



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

**EL LENGUAJE ESPECIALIZADO DEL TURISMO: UN ESTUDIO
DEL VOCABULARIO HOTELERO EN PÁGINAS WEB EN
LENGUA ALEMANA**

Trabajo Fin de Grado presentado por Carmen de la Rimada Domínguez, siendo la tutora del mismo la profesora María Ángeles Borrueco Rosa.

Vº. Bº. de la tutora:

Alumna:

Dra. Dª. María Ángeles Borrueco Rosa

Dª. Carmen de la Rimada Domínguez

Sevilla. Junio de 2023



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2022-2023]**

TÍTULO:

**EL LENGUAJE ESPECIALIZADO DEL TURISMO: UN ESTUDIO DEL
VOCABULARIO HOTELERO EN PÁGINAS WEB EN LENGUA ALEMANA**

AUTOR:

CARMEN DE LA RIMADA DOMÍNGUEZ

TUTOR:

Dra. D^a. MARÍA ÁNGELES BORRUECO ROSA

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA ALEMANA

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

FILOLOGÍA ALEMANA

RESUMEN:

El Trabajo de Fin de Grado que se presenta aborda el estudio de la lengua de especialidad del turismo con especial énfasis en el léxico turístico. La segunda parte de este trabajo se centra en la recopilación, estudio y clasificación por campos semánticos del vocabulario procedente de un corpus de textos recogidos en tres diferentes webs de tres establecimientos de alojamiento turístico ubicados en Alemania con objeto de profundizar en las características del mismo y analizar su carácter interdisciplinar.

PALABRAS CLAVE:

Lenguaje especializado; léxico turístico; léxico hotelero; alemán turístico; estudio de corpus.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1 OBJETIVOS	4
1.2 METODOLOGÍA	4
2. EL LENGUAJE TURÍSTICO COMO LENGUA DE ESPECIALIDAD.....	5
2.1. CONCEPTO DE LENGUA DE ESPECIALIDAD.....	5
2.2. LA LENGUA DE ESPECIALIDAD DEL TURISMO.....	5
3. CARACTERÍSTICAS DEL LÉXICO TURÍSTICO	8
4. ANÁLISIS DEL CORPUS	9
4.1. DESCRIPCIÓN DEL CORPUS DE TRABAJO.....	9
4.2. ESTUDIO Y CLASIFICACIÓN DEL CORPUS.....	24
4.2.1. Criterios de recopilación y clasificación.....	24
4.2.2. Sistematización del corpus.....	25
5. CARACTERÍSTICAS DEL CORPUS ANALIZADO.....	31
6. CONCLUSIONES	33
7. BIBLIOGRAFÍA.....	34

1 INTRODUCCIÓN

El turismo es una industria en constante crecimiento que desempeña un papel fundamental en la economía mundial. La actividad turística ha hecho que numerosos sectores productivos, como lo son la hostelería, los transportes o el sector de agencias de viajes, crezcan de forma exponencial debido a la llegada masiva de la demanda turística. Se debe destacar que, el turismo no es un sector económico en sí, sino un compendio de sectores que dependen de los movimientos turísticos, por lo que su efecto multiplicador se produce de manera horizontal y vertical (Palomo, 1983).

En el contexto de esta industria, el sector hotelero juega un papel esencial al proporcionar constantemente alojamiento y servicios a los viajeros. Por otra parte, y dado el carácter internacional del fenómeno turístico, el éxito de un hotel depende en gran medida de su capacidad para comunicarse de manera efectiva con sus huéspedes extranjeros en su lengua materna. Una parte esencial de esta comunicación efectiva es el uso adecuado del léxico turístico en el entorno hotelero.

El léxico turístico se refiere a un conjunto de términos y expresiones específicas utilizadas para describir servicios, instalaciones y experiencias relacionadas con el turismo y la hospitalidad (Soto, 2016). Desde el punto de vista lingüístico la consecuencia de la constante evolución del sector turístico es el desarrollo a su vez del lenguaje turístico como una lengua de especialidad propia con características propias (Herrmann, 2015).

Por otra parte, debemos destacar la importancia del turista alemán en el contexto del turismo español. Los datos sobre pernoctaciones de turistas alemanes en España tanto en hoteles como en apartamentos turísticos demuestran la necesidad de ofrecer a estos turistas la máxima calidad en la gestión, lo que incluye el dominio de la lengua alemana. Alemania es considerado como el país de donde procede mayor número de turistas (Pérez & Licelot, 2018). Presenta una estancia media en nuestro país de sus turistas que llegan a superar los seis días, reflejando así su importancia económica para el sector. Esta idea nos lleva a destacar la importancia que tiene en el sector que haya profesionales que dominen la lengua alemana para ofrecer la máxima calidad de atención a este número tan alto de visitantes.

Cabe también resaltar, por otra parte, la importancia de la comunicación e información turística en los destinos turísticos. En este caso, el marketing y la publicidad se consideran aspectos muy importantes para atraer a los consumidores a los distintos destinos turísticos (Bigné et al., 2000). Por un lado, están aquellas personas que necesitan información sobre el destino turístico y, por otro, nos encontramos con aquellos consumidores que necesitan comunicación de tipo persuasivo. Es decir, el sector turístico apela constantemente al consumo de productos turísticos, ya sean servicios, como el alojamiento, o visitas a lugares de interés.

Otro aspecto importante es la presencia generalizada de las tecnologías de la comunicación en el sector turístico. Debemos destacar que, hoy en día, cada vez es más necesaria la transmisión digitalizada de este tipo de información debido a la actual revolución tecnológica en la que estamos inmersos (Martínez & Herráez, 2005). En este sentido, juega un papel fundamental la "WORLD WIDE WEB", instrumento fundamental para transmitir esa información de la que hablamos sobre los destinos turísticos (Bauernfeind et al. 2002; Jung, Louvieris & Oppewal, 2002). Forma parte de nuestra vida cotidiana y sería impensable la comunicación entre empresa y consumidor sin ella.

La importancia del turismo alemán en nuestro país y la actividad del sector turístico en red nos llevan de esta forma al interés del tema de investigación del presente Trabajo Fin de Grado Así, analizar un corpus de textos procedentes del sector hotelero alojados en red para estudiar su vocabulario puede contribuir a profundizar en el conocimiento del léxico especializado del turismo tanto para profesionales del turismo como para estudiantes del Grado en Turismo. Puede ser, de esta forma una fuente de información del tipo de vocabulario que se requiere para la atención al cliente alemán en lengua alemana.

1.1 OBJETIVOS

A través de esta investigación, se espera proporcionar una comprensión más profunda del léxico turístico en el entorno hotelero, brindando a los profesionales del sector conocimientos para mejorar la calidad de la comunicación. Para ello vamos a establecer los siguientes objetivos.

El objetivo principal es analizar el vocabulario en el entorno de la gestión hotelera por su importancia en el sector turístico.

En segundo lugar, planteamos como objetivo analizar el vocabulario del corpus elegido en tres páginas webs de distintos tipos de hoteles, es decir, un hotel de ciudad, otro de costa y otro rural, todos ellos situados en Alemania para trabajar con material original y no traducido. La distinción de estos tres ámbitos refleja la actividad turística más frecuente y variada en el sector turístico.

En tercer lugar, es objetivo estudiar el corpus de trabajo aplicando la metodología de campos semánticos para clasificar el vocabulario seleccionado en áreas de especialización de la gestión turística. Finalmente se plantea sistematizar y analizar este vocabulario.

1.2. METODOLOGÍA

Para conseguir estos objetivos planteamos la siguiente metodología. En primer lugar, se realizará una revisión bibliográfica para determinar el concepto de lengua de especialidad para definir la lengua de especialidad del turismo.

En segundo lugar, se seleccionará un conjunto de textos procedentes de diferentes páginas webs de alojamiento turístico en alemán, alojadas en internet y que formarán el corpus para trabajar con el vocabulario.

Se pretende explorar el lenguaje turístico como una mezcla interdisciplinar de vocabulario. Se analizarán los términos utilizados en el ámbito turístico y su relación con diferentes disciplinas.

Finalmente se procederá a la clasificación de este corpus según campos semánticos que correspondan al contexto turístico.

Por tanto, el objetivo final de este estudio es proporcionar una visión más completa y una comprensión enriquecida del lenguaje turístico como una mezcla interdisciplinar de vocabulario. Se espera que este estudio contribuya a la mejora de la comunicación en el ámbito turístico, tanto para profesionales como para estudiantes y aprendices de idiomas.

2 EL LENGUAJE TURISTICO COMO LENGUA DE ESPECIALIDAD

2.1 CONCEPTO DE LENGUA DE ESPECIALIDAD

Según María Teresa Cabré (2006) la lengua de especialidad se define como “el uso del lenguaje en un campo o área de conocimiento específica, que se caracteriza por tener un vocabulario técnico y terminología especializada”. Vemos que esto se refleja en diferentes disciplinas profesionales, como la medicina, la ingeniería, el derecho, la informática, entre otros.

En los últimos años, los denominados lenguajes especializados o lenguajes de especialidad han cobrado una gran relevancia (Alcalá & Antuña, 2011). Ello se debe al papel fundamental que desempeña la especialización lingüística en el desarrollo de los distintos sectores económicos (Pedote & Garriga Escribano, 2018).

Por otro lado, destaca la necesidad social en materia de plurilingüismo aplicada a la profesión. Según Cabré y Gómez de Enterría (2006) en una sociedad globalizada como la nuestra resulta cada vez más importante la comunicación en lenguas extranjeras a nivel profesional.

La demanda de conocimientos especializados no para de crecer, sobre todo porque especialistas y profesionales necesitan gestionar de forma directa sus comunicaciones especializadas, por lo que necesitan conocer ciertas formas idóneas para poder expresarse. Esta demanda refleja la importancia de la especialización lingüística. Y por lo tanto también su estudio.

2.2 LA LENGUA DE ESPECIALIDAD DEL TURISMO

El turismo, según la OMT (Organización Mundial del Turismo) (Calvi, 2006) es “el 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, negocio u otros motivos, y no por motivos lucrativos.” Como tal, el turismo es un fenómeno relativamente reciente, gracias a la mejora de vida en nuestra sociedad, y también al incremento tiempo libre que poseemos los ciudadanos.

Al igual que en otros campos especializados, podemos observar que el turismo cuenta con un vocabulario técnico específico, términos y expresiones propias, así como estructuras lingüísticas particulares que se utilizan para comunicarse dentro de este sector (Castro Laura et al., 2007).

