

**EMPRENDER E INNOVAR: CLAVES  
EN EL SECTOR TURÍSTICO POST COVID**

**Accetur**  
Accelerador Empresarial  
i de l'Accés dels Emprenedors  
al Mercat del Turisme.



## **JIMMY PONS**

20 años de experiencia en marketing digital e innovación en el Sector Turístico. Experto en formación online y presencial para el sector turístico. Profesor en EOI, EDEM, ESCP Europe y Director de masters de turismo sobre: Innovación, Marketing digital, sostenibilidad, mindful Travel. Emprendedor en proyectos de ecommerce en Internet y turismo desde 1997. Conferenciante en eventos nacionales e internacionales.

## **INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE PRODUCTO INNOVADOR EN EL SECTOR TURÍSTICO**

**MARTES. 6 JULIO**

**9.00-11.30 H.**

“Aplicación práctica de la innovación y la creatividad (speed thinking) a través de una hoja de ruta para sector turístico”.



# Introducción a la innovación

Una de las grandes claves de la innovación es poderla integrar en el ADN de la empresa, igual como fue implantado hace 25 años el concepto de calidad.





# De la calidad a la mejora continua y la excelencia

## NUEVOS MODELOS COMERCIALES

### Franquicias y cadenas toman el centro de Sevilla

- Más de un tercio de los negocios de las tres principales arterias comerciales del casco histórico, Avenida, Tetuán y Sierpes, está ya en manos de conocidas marcas. En la calle Tetuán suponen nada menos que el 50%



Si quieres ser irremplazable tienes que ser diferente. Coco Chanel



O eres diferente o eres el más\* barato. Guy Kawasaki

\*Añadido a la frase de Guy Kawasaki



# Innovación y sostenibilidad claves para reactivar el sector

**Edición España.** Encuentro de la industria turística en Sevilla

## Innovación y sostenibilidad, claves para reactivar el sector

🕒 26 NOVIEMBRE, 2020

🐦 *El sector, reunido en Sevilla, lanza el mensaje de que los viajes son seguros gracias a las tecnologías y a los protocolos de seguridad*

🐦 *El secretario de Estado Fernando Valdés destacó que los fondos de recuperación europeos van a permitir la modernización del sector*

🐦 *El turismo no superará todo el impacto de la pandemia del coronavirus hasta dentro de dos o tres años*

La calidad ya no está en los titulares del sector

Referencia |

[https://www.hosteltur.com/140794\\_innovacion-y-sostenibilidad-claves-para-reactivar-el-sector.html](https://www.hosteltur.com/140794_innovacion-y-sostenibilidad-claves-para-reactivar-el-sector.html)



## Desde Europa nos lo van marcando

The screenshot shows the HOSTELTUR website with a navigation bar containing: HOTELES Y ALOJAMIENTOS, DISTRIBUCIÓN, ECONOMÍA, TRANSPORTES, and INNOVACIÓN. Below the navigation bar are two buttons: REBROTOS CORONAVIRUS and CORONAVIRUS. The main content area features a sub-header 'Edición España' followed by the text 'No son un cheque en blanco para España sino que la UE marca los objetivos'. The main headline reads 'Fondos europeos: sólo para tecnología, medio ambiente y capital humano'. A large black banner with white text contains the phrase 'TECNOLOGÍA+MEDIO AMBIENTE+PERSONAS'. At the bottom left, a clock icon indicates the date '26 SEPTIEMBRE, 2020'.

