

**PRINCIPALES VOCABLOS DE LA RAMA HOTELERA Y TURÍSTICA EN  
ECUADOR, LATINOAMERICA Y ESPAÑA**

***“THE MAIN VOCABLES OF THE HOTEL AND TOURISM BRANCH IN  
ECUADOR, LATIN AMERICA AND SPAIN”***

*Sofía Aracely Biler Reyes<sup>1</sup>, Erick Yandry Córdova Biler<sup>2</sup>, Vinicio Cevallos Ponce<sup>3</sup>*

Recibido: 04/10/2021

Evaluado: 04/11/2021

Aceptado: 24/11/2021

**Resumen**

El presente artículo fue desarrollado para profesionales y estudiantes de turismo y hotelería que en forma cotidiana utilizan términos específicos de contabilidad y finanzas y tiene como objetivo general desarrollar una revisión de varios trabajos bibliográficos de los principales términos del ramo de la hotelería y el turismo, tanto en Ecuador como en otras partes de la región y el mundo, estos aplicados a la misma área, el propósito es orientar a la población académica, profesoral y a los investigadores de las ciencias inherentes, sobre los contenidos más representativos y los vocablos empleados en el contexto turístico, en torno a costos, nomenclaturas entre otros. La investigación que se presenta está desarrollada como un estudio documental, por ende, el diseño es netamente bibliográfico. Definido así, pues no existe manejo de población alguna, datos de control etc., sino que se ha determinado el alcance en específico sobre la temática de los principales términos de la hotelería y el turismo, con esto se pretende abordar la necesidad de información presente en un importante conjunto de personas que guardan relación con la materia. Luego de desarrolladas las revisiones se pudo concluir que existe un valioso conglomerado de palabras que no son manejadas ni empleadas por los especialistas en formación ni por los mismos docentes que imparten las asignaturas, por lo que el presente estudio es una colaboración a la rama del sector hotelero profesional en expansión y crecimiento.

**Palabras clave:** Hotelería, términos, glosario, turismo, vocablos.

**Abstract**

This article was developed for tourism and hospitality professionals and students who use specific accounting and finance terms on a daily basis and its general objective is to develop a review of several bibliographic works of the main terms of the hospitality and tourism industry, both In Ecuador as in other parts of the region and the world, these applied to the same area, the purpose is to guide the academic population, professors and researchers of the inherent sciences, on the most representative contents and the words used in the context tourism, around costs, nomenclatures among others. The research presented is developed as a documentary study, therefore, the design is purely bibliographic. Defined in this way, since there is no population management, control data, etc., but rather the specific scope on the subject of the main terms of hotels and tourism has been determined, with this it is intended to address the need for present information in an important group of people who are related to the matter. After

---

<sup>1</sup> Docente Investigadora ULEAM- Manta, Ecuador. E-mail: [sabiler\\_2000@hotmail.com](mailto:sabiler_2000@hotmail.com)

<sup>2</sup> Docente Ministerio de Educación- Manta, Ecuador. E-mail: [corbi\\_2912@hotmail.com](mailto:corbi_2912@hotmail.com)

<sup>3</sup> Funcionario del Ministerio de Educación- Manta, Ecuador. E-mail: [vinicio4874@hotmail.com](mailto:vinicio4874@hotmail.com)

developing the reviews, it was possible to conclude that there is a valuable conglomeration of words that are not handled or used by training specialists or by the same teachers who teach the subjects, so this study is a collaboration with the branch of the sector professional hotelier in expansion and growth.

**Keywords:** Hospitality, terms, glossary, tourism, words.

### Introducción y estado de la cuestión

Ecuador es un país que posee una emergente industria hotelera, caracterizada por la masificación del sector, especialmente en zonas de especial atracción turística y no solo en temporadas. Sin embargo, según Navas (2016) “En Ecuador existían 1000 establecimientos hoteleros, hasta el 2007”. De acuerdo con el Ministerio del Turismo en Ecuador las provincias con mayor concentración de centros hoteleros son: Pichincha 30%, Guayas 21%, Manabí 18%, Tungurahua 11%”, de acuerdo con la (Oficina Internacional del Trabajo, 2011) El turismo es uno de los sectores que crece con mayor rapidez en los países alrededor del mundo. Requiere gran cantidad de mano de obra y es una fuente importante para el desarrollo y el empleo, especialmente para aquéllos que tienen acceso limitado al mercado laboral, tales como las mujeres, los jóvenes, los trabajadores migrantes y las poblaciones rurales. Puede contribuir de manera significativa al desarrollo social y económico, y la reducción de la pobreza. Según la Organización Internacional del Trabajo (ob. Cit.) La globalización impacta de diferente forma a los países desarrollados y a los países en desarrollo. Los datos actuales sobre las llegadas y la recepción de turistas sugieren que la mayor parte de los beneficios del sector se debe a los países desarrollados. Ya en el presente el número ha crecido de manera exponencial, por lo que también los especialistas en formación del área de Hotelería tienen entre sus roles el deber de cultivar un rico lenguaje y promover en los estudiantes y profesionales del ramo el control de las terminologías alusivas a la materia.