Cabe destacar la importancia que en el sector turístico tienen los textos descriptivos (Pastor & María, 2012). Estos se producen principalmente a través de canales escritos, como por ejemplo folletos, guías o artículos o a través de textos orales, como los que desarrollan los guías u otros profesionales. A la hora de describir un producto turístico, participan diferentes componentes temáticos procedentes de sectores como:

- La gastronomía
- La artesanía
- La historia
- La historia del arte
- Deportes, principalmente aquellas actividades que se realizan al aire libre
- Los espectáculos y diversiones

(Molina, 2016)

A partir de estos temas, el lenguaje turístico recoge un caudal terminológico de gran importancia que se usa principalmente en los textos descriptivos (Calvi, 2006). Por lo general, podemos observar que se trata de términos que, aislados de su contexto a la hora de usarlo, sería difícil “poder adscribirse al campo del turismo, pero que poco a poco han ido formando parte de su tradición discursiva.” (Calvi 2006)

Por otro lado, desde la perspectiva de Cabré (2006) el lenguaje del turismo puede ser considerado de especialidad porque cumple con los siguientes criterios:

- Consta de estructuras propias desde la perspectiva del nivel morfosintáctico
- Dispone de vocabulario específico desde el punto de vista léxico
- Consta de textos con características propias desde el nivel textual

En este sentido, el lenguaje turístico a nivel escrito tiene gran relación con los textos administrativos e informativos, además de los textos publicitarios (Borrueco, 2005). Las manifestaciones textuales van adquiriendo características propias dependiendo del tipo de comunicación que producen. De esta manera, el lenguaje del turismo que se desarrolla en forma de texto informativo es directo y preciso frente al texto con función apelativa (Calvi, 2006). Aquellos textos que facilitan la comunicación entre los expertos iniciados en el ámbito comunicativo simétrico serían los textos científicos o doctrinales sobre el fenómeno turístico, caracterizados sobre todo por la existencia de tecnicismos y cultismos (Borrueco, 2005). Por otra parte, los textos administrativos resaltan por la presencia de clichés y arcaísmos propios del lenguaje jurídico, al igual que los textos con valor jurídico, es decir, privados. Ejemplos de ello podrían ser los billetes de transporte o contratos de viajes.

A continuación, citamos la clasificación propuesta por Borrueco (2005):

- 1) Textos informativos y expositivo-explicativos. Se caracterizan por tener la intención de informar. Es por lo que nos encontraremos un lenguaje claro y preciso para así poder describir la situación y de esta manera transmitir la información. Ejemplos son los folletos informativos sobre hoteles, las publicaciones de transporte aéreo o planos de ciudades.
- 2) Textos publicitarios. Tratan de persuadir al consumidor del producto turístico, servicio turístico, o recursos turísticos. Algunos ejemplos podrían ser cuñas publicitarias, cartelería o folletos turísticos. Algunos rasgos comunes del lenguaje publicitario y, por tanto, también del texto publicitario turístico son:
 - Predominio del estilo nominal
 - Enunciados imperativos
 - Hipérboles que den lugar a connotaciones positivas
 - Valor elativo de los artículos
 - Extranjerismos, mayormente anglicismos
 - Adjetivación como recurso expresivo
- 3) Textos administrativos. Se crean por la relación que la administración establece con las empresas turísticas. Se caracterizan por el uso de arcaísmos y perífrasis léxicas, entre otras. Podemos mencionar en este caso algún ejemplo como la solicitud de autorización y clasificación de establecimientos de alojamiento turísticos, o actas de la inspección de turismo.
- 4) Textos para la gestión empresarial. Se trata principalmente de textos escritos relacionados con la empresa turística. Ejemplos serían las hojas de liquidación de billeteaje, los bonos, hojas de confirmación. Por otro lado, están los textos internos de la empresa, como por ejemplo las hojas de reserva de servicios, hojas de presupuestos, recibos para cargos y abonos a clientes con crédito.

En relación con el nivel morfosintáctico vemos que los diferentes textos presentan características morfosintácticas propias, todo ello dependiendo del contexto y tipo de texto. En este nivel, nos encontramos con la frecuencia del uso de oraciones subordinadas de relativo, que dan lugar a la posibilidad de ampliación de detalles e información relativa a un concepto:

“Weltbekanntester berühmter Küstenstreifen mit den schönsten Stränden Europas, wo Sie segeln, Wasserski laufen, reiten und sich amüsieren können.” (Borrueco, 2005)

También podemos destacar según Borrueco (2005) el uso de frases casuales y condicionales, con la intención de llamar la atención del consumidor turístico. Además, podemos resaltar la alternancia de estructuras de complejidad y longitud diversa.

Desde el punto de vista morfosintáctico podemos destacar las siguientes características:

- **Uso de verbos en infinitivo:** En el lenguaje turístico, es común utilizar verbos en infinitivo para describir acciones y actividades turísticas. Por ejemplo, "besuchen", "erforschen", "genießen", seguidos de sustantivos como "Strände", "Denkmäler", "Gastronomie".
- **Estructuras imperativas:** Para brindar instrucciones y recomendaciones a los turistas, el lenguaje turístico utiliza con frecuencia estructuras imperativas, como "entdecken!", "Viel Spaß!", "besuchen!", para fomentar la participación del viajero en las experiencias turísticas.
- **Uso de adjetivos:** El lenguaje turístico hace un uso amplio de adjetivos descriptivos para resaltar las características y cualidades de los destinos, servicios y experiencias turísticas. Estos adjetivos pueden incluir términos como "exotisch", "entspannend", "historisch", "spektakulär", entre otros.
- **Frases interrogativas y exclamativas:** Las frases interrogativas y exclamativas se utilizan con frecuencia en el lenguaje turístico para generar interés y llamar la atención de los viajeros.
- **Uso de construcciones comparativas y superlativas:** El lenguaje turístico emplea comparaciones y superlativos para resaltar las cualidades y ventajas de un destino o servicio turístico. Por ejemplo, "el mejor hotel de la ciudad", "el más hermoso paisaje que jamás hayas visto".
- **Estructuras condicionales:** Para promover ofertas y paquetes turísticos, el lenguaje turístico utiliza estructuras condicionales, como "Si reservas antes del 31 de julio, obtendrás un descuento del 20%" o "Si prefieres la playa, te recomendamos nuestro paquete de vacaciones en la costa".

Para finalizar, hablaremos en el próximo capítulo sobre el nivel léxico, parte fundamental de nuestro trabajo.

3 CARACTERÍSTICAS DEL LEXICO TURISTICO

En primer lugar, debemos destacar que el corpus léxico es bastante heterogéneo con una terminología muy variada (Borrueco, 2005):

- Economía (Ej. Logistik)
- Derecho (Ej. Reiserecht)
- Geografía (Ej. Tourismusgebiete)
- Historia, historia del arte, cultura (Ej: Kulturreise)

Podemos destacar, en primer lugar, la presencia de tecnicismos en contacto con los diferentes ámbitos que forman el espacio comunicativo. Algunos ejemplos según Calvi (2006) podrían ser:

- Transporte: *Taxiflug, Ticket, Reisepass, Transfer, Sightseeing-Bus*
- Alojamiento: *Hotelagent, Hotelbetrieb, Hotelmanager, Revenue Management*
- Intermediación: *Reisemittler, Reisevermittlung, Reisebüro, Reiseveranstalter - Pauschalreise - Individualreise - Gruppenreisen - Online-Reiseportal – Rundreise*
- Actividades complementarias: *Luftkurot, Outdoor-Aktivitäten, Abenteuer-Touren - Team-Building-Aktivitäten*

El lenguaje turístico utiliza un vocabulario especializado que incluye términos específicos relacionados con destinos turísticos, actividades, servicios y atractivos turísticos. (Duchene & Chavez, 2021). Por ejemplo, "Check-in", "All-inclusive", "Ausflug", "Reiseroute", entre otros.

No nos podemos olvidar de que una de las características principales del lenguaje turístico es la creación de neologismos (Borrueco, 2005). Con el constante desarrollo del turismo pueden surgir nuevas palabras para describir nuevas tendencias, servicios o actividades turísticas. Estos neologismos reflejan la evolución del sector y se adaptan a las necesidades cambiantes de los viajeros (Calvi, 2010).

Por esta razón nos encontramos con numerosas palabras nuevas en constante evolución. Algunos ejemplos:

- Por derivación en –ung: *Reservierung*
- Por composición, es decir, sustantivo más sustantivo: *Sporturlaub*
- Grupo nominal por la adhesión de un complemento: *Fünf vor Flug*

Por otra parte, el lenguaje turístico resalta en general por la existencia de extranjerismos. Debido a la influencia del inglés en la industria turística a nivel internacional es común encontrar anglicismos en el lenguaje turístico. Estos términos pueden referirse a conceptos, servicios o palabras prestadas directamente del inglés o incluso componiéndose con palabras alemanas como "*Lounge*", "*Online-Reiseportal*", "*Outdoor-Aktivitäten*" entre otros.

Es interesante también destacar que, dependiendo de la región o el país, es común encontrar localismos y regionalismos en el lenguaje turístico. Estos términos, llamados localismos turísticos, reflejan la cultura y las características específicas del lugar como nombres de platos típicos, festividades locales, expresiones idiomáticas, entre otros (Borrueco, 2005): *Oktoberfest, Bratwurst, Schwarzwald*, que se entienden más como atracciones turísticas que como palabras del vocabulario general y cotidiano.

4 ANÁLISIS DEL CORPUS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL CORPUS DE TRABAJO

Para nuestro trabajo hemos seleccionado los sitios web pertenecientes a los hoteles “NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie”, “Haus Mönchgut”, y “Park Bostalsee bei Nohfelden”.

El primero es un hotel localizado en la ciudad, el segundo un hotel de costa, y el tercero un hotel rural. Han sido elegidos para que la muestra y el corpus de textos refleje la variedad que puede darse en el lenguaje turístico.

