un recorrido por la ciudad de noche y, de forma complementaria, el disfrute de algún espectáculo nocturno.

City tour

En turismo, expresión inglesa para un itinerario turístico que incluye la visita guiada de una ciudad.

Ciudad inteligente

Localidad o municipio que dispone de una política determinante relacionada con la gestión eficiente e inteligente de la energía y las tecnologías de la información.

CK

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas *king size*.

Claim

Voz inglesa para reclamo. Ver **Eslogan**.

Clase

En transporte, sistema de clasificación que determina la categoría de un servicio asociada a su calidad.

Clasificación hotelera

Sistema de clasificación de establecimientos alojativos que se determina en función de distintos parámetros, como son el tamaño de las habitaciones, los baños o los servicios complementarios de los que dispone, y que está representada por un número

determinado de estrellas de cinco puntas, donde 1 se corresponde con la clasificación más baja y 5 con la más alta.

Cliente

En marketing, persona o empresa que ha ejercido como mínimo una vez la acción de compra de un producto o servicio.

Cliente activo

En marketing, cliente que ha ejercido la acción de compra en un periodo determinado.

Cliente directo

En marketing, cliente captado o generado con recursos propios y sin la intermediación de terceros.

Cliente inactivo

En marketing, cliente que no ha consumado ninguna compra en un periodo determinado.

Cliente indirecto

En marketing, cliente que accede a los productos o servicios a través de un intermediario.

Cliente potencial

En marketing, perfil de una persona o empresa con las características y los atributos necesarios para convertirse en un cliente.

Clúster

Voz inglesa para un grupo de profesionales, empresas o instituciones que desarrollan su actividad en un mismo sector y que colaboran y interactúan estratégicamente entre sí para el logro de beneficios comunes.

Cm

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas matrimoniales.

CMI

Cuadro de Mando Integral. Ver ***Cuadro de Mando Integral***.

Cni

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas de noche individuales.

Cnk

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas de noche *king size*.

Cnm

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las colchas de noche matrimoniales.

Cobertura

En publicidad, audiencia potencial de una campaña. Ver ***Alcance***.

Cobranding

En marketing y publicidad, voz inglesa para una alianza estratégica entre marcas complementarias con fines comerciales o de posicionamiento.

Cocktail

Voz inglesa para cóctel. Ver ***Cóctel***.

Cóctel

Reunión o acto al que asisten personas, invitadas con motivo de una celebración, en la que se sirven bebidas y aperitivos.
En restauración, preparación a base de una mezcla de diferentes

bebidas, alcohólicas y no alcohólicas tipo zumos.

Código de vestimenta

Protocolo que determina cuál es la forma de vestir más adecuada para asistir a un determinado tipo de evento.

Código de vuelo

Código alfanumérico que una compañía aérea asigna a un vuelo con objeto de identificarlo.

Código IATA

Código de tres letras que identifica a todos y cada uno de los aeropuertos del mundo. Ver ***IATA***.

Coffee break

Expresión inglesa para un refrigerio que se sirve durante los recesos de un evento, convención, congreso o jornada de trabajo.

Comanda

En restauración, selección de platos que un comensal pide a un camarero en un restaurante, bar o cafetería y que éste a su vez transmite al responsable de cocina para su preparación o elaboración. Documento en el que se registra dicha solicitud del cliente al camarero.

Comisión Europea de Turismo

Organización sin fines de lucro con sede central en Bruselas, que tiene como objetivo promover el turismo en Europa en general, sus países de forma individual y la propia promoción de Europa como destino.

Competencia de referencia

En *revenue management*, indicador de comparación con la competencia directa de un establecimiento alojativo (no más de cinco establecimientos de la misma categoría, en la misma zona y con producto similar) que se obtiene tomando como referencia las tarifas medias, la ocupación, el RevPAR y la cuota de mercado.

Competitive set

CompSet. Expresión inglesa para competencia de referencia. Ver **Competencia de referencia**.

Competitividad del destino

Capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que le permitan sostener sus recursos y conservar su posición en el mercado en relación con sus competidores.

Competitor analysis

Expresión inglesa para análisis de la competencia. Ver **Análisis de la competencia**.

Complejo turístico

Lugar habilitado para el desarrollo de la actividad turística en el que se ofrece una gama amplia de servicios e instalaciones relacionadas con la hostelería, especialmente dedicadas al descanso y esparcimiento.

CompSet

Ver **Competencia de referencia**.

Comunicación

Acción de intercambiar información

entre dos o más interlocutores, en la que se produce la emisión de un mensaje en un código comprensible para el receptor.

Comunidad de propietarios

En turismo, entidad jurídica compuesta por un número determinado de propietarios de apartamentos de uso turístico que explotan o ceden la explotación y gestión a un tercero.

Condiciones específicas

En turismo, requisitos o condicionantes especiales, propias de un producto o servicio.

Condiciones generales

En turismo, requisitos o condicionantes genéricos de un producto o servicio.

Condo-hotel

Tipo de establecimiento extrahotelero que dispone de unidades alojativas de propiedad individual y que ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, cuyos propietarios tienen la opción de disfrutarlo por temporadas o alquilarlo a través de un servicio de gestión y comercialización.

Condominio

Edificio que se posee en régimen de propiedad horizontal.

Conectividad

En turismo, capacidad para conectarse o hacer conexiones.

Conectividad aérea

Número de posibilidades y

facilidades para transportar a un pasajero entre dos puntos por vía aérea con la menor cantidad de conexiones, en el menor tiempo y sin que implique un aumento de la tarifa.

Conectividad marítima

Número de posibilidades y facilidades para transportar a un pasajero entre dos puntos por vía marítima con la menor cantidad de conexiones, en el menor tiempo y sin que implique un aumento de la tarifa.

Conferencia

Reunión de representantes de una agrupación o sector determinados, para tratar o debatir asuntos importantes de su competencia.

Confirmar

Asegurar una reserva solicitada, con un precio y unas características acordadas previamente.

Congreso

Conferencia generalmente periódica en la que los miembros de una asociación, institución, organismo, profesión, sector o ámbito de interés se reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas.

Conjunto de Interés Turístico

Espacio delimitado en el que se reúnen diferentes atractivos que no son exclusivamente turísticos, pero que en razón de sus condiciones y singularidad suscitan interés para la actividad turística.

Connecting rooms

Expresión inglesa para habitaciones conectadas. Ver ***Habitaciones conectadas.***

Consejero delegado

Persona designada por el consejo de administración de una empresa en el que se delega una serie de atribuciones o facultades ejecutivas, salvo aquellas que por ley o por los estatutos sociales sean indelegables, de las que sólo ha de responder ante dicho consejo.

Conserje

En hotelería, persona encargada de la conserjería, que se ocupa entre otras funciones de dar a los clientes una información general y particular del establecimiento y del destino.

Conserjería

En hotelería, departamento ubicado en la recepción o próximo a ésta, desde el que se coordinan y proveen los servicios de atención al cliente.

Consigna

En hotelería y transporte, espacio donde los clientes depositan temporalmente su equipaje.

Consignación

Depósito a modo de garantía en la cuenta corriente de un establecimiento hotelero.

Consolidador aéreo

Agencia de viajes de la IATA que concentra las emisiones de otras

agencias, sean o no de la IATA, y que debido a su mayor volumen de ventas obtiene mejores tarifas con las compañías aéreas.

Consonancia con la marca

Medida en la que las partes interesadas incorporan la marca en sus comunicaciones de marketing y su comportamiento. Se entiende por comportamiento consonante con la marca aquel que refleja adecuadamente los valores de la marca, mientras que no es consonante con la marca el marketing que no consigue reflejar adecuadamente los valores de la marca de destino.

Consortio turístico

Persona jurídica formada por la agrupación de varias administraciones públicas entre ellas o con entidades privadas, asociaciones o personas físicas, con fines de promoción y comercialización de productos o destinos turísticos.

Consumidor

Persona susceptible de adquirir un producto o hacer uso de un servicio.

Consumo

Acto final del proceso comercial, que consiste en la utilización o disfrute de unos bienes y servicios para satisfacer unas necesidades o deseos.

Consumo turístico

Todo gasto de consumo efectuado

por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino.

Contact center

Expresión inglesa para empresa especializada o departamento dentro de una organización que se ocupa de los canales de atención al cliente, vía telefónica, email, mensajes, faxes o chats.

Contacto

En marketing, individuo del que se posee información o datos de contacto, bien porque han sido adquiridos o bien porque se le ha solicitado expresamente. Son datos básicos (nombre, correo electrónico) que no permiten inferir si existe un interés real por un producto o servicio y generalmente están relacionados con un *target* previamente determinado.

Continental breakfast

Expresión inglesa para desayuno continental. Ver *Desayuno continental*.

Contrato a tiempo completo

Ver *Trabajo a tiempo completo*.

Contrato a tiempo parcial

Ver *Trabajo a tiempo parcial*.

Contrato de gestión

En hotelería, acuerdo entre una empresa de gestión hotelera y una empresa propietaria de un establecimiento alojativo por el que la primera gestiona y comercializa el establecimiento por

cuenta y riesgo de la propiedad, aportando generalmente su marca, a cambio de una cantidad económica por su servicio y un porcentaje sobre el beneficio.

Contrato de hospedaje

Conjunto de obligaciones y derechos que adquieren tanto el demandante como el oferente con relación a la prestación de servicios de alojamiento y complementarios.

Contrato de prestación de servicios

Conjunto de obligaciones y derechos por el que una persona física o jurídica se compromete a dar una serie de servicios en tiempo y forma, previamente determinados y recogidos en un documento firmado por las partes interesadas.

Control de gestión

Proceso de orientación estratégica por el que se fiscaliza y evalúa la gestión operativa de una empresa con el fin de lograr los objetivos de la organización.

Convención

Evento en el que los participantes se dedican a asistir a sesiones educativas, tomar parte en reuniones o debates, hacer vida social o asistir a actividades organizadas. Las exposiciones son un componente secundario de las convenciones.

Convenience food

Expresión inglesa para alimentos

de cuarta gama. Ver ***Alimentos de cuarta gama***.

Copia de seguridad

En informática, copia de respaldo de los datos originales de un sistema informático que se realiza para proteger la información y permitir recuperarla, en caso de fallo del sistema, evitando así la pérdida de datos que contiene.

Copyright

Voz inglesa para derechos de autor. Ver ***Derecho de autor***.

Core business

En gestión, expresión inglesa para la competencia o línea de negocio principal de una empresa, sobre la que gira toda su actividad y que constituye su mayor fuente de ingresos.

Corporate rate

Expresión inglesa para tarifa corporativa. Ver ***Tarifa corporativa***.

Corretornos

En hostelería, persona que cubre o suple la baja o ausencia de otra desempeñando sus funciones.

Corriente turística

Movimiento migratorio de turistas de un punto de origen a otro de destino. Ver ***Flujo turístico***.

Coste

En economía, valor monetario que se da o se paga por un producto o servicio.

Coste de Adquisición de Cliente

CAC. En marketing, métrica que

determina el coste medio total de adquirir un nuevo cliente.

Coste de oportunidad

En economía, valor de la inversión de los recursos disponibles con relación a la mejor alternativa de inversión disponible en un periodo de tiempo determinado.

Coste directo

En economía, gasto de una empresa que está directamente relacionado con la obtención final del producto o servicio.

Coste fijo

En economía, gasto de una empresa que es sensible a los cambios en la actividad productiva de la empresa.

Coste indirecto

En economía, gasto de una empresa que no está directamente relacionado con la obtención final del producto o servicio.

Coste variable

En economía, gasto de una empresa sensible a los cambios en la actividad productiva de la empresa.

Cotización

Acción de poner o fijar precio a algo.
Retribución de los trabajadores por la que se calcula la cuota que se ha de pagar a la seguridad social.

Cover charge

En hotelería, expresión inglesa

para el cargo que se hace en la cuenta del cliente por un servicio que ha demandado y consumido.

Coyuntura turística

En economía, conjunto de factores y circunstancias que intervienen en la situación económica del sector turístico.

CP

Continental Plan. En español, Plan Continental. Ver **Habitación y desayuno**.

CR

Casa Rural. Símbolo utilizado en Canarias para identificar a las casas rurales dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Credit card

Expresión inglesa para tarjeta de crédito. Ver **Tarjeta de crédito**.

Credit limit

Expresión inglesa para límite de crédito. Ver **Límite de crédito**.

Crédito

En finanzas, operación financiera donde una parte presta una cantidad determinada de dinero a otra (deudor) comprometiéndose éste último a devolver la cantidad solicitada, los intereses devengados y los costes asociados a la gestión de la operación, en el tiempo y plazo previstos según las condiciones establecidas y acordadas por ambos.
En hotelería, importe de deuda convenida para el consumo que se le concede a un cliente,

normalmente avalada por una tarjeta de crédito.

Crepería

Establecimiento donde se elaboran y venden *crepes*.

CRM

Customer Relationship Management. Estrategia de negocio centrada en la relación con los clientes y en propiciar una relación duradera y próspera con ellos, mediante el análisis de los datos asociados a éstos mediante una solución de gestión especializada, con el objeto de anticiparse y dar respuesta sus necesidades. Aplicación informática que la posibilita.

Cross-selling

En marketing, expresión inglesa para venta cruzada. Acción comercial que consiste en vender al cliente un producto complementario al que previamente ha comprado o consumido y que tiene relación directa o indirecta con él.

CRS

Central Reservation System. En *revenue management*, Sistema de Gestión de Reservas, aplicación informática que conecta a los proveedores de servicios turísticos con sus distribuidores, proporcionando a éstos información en tiempo real sobre el estado de los productos o servicios.

Cruceista

Persona que realiza un crucero.

Crucero

Viaje marítimo o fluvial, generalmente de placer, que se realiza en un buque y que suele tener distintas escalas.

CST

Cuenta Satélite de Turismo. Ver ***Cuenta Satélite de Turismo***.

CTA

Close To Arrival. Ver ***Cierre de ventas***.

Cuadro de Mando Integral

CMI. Herramienta de análisis de negocios que permite, mediante parametrización previa, conocer el rendimiento de una empresa desde cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos y capacidades estratégicas.

Cuarta gama

Alimentos preelaborados y envasados al vacío. Ver ***Alimentos de cuarta gama***.

Cuarto caliente

En hostelería, espacio o área de la cocina donde se preparan y elaboran los platos calientes.

Cuarto frío

En hostelería, espacio o área de la cocina donde se almacenan los productos perecederos y se elaboran los platos con productos frescos.

Cubertería

Conjunto de cucharas, tenedores, cuchillos y utensilios semejantes para el servicio de mesa.

Cubrecama

Ropa de cama que cubre ésta y sirve de abrigo.

Cuenta

En contabilidad, cargo o pago registrado a nombre de un cliente en el que se anota la adquisición o consumo de productos o servicios.

Cuenta casa

En contabilidad, servicios o consumos cuyo coste asume la empresa que explota un hotel o restaurante. Se diferencia de las gratuidades en que no están fijadas por contrato, sino que son discrecionales u ocasionales.

Cuenta maestra

En contabilidad, cargo o pago registrado a nombre de un grupo en el que se anota la adquisición o consumo de productos o servicios.

Cuenta por cobrar

En contabilidad, cuenta en la que se anotan los cargos a crédito del cliente, lo que constituye una deuda ante el hotel.

Cuenta Satélite de Turismo

CST. Conjunto de cuentas y tablas basadas en un marco estadístico normalizado, que constituye el principal instrumento de medición económica del turismo y que proporciona un marco conceptual común, permitiendo

así la armonización y la conciliación de las estadísticas turísticas nacionales desde una perspectiva económica.

Cuota de mercado

En marketing, parte, porción o porcentaje del mercado que consume los productos o servicios de una empresa con respecto al total del mercado.

Cupo

En hotelería y transporte, conjunto de plazas reservadas sin asignación de un nombre de cliente y que precisan confirmación.

Currency Exchange

Expresión inglesa para cambio de divisa. Ver **Cambio de divisa**.

Curva de reservas

En *revenue management*, herramienta gráfica que permite visualizar el comportamiento de la demanda en un período determinado.

Customer

Voz inglesa para cliente. Ver **Cliente**.

Cut off date

Expresión inglesa para la fecha límite a partir de la cual una oferta, tarifa o reserva deja de ser válida.

CXL

En el departamento de *booking*, siglas utilizadas para referirse a una hoja de reserva cuyo contenido ha sido anulado.

d

DAFO

En marketing estratégico, matriz de análisis que permite conocer la situación de una empresa o producto, analizando los factores internos (debilidades y fortalezas) y los factores externos (amenazas y oportunidades) con relación a su mercado. También conocido como FODA o SWOT, en su expresión inglesa.

Database

Voz inglesa para base de datos. Ver *Base de datos*.

Datáfono

Equipo conectado a la red telefónica que permite el cobro mediante tarjeta de crédito o débito.

Day spa

Establecimiento sin capacidad alojativa que presta los servicios propios de un spa y los combina con los de belleza.

Day trip

En turismo, expresión inglesa para una excursión de un día de duración sin pernoctación.

Day use

En hotelería, expresión inglesa para el uso de una habitación durante un período corto de tiempo, sin pernoctación. Suele utilizarse para descansar unas

horas o asearse antes de continuar el viaje.

DB

En hotelería, Habitación Doble. Ver *Habitación doble*.

De lujo

Expresión utilizada para designar los productos o servicios de alta gama y alto valor diferencial.

Deadline

En el departamento de *booking*, voz inglesa para el límite de tiempo de una determinada reserva, ya sea referida a un alojamiento o a una línea aérea.

Débito

En contabilidad y finanzas, cantidad de dinero del que dispone un usuario en el saldo de su cuenta corriente.

Delivery

Voz inglesa para la actividad que tiene por finalidad el reparto o entrega de bienes, servicios o información directamente en el lugar de consumo, previamente determinado por el cliente.

Deluxe

Voz inglesa para de lujo. Ver *De lujo*.

Demanda

Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por un colectivo.

Demanda ilimitada

En *revenue management*, indicador que mide el total de la demanda de un establecimiento alojativo en una fecha determinada, con independencia de su capacidad real y aunque exceda de ella.

Demanda turística

En turismo, conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un destino.

Departamento comercial

Área de una empresa responsable de la estrategia y la política comercial y sus objetivos de ventas.

Departamento de administración

Área de una empresa responsable de la gestión administrativa y financiera.

Departamento de alimentos y bebidas

En hotelería, área responsable de la gestión y organización de los alimentos y bebidas, así como de su preparación y servicio.

Departamento de cocina

En hotelería, área responsable de la gestión y organización de los servicios de gastronomía.

Departamento de compras y economato

En hotelería, área responsable de la gestión de compras, organización, análisis de costes, control de existencias y relación con los proveedores.

Departamento de mantenimiento

Área de una empresa responsable de la prevención y mantenimiento de las instalaciones de una empresa.

Departamento de marketing y comunicación

Área de una empresa responsable del análisis del mercado y el diseño de la estrategia de producto o servicio, que debe estar alineada con la estrategia comercial y los objetivos de venta.

Departamento de pisos

En hotelería, área responsable de la limpieza de las habitaciones y zonas comunes de un establecimiento alojativo, así como del orden, limpieza y mantenimiento en perfecto estado de la ropa de las habitaciones.

Departamento de recepción

En hotelería, área responsable de la gestión y organización de las distintas tareas propias de la recepción y conserjería de un establecimiento alojativo.

Departamento de recursos humanos

Área de una empresa responsable de las tareas de selección, contratación y formación del personal. En pymes habitualmente está integrado en el departamento de administración.

Departamento de reservas

Ver *Booking*.

Departamento funcional

En hotelería, según el *Sistema Uniforme de Cuentas para la*

Industria Hotelera, todo departamento que no está relacionado directamente con la prestación del servicio pero que sirve de apoyo al departamento operativo y que ha de ser interpretado exclusivamente como centro de costes.

Departamento operativo

En hotelería, según el Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera, todo departamento directamente relacionado con la prestación del servicio que genera ingresos, como habitaciones, comidas y bebidas, entre otros.

Depósito

En contabilidad y finanzas, pago parcial de una cantidad de dinero, generalmente un porcentaje del precio final, que se realiza para garantizar la reserva de una habitación o para afrontar cargos extras en un establecimiento.

Derecho de autor

Derecho que la ley reconoce al autor de una obra intelectual o artística sobre las condiciones de su uso y reproducción, así como sobre el reparto de los beneficios generados por ello.

Derecho turístico

Conjunto de normas jurídicas que regulan los actos y relaciones en la actividad turística.

Desayuno americano

En hostelería, tipo de desayuno,

también llamado inglés, con mayor elaboración y más contenido proteínico que el continental, que incluye generalmente bollería, panadería, tortitas (normalmente con miel), huevos (fritos, revueltos, pasados por agua o en tortilla), carne en platos calientes (salchichas, *bacon*), yogures y cereales.

Desayuno continental

En hostelería, tipo de desayuno más ligero que el americano, basado en la dieta mediterránea, que incluye bebida (café, leche, infusión y zumo de naranja) y bollería o tostadas, fiambres, queso, mantequilla y mermelada.

Desayuno inglés

Ver *Desayuno americano*.

Desbarasar

En restauración, acción de retirar los servicios de la mesa por parte del camarero.

Descuento niños

En turismo, descuento de un determinado porcentaje sobre el valor de un servicio, que se aplica a los clientes que disfrutan del mismo en compañía de niños de una determinada franja de edad previamente establecida.

Desestacionalización

En turismo, eliminación del componente estacional del producto o servicio turístico.

Desintermediación

En turismo, proceso por el cual el

proveedor turístico prescinde en mayor o menor medida del intermediario, para primar la venta directa al cliente final.

Deslocalización

En turismo, proceso por el cual se pretende, desde el punto de vista receptivo, que los turistas no viajen siempre a los mismos destinos con el fin de no saturarlos.

Destiny brand

Expresión inglesa para marca destino. Ver **Marca destino**.

Destino

País, región o ciudad entendidos concretamente como lugares para ser visitados con fines turísticos.

Destino inteligente

Destino turístico que dispone de una política determinante y planificada relacionada con la gestión eficiente e inteligente del territorio, los recursos naturales y las tecnologías de la información.

