

Máster Universitario en Dirección Hotelera y de Restauración



Innovación y Mentalidad Emprendedora

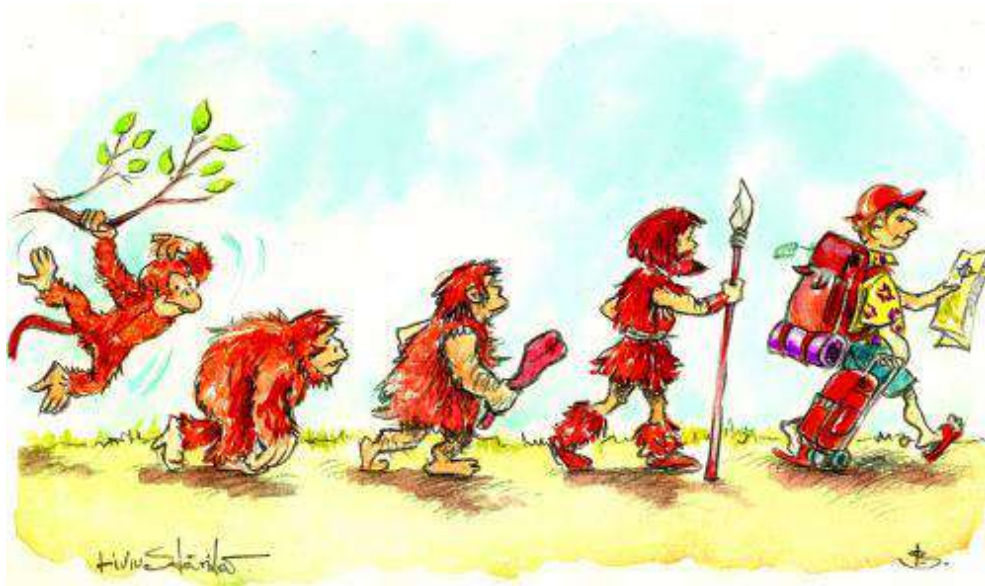
Innovación Institucional

Diego Santos

INDICE.

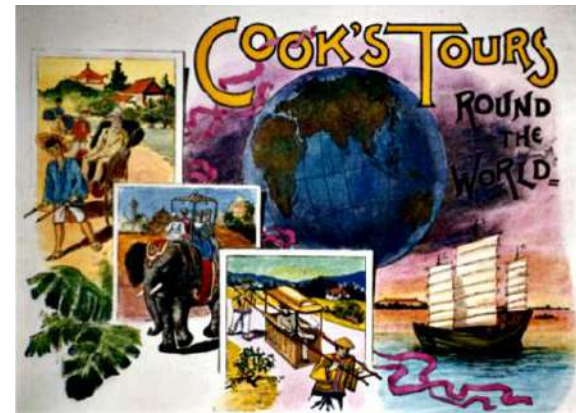
- Desarrollo turístico.
- El marketing turístico como estrategia de innovación.
- La importancia de internet de las cosas en la sociedad actual.
- Introducción al Big Data.
- La importancia del Big Data en los negocios.
- Big Data y soluciones turísticas.
- Small & Smart Data.
- Herramientas de análisis de datos de las ciencias sociales.
- La importancia de la inteligencia artificial en el emprendimiento turístico.

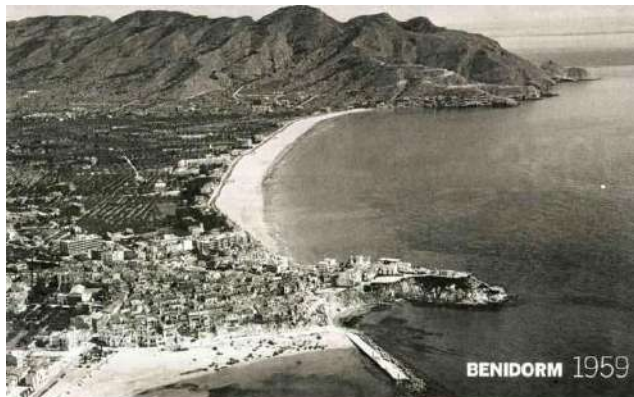
Evolución de los desplazamientos.



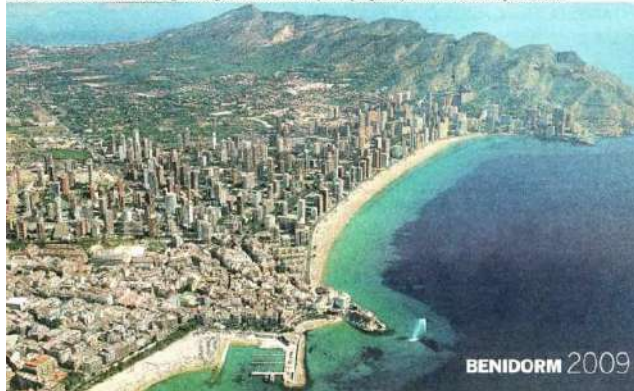


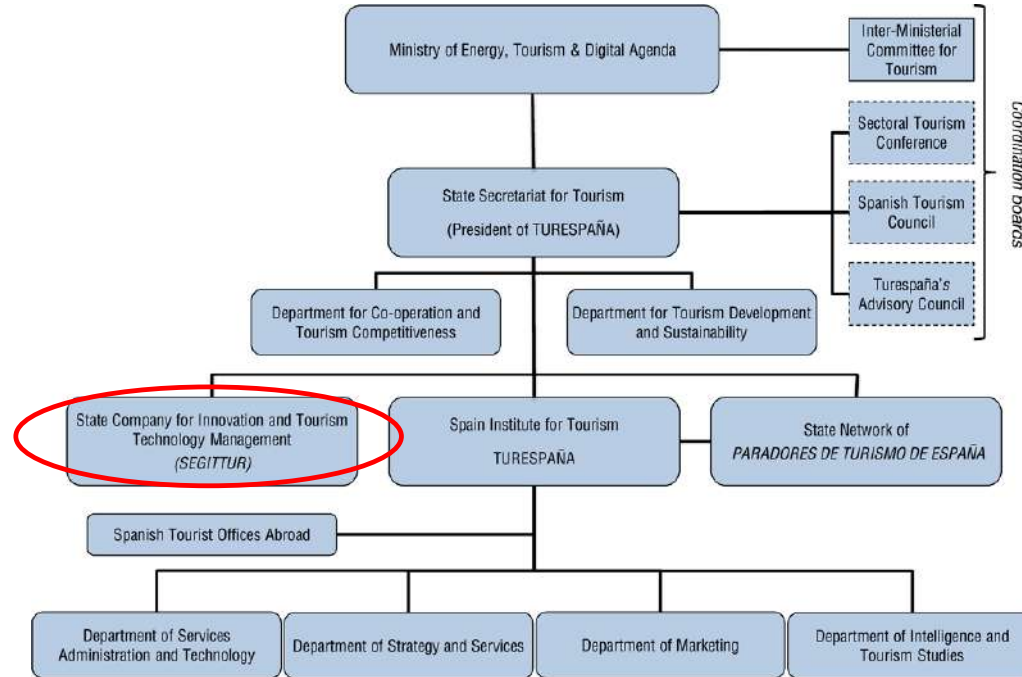






En esa Benidorm cuando el alcalde Pedro Lazaga, ideólogo del turismo de masas, impulsó un plan general que convertía todo el municipio en unificado.





Promoción y conocimiento
turístico



turismo de  **sanxenxo**

 **SALNES**
MANCOMUNIDADE

 **ríasbaixas**
el origen de tu destino

 **galicia**



EUROPE
visiteurope.com



 **BID**
Mejorando vidas

¿Qué están haciendo las administraciones públicas por el turismo en este momento de crisis de COVID19?



Instituto para la Calidad
Turística Española (ICTE)



Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2



HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS
Directrices y recomendaciones







Se reduce la movilidad.

¿Cuánto se redujo?





La **Organización Mundial del Turismo (OMT)** es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al **crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental**, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

La OMT defiende la aplicación del **Código Ético Mundial para el Turismo** para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo.

La OMT genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

Entre sus miembros figuran **158 países, 6 miembros asociados** y más de **500 Miembros Afiliados** que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.



"Las Naciones Unidas reconocen que la Organización Mundial del Turismo es la organización competente para reunir, analizar, publicar, uniformar y mejorar las estadísticas de turismo, y promover la integración de esas estadísticas en el ámbito del sistema de las Naciones Unidas."

El Departamento de Estadísticas de la OMT tiene como cometido mejorar la medición del turismo para conocer mejor el sector y poder seguir sus progresos, evaluar su incidencia, promover una gestión enfocada a unos resultados y poner de relieve cuestiones de importancia estratégica para los objetivos fijados en las políticas pertinentes.

El departamento se esfuerza por promover marcos metodológicos de medición del turismo e incrementar su potencial analítico, formula orientaciones prácticas para su aplicación en los países, contribuye al fortalecimiento de las estadísticas nacionales mediante proyectos de capacitación institucional y compila las estadísticas de turismo de los países para difundirlas por todo el mundo. Si desea más información, visite [Acerca de nosotros](#).