Referencia | <https://bit.ly/33Rlwxb>



## 5 pilares de la innovación. Una visión personal



Centrados Cliente  
Interno-Externo  
Colaboradores



Sostenibilidad

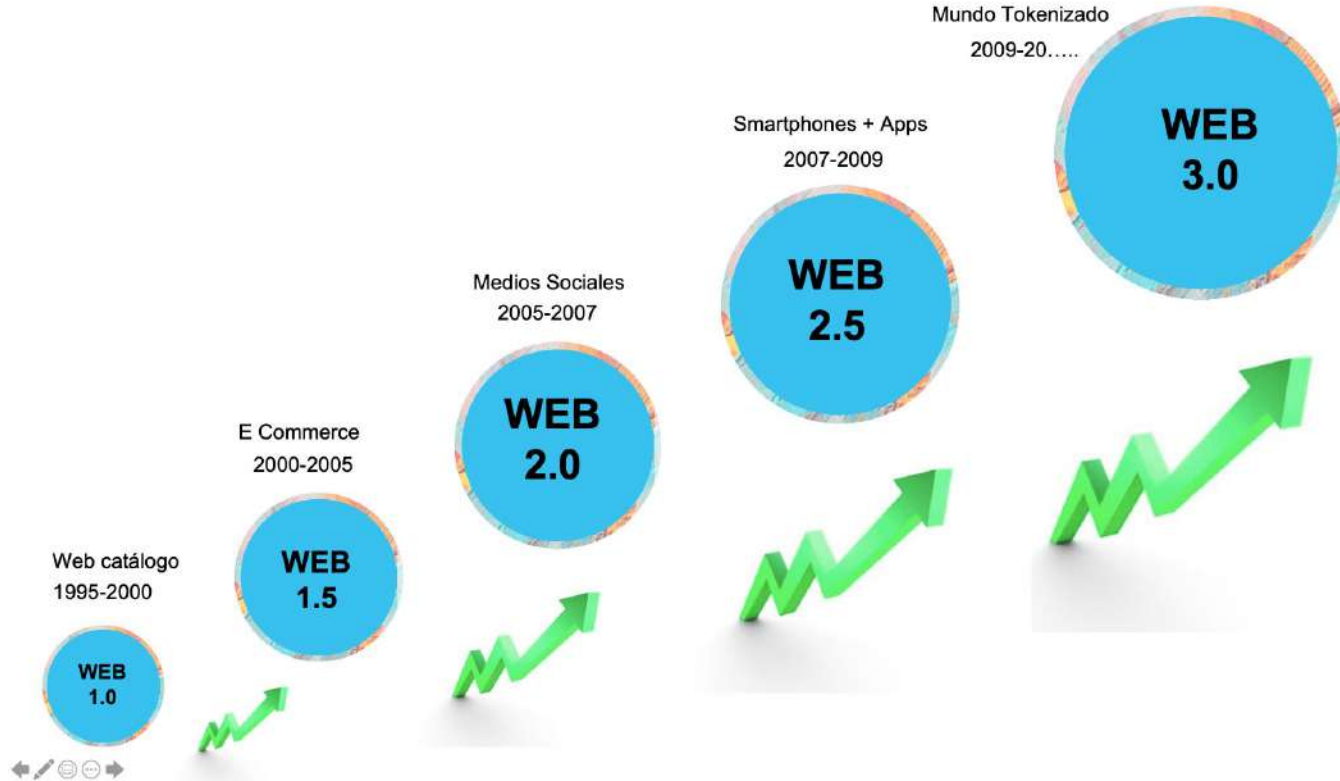


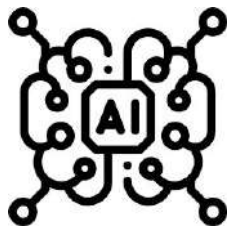
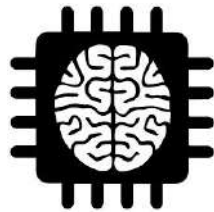
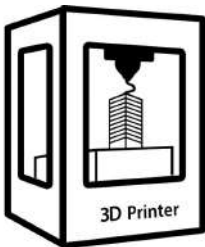
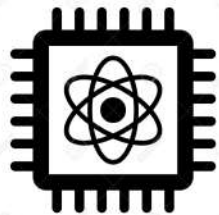
Tecnología





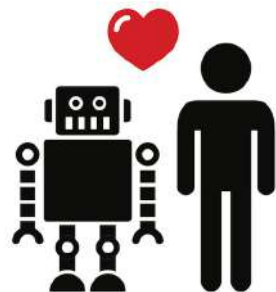
# R-evolución constante de la web





**6G**

**¿2030?**





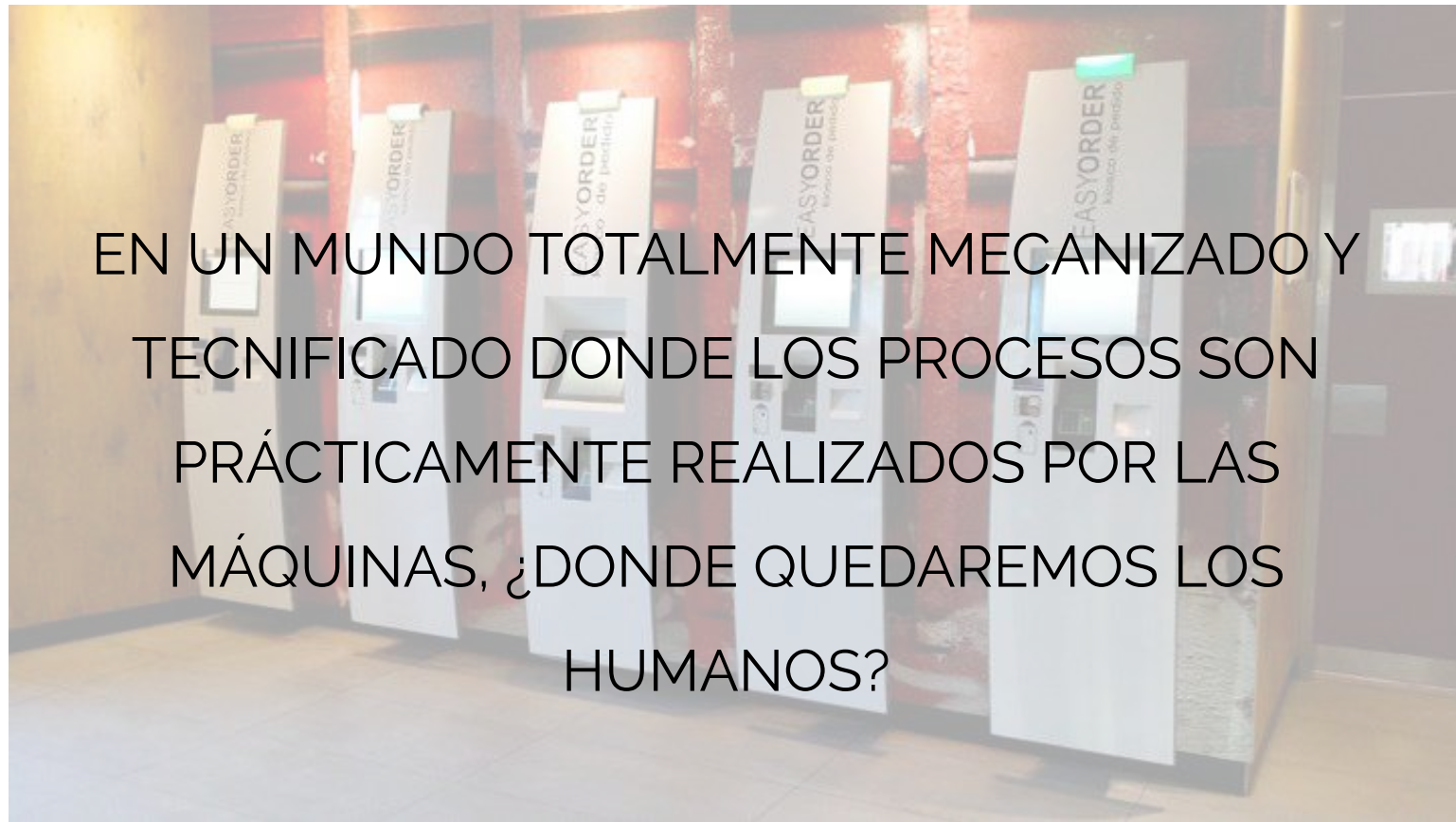
# Hay también otra agenda para el 2030, pero hoy no toca

PLANOS DE TRABAJO	TEMAS	ODS A LOS QUE CONTRIBUYE	PILARES AGENDA 2030
EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL	1. Un turismo sostenible e integrado en la economía local Rec. 1-7		Personas y prosperidad.
	2. Innovación y tecnología para competir mejor y reducir el impacto Rec. 8-3B		Prosperidad.
EL TERRITORIO	3. Turismo y protección del patrimonio natural y cultural Rec. 19-31		Planeta y prosperidad.
	4. Uso eficiente de los recursos y consumo responsable Rec. 32-44		Planeta y prosperidad.
LAS PERSONAS	5. Sensibilización creando conciencia Rec. 45-56		Personas y planeta.
	6. Igualdad, inclusión y género en turismo Rec. 37-67		Personas y prosperidad.
	7. Formación, competencias profesionales y empleo digno Rec. 68-75		Personas y prosperidad.
LA GOBERNANZA TURÍSTICA	8. Planificación del destino Rec. 76-81		Prosperidad, planeta, paz y alianzas.
	9. Alianzas y participación Rec. 82-8B		Planeta y alianzas.
	10. Gestión turística local sostenible y medición Rec. 89-100		Personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas.