En este sentido, resulta importante mencionar que de acuerdo con la OIT El empleo en el sector turismo representó más de 235 millones de puestos de trabajo en el 2010 (8% del número total de empleos – directos e indirectos – o uno por cada 12.3 puestos de trabajo). Uno de los aspectos más significativos del turismo radica precisamente en

que muchos casos se presentan en los cuales los cargos de los funcionarios o los roles dentro de los servicios brindados en los diferentes hoteles y establecimientos está ocupado por personas que no son expertos en la materia, es decir, no se han formado en el ramo. Según la Organización Internacional del Trabajo (ob. Cit.) Los trabajadores migrantes son comunes en el sector turístico y ellos necesitan una mejor protección social. Se estima que el número de migrantes internacionales es 175 millones y representan el 3 por ciento de la población mundial. Las mujeres representan la mitad de estos trabajadores migrantes. Aunque no se dispone de cálculos precisos del número de trabajadores migrantes del sector turismo, se sabe que dichos trabajadores constituyen un grupo vulnerable y que están empleados de manera desproporcionada en el sector, concentrados en puestos de trabajo poco estables, con bajos salarios y escasas calificaciones. Esto se debe a los factores lingüísticos y la falta de familiaridad con la cultura del país receptor.

Es importante resaltar que el sector y sus componentes informales proveen una gran cantidad de empleos a los trabajadores que tienen muy poca capacitación, o que no tienen una capacitación formal y que no desean comprometerse con un empleo a largo plazo (por ejemplo, los estudiantes). El turismo puede brindar oportunidades a aquellas personas que enfrentan significativas desventajas sociales y de capacidades, de una manera que no siempre se ofrece en otros entornos. De manera tal que, es imposible eludir la necesidad de formar en el lenguaje de los términos relativos al tema de turismo y hotelería a los empleados o especialistas que se encuentran en ejercicio de funciones dentro de este ámbito. Según González y Candel (2018) La actividad turística se enmarca dentro de una gran variedad de sectores empresariales y engloba componentes temáticos muy variados y heterogéneos. La formación de palabras en turismo responde a

dicha variedad y carácter multidisciplinar, por lo que su descripción y clasificación no resultan precisamente sencillas.

Para Alcaraz Varó et al. (2006), el turismo es un ámbito generador de palabras nuevas que se forman por el recurso de la composición y por la estrategia de conceder nuevas acepciones a palabras conocidas de la lengua común y que presentan cierta analogía. Por lo que, se presenta la necesidad de formular herramientas como una revisión sobre los principales términos y vocablos que competen al contexto turístico y hotelero y las actividades que dentro del mismo se engloban, es así como en el presente artículo se exponen contenidos de los temas que dentro del área mencionada son considerados de mayor renombre y otros que se desconocen por los estudiantes en formación dentro de la especialidad de hotelería y turismo.

### Materiales y métodos

El presente artículo se fundamentó dentro del paradigma cuantitativo de la investigación, con un diseño documental o bibliográfico. Dentro de los procedimientos desarrollados en el mismo se tiene:

1. Revisión de informes, artículos científicos, publicaciones de editoriales diversas en el área de Costos, Hotelería y Turismo, así como trabajos de otros autores que han indagado en el área.
2. Ubicación de la información inherente a la temática, así como la clasificación por tiempo de publicación de los estudios consultados.
3. Selección de los trabajos desarrollados con mejor ponderación en término de las sustentaciones teóricas consultadas.

En este orden, se tienen los resultados de las investigaciones desarrolladas sobre la temática de los principales términos del ramo Hotelero y Turístico en todos los contextos globales y en los particulares de Ecuador, por lo cual se han reseñado los principales vocablos del área de Hotelería y Turismo, los cuales se presentan a continuación:

### A

**Actividad Hotelera:** actividad mercantil de venta de servicios de alojamiento y gastronomía fundamentalmente, ésta tiene características generales y económicas financieras especiales que la diferencian de otras actividades comerciales e industriales. Algunas de las características generales de este sector son: gran diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, condicionamiento a factores exógenos y demanda elástica. (Garbey, 2003)

**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. (Marrero, 2016)

**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. (Marrero, 2016)

**Alojamiento:** Lugar donde una persona o un grupo de personas se hospeda, se aposenta o acampa. (Marrero, 2016)

**Alojamiento rural** Tipo de alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, precisamente por estar situado en un entorno rústico. (Marrero, 2016)

**Análisis Económico:** 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 allotment análisis económico del turismo 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. (Marrero, 2016)

**Atención personalizada:** Cuando la organización cuente con una relación de atención mínima de un trabajador por cada dos camas, ocupadas o no. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Atracciones Turísticas:** se refieren al conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que

– dadas sus propias características o ubicación en un contexto específico – atraen el interés de los visitantes. ((Oficina Internacional del Trabajo, 2011))

## B

**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. (Marrero, 2016)

**Balance de situación:** informe que refleja el estado de la situación económico-financiera de una empresa en un período de tiempo determinado. (Marrero, 2016)

**Bar:** Recinto de uso común de un establecimiento, generalmente caracterizado por la presencia de una barra o mostrador destinado al servicio de bebidas alcohólicas y otras. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

## C

**Cadena hotelera:** Conjunto de establecimientos hoteleros y extra hoteleros 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 (Marrero, 2016)

**Cafetería:** Recinto de uso común de un establecimiento destinado al servicio de bebidas y alimentos livianos en horarios extendidos más allá de los señalados para los servicios del comedor. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Capital:** En economía, bienes y activos de los que son titulares las personas

**Carta:** Conjunto de platos y bebidas, que cada uno por sí solo tiene un valor, los que se presentan en un documento para elección del cliente. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Clase:** Modalidad en que se provee el servicio turístico, referida principalmente al tipo de espacio destinado para tal propósito, la configuración arquitectónica de las instalaciones que albergan el servicio y la concurrencia o no de servicios complementarios. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Código Ético Mundial del Turismo:** es un marco voluntario para el desarrollo responsable y sostenible del turismo. Trata sobre los derechos y responsabilidades de todas las partes interesadas del turismo, incluye artículos que formulan los requisitos de conducta para los destinos, gobiernos, operadores turísticos, promotores, agentes de viaje, trabajadores y viajeros. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011).

