

Máster Universitario en Dirección Hotelerá y de Restauración



Innovación y Mentalidad Emprendedora

Presentación e Introducción.

Diego Santos

Estructura sesión

Presentación profesor.

Presentación de la asignatura.

Presentación alumnos.

Introducción a la innovación.

Introducción al emprendimiento.

Introducción a la innovación en el turismo.



Diego Santos

dsantos@ostelea.com

+34 646079246

<https://www.linkedin.com/in/diegosantossociologo/>

La asignatura

La asignatura innovación y mentalidad emprendedora pretende fomentar el espíritu creativo y emprendedor del estudiante a partir de la introducción a los principales elementos que configuran el proceso innovador, creativo y emprendedor. El objetivo es desarrollar la creatividad, fomentar la generación de nuevas ideas para convertirlas en proyectos viables y conectar con el espíritu emprendedor. Sin olvidar la influencia de los factores socioculturales, la importancia de la investigación y todos aquellos factores que inciden directa e indirectamente tanto en la innovación como en la mentalidad emprendedora.

La asignatura

La asignatura innovación y mentalidad emprendedora pretende fomentar el espíritu creativo y emprendedor del estudiante a partir de la introducción a los principales elementos que configuran el proceso innovador, creativo y emprendedor. El **objetivo** es desarrollar la creatividad, fomentar la generación de nuevas ideas para convertirlas en proyectos viables y conectar con el espíritu emprendedor. Sin olvidar la influencia de los factores socioculturales, la importancia de la investigación y todos aquellos factores que inciden directa e indirectamente tanto en la innovación como en la mentalidad emprendedora.

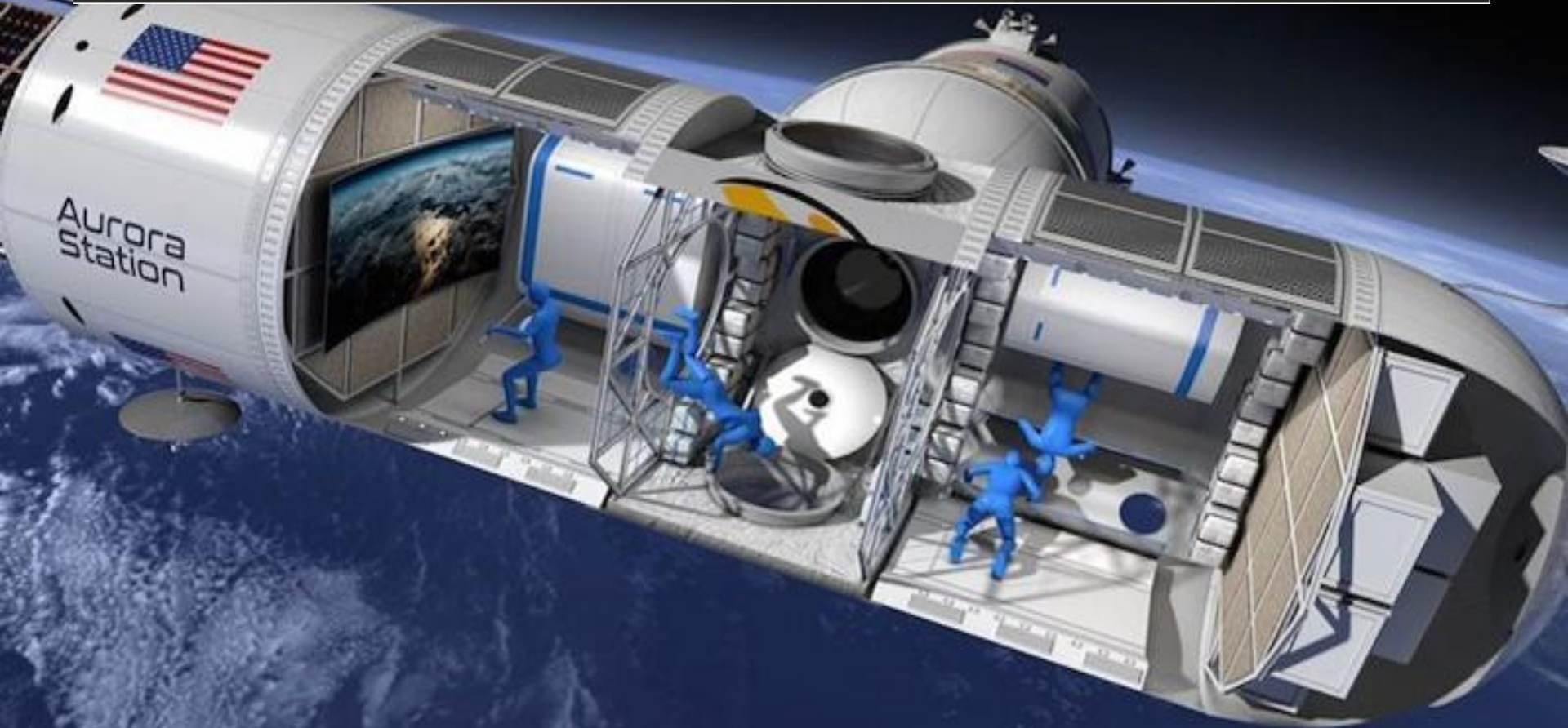


10

La tecnología es clave.

Trataremos de que nos sea útil para solucionar nuestros problemas.





Message
d'amour des

¿Cuántos mamíferos ves?



7. Sistemas de evaluación

	Antonio Heredia	Diego Santos
Trabajos en casa	Individuales / Grupales (100%)	Individuales / Grupales (100%)
Trabajos en clase		
Ponderación Total	50% de la asignatura	50% de la asignatura

IT'S YOUR TURN

¿Qué es innovación?

An **innovation** is a new or improved product or process (or combination thereof) that differs significantly from the unit's previous products or processes and that has been made available to potential users (product) or brought into use by the unit (process).

2. La innovación

146. Una **innovación** es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

If you must use the word, here is the best definition: **Innovation is significant positive change.** It's a result. It's an outcome. It's something you work towards achieving on a project. If you are successful at solving important problems, peers you respect will call your work innovative and you an innovator. Let them choose the word.

This is a high bar, and it should be. To call every change you make in your work an innovation belittles the possible scale of progress. The act of creating something, even if it solves a problem, should perhaps still not be considered an innovation until it is adopted by other people (see [Innovation vs. Invention](#)). Until then, it's just an invention with the potential to be an innovation. If you are an engineer, a designer or a start-up founder, inventing things is simply your job.



Al igual que Schumpeter, el Manual de Oslo, enmarca las innovaciones en tipos

- a. *De producto*: introducción de un nuevo producto, o mejora significativa en las características de uno ya existente, el producto hace referencia a bienes o servicios.
- b. *De proceso*: introducción de un nuevo método de producción o distribución, o mejora significativa de lo ya existente.
- c. *Organizativas*: introducción de nuevas prácticas empresariales, de organización del trabajo y de relaciones externas. Esto con el fin de mejorar la calidad y la eficiencia del trabajo, estimular las interacciones de información y mejorar las capacidades de aprendizaje.
- d. *Comerciales*: introducción de nuevos mercados o diferentes formas de promoción. Mediante cambios en el diseño y presentación del producto, promociones por medio de métodos de precios, posicionamiento en el mercado, y publicidad.

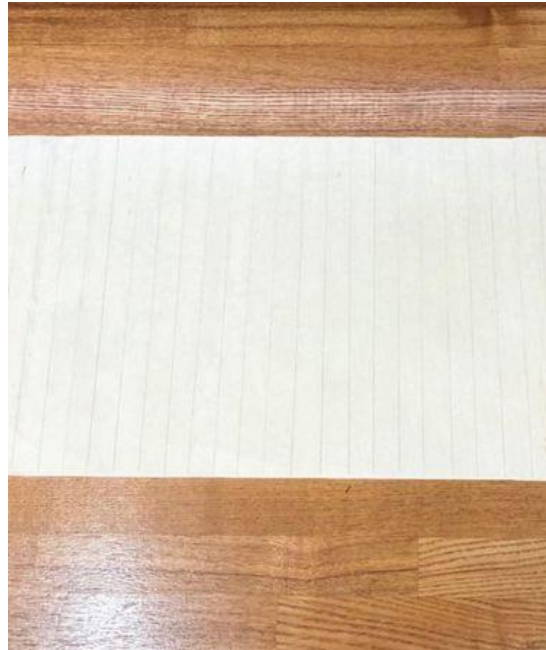
¿Qué es innovación? Texto 1.

When most organizations try to increase their innovation efforts, they always seem to start from the same assumption: “we need more ideas.” They’ll start talking about the need to “think outside the box” or “blue sky” thinking in order to find a few ideas that can turn into viable new products or systems. However, in most organizations, innovation isn’t hampered by a lack of ideas, but rather a lack of noticing the good ideas already there.

It’s not an idea problem; it’s a recognition problem. 

Un profesor le dijo a esta chica que la creatividad sería altamente considerada en un ejercicio de redacción ¿tienes alguna recomendación para ella?







“

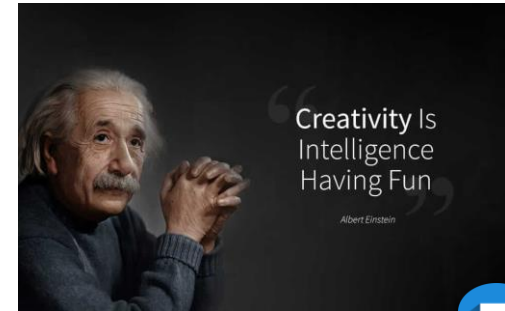
“Cuando el profesor dijo en clase que le daría una alta calificación a la creatividad, decidí que haría que mi ensayo sobresaliera de los demás”, dijo Haga a la BBC.