## La automatización ya está aquí



EN UN MUNDO TOTALMENTE MECANIZADO Y  
TECNIFICADO DONDE LOS PROCESOS SON  
PRÁCTICAMENTE REALIZADOS POR LAS  
MÁQUINAS, ¿DONDE QUEDAREMOS LOS  
HUMANOS?



## Más restaurantes pero contratan menos trabajadores





## Robótica en procesos mecánicos



Referencia | <https://youtu.be/ow-q2RCAYT0>



¿Qué pasará cuando llegemos a la singularidad tecnológica

¿QUÉ PASARÁ CUANDO LA  
INTELIGENCIA ARTIFICIAL SEA MÁS  
EFECTIVA QUE LA INTELIGENCIA  
COGNITIVA?



## Experiencia de cliente ¿Customer Centric? ¿Desde cuando?

Y llegaron las redes sociales y las opiniones abiertas de los consumidores.

Al "Customer Centric" (Cliente externo) del S XX.

En el S XXI hay que añadirle una capa de "Human Centric" (Cliente externo, interno y colaboradores)





# Cultura Human Centric para una Nanopyme





Necesitamos por lo menos 4 inteligencias para liderar



**Cognitiva**



**Artificial**



**Emocional**



**Espiritual**

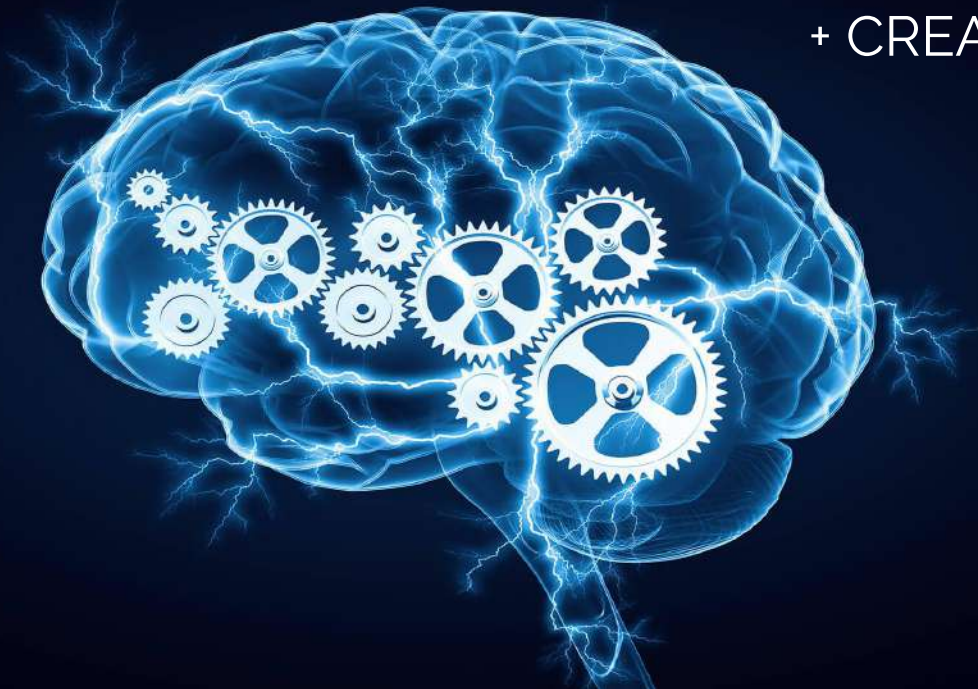
¿Y TÚ CON CUÁNTAS TE MANEJAS?



Inteligencia cognitiva. Tienes experiencia o antigüedad

**NO BASTA TENER AÑOS ANTIGÜEDAD**

**+ CREATIVIDAD**





# Los luditas se rebelaron contra las máquinas del Siglo XIX

**HISTORIA** NATIONAL GEOGRAPHIC

ACTUALIDAD ANTIGUO EGIPTO ANTIGUA ROMA EDAD MEDIA PERSONAJES TESTS

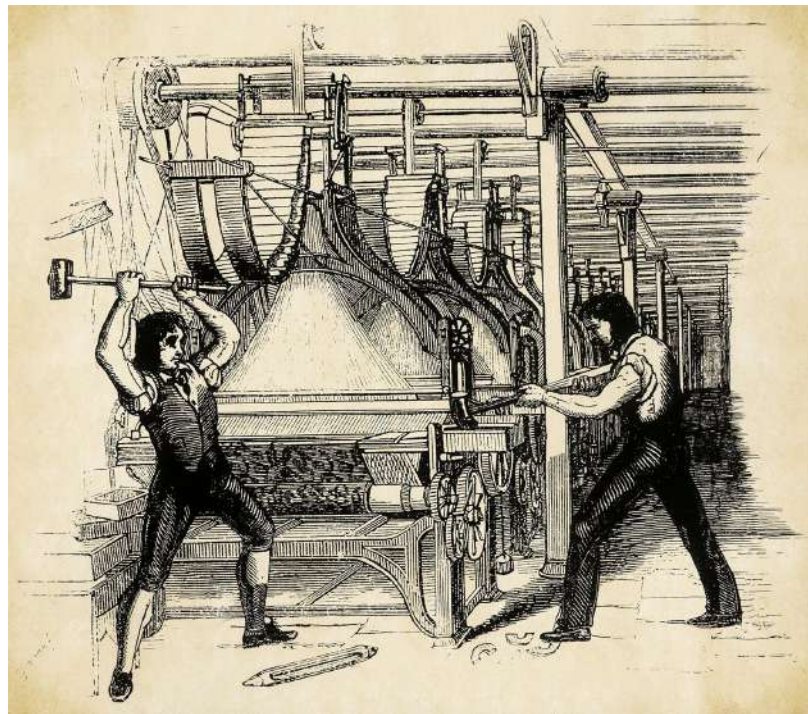
Temas / Revolución Industrial

CONFLICTO OBRERO EN EL SIGLO XIX

## LUDITAS, LA GRAN REBELIÓN CONTRA LAS MÁQUINAS DEL SIGLO XIX

Entre 1811 y 1816, miles de soldados ingleses combatieron a los luditas, que destruían la maquinaria textil como protesta por la degradación de sus condiciones de trabajo y de vida