**Competencia:** 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. (Marrero, 2016).

**Contabilidad de Costos:** sintetiza y registra los costos de los centros fabriles, de servicios y comerciales de una empresa con el propósito de que puedan medirse, controlarse e implementarse los resultados que tengan cada uno de ellos, a través de la obtención de costos unitarios y totales en progresivos grados de análisis y correlación. (Sanipatín, 2014)

**Costeo de Productos:** valor monetario que se da o se paga por un producto o servicio. (Marrero, 2016)

**Costo De Estándares:** valor de la inversión de los recursos disponibles con relación a la mejor alternativa de inversión disponible en un periodo de tiempo determinado. (Marrero, 2016)

**Costo de la Operación de un Hotel o Costo Hotelero:** es el costo de la producción o prestación de sus servicios puede definirse como la expresión monetaria de los recursos de todo tipo empleados en el proceso de atención a los huéspedes y

usuarios de los servicios del hotel; incluye los gastos por concepto de comestibles, bebidas, materiales de todo tipo, combustibles, energía y otros objetos de trabajo consumidos en el proceso, así como los gastos por la remuneración del trabajo, la depreciación de equipos, edificios y otros medios, la promoción y el marketing, el mantenimiento de las instalaciones, los impuestos y otros gastos que se originen como resultado de las actividades que desarrolle la entidad hotelera. (Giménez, Marín, & Cedeño, 2015)

**Costo De Operación:** es el gasto necesario para fabricar un bien o para generar un servicio. (Economipedia, 2021)

**Costo Fijo:** gasto de una empresa que está directamente relacionado con la obtención final del producto o servicio. (Marrero, 2016)

**Costo Variable:** gasto de una empresa sensible a los cambios en la actividad productiva de la empresa. (Marrero, 2016)

**Costo:** es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión el precio al público es la suma del costo más el beneficio. (Blas, 2014)

**Costos De Comercialización:** valor de la inversión de los recursos disponibles con relación a la mejor alternativa de inversión disponible en un periodo de tiempo determinado. (Marrero, 2016)

**Costos internos:** Son aquellos cuyo cálculos e imputaciones se produce internamente según la utilización o consumos departamentales (Silva, 2018)

**Costos Por Orden Servicio:** costos asociados a todos los insumos materiales utilizados por órdenes de servicio. (asesorapyme.org, 2017)

**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. (Marrero, 2016)

**Crédito:** operación financiera donde una parte presta una cantidad determinada de dinero a otra (deudor) comprometiéndose este último a devolver la cantidad físicas o jurídicas. (Marrero, 2016)

## D

**Debito:** cantidad de dinero del que dispone un usuario en el saldo de su cuenta corriente. (Marrero, 2016)

**Demanda de los Servicios Turísticos:** se refiere al número total de personas que viajan, del tiempo de su estadía, y de los servicios que requieren mientras están fuera de su trabajo y residencia habitual. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Demanda del Mercado:** cuantía del conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un destino. (Marrero, 2016)

**Demanda:** Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por un colectivo. (Marrero, 2016)

**Desarrollo Sostenible:** desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987)

**Destino turístico local** es un espacio físico en el cual un visitante pernocta como mínimo una noche. Éste incluye los productos turísticos tales como las atracciones y servicios de apoyo, y los recursos turísticos comprendidos durante un día de viaje de regreso. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales/rurales incorporan a diversas partes interesadas, y mayormente incluyen una comunidad receptora, y se pueden formar y entrelazar para conformar lugares de destino más extensos. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Destinos:** son lugares que atraen a visitantes para una permanencia temporal, y abarcan desde

continentes hasta países, estados y provincias, ciudades, pueblos, y zonas de centros vacacionales construidas con ese propósito. Básicamente, los destinos son fundamentalmente comunidades ubicadas en los límites del gobierno local. Los turistas viajan a los lugares de destino, los cuales son sitios con alguna forma de límite real o percibido, tales como los límites físicos de una isla, los límites políticos, o incluso, los límites creados por el mercado. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**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. (Marrero, 2016)

## E

**Ecoturismo:** es el turismo que une la conservación, las comunidades y los viajes sostenibles. Implica los viajes responsables a las áreas naturales, el cual conserva el entorno y mejora el bienestar de la población local. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Eficacia:** es tomar las decisiones adecuadas y realizar las acciones correctas en cuanto al mercado. Dicho de otro modo, es la habilidad para escoger entre las diferentes opciones, metas y medios para lograr los objetivos y metas empresariales. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Empleo Directo:** se refiere a las personas que están empleadas directamente en el sector turismo. Generalmente, incluye aquellos trabajos donde se tiene contacto personal con los visitantes, tales como los trabajadores de las aerolíneas, hoteles, alquiler de vehículos, restaurantes, minoristas y diversiones. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Empleo Indirecto:** generalmente se refiere a las personas que trabajan para los proveedores del sector, tales como: empresas encargadas del servicio de comida y bebida de la aerolínea,

servicios de lavandería, proveedores de alimentos, mayoristas y empresas contables, dependencias del gobierno y las empresas que fabrican y construyen bienes de capital, y commodities y bienes exportados utilizados en el turismo, incluyendo el acero, la madera, el petróleo, etc. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Empleo “on-call”** (en base a demanda): es el trabajo casual, temporal, estacional y a tiempo parcial está relacionado con la inseguridad, un nivel de salarios comparativamente bajo (con frecuencia menores al promedio nacional), la inestabilidad laboral, las limitadas oportunidades profesionales, un alto nivel de subcontratación y tercerización, y una alta tasa de rotación. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Estrella:** es un 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. (Marrero, 2016)