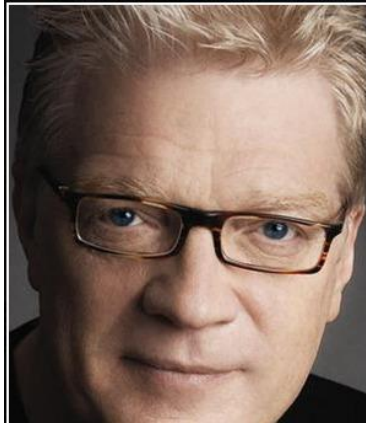
¿Qué es Creatividad?

La creatividad es una función del conocimiento como la curiosidad, la imaginación o la evaluación. Cuanto mayor sea tu base de conocimientos y tu nivel de curiosidad, más ideas, patrones y combinaciones podrás generar, lo que tiene una relación directa con tu capacidad para producir nuevas soluciones e innovaciones, y por tanto para ser más creativo. Y esto es algo que aplica tanto a las personas como a las organizaciones.

Pero es importante tener presente que el disponer del conocimiento no garantiza la capacidad de crear nuevos patrones. Los pedazos de información y conocimientos se tienen que mezclar y combinar en formas nuevas. Y los primeros destellos de nuevas ideas deben ser evaluadas antes de invertir en intentar desarrollar con ellas soluciones utilizables. Así que, ¡oh sorpresa! la creatividad responde a un proceso.



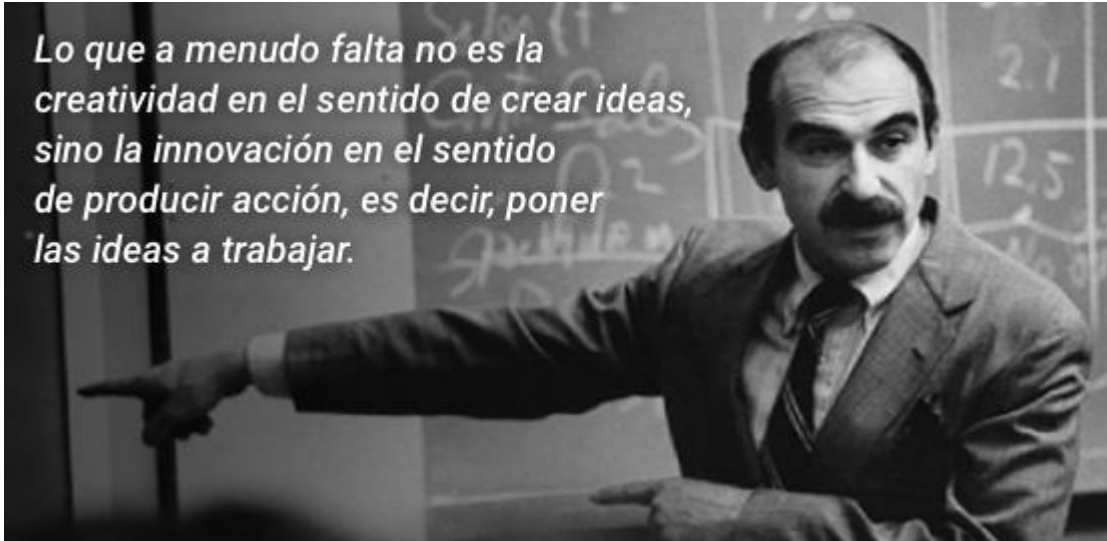
¿Qué es innovación?



Innovation is applied creativity. By definition, innovation is always about introducing something new, or improved, or both and it is usually assumed to be a positive thing.

— Ken Robinson —

*Lo que a menudo falta no es la
creatividad en el sentido de crear ideas,
sino la innovación en el sentido
de producir acción, es decir, poner
las ideas a trabajar.*




¿Qué es mentalidad emprendedora? TEXTO 2.

Dictionary.com has it right: Entrepreneurs, in the purest sense, are those who identify a need---*any* need---and fill it. It's a primordial urge, independent of product, service, industry or market.

The U.S. economy needs all kinds of entrepreneurs---from coders to clockmakers---in order to close [its widening fiscal hole](#). But the relentless, seek-and-solve breed is our salvation. They are the ones forever craning their necks, addicted to “looking around corners” and “changing the world.” They---not lenders---are the real money multipliers: the ones who turn \$1 of capital into \$2, then \$2 into \$10, and \$10 into \$100.

This is the true essence of entrepreneurship: Define, invest, build, repeat. “It’s just balls-out fun,” crowed Steve Spoonamore, serial entrepreneur and founder of [ABSMaterials](#), a member of Forbes’ list of [America’s Most Promising Companies](#). “There are people who love to sail the ocean or climb mountains, and more power to them—but it’s *nowhere near* as interesting as taking a technology nobody has heard of, finding a market for it and launching it to your customers. *That’s* satisfying.”



ATTITUDE  BEHAVIOUR



MINDSET



ACTION
↓
SOLUTION



PERFORMANCE



RESULTS

TEXTO 3.

So, does Stevenson's definition of entrepreneurship matter, in practical terms? I'd argue that it does, for two reasons. First, it sees entrepreneurship as a distinctive approach to managing rather than a specific stage in an organization's life cycle (i.e., startup), a specific role for an individual (i.e., founder), or a constellation of personality attributes (e.g., predisposition for risk taking; preference for independence). In this view, entrepreneurs can be found in many different types of organizations, including large corporations. That should be encouraging if you believe that entrepreneurship is an engine of global economic development and a force for positive change in society.

Second, the definition provides a guidepost for entrepreneurial action; it points to tactics entrepreneurs can take to manage risk and mobilize resources. One of my former students put it well when asked to give **advice to aspiring entrepreneurs**: "For me, 'pursuing opportunity beyond resources controlled' sums up perfectly what I do day-to-day. You need to be inventive, creative, opportunistic, and persuasive, because you rarely have enough resources. Embracing this definition helps me in my role."



TEXT 3

Los emprendedores emplean cuatro tácticas para hacer frente a este Catch-22 (dilema):

*La experimentación ajustada les permite resolver riesgos rápidamente y con un gasto de recursos limitado, confiando en un "Producto mínimo viable", es decir, el conjunto más pequeño posible de actividades necesarias para probar rigurosamente las hipótesis de un modelo de negocio.

*La inversión por etapas permite a los empresarios abordar los riesgos de forma secuencial, gastando solo los recursos necesarios para cumplir con un hito dado, antes de comprometer los recursos necesarios para lograr el siguiente hito.

*La asociación permite a los empresarios aprovechar los recursos de otra organización y, por lo tanto, traslada mejor los riesgos a las partes capaz / más dispuesto a soportarlos. En una variación de esta táctica, los empresarios alquilan recursos para mantener los costos variables y evitar los grandes desembolsos fijos asociados con la propiedad de los recursos.

*La "narración de historias" de los emprendedores, que evocan una visión de un mundo mejor que podría generar su empresa, puede alentar a los propietarios de recursos a minimizar los riesgos y en el proceso comprometer más recursos de los que harían si no hubiesen sido inspirados. Steve Jobs, por ejemplo, era famoso por su fascinante "campo de distorsión de la realidad", a través del cual impulsó a los empleados, socios e inversores a hacer todo lo posible para ayudar a cumplir sus sueños.



MINIMUM VIABLE PRODUCT



M

Minimum

The most rudimentary,
bare-bones foundation
of the solution possible



V

Viable

Sufficient enough for
early adopters



P

Product

Something tangible
customers can touch
and feel



1



2



3



4



1



2



3



4



1



2



3



4



1



2



3



4



1



2



3



4



1



2



3



4

HOW NOT TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

ALSO HOW NOT TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

HOW TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

Definición del Producto Mínimo Viable

*“Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo **recolectar la máxima cantidad de aprendizaje validado** sobre clientes al menor costo.”*

(Eric Ries)

TEXT 3.

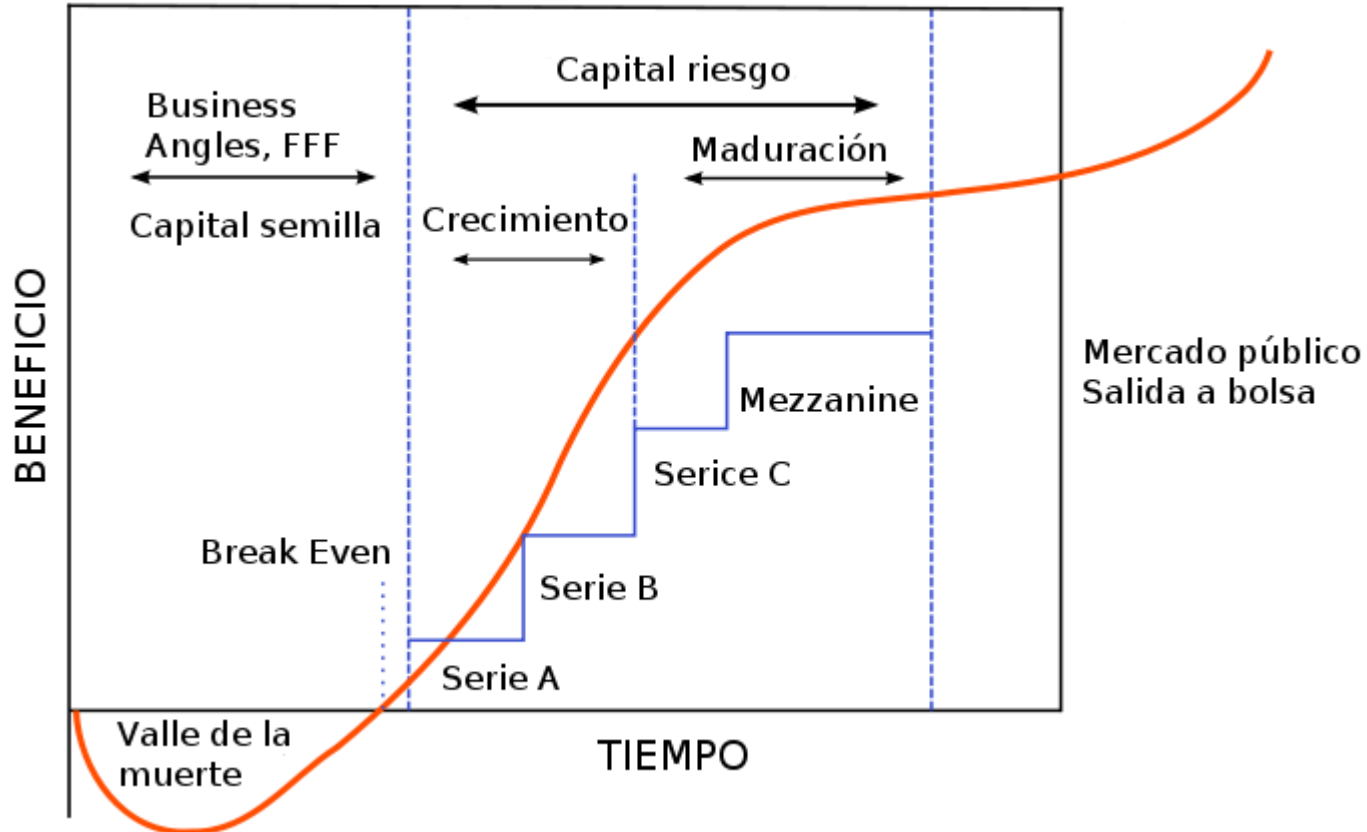
Los emprendedores emplean cuatro tácticas para hacer frente a este Catch-22 (dilema):

*La experimentación ajustada les permite resolver riesgos rápidamente y con un gasto de recursos limitado, confiando en un "Producto mínimo viable", es decir, el conjunto más pequeño posible de actividades necesarias para probar rigurosamente las hipótesis de un modelo de negocio.

