

GLOSARIO

Turismo

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) define el turismo como la actividad de los visitantes y especifica que "un visitante es un viajero que realiza un viaje a un destino principal fuera de su entorno habitual, durante menos de un año, con cualquier propósito principal (negocios, ocio u otro propósito personal) que no sea estar empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado".

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>).

Viajero

Alguien que se desplaza entre diferentes lugares geográficos, con cualquier propósito y duración (<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante de un día (o excursionista) en caso contrario

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

Visitante

Viajero que realiza un viaje a un destino principal fuera de su entorno habitual, durante menos de un año, con cualquier propósito principal (negocios, ocio u otro propósito personal) que no sea estar empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado

(<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>)

Servicios turísticos

Servicios prestados a los visitantes.

Cadena de valor del turismo

Una cadena de valor del turismo puede definirse como un sistema que describe cómo las empresas del sector privado, en colaboración con el gobierno y la sociedad civil, reciben o acceden a recursos como insumos, añaden valor a través de diversos procesos (planificación, desarrollo, financiación, comercialización, distribución, fijación de precios, posicionamiento, entre otros) y venden los productos resultantes a los clientes.

https://sustainablelabels.eu/wp-content/uploads/2021/07/2_Value-chain_K.Milicevic.pdf

VET

Formación profesional y educativa.

Personas con discapacidad

Las personas con discapacidad son aquellas que tienen deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, pueden impedir su participación plena y efectiva en la sociedad en igualdad de condiciones con las demás (CNUDPD 2006).

Personas con necesidades específicas de acceso

Término que hace referencia a las personas con discapacidad y también a otras como las personas mayores con deficiencias relacionadas con la edad, las personas con deficiencias temporales, las personas con necesidades dietéticas y las familias con niños pequeños.

PMRs

Personas con movilidad reducida: Término utilizado específicamente en el sector del transporte de pasajeros (avión/ferrocarril/ferry/autobús y autocar), referido a todas las personas con discapacidad.

Producto Interior Bruto (PIB)

El producto interior bruto (PIB) es el valor monetario o de mercado total de todos los bienes y servicios acabados producidos dentro de las fronteras de un país en un periodo de tiempo determinado.

Sector de la hostelería

El sector de la hostelería está formado por un amplio grupo de empresas que prestan servicios a huéspedes y viajeros. Va desde el servicio de comida y bebida en restaurantes, bares y cafeterías hasta la oferta de alojamiento a través de hoteles y el entretenimiento a través de establecimientos de ocio nocturno. La hostelería es, por naturaleza, diversa, desde microempresas, pequeñas y medianas empresas hasta grandes cadenas. El sector de la hostelería es la columna vertebral de la economía europea, ya que proporciona 12 millones de puestos de trabajo y representa, junto con el turismo, el 10% del PIB de la Unión Europea (véase la definición de PIB más arriba).

Certificado digital COVID de la UE

Un Certificado Digital COVID de la UE es una prueba digital de que una persona ha sido: vacunada contra el COVID-19; ha recibido un resultado negativo en las pruebas o se ha recuperado del COVID-19. El Reglamento sobre el certificado digital COVID de la UE entró en vigor el 1 de julio de 2021. Los ciudadanos y residentes de la UE podrán ahora tener sus certificados digitales COVID emitidos y verificados en toda la UE. Más información: [Certificado Digital COVID de la UE | Comisión Europea \(europa.eu\)](#)

Aprendizaje

El aprendizaje es un programa que tiene como objetivo preparar a los estudiantes para un tipo de trabajo específico, al tiempo que satisface la necesidad de una empresa de contar con empleados altamente cualificados. Suele combinar la formación práctica en el puesto de trabajo (a veces remunerada) con algunos estudios complementarios. Los aprendizajes abarcan una gran variedad de carreras e industrias.

Sobreturismo

El sobreturismo es "el impacto del turismo en un destino, o en partes del mismo, que influye excesivamente en la percepción de la calidad de vida de los ciudadanos y/o en la calidad de las experiencias de los visitantes de forma negativa" (OMT). Por lo general, el fenómeno del sobreturismo está causado por una concentración excesiva de turistas (geográfica y/o temporal) que provoca la congestión y la masificación del destino y/o de las atracciones turísticas. El reto para los destinos más afectados pasa por gestionar el turismo en lugar de aumentar el número de turistas.

Inteligencia empresarial (BI)

Búsqueda de oportunidades de negocio mediante el análisis de datos. La ejecución de los procesos empresariales produce datos. Al analizar estos datos con herramientas digitales (por ejemplo, con software estadístico), es posible comprender a fondo el comportamiento de los turistas y, como resultado, diseñar ofertas más precisas (incluso personalizadas) y rentables. O incluso, el análisis de los datos de los costes del negocio (por ejemplo, los costes de electricidad) permite generar un importante ahorro de energía sin afectar a la calidad del servicio.