## F

**Facilidades para personas con discapacidad:** Instalaciones para personas con discapacidad, para que éstos puedan: llegar, entrar, recorrer, usar o salir, según se especifique en una norma, de todos los recintos que sean dispuestos para el uso de personas discapacitadas (en sillas de ruedas, con movilidad reducida o disminuida). (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Ficha Técnica de Costos:** Hoja informativa o esquema detallado de las instalaciones de un establecimiento donde se reflejan los servicios que éste dispone para el cliente. (Marrero, 2016)

**Full breakfast:** Desayuno completo, que debe contener una variedad de alimentos calientes (huevos, salchichas y similares), alimentos fríos (distintos tipos de pan, pan dulce, quesos, embutidos, cereales y otros), alimentos integrales (cereal integral), alimentos bajos en grasa y azúcar, y bebestibles fríos y calientes tales como café de

grano, leche, jugos recién preparados o pulpas. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

## G

**Gasto:** Son los recursos económicos que se consumen para mantener las áreas administrativas o comerciales de las empresas, como, por ejemplo: sueldos administrativos, comisiones por ventas, depreciaciones de los equipos de oficina, servicios públicos consumidos por las oficinas administrativas, entre otros. (Cuervo & Osorio, 2013)

**Gastos Indirectos de Fabricación:** Los costos indirectos de fabricación son aquellos que provienen de actividades que no están implicadas directamente en la cadena de producción. (Economipedia, 2021)

**Gastronomía:** Conjunto de recetas, platos y usos culinarios propios de un determinado lugar y estudio de los mismos. (Marrero, 2016).

**Gestión de la demanda:** 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. (Marrero, 2016).

**Globalización:** se refiere a la unificación creciente del orden económico mundial mediante la reducción de barreras al comercio internacional, tales como aranceles, derechos de exportación y cuotas de importación. (Organización Interamericana del Trabajo 2011)

**Guía turística:** 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. (Marrero, 2016).

## H

**Habitación:** 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. (Marrero, 2016)

**Happy hour:** 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. (Marrero, 2016)

**Heliexcursión:** es una palabra creada por acronimia (se unen la palabra truncada helicóptero y un lexema completo). (González y Candel, 2018)

**Hoja de Costos:** hoja de costos de la respectiva orden de trabajo acumula los costos incurridos para elaborar esa orden. La unidad de costeo es la orden de trabajo. . (Marrero, 2016)

**Hotel:** Tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios. . (Marrero, 2016)

## I

**Impactos Sociales del Turismo:** son aquéllos que impactan la vida en una comunidad organizada; tales como el delito, el empleo, la prostitución, la religión, los juegos de azar, el efecto de las protestas, la xenofobia, la interrupción de los vínculos comunitarios, la migración, los cambios en la vestimenta y el idioma, el exceso de infraestructura, el hospedaje, los servicios y los estándares de salud. (Mathieson y Wall, 1982).

**Impactos culturales del Turismo:** son aquéllos que afectan los modelos, normas, reglas y estándares que se expresan en el comportamiento, las relaciones sociales y los objetos. Incluyen los artículos de artesanía, idiomas, tradiciones, alimentos, arte, música, historia, arquitectura,

educación, vestimenta y actividades de entretenimiento (Mathieson y Wall, 1982).

**Inseparabilidad del servicio:** se refiere a que el servicio se produce y se consume simultáneamente, lo que significa que los servicios no se pueden separar de sus proveedores, al momento de hablar de proveedores no necesariamente estos son personas, sino que en este caso pueden ser también máquinas. Tanto el proveedor como el cliente afectan al resultado del servicio. (Vélez, 2012)

**Inversión:** movimiento de capital o bienes para su colocación en infraestructura, bienes y servicios turísticos. (Marrero, 2016)

## J

**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. (Marrero, 2016)

**Jefe de recepción:** En hotelería, persona con mayor responsabilidad y atribuciones en las tareas de recepción y conserjería. (Marrero, 2016)

**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. (Marrero, 2016)

**Jetsky:** Voz inglesa para moto de agua. (Marrero, 2016)

**Junior suite:** En hotelería, también llamada semisuite, 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. (Marrero, 2016).

## K

**Kitchenette:** En hotelería, voz inglesa para un espacio reducido reservado para una pequeña cocina integrada en la habitación. (Marrero, 2016)

## L

**Liderazgo en costos:** Reducir el costo a la organización que distribuye productos y presta servicios. El costo o precio pagado por el consumidor es un tema distinto. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

## M

**Mano de Obra:** costos asociados al trabajo aplicado en la producción del servicio (asesorapyme.org, 2017)

**Marketing:** proceso mediante el cual los individuos y grupos proveen, intercambian, y obtienen productos – ideas, bienes y servicios – capaces de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes ofreciendo precios y lugares atractivos. El marketing es una estrategia, que abarca muchas fases: planificación, programación, estudio, análisis, investigación, verificación y práctica. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Marketing de Destinos:** se refiere al proceso de gestión mediante el cual las organizaciones y/o empresas de turismo nacionales identifica con su selección de turistas, reales y potenciales, se comunican con ellos para determinar y ejercer influencia en sus deseos, necesidades, motivaciones, así como en lo que les agrada y desagrada, a nivel regional, nacional e internacional, y para formular y adaptar sus productos turísticos consiguientemente, con miras a lograr una óptima satisfacción del turista, cumpliendo de ese modo con sus objetivos. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Materiales Directos:** Son aquellos que pasan directamente a formar parte del producto final, es decir, que pueden identificarse de forma fácil con un producto. (Factura-001, 2021)