Cuenta satélite de turismo (CST)

La Cuenta Satélite de Turismo (que se describe en *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*, 2008) es, aparte de las *Recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo 2008*, la segunda recomendación internacional sobre estadísticas de turismo que se ha desarrollado en un marco de coherencia con el Sistema de Cuentas Nacionales. Ambas recomendaciones son coherentes entre sí y constituyen el marco conceptual para medir y analizar el turismo como una actividad económica.

Como una herramienta estadística para el cálculo económico del turismo, la CST puede verse como un conjunto de 10 tablas de resumen, cada una con sus datos de base y cada una representando un aspecto diferente de los datos económicos relativos al turismo: el gasto del turismo receptor, interno y emisor, los gastos del turismo interior, las cuentas de producción de las industrias turísticas, el Valor Añadido Bruto (VAB) y el Producto Interno Bruto (PIB) atribuible a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo del estado y los indicadores no monetarios.

The overall mission of the Statistics Department consists of:

- Development of national Systems of Tourism Statistics (STS) following the *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (IRTS 2008).
- Design of the required guidance, initiatives and tools for the implementation of STS in countries.
- Advancement of the international comparability of tourism statistics.
- Dissemination of the Tourism Satellite Account (TSA) conceptual background for economic analysis and promotion of the UNWTO TSA in line with the *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008* (TSA: RMF 2008).
- Support to Member States in their efforts to advance the measurement and economic analysis of the tourism sector.

In this regard, the Department focuses its activities for the current biennium 2018-2019 on:

- Collection, compilation and international comparability of tourism statistics and TSA.
- Translating the methodological framework into practical compilation guidance for countries.
- Advancing the methodological frameworks for measuring tourism, in particular for the measurement of sustainable tourism, in order to strengthen the normative role of UNWTO and in the framework of the SDGs and the need to monitor them.
- Permanent cooperation on statistics within the United Nations system, notably on Sustainable Development Goal indicators.
- Disseminating knowledge.
- Capacity-building.

Innovación pública en turismo

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
ORGANISMO ESPECIALIZADO DE LAS NACIONES UNIDAS

OMT **ÁREAS** RECURSOS NOTICIAS COVID-19

Desarrollo sostenible

- Biodiversidad
- Climate Change
- Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos
- Soluciones Energéticas para Hoteles (SEH)
- Observatorios (INSTO)
- One Planet
- Resiliencia del turismo
- Uso eficiente de los recursos
- Pequeños Estados insulares en desarrollo (PEID)

Competitividad

- Estudios de mercado
- Desarrollo de productos
- Políticas y gestión de destinos
- Innovación y transformación digital**
- Competiciones de Startups de Turismo
- Innovation Projects

Ética, cultura y responsabilidad social

- Código Ético Mundial para el Turismo
- Convención de Ética
- Accesibilidad
- Turismo y cultura
- Turismo y género
- COVID-19 y grupos vulnerables

Cooperación técnica

- Silk Road

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 1950 - 2030



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT



Source: © Highlights 2017 - World Tourism Organization (UNWTO), July 2017



MWFC 2020

Barcelona

February 2020

MWC 2020 ›

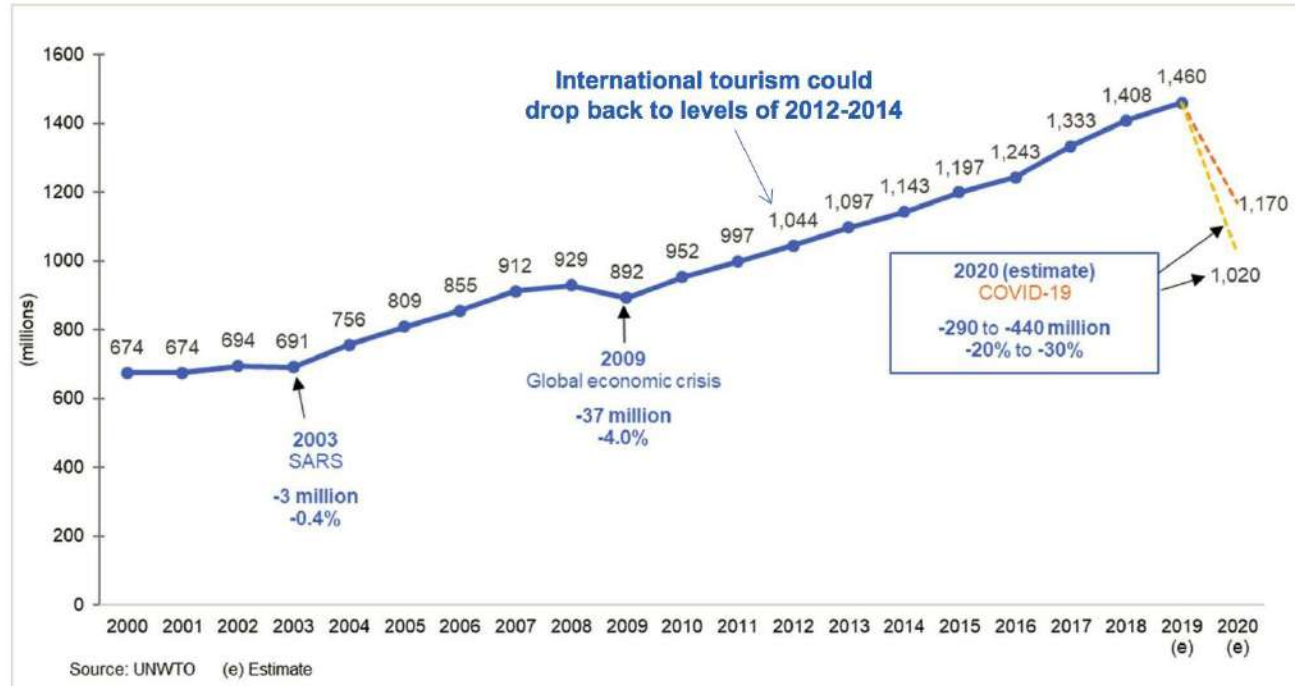
Los organizadores cancelan el Mobile World Congress de Barcelona por la crisis del coronavirus

La GSMA adopta esta drástica decisión tras la oleada de bajas y pese a que las autoridades insisten en que no hay ningún riesgo sanitario



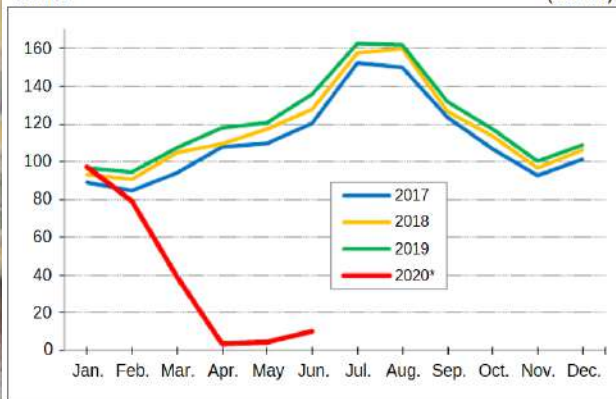
February 2020

UNWTO 2020 forecast - international tourist arrivals, world (millions)



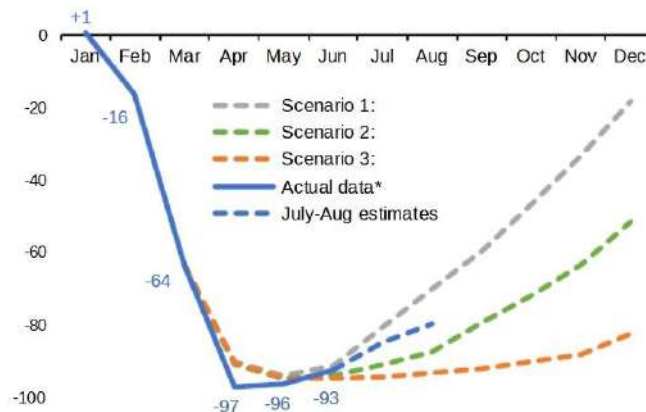
International Tourist Arrivals by month

World (million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

International tourist arrivals in 2020: YTD results and scenarios (y-o-y monthly change, %)