Destino turístico

Lugar geográfico dotado de atractivos turísticos, con capacidad para producir servicios, equipado con una infraestructura adecuada y apto para satisfacer los deseos y necesidades de los turistas.

Desviación media absoluta

MAD. En *revenue management*, unidad de medida para indicar un error de previsión en la ocupación de un establecimiento alojativo.

Día Mundial del Turismo

DMT. Efeméride reconocida por Naciones Unidas que se celebra cada año el día 27 de septiembre con el objetivo de fomentar a nivel internacional la importancia del turismo y sus valores sociales, culturales, políticos y económicos.

Diario de precios

En *revenue management*, herramienta asociada al *pricing* que nos permite conocer la evolución y predicción de las reservas y la variación diaria de las tarifas.

Did Not Stay

DNS. En hotelería, expresión inglesa para el cliente que teniendo reserva no se aloja en el establecimiento por disconformidad con la habitación designada.

Director comercial

Persona con mayor responsabilidad y atribuciones de las áreas de ventas, y en algunos casos de marketing, de una empresa, entre cuyos objetivos se encuentra el desarrollo de cuantas acciones sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos de venta. Entre sus tareas está liderar el equipo comercial marcándole las pautas y estrategias a seguir.

Director de administración y finanzas

Persona con mayor responsabilidad y atribuciones en las tareas de la administración y

finanzas de una empresa, incluyendo la coordinación y el apoyo a otros departamentos, atendiendo a las necesidades operativas de cada uno de ellos.

Director de marketing

Persona con mayor responsabilidad y atribuciones del departamento de estrategia empresarial y comercial en estrecha relación con el director comercial. Entre sus responsabilidades está la gestión de los clientes, nuevas oportunidades de negocio, análisis de tendencias y el desarrollo y gestión del plan de marketing.

Director en funciones

Persona que asume de forma temporal por diferentes causas el cargo y las atribuciones de un director general o un director de departamento.

Director general

Persona con mayor responsabilidad y atribuciones en la gestión de una empresa, sobre el que recae la última decisión ejecutiva. Para el desarrollo de sus funciones cuenta con una serie de directores de departamento o área, en los que delega las tareas ejecutivas. Es el responsable de marcar los objetivos empresariales estratégicos a corto y largo plazo.

Director residente

Persona con responsabilidad de dirección ejecutiva que reside en el complejo hotelero.

Display

En marketing y publicidad, soporte publicitario de reducidas dimensiones que cuenta con una peana o base, generalmente en su parte posterior, que se ubica en el punto de venta como reclamo.

Disponibilidad

En hostelería, número de habitaciones o mesas disponibles para la venta en un día concreto.

Distribución hotelera

Conjunto de canales comerciales *offline* y *online*, propios o ajenos, a través del cual se comercializa la oferta alojativa de un establecimiento.

Divisa

Moneda extranjera, convertible en moneda nacional, que sirve para la compra y pago de bienes y servicios en un país distinto al de procedencia.

DMT

Día Mundial del Turismo. Ver ***Día Mundial del Turismo***.

DNS

Did Not Stay. Ver ***Did Not Stay***.

Downgrade

En marketing, voz inglesa para la acción de ofrecer o dar a un cliente una pérdida o merma en la categoría de un producto o servicio contratado.

Dress code

Expresión inglesa para código de vestimenta. Ver ***Código de vestimenta***.

Ducha escocesa

En hidroterapia, ducha de contrastes que se utiliza como terapia en la que se alterna el agua caliente con la fría.

Ducha vichy

En hidroterapia, ducha vertical de relajación que se proyecta desde la cabeza a los pies con variaciones de temperatura y se combina al mismo tiempo con un masaje conforme a las necesidades del usuario.

DUI

Habitación Doble de Uso Individual. Ver ***Habitación doble de uso individual***.

Dumping

En comercio, voz inglesa para una práctica comercial considerada desleal según la cual un producto se vende por debajo del precio de coste con el fin de eliminar competidores en un mercado.

Duración media de la estancia

Indicador que se obtiene al dividir el número de estancias reservadas entre el número total de reservas.

Duty free shop

En comercio, expresión inglesa para las tiendas libres de impuestos.

Dynamic packaging

Expresión inglesa para paquete dinámico. Ver ***Paquete dinámico***.

e

Early arrival

Expresión inglesa para llegada anticipada. Ver **Llegada anticipada**.

Early check-in

En hotelería, expresión inglesa para la entrada anticipada de un cliente en un establecimiento alojativo, al haber llegado antes de la hora prevista.

Early departure

En hotelería, expresión inglesa para la salida anticipada de un cliente de un establecimiento alojativo, una o más noches antes de lo previsto. Ver **Salida anticipada**.

Early departure fee

En hotelería, expresión inglesa para el cargo imputado a un cliente con motivo de su salida anticipada del establecimiento alojativo.

EBIT

Earnings Before Interest and Taxes. En español, BAI, Beneficio Antes de Intereses e Impuestos. Ver **Beneficio antes de intereses e impuestos**.

EBITDA

Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. En español, Beneficio bruto de explotación. Ver **Beneficio bruto de explotación**.

Ecoeficiencia

Capacidad de unos bienes y servicios de utilizar menos recursos y generar menos residuos y/o contaminación.

Economía turística

Ciencia que estudia las manifestaciones económicas relacionadas con el sector turístico.

Ecotasa

Impuesto con el que se grava el impacto ambiental causado por una actividad económica.

Ecoturismo

Modalidad de turismo que pretende compatibilizar el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Edecán

Auxiliar, asistente, persona que ayuda a los participantes en una reunión, congreso o evento.

Efecto billboard

Efecto expositor o efecto cartelera. Ver **Efecto expositor**.

Efecto expositor

En hotelería, concepto que hace referencia al modo en que la exposición en la red a través de terceros (OTAs) influye en las ventas directas de un establecimiento alojativo.

EGATUR

Encuesta de Gasto Turístico. Estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) que recoge los datos relativos al gasto que realizan en España los visitantes no residentes.

Egreso

En contabilidad, salida de dinero en la tesorería de una empresa u organización.

Elasticidad

En economía, grado de respuesta a los cambios en la estructura de los precios que mide la correlación entre el nivel de demanda y la variación en el precio.

Elasticidad de la demanda turística

En economía turística, grado de respuesta a los cambios en la estructura de los precios que mide la correlación entre el nivel de demanda y la variación en el precio en el sector turístico.

EMA

Europe, the Middle East and Africa. Referencia internacional al área geográfica comprendida por Europa, Oriente Medio y África.

EMAS

Eco-Management and Audit Scheme. Normativa de la Unión Europea que reconoce a las empresas y organizaciones que han implantado un sistema de gestión medioambiental.

Embudo de marketing

Proceso del departamento de

marketing que permite realizar un seguimiento a las acciones desarrolladas desde su lanzamiento hasta que se convierten en oportunidad de venta. En ese momento es entregado al departamento comercial para introducirlo en el embudo de ventas. Se representa como una herramienta gráfica de cono invertido donde se plasma cada una de las fases del proceso de compra desde que el producto o servicio es conocido hasta la fidelización del cliente: conocimiento, opción de compra, compra y atención al cliente y fidelización.

Embudo de ventas

Proceso del departamento comercial que permite realizar un seguimiento a las oportunidades potenciales de ventas, que previamente han sido cualificadas y seleccionadas por el departamento de marketing hasta convertirse en oportunidades reales que finalizan en compra. Se representa como una herramienta gráfica de cono invertido donde se plasma cada una de las fases del proceso de venta: *lead*, prospecto, oportunidad, cualificación y cierre.

Empleo en la industria turística

Indicador del número de personas empleadas en la industria turística, en cualquiera de sus empleos o categorías, como actividad principal.

Empresa de gestión

En hotelería, empresa u organización que edifica un inmueble para su uso alojativo.

Empresa franquiciada

En hotelería, empresa u organización que mediante concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgado para operar un complejo hotelero o extrahotelero, restaurante o cafetería, utiliza una marca registrada o un modelo de negocio que ofrece *know-how*, estándares de operaciones y de calidad, estrategia y canales de comercialización, a cambio de una cantidad de dinero anual y unos royalties.

Empresa propietaria

En hotelería, titular del establecimiento alojativo, sin que ello implique que se ocupe de su gestión. Para ser considerada como tal, la empresa debe poseer al menos el 51% del inmueble o de la sociedad propietaria del mismo.

Empresa turística

Empresa u organización que de forma directa produce bienes de consumo o servicios relacionados con la actividad o la demanda turística.

Encuesta de ocupación

Estudio estadístico que mide la evolución de la oferta y ocupación de los establecimientos alojativos a

través del análisis de distintas variables, elaborado en España por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Existen diferentes tipos de encuestas de ocupación: la hotelera (EOH), la de acampamentos (EOAC), la de apartamentos (EOAP) y la de alojamientos de turismo rural (EOTR).

English breakfast

Expresión inglesa para desayuno inglés. Ver *Desayuno inglés*.

Enoturismo

Ver *Turismo enológico*.

Entorno habitual

Zona geográfica en la que una persona desempeña sus actividades cotidianas habituales.

Entremetier

En hostelería, persona del departamento de cocina responsable de la preparación de entrantes: sopas, consomés, patatas, huevos, pasta, hortalizas y guarniciones.

Entretenimiento

Ver *Animación*.

EOAC

Encuesta de Ocupación en Acampamentos. Ver *Encuesta de ocupación*.

EOAP

Encuesta de Ocupación en Apartamentos. Ver *Encuesta de ocupación*.

EOH

Encuesta de Ocupación Hotelera. Ver *Encuesta de ocupación*.

EOTR

Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural. Ver *Encuesta de ocupación*.

EP

European Plan. En español, sólo alojamiento. Ver *Sólo alojamiento*.

Equipamiento turístico

Conjunto de instalaciones, instrumentos y sistemas necesarios para la elaboración de un producto turístico.

ERP

Enterprise Resource Planning. Software de gestión empresarial que permite gestionar y optimizar de forma integrada los procesos operativos de los distintos departamentos de una empresa, mediante procesos transparentes en tiempo real.

Escandallo

Cálculo del precio de coste o de venta de un producto o servicio a partir de los factores que lo integran.

Esencia de la marca

En marketing, núcleo central que define la marca o principales características que determinan la identidad del destino.

Eslogan

En marketing turístico y comunicación, palabra, grupo de palabras o frase vinculada con un identificador gráfico que sirven para describir un producto o destino y transmitir sus

características diferenciales de forma sucinta y singular.

Esquí

Actividad turístico-deportiva consistente en deslizarse sobre la nieve por medio de dos tablas especiales sujetas a las botas mediante fijaciones.

Establecimiento

Lugar donde habitualmente se ejerce una actividad productiva.

Establecimiento alojativo

Tipo no determinado de establecimiento que presta servicios de hospedaje por un espacio de tiempo determinado, que consta de una edificación o conjunto de edificios (totales o parciales) y dispone de áreas e instalaciones comunes para los clientes, operadas en forma conjunta.

Establecimiento extrahotelero

Tipo de establecimiento no hotelero que dispone de unidades alojativas y cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos, entre los que se encuentran los apartamentos, residencias, villas, casas emblemáticas, casas rurales, condohoteles y viviendas vacacionales.

Establecimiento hotelero

Tipo de establecimiento que dispone de unidades alojativas y ofrece además servicio de

alimentación y otros complementarios, entre los que se encuentran los hoteles, hosteles, apartoteles, balnearios, boteles, *lodges* y paradores.

Estacionalidad

En turismo, tendencia de la demanda a concentrarse en épocas (estacionalidad en el tiempo) o zonas geográficas determinadas (estacionalidad en el espacio).

Estadía

Ver *Pernoctación*.

Estado de habitación

En hotelería, situación en la que se encuentra una habitación en un momento concreto.

Estancia

En hotelería, período en el que un cliente ocupa una habitación.

Estancia prolongada

En hotelería, extensión de la estancia una vez transcurrida la fecha de salida prevista inicialmente.

Estrategia de marca

Conjunto del planteamiento estratégico sobre el que se basa el desarrollo de marketing de una marca. Parte de preguntas como ¿por qué crearla?, ¿qué apariencia tiene?, ¿a quién va dirigida? o ¿qué nos proponemos?; también denominada estrategia de *branding*.

Estrella

En hotelería, símbolo identificativo y calificativo de

carácter internacional que se utiliza para indicar la categoría de un establecimiento hotelero, en función del nivel de cumplimiento de una serie de estándares de calidad y servicio.

Estructura de la marca

En marketing turístico, modo en que están estructuradas las distintas marcas integrantes de un destino (es decir, de ámbito nacional y subnacional), la relación que guardan entre sí y el modo en que se diferencian unas de otras. Su relación se basa en el principio de que debe haber cierto parecido de familia, es decir, que se reconozca su coincidencia geográfica, pero conservando los rasgos distintivos particulares.

Estructura turística

Conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas físicas dedicadas a prestar servicios para satisfacer y facilitar la práctica del turismo.

Estudio

En hotelería, unidad alojativa propia de los establecimientos extrahoteleros de características similares a una habitación estándar, que entre su equipamiento cuenta con un sofá cama.

E-ticket

Voz inglesa para billete electrónico. Ver *Billete electrónico*.

ETOA

European TourOperators

Association. En español, Asociación Europea de Turoperadores. Colectivo que tiene como objetivo defender los intereses de los proveedores de servicios turísticos en Europa.

Eurocheque

Sistema de pago creado por distintas entidades bancarias europeas que se caracteriza por asociar el talonario de cheques a una tarjeta de débito electrónica.

Eurocontrol

Marca de la Organización Europea para la Seguridad de la Navegación Aérea, que tiene como objetivo el desarrollo de un sistema seguro, eficaz y coordinado del tráfico aéreo europeo, el denominado cielo único europeo.

EUROGITES

Federación Europea de Turismo Rural. Colectivo que tiene como objetivo, entre otros, la implantación de criterios comunes para el equipamiento y las calidades mínimas en los alojamientos de turismo rural de toda Europa, como primer paso hacia un producto internacional garantizado y transparente.

EUROPARC

Federación paneuropea que reúne instituciones de 39 países dedicadas a la planificación y gestión de los espacios naturales protegidos y la defensa de la naturaleza.

European Plan

EP. Expresión inglesa para sólo alojamiento. Ver *Sólo alojamiento*.

EURO-TOQUES

Organización Internacional de Cocineros. Colectivo que tiene como objetivo la defensa del patrimonio culinario europeo en su diversidad y en sus orígenes, proteger la calidad y el sabor de los alimentos, defender la seguridad de los productos alimentarios y favorecer las combinaciones naturales y exigir un etiquetado correcto para dar a los consumidores una información clara que les permita hacer su elección con buenos criterios.

Evaluación del destino

En marketing estratégico, valoración de la percepción de la marca en los principales mercados objetivo. Suele incluir un análisis de los productos y experiencias del destino, así como de las actitudes de la gente hacia el destino, así como el posicionamiento actual de la marca y su funcionamiento hasta la fecha.

Evento

Suceso importante y programado, de índole social, académico, artístico o deportivo.

Exceltur

Excelencia Turística de España. Asociación sin ánimo de lucro integrada por un importante número de los principales grupos y

empresas turísticas españolas que tiene como fin potenciar el desarrollo económico y propiciar mayores niveles de competitividad en el sector turístico de España.

Exchange

En hotelería, voz inglesa para el intercambio de derechos sobre una propiedad vacacional, por un periodo de tiempo determinado.

Exchange order

En hotelería, expresión inglesa para bono de agencia. Ver **Bono de agencia**.

Exclusivo adultos

En hotelería, expresión para identificar un establecimiento alojativo que presta servicio exclusivamente a clientes mayores de 18 años.

Excursión turística

En turismo, visita que se realiza a uno o varios lugares de interés turístico, comercializada como una unidad de venta.

Excursionista

Visitante de día o viajero ausente de su lugar de residencia habitual menos de 24 horas y que por tanto no incluye pernoctación, a diferencia del turista.

Experiencia de la marca

En turismo, se refiere a la experiencia que los visitantes esperan tener o disfrutar cuando visitan el destino.

Express check-in

En hotelería y transporte, expresión inglesa para el proceso automatizado de registro de entrada.

Express check-out

En hotelería, expresión inglesa para el proceso automatizado de registro de salida.

Extensión de marca

Estrategia de marca basada en el lanzamiento de nuevos productos bajo el mismo nombre de marca aunque se trate de categorías diferentes.

Extra

En recursos humanos, persona contratada para uno o varios servicios concretos, durante un periodo de tiempo determinado, como refuerzo del servicio ante un pico alto de consumo o de demanda del servicio.

En hotelería, servicio o consumo que no está incluido en la contratación inicial.

f

F

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las fundas de almohada.

F&B

Food and Beverages. En español, alimentos y bebidas. Ver ***Departamento de alimentos y bebidas***.

Facilidades

En turismo, conjunto de los diferentes aspectos que forman parte de un producto turístico y que generan el interés y disfrute del turista.

Fact sheet

Expresión inglesa para ficha técnica. Ver ***Ficha técnica***.

Fam trip

En turismo, expresión inglesa para viaje de familiarización. Viaje de cortesía organizado para operadores turísticos o agentes de viajes para que puedan conocer en primera persona un destino turístico, mejorando así su conocimiento sobre el destino y por tanto su comercialización futura.

Familitur

Estadística que realiza el Instituto Nacional de Estadística (INE) que recoge datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España.

FB

Full Board. En español pensión completa. Ver ***Pensión completa***.

FEAAV

Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viaje. Colectivo que tiene como objetivo relacionarse con toda clase de organismos y entidades nacionales e internacionales con el fin de defender los intereses de sus miembros.

Fecha límite de reserva

En hotelería, fecha máxima indicada para el pago de una reserva, antes de que el establecimiento proceda a la cancelación.

Fee

En turismo, voz inglesa para un cargo económico previamente fijado y comunicado, por un servicio prestado.

Fee per head

Expresión inglesa para el coste por persona de un servicio.

FEEC

Federación Española de Empresarios de Camping y Ciudades de Vacaciones. Organización empresarial que integra a la práctica totalidad de asociaciones provinciales y autonómicas del sector del

camping, al servicio de las necesidades del sector y de sus asociados.

FEH

Federación Española de Hoteles, fusionada en 2004 con la Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España (ZONTUR) para formar la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

FEHR

Federación Española de Hostelería y Restauración. Colectivo que tiene como objetivo promover la unidad sectorial, desarrollar sinergias entre asociaciones y relaciones con socios estratégicos y proyectarse a sí mismo como organismo representativo del sector.

FEPET

Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo. Colectivo que tiene como objetivo la defensa de los intereses profesionales del sector y la promoción del turismo, para lo que trabaja en estrecho contacto con las administraciones públicas, patronatos, empresas y organismos nacionales e internacionales.

Feria

Evento multitudinario celebrado con fines económicos, sociales o culturales con una periodicidad determinada, que se utiliza como

un instrumento de comunicación, promoción e información de productos, bienes y servicios.

Ferry

Tipo de barco transbordador que enlaza dos o más puntos llevando pasajeros, carga y/o vehículos.

FETAVE

Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas. Colectivo que tiene como objetivo representar al sector ante toda clase de organismos y entidades de ámbito local, estatal e internacional, así como coordinar las actividades de las asociaciones miembros.

Ficha técnica

Hoja informativa a modo de esquema detallado de las instalaciones de un establecimiento donde se reflejan los servicios que éste dispone para el cliente.

Fiduciario

En economía, persona física o jurídica responsable de la gestión de los fondos de un tercero.

FIJET

Fédération Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme. En español, Federación Mundial de Periodistas y Escritores de Turismo. Colectivo internacional con origen en Francia que tiene como objetivo contribuir a la libre distribución de información original de la más alta

calidad en materia turística, dentro del respeto a la ética de la profesión periodística.

Firewall

Voz inglesa para un software que hace las veces de cortafuego, impidiendo el acceso no autorizado a través de Internet a las redes privadas y a los datos almacenados.

Fitness

Voz inglesa para la práctica de una modalidad de actividad física basada en una serie de movimientos repetidos y planificados.

FITUR

Feria Internacional de Turismo de Madrid que se celebra anualmente en enero y donde se dan cita los profesionales del sector turístico a nivel mundial. Está considerada la segunda feria de turismo más importante del mundo.

Flowthrough model

En hotelería, expresión inglesa para el indicador que se obtiene al dividir el incremento de ventas y el incremento del resultado operativo bruto, ambos valores con respecto al presupuesto.

Flujo de trabajo

Estudio de los aspectos operativos de una actividad o tarea con el objetivo de reflejar y automatizar los procesos que la componen.

Flujo turístico

Cuantificación de los desplazamientos de turistas entre

dos puntos geográficos (lugar de origen y lugar de destino) en un periodo determinado.

Flyer

Voz inglesa para volandera. Ver **Volandera**.

FODA

Ver **DAFO**.

Folleto

Documento de dos o más hojas, que no constituye un libro, creado e impreso con fines de carácter divulgativo, publicitario o promocional.

Food and Beverages

F&B. Expresión inglesa para alimentos y bebidas. Ver **Departamento de alimentos y bebidas**.

Forecast

En marketing y ventas, voz inglesa para la proyección, pronóstico o predicción futura estimada en el volumen de negocio o más concretamente en la previsión de ventas.

Forecasting

Voz inglesa para gestión de la demanda. Ver **Gestión de la demanda**.

Forfait

Voz francesa para el abono a un evento o actividad deportiva. Muy utilizada en esquí.

Formas de turismo

Tipos de turismo en función de su origen y destino, que se clasifican en turismo interno, turismo

receptor y turismo emisor. Estas formas a su vez pueden combinarse entre sí para dar lugar a otras: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

Foro

Reunión de personas competentes en determinada materia, que debaten ciertos asuntos ante un auditorio que a su vez puede participar o intervenir en la discusión.

Forum

Voz latina para foro. Ver **Foro**.

Franchise

Voz inglesa para franquicia. Ver **Franquicia**.

Franquicia

En hostelería, concesión de derechos de explotación sobre un producto, actividad o nombre comercial, otorgado para operar un complejo hotelero o extrahotelero, restaurante o cafetería, utilizando una marca registrada o un modelo de negocio que ofrece *know-how*, estándares de operaciones y de calidad, estrategia y canales de comercialización.