*Ferran Sánchez*





## Inteligencia artificial



**Don't fear intelligent machines. Work with them. Garry Kasparov**  
**No tengas miedo a las máquinas. Trabaja conjuntamente con ellas**



# Inteligencia emocional Habilidades para sobrevivir al siglo XXI

informativos TELECINCO LO ÚLTIMO SOCIEDAD SALUD NACIONAL INTERNACIONAL VIRAL EL TIEMPO HOY TECNOLOGÍA CULTURA CIENCIA

## Las dos únicas habilidades necesarias para sobrevivir en el siglo XXI, según el historiador y filósofo Yuval Noah Harari

Redacción/Informativos Telecinco  
27/09/2020 · 18:40h



El historiador y filósofo Yuval Noah Harari. REUTERS

- La estabilidad mental y la inteligencia emocional serán la clave para reinventarnos.
- Marcarán la diferencia entre los que se adaptan y los que sucumben en el siglo XXI

-La estabilidad mental y la inteligencia emocional serán la clave para reinventarnos

-Marcarán la diferencia entre los que se adaptan y los que sucumben en el siglo XXI



## Inteligencia espiritual. El secreto de Ricky Rubio

**“Medito todos los días: me despierto diez minutos antes de lo habitual; no hay un momento mejor”**

**Ricky Rubio**

@rickyrubio9



---

### Las ausencias

**“La muerte de mi madre cambió mi escala de valores: perder un partido era una minucia”**

---

---

### LAS DUDAS

**“No pensé en dejar el baloncesto, pero sí que dejé de disfrutarlo: sólo quería desaparecer”**

---

---

### La motivación

**“Tras la lluvia, cuando aparece el sol, lo aprecias de verdad; la vida es difícil pero intento saborearla”**

---



# ¿Volveremos a como era la vida antes? Tendremos que estar muy atentos a la evolución

EL PAÍS

ECONOMÍA



SUSCRÍBETE



INICIAR SESIÓN

## “Asumir que todo será igual tras la pandemia es un error”


La catedrática de Berkeley Ulrike Malmendier cree que el trauma de la crisis promoverá el ahorro, desincentivará a los emprendedores y marcará a los jóvenes



La catedrática de Berkeley, Ulrike Malmendier. FUNDACIÓN BBVA

P. Traducido a los tiempos actuales. ¿Volveremos a ser como antes de la pandemia?

R. Creo que a menudo en la mente de la gente está que si todo vuelve a ser como antes de la crisis, todo estará bien. Y lo que yo digo es que incluso si en marzo de 2021 volviéramos por arte de magia a la situación de antes de la pandemia, asumir que todo será igual es erróneo. Aquellos que han sufrido la crisis harán elecciones de consumo, trabajo, educación y ahorro diferentes. Habrá una generación completa marcada por esta crisis.

A photograph of a park at night. A path made of small, glowing blue stones leads from the foreground towards the background. To the left of the path, there is a wooden park bench. The path is flanked by grass and trees. The trees are illuminated from behind, creating a warm, golden glow. The overall scene is serene and contemplative.

¡Uno de los días más importantes de tu vida, es cuando encuentras el propósito y la razón de tu existencia!



