



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ALOJAMIENTO RURAL

Código: HOT326_2

NIVEL: 2



Accesibilidad: Grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades físicas o psíquicas.

Acción promocional: Conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos como informar, persuadir o recordar al público objetivo los productos y/o servicios que se comercializan.

Alojamiento rural: Establecimiento que se dedica a la explotación del servicio de alojamiento ubicado en espacios rurales, habitualmente en localidades pequeñas o fuera del casco urbano en localidades más grandes. Suelen ser viviendas antiguas rehabilitadas y en muchas ocasiones regentadas de forma familiar.

Aprovisionamiento: Proceso compuesto de varias fases a través del cual una empresa cubre las necesidades de medios productivos para la realización de su actividad. Dicho proceso comienza en el momento en que se detecta una necesidad hasta el momento en que el género queda almacenado a la espera de su utilización en el ciclo productivo.

Calidad de un producto o servicio: Es la capacidad de un producto o servicio de satisfacer las necesidades, los requerimientos y las expectativas del cliente. Se trata de un término relativo, pues es el cliente quien determina el grado de calidad dependiendo de sus expectativas y percepciones y, por tanto, del grado de satisfacción que le produzca dicho producto o la recepción de un determinado servicio. De esta forma, un cliente estará muy satisfecho si sus percepciones superan sus expectativas; estará satisfecho si sus percepciones se equiparan con sus expectativas y estará insatisfecho si sus percepciones no alcanzan sus expectativas.

Canal de distribución: En el sector turístico, los canales de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones para facilitar y poner a disposición de los potenciales clientes los productos de los diferentes fabricantes, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro. Se distinguen tres tipos de canales dependiendo del número de intermediarios que posea: largo (elevado número de intermediarios), corto (número de intermediarios reducido) o directo (no hay intermediarios, el producto llega al cliente final desde el fabricante).

Centro de Información Turística: Organización encargada de proveer información a los turistas reales y potenciales sobre los recursos turísticos, los alojamientos, restaurantes, mapas u otra información solicitada por el usuario, existentes en un área geográfica determinada, con el objetivo de facilitar su estancia y disminuir el riesgo de experiencias negativas, influyendo de forma positiva en la imagen del destino turístico.



Check in: Término anglosajón que podría ser traducido como “registro de entrada”, es el proceso mediante el cual el personal de la recepción de un alojamiento turístico, aeropuerto o puerto, registra la entrada de un cliente al establecimiento o medio de transporte, valiéndose de los documentos necesarios para la formalización del mismo.

Check out: Término anglosajón que podría ser traducido como “registro de salida”, es el proceso mediante el que, en un alojamiento turístico, se procede a realizar los trámites oportunos para la salida del cliente en el momento que deja el establecimiento, con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos.

Comercializar: Desarrollar y organizar los procesos necesarios para facilitar la venta de un producto.

Competencia: Conjunto de entidades que desarrollan su actividad dentro del mismo segmento de mercado de una empresa y que comercializa productos o servicios que por sus características podrían ser sustitutivos de los que ofrece esta empresa. A cada una de esas empresas se les conoce con la expresión competidor.

Datáfono: Dispositivo compacto que, instalado en un establecimiento de restauración, permite cobrar a sus clientes (por red telefónica, o IP vía GSM, GPRS, Wi-Fi, etc.) mediante tarjeta bancaria. Normalmente el datáfono de un comercio es proporcionado por el banco con el que trabaja.

Demanda: Cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos en un lugar establecido.

Desestacionalización: En el sector turístico, conjunto de actividades y políticas de gestión que realiza una organización para distribuir la ocupación de turistas uniformemente y evitar su concentración en determinadas épocas del año.

Destino turístico: Subsistema contenido entre dos sistemas más amplios, el sector turístico y el geográfico, que está formado por elementos espaciales (recursos territoriales, infraestructuras, equipamientos, etc.), administrativos (legislación, políticas) y productivos (factores y recursos de producción, agentes, inversión, etc.), así como por el conjunto de sus interrelaciones y los efectos que producen sobre el sector turístico (bienes y servicios producidos y consumidos en el lugar) y sobre el territorio (cambios paisajísticos, imágenes, percepción territorial, etc.). Puede ser materializado como el lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a dichos lugares.