Frecuencia

En transporte, número de servicios ofrecidos en una ruta en un determinado período de tiempo, que pueden ser expresados en horas, días o semanas.

Free booking

En ventas, expresión inglesa para una reserva abierta que no

requiere confirmación por parte del proveedor.

Free sale

Expresión inglesa para venta abierta. Ver **Free booking**.

Front desk

En hotelería, expresión inglesa para el lugar del *lobby* donde está ubicada la recepción del establecimiento y que incluye la Recepción, Caja, Reservas, Telefonía y Conserjería.

Front office

En hotelería, expresión inglesa para toda el área de actividad del *front desk* (Recepción, Caja, Reservas, Telefonía y Conserjería).

FRONTUR

Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), que recoge datos relativos a la entrada en España de visitantes no residentes.

Ftp

File Transfer Protocol. En informática, expresión inglesa para protocolo de transferencia de archivos vía Internet.

Fuera de servicio

En hotelería, expresión utilizada para indicar que una habitación está bloqueada temporalmente por mantenimiento o reparación.

Full board

FB. Expresión inglesa para pensión completa. Ver **Pensión completa**.

Full comp

Expresión inglesa para un cliente que está exento de cargo asociado al consumo.

Full credit

Expresión inglesa para la modalidad de estancia en alojamiento en el que el cliente dispone de crédito total indefinido, normalmente por cuenta de un tercero, ya sea una agencia de viajes, un turoperador o una empresa.

Full house

Expresión inglesa para la completa ocupación del establecimiento en un periodo determinado.

Full pension

Expresión inglesa para pensión completa. Ver ***Pensión completa***.

Funnel de marketing

Ver ***Embudo de marketing***.

Funnel de ventas

Ver ***Embudo de ventas***.

FYI

For Your Information. En español, para su información. Expresión utilizada en la comunicación escrita para indicar que el mensaje es meramente informativo y que no requiere respuesta.

**Galidón**

En restauración, voz francesa para una mesa o mueble auxiliar usada en el servicio de un restaurante, bien como apoyo o bien para ejecutar determinados servicios como el flambeado, trinchado o corte del producto previo al emplatado.

Garantía

En hotelería, tipo de contrato o acuerdo en el que el turoperador se compromete a pagar un número determinado de habitaciones por temporada, con un precio acordado.

Garde manger

En hostelería, expresión francesa para la persona responsable de preparar los platos fríos y los aperitivos en la cocina.

Gasto turístico

Suma pagada en un viaje turístico por la adquisición de bienes y servicios de consumo o por objetos valiosos para uso propio o para regalo.

Gastronomía

Conjunto de recetas, platos y usos culinarios propios de un determinado lugar y estudio de los mismos.

Gay friendly

En turismo, expresión inglesa para

calificar un destino, empresa o establecimiento especializado en el colectivo LGTB o empresa donde se comercializan productos y servicios específicamente destinados a este colectivo.

GDS

Global Distribution System. En turismo, expresión inglesa para el Sistema Informático de Reservas, que permite acceder a tiempo real a las reservas de líneas aéreas, trenes, navieras, alojamientos turísticos, alquiler de coches, seguros, etc. y que surge a partir de los antiguos CRS (Sistema de Gestión de Reservas).

GEBTA

Guild of European Business Travel Agents. En español, Asociación Europea de Agencias de Viajes de Negocios. Colectivo que tiene entre sus principales objetivos la mejora constante de los modelos de negocio y el fomento de los procesos de innovación dentro del sector de los viajes de empresa.

General Manager

GM. Expresión inglesa para director general. Ver *Director general*.

General sales agent

GSA. Expresión inglesa para agente general de ventas. Ver *Agente general de ventas*.

Geoturismo

Tipo de turismo especializado en la visita, conocimiento y disfrute del patrimonio geológico, la geodiversidad y la biodiversidad de un determinado destino.

Gestión de la capacidad

En *revenue management*, proceso relacionado con la gestión de la demanda por el cual se determina la capacidad en un momento determinado.

Gestión de la demanda

En *revenue management*, proceso que permite pronosticar la demanda futura en un tiempo determinado, a partir de la estimación y el análisis de la demanda basándose en datos históricos y en la estimación de previsiones. La clave reside en mantener un equilibrio entre los recursos disponibles y la demanda existente.

Gestión del canal de venta

En *revenue management*, proceso de organización y administración de los canales de venta *online* y *offline*, en el que se atribuye a cada uno de ellos una cuota sobre el total de la capacidad alojativa en un periodo determinado, en función de determinadas variables.

Gestor de viajes de empresa

Persona responsable de gestionar todo lo relacionado con los viajes y desplazamientos corporativos dentro de una empresa.

Gimnasio

Espacio generalmente cubierto donde se dispone de los equipos y útiles necesarios para el desarrollo de la actividad física.

Globo aerostático

Aparato de navegación aérea consistente en una bolsa de material impermeable y ligero, de la que cuelga una barquilla para la carga y los pasajeros y que asciende al llenarla de un gas de menor densidad que el aire.

GLTB

Ver **LGTB**.

GM

General Manager. En español, director general. Ver **Director general**.

GNE

Global Distribution System New Entrant. En turismo, expresión inglesa para el sistema de distribución directo y sin intermediarios que permite un ahorro de costes de distribución, alternativo al GDS.

Go show

En hotelería, expresión inglesa para el cliente que se presenta sin reserva previa.

Gubernanta

En hotelería, persona responsable del departamento de pisos, entre cuyas responsabilidades está la gestión de la limpieza de habitaciones, conservación del mobiliario, alfombras y demás

enseres de un establecimiento hotelero.

GOI

Gross Operating Income. En español, Beneficio Bruto sobre Venta. Ver **Beneficio bruto sobre venta.**

Golf

Actividad deportiva que consiste en recorrer un itinerario fijado dentro de un terreno extenso al aire libre, introduciendo en cada uno de los hoyos practicados en él una bola golpeada con palos especiales y en la que gana el jugador que hace el recorrido con el menor número de golpes.

Golf desk

En hotelería, expresión inglesa para la mesa o espacio donde se atiende la demanda, necesidades o consultas de los jugadores de golf alojados en el establecimiento.

GOP

Gross Operating Profit. Ver **Beneficio operativo bruto.**

GOPPAG

Gross Operating Profit Per Available Guest. Ver **Beneficio operativo bruto por cliente disponible.**

GOPPAR

Gross Operating Profit Per Available Room. Ver **Beneficio operativo bruto por habitación disponible.**

Gran lujo

En hostelería, establecimiento o

servicio con un nivel superior de alta gama y alto valor diferencial.

Grandmaster

Voz inglesa para llave maestra. Ver **Llave maestra.**

Gratuidad

En hotelería, invitación que un establecimiento hace a un tercero como parte de un acuerdo comercial para disfrutar de alojamiento u otros servicios sin coste alguno por un periodo de tiempo determinado.

Gratuity

Voz inglesa para una gratificación o propina asociada a la prestación de un servicio.

Gross Operating Income

GOI. Expresión inglesa para beneficio bruto sobre venta.

Gross Operating Profit Per Available Guest

GOPPAG. Expresión inglesa para beneficio operativo bruto por cliente disponible. Ver **Beneficio operativo bruto por cliente disponible.**

Gross Operating Profit Per Available Room

GOPPAR. Expresión inglesa para beneficio operativo bruto por habitación disponible. Ver **Beneficio operativo bruto por habitación disponible.**

Gross Operation Profit

GOP. Expresión inglesa para beneficio operativo bruto. Ver **Beneficio operativo bruto.**

Gross rate

En ventas, expresión inglesa para el precio de un producto o servicio que incluye una comisión previamente determinada.

Group

Voz inglesa para grupo. Ver **Grupo**.

Grupo

En turismo, conjunto indivisible de personas con características y fines comunes que demanda o hace uso de alojamiento o servicios de naturaleza turística.

Grupo de compra

En turismo, asociación de empresas constituida con el objeto de sumar los respectivos volúmenes de venta individuales de los asociados para alcanzar una mayor capacidad de negociación y obtener mejores precios de sus proveedores. Se trata de una figura habitual en el sector de los hoteles y las agencias de viajes.

Grupo de viaje

Colectivo de personas que realizan juntas un viaje y comparten los gastos asociados al mismo.

GSA

General Sales Agent. En español, Agente General de Ventas. Ver **Agente general de ventas**.

Guaranteed reservation

Expresión inglesa para reserva

garantizada. Ver **Reserva garantizada**.

Guéridon

Voz francesa para galidón. Ver **Galidón**.

Guest

Voz inglesa para huésped. Ver **Huésped**.

Guest history

Expresión inglesa para el historial del cliente. Ver **Historial de cliente**.

Guest intelligence

Expresión inglesa para el análisis de los comentarios de los clientes en el entorno físico y digital con el objeto de detectar posibles carencias, debilidades o necesidades de un establecimiento alojativo, con el propósito de mejorarlas.

Guía

En turismo, persona con amplio conocimiento del destino, capaz de expresarse en dos o más idiomas, cuya responsabilidad es atender, informar y asistir a los turistas en los *tours* que realizan.

Guía turística

En turismo, publicación física o digital sobre viajes que tiene como fin proporcionar al turista la información general básica y aquella de interés turística relacionada con un destino.

h

H

Símbolo que se utiliza para identificar a los hoteles dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Habitación

En hotelería, espacio destinado a dormir ofrecido por un establecimiento hotelero y cuyo tipo lo determinan los metros cuadrados disponibles, el número de camas y los servicios complementarios de los que disponga.

Habitación cuádruple

En hotelería, habitación para el uso de cuatro personas que dispone de dos o más camas.

Habitación disponible

En hotelería, habitación no ocupada en un establecimiento alojativo que se encuentra en servicio y susceptible de ser ocupada.

Habitación doble

En hotelería, habitación para el uso de dos personas que dispone de una cama de matrimonio o dos individuales.

Habitación doble doble

En hotelería, habitación para el uso de hasta cuatro personas que dispone de dos camas separadas individuales o de matrimonio.

Habitación doble uso individual

En hotelería, habitación doble en la que se hospeda un solo cliente.

Habitación estándar

En hotelería, habitación tipo de un establecimiento alojativo.

Habitación individual

En hotelería, habitación para el uso de una sola persona que cuenta con una cama individual.

Habitación máster

En hotelería, habitación virtual creada en un PMS para dar entrada a un grupo de clientes cuyos cargos serán abonados de forma indivisible por una sola empresa o agencia de viajes.

Habitación ocupada

En hotelería, habitación que en un momento determinado está siendo utilizada por uno o varios clientes.

Habitación triple

En hotelería, habitación para el uso de tres personas que dispone de dos o más camas.

Habitación y desayuno

En hotelería, tipo de hospedaje que incluye alojamiento y desayuno.

Habitaciones conectadas

En hotelería, habitaciones que se comunican interiormente por una puerta o acceso directo.

Habitaciones contiguas

En hotelería, habitaciones dispuestas una junto a la otra pero que no están conectadas interiormente.

Half board

Expresión inglesa para media pensión. Ver *Media pensión*.

Handling

En transporte aéreo, voz inglesa para la asistencia en tierra a aeronaves y pasajeros.

Happy hour

En hostelería, expresión inglesa para una acción promocional destinada a generar demanda en determinados bares, consistente en ofrecer bebidas extras o barra libre a un precio competitivo durante una determinada franja horaria generalmente de bajo consumo.

HD

Habitación y Desayuno. Ver *Habitación y desayuno*.

HE

Hostal Emblemático. Símbolo que se utiliza en Canarias para identificar a los hostales emblemáticos dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

High season

Expresión inglesa para temporada alta. Ver *Temporada alta*.

Historial de cliente

En hostelería, documento o ficha que recoge todos los datos y la información relacionada con un

determinado cliente y su actividad anterior en el establecimiento y que debe estar asociada al CRM.

Histórico

En hotelería, registro de visitas totales realizadas por un cliente desde el inicio de su relación comercial con un establecimiento alojativo, que se consulta con el fin de ofrecerle un precio adecuado y un servicio personalizado en función de su experiencia anterior.

Histórico de ventas

En *revenue management*, información que permite a la empresa disponer de un conocimiento detallado de la demanda durante un determinado periodo de tiempo anterior.

HM

En hotelería, tipo de hospedaje en el que se contrata el primer día sólo alojamiento, el segundo día media pensión y el tercero sólo desayuno. Esta combinación es habitual en paquetes de nieve o escapadas de fin de semana, de viernes a Domingo.

Holistay

En turismo, voz coloquial inglesa para vacaciones o periodo de éstas que se disfrutan en casa. También llamado *Staycations*.

HORECA

Acrónimo de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías, utilizado en alimentación para el

canal de ventas que se ocupa de estos establecimientos.

Hospitalidad

Buena acogida y recibimiento que se hace a turistas y visitantes.

Hospitality desk

En hotelería, expresión inglesa para la mesa o mostrador temporal que un establecimiento alojativo pone a disposición de los responsables de un grupo para la atención exclusiva de sus miembros.

Hospitality room

En hotelería, expresión inglesa para la habitación que se cede sin cargo al cliente para que haga uso de ella puntualmente una vez ha desocupado su habitación y hasta que abandona el establecimiento.

Hostal

Tipo de alojamiento turístico. Ver *Pensión*.

Hostel

Tipo de establecimiento hotelero que combina las características propias de un hotel con las propias de un hostal.

Hostelería

Actividad económica consistente en la prestación de servicios ligados al alojamiento y/o la alimentación durante un periodo determinado de tiempo, generalmente asociados a la actividad turística.

Hostería

Conjunto de servicios que

proporcionan alojamiento y comida a los clientes.

Hotel

Tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Hotel boutique

Tipo de establecimiento hotelero de pequeñas dimensiones que posee características arquitectónicas especiales y de estilo refinado, dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios de carácter especial y exclusivo.

Hotel cápsula

Tipo de establecimiento hotelero propio de Japón que dispone de unidades alojativas con formato de nicho de reducidas dimensiones (normalmente de 2,00 x 1,00 x 1,25 metros) y que ofrece servicio básico de alimentación y otros complementarios.

Hotel casino

Tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, que dispone de casino de juegos y la licencia necesaria para el desarrollo de dicha actividad.

Hotel con encanto

Tipo de establecimiento hotelero

propio de Canarias ubicado en un inmueble urbano de características históricas, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Hotel de aeropuerto

Tipo de establecimiento hotelero situado en las proximidades de un aeropuerto, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, como *shuttle bus*.

Hotel de convenciones

Tipo de establecimiento hotelero especializado en la celebración de congresos, convenciones y eventos, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, y que dispone de los espacios y el material necesario para el desarrollo de dichos eventos.

Hotel de lujo

Tipo de establecimiento hotelero de estilo refinado, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios asociados al lujo y a lo exclusivo.

Hotel de negocios

Tipo de establecimiento hotelero especializado en el segmento de clientes de negocios, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Hotel ecológico

Tipo de establecimiento hotelero que en su modelo de gestión y su cultura corporativa plantea principios y medidas respetuosas con el medio ambiente, con el objeto de preservar la naturaleza en el entorno que le rodea, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios. Habitualmente está enclavado en un entorno de gran valor natural o paisajístico.

Hotel emblemático

Tipo de establecimiento hotelero cuya edificación constituye un bien inmueble integrante del patrimonio histórico de Canarias, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Hotel gourmet

Tipo de establecimiento hotelero especializado en una oferta gastronómica de alta calidad, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Hotel no name

En hotelería, expresión inglesa para una modalidad de reserva en la que se garantiza la categoría y la zona o área de ubicación del establecimiento alojativo y en la que se comunica al cliente el nombre del establecimiento

concreto que le ha sido designado en el momento previo al viaje o a su llegada al destino.

Hotel rural

Tipo de establecimiento hotelero ubicado en el entorno rural que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios relacionados con el medio rural.

Hotel temático

Tipo de establecimiento hotelero ambientado en un tema concreto que puede ser general (cine, fotografía, naturaleza) o específico (un personaje público, una saga) que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, especialmente relacionados con el ocio.

Hotel vacacional

Tipo de establecimiento hotelero especializado en el segmento de sol y playa, que dispone de unidades alojativas y ofrece

servicio de alimentación y otros complementarios, especialmente relacionados con el ocio.

Housekeeping

Voz inglesa para departamento de pisos. Ver **Departamento de pisos**.

HR

Hotel Rural. Símbolo que se utiliza en Canarias para identificar a los hoteles rurales dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

HS

Hostales y Pensiones. Símbolo que se utiliza para identificar a los hostales y pensiones dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Huésped

Persona que se aloja en un establecimiento.

Huésped extra

Persona adicional que se aloja en una habitación, generalmente haciendo uso de una cama extra.

i

IACC

International Association of Conference Centers. Ver **Asociación Internacional de Centros de Congresos y Convenciones.**

IATA

International Air Transport Association. Ver **Asociación Internacional de Transporte Aéreo.**

IBTA

Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocios. Ver **Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocios.**

ICAO

International Civil Aviation Organisation. En español, Organización de Aviación Civil Internacional. Ver **Organización de Aviación Civil Internacional.**

ICCA

Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. Ver **Industria de reuniones.**

ICTE

Instituto para la Calidad Turística Española. Ver **Instituto para la Calidad Turística Española.**

Identidad corporativa

Conjunto de características de un destino o lugar que lo distinguen y lo hacen singular a los ojos de

sus posibles visitantes o clientes, de forma que tal superioridad competitiva lo hace destacar respecto a la competencia. Puede utilizarse como sinónimo de marca.

Identidad de marca

Producto de diseño gráfico utilizado sistemáticamente en todas las comunicaciones de marketing de un destino como símbolo que lo identifica. Su valor deriva de una aplicación coherente a lo largo del tiempo que permite identificarlo como elemento derivado y representativo de ese destino en particular.

Identificador gráfico

En diseño gráfico, publicidad y comunicación, unión del símbolo y del logotipo que constituye la identidad gráfica de una marca, diferenciándola del resto. Junto con la tipografía y el color es el elemento básico de la identidad de una marca.

IDS

Internet Distribution System. En español, Sistema de Distribución en Internet. Ver **Sistema de Distribución en Internet.**

IET

Instituto de Estudios Turísticos. Ver **Instituto de Estudios Turísticos.**

IH&RA

International Hotel & Restaurant Association. Organización sin fines de lucro que representa los intereses de los hoteles y restaurantes ante organismos internacionales.

IIH

Índice de Ingresos Hoteleros. Ver ***Índice de ingresos hoteleros.***

Imagen del destino

En marketing y comunicación, suma de creencias, ideas, impresiones y expectativas que un turista tiene sobre un destino.

Imagen turística

En marketing y comunicación, suma de creencias, ideas o impresiones que una persona tiene sobre un destino turístico.

Impacto del turismo

En turismo, cambios que se producen como consecuencia de la aparición y el desarrollo de la industria turística en un destino.

Impacto económico del turismo

En economía, resultado de las transacciones de bienes y servicios en un destino entre los oferentes (productos turísticos) y los demandantes (turistas).

IMPACTUR

Estudios de Impacto Económico del Turismo elaborados anualmente por las distintas comunidades autónomas en España.

Impuesto de salida

Impuesto con el que se grava a los

viajeros de un país cuando viajan a otro, con independencia del medio que utilicen para ello.

IMERSO

Instituto de Mayores y Servicios Sociales. Organismo del Gobierno de España que se encarga de la gestión de programas y prestaciones para las personas mayores y en situación de dependencia.

Inbound

En turismo, voz inglesa para indicar los flujos receptivos.

Inbound marketing

En marketing, expresión inglesa para el conjunto de técnicas que permiten a una marca llegar al cliente o ser encontrado por éste, de una forma no intrusiva y aportándole valor, mediante una estrategia basada en la generación de contenidos, la optimización en buscadores y los medios sociales a través de Internet.

Incentive tour

Expresión inglesa para viaje de incentivos. Ver ***Viaje de incentivos.***

Incoming

En turismo, voz inglesa para los servicios que se prestan en destino.

IND

Habitación Individual. Ver ***Habitación individual.***

Indicador clave de desempeño

Ver ***Indicador clave de rendimiento.***

Indicador clave de rendimiento

Medida del nivel del desempeño de un proceso, normalmente expresado en porcentaje (%). También llamados KPI, se crean para determinar la evolución o progreso de un aspecto que se quiere medir y que se determina previamente, referido a distintas áreas de gestión de la empresa. Vinculado al concepto de inteligencia de negocio.

Indicador del precio medio

En *revenue management*, medida obtenida al comparar la tarifa media de un establecimiento alojativo con relación a su competencia.

Índice

En hotelería, indicador del rendimiento de un establecimiento en relación a un segmento de mercado determinado, en el que se miden tres variables concretas: ocupación, tarifa media diaria (ADR) e ingresos por habitación disponible (RevPAR).

Índice de ingresos hoteleros

IIH. Medida estadística de la evolución mensual de los ingresos obtenidos en los establecimientos alojativos por las habitaciones ocupadas. Se trata de un indicador que complementa la información facilitada por el índice de precios hoteleros.

Índice de ocupación

En hotelería, relación entre el

número total de clientes alojados y el número total de habitaciones ocupadas en un período determinado, expresado en clientes por habitación.

Índice de penetración en el mercado

En hotelería, indicador que establece la posición relativa de un establecimiento alojativo con respecto a otros previamente determinados, tomando como base su ocupación media.

Índice de precios hoteleros

IPH. Indicador que elabora mensualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE) y que señala la evolución temporal de los precios de los establecimientos hoteleros de tres o más estrellas por provincias y que se elabora a partir de la información aportada por los propios establecimientos, que informan de los precios de las distintas tarifas en base a una estancia en régimen de sólo alojamiento en una habitación doble con baño.

Industria de reuniones

Conjunto de actividades asociadas al turismo de negocio que se genera en torno al subsector de las reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, y cuyo fin está vinculado a la realización de actividades principalmente laborales o profesionales que se complementan con otras de ocio.

Industria turística

Conjunto de empresas y establecimientos cuya actividad principal está directamente relacionada con la actividad turística.