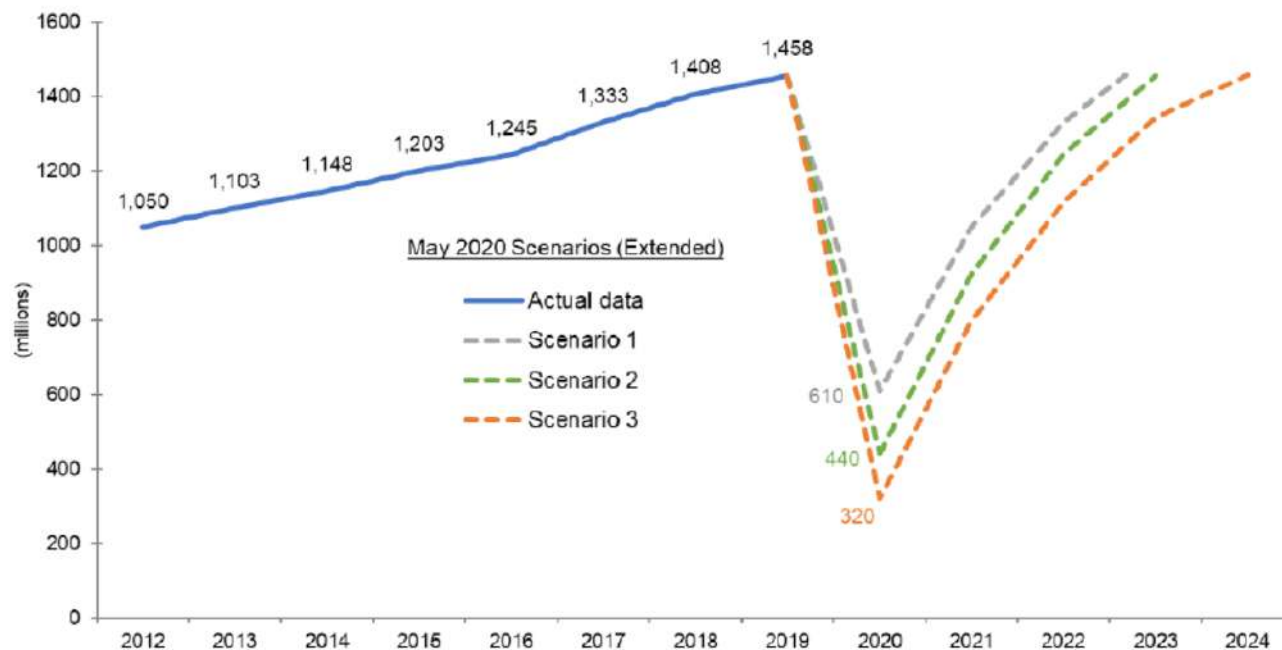


Source: UNWTO

*Actual data includes estimates for countries which have not yet reported results. Dotted blue line corresponds to UNWTO estimates for July and August 2020.

INTERNATIONAL TOURIST NUMBERS DOWN 65% IN FIRST HALF OF 2020, UNWTO REPORTS

International tourist arrivals: Future scenarios (millions)



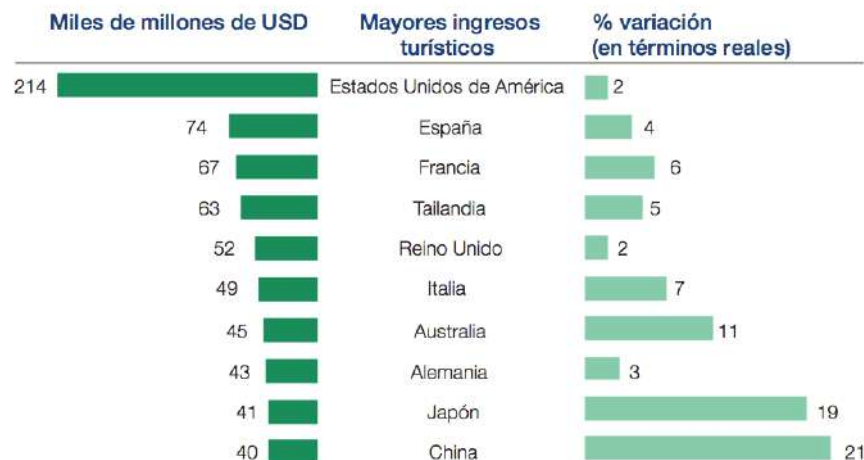
Los 10 principales destinos reciben el **40% de las llegadas mundiales**



Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales, 2018

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Los 10 destinos que más ingresos obtienen del turismo representan casi el **50% del total de los ingresos turísticos**



Diez destinos principales por ingresos por turismo internacional, 2018

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Los 10 principales destinos reciben el **40% de las llegadas mundiales**



¿SABÍA
QUE...



El país con más ingresos por llegada es **Luxemburgo**, seguido de **Australia**, obteniendo ambos alrededor de **4.900 dólares de los EE.UU. por llegada internacional.**

Los 10 destinos que más ingresos obtienen del turismo representan casi el **50% del total de los ingresos turísticos**



Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales, 2018

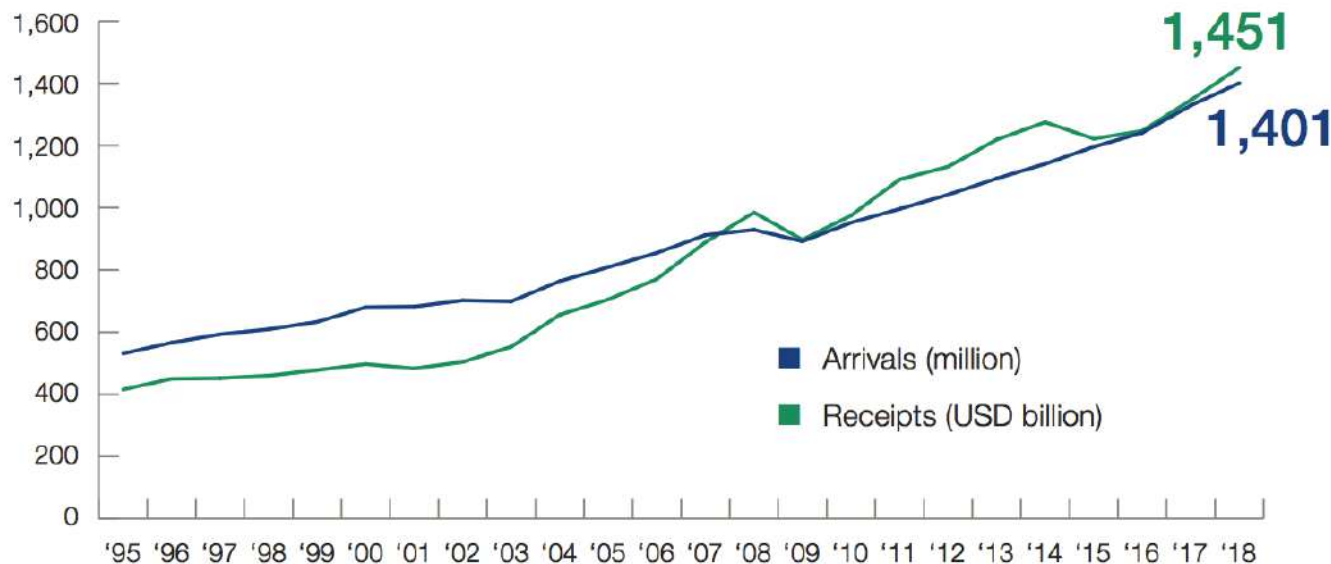
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Diez destinos principales por ingresos por turismo internacional, 2018

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

International tourist arrivals and tourism receipts (% change)

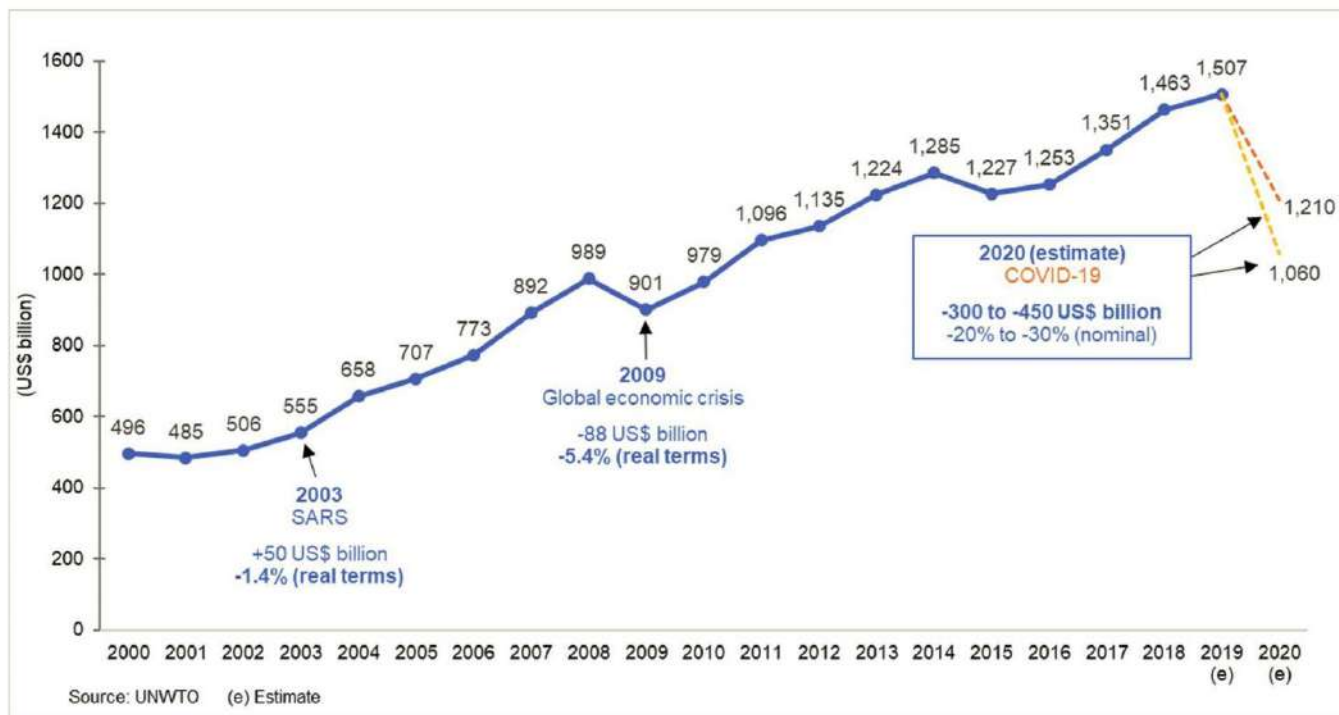
Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2019.