Kundenbetreuung: +34 91 600 81 46 (ES) | Agenturen | Geschäftsreisen | Tagungen | Reservierung ändern | Newsletter | Hilfe | Deutsch

NH | HOTEL GROUP Reiseziele Angebote Geschenkgutscheine NH PRO NH DISCOVERY LOGIN

¿Nos visitas desde España? Te recordamos que también puedes realizar tu reserva desde nuestra edición española  [Ir a nh-hotels.es](#) X

Ihr Hotel Karte & Anfahrt Services Zimmer Meetings & Events Gastronomie Angebote Virtuelle Tour Hotelbewertungen

 **NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie**  [Verfügbarkeit prüfen](#)



Imagen 1: NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie

Hoy en día, NH Hotel Group es una de las cadenas de hoteles más conocidas en Europa y Latinoamérica, con más de 350 hoteles repartidos en 28 países, los cuales podemos presenciar en capitales principales como puede ser Berlín en nuestro caso. A día de hoy, solamente en Berlín nos encontramos ante 7 hoteles de la cadena NH. (NH Berlin Alexanderplatz, NH Berlin City Ost, NH Berlin Kurfürstendamm, NH Berlin Potsdamer Platz, NH Collection Berlin Mitte Friedrichstrasse, NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie, Show Berlin)

En este caso, hemos elegido el “NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie”, situado en pleno centro de la ciudad. Muchos de los turistas deciden alojarse en este hotel por su situación privilegiada, dado que en escasos minutos se puede llegar a los puntos de interés más conocidos de la ciudad. Es un hotel de gran tamaño, con 392 habitaciones de distintas dimensiones y estilos, incluyendo las habitaciones familiares, Junior Suites o incluso habitaciones comunicadas. Además, es un hotel moderno, ya que cuenta con las llamadas “Mood Rooms”, que son habitaciones gestionadas digitalmente por medio de tablets. Factores como la música, luces o climatización se manejan con el simple toque a un botón para que así, los clientes puedan disfrutar y tener una experiencia inolvidable de manera fácil y sencilla gracias a las últimas tecnologías.

Este hotel cuenta con numerosos servicios e instalaciones como:

- 15 salones destinados a conferencias con capacidad para 240 invitados
- Restaurante y lounge bar con comidas y bebidas variadas.
- Centro de bienestar con sala de relajación y área fitness además de disponer de tratamientos de belleza y masajes.
- Estación de carga para aquellos que tengan vehículos eléctricos.
- Alquiler de bicicletas o la compra de entradas para ciertas visitas

En la página web podemos observar cómo nos muestran información de todo tipo de forma clara y detallada. Seleccionamos algunas de las páginas que conforman el corpus y se adjunta el enlace para más información sobre las fuentes. En la página principal, encontramos amplia información sobre distintos aspectos relacionados no solo con el alojamiento sino también con otros aspectos turísticos complementarios, lo que de entrada supone un corpus de textos muy rico en vocabulario:

- Información sobre el hotel:



NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie



Verfügbarkeit prüfen

Das **NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie** Hotel, ehemals NH Berlin Mitte Leipziger Straße, befindet sich direkt an der Leipziger Straße im Stadtzentrum und ist somit ein idealer Ausgangspunkt. Es sind nur wenige Schritte zur Shoppingmeile Friedrichstraße sowie zu diversen Firmen, Läden und Boutiquen wie den Galeries Lafayette, dem Quartier 206, dem Q und der Mall of Berlin. Einige der bekanntesten Sehenswürdigkeiten Berlins wie Checkpoint Charlie, der Potsdamer Platz und das Brandenburger Tor sind nur wenige Gehminuten entfernt.

- Im Stadtzentrum, nur wenige Schritte von der Shoppingmeile Friedrichstraße gelegen
- Beste Anbindung, 50 m von der U-Bahnlinie U6 Stadtmitte und 100 m von der Linie U2 Stadtmitte entfernt
- Zehn Gehminuten zum Alexanderplatz und berühmten Sehenswürdigkeiten wie Checkpoint Charlie, dem Potsdamer Platz, dem Mauermuseum und dem Brandenburger Tor

Wir bieten 392 Zimmer in allen Variationen und Größen, darunter auch Zimmer mit Verbindungstür, Familienzimmer und Junior Suiten. Die modernen Zimmer in neutralen Tönen sind mit kostenfreiem WLAN ausgestattet.

Bereit für ein neues Erlebnis? Buchen Sie einen unserer neuen **Mood Rooms™** und schaffen Sie das perfekte Ambiente für jeden Moment Ihres Aufenthalts.


- Elegante, moderne Ausstattung
- Die Zimmer mit Verbindungstür, Familienzimmer und Junior Suiten eignen sich ideal für Familien. Kinder bis zu 12 Jahren übernachten kostenfrei im Zimmer der Eltern.
- Auch besonders ruhige Zimmer sind verfügbar – ideal für Gäste mit leichtem Schlaf.

Unser Hotel ist mit seiner Auswahl an Tagungsräumen, die alle über WLAN verfügen, bestens für Veranstaltungen ausgerüstet. Auf der achten Etage erwartet Sie ein voll ausgestatteter Wellness-Bereich. Unser Restaurant und die Lounge-Bar sorgen für Ihr leibliches Wohl. Unser Concierge-Service hilft Ihnen gerne bei Anfragen bezüglich des Fahrradverleihs, Tickets für Veranstaltungen und anderen Anliegen. Außerdem verpassen Sie dank Sky TV kein Sportereignis mehr. Parken können Sie direkt in unserer hoteleigenen Garage.

- 15 Tagungsräume mit Platz für bis zu 240 Teilnehmer
- Wellnesscenter mit Fitnessbereich und Entspannungsraum Massagen und Kosmetikbehandlungen werden ebenfalls angeboten.
- Unser Restaurant serviert mediterrane und deutsche Spezialitäten.
- Wenn Sie das Wochenende in unserem Hotel verbringen möchten, buchen Sie Ihren Aufenthalt direkt über nh-hotels.de und registrieren Sie sich für NH DISCOVERY, um unsere „Lazy Sundays“ genießen und ohne zusätzliche Kosten bis 17:00 Uhr auschecken zu können.

[NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie | nh-hotels.de](https://nh-hotels.de)

- Información sobre la ubicación del establecimiento y sus conexiones:

 NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie [Verfügbarkeit prüfen](#)
★★★★★

Transportmöglichkeiten

Vom Flughafen

Vom Flughafen Berlin Brandenburg (BER): Nehmen Sie den FEX-Flughafenexpresszug RE7 oder die Regionalbahn RB14 und fahren Sie bis zur Haltestelle „Friedrichstraße“. Sie S-Bahnlinie S9 bringt Sie ebenfalls zu dieser Haltestelle. Fahren Sie von dort mit der U6 bis zur Haltestelle „Stadtmitte“. Das Hotel liegt auf der rechten Seite in der Leipziger Straße. Die Fahrzeit beträgt 30 Minuten.

Taxi: Die Fahrt dauert 30-40 Minuten und kostet etwa 50,00 €.

Sie haben die Wahl zwischen einem Einzelfahrschein (3,60 €), einem Tages- (9,60 €) und einem Wochenticket (41,00 €). Damit dürfen Sie alle Bahnen und Busse in den Tarifbereichen A, B und C nutzen. Sie haben die Wahl zwischen einem Einzelfahrschein (2,90 €), einem Tages- (8,60 €) und einem Wochenticket (34,00 €). Damit dürfen Sie alle Bahnen und Busse in den Tarifbereichen A und B nutzen.

Vom Bahnhof

Von Stadtmitte: Das Hotel liegt auf der rechten Seite in der Leipziger Straße.

Nächstgelegene Station: Stadtmitte (U6)

Sie haben die Wahl zwischen einem Einzelfahrschein (3,40 €), einem Tages- (7,70 €) oder Wochenticket (37,50 €). Damit dürfen Sie alle Bahnen und Busse in den Tarifbereichen A, B und C nutzen. Klicken Sie [hier](#) um die Karte des öffentlichen Nahverkehrs anzuzeigen.

Mit dem Auto


Die GPS-Koordinaten des Hotels:
52.510612°N; 13.388186°E

Parken: Außerhalb des Hotelgeländes; 3,00 €/Stunde, 26,00 €/Tag. EV-Ladestation verfügbar.










Klicken Sie bitte [klicken Sie bitte](#) für aktuelle Anfahrtsbeschreibungen.

[Lage - Hotel NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie \(nh-hotels.de\)](https://www.nh-hotels.de)

- Información sobre servicios hoteleros:

 NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie [Verfügbarkeit prüfen](#)
★★★★★

Services

 Aktivitäten <ul style="list-style-type: none">• Fitnessstudio• Massagen• Wellnessbereich	 Business-Services <ul style="list-style-type: none">• Audiovisuelle Ausrüstung• Vermietung audiovisuelle Ausrüstung• Business-Center• Kaffeepausen• Konferenzeinrichtungen• Videokonferenz	 Feiern <ul style="list-style-type: none">• Banketteinrichtungen
 Internet <ul style="list-style-type: none">• WLAN kostenlos im gesamten Hotel• Highspeed-WLAN verfügbar	 Parken <ul style="list-style-type: none">• Barrierefreie Parkplätze• Garagenplätze• Parkplätze auf dem Hotelgelände	 Gastronomie <ul style="list-style-type: none">• Zimmerservice• Frühstücksbuffet• Catering-Serviceleistungen• Kinderfrühstück• Restaurant
 Zugangsmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none">• Barrierefreie Einrichtungen• Barrierefreie Zimmer verfügbar• Rollstuhlgerechter Zugang• Rollstuhlgerechte Aufzüge	 Allgemein	 Services <ul style="list-style-type: none">• Gepäckaufbewahrung• Fahrradvermietung• Concierge-Serviceleistungen

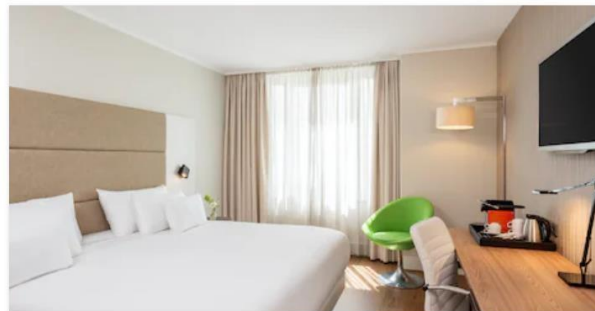

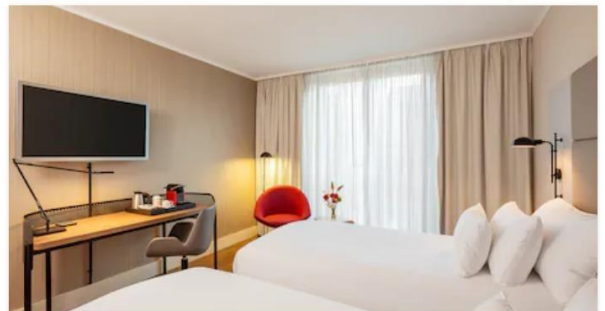

[Hotelservices: NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie \(nh-hotels.de\)](#)

- Información sobre las posibilidades de alojamiento:

 NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie [Verfügbarkeit prüfen](#)
★★★★★

Zimmer: NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie

Unsere Zimmer eignen sich für Geschäfts- wie für Urlaubsreisende gleichermaßen. Sie bestechen durch modernes Design, eine perfekte Kombination aus sanften, neutralen Farbtönen und auffälligen Akzenten. Zimmer mit Verbindungstür, Familienzimmer und Junior Suiten sind ideal geeignet für Familien. Kinder bis zu 12 Jahren dürfen übrigens kostenfrei im Zimmer ihrer Eltern übernachten. Wir bieten auch extra ruhige Zimmer zum Hof hin sowie barrierefreie Zimmer an. Gästen, die einen einzigartigen Aufenthalt wollen, bieten wir unsere neuen Mood Rooms™ im NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie. Diese Mood Rooms™ haben neue Technologien und ermöglichen es Ihnen, das Ambiente des Zimmers auf Knopfdruck zu verändern.