INE

Instituto Nacional de Estadística. Ver ***Instituto Nacional de Estadística***.

Información turística

En turismo, conjunto de informaciones que se prestan al turista para informarle y orientarle, ya sea con carácter previo al viaje o durante su estancia en el destino.

Informador turístico

En turismo, persona con amplios conocimientos del destino y con capacidad para expresarse en dos o más idiomas, cuya responsabilidad es informar a los turistas sobre ese destino.

Infraestructura turística

En turismo, toda la estructura básica necesaria para el desarrollo de la actividad turística, tales como vías de comunicación, aeropuertos, puertos, terminales de transporte ferroviario o por carretera, energía, salud, telefonía, entre otros.

Ingreso

En contabilidad, importe que percibe una empresa por la venta de sus productos o servicios.

Ingreso marginal

En contabilidad, ingreso adicional bruto producido por la venta de

una unidad extra de producción.

Ingreso medio de alimentos y bebidas por cliente

En hotelería, ratio utilizada para medir la rentabilidad de las ventas generadas por el consumo de alimentos y bebidas, que se obtiene al dividir el total de ingresos por ese concepto entre el número total de clientes en un periodo de tiempo determinado.

Ingreso medio de minibares por habitación ocupada

En hotelería, ratio utilizada para medir la rentabilidad de las ventas generadas por el consumo de los minibares de las habitaciones, que se obtiene al dividir el total de ingresos por ese concepto entre el número total de habitaciones ocupadas en un periodo de tiempo determinado.

Ingreso medio por empleado

En hotelería, ratio utilizada para medir la rentabilidad por empleado, que se obtiene al dividir el total de ingresos entre el número total de trabajadores en un periodo de tiempo determinado.

Ingreso neto operativo

En contabilidad, diferencia entre los gastos y los ingresos operativos.

Ingreso neto por habitación disponible

NRevPAR. En *revenue management*, ratio utilizada para

medir los ingresos netos por alojamiento en un periodo de tiempo determinado, que se obtiene al dividir los ingresos netos por alojamiento menos el coste de distribución entre el número de habitaciones disponibles.

Ingreso por asiento disponible y unidad de tiempo

RevPASH. En *revenue management*, ratio utilizada para identificar los picos altos y bajos de consumo en los bares y restaurantes de un establecimiento alojativo, que se obtiene al dividir los ingresos entre el número de asientos disponibles, que en el caso de habitaciones serían días.

Ingreso por cliente disponible

RevPAG. En *revenue management*, ratio utilizada para medir los ingresos por alojamiento en un periodo de tiempo determinado, que se obtiene al dividir los ingresos por alojamiento entre el número de clientes disponibles.

Ingreso por habitación

En *revenue management*, ratio utilizada para medir los ingresos totales generados en concepto de venta o alquiler de habitaciones.

Ingreso por habitación disponible

RevPAR. En *revenue management*, ratio utilizada para medir los ingresos por

alojamiento en un periodo de tiempo determinado, que se obtiene al dividir los ingresos por alojamiento entre el número de habitaciones disponibles.

Ingreso por metro cuadrado disponible

RevPAM. En *revenue management*, ratio utilizada para medir la rentabilidad de los espacios destinados a la celebración de eventos, que se obtiene al dividir los ingresos entre los metros cuadrados disponibles.

Ingreso total por habitación disponible

TrevPAR. En *revenue management*, ratio utilizada para medir los ingresos totales (no sólo de alojamiento, sino de alimentación y bebidas, entre otros) que generan las habitaciones del establecimiento susceptibles de ser vendidas, que se obtiene al dividir dichos ingresos entre el número total de habitaciones disponibles.

Ingreso total por habitación ocupada

RevPOR. En *revenue management*, ratio utilizada para medir los ingresos totales (no sólo de alojamiento, sino de alimentación y bebidas, entre otros) que genera una habitación ocupada, que se obtiene al dividir dichos ingresos entre el número total de habitaciones ocupadas.

Inplant

Voz inglesa para la agencia de

viajes situada físicamente en las instalaciones de otra empresa, a la cual presta sus servicios.

In-house

Voz inglesa para productos de acogida. Ver **Producto de acogida**.

Insight

En marketing, voz inglesa para los valores, hábitos, deseos, motivos, emociones o necesidades del cliente que puede generar una ventaja competitiva, pero no como solución, sino como la vía para llegar a ella. Cuando se habla de *insight*, se refiere a percepción, creencia, conocimiento y no a conclusión o resultado.

Instalación turística

En turismo, toda construcción que no sea equipamiento, cuyo fin es facilitar la práctica de la actividad turística.

Instituto de Estudios Turísticos

IET. Organismo del Gobierno de España responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo.

Instituto Nacional de Estadística

INE. Organismo del Gobierno de España responsable de la coordinación general de los servicios estadísticos estatales y la vigilancia, control y supervisión de sus procedimientos técnicos.

Instituto para la Calidad Turística Española

ICTE. Entidad privada sin ánimo de

lucro que se ocupa de la certificación de sistemas de calidad especialmente creados para las empresas turísticas, representados por el símbolo "Q".

Inteligencia competitiva

Conjunto de procesos para la obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre determinadas actividades o sectores productivos y los competidores que operan en él, que se investigan con el fin de identificar hechos y evidencias de interés para la competitividad de una empresa, con el objeto de ayudar en la toma de decisiones estratégicas, presentes o futuras.

Inteligencia de negocio

En *management*, conjunto de estrategias y aspectos relevantes de la gestión de una empresa destinados a la creación de conocimiento sobre la misma, por medio de la obtención y análisis de los datos e informaciones disponibles, con el fin de optimizar los procesos y agilizar la toma de decisiones.

Inteligencia turística

Conjunto de procesos para la obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico asociados a un destino turístico, que se investigan con el fin de identificar hechos y evidencias de interés para la competitividad de dicho

destino, con el objeto de ayudar en la toma de decisiones estratégicas, presentes o futuras.

International Air Transport Association

IATA. En español, Asociación Internacional de Transporte Aéreo. Ver **Asociación Internacional de Transporte Aéreo**.

International Association of Conference Centers

IACC. En español, Asociación Internacional de Centros de Congresos y Convenciones. Ver **Asociación Internacional de Centros de Congresos y Convenciones**.

Internet

International System Net. Voz inglesa para el sistema internacional de redes interconectadas. Red informática mundial, formada por la conexión directa entre computadores u ordenadores, mediante un protocolo especial de comunicación.

Inventario

Asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, realizado con control, orden y precisión.

Inversión turística

En economía, movimiento de capital o bienes para su colocación en infraestructura, bienes y servicios turísticos.

IPH

Índice de Precios Hoteleros. Ver **Índice de precios hoteleros**.

ISTE

Indicador Sintético de Turismo en España. Indicador elaborado por Exceltur que tiene como objetivo ofrecer información sobre el crecimiento real del turismo español con una periodicidad trimestral, de forma que pueda servir como referencia para comparar la dinámica turística con la evolución del PIB y el resto de indicadores de otros sectores de actividad o de otros países.

ITB

Internationale Tourismus Börse. Feria Internacional de Turismo de Berlín que se celebra cada dos años en marzo y donde se dan cita los profesionales del sector turístico a nivel mundial. Está considerada la feria de turismo más importante del mundo.

ITC

Inclusive Tour Charter. En aviación, expresión inglesa para el viaje todo incluido cuyo transporte aéreo es un vuelo chárter.

ITH

Instituto Tecnológico Hotelero. Centro de innovación adscrito a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), que tiene como misión promover el uso de nuevas tecnologías y sistemas de gestión

que contribuyan a mejorar la competitividad, rentabilidad, calidad, eficiencia y sostenibilidad de las empresas vinculadas a la industria hotelera y turística.

Itinerario

En turismo, descripción de un viaje, ruta o recorrido donde se incluyen los lugares, accidentes, paradas, etc.

j

Jacuzzi

Voz inglesa para bañera de hidromasaje. Ver **Bañera de hidromasaje**.

Jefe de cocina

Ver **Chef**.

Jefe de comedor

Ver **Maitre**.

Jefe de partida

En hostelería, persona responsable dentro del departamento de cocina de la planificación, organización y supervisión de la partida o sección de la cocina que está a su cargo.

Jefe de recepción

En hotelería, persona con mayor responsabilidad y atribuciones en las tareas de recepción y conserjería.

Jefe de reservas

En hotelería, persona responsable de la gestión de las reservas y servicios complementarios de contratación anticipada en un establecimiento hotelero. Normalmente forma parte de la estructura de recursos del departamento de recepción.

Jetsky

Voz inglesa para moto de agua.

Ver **Moto de agua**.

Junior suite

En hotelería, también llamada semi-suite, habitación de lujo inferior, que ofrece un espacio, confort y servicio superiores al estándar pero inferiores al de una suite. Normalmente está compuesta por dormitorio, baño y salón.

k

Kayak

Embarcación tipo piragua propulsada por palas de dos hojas. Actividad deportivo-recreativa que permite navegar a los ocupantes en una embarcación de este tipo.

Kitchenette

En hotelería, voz inglesa para un espacio reducido reservado para una pequeña cocina integrada en la habitación.

Know-how

Expresión inglesa para el conocimiento adquirido a lo largo del tiempo por un individuo o una empresa sobre una determinada actividad.

KPI

Key Performance Indicator. En español, indicador clave de rendimiento. Ver ***Indicador clave de rendimiento***.

L&F

Lost & Found. Ver **Lost & Found.**

Lanyard

En marketing, voz inglesa para la cinta o cordel que se utiliza generalmente a modo de collar para colgar algo, normalmente una acreditación.

Last room availability

En *revenue management*, expresión inglesa para indicar que todas las habitaciones disponibles en un establecimiento alojativo se ponen a la venta en un canal determinado.

LATAM

Referencia internacional al área geográfica comprendida por los países de Latinoamérica y Caribe.

Late arrival

En hotelería, expresión inglesa para el horario de llegada (*check-in*) fuera de los horarios establecidos, que indica el cliente con objeto de que no se cancele su reserva.

Late check-out

En hotelería, expresión inglesa para el retraso en el horario de salida estándar establecido a las 12:00 pm (*check-out*). En algunos establecimientos alojativos este retraso implica un cargo extra.

Lavandería

En hotelería, área dentro del

departamento de pisos de un establecimiento alojativo cuya función es controlar, limpiar, planchar y cuidar de toda la ropa y lencería, además de atender el servicio de ropa de clientes. Espacio donde se desarrolla dicha actividad.

Lead

En marketing, voz inglesa para el sujeto no necesariamente cualificado que ha mostrado cierto interés en los productos o servicios o marca durante la fase inicial del *funnel* de marketing y que por tanto aún se encuentra muy alejado de la decisión de consumo.

Lead time

En *revenue management*, expresión inglesa para el tiempo que transcurre entre el momento de la reserva y la fecha de llegada del cliente.

Ledger

En contabilidad, voz inglesa para Libro Mayor. Ver **Libro Mayor.**

Legistur

Recopilación de referencias de disposiciones legales en materia turística de la Unión Europea, la Administración del Estado y las Comunidades Autónomas, realizada por el Instituto de Estudios Turísticos.

Lencería

En hostelería, conjunto de prendas de tela que se emplean en los establecimientos alojativos y de restauración para vestir camas y mesas y, por extensión, la ropa de baño y el resto de elementos textiles situados en las habitaciones.

Área dentro del departamento de pisos de un establecimiento alojativo cuya función es ordenar y mantener limpia y en perfecto estado la lencería de las habitaciones.

Leverage

Voz inglesa para transferencia de valor. Ver **Transferencia de valor**.

Ley del cielo

Ley para la Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) creada por el Gobierno de España a propuesta del Parlamento de Canarias, con el fin de tratar de evitar cuatro tipos distintos de contaminación: lumínica, radioeléctrica, atmosférica y la que pueden provocar las rutas aéreas.

LF

Load Factor. Ver **Load factor**.

LGTB

Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales. Colectivo de personas lesbianas, gays, bisexuales y transgénero, que constituyen un

segmento del mercado. En turismo, existen destinos, agencias de viajes, cruceros y establecimientos especializados en este colectivo, clasificados como *gay friendly*.

Libro Mayor

En contabilidad, libro donde se recogen y clasifican las diferentes cuentas de activos, pasivos y patrimonio de una empresa.

Límite de crédito

En hotelería, crédito máximo autorizado en la cuenta de cliente.

Link

Voz inglesa para un enlace o hipervínculo que figura en un documento electrónico o en una información digital que permite acceder directamente a otra parte del mismo o a otro documento.

Lista de espera

En turismo y transporte, relación de personas inscritas en espera de la cancelación de la reserva de un servicio, al haber más demanda que oferta para el mismo en una fecha y horario determinados.

Lito

En restauración, paño de tela generalmente de color blanco que portan los camareros en la muñeca para servir a los comensales o limpiar pequeñas manchas a la hora de ejecutar el servicio.

Llamada despertador

En hotelería, servicio de llamada realizada por una persona de recepción o pregrabada y realizada por un sistema informático, para despertar o avisar al cliente a la hora indicada por este último.

Llave

En hotelería, símbolo identificativo y calificativo de carácter internacional que se utiliza para indicar la categoría de un establecimiento extrahotelero, en función del nivel de cumplimiento de una serie de estándares de calidad y servicio.

Llave maestra

En hotelería, llave que puede abrir cualquier habitación del establecimiento alojativo.

Llegada anticipada

En hotelería, llegada de un cliente antes de la hora prevista al establecimiento alojativo.

Llegadas

En hotelería, término que se utiliza para indicar el número de habitaciones que tienen la misma fecha de ingreso en un establecimiento alojativo.

Load factor

LF. En transporte, expresión inglesa para factor de carga o coeficiente de ocupación (porcentaje de espacio disponible).

Lobby

En hotelería, voz inglesa para el

vestíbulo de un establecimiento alojativo.

Lodge

Voz inglesa para un tipo de establecimiento hotelero formado por varias unidades independientes alojativas (*bungalows*, cabañas, villas) edificadas en entornos naturales y construidos con materiales propios del lugar, normalmente madera, cuyo fin es acercar al cliente a la naturaleza.

Logomarca

Ver *Identificador gráfico*.

Logotipo

En diseño gráfico, publicidad y comunicación, representación gráfica o signo visual compuesto por los caracteres tipográficos de la forma verbal que denomina e identifica a una marca.

Long-stay

En hotelería, expresión inglesa que se utiliza para indicar la estancia de más de quince días de un cliente en un establecimiento alojativo.

Lost & Found

En hotelería, expresión inglesa para el habitáculo o espacio donde la gobernanta guarda los objetos extraviados por los clientes.

Lovemark

En marketing, voz inglesa para una marca centrada en los clientes, con los que logran una vinculación

emocional y empática, más allá de lo racional.

Low cost

Expresión inglesa para bajo coste. Ver ***Bajo coste***.

Low season

Expresión inglesa para temporada baja. Ver ***Temporada baja***.

LRA

Last Room Availability. Ver ***Last room availability***.

m

M

Símbolo que se utiliza para identificar a los moteles dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

MAD

Mean Absolute Deviation. Ver **Desviación Media Absoluta.**

Maitre

Voz francesa para jefe de comedor y máximo responsable de planificar, organizar, gestionar y controlar el servicio de comedor en hoteles y restaurantes. Entre sus tareas se encuentran asignar las mesas a los clientes, ofrecerles y explicarles el menú, así como comprobar que todo es de su agrado durante la velada.

Management

Voz inglesa que engloba las técnicas de gestión y administración de una empresa, proyecto o actividad.

Management contract

Expresión inglesa para contrato de gestión. Ver **Contrato de gestión.**

Manager on duty

En hotelería, expresión inglesa para el director en funciones. Ver **Director en funciones.**

Manipulador de alimentos

Persona que tiene contacto directo

con los alimentos en alguna o varias etapas del proceso de fabricación, preparación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro o servicio.

Mano corriente

En hotelería, acción de contabilizar los cargos y abonos en las cuentas de los clientes y emitir las facturas, cuya responsabilidad recae en el departamento de recepción del establecimiento alojativo.

Manual de Identidad Corporativa

MIC. En diseño gráfico, marketing y publicidad, documento estratégico donde se recogen las líneas maestras de la imagen gráfica de una empresa o de una marca, sus características, atributos, normas de uso y soportes de aplicación más habituales.

Manual de procedimientos

En gestión, documento de uso interno que determina y describe las tareas asignadas y el nivel de responsabilidad de cada departamento de una empresa, quién y cómo deben desarrollarse los procedimientos. Con su implantación se busca el óptimo funcionamiento de la empresa.

MAP

*Modified American Plan. Ver
Media pensión.*

Marca

En marketing y comunicación, conjunto de percepciones que una persona tiene de un producto o destino sobre la base de sus características patentes y que lo distinguen del resto de productos y destinos y, de ese modo, le confieren una ventaja competitiva con respecto a productos o destinos competidores.

Marca destino

En marketing turístico, conjunto de percepciones de un destino basado en las características patentes que lo diferencian de otros. También llamado ADN del destino, en alusión a los valores y características esenciales que lo definen.

Marca país

En marketing turístico, imagen pública general, política, cultural, deportiva, empresarial y turística de un país. También llamada marca nación.

Marca paraguas

En marketing y comunicación, marca global integradora, como marca país o marca nación, que conforma el nivel máximo dentro de la estructura de la marca de un destino.

Marca que ampara a una familia de marcas con características y rasgos comunes.

Marcar

En restauración, acción de colocar el camarero los cubiertos en la mesa, en función de la comida solicitada por el comensal.

Margen de contribución

En economía, diferencia entre el volumen de ventas y el coste variable.

Margen neto de explotación

En economía, indicador que se obtiene al deducir del beneficio operativo bruto los costes de explotación (alquileres, impuestos, seguros, intereses, amortizaciones, entre otros).

Maridaje

En gastronomía, técnica que determina la combinación adecuada del vino y la comida de forma que se complementen o contrasten, con el objetivo de aumentar el deleite de los comensales.

Marina

Conjunto de instalaciones para la práctica de deportes náuticos, que incluye muelles, botes, equipos de pesca submarina, restaurantes, locales comerciales y otros servicios turísticos.

Mark off

En marketing y ventas, expresión inglesa para el incremento del precio de un producto o servicio.

Marketing

Voz inglesa para el conjunto de técnicas y procesos de los que

dispone una organización para crear, comunicar y aportar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con ellos, de tal manera que ambas partes resulten beneficiadas.

Marketing automation

Expresión inglesa para automatización del marketing. Ver ***Automatización del marketing.***

Marketing de destinos

En marketing turístico, conjunto de técnicas y acciones de marketing que se ocupan de dar a conocer, posicionar, promocionar y generar interés y demanda hacia un destino turístico.

Marketing de experiencias

Conjunto de técnicas y acciones de marketing que se centran en las vivencias que los consumidores de un producto o servicio obtienen.

En marketing turístico, conjunto de vivencias que un cliente tiene con relación a un destino turístico.

Marketing de motores de búsqueda

SEM. En marketing digital, estrategia y conjunto de prácticas publicitarias de pago destinadas a mejorar la posición y visibilidad de un *website* en los resultados de los buscadores.

Marketing estratégico

Planificación a medio plazo de las directrices a seguir por una empresa o producto en lo que respecta a la organización y los

procesos para crear, comunicar y aportar valor a los clientes.

Marketing mix

Expresión inglesa para la mezcla de las herramientas de marketing que se utilizan para presentar, fijar precio, distribuir y comunicar los beneficios de un producto o servicio, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

Marketing operativo

Planificación a corto plazo de las actividades y tareas a realizar por una empresa o producto en lo que respecta a su estrategia de comunicación y venta, orientada a dar a conocer los productos y generar demanda hacia ellos.

Marketing relacional

Conjunto de técnicas y acciones de marketing que se centran en atraer, mantener e intensificar las relaciones con el cliente.

Marketing turístico

Conjunto de técnicas y acciones del marketing que se centran en dar a conocer, posicionar, promocionar y generar interés y demanda hacia un destino, producto o servicio turístico.

Marmitón

En hostelería, voz francesa para la persona responsable en cocina de limpiar el menaje.

Masaje

Manipulación de los músculos destinada a mejorar sus funciones,

relajarlos o ayudar en el proceso de curación de los mismos.

Masaje a cuatro manos

Variedad de masaje terapéutico relajante administrado por dos profesionales con fines desestresantes.

Masaje craneal

Masaje relajante que se aplica en la cabeza, cara, cuellos y hombros con el fin de reducir tensiones o dolores en esa zona.

Masaje deportivo

Masaje relajante que se aplica para aliviar las tensiones musculares.

Masaje subacuático

Masaje que se aplica a través de chorros de agua en una bañera con agua mineromedicinal a una temperatura constante, para mejorar la flexibilidad de las articulaciones.

Masaje tailandés

Masaje de estiramiento corporal en el que el profesional utiliza las manos, los antebrazos y los pies para aplicar una presión firme.

Masaje terapéutico

Masaje que se aplica para mejorar la función circulatoria, recuperar la movilidad de los tejidos musculares que puedan estar dañados, y que de forma general alivia o reduce el dolor y proporciona bienestar y relajación.

Mass media

Expresión inglesa para los medios de comunicación considerados

masivos en términos de audiencia, tradicionalmente televisión, radio, cine y prensa.

Master folio

En contabilidad hotelera, expresión inglesa para la gran cuenta que contiene las cuentas individuales de los clientes.

MaxLOS

Maximum Length Of Stay. En *revenue management*, expresión inglesa para la duración máxima de una estancia.

Mayorista

En turismo, agencia de viajes que comercializa productos y servicios turísticos, propios o de terceros, a agencias de viaje minoristas y no directamente al cliente final.

Mayorista-minorista

En turismo, agencia de viajes que puede realizar simultáneamente las funciones de mayorista y minorista.

MCO

Miscellaneous Charge Order. Ver *Miscellaneous Charge Order*.

Media pensión

MP. Tipo de de hospedaje que incluye alojamiento, desayuno y cena, pero no incluye las bebidas.

Medio de pago

En economía, procedimiento que sirve para realizar el pago en las acciones de compra-venta.