International tourist arrivals (million) and tourism receipts (USD billion)

Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2019.

UNWTO 2020 forecast - international tourism receipts, world (US\$ billion)



International Tourism Receipts (EUR billion)

Rank		Local currencies, current prices (% change over same period of previous year)															
		(EUR billion)			Change (%)		2020*										
		'19 '18	2017	2018	2019*	18/17	19*/18	YTD	Q1	Q2	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.
World		1,192	1,234	1,320													
1	1 United States	186.5	181.8	191.3	sa	1.9	-0.3	-50.5	-19.7	-72.9	-3.4	-3.3	-51.9	-71.6	-72.9	-74.3	-76.0
2	2 Spain	66.7	69.0	71.2		3.5	3.2	-70.6	-23.6	-99.2	2.0	1.9	-63.3	-100.0	-100.0	-98.0	
3	3 France	52.1	55.9	57.0		7.3	1.9	-49.4	-18.0	-72.5	-3.6	3.0	-48.7	-83.5	-75.2	-61.0	-40.9
4	4 Thailand	46.4	47.7	54.1		2.5	3.2	-42.9	-42.9								
5	6 United Kingdom	42.1	41.2	45.1		-1.4	8.5	-30.2	-30.2								
6	5 Italy	39.2	41.7	44.3		6.5	6.2	-67.7	-34.8	-86.0	3.8	-13.2	-83.4	-90.6	-87.9	-81.1	
7	9 Japan	30.1	35.6	41.1		21.7	8.0	-69.6	-38.2	-90.3	16.8	-47.2	-82.5	-90.6	-90.1	-90.2	-90.3
8	7 Australia	36.9	38.1	40.8		10.7	9.1	-27.3	-13.2	-37.4	1.0	-13.3	-25.9	-39.3	-38.0	-34.7	-47.5
9	8 Germany	35.3	36.4	37.2		3.1	2.2	-43.6	-10.4	-70.7	0.3	2.1	-31.9	-73.8	-73.4	-65.1	
10	10 Macao (China)	31.8	34.5	35.3		14.0	-2.9	-78.3	-61.3	-96.4							
11	11 China	34.1	34.2	32.0		2.5	-7.3	-40.9	-40.9								
12	13 India	24.2	24.2	26.8		9.1	8.3	-15.0	-15.0		12.2	2.1	-64.0				
13	15 Turkey	19.9	21.4	26.6	\$	12.2	18.3	-67.6	-11.3	-98.7	16.2	9.1	-53.3	-100.0	-100.0	-96.9	
14	12 Hong Kong (China)	29.5	31.2	25.9		11.2	-21.2	-88.5	-81.1	-97.0							
15	14 Canada	22.1	22.3	24.1		5.3	4.7	-41.4	-5.7	-71.0							
16	17 Mexico	18.9	19.1	22.0	\$	5.6	9.1	-50.0	-14.6	-91.4	-0.3	5.6	-45.6	-93.7	-92.0	-88.3	
17	16 Austria	18.1	19.6	20.5		8.0	4.8	-9.7	-9.7								



Los 10 primeros países por gasto en turismo internacional, 2018

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

August/September 2020 – Statistical Annex

International Tourism Expenditure (USD billion)

				Local currencies, current prices (% change over same period of previous year)												
Rank	(USD billion)			Change (%)		2020*										
'19 '18	2017	2018	2019*	18/17	19*/18	YTD	Q1	Q2	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.	
World	1,347	1,457	1,478													
1 1 China	257.9	277.3	254.6		5.1	-4.2	-27.3	-27.3								
2 2 United States	134.9	144.5	152.3	sa	7.1	5.4	-63.9	-24.8	-92.6	-0.5	-7.2	-66.1	-91.8	-92.7	-93.3	-90.4
3 3 Germany	89.1	95.6	93.2		2.7	2.9	-51.6	-14.6	-78.5	0.0	0.1	-37.2	-81.0	-84.2	-72.9	
4 4 United Kingdom	65.0	69.0	71.0		2.5	7.5	-16.9	-16.9								
5 5 France	44.0	48.9	51.7		6.3	11.5	-44.7	-13.7	-69.2	-8.6	-3.3	-27.0	-79.4	-73.4	-53.7	-43.7
6 9 Russian Federation	31.1	34.3	36.2	\$	10.3	5.5	-15.4	-15.4								
7 6 Australia	34.4	37.0	36.1		10.3	4.8	-66.3	-19.5	-99.0	-1.3	-7.9	-52.8	-99.1	-99.0	-98.9	-98.8
8 8 Canada	34.7	34.4	35.3		-1.0	5.1	-50.9	-12.1	-93.0							
9 7 Korea (ROK)	31.7	35.1	32.3	\$	10.9	-8.1	-53.6	-28.4	-73.0	-5.7	-32.3	-53.8	-72.2	-78.1	-68.5	-69.7
10 10 Italy	27.7	30.1	30.3		3.8	6.3	-56.0	-28.8	-79.2	1.1	-11.3	-73.1	-84.1	-79.4	-74.9	
11 11 Spain	22.2	26.8	28.3		15.7	11.5	-55.9	-8.9	-97.5	8.3	12.0	-44.6	-100.0	-100.0	-94.1	
12 12 Hong Kong (China)	25.4	26.4	26.9		4.7	1.6	-72.3	-49.0	-93.2							
13 13 Singapore	25.1	26.2	26.6		2.1	2.5	-60.0	-23.8	-93.9							

Variación de actividad post-coronavirus

Por sectores. Segundo y cuarto trimestre 2020 con respecto al cuarto de 2019. (%)





¿Incentivar consumo?

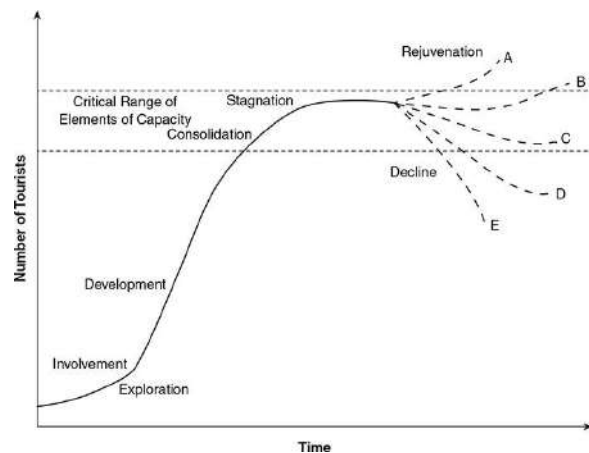


HOW TO ATTRACT TOURISTS

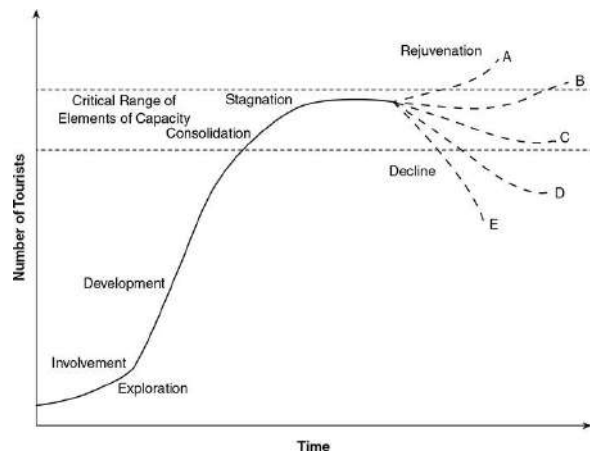


TO YOUR COMMUNITY

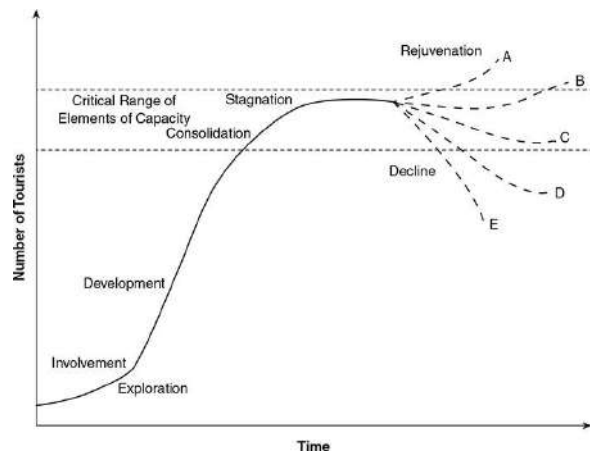
Ciclo de vida de un destino turístico.