 <p>Superior-Zimmer</p> <p></p>	 <p>Premium-Zimmer</p> <p></p>
---	--

[Zimmer des NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie hotel \(nh-hotels.de\)](#)

- Información sobre posibilidades de reuniones y eventos

 NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie [Verfügbarkeit prüfen](#)
★★★★★

[Angaben zu den Veranstaltungsräumen](#) [Gestalten Sie Ihre Veranstaltung jetzt in 3D](#)

Tagungen & Veranstaltungen

Sie planen eine besondere Veranstaltung? Bei uns können Sie alles veranstalten – von Konferenzen und Seminaren bis hin zu Hochzeiten und Partys. Wir bieten 15 Veranstaltungsräume mit Platz für bis zu 240 Personen. Alle Räume sind mit WLAN ausgestattet und wir können für Sie auch den Transport und sonstige Details organisieren oder Gerätschaften wie Bildschirme und Flipcharts bereitstellen.


392
Zimmer


15
Veranstaltungsräum(e)


240
Personen

[Angaben zu den Veranstaltungsräumen](#) [Gestalten Sie Ihre Veranstaltung jetzt in 3D](#)

Ihre nächste erfolgreiche Veranstaltung ist nur einen Klick entfernt

Fangen Sie jetzt mit der Planung an!

[Preisangebot anfordern](#)

[Angaben zu den Veranstaltungsräumen](#)

[Tagungs- und Veranstaltungsräume im NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie \(nh-hotels.de\)](#)

- Información sobre la restauración en el hotel



NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie



Verfügbarkeit prüfen

Frühstück

Starten Sie mit unserem reichhaltigen Frühstücksbuffet, das jeden Morgen frisch zubereitet wird, gesund und ausgeglichen in den Tag. Das Frühstücksbuffet bietet Ihnen eine große Auswahl an frischen Fruchtsäften, Gebäck, Aufschnitt, Käse, Obst, Joghurt, Brot und vielem mehr. Auf Wunsch können Sie sich auch warme Speisen zubereiten lassen. Wenn Sie gerne zeitig aufstehen oder früh abreisen müssen, fragen Sie an der Rezeption einfach nach unserem Frühaufsteher-Frühstück.

Art des Frühstücks

Antiox-Frühstücksbuffet, Kinderfrühstück



Restaurant des NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie

Das stilvolle Hotelrestaurant bietet bis zu 270 Personen Platz. Die natürlichen Farbtöne, dunklen Hölzer und roten Akzente schaffen ein komfortables Ambiente. Das Restaurant ist in drei Bereiche unterteilt, sodass halbprivate Räumlichkeiten für Gruppen entstehen. Unser Restaurant bietet eine große Auswahl an internationalen, spanischen und regionalen Gerichten. Es liefert den perfekten Rahmen für Geschäftsessen oder Gruppen. Mit unserem umfangreichen Frühstücksbuffet beginnt jeder Tag verlockend. Statten Sie auch unserer Loungebar einen Besuch ab und genießen Sie Snacks und Drinks in einem komfortablen, modernen Ambiente mit Ledersesseln.



Kontaktdaten

[Restaurants im - NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie \(nh-hotels.de\)](#)

- Información sobre ofertas específicas:



NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie



Verfügbarkeit prüfen

Angebote: NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie

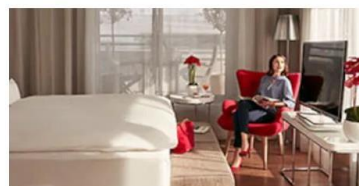
Romantische Hotels



Romantische Hotels

Verlieben Sie sich in unsere Auswahl an romantischen Hotels in den besten Destinationen.

Buchen



„Secret Selection“ für neugierige Reisende

Entdecken Sie die „Secret Selection“ attraktiver Hotels zu tollen Preisen. Ihre Geschichten warten nur so darauf, entdeckt zu werden – wie versteckte Edelsteine.

Suchen Sie nach dem roten Edelstein auf unserer Webseite oder wählen Sie ein Hotel aus der folgenden Liste aus, um dieses zeitlich begrenzte Angebot in Anspruch zu nehmen.

Buchen Sie im Voraus und genießen Sie einen exklusiven zusätzlichen Rabatt von 10% auf alle



Sommer-Hotelangebot 2023

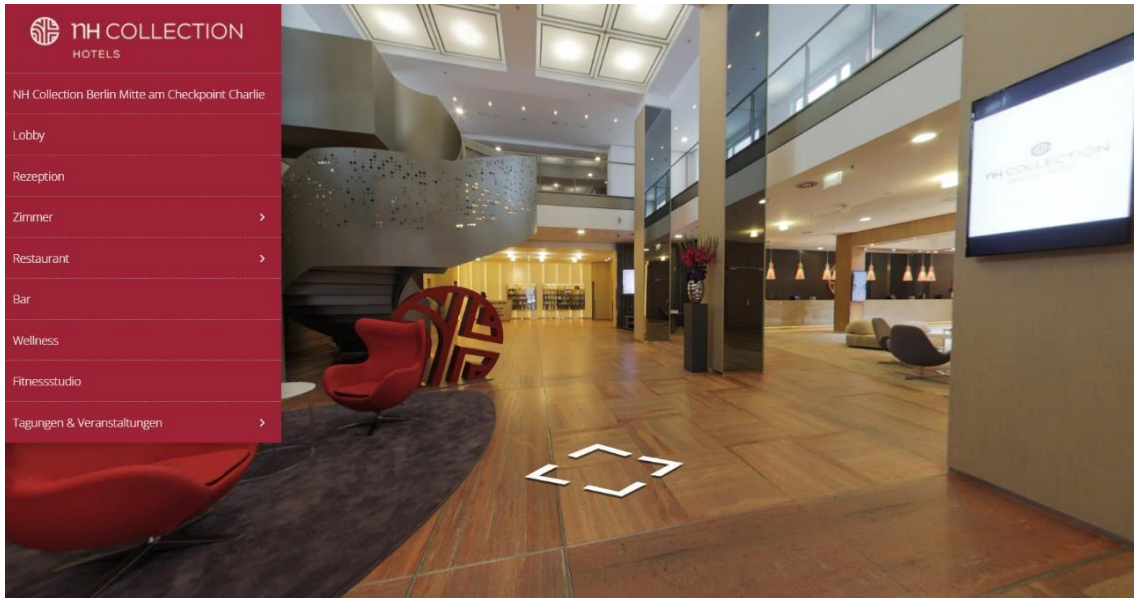
Buchen Sie jetzt Ihren wohlverdienten Urlaub mit unserem Angebot! Wir bieten Ihnen mehr als 170 Reiseziele für Ihren nächsten Aufenthalt!

Worauf warten Sie noch?

Buchen Sie jetzt Ihren nächsten Aufenthalt bei uns. **NH Discovery-Mitglieder erhalten bis zu 20% Rabatt und ein Geschenk für die Buchung über unsere Webseite!** Und auch Ihre treuen Begleiter dürfen mit – unsere Hotels sind nämlich besonders haustierfreundlich!

[Offers \(nh-hotels.de\)](#)

- Un tour virtual



[360 Tour NH Collection Eurobuilding \(nhvirtualtour.com\)](http://nhvirtualtour.com)

- Valoraciones de clientes sobre el hotel

Bewertungen: NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie

Unsere Kunden empfehlen

Geschäftsreise

★★★★★

Es war alles Super, wir hatten ein schönes Zimmer, und das Frühstück war besonders, obwohl wir einen etwas ungünstigen Zeitpunkt... Juli Ferien Städte Touren erwischte...

[Zeige Info](#) ▼

Bernhard-Wilhelm.
14/07/2022

Gut aufgehoben ...beim Berlin Besuch

★★★★★

Alles top, von der Lage des Hotels bis zum Schlafkomfort, Zimmerausstattung und Freundlichkeit der Mitarbeiter. Wir erhielten sogar "unaufgefordert"...

[Zeige Info](#) ▼

schillerlocke2022.
05/07/2022

Zentral und ruhig

★★★★★

Ich war schon mind. 7-8 x Gast in diesem Hotel. Sowohl geschäftlich als auch privat. Das sagt eigentlich schon alles. Von der geräumigen Tiefgarage bis zur zentralen Lage...

[Zeige Info](#) ▼

albertweil.
29/04/2022

sehr zu empfehlen

★★★★★

wir waren mit der ganzen Familie, sehr schöne Zimmer und Frühstück war auch sehr zu empfehlen. Lage ist ideal für einen Kurzbesuch da in unmittelbarer Nähe zu den meiste...

[Zeige Info](#) ▼

frankH6674XF. Köln, Deutschland
18/03/2022

Service wird groß geschrieben

★★★★★

Buchung, einchecken, Zimmerausstattung und Sauberkeit, Fitness- und Spa-Bereiche haben

Guter Service, Top Lage

★★★★★

Ich hatte erst Probleme mein iPhone über HDMI am Fernseher anzuschließen. Ein Mitarbeiter kam dann und hat mir einen 2.

Tolles Hotel, noch toller Service!