PASIÓN

LO QUE  
AMAS

MISION

EN LO QUE  
ERES BUENO

FELIZ  
PERO  
POBRE

LO QUE  
NECESITA  
EL MUNDO

PROFESIÓN

POR LO QUE  
TE PAGAN

VOCACIÓN

PASIÓN

LO QUE  
AMAS

MISION

EN LO QUE  
ERES BUENO

SENTIMIENTO  
DE  
FRACASO

LO QUE  
NECESITA  
EL MUNDO

PROFESIÓN

POR LO QUE  
TE PAGAN

VOCACIÓN



PASIÓN

LO QUE  
AMAS

MISION

EN LO QUE  
ERES BUENO

VIDA  
SIN  
PROPÓSITO

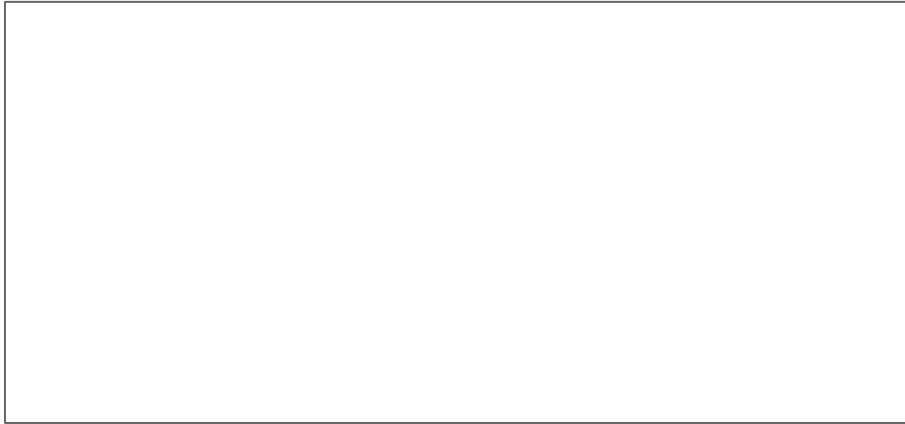
LO QUE  
NECESITA  
EL MUNDO

PROFESIÓN

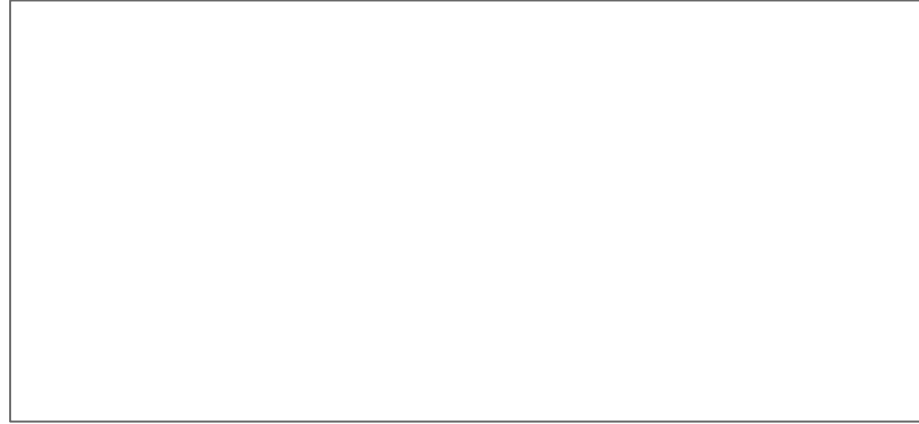
POR LO QUE  
TE PAGAN

VOCACIÓN

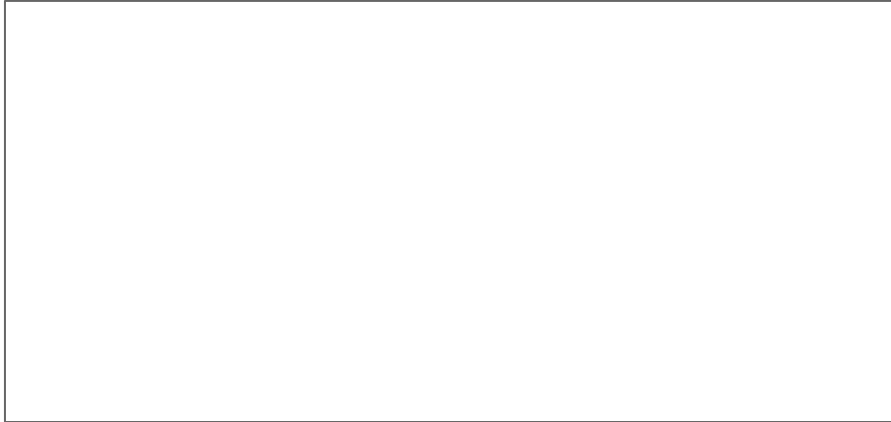
LO QUE AMO



POR LO QUE ME PAGAN



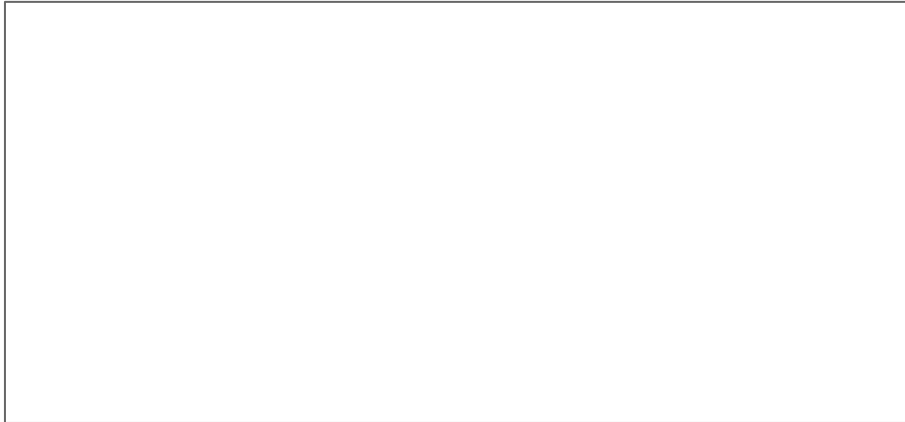
EN LO QUE SOY BUENO



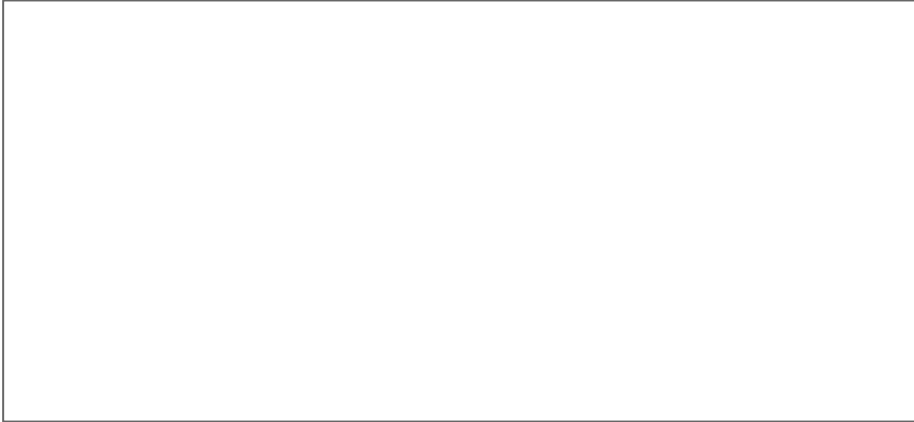
LO QUE NECESITA MI ENTORNO



LO QUE LLEVO MAL



LO QUE ME GUSTARÍA TENER EN UN FUTURO



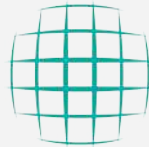
EN LO QUE TODAVÍA TENGO QUE MEJORAR