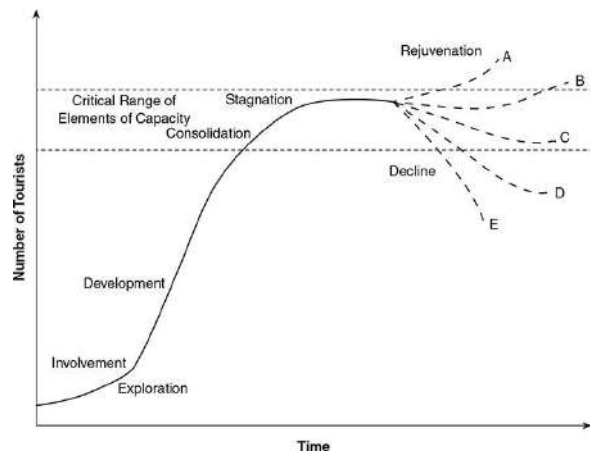
Ciclo de vida de un destino turístico.



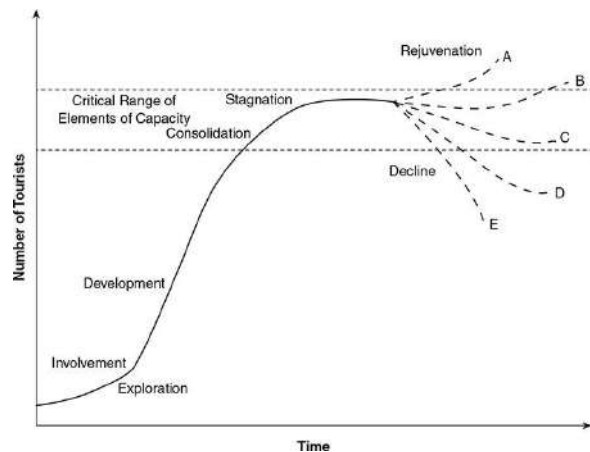
Ciclo de vida de un destino turístico.



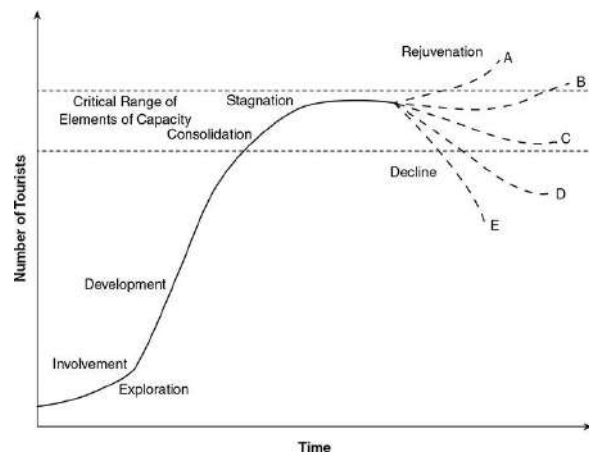
Ciclo de vida de un destino turístico.



Ciclo de vida de un destino turístico.



Ciclo de vida de un destino turístico.




2º Taller
“Fotografía de cielos estrellados y paisajes nocturnos”
Con el astrofotógrafo Oscar Blanco
13, 14 y 15 de abril
A Veiga

Más información en:
Oficina de Turismo de A Veiga
988 35 01 30 / turismo.aveiga@gmail.com

Concello de A Veiga

Newsjacking





Burger King® Games

@BurgerKingGames



McDonald pierde con el Rey. No importa cuándo leas esto.



SportsCenter

@SC_ESPN



¡APLASTANTE VITORIA DE RAFA EN #RGxESPN!



Nadal barrió a McDonald con un contundente 6-1, 6-0 y 6-3



Jugará contra el ganador de Nishikori-Travaglia



4:23 p. m. · 30 sept. 2020



25.3 mil



4,7 mil personas están twitteando sobre esto

10 Innovative Social Media Newsjacks of the Super Bowl Power Outage

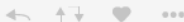




MEJOR BANCO DEL MUNDO



Ya que vas a esperar sentado, te invitamos a que tengas buenas vistas...



COVID-19
Simón espera que "no sea necesario" hacer obligatoria la vacuna del coronavirus en España







Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2 en el sector turístico

Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2

La Secretaría de Estado de Turismo en coordinación con el Ministerio de Sanidad ha elaborado las guías de especificaciones para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2. Las guías contienen especificaciones de servicio, limpieza y desinfección, mantenimiento y gestión del riesgo para los diferentes subsectores del sector turístico.

Estas guías completan las medidas dispuestas por las órdenes del Ministerio de Sanidad, y, en todo caso, se supeditan a las mismas.

En su elaboración han participado las Comunidades Autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), los agentes sociales, las asociaciones de cada subsector, expertos participantes en los grupos de trabajo y la Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral (AESPLA), coordinados por el Instituto de Calidad Turística, entidad a la que la Secretaría de Estado de Turismo ha encomendado esta labor.

CORONAVIRUS

PANDEMIC

SARS - CoV - 2

QUARANTINE

COVID - 19

#TRAVEL
#TOMORROW



Spain.info está aquí: Casa.
13 de abril · 6



Cuando todo esto pase, tu casa te estará esperando.
España te espera.
Hoy, #quédateencasa
#EspañaTeEspera



256

17 comentarios 213 veces compartido

Me gusta

Comentar

Compartir



CORONAVIRUS TOURISM

Sánchez anuncia ayudas de 4.000 millones para el sector turístico

Carlos Rufas Yuste | Jueves, 18 de junio de 2020, 12:06

Spain will open borders to foreign tourists in July

#HACEMOS
EVENTOS

ALERTA ROJA · ALERTA ROJA · ALERTA ROJA







¿Además de marketing qué otra estrategia debemos tomar?



IFEMA
Feria de Madrid



Seguimos Siendo Nosotros

En estos momentos, queremos ser todavía más
útiles a nuestros clientes, y aportar las mejores
iniciativas a sus negocios.

IFEMA - Feria de Madrid › Próximos eventos					
Postponed	Digital Enterprise Show	jue., 28 may. 9:30	Mañana	mié., 10 jun.	Tecma
mié., 20 may. 9:00	DES Digital Enterprise S...	mié., 3 jun. 9:30	Participación en Organiz...	mié., 10 jun.	FORUM ON SUSTAINA...
Postponed	Salón del Vehículo de O...	mié., 3 jun. 10:00	Eco Living Iberia	sáb., 13 jun.	Fools Garden
mié., 27 may. 15:00	Architect@Work Madrid	sáb., 6 jun.	GYM FACTORY Active! ...	sáb., 13 jun. 16:00	Love the 90's
				mar., 16 jun. 8:00	Transport Infrastructure I...
				mar., 16 jun. 22:00	MARC ANTHONY en Ma...
				mié., 17 jun.	Atos at CCW 2020
				jue., 18 jun.	Panda Security Summit