Medio de transporte

Vehículo que se utiliza para el traslado de personas o cosas de

un lugar a otro, y que puede ser aéreo, marítimo o terrestre.

Meeting plan

Expresión inglesa para el plan que se crea para gestionar un evento o reunión.

Meeting planning

Expresión inglesa para la planificación y seguimiento de las actividades de un evento o reunión.

Menaje

En hostelería, conjunto de utensilios de cocina y servicio de mesa.

Menú

Conjunto de platos que constituyen una comida.

Comida de precio fijo que se ofrece en hoteles y restaurantes, con posibilidad limitada de elección.

Menú celíaco

En restauración, conjunto de platos especiales destinados a las personas que sufren intolerancia al gluten.

Menú diabético

En restauración, conjunto de platos especiales destinados a las personas que padecen diabetes.

Menú ovolactovegetariano

En restauración, conjunto de platos especiales destinados a las personas vegetarianas que consumen huevos y productos lácteos.

Menú vegano

En restauración, conjunto de platos especiales destinados a las

personas vegetarianas que no consumen ningún tipo de producto de origen animal ni tampoco sus derivados.

Menú vegetariano

En restauración, conjunto de platos especiales destinados a las personas que no consumen carne, pescado o derivados.

Mercadeo

Ver *Marketing*.

Mercado

En marketing, conjunto de posibles clientes que han sido identificados como potencialmente interesados en un determinado producto o servicio.

Mercado turístico

Conjunto de posibles clientes que han sido identificados como potencialmente interesados en un determinado producto o destino turístico.

Merchandising

En marketing, voz inglesa para el conjunto de acciones o productos publicitarios desarrollados para la promoción y venta de productos o servicios en el punto de venta.

Mesón

Tipo de alojamiento turístico modesto, similar a una posada, decorado de forma tradicional y rústica, que dispone de servicio complementario de comidas y bebidas.

MIC

Manual de Identidad Corporativa.

Ver **Manual de Identidad Corporativa**.

MICE

Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions. Ver **Industria de reuniones**.

Minibar

Pequeño refrigerador instalado en las habitaciones de algunos establecimientos alojativos para que el cliente pueda servirse bebidas frías y alimentos tipo aperitivo.

MinLOS

Minimum Length Of Stay. En *revenue management*, expresión inglesa para la duración mínima de una estancia.

Minor departament

Expresión inglesa para el departamento de un establecimiento alojativo que no genera volumen de ingresos.

Minorista

En turismo, agencia de viajes que comercializa productos y servicios turísticos producidos por mayoristas.

Miscellaneous Charge Order

MCO. En transporte aéreo y hostelería, expresión inglesa para el bono que extiende y entrega una línea aérea para cubrir los servicios de hospedaje de los pasajeros que han sufrido demora o cancelación de un vuelo.

Mise en place

En hostelería, expresión francesa

para el conjunto de operaciones previas a un servicio de restauración, orientadas a poner a punto todo lo necesario para la correcta prestación de dicho servicio.

MOD

Manager On Duty. Ver **Manager on duty**.

Modified American Plan

MAP. Expresión inglesa para media pensión. Ver **Media pensión**.

Motel

Tipo de alojamiento turístico modesto que se caracteriza por estar situado próximo a carreteras y ofrecer alojamiento y aparcamiento para estancias de corta duración.

Moto de agua

Actividad deportivo-recreativa que se realiza en el agua con un vehículo ligero motorizado propulsado por turbinas, con un sistema de conducción similar al de una motocicleta. También llamada moto acuática.

Movie map

Expresión inglesa para el mapa turístico en el que se señalan las zonas donde ha sido rodado un largometraje o una producción televisiva, con el fin de promocionar la actividad turística en ese entorno.

Movie tourism

Expresión inglesa para la actividad turística generada en una

localización cinematográfica o televisiva, como resultado de la aparición de ese destino o atractivo turístico en el medio.

Movimiento de tesorería

En contabilidad, cada uno de los cobros y entradas, pagos o salidas de dinero de una empresa.

Mozo de habitación

Persona del departamento de pisos que realiza actividades complementarias al trabajo de las camareras en la limpieza de habitaciones o en el transporte de objetos pesados.

MP

Media Pensión. Ver **Media pensión**.

MPI

Meeting Professional International. Ver **Industria de reuniones**.

Muestra

En hotelería, número de establecimientos alojativos de los que se recibe información para la generación de estadísticas, que se consideran representativos del universo total del colectivo al que pertenecen.

Muletilla

En restauración, servilleta doblada en la que se transportan los cubiertos necesarios para los clientes en el servicio de sala, la cual está ubicada sobre un plato trincherero.

Muletón

En hostelería, tela gruesa afelpada que se coloca debajo del mantel para proteger la mesa o debajo de la sábana para proteger el colchón.

Multipropiedad

Régimen de tiempo compartido. Ver **Tiempo compartido**.

Municipio turístico

En turismo, figura legal creada por algunas comunidades autónomas españolas para distinguir a aquellos municipios que cumplen con ciertos requisitos como número de visitantes, presupuesto dedicado al turismo, etc.

Musicoterapia

Terapia que persigue el equilibrio físico y mental del individuo por medio del uso de la música y sus elementos (sonido, ritmo, melodía, armonía).

n

NAP

Network Access Point. Expresión inglesa para Punto de Acceso a la Red de Internet.

Net operating income

NOI. Expresión inglesa para ingreso neto operativo. Ver ***Ingreso neto operativo.***

Net operating profit

NOP. Expresión inglesa para beneficio neto operativo. Ver ***Beneficio neto operativo.***

Net profit

Expresión inglesa para beneficio neto. Ver ***Beneficio neto.***

Net rate

Expresión inglesa para tarifa neta. Ver ***Tarifa neta.***

Nicho de mercado

En marketing, segmento de mercado en el que los individuos poseen unas características y necesidades comunes, propicias para ser el objetivo de comercialización de un determinado producto o servicio.

Night auditor

En hotelería, expresión inglesa para la persona responsable del cierre operativo del día.

Niños free

En hotelería y turismo, expresión utilizada para indicar que los niños no pagan una serie de

servicios. Normalmente está limitada a un determinado rango de edad.

Nivel de competitividad de un destino

Medida que evalúa la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido para el mercado y su posición relativa frente a sus competidores.

No molestar

En hotelería, rótulo que se cuelga en la puerta de la habitación de un establecimiento alojativo para indicar que el cliente no desea ser molestado.

No show

En hotelería, expresión inglesa para la anulación de una reserva confirmada.

No show guest

En hotelería, expresión inglesa para la no presentación de un cliente con reserva confirmada.

NOI

Net Operating Income. Ver ***Ingreso neto operativo.***

Non scheduled

En transporte, expresión inglesa para la salida o llegada de un medio de transporte no reguladas por un horario determinado.

non stop flight

número de vuelo

Non stop flight

En transporte aéreo, expresión inglesa para un vuelo sin escalas.

NOP

Net Operating Profit. Ver ***Beneficio neto operativo.***

NRevPAR

Net Rooms Revenue Per Available

Room. Ver ***Ingreso neto por habitación disponible.***

Núcleo turístico

En turismo, zona geográfica que genera una actividad turística emisora o receptora.

Número de vuelo

Ver ***Código de vuelo.***

O

O

Símbolo que se utiliza en hotelería para identificar una habitación ocupada.

Occupancy rate

Expresión inglesa para porcentaje de ocupación. Ver **Porcentaje de ocupación**.

Ocio

Tiempo libre de una persona.
Diversión u ocupación reposada durante el tiempo de esparcimiento de una persona.

Ocupación

En hotelería, ratio de habitaciones utilizadas en función de las disponibles que se obtiene mediante el cociente entre el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles a la venta.

Oferta

Número de unidades de determinado bien o servicio que se presentan en un mercado, con un precio concreto y en un momento determinado.

Oferta turística

En marketing turístico, conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje), tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios (hoteles, restaurantes, recreación) ofrecidos al turista en el destino.

Off peak

Expresión inglesa para temporada baja. Ver **Temporada baja**.

Off season rate

En hostelería, expresión inglesa para una tarifa reducida por temporada baja.

Office

En hostelería y restauración, espacio donde el personal del departamento de pisos almacena el *stock* de lencería, dotaciones, maquinaria, utensilios y productos de limpieza necesarios para el desempeño de sus tareas, ubicado cerca de las habitaciones, en los hoteles, o entre la cocina y el comedor, en los restaurantes.

OMT

Organización Mundial del Turismo. Ver **Organización Mundial del Turismo**.

On change

En hotelería, expresión inglesa para una habitación que no está disponible debido a una salida reciente de un cliente.

On property laundry

OPL. En hotelería, expresión inglesa para un establecimiento alojativo que dispone de lavandería propia en sus instalaciones.

On request

En hotelería, expresión inglesa

para una reserva solicitada, pero pendiente de confirmación.

OND

Habitación Ocupada No Durmió.

One way

OW. En transporte aéreo, expresión inglesa para el código aéreo de un trayecto (viaje de ida o regreso).

OOO

Out Of Order. Ver **Out of order.**

OOS

Out Of Service. Ver **Fuera de servicio.**

OPC

Ver **Organizadores Profesionales de Congresos.**

OPC Spain

Federación Española de Organizadores Profesionales de Congresos. Colectivo que constituye el órgano de referencia en la industria congresual en España, defensor de los profesionales que conforman el sector, órgano consultor para aquellos estamentos oficiales que así lo requieran e interlocutor con el resto de asociaciones y federaciones dentro del sector MICE español y europeo.

Operador receptivo

En turismo, agente que comercializa y gestiona productos o servicios turísticos (*transfer*, excursiones) destinados a atender al cliente final en destino.

Operador turístico

En turismo, agente que crea o

comercializa productos asociados al turismo en calidad de intermediario entre el consumidor final (el turista) y el producto turístico (destino) pudiendo extender su actividad al resto de la oferta complementaria.

OPL

On Property Laundry. Ver **On property laundry.**

Optimizador de motores de búsqueda

SEO. En marketing digital, estrategia y conjunto de prácticas destinadas a mejorar la posición de un *website* en los resultados de los buscadores, mediante cambios en la estructura y en la información que contiene, para unos términos de búsqueda determinados previamente en dicha estrategia.

Option date

Expresión inglesa para fecha límite de reserva. Ver **Fecha límite de reserva.**

Ordenamiento turístico

Dirección y control de las actividades turísticas en un territorio a través de los medios que las hacen posibles.

Organización de Aviación Civil Internacional

Agencia de Naciones Unidas creada para estudiar los problemas de la aviación civil internacional y promover reglamentos y normas unificados en la aeronáutica mundial.

Organización Mundial del Turismo

OMT. Organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental. Ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

Organizador Profesional de Congresos

OPC. Persona física o jurídica cuya actividad principal es la organización y gestión de congresos, eventos y reuniones de distinta naturaleza, desde su concepción hasta su desarrollo incluyendo la comunicación del mismo. Ver *Industria de reuniones*.

Origen

En turismo, punto de inicio de un viaje o lugar de procedencia de un cliente.

OSE

Habitación Ocupada Sin Equipaje.

OTA

Online Travel Agency. Expresión inglesa para Agencia de Viajes *Online*. Ver *Agencia de viajes online*.

OTB

Ver *Reservations on the books*.

Other revenue

Expresión inglesa para otros ingresos. Ver *Otros ingresos*.

Otros ingresos

En hotelería, número total de

ingresos excluyendo los generados en concepto de habitación y alimentos y bebidas.

Out of order

OOO. En hotelería, expresión inglesa para una habitación que está fuera de servicio por largo tiempo (debido a una renovación, por ejemplo) y que no se comercializa.

Out of service

Expresión inglesa para fuera de servicio. Ver *Fuera de servicio*.

Outbound

En turismo, voz inglesa para los flujos emisores.

Outbound marketing

En marketing, expresión inglesa para el conjunto de técnicas que permiten a una marca llegar al cliente de una forma intrusiva.

Outdated

En turismo, voz inglesa para un producto o servicio que está vencido, fuera de fecha, caducado.

Outsourcing

Voz inglesa para la externalización o subcontratación de un servicio.

Overbooking

Voz inglesa para sobreventa. Ver *Sobreventa*.

Overcomission

En turismo, voz inglesa para una comisión adicional que obtiene un distribuidor turístico cuando alcanza un determinado objetivo de ventas.

Overcontracting

En hotelería y transporte, voz inglesa para la contratación de plazas en número superior a la disponibilidad existente, con anterioridad a la reserva física, cuando existe un contrato de cupo (habitaciones o asientos) entre las partes.

Overnight

En hotelería, voz inglesa para el cliente que permanece una noche más de las reservadas inicialmente.

Overpaid

En hotelería, voz inglesa para un sobrepago o sobreprecio de un producto o servicio.

Overstay

En hotelería, voz inglesa para el cliente que solicita alargar la estancia más días de los reservados inicialmente.

OW

One Way. Ver **One way.**

p

P

Símbolo que se utiliza en hotelería para identificar a los paradores dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

PA

Plan Americano. Ver ***Pensión completa***.

Página web

Documento o información digital que contiene texto, sonido, vídeo, programas o enlaces y a la que se accede a través de un navegador.

Pago

En economía y finanzas, abono de una cantidad que se adeuda en dinero o especie.

Pago por adelantado

En economía y finanzas, método de pago según el cual el comprador paga el precio de un bien o servicio antes de su posesión o disfrute.

Paid in advance

Expresión inglesa para pago por adelantado. Ver ***Pago por adelantado***.

Paid out

Expresión inglesa para pagos hechos por el establecimiento alojativo a nombre del cliente por conceptos como taxis o propinas, que posteriormente se cargan a la cuenta del huésped.

Generalmente el hotel cobra

comisión por este tipo de servicios.

País de referencia

País para el que se realiza una medición en un periodo determinado.

Pantone

Sistema de identificación de color líder en los sectores de las artes graficas, el diseño y la publicidad.

Paquete dinámico

En turismo, sistema que ofrecen las agencias de viaje *online* en el que un cliente combina según sus necesidades e intereses una serie de servicios (transporte, hospedaje y servicios complementarios) para crear un paquete turístico propio.

Paquete turístico

En turismo, producto que se comercializa únicamente por medio de las agencias de viajes que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención o transporte) por el que el cliente abona un precio.

Parador

Tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas, que ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, y que suele estar localizado en un

emplazamiento de interés histórico y ubicado en un edificio emblemático.

Parador Nacional de Turismo

Establecimiento hotelero de alta categoría localizado en un emplazamiento de interés histórico y ubicado en un edificio emblemático, gestionado por Paradores de Turismo de España, S.A., sociedad de capital público dependiente de Turespaña.

Paradores

Marca comercial de Paradores de Turismo de España, S.A., sociedad de gestión hostelera, de capital público, dependiente de Turespaña.

Parapente

Actividad deportivo-recreativa que consiste en el uso de un ala o vela ultraligera que permite volar aprovechando las corrientes de aire y que, además, se puede disfrutar en las modalidades de biplaza o con motor (paramotor).

Parasailing

Actividad deportivo-recreativa que consiste en el uso de un paracaídas que se fija a una embarcación por medio de arneses de manera que permite al usuario volar por encima del mar.

Paridad de precios

En *revenue management*, igualdad de tarifas en los distintos canales de distribución *online* con el fin de no beneficiar a ninguno de ellos.

Parte de mantenimiento

En hostelería, documento de uso interno que se utiliza para indicar la reparación de algún daño en los servicios o mobiliario e informar al departamento de servicio técnico para su reparación.

Partida

En hostelería, cada una de las distintas áreas de actividad en una cocina.

Pasajero

Persona que viaja en un medio de transporte sin conducirlo ni formar parte de su tripulación.

Pasajero en tránsito

En transporte aéreo, pasajero que hace escala en un aeropuerto para conectar con otro vuelo que le llevará hacia su lugar de destino.

Pasaporte

Documento oficial expedido por las autoridades de un país para acreditar la nacionalidad de un individuo y que le permite viajar a terceros países.

Password

Voz inglesa para la contraseña, clave o autenticación que permite a un usuario el acceso a un recurso o información.

Pâtisserie

En hostelería, voz francesa para el espacio o establecimiento donde se elaboran pasteles o productos de repostería.

Patrimonio

Conjunto de bienes, derechos y

obligaciones que constituyen el acervo de una persona, institución, empresa o estado.

Patrimonio cultural

Conjunto de bienes culturales materiales e inmateriales (sitios, bienes, conocimientos y manifestaciones) que forman parte del pasado de un país, región o localidad y de sus habitantes, que deben ser preservados y transmitidos como herencia para el conocimiento y disfrute de generaciones presentes y futuras.

Patrimonio nacional

Conjunto de bienes materiales e inmateriales (sitios, bienes, conocimientos y manifestaciones) propios de un país. Lo conforman su territorio, su flora y fauna, sus instituciones sociales, legales y religiosas, su lenguaje, su cultura y sus tradiciones y creencias, heredados de sus antepasados.

Patrimonio natural

Conjunto de bienes naturales (formaciones físicas y biológicas) creados por la naturaleza, como son parques, reservas y santuarios naturales, reservas de la biosfera, monumentos naturales, entre otros.

Patrimonio turístico

Conjunto de bienes materiales e inmateriales (sitios, bienes, conocimientos y manifestaciones) a disposición del hombre, que

pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas.

Patronato de turismo

Órgano autónomo de la administración local cuyo fin es el fomento de la actividad turística.

Pax

Person At Table. En turismo, pasajero, cliente, comensal o huésped.

Pay down

Expresión inglesa para anticipo. Ver **Anticipo**.

Pay out

Expresión inglesa para pago. Ver **Pago**.

PC

Pensión Completa. Ver **Pensión completa**.

PDT

Plan de Dinamización Turística. Ver **Plan de Dinamización Turística**.

Peak hour

Expresión inglesa para una hora pico, el momento del día de mayor volumen.

Peak rate

Expresión inglesa para una tarifa pico, la de mayor volumen.

Peak season

Expresión inglesa para temporada alta. Ver **Temporada alta**.

Pensión

Tipo de alojamiento turístico con servicios básicos.

Pensión alimenticia

Régimen alimenticio que contrata el cliente dentro de su tipo de hospedaje.

Pensión completa

Tipo de hospedaje que incluye alojamiento, desayuno, almuerzo y cena, pero no incluye las bebidas.

Penthouse

En hotelería, voz inglesa para una habitación tipo apartamento que se encuentra en el último piso de algunos establecimientos alojativos.

Pequeña y mediana empresa

Pyme. Empresa mercantil o industrial compuesta por un número reducido de trabajadores, con un moderado volumen de facturación.

Pernoctación

En hotelería, cada una de las noches que un cliente figura registrado en un establecimiento turístico.

Pernoctación promedio

En hotelería, ratio estadística que se utiliza para conocer la media de pernoctaciones, que se obtiene a partir del cociente del total de pernoctaciones entre el total de clientes alojados.

Personalidad de la marca

Carácter de un destino que describe la manera en que éste es percibido y refleja las actitudes del público hacia él.

Pesebre

En hotelería, la zona o elemento

utilizada para clasificar la ropa en la lavandería.

PET

Plan de Excelencia Turística. Ver *Plan de Excelencia Turística*.

Pet resort

En hotelería, expresión inglesa para el anexo al establecimiento alojativo donde se alojan las mascotas durante la estancia del cliente.

PGC

Plan General de Contabilidad. Ver *Plan General de Contabilidad*.

PIB

Producto Interior Bruto. Ver *Producto Interior Bruto*.

Pick-up

En hotelería, voz inglesa para la tendencia, expresada mediante un gráfico, que nos permite pronosticar el volumen de clientes previsto entre dos fechas determinadas.

Picnic

En hotelería, voz inglesa para el almuerzo frío que se entrega al cliente que está alojado en régimen de pensión completa o superior en una bolsa o caja, cuando éste realiza una excursión turística.

Pictograma

En señalética, dibujo o signo gráfico que expresa un concepto.

Piscina

Estanque destinado al baño, la natación o a otros ejercicios y deportes acuáticos.

Piscina infinity

Tipo de piscina que produce el efecto visual de extenderse hasta el infinito.

Piscina termal

Tipo de piscina que se llena con agua mineral termal y se utiliza para baños con fines terapéuticos o recreativos.

Plan Americano

PA. Ver *Pensión completa*.

Plan Continental

Ver *Habitación y desayuno*.

Plan de acciones

En marketing y comunicación, planificación que se encuadra dentro del plan de marketing que determina las acciones, sus objetivos y metas, así como el material o recursos necesarios para su ejecución y la valoración económica por partidas de dicha ejecución.

Plan de comunicación

En marketing y comunicación, planificación de la estrategia de comunicación interna y externa de una empresa, donde se establecen las metas, objetivos, público al que va dirigido y acciones a desarrollar, con un cronograma y su presupuesto de ejecución.

Plan de cuentas

En contabilidad, listado o relación de las cuentas necesarias para el desarrollo de la contabilidad de la actividad empresarial de una persona física o jurídica.

Plan de desarrollo turístico

En turismo, conjunto de disposiciones adoptadas por el Estado para elaborar programas y proyectos específicos, con el fin de planificar como destino turístico los recursos culturales y naturales de una determinada zona.

Plan de Dinamización Turística

PDT. En turismo, planificación estratégica donde se recogen las acciones a desarrollar con el fin de generar actividad turística en un destino.

Plan de Excelencia Turística

PET. Planificación de las iniciativas enmarcadas dentro de la política turística española encaminadas a la mejora de la calidad de los destinos turísticos consolidados con el objeto de revitalizarlos.

Plan de marketing

Documento en el que se recogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relacionados con el *marketing mix*, que sirve de guía para su ejecución y para la consecución de los objetivos de marketing para un periodo determinado.

Plan de medios

En marketing y comunicación, documento donde se recoge la planificación de la distribución y alcance de los mensajes de comunicación en los medios convencionales y/o digitales, fijados según el público objetivo,

la inversión y el impacto deseado en un periodo determinado. En él se establece el medio, las características del mensaje, el coste, el alcance y la cobertura, entre otros datos.