★★★★★

Die Mitarbeiter standen bei jedem noch so kleinen Anliegen mit vollem Einsatz zur Seite. Das

Alles perfekt

★★★★★

Es war alles super, das Personal ist super freundlich und sehr aufmerksam. Das Frühstück ist sehr lecker und abwechslungsreich. Die

[Hotelbewertungen - Hotel NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie \(nh-hotels.de\)](http://nh-hotels.de)

Con respecto a las ofertas, la cadena NH tiene un programa de fidelización llamado "NH DISCOVERY" en el que el cliente puede obtener numerosas recompensas y beneficios exclusivos en casi 400 hoteles NH. Esto hace que dichos clientes, cada vez que viajan, se alojen en hoteles de esta cadena. Disponen, además, de una sección en la que muestran las preguntas más comunes que suelen tener los clientes. En caso de que la pregunta del cliente no se encuentre en la web, ofrecen el número y el correo de atención

al cliente en el que será atendido. Este vocabulario resulta muy interesante para la gestión empresarial en alemán.

NH COLLECTION HOTELS **NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie** ★★★★★ [Verfügbarkeit prüfen](#)

Stehen im NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie Hotel Veranstaltungsräume zur Verfügung? ^

Ja. Das Hotel verfügt über 15 Räume, die sich zum Ausrichten von Veranstaltungen, Konferenzen, Hochzeiten und Feiern mit bis zu 240 Personen eignen. Auch Leinwände und Flipcharts stehen Ihnen zur Verfügung.

Welche Sehenswürdigkeiten befinden sich in der Nähe des NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie Hotels? ^

Das Hotel bietet eine hervorragende Lage im Stadtzentrum, sodass Sie die Friedrichstraße (eine der Haupteinkaufsstraßen Berlins), die Galeries Lafayette, das Quartier 206 und die Mall of Berlin schnell erreichen können. Zu den weiteren Sehenswürdigkeiten in der Nähe gehören Checkpoint Charlie, der Potsdamer Platz und das Brandenburger Tor.

Über welche Einrichtungen verfügt das NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie Hotel? ^

Im Hotel finden Sie ein Wellness-Center mit einem Fitnessbereich, einer Sauna und einem Entspannungsraum. Auch ein Restaurant, eine Loungebar und insgesamt 15 Veranstaltungsräume stehen zur Verfügung.

Werden im NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie Hotel Speisen und Getränke angeboten? ^

Im hoteleigenen Restaurant werden spanische und regionale Gerichte in einem gemütlichen Ambiente serviert. Die Grissini Bar ist die Loungebar des Hotels und verfügt über eine Jamonería mit spanischem Schinken. Auch Snacks und Mahlzeiten werden hier serviert.

Stehen Parkplätze für Gäste des NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie Hotels zur Verfügung? ^

Ja. Gegen eine Gebühr von 26,00 € pro Tag stehen überdachte Parkplätze zur Verfügung.

[NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie | nh-hotels.de](https://nh-hotels.de)

El segundo hotel seleccionado para nuestro estudio es el “Haus Mönchgut”, un hotel situado en Thiessow (Mönchgut, Alemania). Ofrece maravillosas instalaciones como jardín, terraza e incluso aparcamiento gratuito. Por otro lado, cuenta con servicio de habitaciones, WiFi gratuito en cualquier lugar del hotel y consigna de equipaje.



Imagen 2: Haus Mönchgut

Nada más entrar en su página web, nos encontramos en la página principal, donde se la bienvenida al cliente. A continuación, nos ofrecen información sobre el hotel, su excelente ubicación, su delicioso desayuno-buffet (continental o vegetariano), los servicios con los que cuenta, y sus actividades, ya que, como es un hotel situado en la costa, ofrece numerosas actividades para deportes acuáticos e incluso ciclismo.

En la misma página principal, también podemos encontrar opiniones de huéspedes que se alojaron anteriormente en el hotel, ya que es algo que la mayoría de clientes suelen tener en cuenta a la hora de reservar. Por último, nos encontramos con una sección ¿QUÉ HAY CERCA?, en la que el huésped encuentra información sobre atractivos turísticos cercanos:

- Greifswalder Bodden (0.3 km)
- Playa natural (200 metros)
- Mar Báltico (0,5 km)
- Pabellón de caza Granitz (13.2 km)

Además de la página principal, tenemos la sección de “habitaciones”, donde encontraremos información sobre la tipología de alojamiento:

- Habitaciones dobles
- Habitación Doble Comfort
- Suite
- Suite Familiar

BEREICH	GÄSTE	PREIS
ab 18m²	bis zu 2 Gäste	ab € 49,50,- p.P.

[Räume - HAUS MÖNCHGUT \(hotelmoenchgut.com\)](http://hotelmoenchgut.com)

En el apartado “sobre nosotros”, nos informan de que todo huésped que se aloje en dicho hotel disfrutará de las maravillosas playas y senderos para montar en bicicleta que se encuentran a su alrededor, los cuales son únicos. Garantizan plena tranquilidad para relajarse y recargar de nuevo las pilas.



Startseite Zimmer Galerie **Über uns** Kontakt Energieeffizienz Reservieren DE

Haus Mönchgut
IHR URLAUBSDOMIZIL DIREKT AM MEER

Jahre haben wir viele mögliche Standorte für ein Hotel gesucht, um Ihren Vorstellungen als Urlaubsgast gerecht werden zu können. In Thiessow auf Rügen sind wir fündig geworden. Sie werden erleben, dass Sie sich vom Alltag entspannen können an wundervollen Stränden und einmaligen Radwegen. Erleben Sie, wie die Fischer auf ihren kleinen Booten, den Dorsch einbringen. Dann werden Sie verstehen, warum wir hier Ihre Gastgeber sein wollen. Das Seeklima mit seiner salzhaltigen Luft und die Ruhe der Insel sind wichtige Aspekte um wieder entspannen zu können und Kraft zu schöpfen.

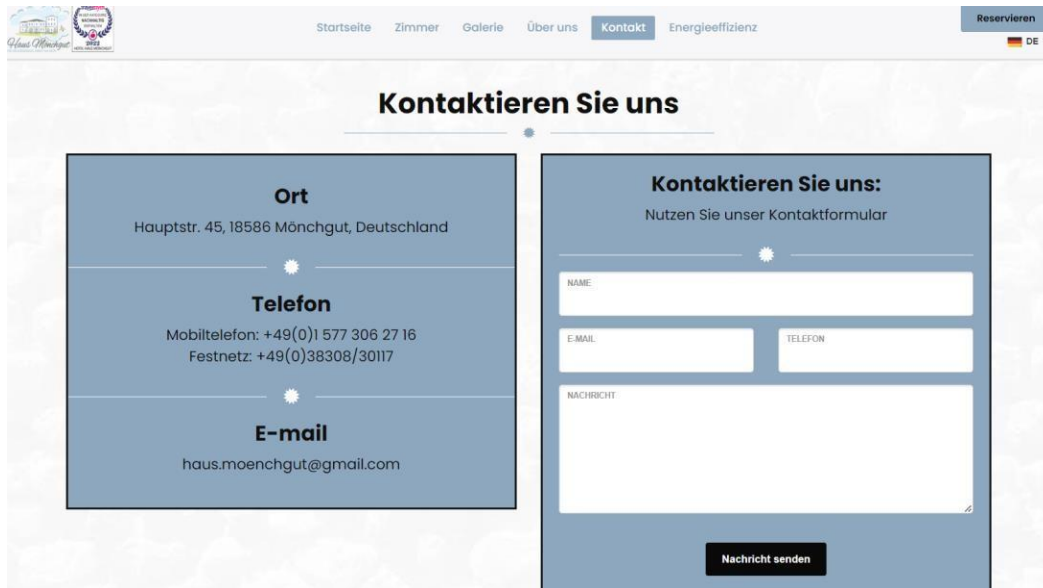
Unsere Vorteile

[Über uns - HAUS MÖNCHGUT \(hotelmoenchgut.com\)](https://www.hotelmoenchgut.com)

Observamos aquí que la información no se limita al alojamiento sino a otros aspectos complementarios, lo cual ya es un indicio de que el vocabulario incluido será variado y heterogéneo.

Por último, encontramos la sección de “Rendimiento energético” que nos habla de la restauración de nuevas instalaciones con el fin de ahorrar hasta 19,4 toneladas de CO₂ e incluso la reducción del consumo de energía.

Para cualquier duda, los clientes podrán acudir a la sección “contacto”, donde podrá ser atendido a través del correo o el número de contacto.



[Kontakt - HAUS MÖNCHGUT \(hotelmoenchgut.com\)](http://hotelmoenchgut.com)

El tercer hotel elegido para nuestro trabajo es el hotel “Park Bostalsee bei Nohfelden”. Se trata de un complejo de casas de vacaciones situadas en las colinas de Bostalsee, Alemania, con el objetivo de disfrutar del entorno natural que se encuentra a su alrededor, a través de las actividades que ofrecen. Dependiendo de la estación del año en la que nos encontremos, como bien podemos observar en su página web, los clientes pueden escoger entre un gran número de actividades como por ejemplo baloncesto, golf, navegación a pedales, senderismo, ciclismo, montar a caballo o escalada, entre otras.

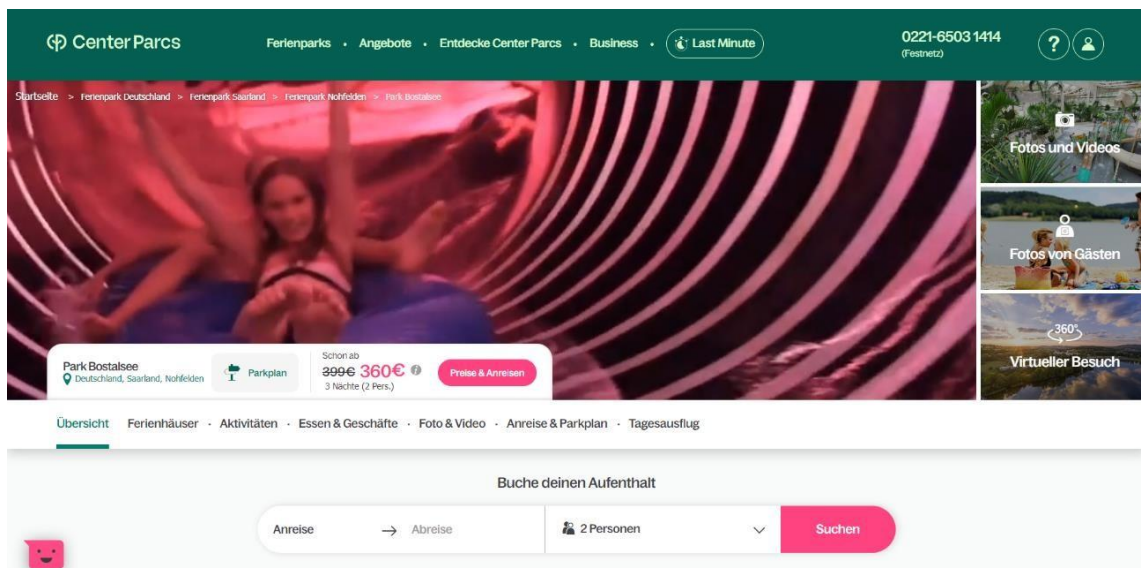



Imagen 3: Park Bostalsee bei Nohfelden

En esta web nos encontramos con un amplio vocabulario turístico muy interesante para nuestro trabajo, ya que dispone de numerosas secciones como:

- Parques de vacaciones

6 Ferienparks (Deutschland) 2 Personen Anreise → Abreise Suchen

6 Ferienparks zu diesem Termin verfügbar Sortieren: Beliebtheit



Bispinger Heide Erneuert
Deutschland, Lüneburger Heide, Sottau

GRENZENLOSE ACTION, VIELFÄLTIGE AUSFLUGSMÖGLICHKEITEN UND DIE FREIHEIT WEITLÄUFIGER HEIDELANDSCHAFTEN

Radele oder wandere in der Lüneburger Heide, unternimm einen Ausflug nach Hamburg oder entspanne im Park. Im Wellness-Center, Hausboot oder Baumhaus.