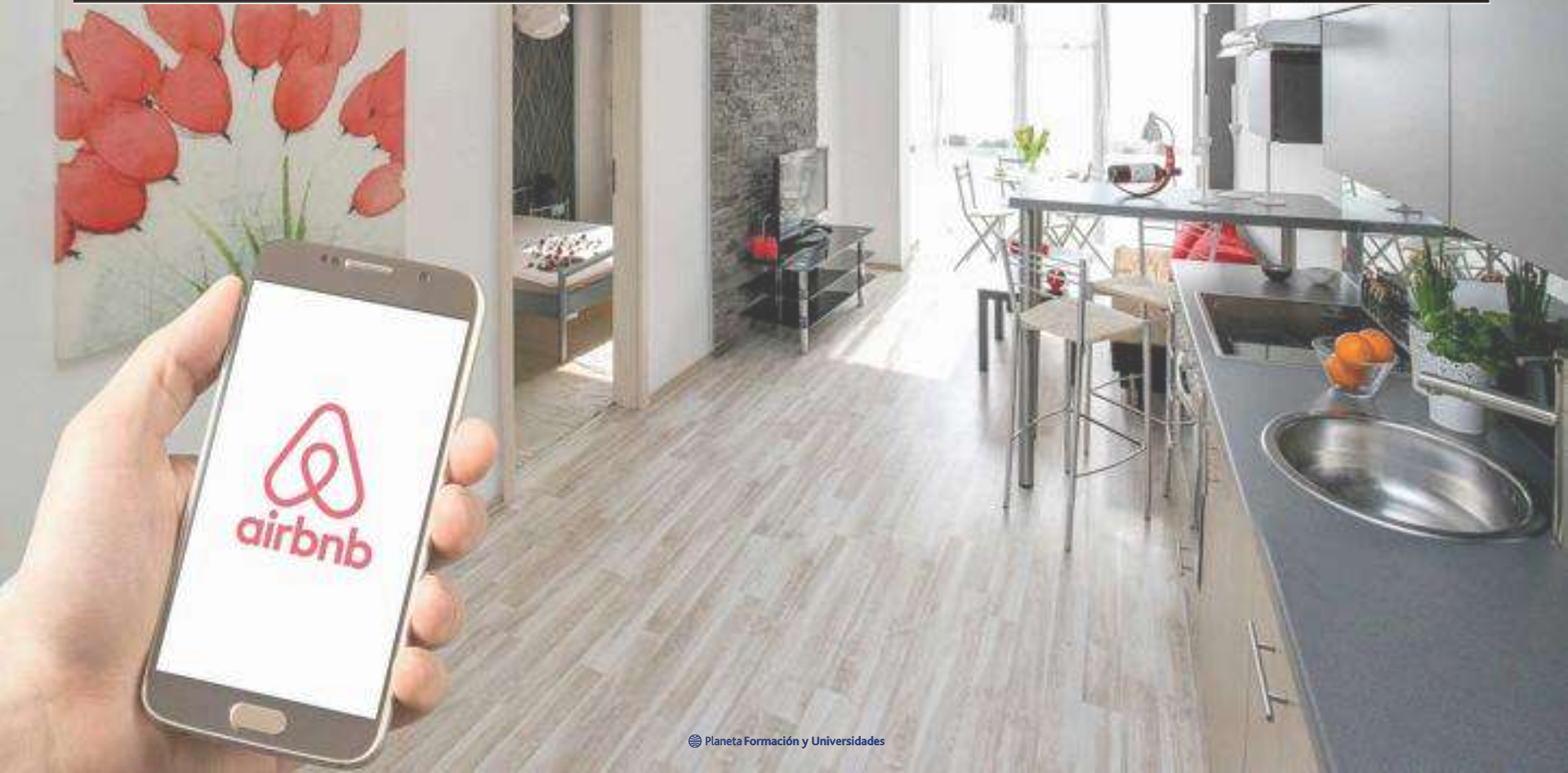


Turismo poscoronavirus: la innovación como única salida

El mundo turístico debe ser reinventado bajo nuevas condiciones, y el ejercicio de la innovación debe convertirse en una práctica cotidiana

🕒 23 ABRIL, 2020











CASAS SALUDABLES Y EFICIENTES

CONGRESO ONLINE



Materiales Naturales

Jorge Belanko
EL BARRO: material noble y accesible





Edición España. Enmarcado en su propuesta Hybrid Meetings by NH

NH instala platós en sus hoteles para acoger eventos MICE

 23 OCTUBRE, 2020

-  *Hybrid Meeting by NH facilita que grupos de personas puedan reunirse en múltiples destinos combinando encuentros presenciales y virtuales*
-  *NH sigue las nuevas tendencias en organización de reuniones, profesionales y personales con eventos híbridos aún más interactivos*
-  *Sus eventos virtuales o híbridos facilitan la eficiencia de las reuniones en términos de costes y logísticos*

$= h \frac{c}{\lambda_0}$
 Planck
 lower resistance.



$$P = \bar{S}$$

$w = \frac{mgL}{J}$; $T = \frac{2\pi}{w} = 2\pi \sqrt{\frac{J}{mgL}}$; $x = x_n$; $q = \frac{mgL}{J}$; $\rho = \sqrt{x^2 + y^2}$;

A diagram of a vertical column with three downward-pointing arrows on its left side, representing a load. To the right of the column is a large curly brace.

$$\frac{s - 10m}{g - s_m} \rightarrow ?$$

$p = \sqrt{x^2 + y^2}$

θ

ϕ

Sine

- 1) $T = \frac{t}{n}$
- 2) $v = \frac{L}{t}$
- 3) $T = \frac{1}{\nu}$
- 4) $T = \frac{2\pi L}{v}$



$$6) v = \frac{v}{2\pi r}$$

Physics - 10
Resistance

$w = B \rightarrow \dot{w} = 0$
 $w = D$
 $w = A$
 $\downarrow \dot{r} = c\theta$
 $\frac{dp}{p} + \gamma \frac{dv}{v} = 0$

$I = \frac{U}{R}$

$$\psi \sum_{n=0}^{\infty} \exp(-nDW/kT) R = \frac{p \cdot l}{S} \frac{Am + Bn + Cp}{\sqrt{m^2 + n^2 + p^2} \cdot \sqrt{A^2 + B^2 + C^2}} \quad S = ?$$



Turismo poscorona
como única salida

El mundo turístico debe ser reinventado
innovación debe convertirse en una p

23 ABRIL, 2020

🕒 23 ABRIL, 2020

¡Posiblemente muchos negocios tendrán que reinventarse!





¿Cómo de importante era la localización de un restaurante en 2019?

Ketty, la ganadora de Masterchef había pensado abrir un restaurante en Madrid. Como estaba un poco perdida contactó con [Gourmet Consulting](#), consultora de unos alumnos de la pasada edición para que pudiesen asesorarla.

Le contestaron con 3 [ubicaciones](#) diferentes

¿Imagináis qué opciones le propusieron?

CLAVES:

Presupuesto. Bajo

Tipo de restaurante. Personal.

Ubicación. Madrid ciudad.

Financiación. Préstamo personal.

Ponzano, la calle gastronómica de moda en Madrid

Modernos bares de tapas y atractivos restaurantes han elegido esta calle de Chamberí como ubicación. ¿Quieres saber por qué?

Ibiza, la milla de oro gastronómica de Madrid

GASTRONOMÍA 03-10-2019

Adiós, Ponzano: la calle Ibiza es el nuevo paraíso gastronómico de Madrid

Ni Ponzano ni Jorge Juan: el nuevo paraíso gastronómico madrileño te espera en la calle Ibiza.

El nuevo establecimiento del Grupo La Musa en Madrid es mucho más que un café o un restaurante. **Run Run Run** es una original estación urbana, obra del arquitecto Andrés Jaque, que permite explorar la ciudad corriendo, comer sano y conocer a otras personas con tus mismas aficiones.

RESTAURACIÓN

LOS PELIGROS DE LA BURBUJA DE LOS RESTAURANTES

- Las aperturas y cierres de restaurantes se han disparado en Madrid, Barcelona y otras ciudades. ¿Necesitamos un gastrobar en cada esquina? ¿Será el boom negativo a la larga para la gastronomía española?

YAKUMANKA



by Gastón Acurio



Ubicación: Alberto Alcocer, 47



La primera ubicación que recomendamos para Ketty estaría localizado próximo a la embajada de Cuba, localizada en calle Paseo de La Habana en el barrio de Chamartín.

Opción 2: Mercado de Chamartín

La segunda ubicación que proponemos a Ketty se encuentra dentro del Mercado de Chamartín. Consideramos que la localización de éste es buena pues se encuentra próxima al Consulado de Cuba y se aprovecharía la afluencia de habitantes cubanos que residen en esa zona como ha sido descrito anteriormente. Por lo que nos lleva a considerar esta ubicación los siguientes motivos:





BUSINESS TRAVELLER

World's cheapest Michelin-star meal is in Singapore

(CNN) — Singapore's Liao Fan Hong Kong Soya Sauce Chicken Rice & Noodle -- the humble hawker stall now home to the world's cheapest Michelin-star meal -- was the only place you could try Chan Hon Meng's iconic S\$2 (\$1.42) chicken rice dish.



X Croquetas Ricas

23

GOURMET

NUESTRAS CROQUETAS

SABORES

- Jamón Ibérico
- Queso Cabrales
- Puerros confitados y dillido
- Bacalao con un toque de ajo
- Chirlizos naturales empanadados en su tinta
- Bolnisi Edulis
- Marisco con langostino

LAS COSAS CLARAS Y LAS CROQUETAS RICAS

- 5 ul. 3,95€
- 10 ul. 7,50€
- 20 ul. 14,50€

EN CASA COMO EN NINGÚN SITIO

• Jureta •

- 9 ul. 4,95€
- 15 ul. 7,95€

• Jureta •

- 9 ul. 6,95€
- 15 ul. 9,95€

• Jureta •

- Aquí está prohibido
- comprar sin croquetas
- Jureta •

X Croquetas Ricas

las mejores croquetas del mundo



¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

X Croquetas Ricas

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!

las mejores croquetas del mundo

¡Pruébalo aquí!



20, 21 Y 22 DE SEPTIEMBRE

VIERNES Y SÁBADO 12:00-24:00 // DOMINGO 12:00-18:00

PLAZA DE AZCA, PASEO DE LA CASTELLANA 89.