# Creatividad antes de la innovación

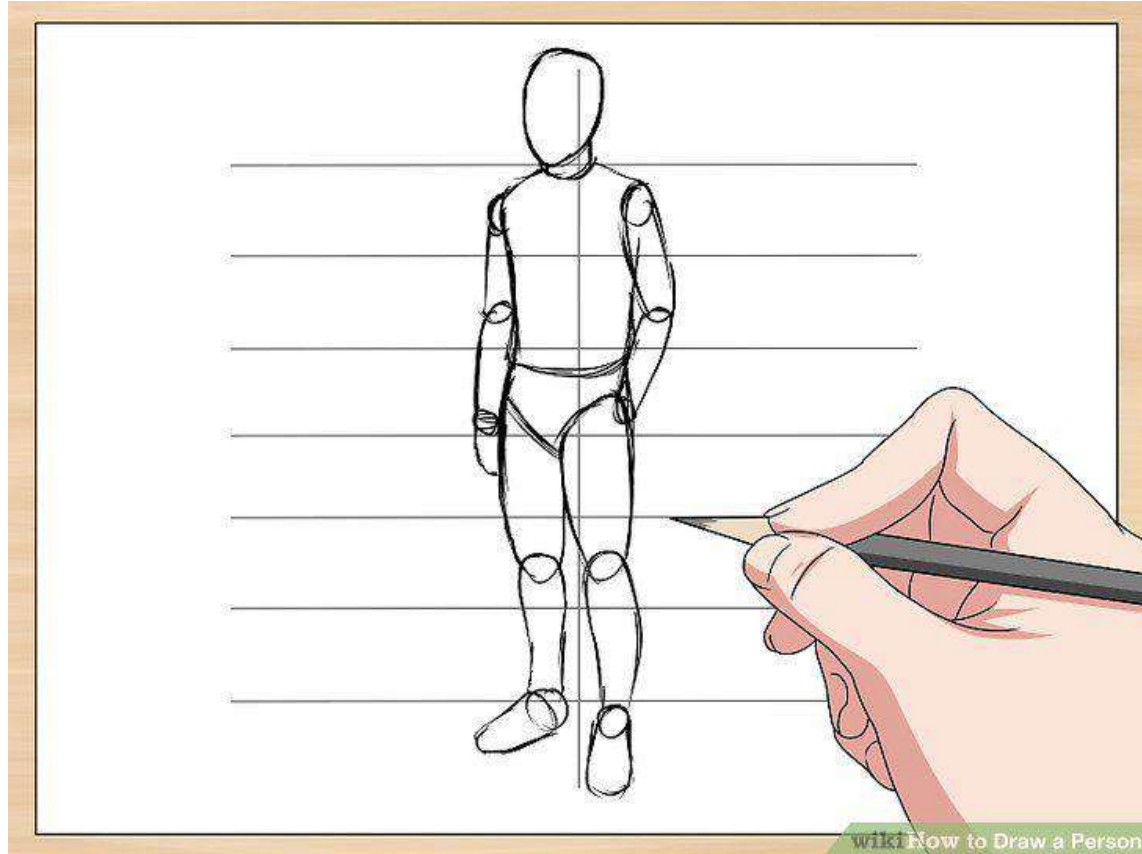


La creatividad es la antesala de la innovación, todos podemos ser creativos, pero nos falta sistematización





# La creatividad no es ser un afamado creativo o saber dibujar





# Asesinos de la creatividad

MEDIALAB USAL

Experimentación digital

Innovación educativa

Espacio de creatividad

Innovación social

Actividades

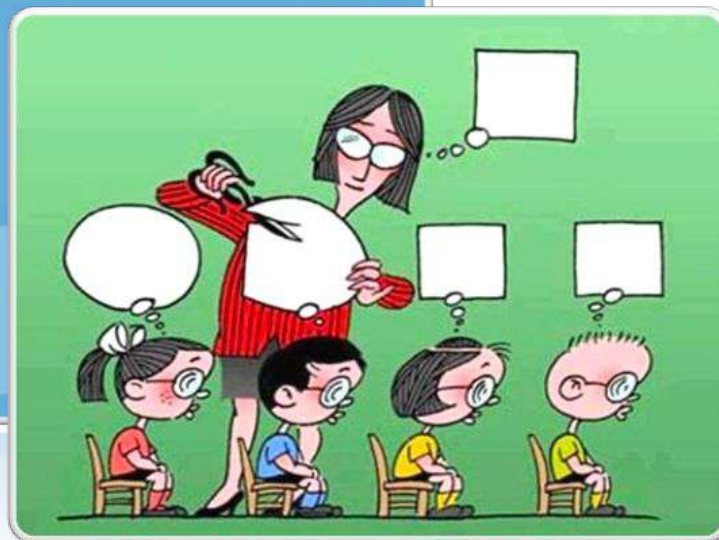


Escuela Universitaria de Magisterio de Zamora

## La escuela mata la creatividad II

creatividad II

La escuela mata la creatividad II





# La creatividad se entrena





# Speed Thinking

Speed Thinking trata de escapar de tu punto de vista hacia una mejor solución

**Referencia** | Adaptado de Michael Hewitt-Gleeson, The School of Thinking



Traditional thinking



Speed thinking





# La fórmula del Speed Thinking

9 en 2

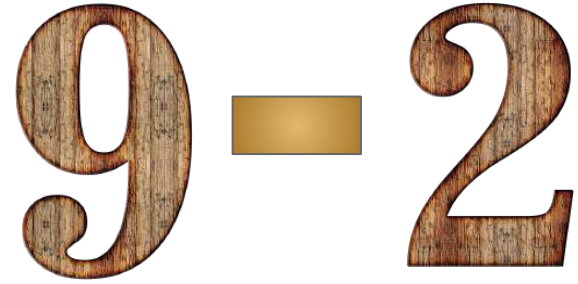
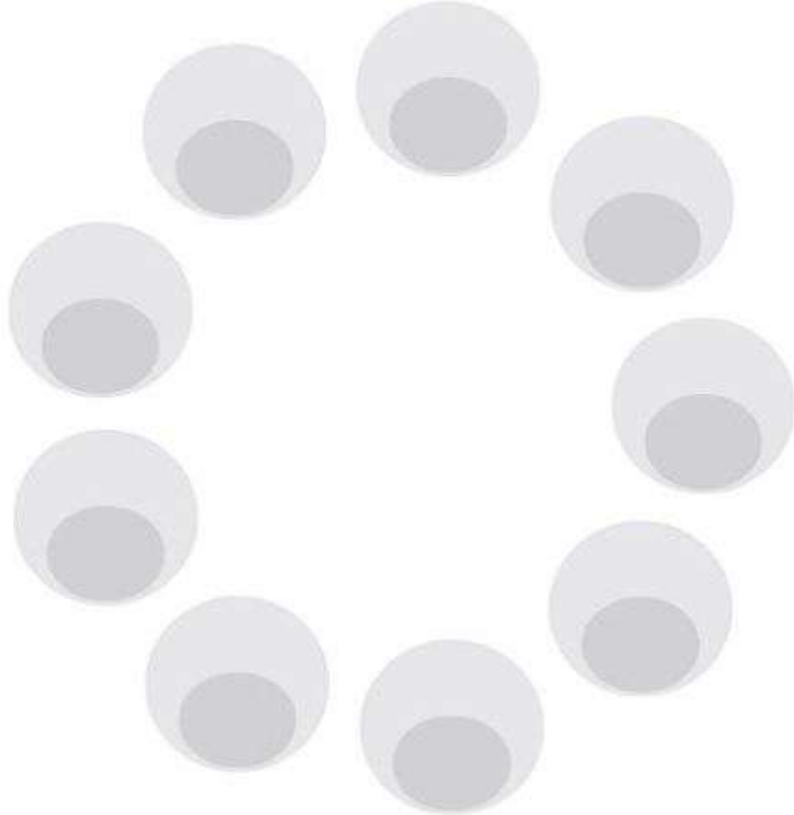