Plan de medios sociales

En marketing y comunicación, documento donde se recoge la planificación de la distribución y alcance de los mensajes de comunicación en los medios sociales, fijados según el público objetivo, la inversión y el impacto deseado en un periodo determinado. En él se establece el medio, las características del mensaje y el coste entre otros datos.

Plan de Ordenación Territorial

POT. En urbanismo, herramienta técnica que desarrollan los municipios o comunidades para planificar y ordenar su territorio, teniendo como fin su integración y su planificación física y socioeconómica.

Plan estratégico

Documento donde se recogen las estrategias a seguir por una empresa a medio plazo, generalmente entre 3 y 5 años. En él se determinan las directrices, las etapas y los objetivos que la empresa aspira a conseguir en ese periodo.

Plan General de Contabilidad

PGC. Documento legal que regula

la contabilidad de las empresas en España.

Planning

En hotelería, voz inglesa para plano de ocupación. Ver **Plano de ocupación**.

Plano de ocupación

En hotelería, panel o casillero físico o digital en el que están representadas todas las habitaciones de un establecimiento alojativo y que sirve para gestionar el estado en que se encuentran (libre, ocupada, bloqueada, etc.).

Planta alojativa

En hotelería, conjunto de construcciones para uso alojativo existente en un destino o con los que cuenta una cadena hotelera o un grupo de éstas.

Planta hotelera

En hotelería, conjunto de alojamientos de uso hotelero existente en un destino, o con los que cuenta una cadena hotelera o un grupo de éstas.

Planta turística

En turismo, conjunto de construcciones creadas y utilizadas en la actividad turística en una zona determinada.

Platería

En hostelería, área responsable de la limpieza de la vajilla y cubertería.

Platero

En hostelería, persona en la cocina que trabaja en el área de platería.

Plato trinchero

En restauración, plato o recipiente en el que se cortan los alimentos que se van a servir.

Plazas

En hotelería, número de camas fijas de un establecimiento alojativo, teniendo en cuenta que las camas de matrimonio se contabilizan como dos unidades.

Plonge

En hostelería, voz francesa para el espacio o fregadero donde se limpia la batería de cocina.

Plugged room

En hotelería, expresión inglesa para una habitación bloqueada por la dirección por circunstancias especiales.

PLV

En marketing y publicidad, Publicidad en el Lugar de Venta. Comprende los expositores, *displays*, *pop ups*, carteles, folletos, entre otros.

PMS

Property Management System. Expresión inglesa para el software de gestión hotelera que permite gestionar y optimizar de forma integrada los procesos operativos de los distintos departamentos de un establecimiento alojativo mediante procedimientos transparentes en tiempo real. Equivalente a un ERP en otros sectores empresariales.

PNR

Passenger Name Record. Expresión

inglesa para Registro de Nombre de Pasajero. Ver **Registro de nombre de pasajero**.

Política turística

Conjunto de acciones estructuradas desarrolladas por la administración pública con el fin de regular y fomentar la actividad turística en un destino o conjunto de ellos.

Pool

Voz inglesa para un grupo de empresas que, conservando su personalidad jurídica individual, acuerda llevar una política comercial común con el fin de acotar la competencia, obtener una posición dominante en el mercado y aumentar los beneficios.

Pop up

En marketing y publicidad, expresión inglesa para el soporte publicitario de reducidas dimensiones que cuenta con un cajetín en su parte anterior donde depositar folletos o *flyers*, con una peana o soporte en su parte posterior, que se ubica en el punto de venta como reclamo. En el entorno web, ventana emergente en la que se muestra un aviso informativo o publicitario.

Porcentaje de doble ocupación

En hotelería, estadística que indica la relación porcentual entre el número de clientes y el número de plazas disponibles, multiplicado por 100.

Porcentaje de ocupación

En hotelería, estadística que

indica la relación porcentual entre el número de habitaciones ocupadas y el número de habitaciones disponibles.

Porcentaje de ocupación real

En hotelería, estadística que indica la relación porcentual entre el número de habitaciones ocupadas, descontando las de cortesía y las de uso interno, y el número de habitaciones disponibles.

Portero

Persona que se sitúa en la entrada del establecimiento turístico, responsable de dar la bienvenida y la despedida a los clientes e impedir el acceso de personas no autorizadas.

POS

Point Of Sale software. Expresión inglesa para terminal de punto de venta. Ver **Terminal de punto de venta**.

Posada

Tipo de alojamiento turístico modesto.

Poshtel

En hotelería, voz inglesa construida a partir de la fusión de *posh* (pijo) y *hotel* (hotel) que se aplica a un tipo de establecimiento hotelero de similares características al hotel boutique con una marcada tendencia aspiracional y experiencial, que dispone de unidades alojativas y que ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Post

En marketing y comunicación, artículo o entrada que se publica en un blog, de distintas temáticas y opiniones y que se presenta de forma cronológica.

Póster

Ver **Cartel**.

POT

Plan de Ordenación Territorial. Ver **Plan de Ordenación Territorial**.

Precio

Valor pecuniario en que se estima algo, generalmente referido a un producto o servicio.

Precio de venta

Cantidad de dinero que un comprador debe satisfacer para obtener un producto o servicio ofertado por un vendedor.

Precio de venta al público

Cantidad de dinero que un comprador debe satisfacer para obtener un producto o servicio ofertado por un vendedor, incluidos los impuestos que lo gravan.

Precio medio por habitación

En *revenue management*, indicador que se obtiene al dividir los ingresos totales del establecimiento alojativo por el número de habitaciones vendidas.

Press trip

En turismo, expresión inglesa para el viaje organizado que realiza un grupo de periodistas para conocer y

difundir un determinado producto o destino turístico, invitados por los responsables del mismo.

Prestador de servicios turísticos

Persona física o jurídica cuyo objeto es prestar un servicio de naturaleza turística.

Presupuesto anual

En *management*, documento donde se recoge la previsión de los rendimientos económicos de una empresa relacionados por periodos o ejercicios fiscales.

Pricing

En *revenue management*, voz inglesa para la técnica que consiste en determinar la tarifa de una habitación en un establecimiento alojativo.

En marketing, voz inglesa para la técnica que permite la fijación del precio de un producto o servicio.

Primera gama

Alimentos frescos. Ver **Alimentos de primera gama**.

Procedimiento

Método de ejecutar una determinada cosa.

Proceso

En *management*, conjunto de tareas o actividades en una organización que crean valor para el cliente interno o externo.

Proceso de compra

En marketing, secuencia de hitos, pasos o procesos por los que pasa un cliente para adquirir un producto o servicio.

Producción

Proceso por cual se crean los bienes o servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

Productividad

Relación existente entre la cantidad de productos obtenida en un sistema productivo y los recursos utilizados para ello.

Producto

En marketing, objeto creado, desarrollado y comercializado con recursos propios o ajenos que se pone a disposición del mercado con la intención de satisfacer sus necesidades o deseos.

Producto característico del turismo

Producto que cumple uno o ambos de los criterios siguientes: el gasto turístico en el producto representa una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda) y/o el gasto turístico en el producto representa una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta).

Producto de acogida

En hotelería, artículo de aseo personal o complementario, normalmente ubicado en el cuarto de baño, que ofrece un establecimiento alojativo para ser utilizado por el cliente durante su estancia.

Producto Interior Bruto

PIB. En economía, valor monetario de la producción de bienes y servicios generados en un país durante un espacio de tiempo determinado.

Producto turístico

En turismo, conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos, que conforman una oferta concreta pensada para atraer a un número determinado de clientes en un mercado.

Programa

En turismo, planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen una actividad a desarrollar.

Programa señalético

En diseño gráfico, desarrollo y planificación funcional de los signos de orientación en el espacio relacionados con los comportamientos de los individuos en un lugar concreto, cuyo fin es guiarlos en el entorno en que se encuentran para llegar a su destino. En él se indican los signos, la tipografía, los colores, los soportes, los materiales, las características técnicas y constructivas de cada uno de los soportes señaléticos, así como su ubicación.

Programa turístico

En turismo, descripción detallada en soporte físico o digital del itinerario, las actividades, las tarifas y todo lo relacionado con un viaje.

Promedio de habitaciones

En hotelería, número total de habitaciones disponibles durante un periodo determinado.

Promedio de unidades

Ver *Promedio de habitaciones*.

Promoción

En marketing, conjunto de acciones de difusión que se desarrollan para presentar o dar a conocer una marca o producto turístico a clientes potenciales o intermediarios, mediante acciones programadas de marketing.

Promoción turística

En marketing turístico, conjunto de acciones públicas o privadas de un destino que se llevan a cabo con el objeto de posicionarlo, generar interés e incrementar la demanda de turistas y/o inversores.

Promotora

En hotelería, empresa que gestiona el establecimiento alojativo, con independencia de su participación en el accionariado de la sociedad propietaria del inmueble.

Propina

Pequeña gratificación con que se

recompensa un servicio eventual, generalmente asociado a la hostelería.

Propuesta de valor

En marketing, estrategia diferenciadora que una empresa o marca aplica para cada segmento de clientes, describiendo la combinación única de producto, precio, servicio e imagen.

Prospect

Voz inglesa para prospecto. Ver **Prospecto**.

Prospecto

En marketing, persona cualificada que ha mostrado un especial interés por ejercer la acción de compra, avanzando así en el *funnel* de marketing, y que constituye una oportunidad real de venta.

Protocolo

Conjunto de reglas establecidas por norma o por costumbre para ceremonias y actos oficiales o solemnes.

Pub

Voz inglesa para un local público, de diseño cuidado, donde se sirven bebidas y se escucha música.

Publicidad

En marketing y comunicación, herramienta de comunicación que se fundamenta en la emisión y divulgación de anuncios de carácter comercial con el fin de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

Público objetivo

En marketing, parte de una audiencia con un perfil concreto y definido que, por sus características sociodemográficas o conductuales, se convierte en el objetivo ideal al que dirigir una campaña de marketing o publicidad.

Puente aéreo

En aviación, conexión regular, dinámica y continuada, entre dos aeropuertos por medio de aviones.

Pulsera de control

En hotelería y eventos, brazaletes generalmente de material plástico que se utiliza para la identificación de los clientes que han contratado un tipo de servicio concreto.

Pulsera de identificación

Ver **Pulsera de control**.

Punto de equilibrio

En contabilidad, punto de la actividad empresarial donde los ingresos son iguales a los costes, por tanto la utilidad es igual a cero. También llamado punto muerto o umbral de rentabilidad.

Punto muerto

Ver **Punto de equilibrio**.

Punto turístico

Municipio o localidad donde se concentra una oferta turística significativa.

Purchase funnel

Expresión inglesa para *funnel* de ventas. Ver **Embudo de ventas**.

pvp

pyme

PVP

Precio de Venta al Público. Ver
Precio de venta al público.

Pyme

Pequeña y mediana empresa. Ver
Pequeña y mediana empresa.

q

Q

Símbolo que se utiliza en turismo para identificar a una empresa que ha sido certificada por el Instituto para la Calidad Turística

Española (ICTE) en los distintos ámbitos de la actividad turística.

Quinta gama

Alimentos cocinados y envasados al vacío. Ver ***Alimentos de quinta gama.***

r

Rack de habitaciones

Ver *Plano de ocupación*.

Rack rate

Expresión inglesa para tarifa oficial. Ver *Tarifa oficial*.

Rate

Voz inglesa para tarifa. Ver *Tarifa*.

Rate parity

RP. Expresión inglesa para paridad de precios. Ver *Paridad de precios*.

Rate shopper

Expresión inglesa para sistema de control de precios de la competencia. Ver *Sistema de control de precios de la competencia*.

Ratio

En economía, relación cuantitativa entre dos magnitudes diferentes representativas de una misma faceta de la empresa que reflejan una situación concreta de rentabilidad. Se utiliza como indicador de algún aspecto de la gestión.

Recepción

En hotelería, espacio situado a la entrada de un establecimiento alojativo donde se gestionan las entradas y salidas de los clientes y se atienden sus necesidades y demandas durante su estancia.

Recepcionista

En hotelería, persona encargada de los servicios relacionados con la recepción del establecimiento.

Reconocimiento de marca

En marketing, expresión utilizada para determinar la medida en que la gente reconoce la marca en sus principales mercados objetivo, en cuanto a nivel de conocimiento y no tanto su valoración.

Recursos humanos

RRHH. Trabajo que aportan y desempeñan el conjunto de los empleados y colaboradores de una empresa. Ver *Capital humano*.

Recursos turísticos

Conjunto de los bienes y servicios que, por medio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Reduced rate

Expresión inglesa para tarifa reducida. Ver *Tarifa reducida*.

Reembolso

En contabilidad, devolución total o parcial del precio de un producto o servicio previamente abonado.

Reflexología podal

Tipo de masaje en los pies

orientado a la estimulación de los puntos reflejos con el fin de aliviar las tensiones corporales.

Refund

Voz inglesa para reembolso. Ver **Reembolso**.

Régimen

Modalidad de estancia en un establecimiento alojativo en lo que se refiere al tipo de hospedaje.

Región turística

En turismo, territorio que cuenta con unas características concretas que resultan de interés para el turista por su entorno natural, su enclave, su historia, su cultura, su climatología, entre otras.

Registro de entrada

En hotelería, proceso de inscripción que se realiza en la recepción a la llegada del cliente, en el que se registran sus datos personales y se le asigna un número de habitación o un número de asiento.

Registro de nombre de pasajero

En turismo, información de las reservas realizadas en un CRS, que contiene todos los datos y eventos relacionados con la reserva de un pasajero o un grupo de pasajeros que viajan como un conjunto.

Registro de salida

En hotelería, proceso de liquidación de gastos que se realiza en la recepción de un establecimiento alojativo cuando el cliente deja su habitación.

Relaciones Públicas

RRPP. Conjunto de acciones relacionadas con la comunicación estratégica de la empresa planificadas y desarrolladas en el tiempo con el objeto de fortalecer su relación con su público.

Persona o departamento que se dedica a esta actividad dentro de la empresa.

Release

En hotelería y transporte, voz inglesa para la liberación de plazas reservadas, según la cláusula contenida en los contratos entre turoperador y hotel o entre turoperador y transportista, en la que se fija una fecha tope para anular las reservas.

Release de cupo

Ver **Release**.

Release time

En hotelería, expresión inglesa para la fecha máxima para confirmar una reserva por parte de un turoperador o transportista antes de anularla.

Relevé de cocina

En hostelería, parte diario de consumo de materias primas, que confecciona el jefe de cocina.

Rent a car

Expresión inglesa para alquiler de coches. Ver **Alquiler de coches**.

Reparar

En hostelería, acto de frotar los cubiertos y la vajilla con un paño

para eliminar las manchas de agua y sacar brillo.

Repostería

En hostelería, área del departamento de cocina responsable de elaborar postres y pastelería.

Repostero

En hostelería, persona que trabaja en la repostería dentro del departamento de cocina.

Reputación online

En marketing digital, conjunto de técnicas que permiten conocer el estado de opinión o la percepción que el cliente final tiene sobre la marca o producto para poder incidir sobre ella.

Reserva

En turismo, acuerdo entre cliente y proveedor según el cual el primero se compromete a pagar un precio determinado por un producto o servicio al segundo.

Reserva cancelada

En turismo, reserva anulada.

Reserva con depósito

En turismo, reserva en la que el proveedor exige una cantidad económica por adelantado como garantía de pago de la prestación del servicio o entrega del producto.

Reserva de grupo

En turismo, reserva de un número determinado de personas con características y necesidades similares, que forman una unidad, en la misma fecha.

Reserva garantizada

En turismo, reserva confirmada mediante un depósito o una tarjeta de crédito que garantiza el pago.

Reserva no garantizada

En turismo, reserva que no está respaldada por ningún medio de pago.

Reserva online

En turismo, reserva realizada a través de un medio digital, gestionada mediante una aplicación informática que conecta directa o indirectamente con el proveedor del servicio.

Reserva sin depósito

En turismo, reserva que no precisa o en la que el proveedor no exige cantidad económica por adelantado como garantía.

Reservas del día

En turismo, relación de reservas correspondientes al día en curso.

Reservation

Voz inglesa para reserva. Ver **Reserva**.

Reservations on the books

OTB. En *revenue management*, expresión inglesa para las reservas realizadas en un hotel para un periodo determinado.

Residencia

Tipo de establecimiento extrahotelero que dispone de unidades alojativas y que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos,

en el que se alojan clientes de manera estable o duradera.

Resident manager

Expresión inglesa para director residente. Ver **Director residente**.

Residente

Persona que tiene su residencia habitual en un país.

Resort

Voz inglesa para complejo turístico. Ver **Complejo turístico**.

Responsabilidad social corporativa

RSC. En *management*, contribución activa y voluntaria que permite la mejora social, económica y ambiental por parte de las empresas.

Restaurante

Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante un precio fijado, para ser consumidas en el mismo local.

Restaurante temático

Tipo de establecimiento de restauración ambientado en un tema concreto que puede ser general (cine, fotografía, naturaleza) o específico (un personaje público, una saga) y que para su recreación utiliza objetos decorativos reales o reproducciones y ofrece un menú relacionado o alusivo a dicha temática.

Retail

Voz inglesa para la venta minorista o al detalle de productos al cliente final.

Retorno de la inversión

ROI. En economía y finanzas, indicador que mide la rentabilidad de una inversión, comparando la ganancia obtenida con la inversión realizada.

Retractilidad turística

En turismo, contracción de la demanda que sufre un destino turístico ante acontecimientos políticos, económicos o sociales que ejercen una influencia negativa sobre ellos.

Revenue management

En hotelería y transporte, expresión inglesa para la técnica o disciplina analítica que permite predecir el comportamiento del consumidor y cuyo fin es la optimización de la disponibilidad y el precio de un producto para maximizar los ingresos de la explotación. Su objetivo final es el de vender el producto adecuado, al cliente idóneo, en el momento acertado, al precio correcto y en el canal adecuado. Ver **Yield management**.

Revenue per Available Room

RevPAR. Expresión inglesa para ingreso por habitación disponible. Ver **Ingreso por habitación disponible**.

RevPAG

Revenue Per Available Guest. Ver **Ingreso por cliente disponible**.

RevPAM

Revenue Per Available Square

Meter. Ver **Ingreso por metro cuadrado disponible.**

RevPAR

Revenue Per Available Room. Ver **Ingreso por habitación disponible.**

RevPAR yield

En *revenue management*, expresión inglesa para el indicador que se obtiene al dividir el RevPAR (ingreso por habitación disponible) del establecimiento alojativo por el del sector.

RevPASH

Revenue Per Available Seat and Hour. Ver **Ingreso por asiento disponible y unidad de tiempo.**

Reward night

En hotelería, expresión inglesa para una noche de estancia gratis de regalo o compensatoria que se da al cliente.

RFID

Radio Frequency Identification. Expresión inglesa para el sistema de almacenamiento y recuperación de datos por radiofrecuencia que utiliza unos dispositivos denominados etiquetas y cuyo fin es la transmisión de la identidad de un objeto mediante ondas de radio.

ROI

Retorno de la Inversión. Ver **Retorno de la inversión.**

Room attendant

En hotelería, expresión inglesa para la persona que trabaja en el departamento de pisos.

Room rack

En hotelería, expresión inglesa para el plano de habitaciones. Ver **Plano de habitaciones.**

Room revenue

En hotelería, expresión inglesa para el ingreso por habitación. Ver **Ingreso por habitación.**

Room service

En hotelería, expresión inglesa para el servicio de alimentos y bebidas que se presta en una habitación.

Room status

En hotelería, expresión inglesa para el estado de la habitación. Ver **Estado de la habitación.**

Rooming list

En hotelería, expresión inglesa para la relación de habitaciones asignadas a personas o grupos, elaborado en recepción.

Round trip

RT. En turismo, expresión inglesa del viaje de ida y vuelta.

Routing

En turismo y transporte, voz inglesa para un recorrido o itinerario.

Royal suite

En hotelería expresión inglesa para una suite real. Ver **Suite real.**

RQ

On Request. Ver **On request.**

RRHH

Recursos Humanos. Ver **Recursos humanos.**

RRPP

Relaciones Públicas. Ver **Relaciones públicas.**

RSC

Responsabilidad Social Corporativa. Ver ***Responsabilidad social corporativa***.

RP

Rate Parity. Ver ***Paridad de precios***.

RT

Round Trip. Ver ***Round trip***.

Ruta

En turismo, recorrido establecido

o previsto para un viaje o traslado.

Ruta de interés paisajístico

En turismo, recorrido que atraviesa lugares de especial interés para el turista debido a sus paisajes naturales.

Ruta turística

En turismo, recorrido o itinerario predeterminado que recorre lugares de interés turístico.

S

S

En hotelería, habitación de salida.

SA

Solo Alojamiento. Ver ***Solo alojamiento.***

Sabre

Empresa proveedora de soluciones de gestión de reservas de viajes desarrollado por *American Airlines* e IBM. Ver ***GDS.***

Safari

En turismo, voz suajili para el viaje o expedición cuyo fin es poder observar y fotografiar o cazar a los animales salvajes en su estado natural, acompañado de un guía.

Salida anticipada

En hotelería, partida de un cliente de un establecimiento alojativo una o más noches antes de lo previsto.

Salidas

En hotelería, número de habitaciones que tienen la misma fecha de salida en un establecimiento alojativo.

Salsero

En hostelería, persona responsable en la cocina de preparar las salsas y emplatar.

Sandboarding

En turismo, voz inglesa para la actividad turístico-deportiva consistente en deslizarse sobre

arena mediante una tabla especial sujeta a las botas mediante fijaciones parecidas a las que se utilizan en *snowboard.*

Satisfacción turística

En turismo, indicador estadístico que mide el grado de satisfacción de los turistas con respecto al destino que visitan y que se conforma a partir de las experiencias vividas y el recuerdo que les generan.

Saturación

En turismo, exceso de oferta o demanda turística con relación a un destino.

Sauna

Baño de vapor que puede ser húmedo o seco en función de la humedad relativa dentro del habitáculo. En la sauna húmeda (ver ***Baño turco***) la temperatura no supera los 70° C y la humedad relativa es muy alta. En la sauna seca (ver ***Sauna finlandesa***) la temperatura oscila entre los 80° y 90° C y la humedad mínima nunca es superior al 20%.