## N

**Naturaleza perecedera del servicio:** significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posteriores. La naturaleza perecedera de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante. (Vélez, 2012)

**Negocio:** puede ser un proyecto de inversión creado libremente por su(s) dueño(s), con el propósito de producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades del mercado y generen ganancias. Lo ideal es que una compañía trabaje como un sistema o un conjunto de elementos integrados, en el cual las personas cooperen a través de actividades planificadas para lograr metas y objetivos comunes. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Nómina:** documento con validez legal que reciben los trabajadores de la empresa en el que se refleja la cantidad de dinero que el empleado recibe a cambio de su trabajo. (Marrero, 2016)

## O

**Oferta:** Número de unidades de determinado bien o servicio que se presentan en un mercado, con un precio concreto y en un momento determinado. (Marrero, 2016)

**Oferta de Servicios Turísticos:** incluye atracciones, actividades, esparcimiento, transporte, alimentos y bebidas, así como alojamiento, los cuales están disponibles para los turistas. ((Oficina Internacional del Trabajo, 2011))

**Operadores Turísticos:** son compañías que diseñan y producen gran cantidad de paquetes turísticos, los cuales se venden luego a través de sus propias agencias de turismo u otros mayoristas o minoristas, bajo una o más marcas. Estas empresas poseen y controlan diversos componentes de la cadena de operaciones turísticas, tales como aerolíneas, hoteles, empresas de transporte, redes de agencias de turismo minoristas, seguros, etc. Esto les confiere gran autonomía, precios competitivos y un considerable poder de

negociación. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

## P

**Participación directa en el turismo:** es cuando la población pobre provee bienes y servicios a los turistas. Ellos pueden trabajar en un hotel o restaurante, vender artesanía en el pavimento, jalar triciclos o botes para llevar a los turistas, u hospedarlos en su pueblo. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Participación Indirecta:** es cuando la población pobre trabaja en los sectores que proveen turismo. Ellos pueden cultivar y vender las verduras que se sirven en los hoteles de turistas, o trabajar en los sectores de construcción o venta de muebles que proveen a los hoteles. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Patrimonio:** Conjunto de bienes, derechos y parador nacional de turismo patrimonio obligaciones que constituyen el acervo de una persona, institución, empresa o estado. (Marrero, 2016)

**Platos típicos:** Oferta gastronómica tradicional originaria de distintas culturas de un mismo país, región o lugar. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Plaza:** se refiere a la forma en la cual una organización distribuirá el producto o servicio al usuario o consumidor final. El producto debe distribuirse en el lugar adecuado y en el momento adecuado. La distribución eficiente y efectiva es importante si la organización requiere satisfacer sus objetivos de marketing globales. Si una empresa subestima la demanda y los consumidores no pueden comprar los productos debido a ello, la rentabilidad se verá afectada. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Precio:** es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de

tener o usar el bien o servicio". (Kotler & Armstrong, 2008)

**Precio de Venta:** El proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)". (Belio & Andrés, 2007)

**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. (Marrero, 2016)

**Presupuesto:** documento donde se recoge la previsión de los rendimientos económicos de una empresa relacionados por periodos o ejercicios fiscales. (Marrero, 2016)

**Promoción:** es el proceso (el conjunto de medios y acciones) diseñado para informar a los potenciales visitantes sobre el producto turístico que se ofrece, compartiendo con ellos sus atributos más atractivos e innovadores. Como tal, está usualmente integrada a la distribución, e implica actividades de comunicación que incluyen la publicidad. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Proyecto:** planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen una actividad a desarrollar. (Marrero, 2016)

**Punto de Equilibrio:** 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. (Marrero, 2016)

## Q

**Q:** 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. (Marrero, 2016)

**Quinta gama:** Alimentos cocinados y envasados al vacío. (Marrero, 2016)

## R

**Registro de ingreso:** check in. Procedimiento en el cual el cliente que pernochará en un establecimiento de alojamiento turístico entrega a éste la información relativa a su identidad y de las personas que le acompañan, se establecen los servicios que se contratan y acepta mediante su firma las condiciones generales señaladas por el establecimiento, como mínimo debe contener, nombre, número de pasaporte, RUT o número de identificación correspondiente a su país, nacionalidad, fecha ingreso. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Reservaciones:** Sistema consistente en un procedimiento que utiliza mecanismos manuales o electrónicos orientados a entregar el servicio de reserva de alojamiento turístico e informar al cliente acerca de la disponibilidad de un determinado servicio ofrecido por el establecimiento de alojamiento turístico en una fecha futura (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Residente de un País:** es alguien que ha (i) vivido ahí durante la mayor parte del último año, o (ii) ha vivido ahí por un corto período y tiene la intención de regresar dentro de los siguientes 12 meses para vivir en ese país. Organización Internacional del Trabajo (2011)

## S

**Servicios:** son el motor del dinamismo económico requieren de un sistema óptimo de costos, disponiendo de una información veraz y oportuna para lograr una adecuada y acertada rentabilidad; allí radica la importancia de vigilar eficaz y eficientemente la información financiera de la empresa. (Sánchez, 2014)