9 ideas en 2 minutos





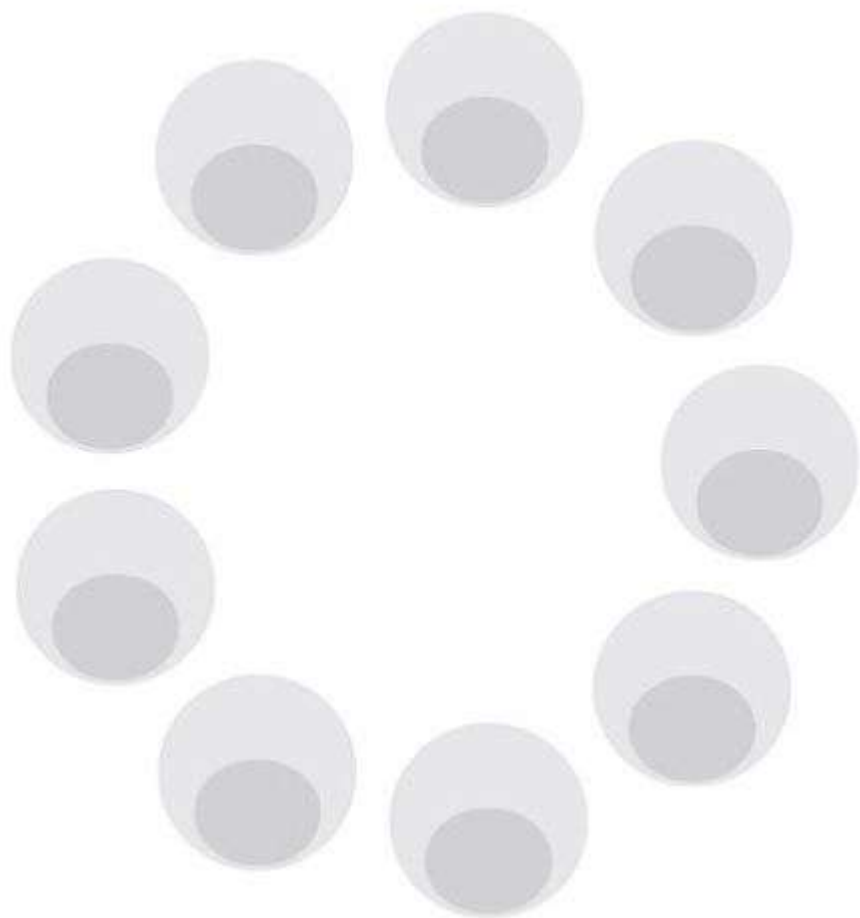
## 9 ideas en 2 minutos



Lista 9 planes para un fin de semana especial (2 mins), valora cada idea del 1 al 10 (20 segundos), mejora el plan más valorado 9 veces (2 mins)

Speed Links Reto: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_



Preparar  
Comida  
especial  
juntos

Cena  
especial

1 día para  
nosotros  
Sin Unai

Escapada  
Galicia

Salida  
senderismo

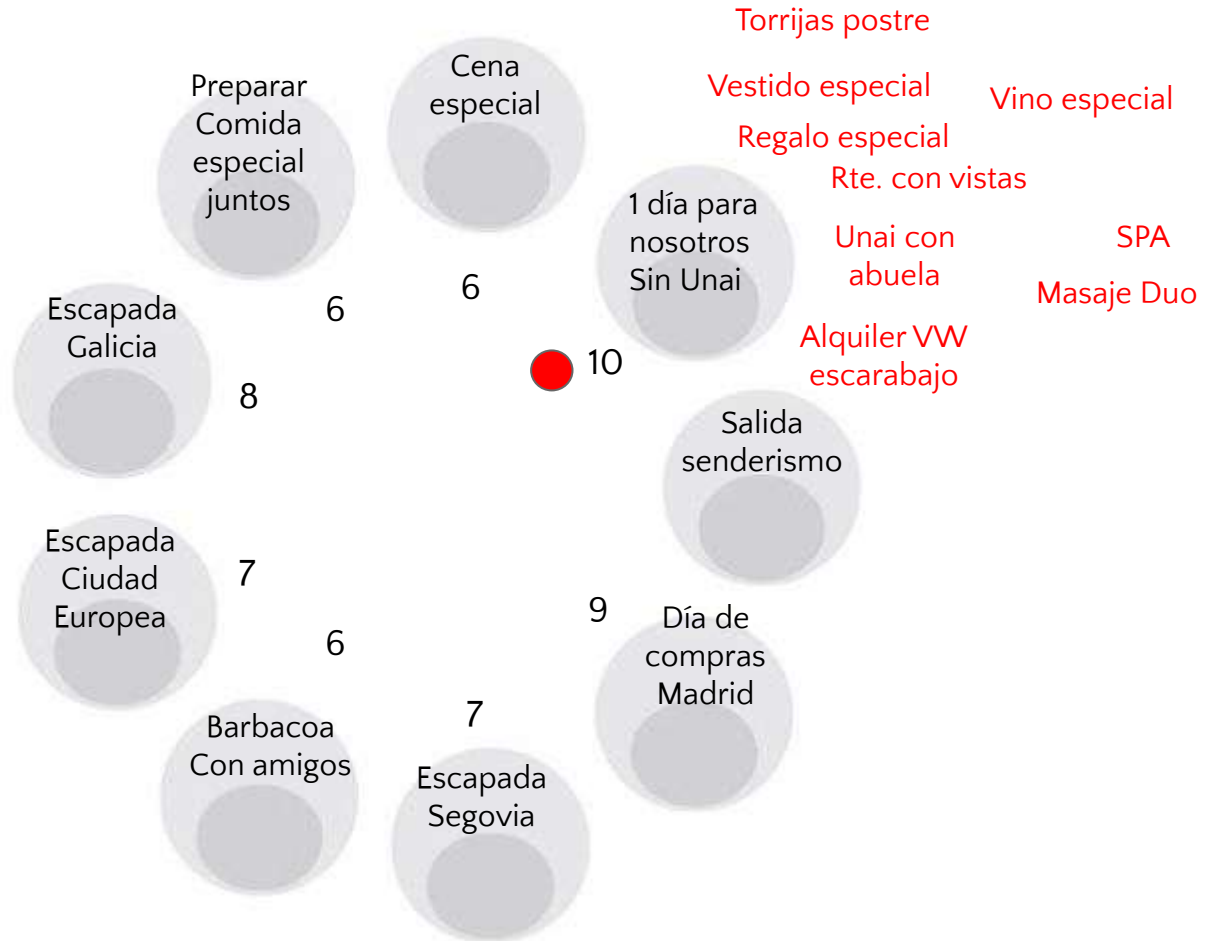
Escapada  
Ciudad  
Europea

Día de  
compras  
Madrid

Barbacoa  
Con amigos

Escapada  
Segovia







# Speed Thinking

Aplicado al mundo profesional y de la empresa





## Speed Thinking

Si lo aplicamos al mundo profesional, Speed thinking es un sistema que permite a cualquier persona o equipo acelerar el ritmo al que se suele pensar y actuar

Referencia | Ken Hudson





## Speed Thinking

El objetivo es generar algo de valor potencial muy rápido, como...