🚴 119 Aktivitäten 🏠 3 Wohlfühl-Niveaus ⭐ 3 besondere Unterkünfte

Ferienpark besuchen

Von Mo. 25 bis Mi. 27 Sept.. (3 Tage - 2 Nächte) - 2 Pers. Ab ~~349 €~~ **288 €** pro Ferienhaus

Die obligatorische Bettenabgabe gilt pro Person und Nacht. [Ende hier eine Preisübersicht pro Park/Gemeinde](#)

Unterkünfte ansehen

Park Bostalsee

[Ferien mit Center Parcs in Deutschland | Center Parcs](#)

- Ofertas

Last Minute

Kurzfristige Anreisen zu attraktiven Preisen

[Zu den Angeboten](#)

Verrückter Mittwoch

Jeden **Mittwoch** gibt's über diese Aktion **verrückt günstige Preise!** Schnell sein lohnt sich!

[Zu den Angeboten](#)



Jetzt Frühbucher-Vorteile sichern!

Frühbucher-Rabatt

6 Monate vor Anreise = 20 % Rabatt
4 Monate vor Anreise = 15 % Rabatt
2 Monate vor Anreise = 10 % Rabatt
+ Aktivitäten-Gutscheine im Wert von 30 €
+ Wunschlage deines Ferienhauses

Kombinierbar mit der Familien-/55plus-Ermäßigung!

[Zu den Angeboten](#)



Familien-/55plus-Ermäßigung

- 20 % Rabatt zu vielen Terminen.
- Familien-Ermäßigung (mindestens ein Kind unter 13 Jahre reist mit).
55plus-Ermäßigung (mindestens eine mitreisende Person ist 55 Jahre oder älter)

In Kombination mit dem Frühbucher-Rabatt kannst du somit bis zu 36 % sparen!

[Zu den Angeboten](#)

[Alle Angebote von Center Parcs in der Übersicht](#)

- **Negocio**

Ein Seminar bei Center Parcs zu organisieren bedeutet, **menschliche Beziehungen** und Leistung in einem **idealen Umfeld** zu verbinden, in dem alles vorhanden ist, um den Erfolg Ihres Unternehmens zu unterstützen. Vom intimen Rahmen eines Seminars bis zur vollständigen Privatisierung eines Veranstaltungsortes für eine **spektakuläre Veranstaltung** passt sich unser Angebot all Ihren Anforderungen an.

Alles aus einer Hand bei Center Parcs



Eine große Vielfalt an Räumen



Teambuilding-Aktivitäten



Geräumige & gemütliche Ferienhäuser



Verschiedene Arrangements inklusive Verpflegung

4 gute Gründe, Ihre Veranstaltung bei uns zu organisieren



- 1. Näher an Ihren Plänen:** Seminare, Kongresse, Produkteinführungen, Vorstandssitzungen, Ausstellungen... Mit unseren modularen Tagungsräumen, die alle voll ausgestattet und von der Natur umgeben sind, haben wir alles, was Sie brauchen, um Ihre unterschiedlichsten Geschäftstreffen zu einem Erfolg zu machen.
- 2. Näher an Ihren Zielen:** Wir können Ihnen helfen, ein einzigartiges Treffen zu organisieren, das bei Ihren Kunden oder Kollegen einen bleibenden Eindruck hinterlässt. Wir bieten Ihnen besondere Orte für Ihre Mahlzeiten, einen Abend mit einem originellen Unterhaltungsprogramm und natürlich eine große Anzahl von Geschäfts- und überraschenden Tagungsräumen inmitten der unberührten Natur.
- 3. Näher an Ihnen und Ihren Teilnehmern:** Sie können auf ein spezialisiertes Team zählen, das sich Ihren Wünschen anpasst: Sie wählen Ihre Unterkunft mit täglichem Hotelservice, Ihre Verpflegung besteht aus gesunden und regionalen Produkten, Ihre Teambuilding-Aktivitäten fördern den Teamgeist, und Sie genießen die Natur zwischen See und Wald zur Entspannung zwischendurch.

[Center Parcs der Partner für Ihre Firmenveranstaltung](#)

- **Última hora**

Startseite > Schullerien > Sommerferien

Es gibt keinen besseren Ort als die Natur, um sich lebendig zu fühlen.

[Video ansehen](#)

Sommerurlaub

Schon ab **399 €**
- Für 4 Personen & 3 Nächte
- Jetzt schnell buchen

Dein Sommerurlaub 2023 bei Center Parcs

Rundum unbeschwerte Sommertage voller echter Sommergefühle gemeinsam mit der Familie? Die findest du bei Center Parcs nicht nur in Holland, Belgien und Frankreich, sondern auch in gleich **sechs einzigartigen Ferienparks in den schönsten Regionen Deutschlands** – vom herrlichen Nordseestrand über blaue Wassersportseen bis ins idyllische Allgäu. Ganz in deiner Nähe heißt Urlaub in diesem Sommer: Nähe finden, Nähe fühlen, Nähe genießen. **Urlaub heißt Center Parcs. Jetzt sorgenfrei und schnell deinen Sommerurlaub sichern**, da Urlaub im eigenen Land auch 2023 sicher wieder sehr gefragt sein wird!

Tipp: In den Sommermonaten bieten wir viele Ferienhäuser auch für die Wochenanreise von Samstag bis Samstag an! Online kannst du generell bis zu 14 Tage am Stück buchen. Ihr möchtet länger bleiben? Bei Anreisen ab 15 Nächten hilft dir unser Call Center gerne weiter.



[Mehr Info](#)

[Sommerurlaub 2023 | Familienurlaub im Sommer bei Center Parcs](#)

- **Visión general**

Übersicht · Ferienhäuser · Aktivitäten · Essen & Geschäfte · Foto & Video · Anreise & Parkplan · Tagesausflug Preise & Anreisen


Buche deinen Aufenthalt

2 Personen Anreise → Abreise Suchen


Aktiver Wassersport, Panoramablick auf den See und jede Menge Kultur und Natur

Von deinem Ferienhaus aus schlenderst du zum Strand und beobachtest Wassersportfreunde am Bostalsee. Möchtest du das historische Trier oder Luxemburg besuchen? Los geht's!


[Park auf Karte anzeigen](#)




Aqua Mundo
3 Wasserrutschen, Water Playhouse




Unterkunfts-Tipp
Gemütliche Ferienhäuser mit Seeblick



Natürliche Umgebung
Großer Wassersportsee mit Strand, Wald und Hügelland



Erlebnis-Tipp 1
Windsurfen und andere Wassersportarten




Erlebnis-Tipp 2
Wandern und Radfahren in der hügeligen Umgebung des Parks

[Urlaub in Park Bostalsee bei Nohfelden – Ferienpark in Nohfelden | Center Parcs](#)


- **Actividades**

81 Aktivitäten Verfügbar


Einige Aktivitäten können saisonbedingt variieren und sind erst kürzer vor deiner Anreise in deinem Account buchbar. [?](#)




Tretboot fahren

Inklusive



Strand

Inklusive



Kinderbauernhof




Academy: Golf




Basketball (draußen)




Elektroboot





Beachvolleyball (draußen)




Bowling







Inklusive


[Aktivitäten im Park Bostalsee in Nohfelden, Saarland | Center Parcs](#)

- Comida y tiendas



Aqua Café

Benötigst du zwischen all dem Wasserspaß eine schmackhafte Pause? Das Aqua Café bietet dir eine große Auswahl an herrlichen Snacks, leckeren Hamburgern, knackigen Salaten und vielem mehr. Schleckermäuler können auch ein Eis oder Kuchen naschen, während sie die tropische Atmosphäre des Aqua Mundo genießen.



Babynahrungsstationen

In allen Restaurants gibt es Babynahrungsstationen. Leicht zu erkennen, immer in der Nähe und gratis zu benutzen. Dort findest du immer kostenlose Gläserchen mit Babynahrung, eine Mikrowelle und einen Flaschenwärmer. Die beste Basis für einen sorglosen Urlaub mit deinem Baby!



Market Café & Bistro

Eine glanzvolle Umgebung für eine gute Tasse Kaffee oder ein Glas Bier. Warten auf die Familie und Freunde. Möchtest du hereinkommen und etwas Leckeres essen? Auf der Karte findest du verschiedene Salate sowie warme Gerichte.



Market Restaurant

Starte ganz entspannt in einen tollen Urlaubstag mit dem reichhaltigen Frühstücksbuffet im Market Restaurant! Hier bleiben keine Wünsche offen: Ob süß oder herzhaft - für jeden Geschmack ist das richtige dabei. Genieße am Abend leckere abwechslungsreiche All-You-Can-Eat + All-You-Can-Drink.

[Essen-geschafte Park Bostalsee | Center Parcs](#)

- Fotos y vídeos

Park Bostalsee

Fotos Gästefotos Video Virtuelle Tour

[Eindrücke](#) [Unterkünfte](#) [Badeparadies](#) [Aktivitäten](#) [Mehr Fotos](#)

Eindrücke



[Urlaub in Park Bostalsee bei Nohfelden - Ferienpark in Nohfelden | Center Parcs](#)

- Plan de llegada y aparcamiento


Deine Anreise

Empfang und Rezeption

Rezeption





Die Mitarbeiter an der Rezeption sind 24 Stunden am Tag für dich da, um dich zu empfangen und dir dein digitales Armband oder deinen Schlüssel zu geben.