Red Europea de Turismo Accesible (ENAT)

Asociación sin ánimo de lucro y con múltiples partes interesadas creada en Bélgica en 2008, cuya misión es hacer que los destinos, productos y servicios turísticos europeos sean accesibles para todos los visitantes y promover el turismo accesible en todo el mundo.

Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)

Organismo especializado de las Naciones Unidas que coordina los principios y técnicas de la navegación aérea internacional y fomenta la planificación y el desarrollo del transporte aéreo internacional para garantizar un crecimiento seguro y ordenado. La OACI adopta normas y prácticas recomendadas relativas a la navegación aérea, su infraestructura y la facilitación de los procedimientos de cruce de fronteras para la aviación civil internacional.

Producto turístico

Una combinación de elementos tangibles e intangibles, como los recursos naturales, culturales y artificiales, las atracciones, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un centro de interés específico que representa el núcleo de la combinación de marketing del destino y crea una experiencia global para el visitante que incluye aspectos emocionales para los clientes potenciales. Un producto turístico tiene un precio y se vende a través de canales de distribución y tiene un ciclo de vida" (OMT).

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)

Autoridad mundial sobre la contribución económica y social de los viajes y el turismo. El WTTC promueve el crecimiento sostenible del sector de los viajes y el turismo, trabajando con los gobiernos y las instituciones internacionales para crear puestos de trabajo, impulsar las exportaciones y generar prosperidad. Los miembros del Consejo son los presidentes y directores ejecutivos de las principales empresas del sector privado de viajes y turismo del mundo.

Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT)

Agencia de las Naciones Unidas para la promoción de un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible. La OMT promueve el turismo como motor del crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad medioambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para hacer avanzar los conocimientos y las políticas turísticas en todo el mundo.

Organización Internacional de Turismo Social (OITS)

Organización internacional sin ánimo de lucro creada en 1963 con el nombre de Oficina Internacional de Turismo Social (BITS). La OITS, que reúne a los agentes de los sectores del turismo social, sostenible y solidario de todo el mundo, promueve un turismo accesible y responsable.

Comité Europeo de Normalización (CEN)

Asociación oficialmente reconocida por la Unión Europea y por la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) como responsable de desarrollar y definir normas voluntarias a nivel europeo. El CEN reúne a los organismos nacionales de normalización de 34 países europeos y proporciona una plataforma para la elaboración de normas europeas y otros documentos técnicos en relación con diversos tipos de productos, materiales, servicios y procesos, como la salud y la seguridad, la asistencia sanitaria, los servicios y el transporte.

Economía de bajo coste

La economía de bajo contacto se refiere a la forma en que las empresas de todo el mundo se han visto obligadas a operar como resultado de Covid-19. Más en general, la economía de bajo contacto, también llamada **economía sin contacto**, se refiere a las interacciones interpersonales y de otro tipo (por ejemplo, con superficies, asas, etc.) que consisten en un contacto físico nulo o mínimo. El objetivo principal es evitar que los gérmenes se propaguen al tocar diferentes superficies o al estar en estrecha y directa proximidad con otras personas en entornos comerciales.

Datos abiertos

Los datos abiertos son conjuntos de datos digitales, pertenecientes a organizaciones públicas o privadas, que se hacen públicos y pueden ser utilizados por cualquiera. Por ejemplo, un gobierno local puede decidir publicar conjuntos de datos sobre los flujos turísticos relacionados con su área de responsabilidad. Del mismo modo, el gestor de un aparcamiento público puede compartir datos sobre los vehículos aparcados. Los datos abiertos son importantes porque permiten conocer la dinámica de un destino turístico.

Datos masivos

Grandes conjuntos de datos, estructurados o no, cuyo procesamiento requiere sistemas de alto rendimiento. El fenómeno de los big data ha surgido en relación con la enorme producción de datos por parte de una gran variedad de dispositivos digitales (por ejemplo, servidores web, teléfonos inteligentes, sistemas de videovigilancia, etc.). El almacenamiento y procesamiento de esta enorme cantidad de datos requiere sistemas de software y hardware de mucho mayor rendimiento que los sistemas transaccionales tradicionales (utilizados, por ejemplo, para reservar habitaciones de hotel, registrar cargos, emitir facturas, etc.).

Gestión de la relación con el cliente (CRM)

Enfoque de marketing, implementado a través de un software específico, destinado a mantener relaciones a largo plazo con los clientes. Un sistema CRM recoge datos sobre cada cliente, procedentes de diversas fuentes (datos sobre consumo, consultas, reservas, sobre reclamaciones, pagos, etc.), y trata de comprender y anticipar sus expectativas para establecer y mantener en el tiempo relaciones mutuamente satisfactorias.