Sauna finlandesa

Baño de vapor seco que se toma en un pequeño habitáculo de madera con el que se persigue la sudoración abundante, la eliminación de toxinas y apertura

de los poros, la limpieza del cuerpo y la relajación.

Scenic route

En turismo, expresión inglesa para ruta de interés paisajístico. Ver ***Ruta de interés paisajístico.***

Seafood

En hostelería, voz inglesa para los alimentos procedentes del entorno marino.

Sector del turismo

Conjunto de unidades productivas en diferentes industrias que generan bienes y servicios de consumo demandados principalmente por clientes visitantes.

SEDETTUR

Sociedad Estatal para el Desarrollo Tecnológico del Turismo, creada a propuesta de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) que tiene como objeto la investigación y desarrollo para la mejora de la competitividad de la industria turística, la innovación tecnológica y la implantación de actuaciones para incrementar la seguridad y calidad de los servicios en el sector.

SEGITTUR

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, que tiene como objeto impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español.

Segmento de mercado

En marketing, conjunto de

posibles clientes que presentan una serie de características comunes que les confieren más probabilidades de consumir un determinado producto o visitar un determinado destino y que, generalmente, constituyen el motivo de que una empresa o un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing.

Segunda gama

Alimentos en conserva y semiconserva (esterilizados). Ver ***Alimentos de segunda gama.***

Self service

Expresión inglesa para autoservicio. Ver ***Autoservicio.***

Sell rate

Expresión inglesa para precio de venta al público. Ver ***Precio de venta al público.***

SEM

Search Engine Marketing. Ver ***Marketing de motores de búsqueda.***

Seminario

Metodología docente en la que, mediante el trabajo en común de maestros y discípulos, éstos son adiestrados en la investigación o en la práctica de alguna disciplina.

Semi-suite

Ver ***Junior suite.***

Senderismo

En turismo, actividad turístico-deportiva que consiste en recorrer a pie un itinerario a través de senderos, caminos y

veredas, con el propósito de conocer el entorno y disfrutar del contacto con la naturaleza.

Señalética

Ver *Programa señalético*.

Señalización turística

En diseño gráfico, sistema de información que, mediante soportes señaléticos ubicados en lugares estratégicos, permite la identificación de atractivos y bienes de interés turístico.

SEO

Search Engine Optimization. Ver *Optimizador de motores de búsqueda*.

Serie

En hotelería, tipo de cupo en el que se suceden las fechas de salida de un grupo con las entradas del siguiente sin llegar a coincidir.

Service fee

En turismo, expresión inglesa para los gastos de gestión por un servicio prestado.

Servicio

Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público.

Servicio de atención al cliente

En *management*, asistencia que proporciona una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

Servicio hotelero

En hotelería, cada una de las

prestaciones que una persona o grupo contrata directa o indirectamente a un establecimiento hotelero.

Servicio pool

En turismo, servicio de colaboración entre agencias por el cual una le endosa a otra un número determinado de clientes para conformar un grupo mayor a la hora de realizar un circuito, visita o actividad turística, lo que constituye un ahorro de costes para ambas agencias.

Servicio técnico

En hotelería, prevención y mantenimiento de las instalaciones de una empresa o los materiales de una infraestructura o producto.

Servicio turístico

En turismo, cada una de las prestaciones relacionadas con la actividad turística que una persona o grupo contrata directa o indirectamente.

Set competitivo

En *revenue management*, análisis segmentado (por ubicación, producto, marca, calidad, ADR, servicios,...) de nuestros competidores.

Settlement

Voz inglesa para un acuerdo o convenio entre dos o más partes.

Shopping

Voz inglesa para la acción de comprar.

Shopping tour

En turismo, expresión inglesa para la excursión o visita relacionada con el interés de los turistas en ejercer la acción de compra en centros comerciales, mercados de artesanías, joyerías, anticuarios, etc. en el destino turístico.

Shore excursion

En turismo, expresión inglesa para la excursión corta que realizan los pasajeros de un crucero en los lugares donde atracan el buque.

Short break

En turismo, expresión inglesa para el viaje de ocio de pocos días que se realiza normalmente aprovechando los puentes en el calendario laboral o en fines de semana.

Show cooking

En hostelería, expresión inglesa para la modalidad de cocina en la que los platos se elaboran frente a los comensales.

Show room

En hotelería, expresión inglesa para una habitación tipo que se muestra a los turoperadores, agentes de viajes y clientes.

Shuttle bus

En turismo, expresión inglesa para el servicio de autobús directo, exclusivo para clientes, entre un establecimiento alojativo y el aeropuerto con una periodicidad determinada.

SI

En hotelería, siglas utilizadas en

lencería para referirse a las sábanas individuales.

SICTED

Sistema Integrado de Calidad Turística En Destino. Ver ***Sistema Integrado de Calidad Turística en Destino***.

Sightseeing

En turismo, voz inglesa para el recorrido panorámico de una ciudad o por lugares de interés turístico.

Símbolo

En diseño, marketing y publicidad, elemento gráfico que muestra la esencia de la marca, el signo que la representa desde el punto de vista gráfico.

Simposio

Conferencia o reunión de especialistas en una materia determinada, donde se trata y debate sobre temas generales o concretos relacionados con dicha materia.

Síndrome de la clase turista

Patología que puede producirse debido al poco espacio existente entre los asientos de un avión, que impide mover las piernas, y que consiste en la aparición de síntomas derivados de sufrir una trombosis venosa (coágulo de sangre), habitualmente en los miembros inferiores, provocada por la falta de ejercicio durante un periodo largo de tiempo. También llamada trombosis del viajero.

Sinergia

En *management*, acción realizada de forma conjunta y voluntaria por dos o más personas o empresas en beneficio común o de terceros.

Sistema de control de precios de la competencia

En *revenue management*, método que permite controlar los precios de los competidores a tiempo real con el objeto de construir y analizar nuestro Compset. Ver **Competencia de referencia**.

Sistema de Distribución en Internet

IDS. En turismo, red de canales de distribución *online* que actúan como intermediarios en la comercialización de vuelos, plazas de hotel y alquiler de coches al cliente final.

Sistema de información turística

En turismo, conjunto estructurado, dinámico y accesible de contenidos de interés turístico que se crea con el fin de satisfacer las necesidades de información turística de un destino.

Sistema Integrado de Calidad Turística en Destino

SICTED. Metodología promovida por la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno Español, que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de calidad de un destino turístico enfocado a la mejora continuada.

Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera

Sistema de gestión de cuentas o plan contable desarrollado por la *American Hotel & Motel Association* específicamente para el sector hotelero que permite obtener la cuantía de explotación por cada uno de los departamentos del establecimiento alojativo y cada uno de los ocho departamentos que contempla, entre operativos (habitaciones, comidas y bebidas, otros departamentos operativos, alquileres y otros ingresos) y funcionales (administración, comercial y marketing, mantenimiento y energía).

SK

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las sábanas *king size*.

Slot

En aviación, voz inglesa para la franja horaria en los aeropuertos asignada a las compañías aéreas para sus operaciones de despegue y aterrizaje.

SM

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las sábanas matrimoniales.

Smart city

Expresión inglesa para ciudad inteligente. Ver **Ciudad inteligente**.

Smart destination

Expresión inglesa para destino inteligente. Ver **Destino inteligente**.

Snack

En restauración, voz inglesa para un picoteo o pequeña porción de comida generalmente acompañada de bebida que se ingiere para saciar temporalmente el hambre, en un bar o en una reunión o evento.

Snack bar

En restauración, expresión inglesa para un local en el que se sirve comida y bebida rápidas.

Snowboard

En turismo, voz inglesa para la actividad turístico-deportiva consistente en deslizarse sobre la nieve mediante una tabla especial sujeta a las botas mediante fijaciones.

Sobreventa

En turismo, venta excesiva que se realiza sobre un servicio con el objeto de garantizar su plena ocupación.

SOCIMI

Sociedad Anónima Cotizada de Inversión Inmobiliaria. Tipo de sociedad anónima cuya actividad principal es la adquisición, promoción y rehabilitación de activos de naturaleza urbana para su arrendamiento, bien directamente o bien a través de participaciones en el capital de otras similares.

Solo alojamiento

Tipo de hospedaje que incluye únicamente el alojamiento, sin ningún tipo de comida u otro servicio.

SoLoMo

Voz inglesa construida a partir de la fusión de los términos *Social*, *Location* y *Mobile*. En marketing, técnica o estrategia de marketing digital que se aplica a aquellas actividades o acciones donde ubicar la sede física es importante.

Sommelier

Voz francesa para sumiller. Ver *Sumiller*.

Souvenir

Voz francesa para un objeto que sirve como recuerdo de la visita a algún lugar determinado.

SP

Según Programa. Ver *Programa*.

SPA

Salus Per Aqua. Voz latina para el establecimiento que ofrece salud a través del agua, en forma de tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua, no necesariamente medicinal. Según algunas fuentes, podría provenir de la ciudad belga de Spa, que en tiempos de los romanos era conocida por sus baños termales.

Standby

En turismo, voz inglesa para una reserva que se encuentra en lista de espera.

Staycations

En turismo, voz coloquial inglesa para vacaciones o periodo de éstas que se disfrutan en casa. También llamado *Holistay*.

Stayover

En hotelería, voz inglesa para la ampliación de la estancia de un cliente.

Stop-sell

En *revenue management*, expresión inglesa para la acción de cierre de las ventas de un canal.

Suite

En hotelería, voz francesa para un tipo de habitación de lujo que ofrece un espacio, confort y servicio superiores al estándar y que normalmente dispone de uno o más dormitorios con sus respectivos baños y un salón común. En algunos casos puede disponer de otras estancias alternativas como comedor, oficina, guardarropa u otras dependencias.

Suite real

En hotelería, la suite de mayor lujo de la que dispone un establecimiento hotelero.

Sumiller

En hostelería, persona responsable de la conservación, cata, maridaje y servicio de vinos y derivados, quien aconseja al cliente en su elección en función de la comida que van a comer o gustar.

Superior

En hostelería, alojamiento turístico que dispone y ofrece un servicio e instalaciones por encima del estándar de la categoría.

Suplemento

Cargo adicional sobre una tarifa establecida, generado por un servicio extra consumido y no contemplado en la misma.

Suplido

En contabilidad, cargo por una gestión que una empresa realiza y paga por cuenta del cliente para satisfacer una petición suya.

Supper

En hotelería, voz inglesa para la cena ligera que se sirve después de las diez de la noche, habitualmente debido a un retraso en la llegada del cliente por motivos ajenos a su voluntad y previamente solicitada por el turoperador.

Supplier

En turismo, voz inglesa para el prestador de servicios turísticos que participa en la elaboración de un paquete, suministrando uno o más de los servicios que incluye.

Surf

En turismo, actividad deportivo-recreativa que consiste en mantener el equilibrio sobre las olas encima de una tabla especialmente diseñada para ello.

SWOT

Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. En español, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Ver **DAFO**.

t

Take away

En restauración, expresión inglesa para un tipo de establecimiento que sirve comida para llevar y consumir fuera.

Talasoterapia

Método terapéutico que utiliza las propiedades beneficiosas del mar, tales como su clima, las propiedades del agua marina, las algas y los fangos.

Talón de hotel

En turismo, documento expedido por una agencia de viajes que permite al cliente hospedarse en un establecimiento alojativo con un precio reducido en un régimen y con unas condiciones determinadas, con una fecha límite de validez.

Target

Voz inglesa para público objetivo. Ver ***Público objetivo***.

Tarifa

Precio que se paga por un servicio.

Tarifa comercial

En hotelería, precio con descuento que se ofrece a determinados clientes, generalmente como recompensa por su fidelidad o relacionados con acuerdos comerciales entre las partes.

Tarifa corporate

Tarifa corporativa. Ver ***Tarifa corporativa***.

Tarifa corporativa

En hotelería, precio especial para las personas pertenecientes a una empresa por el que se benefician de una mejor tarifa a cambio de volumen de demanda.

Tarifa de larga estancia

En hotelería, precio especial que se ofrece a los clientes que se hospedan por un periodo largo de tiempo.

Tarifa familiar

En hotelería, precio especial que se oferta en determinados periodos con el fin de captar a familias.

Tarifa fin de semana

En hotelería, precio especial que se oferta en fines de semana o fechas de baja ocupación.

Tarifa grupo

En hotelería, precio especial para colectivos o grupos de personas con unas características y necesidades comerciales similares.

Tarifa media diaria

En *revenue management*, indicador de rentabilidad de los ingresos medios diarios por habitación ocupada.

Tarifa media publicada

En hotelería, indicador que se obtiene calculando la media del rango de tarifas en relación al tipo de habitaciones en un periodo de tiempo concreto.

Tarifa neta

En turismo, precio de un producto o servicio antes de añadirle comisiones o impuestos.

Tarifa oficial

En turismo, precio máximo publicado y comunicado a la autoridad turística.

Tarifa promedio

En *revenue management*, indicador que se obtiene mediante el cociente del total de ingresos por habitaciones por el número total de habitaciones ocupadas.

Tarifa rack

Tarifa oficial. Ver **Tarifa oficial**.

Tarifa reducida

En hotelería, precio especial fijado por debajo de la tarifa oficial que se aplica en fechas de baja ocupación o a grupos o personas de características o circunstancias especiales.

Tarjeta de crédito

Medio de pago (crédito o débito) en soporte de PVC con banda magnética y/o microchip e identificación nominativa, que emiten las entidades bancarias o financieras a nombre de las personas, asociadas a una cuenta en la entidad emisora.

Tarjeta de embarque

Documento expedido por las compañías de transporte de pasajeros, tanto aéreas como marítimas, para permitir el acceso del usuario al medio de transporte.

Tarjeta de registro

En hotelería, documento donde se recogen los datos del cliente previo a su registro en el establecimiento alojativo.

Tasa

En turismo, tributo o impuesto fijado por las autoridades de una determinada área geográfica para el uso o disfrute de un determinado espacio o servicio público.

TB

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las toallas de baño.

TBD

To Be Defined. En turismo, expresión inglesa para la parte de un programa turístico que no ha sido determinada o comunicada al cliente (nombre o categoría de un hotel, horario de un transporte, etc).

TedQual

Tourism Education Quality. Sistema de certificación de calidad para las instituciones educativas que imparten formación en hotelería y turismo, creado por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Teleférico

Sistema de transporte en el que los vehículos van suspendidos de un cable de tracción, utilizado principalmente para salvar grandes diferencias de altitud.

Temporada

En turismo, espacio de tiempo expresado generalmente en meses que se consideran como un conjunto y que posee unas características únicas y diferenciadoras.

Temporada alta

En turismo, época del año de mayor afluencia turística u ocupación y por lo general con precios más altos.

Temporada baja

En turismo, época del año de menor afluencia turística u ocupación y por lo general con precios más bajos.

Temporada media

En turismo, época del año que transcurre entre la temporada alta y la temporada baja.

Tendencia

En estadística, serie temporal de datos cuyo análisis y extrapolación permite su proyección futura.

Tercera gama

Alimentos congelados y ultracongelados. Ver **Alimentos de tercera gama**.

Terma

Establecimiento que ofrece baños

de aguas minerales que brotan de la tierra a temperatura superior a la del ambiente.

Terminal de punto de venta

TPV. Sistema informático compuesto de hardware y software que permite la gestión y control de los puntos de venta al público.

Tesorería

En contabilidad, parte del activo disponible en una empresa en líquido.

TI

Todo Incluido. Ver **Todo incluido**.

Tiempo compartido

En hotelería, forma de propiedad compartida entre un número determinado de personas consistente en la adquisición del derecho de uso y disfrute de un alojamiento vacacional durante un periodo determinado en el contrato.

Timesharing

Voz inglesa para tiempo compartido. Ver **Tiempo compartido**.

Tip

Voz inglesa para propina. Ver **Propina**.

Tipo de cambio

Precio de una unidad monetaria extranjera en la moneda nacional de cada país.

Tipo de cambio libre

Tipo de cambio determinado por la oferta y la demanda en el mercado de divisas.

Tipo de cambio oficial

Tipo de cambio determinado por la autoridad monetaria.

Tipo de mercado

En hotelería, segmentación de los tipos de alojamientos por categorías, que tradicionalmente son gran lujo, lujo, primera superior, primera, estándar superior, estándar y económica.

Tirolina

En turismo, actividad recreativa que consiste en un sistema de desplazamiento compuesto de una polea fijada con cables que se instala en una zona con cierta inclinación y por la acción de la gravedad permite el desplazamiento de la persona entre dos puntos.

TL

En hotelería, siglas utilizadas en lencería para referirse a las toallas de lavabo.

Todo incluido

Tipo de de hospedaje asociado al segmento de sol y playa que incluye el alojamiento, la alimentación y las bebidas y determinados servicios extra sin cargos durante una amplia franja horaria.

Todo incluido premium

Tipo de hospedaje asociado al segmento de sol y playa que incluye el alojamiento, la alimentación y las bebidas de alta calidad o *premium* y

determinados servicios extra sin cargos durante una amplia franja horaria.

Toilette

En hotelería, voz francesa para el espacio de aseo que dispone de lavabo y retrete y, ocasionalmente, tocador.

Top of mind

En marketing y publicidad, expresión inglesa para las marcas que surgen espontáneamente en primer lugar en la mente del consumidor, lo que supone un incremento en las posibilidades de consumo de las mismas.

Tormenta de ideas

Método o herramienta creativa grupal que se utiliza con el fin de generar ideas o soluciones originales y novedosas, relacionadas con una problemática o necesidad determinada previamente.

Total Revenue per Available Room

TrevPAR. En español, ingresos totales por habitación disponible. Ver ***Ingresos totales por habitación disponible***.

Tour

Voz inglesa para excursión, gira o viaje por distracción.

Touristterm

Voz inglesa para la base de datos terminológica en los cinco idiomas (árabe, español, francés, inglés y ruso) de los traductores de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que contiene

definiciones, enlaces a referencias en línea y otros datos de interés.

TPL

Habitación Triple. Ver **Habitación triple**.

TPV

Terminal Punto de Venta. Ver **Terminal de punto de venta**.

TR

Símbolo que se utiliza para identificar a los alojamientos rurales dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Trabajo a tiempo completo

Forma de empleo que se desarrolla durante un número de horas semanales establecido en la legislación laboral vigente.

Trabajo a tiempo parcial

Forma de empleo que se desarrolla durante un número inferior de horas semanales al establecido en la legislación laboral vigente.

Trabajo estacional

Forma de empleo asociada y condicionada por la estacionalidad de la demanda.

Trabajo temporal

Forma de empleo que se desarrolla de forma eventual asociada a incrementos de actividad súbitos y puntuales.

TRADE

Trabajador Autónomo Económicamente Dependiente. Persona que realiza una actividad económica o profesional por cuenta propia, con la

particularidad de que al menos el 75% de sus ingresos depende de un único cliente.

Trade show

Expresión inglesa para feria. Ver **Feria**.

Tráfico web

En marketing, número de visitas a un espacio web y las respectivas páginas que contiene, en un periodo concreto, que determina el éxito y popularidad del mismo.

Transfer

En turismo, voz inglesa para la actividad consistente en trasladar en un vehículo a un cliente desde un medio de transporte a un establecimiento alojativo o viceversa, o a otro medio de transporte.

Transferencia

Operación por la que se traspasa una cantidad de dinero de una cuenta bancaria a otra.

Transferencia de valor

En turismo, ventaja derivada de vincular un producto o destino emergente con otro producto o destino líder en su segmento, con el fin de transferirle algunos de los beneficios asociados al líder.

Travel agency

Expresión inglesa para agencia de viajes. Ver **Agencia de viajes**.

Travel aggregator

En turismo, expresión inglesa para una página web que no vende

productos turísticos, sino que actúa como agregadora de contenido comercial de terceros (ofertas, promociones) las cuales compara y presenta ante el usuario de forma automatizada.

Travel manager

En turismo, expresión inglesa para gestor de viajes de empresa. Ver ***Gestor de viajes de empresa***.

Traveler's cheque

Expresión inglesa para cheque de viaje. Ver ***Cheque de viaje***.

Trekking

Voz inglesa para senderismo. Ver ***Senderismo***.

TrevPAR

Total Revenue per Available Room. En español, ingresos totales por habitación disponible. Ver ***Ingresos totales por habitación disponible***.

TrevPOR

Total Revenue per Occupied Room. En español, ingresos totales por habitación ocupada. Ver ***Ingresos totales por habitación ocupada***.

Trinchar

En hostelería, partir en trozos la comida para servirla.

Trinchero

En hostelería, mueble que se utiliza para trinchar o partir en trozos los alimentos antes de servirlos.

Tríptico

En diseño y marketing, folleto doblado en tres partes, creado e

impreso con fines de carácter publicitario o promocional.

TTOO

Turoperadores. Ver ***Turoperador***.

Turespaña

Instituto de Turismo de España. Organismo de la Administración General del Estado encargado de la promoción de España en el exterior como destino turístico.

Turismo

Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Turismo activo

Tipo de turismo que implica algún tipo de actividad física como parte de la motivación del turista.

Turismo alternativo

Tipo de turismo que constituye una opción diferente al tradicional turismo de sol y playa.

Turismo astronómico

Tipo de turismo especializado dirigido a profesionales o aficionados a la astronomía, que se caracteriza por visitar observatorios, museos astronómicos y lugares aptos para la observación mediante telescopios de los fenómenos celestes.

Turismo cinagético

Tipo de turismo especializado asociado a la práctica de la caza,

en el que se visitan destinos donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural.

Turismo cultural

Tipo de turismo que genera el movimiento de las personas por motivos culturales tales como viajes de estudios, festivales o eventos artísticos, visitas a monumentos, estudio del arte, el folclore o las peregrinaciones.

Turismo de aventura

Tipo de turismo que se realiza generalmente en entornos naturales con el propósito de vivir nuevas experiencias, lo que requiere grandes esfuerzos y asumir cierto nivel de riesgo.

Turismo de balneario

Tipo de turismo que se desarrolla en estaciones termales o balnearios, cuyo fin suele ser el descanso y el cuidado de la salud.

Turismo de compras

Tipo de turismo cuya principal motivación es ejercer la acción de compra de productos que por lo general tienen un precio más atractivo en el destino o bien que no se encuentran en el lugar de origen del viajero.