**Servicio a las habitaciones:** en el contexto hotelero, es un servicio especialmente dispuesto, en cuanto a personal y equipamiento, para responder a los requerimientos de alimentos preparados y bebidas para el consumo de los

huéspedes en sus respectivas unidades habitacionales. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Servicios básicos:** Elementos de habitabilidad y seguridad que el establecimiento de alojamiento turístico debe asegurar al huésped y que comprende el funcionamiento de la red de agua potable, iluminación de emergencia (ver 3.9.20) en recintos de uso común, energía en los ascensores cuando corresponda y calefacción cuando la temperatura interior sea menor que 16°C. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Servicio concertado:** Aquel pactado o convenido, en sus condiciones generales, entre el prestador de alojamiento turístico o directamente por el huésped y el proveedor de los servicios. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Servicio de atención en inglés u otro idioma:** Aquellos realizados por personas que poseen una capacidad de expresión oral y escrita correspondiente al menos a un nivel ALTE 2 de inglés u otro idioma, o su equivalente, para los servicios de recepción y telefónico, y ALTE 1 de inglés u otro idioma, o su equivalente, para los demás servicios, tales como conserjería, botones, restaurante, room service y otros, evidenciado a través de un certificado vigente emitido por una institución representante de exámenes internacionales de idiomas extranjeros y que evidencie claramente su equivalencia al nivel ALTE requerido. (Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, 2017)

**Sistemas de costeo:** conjuntos de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis de los costos. Se consideran tres aspectos importantes: las características productivas de la empresa, el método de costeo y el momento en que se determinan los costos". (Chamorro, 2016).

**Sistema de Costos por proceso:** "Este sistema se emplea en aquellas industrias cuya producción es continua y en masa, existiendo uno o varios

procesos para la transformación de la materia" (Reyes, 2008).

**Sistema de Costos por órdenes de producción:** En este sistema se expide una orden numerada para la fabricación de determinada cantidad de productos, en la cual se van acumulando los materiales utilizados, la mano de obra directa y los gastos indirectos correspondientes. (Reyes, 2008)

## T

**Tarifa:** Precio que se paga por un servicio. (Marrero, 2016)

**Tarifa Bar:** precio con descuento que se ofrece a determinados clientes, generalmente como recompensa por su fidelidad o relacionados con acuerdos comerciales entre las partes. (Marrero, 2016)

**Tarifa Promedio:** indicador de rentabilidad de los ingresos medios diarios por habitación ocupada. (Marrero, 2016)

**Turismo:** comprende las 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". (Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, 1994)

**Turismo de Ferias Comerciales:** consiste en asegurar que las personas cuya tierra, recursos naturales, mano de obra, conocimientos y cultura se utilizan en las actividades turísticas, se beneficien realmente del mismo. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Turismo basado en la comunidad:** es el turismo en el cual los residentes locales (a menudo rurales, pobres y marginados económicamente) invitan a los turistas para que visiten sus comunidades brindándoles las instalaciones y el desarrollo de actividades. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Turismo Responsable:** minimiza los impactos sociales, económicos y medioambientales negativos;

genera mayores beneficios económicos para la población local y aumenta el bienestar de las comunidades anfitrionas; mejora las condiciones de trabajo y el acceso a la industria; involucra a la población local en las decisiones que afectan sus vidas; contribuye positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural, y al mantenimiento de la diversidad mundial; ofrece experiencias más agradables a los turistas mediante relaciones más positivas con los lugareños, y una mayor comprensión de los asuntos locales, culturales, sociales y medioambientales de la localidad; y es culturalmente sensible, suscita el respeto entre turistas y anfitriones, y fomenta la seguridad y el orgullo de la población local. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Turismo Sostenible:** está comprometido en aumentar el progreso de la localidad, mediante la maximización de la contribución del turismo a la prosperidad económica del lugar de destino. Deberá generar ingresos y trabajo decente para los trabajadores, sin afectar el entorno y la cultura del lugar de destino de los turistas, y garantizar la viabilidad y competitividad de los destinos y las empresas, para que puedan continuar prosperando y generando beneficios a largo plazo. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Turistas:** son visitantes que permanecen al menos 24 horas pero no más de un año en el país que visitan y cuyos motivos de viaje pueden clasificarse del modo siguiente: a) placer, distracción, vacaciones, deporte; b) negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión. (Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, 1994)

**Turista Nacional:** es un residente de un país que visita su propio país. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Turista Internacional:** es un visitante que se queda en un país que no es el propio como mínimo una noche. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

## U

**Unidad de administración:** Organización responsable de dirigir y coordinar la prestación de los servicios ofrecidos y el total funcionamiento de un establecimiento. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Utilidad:** es el provecho que se obtiene de un producto. En la economía hace referencia a la capacidad que tiene un producto de generar satisfacción. (Marrero, 2016)

## V

**Venta:** El proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)". (Naranjo, 2011)

**Ventaja Competitiva:** es la ventaja obtenida con respecto a los competidores, al ofrecer un mayor valor a los consumidores, ya sea por medio de la relación calidad-precio y precios más bajos, o proporcionando mayores beneficios y servicios que justifiquen los precios más altos. (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

**Visitante de día:** es alguien que no pasa la noche en el lugar que visita (Oficina Internacional del Trabajo, 2011)

## W

**Waiting list:** Expresión inglesa para decir lista de espera. (Marrero, 2016)

**Wake-up call:** En hotelería, expresión inglesa para llamada despertador. (Marrero, 2016)

**Walked:** en hotelería, voz inglesa para el cliente que ha sido alojado en otro establecimiento por problemas de overbooking. (Marrero, 2016)

**Walk-in:** en hotelería, expresión inglesa para el cliente que llega al hotel sin reserva previa. (Marrero, 2016)

## Y

**Yate:** tipo de transporte o embarcación de recreo. (Marrero, 2016)

**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. (Marrero, 2016)

## Z

**Zona de Transito: "Entreport" o "Transit Zona"** . es un puerto de entrada a un país costero, establecido para la conversión de un país vecino, que carece de facilidades portuarias adecuadas o que no tiene acceso al mar. (García, 2011)