Sistemas de gestión de la propiedad (PMS)

Sistemas de información basados en ordenadores que facilitan las operaciones diarias de cualquier negocio de alojamiento, como las reservas, la recepción, la limpieza, el mantenimiento, la facturación y el análisis de datos de ingresos. Ofrecen a los gestores la posibilidad de manejar toda la propiedad con un único sistema de software.

El objetivo principal de un PMS es acelerar y optimizar los procesos existentes para ahorrar tiempo y recursos a los gestores de hoteles.

Sistema de apoyo a las decisiones (DSS)

Sistema informático destinado a apoyar a la dirección en la toma de decisiones empresariales. Un DSS recoge datos de diversas fuentes, internas y externas a la empresa, los muestra en tablas, gráficos, etc., y hace sugerencias basadas en modelos estadístico-matemáticos. Por ejemplo, un DSS puede proporcionar un análisis de los costes e ingresos de períodos anteriores y hacer previsiones de costes e ingresos futuros, etc.

Gestión del rendimiento (PM)

Proceso empresarial diseñado para supervisar la consecución de objetivos de rendimiento específicos por parte de la organización. La dirección establece objetivos (normalmente representados por rangos de valores de KPIs objetivo específicos) y fechas de seguimiento. A medida que la empresa avanza, los KPI se calculan y se comparan con los KPI objetivo. Basándose en la comparación, se toman medidas correctivas.

Indicador clave de rendimiento (KPI)

Indicador, cuantitativo o cualitativo, representativo de un rendimiento empresarial específico. Un KPI típico podría ser el número de unidades de producto producidas, el nivel porcentual de costes energéticos en lugar de recursos humanos empleados, etc.

Gestión de contenidos

Proceso destinado a gestionar diversos tipos de contenidos (textos, audios, gráficos, vídeos) normalmente en un entorno web. Se apoya en sistemas de software específicos denominados Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS). Normalmente, un CMS permite a un usuario sin conocimientos informáticos específicos gestionar (insertar, editar, eliminar) el contenido de las páginas web de un sitio.

Internet de los objetos (IOT)

Extensión aplicativa de la tecnología de Internet que soporta las interacciones entre el hombre y los objetos físicos (cosas) o entre objetos físicos. Para ello, cada uno de los objetos implicados debe disponer de las capacidades adecuadas de almacenamiento de datos, procesamiento y comunicación. Por ejemplo, usar el smartphone para interactuar, a distancia, con el sistema de calefacción o el de seguridad de la casa. O una máquina puede autodiagnosticar una avería, activar los procedimientos de seguridad adecuados y enviar la solicitud de reparación al centro de servicio técnico.

Realidad aumentada (AR)

Cualquier tecnología que "aumenta" la percepción visual (y en algunos casos auditiva) del entorno por parte del usuario. Por lo general, la información digital se superpone a un entorno existente/objetos del mundo real.

Por ejemplo, gracias a la RA, los turistas que visitan los monumentos pueden utilizar los dispositivos móviles para mostrar información adicional y contenidos multimedia superpuestos (vídeos y animaciones en 3D), ver su evolución a lo largo del tiempo, ver reconstrucciones y entornos en 3D donde hay ruinas, etc.

Realidad virtual (RV)

Tecnología que proporciona un entorno 3D generado por ordenador (incluyendo gráficos por ordenador y vídeo de 360 grados) que rodea al usuario y responde a las acciones del individuo de forma natural, normalmente a través de pantallas inmersivas montadas en la cabeza. El reconocimiento de gestos o los controladores portátiles proporcionan un seguimiento de la mano y el cuerpo, y puede incorporarse la retroalimentación háptica (o sensible al tacto)

Por ejemplo, gracias a la RV, los turistas pueden experimentar un destino con antelación y ver las atracciones locales. Las navegaciones interactivas, realistas, fáciles y detalladas de la RV ayudan a los turistas en los procesos de planificación del viaje y de las actividades.

Metaverso

Espacio virtual digital, con cierto grado de verosimilitud, en el que los seres humanos, como avatares, interactúan entre sí y pueden trabajar, jugar, comprar, socializar como lo harían en la vida real.

El boca a boca

El proceso de hablar a los conocidos de un determinado producto o servicio, normalmente porque se piensa que es bueno y se quiere animar a probarlo. El boca a boca es la forma de comunicación que más influye en las decisiones de compra. En el marketing digital, el boca a boca se refiere a la difusión, a través de las redes sociales, de información, consejos, opiniones y evaluaciones entre una persona y una audiencia: ya no hay una relación personal entre el narrador y la audiencia. El marketing de boca a boca es el resultado de la promoción u otra influencia de una empresa.

Directrices de Accesibilidad al Contenido en la Web (WCAG)

Un único estándar compartido para la accesibilidad de los contenidos web que satisface las necesidades de individuos, organizaciones y gobiernos a nivel internacional. Los documentos de las WCAG explican cómo hacer que los contenidos web sean más accesibles para las personas con discapacidad.