*La inversión por etapas permite a los empresarios abordar los riesgos de forma secuencial, gastando solo los recursos necesarios para cumplir con un hito dado, antes de comprometer los recursos necesarios para lograr el siguiente hito.

*La asociación permite a los empresarios aprovechar los recursos de otra organización y, por lo tanto, traslada mejor los riesgos a las partes capaz / más dispuesto a soportarlos. En una variación de esta táctica, los empresarios alquilan recursos para mantener los costos variables y evitar los grandes desembolsos fijos asociados con la propiedad de los recursos.

*La "narración de historias" de los emprendedores, que evocan una visión de un mundo mejor que podría generar su empresa, puede alentar a los propietarios de recursos a minimizar los riesgos y en el proceso comprometer más recursos de los que harían si no hubiesen sido inspirados. Steve Jobs, por ejemplo, era famoso por su fascinante "campo de distorsión de la realidad", a través del cual impulsó a los empleados, socios e inversores a hacer todo lo posible para ayudar a cumplir sus sueños.



TEXTO 3.

Los emprendedores emplean cuatro tácticas para hacer frente a este Catch-22 (dilema):

*La experimentación ajustada les permite resolver riesgos rápidamente y con un gasto de recursos limitado, confiando en un "Producto mínimo viable", es decir, el conjunto más pequeño posible de actividades necesarias para probar rigurosamente las hipótesis de un modelo de negocio.

*La inversión por etapas permite a los empresarios abordar los riesgos de forma secuencial, gastando solo los recursos necesarios para cumplir con un hito dado, antes de comprometer los recursos necesarios para lograr el siguiente hito.

*La asociación permite a los empresarios aprovechar los recursos de otra organización y, por lo tanto, traslada mejor los riesgos a las partes capaz / más dispuesto a soportarlos. En una variación de esta táctica, los empresarios alquilan recursos para mantener los costos variables y evitar los grandes desembolsos fijos asociados con la propiedad de los recursos.

*La "narración de historias" de los emprendedores, que evocan una visión de un mundo mejor que podría generar su empresa, puede alentar a los propietarios de recursos a minimizar los riesgos y en el proceso comprometer más recursos de los que harían si no hubiesen sido inspirados. Steve Jobs, por ejemplo, era famoso por su fascinante "campo de distorsión de la realidad", a través del cual impulsó a los empleados, socios e inversores a hacer todo lo posible para ayudar a cumplir sus sueños.

Startup with Google

TEXT 3.

Los emprendedores emplean cuatro tácticas para hacer frente a este Catch-22 (dilema):

*La experimentación ajustada les permite resolver riesgos rápidamente y con un gasto de recursos limitado, confiando en un "Producto mínimo viable", es decir, el conjunto más pequeño posible de actividades necesarias para probar rigurosamente las hipótesis de un modelo de negocio.

*La inversión por etapas permite a los empresarios abordar los riesgos de forma secuencial, gastando solo los recursos necesarios para cumplir con un hito dado, antes de comprometer los recursos necesarios para lograr el siguiente hito.

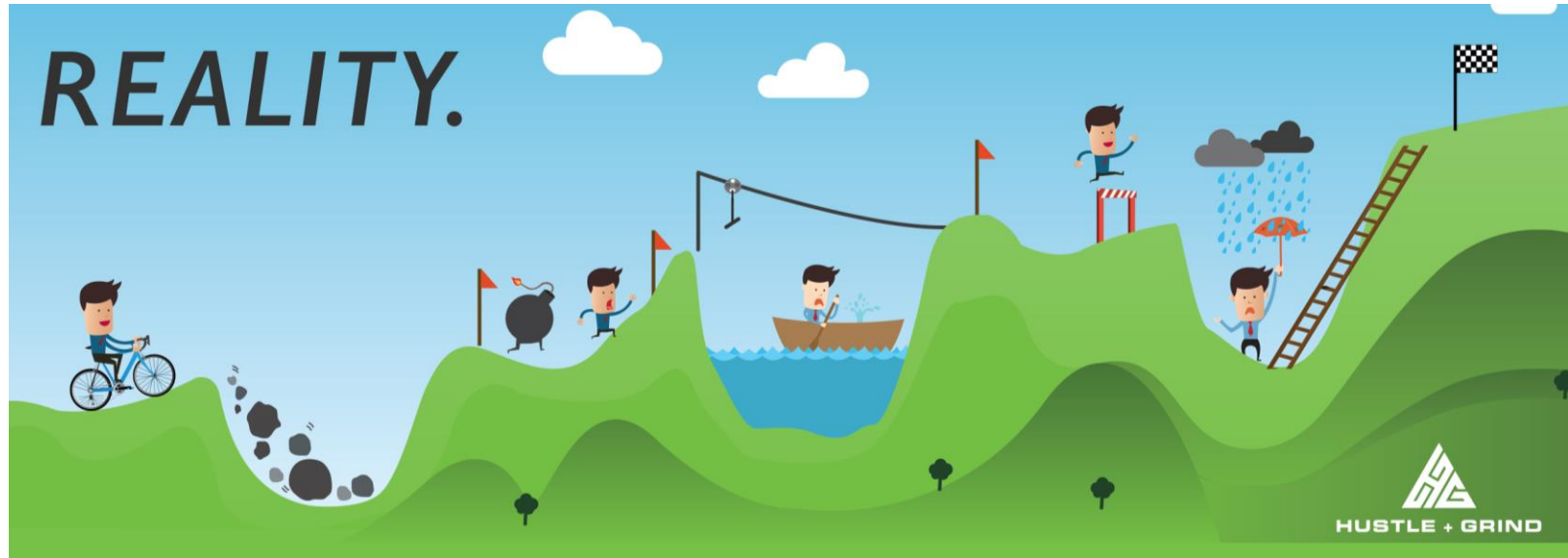
*La asociación permite a los empresarios aprovechar los recursos de otra organización y, por lo tanto, traslada mejor los riesgos a las partes capaz / más dispuesto a soportarlos. En una variación de esta táctica, los empresarios alquilan recursos para mantener los costos variables y evitar los grandes desembolsos fijos asociados con la propiedad de los recursos.

*La "narración de historias" de los emprendedores, que evocan una visión de un mundo mejor que podría generar su empresa, puede alentar a los propietarios de recursos a minimizar los riesgos y en el proceso comprometer más recursos de los que harían si no hubiesen sido inspirados. Steve Jobs, por ejemplo, era famoso por su fascinante "campo de distorsión de la realidad", a través del cual impulsó a los empleados, socios e inversores a hacer todo lo posible para ayudar a cumplir sus sueños.



YOUR PLAN.







REALITY.