**Zona Franca:** Es un área delimitada del territorio nacional en la cual se ofrecen una serie de incentivos en materia cambiaria, tributaria, aduanera y de comercio exterior, con el propósito de fomentar la industrialización de bienes y servicios orientados prioritariamente a los mercados internacionales. (García, 2011)

**Zona Libre:** Es un área determinada cuyos límites son vigilados por la aduana y está situada o considerada bajo ciertos aspectos en los cuales todas o algunas mercancías son admitidas con exención de derechos e impuestos a la importación y están normalmente sometidas al control de la aduana. (García, 2011)

## 4. Discusión y conclusiones

Luego de concluida la revisión, como parte del desarrollo del presente artículo en el que se describieron los términos más representativos en las regiones de Ecuador, países latinos y España pertinentes para los especialistas en el área de turismo, hotelería y afines del estudio, se pudo verificar que así como en su momento indicarán González y Candel (ob. Cit.) efectivamente “La industria turística se enfrenta a grandes retos, puesto que nos hallamos en un tiempo de incertidumbre, intercambio y flujo dinámico de la información, donde la gobernanza de dicha

información tiene un papel fundamental. Por estos motivos, entender el turismo es entender a la sociedad y entender a los turistas.” Los retos principales que poseen hoy día los expertos del ramo de la Hotelería y el Turismo se fundamentan básicamente en la incorporación a los vocablos empleados diariamente dentro de los diálogos entre los empleados de los diversos establecimientos turísticos simultáneamente con los “tecnicismos” de las adecuaciones que van surgiendo en cada región, como indicaran González y Candel (2017) en cuanto a la terminología y a los campos semánticos, las palabras del turismo se agrupan en los cuatro sectores clave: el alojamiento, el ocio o recreo, el viaje y la restauración. Estas cuatro actividades empresariales necesitan de una gestión eficaz y una promoción activa y competitiva. Las cuales heredan muchas veces las combinaciones de varias terminaciones en el idioma español o que son adaptaciones también del habla inglesa que vienen a ser empleados en el área de la Hotelería como parte de las descripciones que se dan a ciertos elementos de gran significancia, así como la propia expresión en la lengua extranjera que es meritoriamente necesaria para quienes ejercen roles dentro de los diversos espacios y subramas del turismo y los hoteles.

## 5. Referencias

1. Alcaraz Varó, Enrique et al. (2006): Diccionario de términos de turismo y ocio, Barcelona: Ariel.
2. Asesorapyme (2017). Proceso de Cálculo de Costos y Servicios. [En línea] disponible en: <https://www.asesorapyme.org/2017/08/05/costos-de-servicios/> (Consultado: abril 13 de 2021)
3. Belio, J. L., & Andrés, A. S. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca: Cómo afrontar una guerra de precios. Retrieved from [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/licit/MEL/AP/AM/01/Claves.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/licit/MEL/AP/AM/01/Claves.pdf)
4. Blas, J. P. E. (2014). Diccionario de Administración y Finanzas. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=8q0KBAQAQBAJ&pg=PA156&lpg=PA156&dq=El+costo+es+el+gasto+econ%C3%B3mico+que+representa+la+fabricaci%C3%B3n+de+un+producto+o+la+prestaci%C3%B3n+de+un+servicio.+Al+determinar+el+costo+de+producci%C3%B3n,+se+pued>

- [e+establecer+el+precio+de+venta+al+p%C3%BAblico+del+bien+en+cuesti%C3%B3n+\(el+precio+al+p%C3%BAblico+es+la+suma+del+costo+m%C3%A1s+el+beneficio\)%E2%80%9D.&source=bl&ots=trSPD1sOPu&sig=5JVxRuBnFdt6nhOGFh4hKw9ev8&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjBnrfQiljXAhVCWCYKHfw6D5sQ6AEIRjAE#v=onepage&q=El%20costo%20es%20el%20gasto%20econ%C3%B3mico%20que%20representa%20la%20fabricaci%C3%B3n%20de%20un%20producto%20o%20la%20prestaci%C3%B3n%20de%20un%20servicio.%20Al%20determinar%20el%20costo%20de%20producci%C3%B3n%2C%20se%20puede%20establecer%20el%20precio%20de%20venta%20al%20p%C3%BAblico%20del%20bien%20en%20cuesti%C3%B3n%20\(el%20precio%20al%20p%C3%BAblico%20es%20la%20suma%20del%20costo%20m%C3%A1s%20el%20beneficio\)%E2%80%9D.&f=false](https://economipedia.com)
5. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987). Informe Naciones Unidas / Asamblea general [En línea] disponible en: [http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
  6. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987). Informe Naciones Unidas / Asamblea general [En línea] disponible en: [http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
  7. Cuervo, J., & Osorio, J.A. (2013). Costeo basado en actividades ABC- Gestión basada en actividades ABM- Bogotá: Ecoe Ediciones <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Costeo-basado-en-actividades-ABC.pdf>
  8. Chamorro, V. L. K. (2016). Análisis contable de los desperdicios en los costos de fabricación y su incidencia en la situación financiera de la microempresa Laureles Mueblería. (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, Ambato. Retrieved from <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1622/1/76145.pdf>
  9. Economipedia (2003). Educación financiera, economía y finanzas. [En línea] disponible en: <https://economipedia.com> (Consultado: Abril, 13 de 2021)
  10. Factura-001 (2021). Materiales directos e indirectos (2016). [En línea] disponible en Factura. <https://factura-001.webnode.cl> (Consultado: Abril, 13 de 2021)
  11. Garbey, C. N. (2003). Sistemas de contabilidad y costos en las empresas hoteleras. Retrieved from <https://www.gestiopolis.com/sistemas-de-contabilidad-y-costos-en-las-empresas-hoteleras/>
  12. Garcia, Daniel (2011). Diccionario Contable. [En Línea] Disponible en: <http://www.ehues/danielgarcia/docencia/diccionario.pdf> (Consultado: Marzo, 22 2021)
  13. Giménez, S. D., Marín, C., & Cedeño, S. (2015). Factores que influyen en el modelo de costos aplicados para el proceso de toma de decisiones gerenciales por las empresas hoteleras del Estado Nueva Esparta. PASOS. Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, vol. 13. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88133268005>
  14. González Pastor , Diana María y Miguel Ángel Candel (2017): «Creación léxica y anglicismos en el lenguaje de la gestión del turismo en español», E-aesla, 3, 321-331.
  15. González, M. Candel, M. (2018). La neología del turismo 2.0: análisis de la creación léxica y retos para la traducción. Trans · Núm. 22 · 2018 Artículo · 81-97. DOI: 10.24310/TRANS.2018.v0i22.3010
  16. Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico (2017). Terminología y Vocabulario del sector Hotelero Versión 1 - JUNIO 2017. Tenerife. Canarias. España
  17. Kotler, P. & Armstrong, G. (2008) "Fundamentos de Marketing". Octava edición. México. Editorial Pearson Edu-cation [https://www.academia.edu/42228045/Kotler\\_P\\_and\\_Armstrong\\_G\\_2008\\_Fundamentos\\_de\\_marketing\\_8va\\_edici%C3%B3n\\_Pearson\\_Educaci%C3%B3n\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P_and_Armstrong_G_2008_Fundamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n_Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico)
  18. Marrero, Momo (2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados.
  19. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Impactos turísticos, económicos, físicos y sociales. Londres, Reino Unido: Longman.