COLABORA:



ORGANIZA:





¿Alguna opción ante la aparición del coronavirus?



CLASES

CALENDARIO

EQUIPO

RESERVAS

URBAN KITCHEN

cocina participativa

SERVICIOS

NOSOTROS

CONTACTO

ABOUT US

CLASES DISPONIBLES

OTRAS CLASES

SEDE MAGDALENA



Clases participativas virtuales con insumos: Cena
Navideña diferente

Chef Equipo Urban Kitchen

1 HORA(S) 30 MIN APROX



Clase virtual: Cata de vino blanco Matervini

Chef Ignacio Barrios

Planeta Formación y Universidades
1 HORA(S) 30 MIN APROX



Clases participativas virtuales con insumos:
Cocina peruana

Chef Equipo Urban Kitchen

1 HORA(S) 30 MIN APROX









Máster Universitario en Dirección Hotelera y de Restauración



Innovación y Mentalidad Emprendedora

Big Data.

Diego Santos

Sociedad y economía del dato

Salario
anual de
153.000
dólares

Se toma
solo tazas
de café
al día

Los datos
indican que
tiene gripe

A juzgar
por su
círculo social,
probablemente
podrá devolver
un préstamo

Está
embarazada,
pero todavía
no lo sabe

Acaba
de solicitar
su séptima
tarjeta de crédito

Reciente
cambio en sus
mensajes de
texto; quizá
tiene una
nueva novia

Se desplaza
casi
2 kilómetros
diarios para
acudir al
trabajo

Según datos
registrados
en el GPS de su
móvil, camina
9 kilómetros
al día

Sus registros
en la Web
y el teléfono
indican que le
desagrada
su médico

¿Qué es el Big data?

¿Qué es el Big data?

Big data

Big data (en español, grandes datos o grandes volúmenes de datos) es un término evolutivo que describe cualquier cantidad voluminosa de datos estructurados, semiestructurados y no estructurados que tienen el potencial de ser extraídos para obtener información.

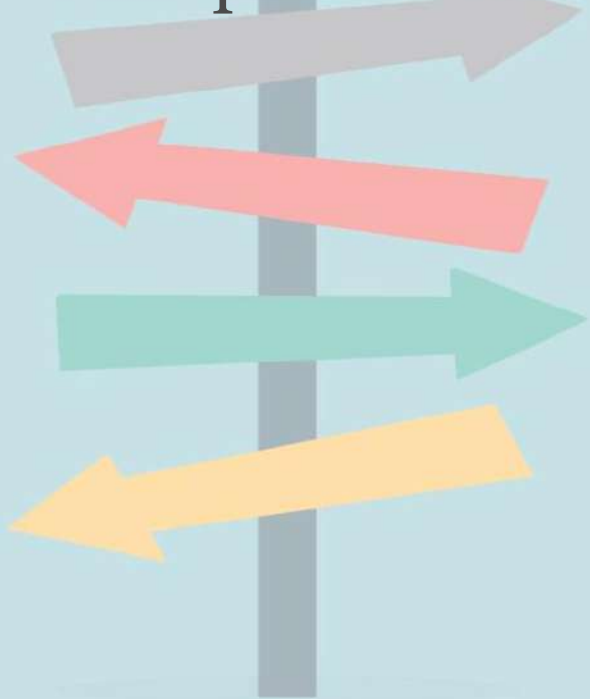
Internet de las cosas.



¿Dónde encuentro Big data?



¿Para qué sirve el Big data?





Cambridge
Analytica

```
mod.use_x = False
mod.use_y = False
mod.use_z = False
mod.use_w = False
mod.use_v = False
mod.use_u = False
mod.use_t = False
mod.use_s = False
mod.use_r = False
mod.use_q = False
mod.use_p = False
mod.use_o = False
mod.use_n = False
mod.use_m = False
mod.use_l = False
mod.use_k = False
mod.use_j = False
mod.use_i = False
mod.use_h = False
mod.use_g = False
mod.use_f = False
mod.use_e = False
mod.use_d = False
mod.use_c = False
mod.use_b = False
mod.use_a = False
```

CORONAVIRUS

BBVA Research usa 'big data' para analizar la caída del consumo en España por el COVID-19



El ecosistema de innovación, unido ante la crisis del coronavirus

```
mod.mirror_object = mirror_ob
```

```
in == "MIRROR_X":
    od.use_x = True
    modifier = select(
        name.objects.active - modifier_ob
    ) <= air(modifier_ob) < modifier_ob
    select = 0
    use_mirror_ob = modifier_ob
    use_mirror_ob = modifier_ob
```



BBVA Research usa 'big data' para analizar la caída del consumo en España por el COVID-19

En su estudio, BBVA Research ha analizado de manera agregada y anonimizada 1.400 millones de operaciones realizadas con tarjeta o en un terminal de punto de venta de BBVA desde 2019, lo que permite mostrar los cambios en los hábitos de consumo de los españoles y el impacto “sobresaliente” de esta crisis en la caída del gasto.

Big Data y turismo.

Big Data y turismo.



Big Data y turismo.





"España es líder
mundial en el desarrollo
de destinos turísticos
inteligentes"

¿Conoces algún un ejemplo de la aplicación de Big Data en el sector del turismo?

Prepara una pequeña presentación.

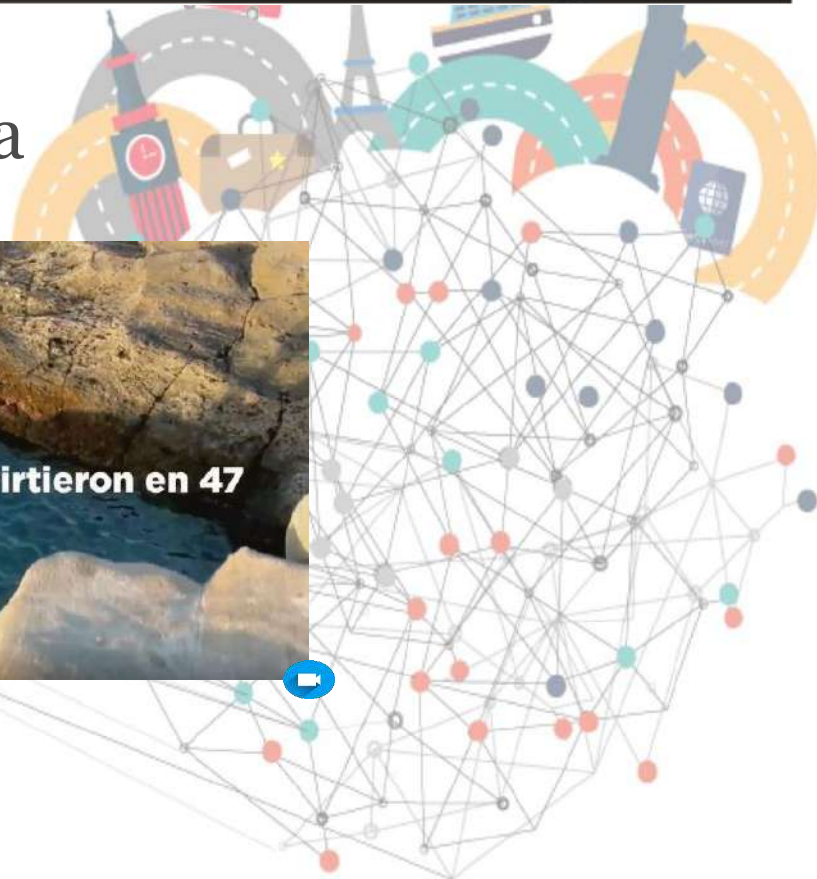
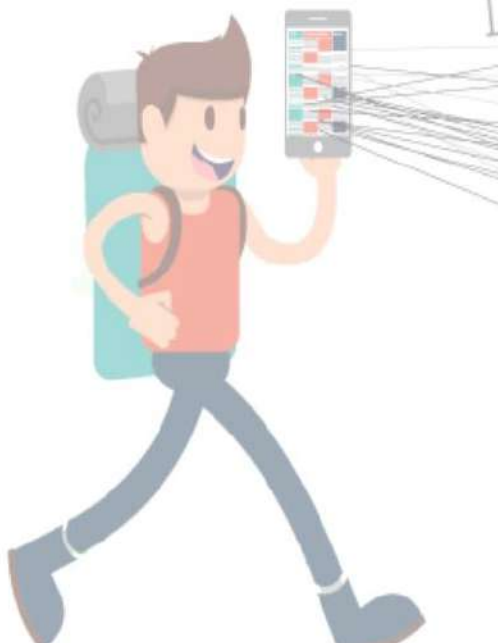


Empresas turísticas y Big Data



MELIÀ
HOTELS
INTERNATIONAL

Empresas turísticas y Big Data





Demo - 100 Travelers, 15

TRIP ORIGINS (14) BER GBR DEU ITA USA LON MAD NBO NYC PAR SDO SMO SVK SYD TYO

RE-ANALYZE REPORT HELP

TROOPTRAVEL demo@trooptravel.com

STELEA
TOURISM MANAGEMENT SCHOOL



Look further,
be a leader



ap

ROME

Rome is the capital city and a special comune of Italy. Rome also serves as the capital of the Lazio region