ENTREPRENEURS FIGHT CLUB

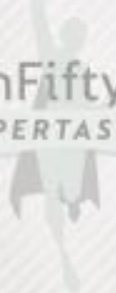


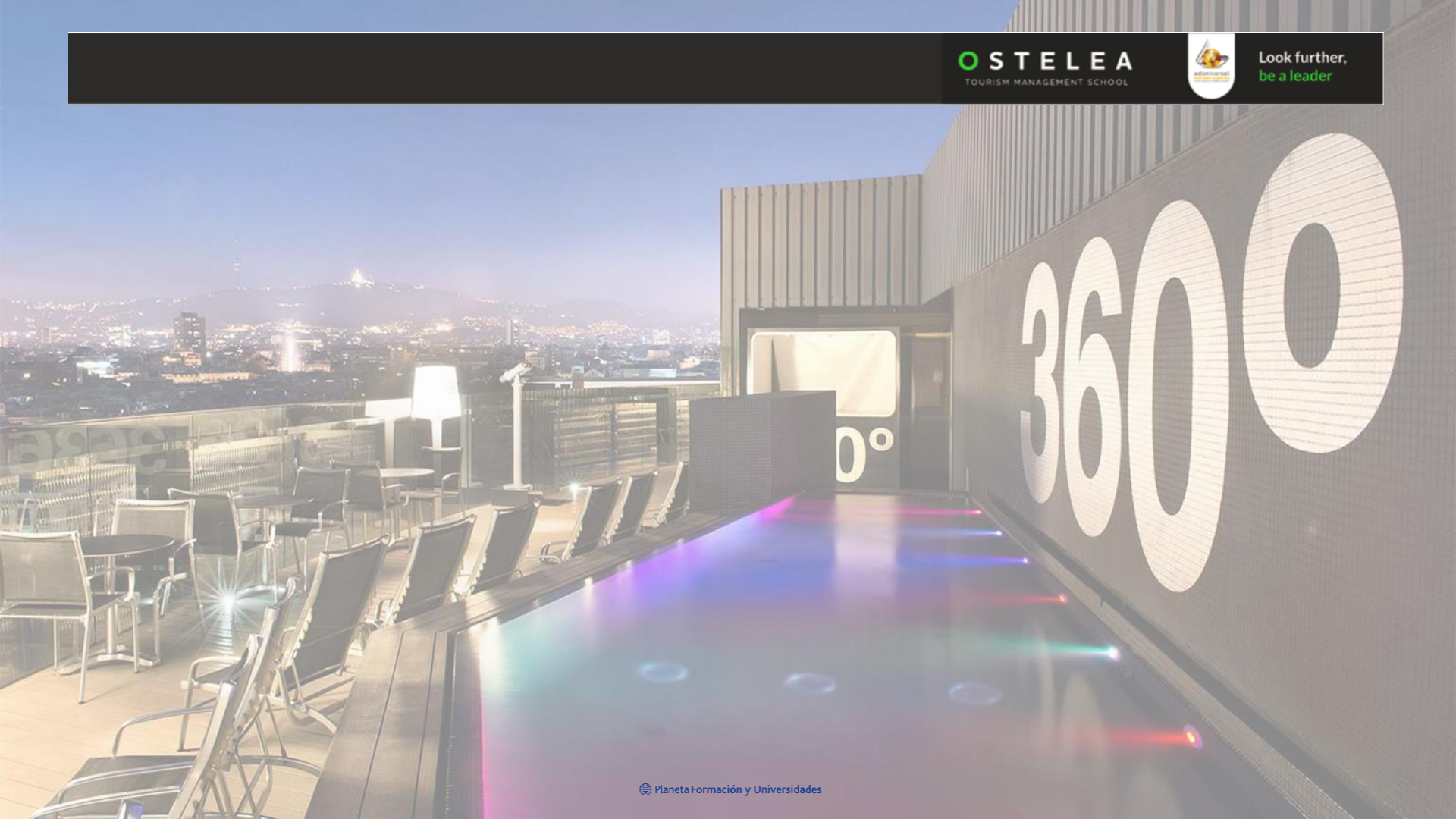
O STELEA

TOURISM MANAGEMENT SCHOOL



SevenFiftyDaily
SUPERTASTERS







LONG: Routes between terminals at Barcelona's El Prat Airport were disrupted due to the protests over the jailed Catalan independence leaders

French tourist died at airport blockade during Barcelona protests



Protesters barricaded the airport in Barcelona on Monday. Photo: AFP

A 65-year-old French tourist suffered a heart attack and died after being forced to walk 4km to reach the Barcelona airport during protests staged against the jailing of Catalan separatist leaders, it has emerged.

The tourist was attempting to reach Terminal 2 to fly home when he was caught up in the demonstrations which saw the airport blockaded on Monday afternoon.

Transport was cut off to the airport and roads around El Prat were blocked after Tsunami Democràtic used social media to mobilized protesters to focus on the airport.

The man and his wife were among the thousands of travellers caught up in the demonstrations.



LONG: Routes between terminals at Barcelona's El Prat Airport were disrupted due to the protests over the jailed Catalan independence leaders



EC_BSU
@ec_bsu

Follow

Replying to @hotelcondesbcn @AprenemAutisme

I was thinking on my holidays few days in Barcelona. Now I'm not going. I m afraid and scared.

I though in your hotel for staying. But now after seeing you support the radicals and violent people, I don't think your hotel is a safe place for me and my family. Never again.

4:37 PM - 15 Oct 2019

Barcelona riots: One Twitter user has said they are too "afraid and scared" to visit Barcelona now



WEAYL
@WEAYL

In Barcelona, trying to find your Airbnb



1,211 11:09 PM - Oct 15, 2019

444 people are talking about this

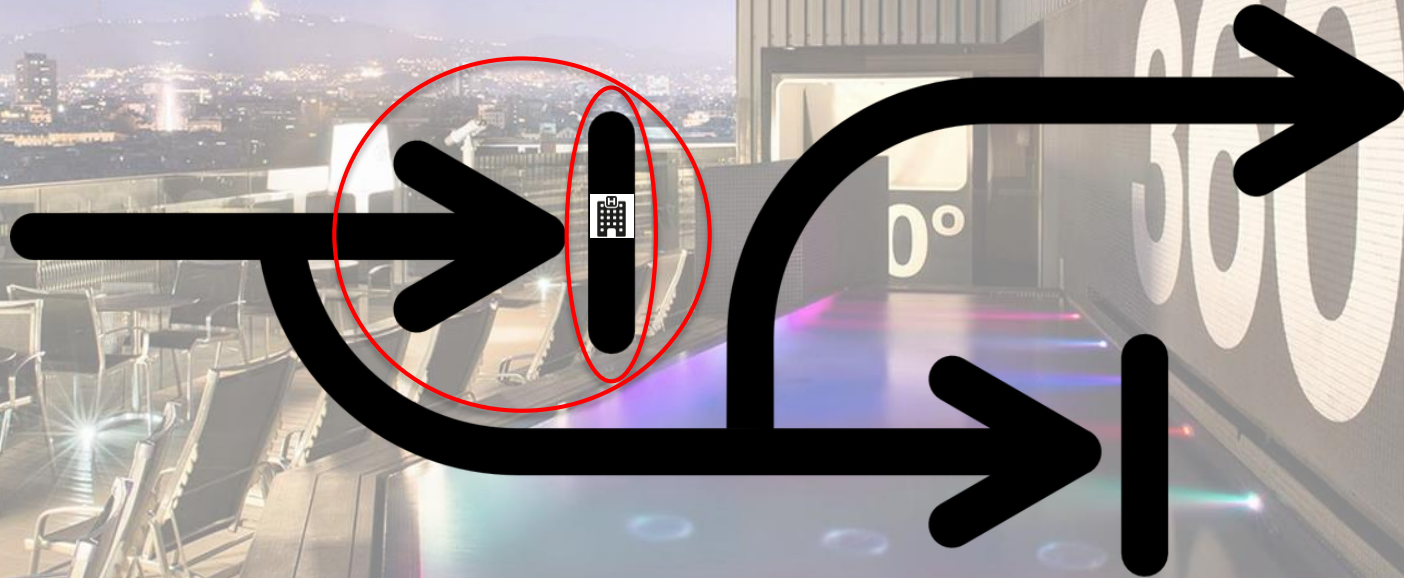
El Director del hotel busca minimizar el impacto de esta terrible situación.

- Por grupos, preparad una respuesta para este director.
- 20'

Paso 1. Identificar afectados



Paso 2. Establecer prioridades. Clientes.



Paso 3. Identificar prioridades. Clientes.

Clientes alojados en el hotel.

Clientes con reserva en el hotel con llegada inminente.

Clientes con reserva en el hotel con llegada en medio plazo.

Antiguos clientes.

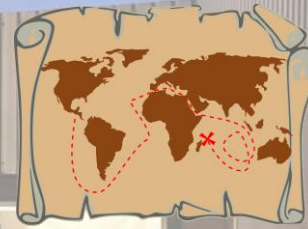
No clientes.

No clientes que piden información.

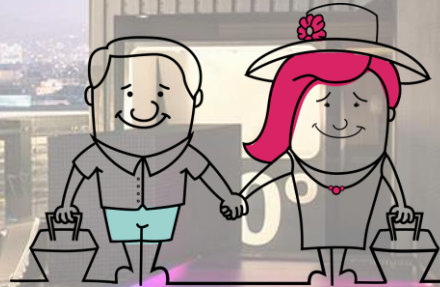
Paso 4. Iniciativas para minimizar impacto:



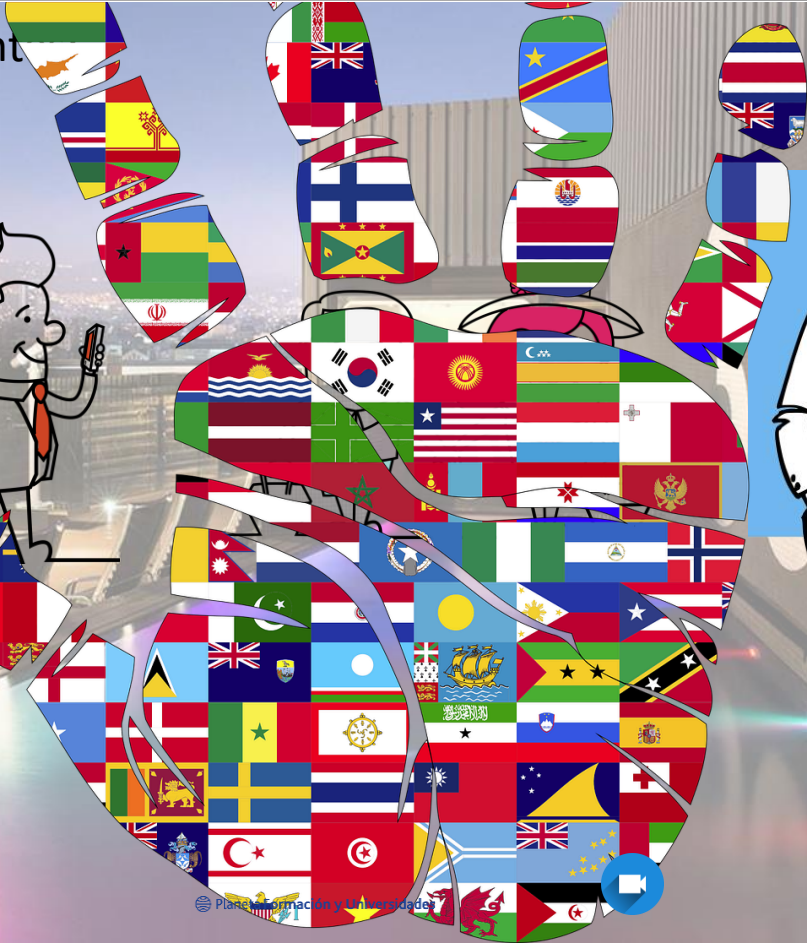
SUPPORT



Paso 5. Segmentar clientes:



Paso 5. Segmentar client





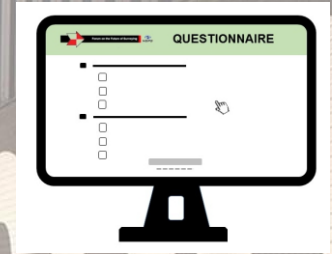
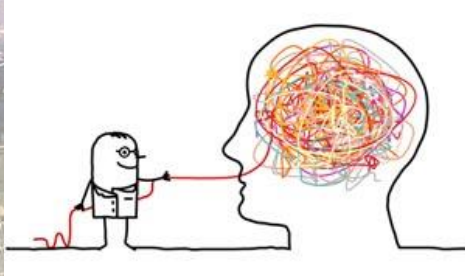
		COMUNICACIÓN					DIFUSIÓN	
		CAMPAÑA INFORMACIÓN						
		App información actualizada	Teléfono asistencia 24	Información útil.	Cuestiones Legales	Servicios y Actividades del Hotel	Mailing	Redes Sociales
CLIENTES	CLIENTES EN EL HOTEL	X	X	X	X	X		
	CLIENTES CON RESERVA LLEGADA INMEDIATA	X	X	X	X	X		
	CLIENTES CON RESERVA LLEGADA M-L PLAZO		X				X	X
	ANTIGUOS CLIENTES						X	X
NO CLIENTES	PREGUNTAN SOBRE EL HOTEL	X	X	X		X		
	DESCONOCIDOS							X
EMPLEADOS	TRABAJADORES DEL HOTEL	X	X	X	X	X		
	COMERCIALES	X	X	X	X	X	X	X

		SERVICIOS					ACTIVIDADES		
		Cambios Destino	Cambios Estancias	Tranfers	Catering	Ayuda Legal	Descuentos	Adultos	Menores
CLIENTES	CLIENTES EN EL HOTEL	X	X	X	X	X	X	X	X
	CLIENTES CON RESERVA LLEGADA INMEDIATA	X	X	X	X	X	X	X	X
	CLIENTES CON RESERVA LLEGADA M-L PLAZO	X	X			X	X		
	ANTIGUOS CLIENTES					X			
NO CLIENTES	PREGUNTAN SOBRE EL HOTEL								
	DESCONOCIDOS	X	X	X	X	X	X	X	X
EMPLEADOS	TRABAJADORES DEL HOTEL			X	X			X	X
	COMERCIALES	X	X	X	X	X	X	X	X



PERFIL			
OCIO			
SOLO	PAREJA	FAMILIA	NEGOCIOS

Paso 6: Feedback: Medir y cuantificar



Edición España. Los trabajadores perjudicados recibirán 500 euros mensuales

Canarias anuncia un plan de empleo de 2 M € para afectados por Thomas Cook

● 5 OCTUBRE, 2019

Se destinarán 2 millones euros para reforzar la promoción del destino y mejorar la conectividad aérea con los principales mercados

Se han conseguido recuperar el 58% de las plazas que se habían perdido tras el cierre de Thomas Cook entre Reino Unido y Canarias

La Consejería de Hacienda articulará ayudas a pymes con el objetivo de que puedan afrontar las facturas no cobradas

El Gobierno asigna 300 M € a un plan de choque por la crisis de Thomas Cook

● 4 OCTUBRE, 2019

El plan incluye trece medidas, distribuidas en cuatro ámbitos: conectividad, liquidez de empresas y autónomos, empleo y demanda turística

Se abrirá una línea de préstamos de hasta 200 millones de euros para empresas y autónomos

Habrà una ampliación de las bonificaciones a la Seguridad Social en contratos fijos discontinuos a los meses de octubre y diciembre de 2019

La muerte de Thomas Cook confirma el fin del modelo offline

Los hoteles deberían redefinir su modelo de distribución

● 27 SEPTIEMBRE, 2019

La caída del TTOO marca el fin de una era y confirma que los hoteles deben redefinir su modelo de distribución mucho más acorde al año 2020

En Mirai plantean a los hoteleros si los TTOO siguen mereciendo el mejor precio y las mejores condiciones si el paquete es dinámico y online

Los TTOO utilizarán la tecnología para ofrecer más variedad de paquetes, mientras los hoteles diversificarán su estrategia de distribución

Hoteles dependientes de Thomas Cook tendrán que "reinventarse en minutos"

危機

CONTINGENCY PLAN



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



O STELEA

TOURISM MANAGEMENT SCHOOL



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.

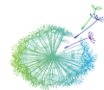
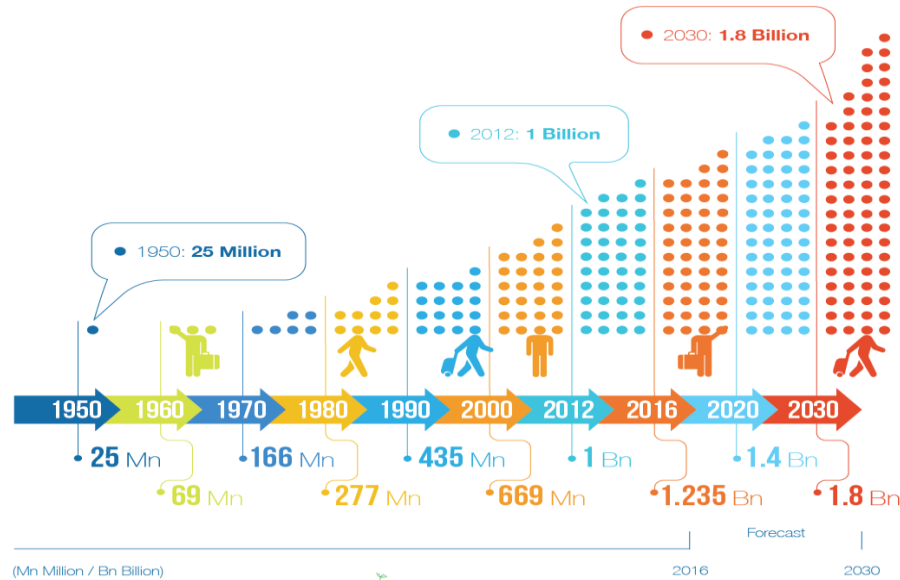
The overall mission of the Statistics Department consists of:

- 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.

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 ›

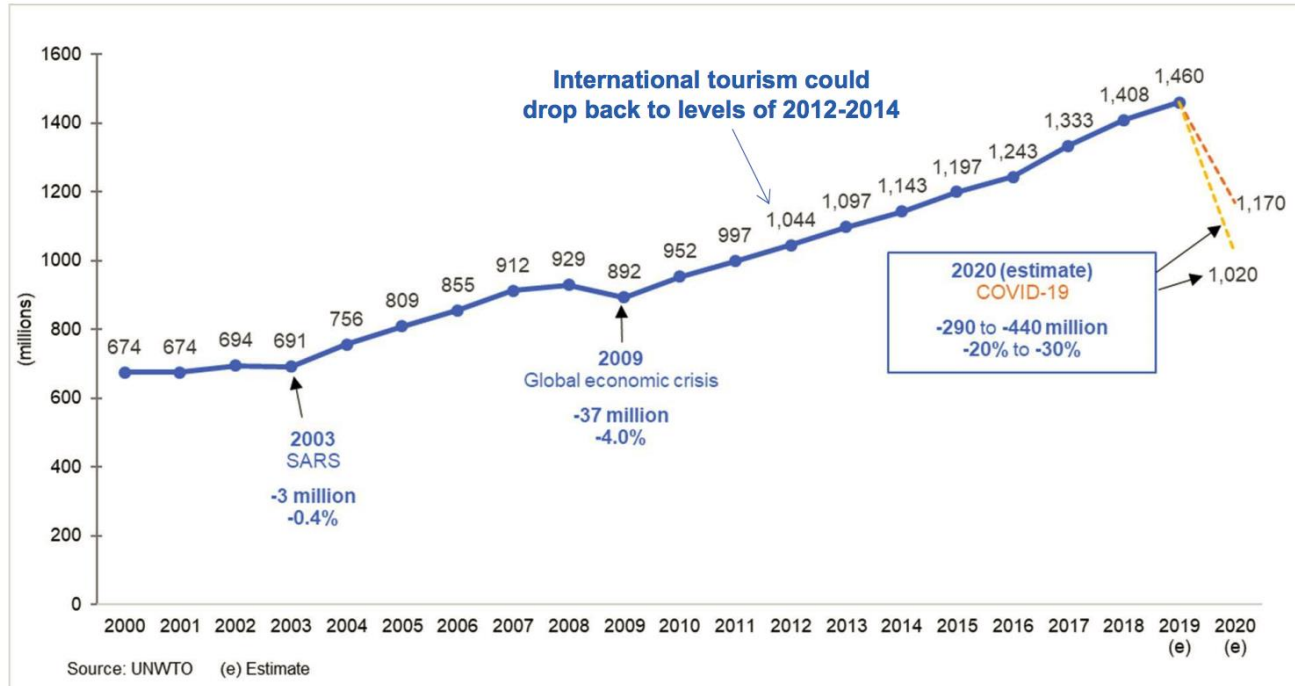
Los organizadores cancelan el Mobile World Congress de Barcelona por la crisis del coronavirus