Diferenciales competitivos: Conjunto de ventajas o inconvenientes que tiene una empresa con respecto al resto de sus competidores en cualquier ámbito de la misma. Pueden ser positivos o negativos en función de que sean ventajas o inconvenientes para la empresa.



Establecimientos de alojamiento turístico: Instalación donde regularmente (u ocasionalmente) se ofrecen plazas para que un turista pueda pernoctar a cambio de un precio. Se pueden distinguir diversas tipologías como hoteles, balnearios, ciudades de vacaciones, centros sanitarios, residencias de estudiantes, residencias de tercera edad, apartamentos turísticos, alojamientos rurales, entre otras.

Intermediario turístico: Persona física o jurídica dedicada comercialmente al ejercicio de actividades de mediación en la venta u organización de servicios turísticos. Con ánimo de lucro, organiza o comercializa viajes combinados y excursiones, media en la venta de billetes o reserva de plazas en medios de transporte, en la contratación del alojamiento en establecimientos turísticos o en los servicios o actividades ofrecidos por las empresas turísticas, entre otras.

Mercado Turístico: Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio, todas las empresas que los comercializan y la infraestructura que puede ser utilizada por los turistas; donde fluyen la oferta y la demanda turísticas.

Ofimática: Conjunto de técnicas y equipamiento hardware y software usado para crear, coleccionar, almacenar, manipular y transmitir digitalmente la información necesaria en una oficina para realizar tareas y lograr objetivos básicos. Las actividades básicas de un sistema ofimático comprenden el almacenamiento de datos en bruto, la transferencia electrónica de los mismos, la gestión de información electrónica relativa a una organización, la mecanografía, la elaboración de informes o la realización de gráficos y estadísticas sencillas, entre otras. La ofimática ayuda a optimizar o automatizar los procedimientos de trabajo existentes.

Overbooking: Palabra de origen inglés, en español se traduce de forma literal como “sobreventa”. Es un término surgido a mediados del siglo XX debido a las estrategias de gestión de las aerolíneas americanas que pretendían incrementar la capacidad de sus aviones al realizar un vuelo. Por esta técnica se permitía a los clientes de la aerolínea reservar un servicio por encima de la disponibilidad real existente, sin su conocimiento. Actualmente se aplica también en el sector hotelero, definiéndose como una técnica de gestión de la rentabilidad de los servicios que persigue incrementar la capacidad del establecimiento, aun no existiendo físicamente esa posibilidad, para evitar la pérdida de ingresos producida por la existencia de clientes No-Show.

Primeros auxilios: Aquellas medidas o actuaciones que realiza el auxiliador, en el mismo lugar donde ha ocurrido el accidente, hasta la llegada de personal especializado.

Productos de acogida o amenities: Productos que se ofrecen a los clientes de forma gratuita en el “acto de acogida o recibimiento” en un establecimiento de alojamiento turístico, con productos tales como gel, champú, kit de afeitado, kit de aseo dental, peine, entre otros.



Público objetivo: Conjunto de personas o empresas que por sus características son considerados clientes óptimos para una empresa.

Reclamación: Proceso realizado normalmente por escrito en el que un cliente manifiesta su oposición o contradicción con alguna operación o acontecimiento desarrollado en la prestación de un servicio o la venta de un bien, mostrando su disconformidad con la misma. La gestión de una reclamación suele estar normalizada en la mayoría de las empresas.

Recursos turístico-culturales: Elementos base sobre los que se desarrolla la actividad turística, que tienen atractivo para generar el interés del visitante y motivar el desplazamiento a un destino determinado, generando una actividad económica. Cuando los recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico, se convierten en productos.

Servicio turístico: Acto que una parte puede ofrecer a otra sin que se dé como resultado ninguna propiedad. Se caracterizan por ser intangibles (no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse), inseparables (se producen, venden y consumen al mismo tiempo), heterogéneos (depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano) y perecederos (no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario). En el sector turístico, tienen la consideración de servicios turísticos la prestación de:

- **Servicio de alojamiento:** Cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación:** Cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía:** Cuando se preste servicios de guía turístico profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de acogida:** Cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información:** Cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación:** Cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.