Turismo de congresos

Tipo de turismo ligado a la celebración de congresos, eventos y reuniones de distinta naturaleza, ya sean de tipo científico, técnico, cultural, deportivo, educativo,

económico o comercial, que tiene como fin el intercambio de ideas, conocimientos o experiencias entre los participantes.

Turismo de cruceros

Tipo de turismo que se realiza en un barco de pasajeros que ofrece servicios similares a los de un hotel, en el que se sigue una ruta marítima con parada en diferentes destinos en los que el turista puede desembarcar para conocerlos durante un corto periodo de tiempo.

Turismo de salud

Tipo de turismo especializado dirigido a personas interesadas en viajar a un destino con el fin de recibir tratamiento o atención médica, de bienestar o estética.

Turismo de sol y playa

Tipo de turismo masivo dirigido a personas que buscan estos beneficios de sol y playa en su viaje, caracterizado principalmente por la temporalidad y el clima benigno del destino, y que se complementa con actividades de ocio y tiempo libre.

Turismo de tercera edad

Tipo de turismo especializado dirigido a personas de la tercera edad, que normalmente son ofrecidos por las administraciones públicas y que, con el fin de obtener un precio competitivo, se suelen realizar en temporada baja.

Turismo deportivo

Tipo de turismo cuya principal motivación es ver o participar en algún evento o actividad deportiva.

Turismo educativo

Tipo de turismo cuya motivación principal es el aprendizaje, el estudio o la formación del viajero.

Turismo emisor

Conjunto de las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Turismo enológico

Tipo de turismo centrado en conocer la cultura y la oferta enológica de una zona, que incluye visitas a bodegas y viñedos, cata de vinos, entre otras actividades.

Turismo espacial

Tipo de turismo especializado en viajes al espacio exterior realizados por personas que no son astronautas profesionales y para los que se requiere un entrenamiento específico.

Turismo estético

Ver *Turismo de salud*.

Turismo experimental

Tipo de turismo alejado de lo convencional, que pone en práctica formas alternativas de visitar ciudades y lugares, en el que prima la organización de

recorridos turísticos originales, sin repetir los comportamientos tradicionales del turismo.

Turismo gastronómico

Tipo de turismo especializado en conocer la cultura y oferta gastronómica de una zona.

Turismo halal

Tipo de turismo orientado principalmente a satisfacer las necesidades de las personas que profesan la religión musulmana.

Turismo industrial

Tipo de turismo especializado en la visita de zonas o ciudades con patrimonio o cultura industrial, así como áreas industriales y fábricas (textiles, automóviles, aviones, productos lácteos, cementeras, relojes, etc.) con el fin de observar y conocer sus procesos productivos.

Turismo interior

Comprende el turismo interno y el turismo receptor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turismo internacional

Comprende el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o

emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo interno

Comprende las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo islámico

Ver *Turismo halal*.

Turismo médico

Ver *Turismo de salud*.

Turismo nacional

Comprende el turismo interno y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Turismo ornitológico

Tipo de turismo especializado centrado en la observación de la avifauna en su entorno natural.

Turismo receptivo

Comprende las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia como parte de un viaje turístico receptor.

Turismo religioso

Tipo de turismo motivado por la fe, las creencias y la cultura de las personas que se desplazan a determinados países o ciudades

en función de su credo, tales como lugares santos o enclaves de naturaleza religiosa.

Turismo reproductivo

Tipo de turismo cuyo fin es someterse a tratamientos de reproducción asistida, bien por estar prohibidos en sus países de origen o por el alto coste que suponen en ellos. Ver *Turismo de salud*.

Turismo residencial

Tipo de turismo que se caracteriza porque el viajero permanece en el país de destino durante un tiempo que no supera el mínimo de días al año necesario para ser considerado residente.

Turismo responsable

Conjunto de prácticas e iniciativas dirigidas a evitar los impactos negativos de la actividad turística en los entornos y en las sociedades.

Turismo rural

Tipo de turismo que se desarrolla en el medio rural y que consiste básicamente en un alojamiento no convencional, por lo general una casa o un hotel rural, con la opción de desarrollar actividades complementarias en el entorno natural, tales como senderismo o rutas a caballo.

Turismo sanitario

Ver *Turismo de salud*.

Turismo senior

Ver *Turismo de tercera edad*.

Turismo sexual

Tipo de turismo cuyo fin principal es el de mantener relaciones sexuales en el destino.

Turismo solidario

Tipo de turismo que promueve la colaboración con destinos menos favorecidos donde se colabora con los agentes locales y nativos en el desarrollo de la comunidad y la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Turismo sostenible

Conjunto de prácticas e iniciativas dirigidas a fomentar un equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo, con el fin de garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Turismo urbano

Tipo de turismo que se practica en las ciudades y que puede incluir formas de turismo cultural, gastronómico, deportivo, de convenciones o de compras, entre otros.

Turista

Persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, con una duración inferior a un año, siempre que su estancia incluya pernoctación, y cuya finalidad principal no sea emplearse por cuenta de una entidad local.

Turistificación

En turismo, proceso por el cual se transforma un hecho histórico, social o cultural en un producto valioso para el mercado turístico.

Turn away

En hotelería, expresión inglesa para una reserva rechazada por el establecimiento alojativo en una fecha determinada por no tener disponibilidad.

Turoperador

En turismo, operador que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él e integrados por más de uno de los siguientes servicios: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc. Puede ser operador mayorista, si trabaja exclusivamente con agencias de viajes, o mayorista y minorista, en caso de que su oferta vaya también destinada al cliente final.

Twin

En hotelería, voz inglesa para una habitación doble con dos camas individuales. Ver **Habitación doble**.

Twin double

Expresión inglesa para una habitación doble doble. Ver **Habitación doble doble**.

U

Ultra all inclusive

En turismo, expresión inglesa para ultra todo incluido. Ver ***Ultra todo incluido***.

Ultra todo incluido

Tipo de de hospedaje asociado al segmento de sol y playa que incluye el alojamiento, la alimentación y las bebidas de alta calidad o *premium* y determinados servicios extra sin cargos durante 24 horas.

Umbral de rentabilidad

Ver ***Punto de equilibrio***.

UNAF

Unión Empresarial de Agencias de Viajes. Colectivo que tiene entre sus principales objetivos la promoción y defensa de la imagen y el prestigio de las agencias de viajes dentro del concepto de libre empresa, potenciar y defender los intereses empresariales de sus miembros y mantener relaciones con toda clase de organismos y entidades públicas y privadas.

Unconstrained Demand

Expresión inglesa para demanda ilimitada. Ver ***Demanda ilimitada***.

Understay

En hotelería, voz inglesa para un cliente que acorta la estancia en un establecimiento alojativo.

Unidad

En hotelería, cada una de las habitaciones con las que cuenta un establecimiento alojativo.

Unidad de explotación

En hotelería, sometimiento de cada una de las unidades alojativas de un establecimiento que, siendo propiedad de distintas personas físicas o jurídicas, son gestionadas por una empresa como una unidad y bajo una misma marca comercial.

Unidad de venta

En marketing, cantidad indivisible de la que está formado un producto que se comercializa.

Unidades disponibles

Ver ***Habitaciones disponibles***.

Unidades ocupadas

Ver ***Habitaciones ocupadas***.

Uniform System of Accounts for the Lodging Industry

Expresión inglesa para el Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera. Ver ***Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera***.

Upgrade

En marketing, voz inglesa para la acción de ofrecer o dar a un cliente una mejora en la categoría de un producto o servicio contratado.

Upsell

En marketing, voz inglesa para la

técnica de venta que induce al cliente a consumir productos de mayor nivel, prestaciones y precios a los inicialmente solicitados y demandados por él.

URL

Uniform Resource Locator.

Expresión inglesa para Localizador Uniforme de Recursos, secuencia

de caracteres que sigue un formato estándar y que se utiliza para encontrar recursos (imágenes, documentos, etc.) en Internet.

USALI

Uniform System of Accounts for the Lodging Industry. Ver **Sistema**

Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera.

V

V

Símbolo que se utiliza en Canarias para identificar a las villas dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

Vacancy

En hotelería, voz inglesa para la habitación disponible en temporada alta.

Vacant & ready

En hotelería, expresión inglesa para una habitación lista para ponerse a la venta.

Valet

Voz francesa para mozo de habitación. Ver ***Mozo de habitación***

Valor

Ver Precio.

Valor agregado

En economía y finanzas, diferencia entre los elementos básicos de lo contratado y la totalidad de beneficios y servicios de los que disfruta un cliente.

Valor de marca

En turismo, valor añadido y relevancia (positiva o negativa) de la marca de un destino o productos turísticos adquiridos a lo largo del tiempo, y que está asociado a las percepciones que tienen sus consumidores sobre dicha marca, que comprenden tanto sus elementos tangibles como intangibles.

Vending

En comercio, voz inglesa para el sistema de venta a través de máquinas expendedoras.

Ventaja competitiva

En marketing, capacidad de una empresa, marca o producto de diferenciarse respecto a otras de su mismo sector o mercado y superarla, generalmente gracias a técnicas o medidas innovadoras.

En turismo, capacidad de un destino para diferenciarse de otros gracias a elementos incorporados, tales como la mejora de los canales de información turística, la educación y la formación específica para la actividad turística, o la innovación, entre otros.

Vestimenta corporativa

Conjunto de prendas que distinguen e identifican a una empresa y a sus trabajadores y colaboradores, en función de su rango.

Viaje

Acción de trasladarse de un lugar a otro, generalmente distante, a pie o por cualquier medio de transporte.

Viaje combinado

En turismo, viaje organizado por una agencia de viajes que supone como mínimo una noche de

estancia o tiene una duración superior a las 24 horas, y que incluye al menos dos de los siguientes elementos: transporte, alojamiento u otros servicios turísticos no accesorios a los anteriores, que forman una parte significativa del viaje (excursiones, entradas a espectáculos, comidas,...).

Viaje de fin de curso

En turismo, viaje que realizan los estudiantes, normalmente en el último año, para celebrar la finalización de sus estudios.

Viaje de incentivos

En turismo, actividad planificada que consiste en premiar con un viaje a un determinado colectivo, dentro de una organización o relacionada con ella, con el fin de motivarlo a lograr unos objetivos, que puede servir para fidelizar clientes, estimular la red de ventas, incrementar las ventas, cohesionar determinados departamentos en la empresa o sencillamente recompensar el trabajo bien hecho.

Viaje de negocios

En turismo, viaje cuyo objeto principal es desarrollar la actividad empresarial.

Viaje turístico

En turismo, desplazamiento de una persona a un lugar que no constituye su residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso, de modo que

generalmente se refiere a un viaje de ida y vuelta.

Viajero

Persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo, duración y medio de transporte.

Villa

Establecimiento extrahotelero con una o varias unidades de alojamiento independientes, dotada de zonas verdes privadas y que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos.

Vinoterapia

Tratamiento relacionado con el bienestar basado en las propiedades antioxidantes de los polifenoles presentes en el vino y en el hollejo de la uva.

VIP

Very Important Person. Expresión inglesa para la persona que recibe un trato especial.

Visado

Documento expedido por la autoridad de un país que permite visitarlo a una persona que no tiene nacionalidad de este país.

Visita

Desplazamiento a un lugar, generalmente para conocerlo o para ver a alguien.

Visita turística

En turismo, estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

Visitante

En turismo, persona que viaja a un destino diferente a su entorno habitual por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad local.

Visitante de negocios

En turismo, visitante para el que los negocios o razones profesionales son el motivo principal de su viaje.

Vivienda vacacional

Alojamiento de vacaciones o vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento.

Void

En transporte, voz inglesa para un

billete no válido o anulado como consecuencia de haber cometido un error al expedirlo.

Volandera

En marketing y publicidad, hoja de pequeñas dimensiones y de bajo coste creada e impresa a una o dos caras con fines de carácter publicitario o promocional.

Voucher

En turismo, voz inglesa para el bono, cupón o comprobante expedido por una agencia, que se emplea como documento acreditativo del pago de un producto o servicio.

VV

Símbolo que se utiliza en Canarias para identificar a las viviendas vacacionales dentro de la clasificación de alojamientos turísticos.

W

Waiting list

Expresión inglesa para lista de espera. Ver **Listado de espera**.

Wake-up call

En hotelería, expresión inglesa para llamada despertador. Ver **Llamada despertador**.

Walked

En hotelería, voz inglesa para el cliente que ha sido alojado en otro establecimiento por problemas de *overbooking*.

Walk-in

En hotelería, expresión inglesa para el cliente que llega al hotel sin reserva previa.

Walk-up

En aviación, expresión inglesa para el pasajero que compra el billete instantes antes de la salida de un vuelo.

Wash de grupos

En *revenue management*, diferencia entre el número de habitaciones solicitadas por un grupo y las reservadas realmente.

WATA

World Association of Travel Agencies. Ver **Asociación Mundial de Agencias de Viaje**.

Webmaster

Voz inglesa para el administrador de una página web, responsable

de su programación, mantenimiento y gestión.

Welcome drink

En hostelería, expresión inglesa para la bebida de bienvenida que ofrecen los establecimientos alojativos o bien en actos o eventos a la llegada de los clientes o invitados.

Wellness

Voz inglesa para definir un estado de bienestar general por medio de la consecución de un equilibrio entre la mente y el cuerpo. En turismo, establecimiento alojativo que de forma complementaria oferta servicios o tratamientos que generen bienestar tanto físico como psíquico a los clientes, tipo spa, centro de salud y estética, talasoterapia, entre otros.

Whale watching

En turismo, expresión inglesa para la actividad turística que consiste en el avistamiento y observación de ballenas en su entorno natural.

Who

En hostelería, voz inglesa para un cliente no identificado que se encuentra en una habitación que figura como vacía en el *rooming list*.

Wholesaler

Voz inglesa para mayorista. Ver **Mayorista**.

Wi-Fi

Wireless Fidelity. Expresión inglesa para la tecnología de conexión inalámbrica de la que disponen los dispositivos electrónicos para acceder a las redes telemáticas.

Wine spa

Expresión inglesa para vinoterapia. Ver **Vinoterapia**.

WL

Waiting List. Ver **Lista de espera**.

Workflow

Voz inglesa para flujo de trabajo. Ver **Flujo de trabajo**.

Workshop

En turismo, voz inglesa para las jornadas profesionales de contratación, donde están presentes los diferentes agentes que representan a la oferta y la demanda de productos turísticos.

World Association of Travel Agencies

WATA. Ver **Asociación Mundial de Agencias de Viaje**.

World Tourism Organisation

WTO. Ver **Organización Mundial del Turismo**.

World Travel Market

Feria Internacional de Turismo de Londres que se celebra anualmente en noviembre donde se dan cita los profesionales del sector turístico a nivel mundial.

Worldspan

Proveedor de comunicación global, distribución electrónica e información de servicios de viaje e infraestructuras de comercio electrónico para agencias y proveedores de viajes. Ver **GDS**.

WTO

World Tourism Organization. Ver **Organización Mundial del Turismo**.

Y

Yate

En transporte, embarcación de recreo.

Yield management

En hotelería y transporte, expresión inglesa para la técnica o disciplina analítica que permite

predecir el comportamiento del consumidor y cuyo fin es la optimización de la disponibilidad y el precio de un producto para maximizar los beneficios de la explotación. Ver ***Revenue management***.

Z

Zona de tránsito

Parte de un aeropuerto, puerto o estación en la que esperan el nuevo medio de transporte los viajeros llegados de otro país que han de continuar viaje hacia un tercero. Estos viajeros no están sometidos a los trámites fronterizos normales.

Zona turística

En turismo, territorio de extensión variable que cuenta con una unidad paisajística e integrado por varios destinos.

Dotada de una amplia infraestructura turística, se caracteriza por una alta concentración de actividad turística, donde se ofertan productos y servicios turísticos.

ZONTUR

Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España, fusionada en 2004 con la Federación Española de Hoteles (FEH) para formar la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

bibliografía

- comunidad.hosteltur.com
- eduturismo.tripod.com
- erevenueamasters.com
- escuela.inteligenciaturistica.com
- estadisticas.tourspain.es
- jaimechicheri.com
- media.unwto.org/es
- www.ucm.es
- rua.ua.es
- www.20minutos.es
- www.40defiebre.com
- www.actualidadviajes.com
- www.acutavc.com
- www.advenio.es
- www.aec.es
- www.alimarket.es
- www.alojamientosconectados.es
- www.amip--destinoturistico.blogspot.com.es
- www.andaphoteleria.blogspot.com.es
- www.anibalgoicochea.com
- www.aromasenmicopa.com
- www.asgestion.com
- www.balantia.com
- www.balnearioareatza.com
- www.balnearios.org
- www.bcv.org.ve
- www.bde.es
- www.blogtrw.com
- www.brendaflorio.blogspot.com.es
- www.calidaddestino.es
- www.calidadturistica.es
- www.cehat.com
- www.cesae.es
- www.cienaniosdeturismo.gov.ar
- www.clilviu.es
- www.clubensayos.com
- www.colonialtours.com.do
- www.comunicacionydiseno.es
- www.consumoteca.com
- www.crecenegocios.com
- www.datatur.sectur.gob.mx
- www.deconceptos.com
- www.definición.de
- ww.bligoo.com.mx
- www.diariodelhotelero.com.ar
- www.dobleconvistas.com
- www.eco-finanzas.com
- www.economia48.com
- www.edukavital.blogspot.com.es
- www.elbloghotelero.com
- www.elblogsalmon.com
- www.eleconomista.es
- www.elegirerp.com
- www.encyclopediafinanciera.com
- www.encyclopediasalud.com
- www.esquesomospobres.blogspot.com.es
- www.eventoclick.com
- www.exceltur.org
- www.expansion.com
- www.facturacionhotel.blogspot.com.es
- www.femp.es
- www.fernandosotofernandez.com
- www.finanzasyhoteleria.wordpress.com
- www.foromarketing.com
- www.gastronomia.laverdad.es
- www.gebta.es
- www.geoparquevilluercas.es
- www.gerencia.com

- www.gestionydireccionhotelera.com
- www.gestiopolis.com
- www.gigaturismo.com
- www.gobernantas.wordpress.com
- www.gobiernodecanarias.org
- www.google.es
- www.hostelmedia.com
- www.hostelpro.es
- www.hosteltur.com
- www.hotelcostcontrol.com
- www.hotelsdot.com
- www.ibta.es
- www.icao.int
- www.icrono.com
- www.ih-ra.com
- www.ine.es
- www.inturmancha.es
- www.leirelarraiza.com
- www.leshoteliers.com
- www.luislopezweb.es.tl
- www.mallorcawebsite.com
- www.manualidadesycursos.wordpress.com
- www.marketingdirecto.com
- www.marketing-xxi.com
- www.masajistaterapeutico.com
- www.mesadelturismo.com
- www.midiccionario.esgenial.org
- www.mintur.gob.ve
- www.observatoriorsc.org
- www.observatur.edu.ar
- www.observatur.edu.ar
- www.opesa.net
- www.optucorp.com
- www.peregrinogastrosofo.wordpress.com
- www.poraqui.net
- www.productofinalgestion.blogspot.com.es
- www.professionaltour.com.ar
- www.pymesfuturo.com
- www.pymesyautonomos.com
- www.rae.es
- www.redautonomos.es
- www.redeuroparc.org
- www.region.com.ar
- www.reviewpro.com
- www.revistabuenviaje.com
- www.ritap.es
- www.sgc-aplicado.blogspot.com.es
- www.siimt.com
- www.storify.com
- www.strglobal.com
- www.tengodeudas.com
- www.turismo.de-mas.net
- www.turismoastronomico.wordpress.com
- www.turismodeportivo.info
- www.turismohalalblog.wordpress.com
- www.unwto.org
- www.viagourmet.com
- www.wikipedia.org
- www.yieldfans.blogspot.com.es
- www2.ulpgc.es

Breve glosario básico de turismo & hotelería

Rubén Fernando Guido.

Cuenta satélite de turismo (CST): Recomendaciones sobre el marco conceptual

Organización Mundial del Turismo (OMT).

Diccionario abreviado de términos de branding

Iñigo Ilópe de Uralde, Víctor Mirabet y Gildo Seisdedos.

Diccionario general de turismo

Gerardo Novo.

Entender el turismo: Glosario básico

Organización Mundial del Turismo (OMT).

Estrategia de cartera de marcas

David A Aaker.

Estructura del mercado turístico

Jordi Montaner Montejano.

Evaluación de la importancia económica del sector de reuniones. Una extensión de la cuenta satélite de Turismo

Organización Mundial del Turismo (OMT).

Gestión de producción de alojamientos y restauración

Javier Cerra, José A. Dorado y Pedro E. García.

Glosario de terminología hotelera

Juan Carlos Victoria.

Glosario de turismo

Verónica Aguilar Díaz, Humberto Rivas Ortega y Ricardo González Cornejo.

Glosario Inglés-Español para términos de turismo, derecho, economía y día a día

Ana Isabel Rodríguez Muñoz.

Glosario Turismo de reuniones

Varios autores.

Indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos. Guía práctica

Organización Mundial del Turismo (OMT).

La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing

Olga Femenia Millet.

Los 80 conceptos esenciales de marketing. De la A a la Z

Phil Kotler.

Lovemarks

Kevin Roberts.

Manual de recepción y atención al cliente

José Antonio Dorado y Javier Cerra.

Manual de revenue management para hoteles y alojamientos rurales

Anónimo.

Manual sobre branding de destinos turísticos

Organización Mundial del Turismo (OMT) y Comisión Europea de Turismo (CET).

Marketing de ciudades

Victoria Elizagarate.

Marketing para turismo

Phil Kotler, John Bowen, James Makens, Ramon Rufin Moreno y Maria Dolores Reina Paz.

Organización y control de un alojamiento

Isabel Milio.

Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo

Organización Mundial del Turismo (OMT)

Señalética

Joan Costa.

Técnicas de gestión y dirección hotelera

Juan R. Mestres Soler.

Teoría general del turismo

Manuel Ramírez Blanco.

relacionados
turísticos y
hoteles,
terminos
de glosario de

monografía