20. Naciones Unidas (Departamento De Información Económica y Social y Análisis de Políticas. División de Estadística) (1994): Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, número de venta S.94.XVII.6., ed. Naciones Unidas, Nueva York, p.5.
21. Naranjo, M. D. (2011). Manual Habilidades Comerciales.: Formación para el Empleo. Recuperado de: [https://books.google.com.ec/books?id=FOtCDwAAQBAJ&pg=PA113&dq=el+proceso+personal+o+impersonal+por+el+que+el+vendedor+comprueba,+activa+y+satisface+las+necesidades+del+comprador+para+el+mutuo+y+continuo+beneficio+de+ambos+\(del+vendedor+y+el+comprador\)%22&hl=es19&sa=X&ved=0ahUKEwjoy42MiN7bAhUO2lMKHdLcA3sQ6AEIJAA#v=onepage&q=el%20proceso%20personal%20o%20impersonal%20por%20el%20que%20el%20vendedor%20comprueba%2C%20activa%20y%20satisface%20las%20necesidades%20del%20comprador%20para%20el%20mutuo%20y%20continuo%20beneficio%20de%20ambos%20\(del%20vendedor%20y%20el%20comprador\)%22&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=FOtCDwAAQBAJ&pg=PA113&dq=el+proceso+personal+o+impersonal+por+el+que+el+vendedor+comprueba,+activa+y+satisface+las+necesidades+del+comprador+para+el+mutuo+y+continuo+beneficio+de+ambos+(del+vendedor+y+el+comprador)%22&hl=es19&sa=X&ved=0ahUKEwjoy42MiN7bAhUO2lMKHdLcA3sQ6AEIJAA#v=onepage&q=el%20proceso%20personal%20o%20impersonal%20por%20el%20que%20el%20vendedor%20comprueba%2C%20activa%20y%20satisface%20las%20necesidades%20del%20comprador%20para%20el%20mutuo%20y%20continuo%20beneficio%20de%20ambos%20(del%20vendedor%20y%20el%20comprador)%22&f=false)
22. Navas, S. A. C. (2016). "La planta turística de alojamiento en entornos ecológicos y su impacto en el desarrollo turístico de la parroquia Pasa, cantón Ambato, provincia de
23. Oficina Internacional del Trabajo (2011). Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo. ISBN 978-92-2-325703-3 (impreso) - , ISBN 978-92-2-325704-0 (web pdf). Ginebra.
24. Reyes, E. (2008). Contabilidad de costos: primer curso. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=gl4UpCGTyl8C&printsec=frontcover&dq=sistema+de+costos+por+procesos&hl=es-19&sa=X&ved=0ahUKEwibrNzxIN7bAhULyVMKHfEBBn8Q6AEIKTAB#v=onepage&q=sistema%20de%20costos%20por%20procesos&f=false>
25. Sánchez, H. N. J. (2014). El Sistema de costos ABC Y su incidencia en la rentabilidad del hotel la Chimenea de la ciudad de Baños de Agua Santa (Tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Retrieved from <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20412/1/T2436i.pdf>
26. Sanipatín, M. d. P. (2014). Estrategias de costeo para la Corporación Conedor de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura (Tesis). Universidad Regional Autónoma De Los Andes "UNIANDES", Ibarra. Retrieved from <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2521/1/TUICYA054-2014.pdf>
27. Silva, Lissette (2018). Análisis de los Costos para el establecimiento adecuado del Precio de Venta en una Empresa Hotelera. Caso Hostal Abarsil de la Ciudad de Baños. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
28. Tafur
29. Velez, Giovana (2012). Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Hotel en el Sector Norte de La Ciudad de Quito. Universidad Central de Ecuador. Quito, Ecuador.