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



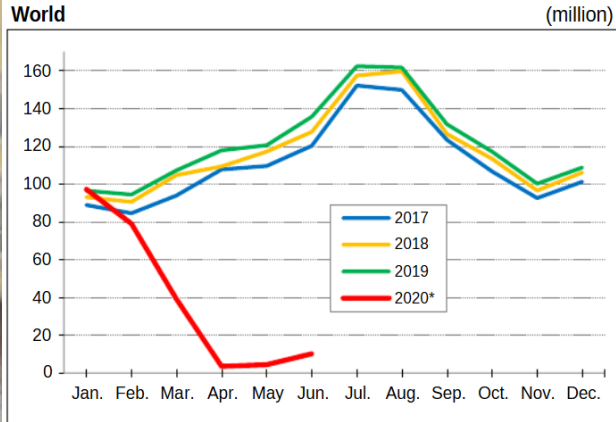
February 2020

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



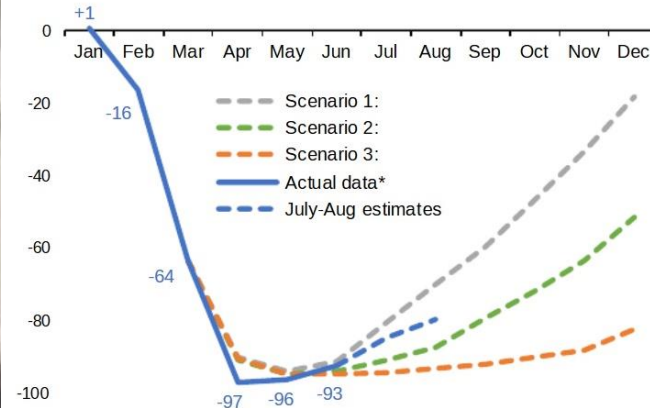


International Tourist Arrivals by month



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

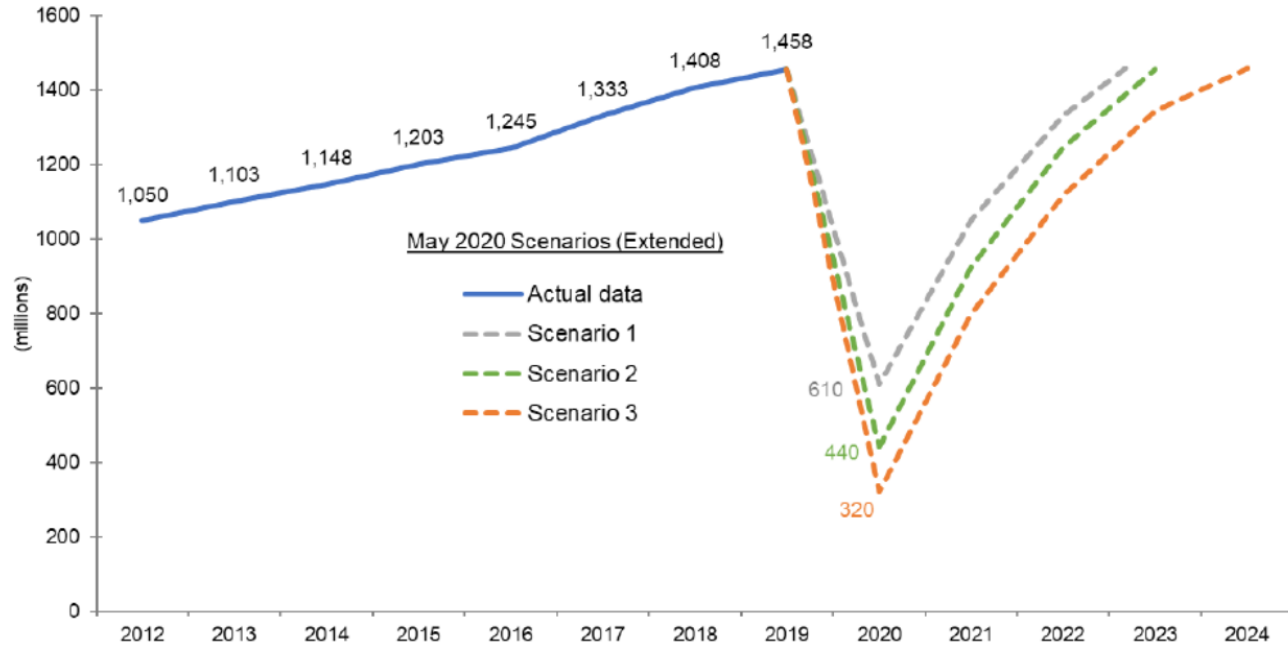
CORONAVIRUS TOURISM

Sánchez anuncia ayudas de 4.000 millones para el sector turístico

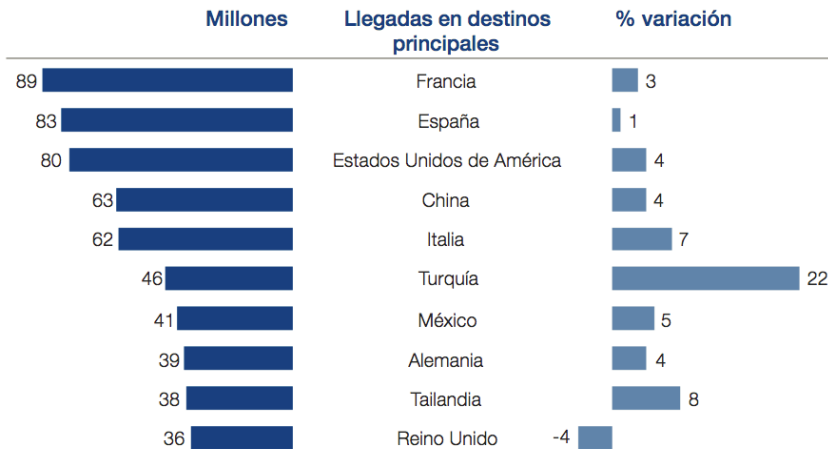
Carlos Rufas Yuste | Jueves, 18 de junio de 2020, 12:06

Spain will open borders to foreign tourists in July

International tourist arrivals: Future scenarios (millions)



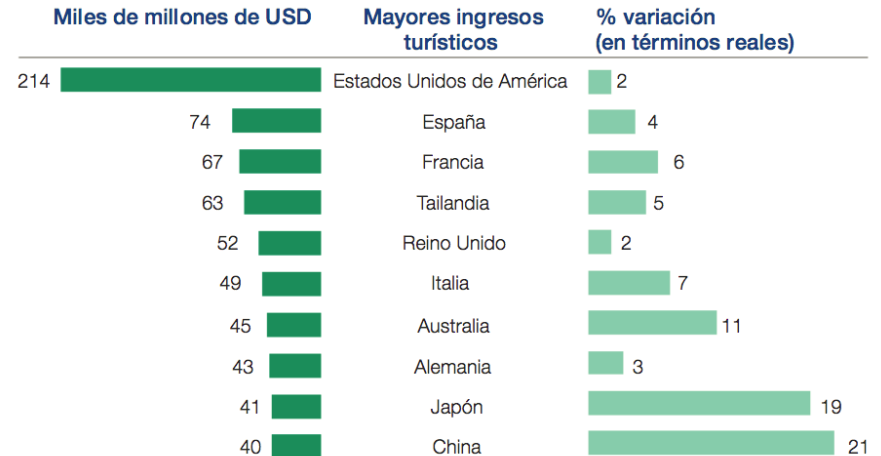
Los 10 principales destinos reciben el 40% de las llegadas mundiales



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).

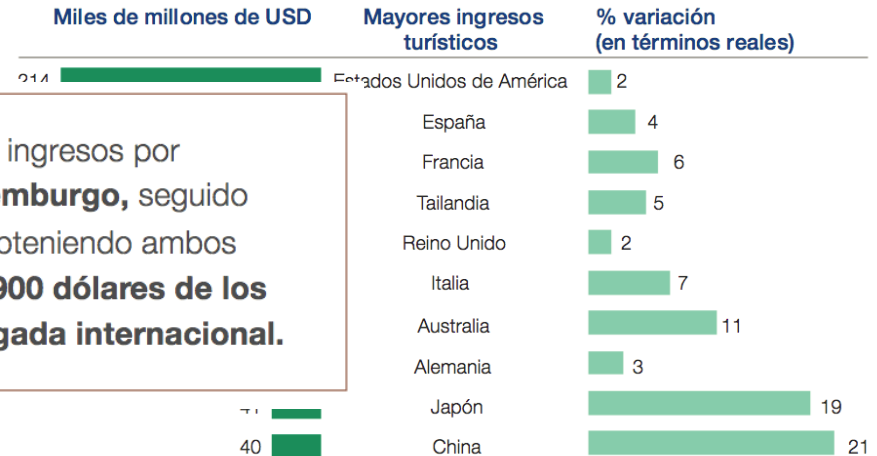
Los 10 principales destinos reciben el **40% de las llegadas mundiales**



¿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

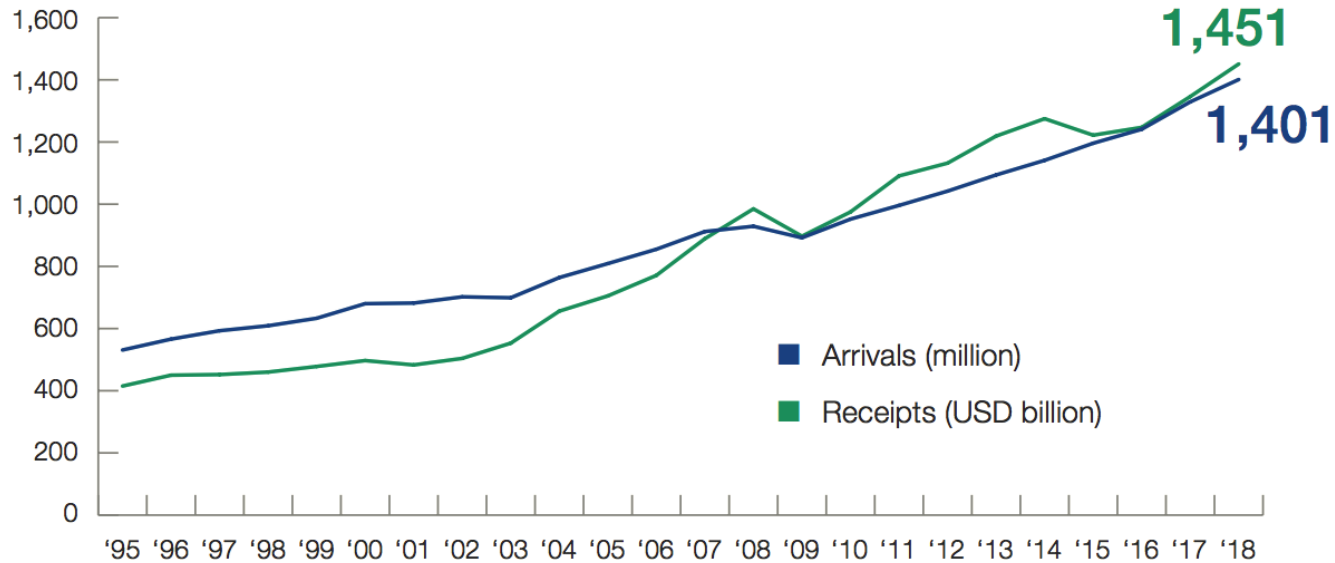
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