Kontakt der Rezeption

+49 685 29 02 80 

Öffnungszeiten der Rezeption

Gesprochene Sprachen

 Deutsch  Englisch  Französisch  Niederländisch

Ankunfts- und Abreisezeiten

- Ankunft ab 10 Uhr**

Du kannst anreisen, wann immer du möchtest. Wir heißen dich rund um die Uhr willkommen! Ab 10 Uhr stehen auch schon die Angebote des Parks für dich zur Verfügung.
- Einchecken ab 16 Uhr***

*Die Unterkunft steht ab 16 Uhr für dich bereit. Wenn du "Friends" bist und die Option "frühes Einchecken" gewählt hast, die in einigen Parks verfügbar ist, sogar bereits ab 13 Uhr. In den belgischen Parks ist der Check-in generell ab 15 Uhr möglich.
- Auschecken vor 10 Uhr**

Verlasse deine Unterkunft und nutze trotzdem noch alle Aktivitäten und Angebote vor deiner Abreise. **Check-out vor 12 Uhr oder 15 Uhr je nach Park, wenn du am Sonntag abreist."

Auto

Parken

Am Eingang des Parks gibt es kostenlose Parkplätze. Es stehen 4 Ladestationen zur Verfügung.

Haustiere

Zusätzliche Gebühr

Du kannst natürlich dein Haustier während deines Aufenthalts mitbringen (Je nach Haustyp gibt es eine begrenzte Anzahl). Bei der Buchung wird eine zusätzliche Gebühr erhoben.

Bezahlung im Park

Bezahlmethoden

Bargeld, Kredit- und Debitkarte sind akzeptiert.

Center Parcs Armband

Mit deinen Armbändern hast du Zugang zu deinem Ferienhaus, aber auch zu den meisten Infrastrukturen des Parks.

[Anreise zum Park Bostalsee in Nohfelden | Center Parcs](#)

- Excursión de un día

Tagesausflug Center Parcs

Ein Tag in Park Bostalsee ist mehr als nur Schwimmen im tropischen Badeparadies. Es ist ein Tag voller Spaß für Groß und Klein.

- ✓ Das **Aqua Mundo** ist das einzig wahre tropische Badeparadies mit Wasserspaß für alle: Kinder, Jugendliche, Eltern.
- ✓ Freue dich auf **vielfältige Aktivitäten** drinnen und draußen. Etwa **Bogenschießen** oder **Quadfahren**.
- ✓ Im autofreien Park gibt es **Spielplätze** und einen **Kinderbauernhof**: Hier werden die Tiere verwöhnt.
- ✓ Zum Entspannen bietet der Park einen **herrlichen Strand am See** sowie zahlreiche **Wellness-Behandlungen**.
- ✓ Genuss mit Aussicht: **Essen unter Palmen** in unseren drei Restaurants mit Blick auf **den großen See**.

Verpasse nicht



Erlebnisbad Aqua Mundo

Wasserspaß satt gibt es im Erlebnisbad **Aqua Mundo** mit 3 atemberaubenden Wasserrutschen, Wellen- und Außenbecken, Wasserspielwelt mit Water Playhouse, Kinder- und Babybecken, Hot Whirlpool, Massagestuhl und unserem Aqua Café

[Virtuell entdecken](#)



Spannende Aktivitäten

Drinnen oder draußen, ganz nach Wunsch: Hochseilgarten **High Adventure Experience**, **Bowlen**, **Minigolf** oder **Tretboot**. Bitte buche die kostenpflichtigen Aktivitäten vorab an der Rezeption.



Wellness

Schönheitsbehandlungen und **Massagen** geben dir ein wunderbares Gefühl von Entspannung. Vereinbare gleich deine Termine.


Terminvereinbarung unter: 0151-65115876 oder auf www.charmant-relaxen-see.de

[Tagesausflug Park Bostalsee - Center Parcs](#)

Por otro lado, disponen de distintos tipos de alojamientos, como casa de vacaciones Confort, casa de vacaciones Premium y casa de vacaciones VIP. Dependiendo del alojamiento, encontraremos múltiples instalaciones y servicios como pueden ser terraza privada, servicio de habitaciones, baño con sauna, bañera con función de hidromasaje, entre otros.

2 Personen
Anreise → Abreise
Suchen

12 verfügbare Unterkünfte Sortieren: Beliebtheit



Comfort-Ferienhaus

4 Pers. 2 Schlafzimmer 59 m²

- Private Terrasse mit Gartenmöbeln
- Kindermobiliar (Babybett / Laufstall und Hochstuhl)


Von Fr. 8 bis Mo. 11 Sept..

~~399 €~~ **360 €**

pro Ferienhaus

Mehr Info
Zur Buchung

JETZT BUCHEN, SPÄTER ENTSCHEIDEN: kostenlose Umbuchung bis 21 Tage vor Anreise! [Mehr Info](#)



Premium-Ferienhaus

2 Pers. 1 Schlafzimmer 51 m²

- Ausgestattete Küche mit Spülmaschine und NESCAFÉ Dolce Gusto
- Zweiter Fernseher im Schlafzimmer
- Gemachte-Betten-Service

Nur noch 1 verfügbar!


Von Fr. 8 bis Mo. 11 Sept..

~~419 €~~ **378 €**

pro Ferienhaus

Mehr Info
Zur Buchung

JETZT BUCHEN, SPÄTER ENTSCHEIDEN: kostenlose Umbuchung bis 21 Tage vor Anreise! [Mehr Info](#)



VIP-Ferienhaus

2 Pers. 1 Schlafzimmer 54 m²

- Gratis-WLAN
- Badezimmer mit Infrarotsauna, Badewanne mit Whirlpool-Funktion und Regendusche

Nur noch 1 verfügbar!

Von Mo. 25 bis Fr. 29 Sept..

~~579 €~~ **522 €**

pro Ferienhaus

Mehr Info
Zur Buchung

[Ferienhäuser im Park Bostalsee in Nohfelden - Deutschland | Center Parcs](#)

4.2 ESTUDIO Y CLASIFICACIÓN DEL CORPUS

4.2.1 Criterios de recopilación y clasificación

El primer criterio que hemos determinado ha sido tener en cuenta aquellas palabras que cumpliesen con las características del léxico turístico desde el punto de vista del significado, es decir, que se considerara parte de la actividad turística. Hemos centrado nuestra atención en los sustantivos que recogen la realidad turística profesional identificando servicios, lugares y realidades turísticas como la gastronomía y oferta complementaria.

A partir de esa selección hemos clasificado las palabras según campos semánticos. La función que tienen los campos semánticos es proporcionar una estructura conceptual que nos haga comprender por qué las palabras se relacionan entre sí, además de cómo se organizan dentro de un dominio específico. (Zumbado, 1991). A través de un proceso de recopilación y análisis de las palabras presentes en estas webs, identificamos conexiones y patrones que nos ayudarán a comprender mejor cómo se organiza el léxico, además de cómo se utilizan las palabras dentro de este dominio (Alvar, 2003).

Partimos de la idea de que el análisis de los campos semánticos proporciona una visión más clara del vocabulario utilizado en las páginas webs seleccionadas, lo que nos permitirá determinar los temas que se abordan en este entorno digital. Una vez ya agrupadas las palabras en campos semánticos, podremos identificar relaciones conceptuales, examinar la amplitud del vocabulario en cada campo y analizar posibles variaciones semánticas dentro del dominio estudiado. (Zumbado, 1991). Los resultados que nos aportará este estudio nos brindarán una mayor comprensión del léxico utilizado en las webs analizadas y nos permitirá obtener información relevante sobre los patrones y las características lingüísticas en este contexto específico y de esta forma comprobar si coinciden con las del lenguaje turístico.

4.2.2 Sistematización del corpus

A continuación, se presenta de forma sistematizada el corpus de palabras más importante para nuestro trabajo según los criterios explicados anteriormente:

TRANSPORTE	Flughafen Bahnhof Auto Einzelfahrschein Wochenticket Elektrofahrzeuge Transfers
------------	---

RESTAURACIÓN

Frühstück
Kalte Speisen
Warme Speisen
Brot
Gebäck
Obst
Eier
Speck
Tees
Kaffeespezialitäten
Säfte
Joghurt
Schinkensorten
Frühstücksbuffet
Frische Fruchtsäfte
Aufschnitt
Käse
Frühaufsteher-Frühstück
Kinderfrühstück
Küche International
Küche Lokal
Bier
Spirituosen
Cocktails
Softdrinks
Weinkarte
Gerichte
Mineralwasser
Getränke
Gastronomie
Leckere Mahlzeit
A la carte Menü
Kindergerichte

	Vegetarische Speisen Currywurst Boulette Deutsches Brötchen Typisches Essen
TIPO DE HABITACIONES	Doppelzimmer Komfort Doppelzimmer Superior-Zimmer Premium-Zimmer Familienzimmer mit Terrasse Familienzimmer Junior-Suite mit Terrasse Suite Superior-Einzelzimmer Familien-suite
TIPOS DE CAMAS	Twin Bett King Size Bett Sleep Better Mattresses Einzelbett Bettengröße

<p>SERVICIOS</p>	<p>Concierge-Serviceleistungen Wäscherei-/Reinigungsservice Wäscheservice Auto-Service Weckservice Zimmerservice Dienstleistungen Brötchenservice Concierge-Service Hotelzimmer-Service Serviceleistungen Persönliche Betreuung Rund um die Uhr geöffnete Rezeption Sicherheitsdienst rund um die Uhr Tägliche Reinigung Catering-Serviceleistungen Fahrradvermietung Digitale Zeitungen und Zeitschriften</p>
<p>INSTALACIONES</p>	<p>Fitness Spa Garten Entspannungsbereich Terrasse Erholungsbereich Wellnessbereich Barrierefreie Parkplätze Garagenplätze Parkplätze Rezeption Gepäckaufbewahrung Spielplatz Sauna Private Terrasse Laufstall Balkon Restaurant Privater Speisebereich</p>