FLIGHTS

FLIGHT CLASS	FLIGHT COST	CO2	HOTEL COST	STOPS	DURATION	TRAVEL IMPACT	VISAS	SECURITY
DEL economy class	\$37,940	220.11	\$31,291	105	2145h:10	669h	21	1.5
LON economy class	\$48,341	218.80	\$22,922	139	2198h:15	705h	12	3.1
MAD economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
NBO economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
NYC economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
SDO economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
SYD economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
TYO economy class	\$54,777	263.04	\$21,987	116	2245h:20	869h	18	2.4
TOTAL	\$37,940		\$31,291					

HOTEL

Average of 11 hotels	100+	100+	100+
	\$78	\$31,291	
TOTAL		\$31,291	

MEALS

Cost meal per person	100+	100+	100+
	\$48	\$27,364	
TOTAL		\$27,364	

RISK

Average Risk Rating	100+	100+	100+
	-1.5		

SPENDING CAPS

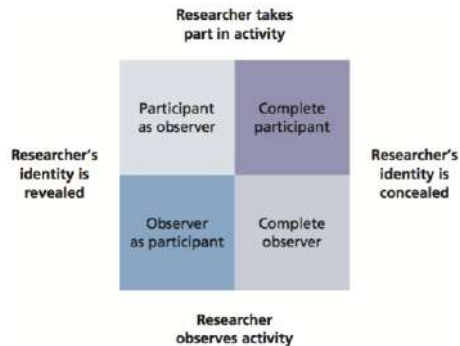


TroopTravel
Where do we meet?

La competencia por el talento será especialmente intensa para las empresas para quienes la analítica avanzada forma una parte central de su propuesta: piense en los gigantes del comercio electrónico, los fondos de cobertura y los ingenieros de sistemas complejos. Para ellos, un equipo interno especializado de especialistas en datos puede ser una necesidad.

Pero el resto de nosotros? No tanto. Considere los resultados de una [encuesta de Rexer Analytics](#) en la que más de un tercio de los profesionales de análisis de datos dicen que su empresa nunca, o solo a veces, utiliza sus análisis. Esto pone en tela de juicio la practicidad de canalizar análisis a través de equipos centralizados centrados en desafíos generales.







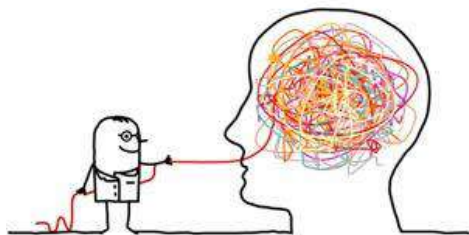
RECORRIDO Y OBSTACULOS

El circuito debe preferentemente tener una longitud mínima de 2,4 km y 2,8 km como máximo.

En todo el circuito, el recorrido debe estar acotado mediante un doble marcaje de cinta.

La zona de llamada de participantes o parrilla de salida, deberá estar situada próxima a la línea de meta pero fuera del circuito, de manera que los corredores puedan efectuar su incorporación al mismo, inmediatamente después de la salida.

Existen una serie de “puntos de penalización” en los que si la barrera está bajada el corredor deberá esperar la autorización de los jueces o superarla por la parte superior para poder continuar.







Big data, el petróleo del siglo XXI y las refinerías de información

El análisis y la ingeniería de datos abre nuevos nichos de empleo y oportunidades de negocio; Europa necesita cientos de miles de expertos para engancharse a la nueva fiebre del oro



Máster Universitario en Dirección Hotelera y de Restauración



Innovación y Mentalidad Emprendedora
Customer Centric & Inteligencia Artificial.
Diego Santos



Customer Innovation

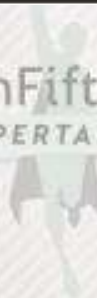
**Customer-centric strategy
for enduring growth**

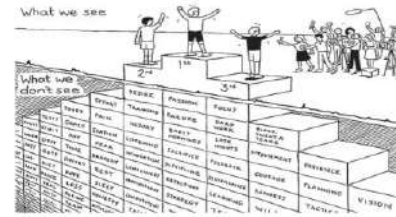
Marion Debruyne



SevenFiftyDaily

SUPERTASTERS





CONTINGENCY PLAN

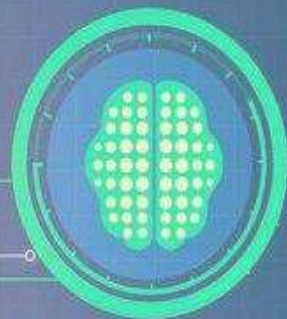


CARTAS JEFF BEZOS



amazon

AI



1. Definición de Inteligencia artificial

La Inteligencia artificial es el campo científico de la informática que se centra en la creación de programas y mecanismos que pueden mostrar comportamientos considerados inteligentes. En otras palabras, la IA es el concepto según el cual “las máquinas piensan como seres humanos”.

Normalmente, un sistema de IA es capaz de analizar datos en grandes cantidades (big data), identificar patrones y tendencias y, por lo tanto, formular predicciones de forma automática, con rapidez y precisión. Para nosotros, lo importante es que la IA permite que nuestras experiencias cotidianas sean más inteligentes. ¿Cómo? Al integrar análisis predictivos (hablaremos sobre esto más adelante) y otras técnicas de IA en aplicaciones que utilizamos diariamente.

- Siri funciona como un asistente personal, ya que utiliza procesamiento de lenguaje natural
- Facebook y Google Fotos sugieren el etiquetado y agrupamiento de fotos con base en el reconocimiento de imagen
- Amazon ofrece recomendaciones de productos basadas en modelos de canasta de compra
- Waze brinda información optimizada de tráfico y navegación en tiempo real

Inteligencia artificial aplicada al turismo: utilidades a tener en cuenta

Number of AI-Focused Travel Startups Founded by Year, 2007-2018



Base: 151 AI-focused travel startups founded since 2007.
*Since Phocuswright does not track unproven startups, founding activity in the latest 2-3 year period is often low initially and rises over time.
*A collaborative report about the growth of AI from researchers at Stanford, MIT, Harvard, McKinsey and others.
Source: The State of Travel Startups 2019: Artificial Intelligence in Focus.
© 2019 Phocuswright Inc. All Rights Reserved.

Phocuswright
Powering great decisions.





¿Alexa en un hotel?

Amazon for Hospitality

Aunque Amazon no ha hecho ninguna incursión en viajes desde su efímero producto Amazon Local en 2013, la compañía claramente tiene en mente a este sector. Alexa for Hospitality se lanzó en 2018, llevando la tecnología de voz Alexa de Amazon a las habitaciones de los hoteles de todo el mundo.

Con Amazon ayudando a los hoteles a prestar sus servicios, la empresa se integra profundamente en el tejido operativo de un hotel. A partir de ahí, es mucho más fácil imaginar que Amazon pueda ampliar su oferta.

Ya sea un club exclusivo de fidelización de viajes para miembros de Prime o un motor de reservas con voz (o algo completamente distinto), Amazon aplicará sin duda sus conocimientos de Alexa for Hospitality a otros sectores de la industria del turismo y el alojamiento.



Amazon Alexa devices (left to right): Echo Dot, Echo, Echo Plus.

Principales conclusiones:

- Amazon, Facebook o Apple tienen la capacidad tecnológica para entrar en el sector, pero la industria turística requiere de una dedicación y conocimiento muy singulares.
- La penetración de la voz como tecnología, en menos de cuatro años, será del 80 por ciento de los usuarios. Las empresas turísticas necesitarán algún tipo de presencia en las aplicaciones de voz.
- La voz puede suponer una revolución en el modo en que reservamos hoteles, pero no será la última. El sector hotelero tendrá que adaptarse a esta ola y a las siguientes.
- Los hoteles deben conocer mejor a sus clientes, cómo y por qué reservan. En muchas ocasiones, los hoteles no saben trabajar con todos sus datos dada la falta de herramientas o de conocimiento.
- Los hoteles pierden mucha conversión por no cumplir con cuestiones básicas que faciliten la reserva directa.

Desde la dirección del hotel, plantean la necesidad de incorporar Alexa. Nuestro jefe nos solicita un documento en el que destaquemos los pros y contras que este producto puede tener y una valoración global final.

Ejercicio. Alexa for hospitality.

CLIENTE

AMAZON

HOTELES Y EVENTOS

For Hospitality

- A New Member of Your
Hotel Staff

Atención personalizada.
Status.
servicios propios)

Incremento gasto. (servicios propios)
Generación de datos.

Posicionamiento mercado
Ventas asociadas (productos y

individualizada. (no sólo en tu casa)

Atención individualizada.

Atención

Penetración
Bleisure (upgrade)

en oferta de servicios turísticos

Status

Generación de datos.

Servicios

Privacidad

Soporte
Inversión