Diez destinos principales por ingresos por turismo internacional, 2018

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

International tourist arrivals and tourism receipts (% change)

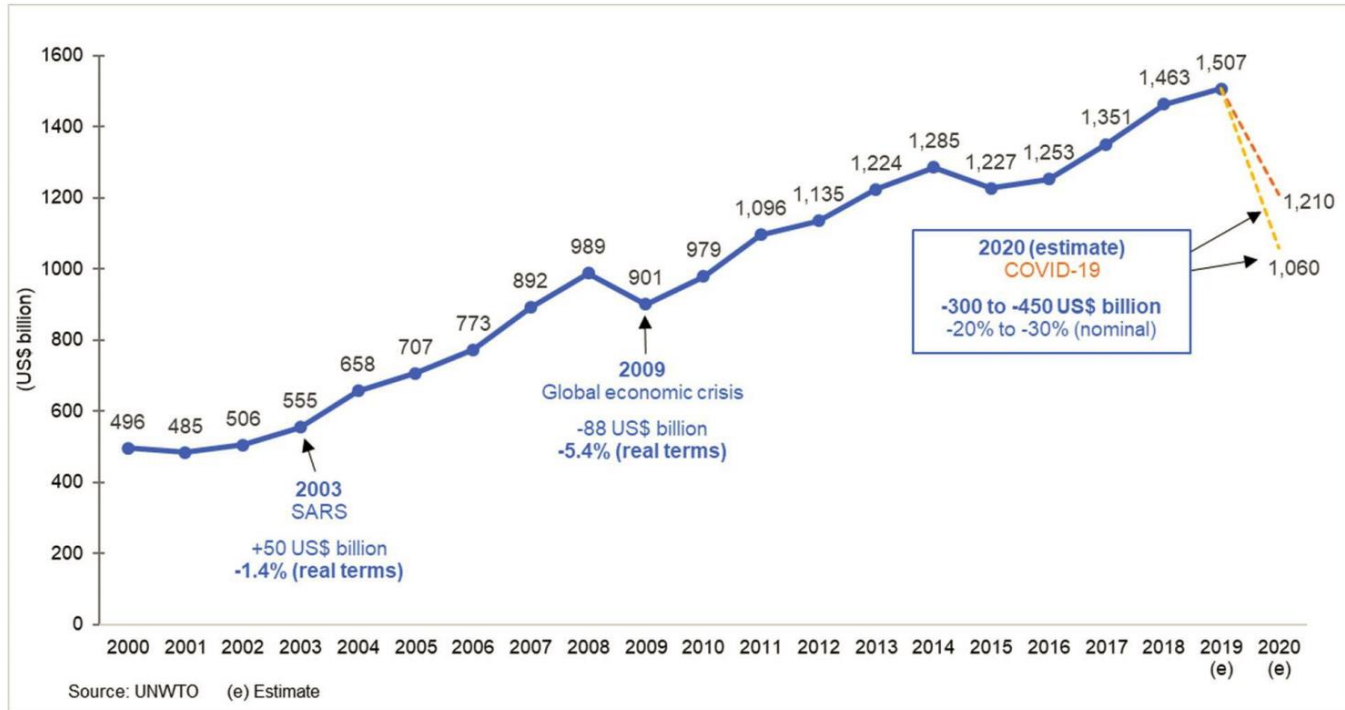
Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2019.



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

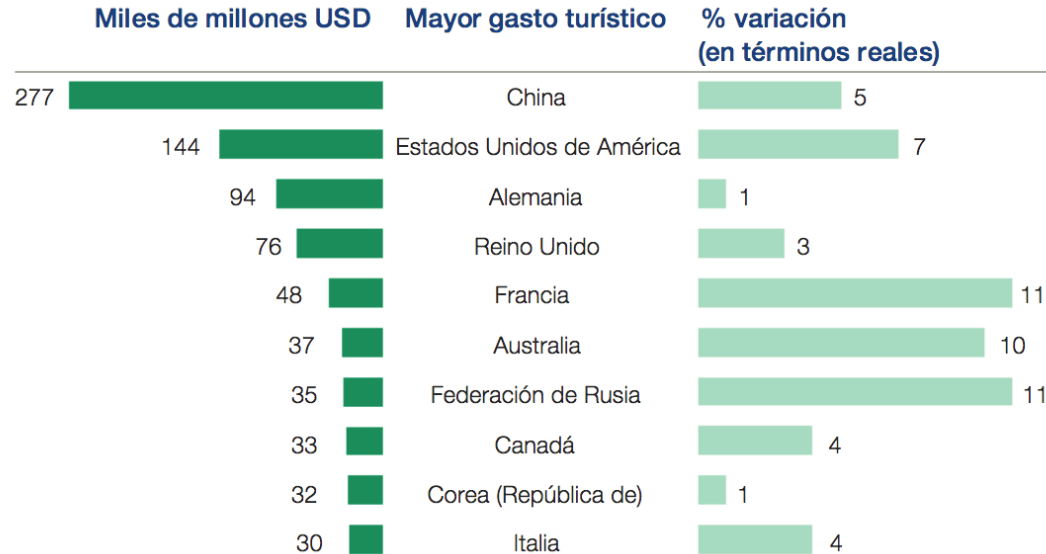
Source: World Tourism Organization (UNWTO), July 2019.

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	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)

Rank	Local currencies, current prices (% change over same period of previous year)																
	(USD billion)			Change (%)		2020*											
	'19	'18	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							







 IFEMA - Feria de Madrid › Próximos eventos

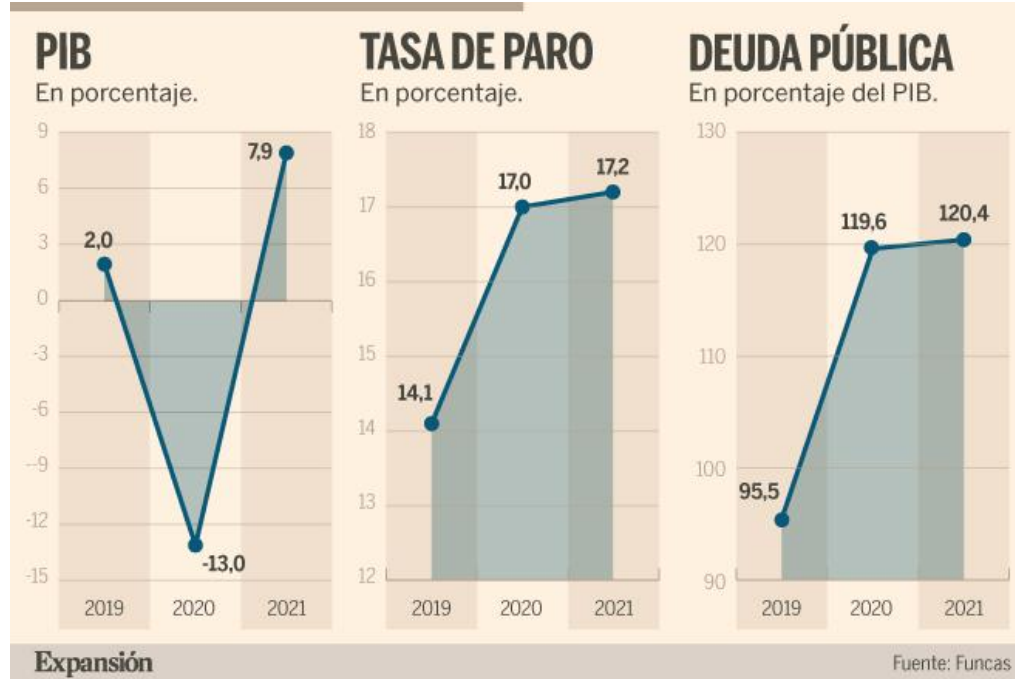
Postponed	Digital Enterprise Show	jue., 28 may. 9:30	Mañana	mié., 10 jun.	Tecma	mar., 16 jun. 8:00	Transport Infrastructure I...
mié., 20 may. 9:00	DES Digital Enterprise S...	mié., 3 jun. 9:30	Participación en Organic...	mié., 10 jun.	FORUM ON SUSTAINA...	mar., 16 jun. 22:00	MARC ANTHONY en Ma...
Postponed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