<p>INFRAESTRUCTURAS HABITACIÓN</p>	<p>Schließfach Klimaanlage Klimatisierung Regendusche Wasserkocher Bademantel Hotelkühlschrank Leselampe Fernseher mit Sat-Empfang Tisch Teeset Haarföhn Duschkabine Flachbildfernseher Sofa Hotelslipper Heizung Steckdose neben dem Bett Babybett Wäscheständer für Kleidung Badewanne mit Whirlpool-Funktion Handtuchpake Hochstuhl</p>
<p>ACTIVIDADES DEPORTIVAS</p>	<p>Sportliche Aktivitäten Cardiogeräte Laufbänder Fahrräder Hanteln Radfahren Wandern Windsurfen Fitnessgeräte</p>
<p>REUNIONES Y EVENTOS</p>	<p>Tagungen Veranstaltungen Zimmer Veranstaltungsräume Konferenzräume Seminare Feier Meetings Business-Center Audiovisuelle Ausrüstung Konferenzeinrichtungen Videokonferenz Banketteinrichtungen Kaffeepausen</p>

MEDIO AMBIENTE	<p>Natur Umweltengagements Grünpflanzen Atmosphäre Energieeffizienz Energieverbrauch Stromerzeuger</p>
ACCESIBILIDAD	<p>Zugangsmöglichkeiten Barrierefreie Einrichtungen Barrierefreie Zimmer Rollstuhlgerechter Zugang Rollstuhlgerechte Aufzüge</p>
PRECIO Y OFERTAS	<p>Frühbucher-Rabatt Ermäßigung Aktivitäten-Gutschein Last Minute-Angebote Kostenlos Preis Angebote Preise Aufpreis Tagesangebote Geschenkgutscheine Bezahlung im Hotel</p>
CURIOSIDADES TURÍSTICAS	<p>Sehenswürdigkeiten Unterhaltungsmöglichkeiten Informationen Reiseführer Oper Museum Kathedrale Tradition Kultur Weihnachtsmärkten Denkmal Kunst Filmfestival Geschichte Straßenstände</p>
LUGARES /UBICACIÓN	<p>Lage Strandnähe Panoramablick Seeblick Tropisches Badeparadies</p>

	Naturstrand Ferienparks Länder Stadt
RESERVA	Verfügbarkeit Buchungsvorgang Reservierung, Name, Anreise Ausgabe Hotelbewertungen Late Check-Out All-inclusive Übernachtung

5. CARACTERÍSTICAS DEL CORPUS ANALIZADO

Una vez clasificado el corpus de palabras dedicaremos este capítulo a analizar las características del léxico recopilado.

En primer lugar, podemos observar que las páginas seleccionadas para este estudio corresponden a un entorno típico tanto en contenido como en vocabulario especializado relacionado con el alojamiento turístico. Podemos identificar patrones que coinciden con las características del lenguaje turístico:

- Ofrecer información, en este caso, sobre:
 - El hotel y sus servicios
 - Actividades complementarias
 - Recursos turísticos en la zona
 - Ubicación
- Indicar procedimientos de gestión administrativa, principalmente procedimientos de reserva y anulación de servicios.

El público al que van dirigidas las páginas webs de alojamiento no es únicamente el correspondiente a los habitantes de dicho país o ciudades en cuestión (Vivó, 2018). Por esta razón se emplean diversas estrategias para favorecer el proceso de información con otros términos como los culturales o geográficos. Se intenta con esto según Vivó (2018) que el turista, además de informarse sobre los servicios del hotel, se motive para buscar lo típico y característico del lugar, insistiéndose así en la tradicionalidad y tipicidad de la comida, los monumentos más emblemáticos, sus respectivas fiestas. De esta forma se consigue el objetivo principal, que es que se sienta atraído por el lugar y finalmente se aloje en estos establecimientos.

A partir de la lista de palabras obtenida, hemos podido observar que los términos relacionados pueden agruparse, principalmente, en:

- Transporte
- Restauración
- Tipo de habitaciones
- Tipo de camas
- Servicios
- Instalaciones

- Infraestructuras de habitaciones
- Deportes
- Reuniones y eventos
- Medio ambiente
- Accesibilidad
- Precio y ofertas
- Curiosidades turísticas
- Lugares / Ubicación

Podemos observar que la mayor parte del vocabulario está dedicada a satisfacer la necesidad de información sobre el alojamiento: categoría (*Komfort Doppelzimmer, Superior-Zimmer, Premium-Zimmer*), instalaciones (*Entspannungsbereich, Private Terrasse, Parkplätze*), régimen de alojamiento (*All-inclusive, Übernachtung, Frühstück*), reserva (*Verfügbarkeit, Buchungsvorgang*), horarios (*Rund um die Uhr geöffnete Rezeption, Sicherheitsdienst rund um die Uhr*), check in (*Reservierung, Name, Anreise*) check-out (*Ausgabe, Hotelbewertungen, Late Check-Out*).

Todo este vocabulario podría considerarse como parte del lenguaje turístico especializado. Pero las páginas de alojamientos turísticos, hoteleros o extrahoteleros, no se limitan a aportar información sobre el alojamiento, sino que incluyen otro tipo de informaciones para complementar esta información y persuadir al visitante a viajar a la zona turística. Así encontramos información sobre lugares (*Wald, Hügelland*) atractivos turísticos (*Ferienparks*) o actividades turísticas (*Windsurfen, Wandern, Radfahren*). Todo este vocabulario podría considerarse parte de otros lenguajes de especialidad como el de la geografía (*Länder, Stadt*), cultura (*Kultur, Tradition*), arte (*Museum, Kathedrale*).

Para finalizar se observa vocabulario perteneciente a la gestión empresarial para gestionar la reserva, por ejemplo (*Frühbucher-Rabatt, Bezahlung im Hotel*).

6. CONCLUSIONES

Una vez realizado el trabajo de revisión bibliográfico, estudio, recopilación y clasificación del corpus de textos podemos concluir lo siguiente.

1. En primer lugar, hemos podido definir el lenguaje turístico como aquel que presenta un vocabulario técnico específico, términos y expresiones propias, así como estructuras lingüísticas particulares que se utilizan para comunicarse dentro del sector turístico.
2. Como parte fundamental del lenguaje de especialidad del turismo detectamos el léxico turístico, que se define como un conjunto de términos y expresiones específicas utilizadas para describir servicios, instalaciones y experiencias relacionadas con el turismo y la hospitalidad.
3. Las características principales del léxico turístico son, en primer lugar, la presencia de tecnicismos en referencia a los diferentes ámbitos que forman el espacio comunicativo especializado. La creación de neologismos es una de las principales características junto con la existencia de extranjerismos, anglicismos, localismos y regionalismos, entre otros.
4. En el corpus de textos seleccionado se observa que la intención principal es informar sobre el alojamiento, además de informar y persuadir al visitante sobre lugares y atractivos turísticos con el fin de viajar a la zona turística y alojarse en los establecimientos hoteleros anunciados.
5. Tras la clasificación del vocabulario hemos podido detectar los siguientes campos semánticos:
 - Tipo de habitaciones
 - Infraestructuras de habitaciones
 - Tipo de camas
 - Servicios
 - Precio y ofertas
 - Instalaciones
 - Restauración
 - Deportes
 - Reuniones y eventos
 - Curiosidades turísticas
 - Lugares / Ubicación
 - Historia del arte / arquitectura
 - Vida social /fiestas
 - Productos típicos (gastronomía y artesanía)
 - Medio ambiente
 - Transporte
 - Accesibilidad
6. Este vocabulario se compone según lo que hemos analizado en palabras procedentes de la lengua de especialidad del turismo además de la geografía, la cultura y arte, y la gestión empresarial.
7. Finalmente podemos concluir que en los textos estudiados se dan todas las características propias del léxico turístico desde la perspectiva semántica: informar, persuadir y convencer al turista de viajar al lugar y en este caso de alojarse en el establecimiento, por lo tanto, una función claramente publicitaria.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alcalá, A. I. R. P., & Antuña, M. G. (2011). Lenguas de especialidad y lenguas para fines específicos: precisiones terminológicas y conceptuales e implicaciones didácticas. In *XX Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza* (pp. 907-932).
- Alvar Ezquerro, M. (2003). *La enseñanza del léxico y el uso del diccionario*. Madrid: Arco-Libros, 2003.
- Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC Editorial.
- Cabré, M. T. (2006). Recursos lingüísticos en la enseñanza de lenguas de especialidad. *Comunicar y enseñar a comunicar el conocimiento especializado: homenaje a Amelia de Irazazábal, 2006, ISBN 84-88252-66-8*.
- Calvi, M. V. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Arco Libros. Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo. *Ibérica*, (19), 9-32.
- Castro Laura, E., Ramos Maceda, E. W., & Quina M., R. (Tutor). (2007). *Programa de enseñanza de lenguas con fines específicos para turismo, gobierno municipal de El Alto* [Thesis, Universidad Mayor de San Andrés. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Carrera de Lingüística e Idiomas].
- Cervantes, C. C. V. (s. f.). *CVC. Comunicar y enseñar a comunicar el conocimiento especializado. Recursos lingüísticos en la enseñanza de lenguas de especialidad*. M. Teresa Cabré. Instituto Cervantes.
- Duchene, N., & Chavez, M. J. (2021). *IDENTITES CULTURELLES FRANCOPHONES: DE L'ÉCRITURE A L'IMAGEN*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.
- Fernández, F. M. (1999). Lenguas de especialidad y variación lingüística. *Lenguas para fines específicos (VI). Investigación y enseñanza*. Alcalá de Henares. Universidad de Alcalá, 3-14.
- García, J. R., & Díaz, M. M. (2014). *Estructura, economía y política turística*. Septem Ediciones.
- Herrmann, A. (2015). Los aspectos culturales en la enseñanza del español lengua de especialidad: plan curricular para alumnos germanoparlantes del sector turístico. *Biblioteca virtual redELE*.
- Martínez, E. O., & Herráez, B. R. (2005). IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES: LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS EN LOS DESTINOS ESPAÑOLES. *Cuadernos de Turismo*, 15, Article 15.
- Molina, P. G. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. UF0084. Tutor Formación.
- Palomo, M. F. (1983). Importancia del turismo en la economía española. *Estudios turísticos*, 80, 21-30.
- Pedote, G. S., & Garriga Escribano, C. (2018). *El Léxico del turismo en español en los siglos XIX y XX*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Pérez, V., & Licelot, R. (2018). *El turista alemán en la Unión Europea y España*.
- Rosa, M. A. B. (2005). El discurso turístico: estudio lingüístico aplicado a la enseñanza de la traducción. *Hieronymus Complutensis*, 12, 69-78.

Vivó Mártir, C. (2018). *El discurso turístico promocional: Análisis del metadiscurso interpersonal en las traducciones de las páginas web hoteleras en inglés y español.*

Zumbado, C. J. C. (1991). El estudio de los campos semánticos. *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna*, (10), 79-94.