Variación de actividad post-coronavirus

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





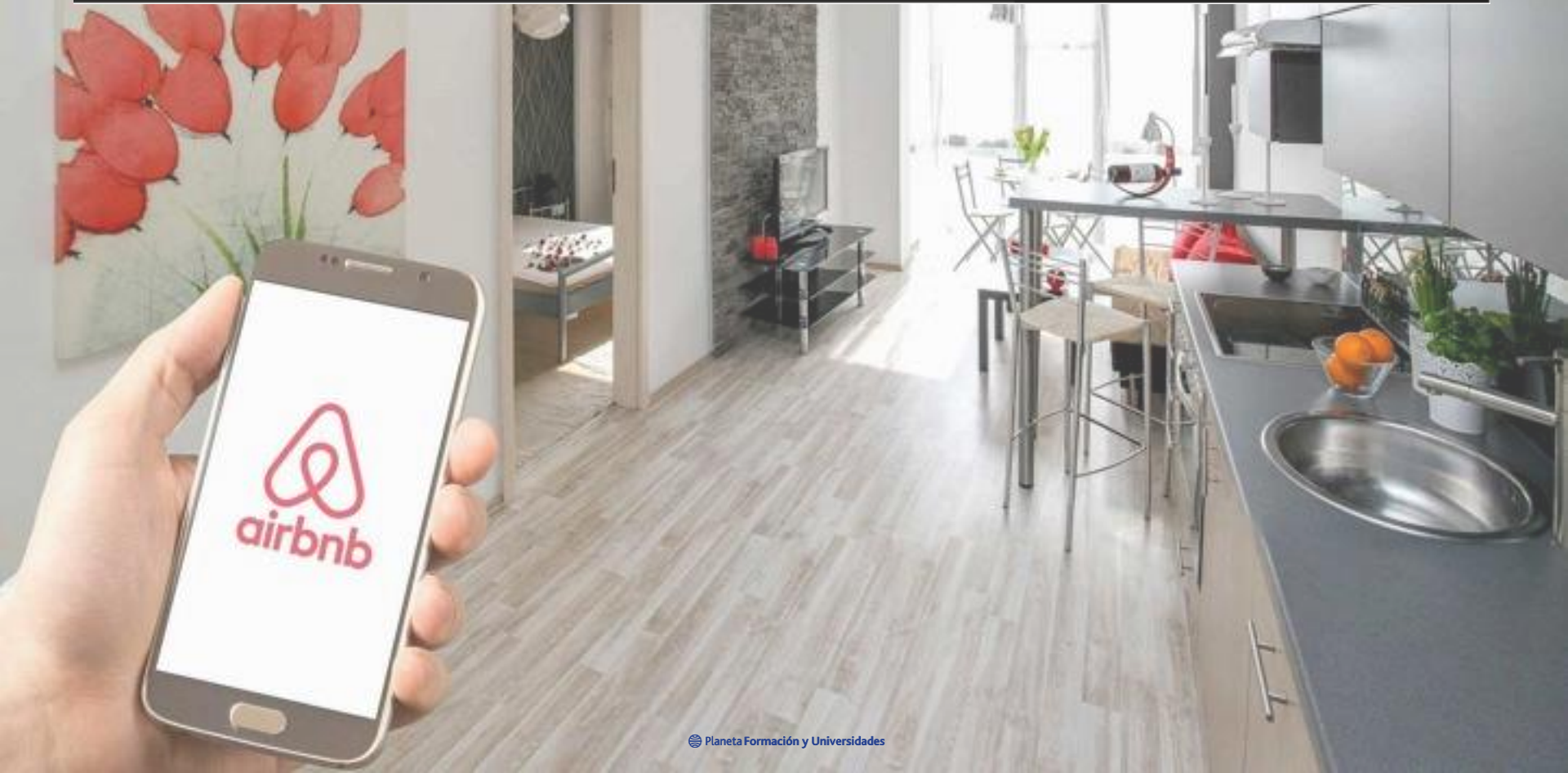


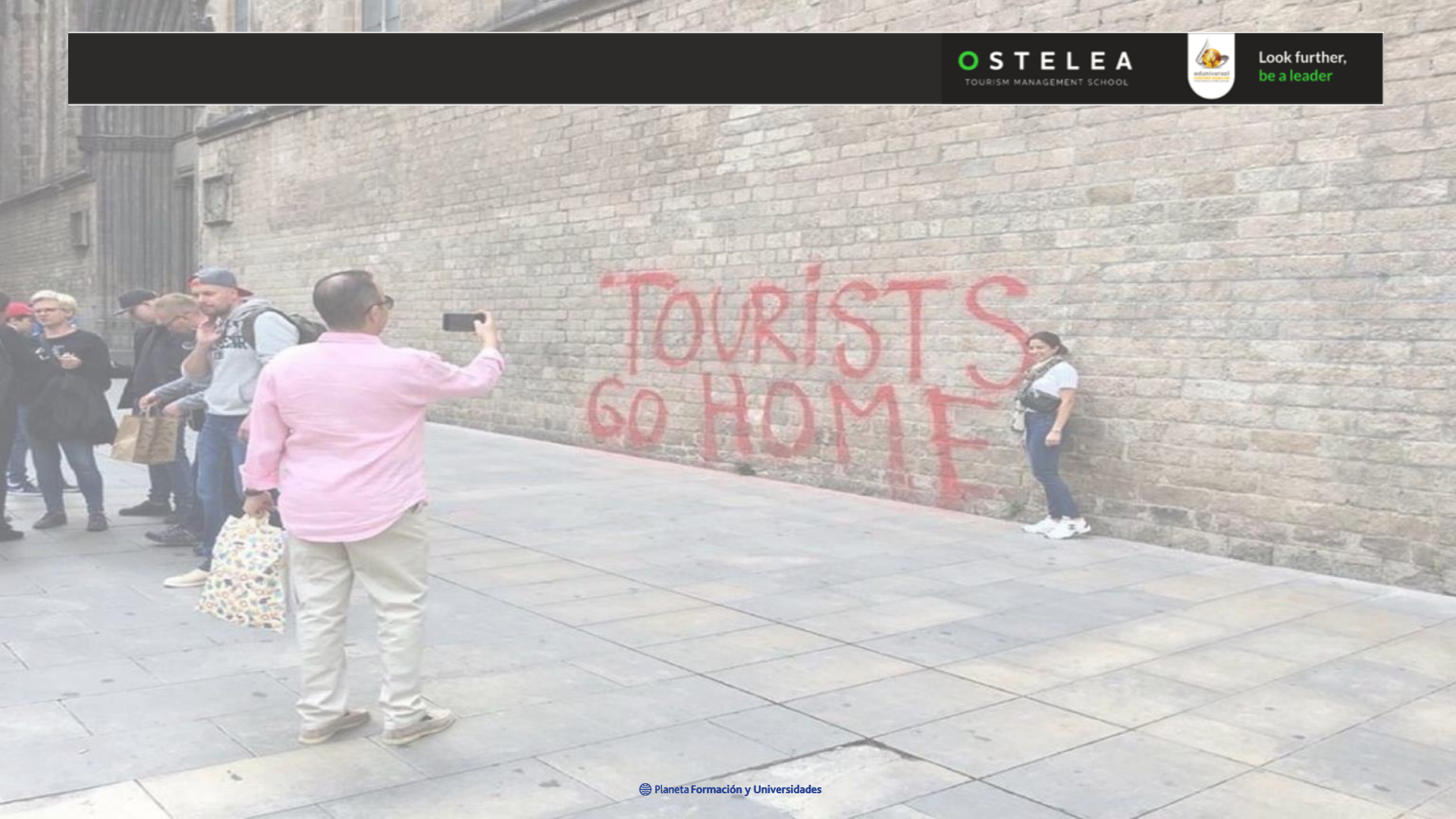
Turismo poscoronavirus: la innovación como única salida

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

🕒 23 ABRIL, 2020



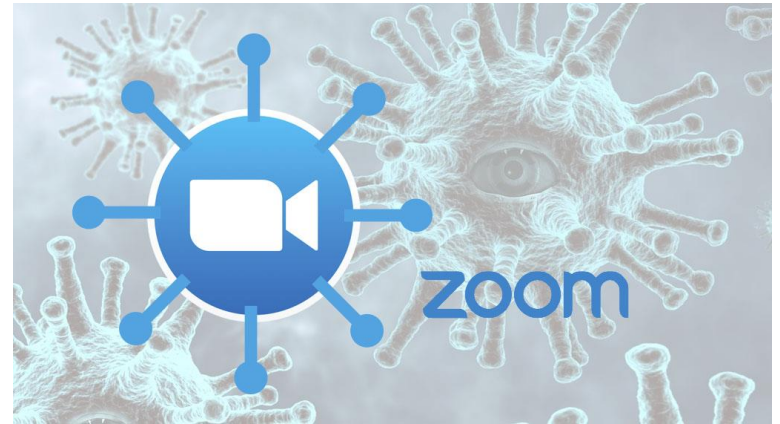














CASAS SALUDABLES Y EFICIENTES

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*

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*

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?

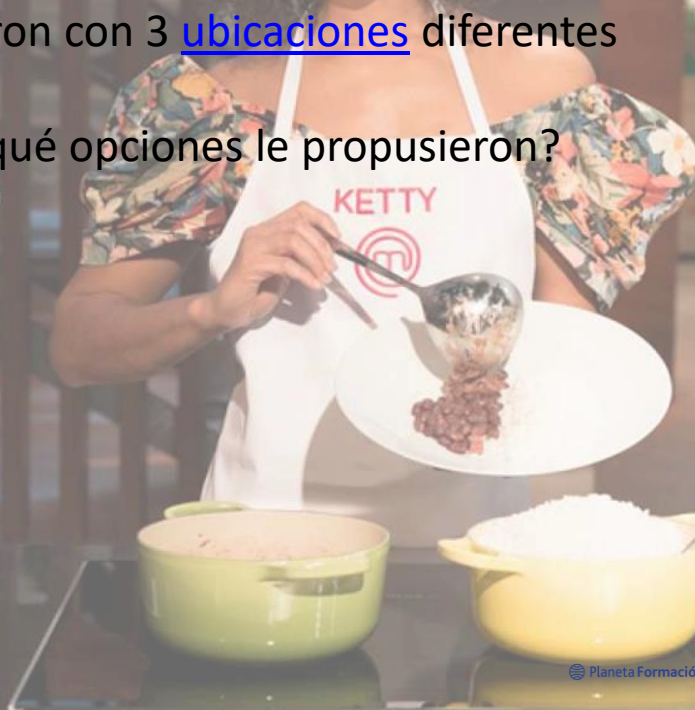
CLAVES:

Presupuesto. Bajo

Tipo de restaurante. Personal.

Ubicación. Madrid ciudad.

Financiación. Préstamo personal.



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

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

Ubicación: Alberto Alcocer, 47



La primera ubicación que recomendamos para Kitty 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:





VUELVE
MADREAT
STREET FOOD MARKET

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:  MADRID!
 MADRID/
DISTRITO
TETUÁN
 plaza

ORGANIZA:  WE
COOK
BRANDS
 MATEO
& CO.
www.mateoandco.es



¿Alguna opción ante la aparición del coronavirus?





CLASES

CALENDARIO

EQUIPO

RESERVAS

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