- Crear un nuevo conjunto de ideas
- Resolver situaciones críticas con más velocidad
- Tomar decisiones con más rapidez
- Crear productos innovadores e introducirlos más rápido en el mercado
- Conducir reuniones más cortas y productivas

**Speed Thinking** se puede aplicar diariamente para el proceso de resolución de problemas, a la generación de ideas o a la toma de decisiones y lo podemos aplicar en la conducción de reuniones, gestión de proyectos, servicio a nuestros clientes, desarrollo de nuevos productos o en la conducción de sesiones de grupo en la investigación de productos.

Nuestro **sistema educativo** nos ha enseñado que el **proceso de “pensar”** es un **proceso serio y rígido** que sigue unos **pasos muy meditados** y que **no puede hacerse de forma acelerada**. Es momento de revisar esas normas.

**¡Bienvenidos al cambio!**



## Diferencias en el método

TRADITIONAL THINKING	SPEED THINKING
Obtener la respuesta correcta	Empezar a pensar y crear ideas
Ganar una discusión	Generar movimiento
Filtrado	Natural
Basado en el análisis crítico	Al borde del inconsciente
Sin prisas	Aceleración del ritmo evita el filtrado de posibles ideas o soluciones
Serio, racional	Generador de energía

*Speed Thinking ofrece lo mejor de los dos mundos, da estructura a la intuición y velocidad al análisis*



# A quién va dirigido

Público objetivo:

- Directivos
- Jefes de equipo
- Propietarios
- Coaches
- PYMEs
- Profesores
- Consultores
- Entrenadores
- Recursos humanos
- Estudiantes
- ...





# Objetivos

## Cómo hacer más

- Trabajo
- Cambios
- Ventas
- Crecimiento
- Inversión en uno mismo
- Tiempo con amigos y familia

## con menos

- Tiempo
- Personal
- Recursos
- Dinero
- Energía
- Dependencia del cliente

**Trabajar más duro y más tiempo sólo te puede llevar a un estado de estrés.**



## Beneficios



- ★ Incremento de productividad
- ★ Reducción de la dilación
- ★ Reuniones más cortas y mejores
- ★ Fortalecer la creatividad y la innovación
- ★ Más rapidez en la toma de decisiones
- ★ Sentirse más enérgico / motivado
- ★ Ejercitar el cerebro

**Speed tip:** Nuestro cerebro tiene gran capacidad para dividir en partes, es decir, podemos aprender y memorizar mucha más información fragmentándola (simplifica).



# Práctica en Speed Thinking

Desarrollo del hemisferio derecho creando espacios seguros para pensar de forma creativa.





## 9 ideas en 2 minutos

Lista 9 formas de mejorar el servicio que ofreces

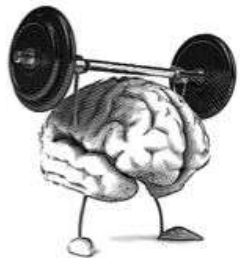


1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_





## 5 razones para emplear Speed Thinking



1. Provoca un **espacio de tiempo de concentración intensa**. Vivimos en un mundo **multi-tarea** y de **baja atención**. Ya no sabemos concentrarnos en algo de forma continuada.
2. **No te limitas**. Dejas de pensar en cada una de tus respuestas y pones foco en llegar a las 9 ideas en 2 minutos.
3. **No te preocupas en lo que esperan los demás**. Una de las principales barreras es el tiempo que pasamos pensando lo que dirán los demás.
4. **Trabajas en la línea de lo inconsciente**. No hay reglas, hay sorpresas... Dejas que las ideas nazcan... es lo primero que te viene a la cabeza...
5. **Creas un espacio seguro**. Reduces el filtrado interno y pensar en lo que esperan los demás creando un espacio libre para participar, colaborar e improvisar.

¡Explosión de neuronas!



# Procesos en Speed Thinking

En busca del equilibrio  
entre el hemisferio  
izquierdo y el hemisferio  
derecho.





# Speed Thinking Zone



**Hemisferio izquierdo**

Consciente  
Orden y reglas  
Estructurado  
Patrones  
Lenguaje  
Juicio



Límites autoimpuestos

Emergente  
Conexión  
Flujo  
Espontáneo  
Confianza  
Foco  
En el momento  
“sienta bien”



Innovación

**Hemisferio derecho**

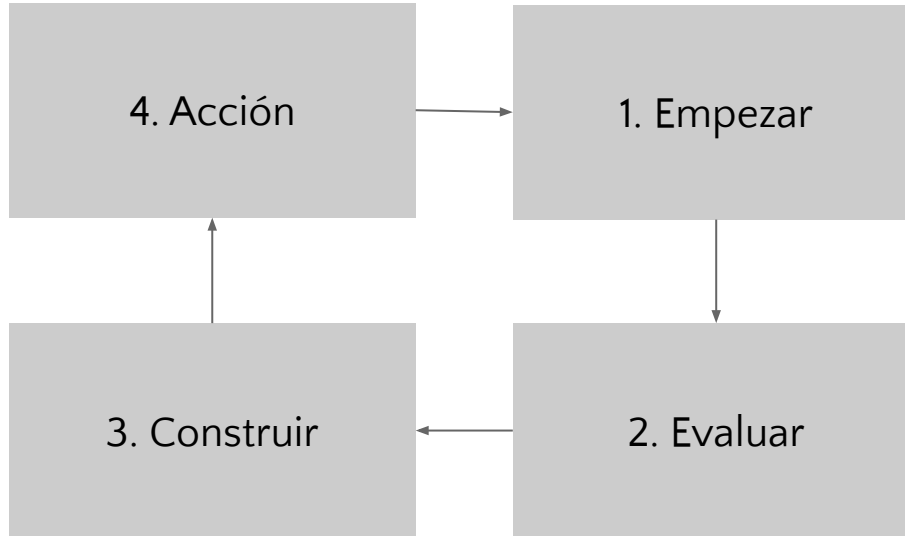
Inconsciente  
Aleatorio  
Desestructurado  
Libertad  
Visual  
Imaginación



Tu potencial



## Pasos en el Speed Thinking





# Empezar

## 9 razones por las que NO empezamos un proyecto

1. No tenemos tiempo
2. No hay presupuesto
3. No hay interés, motivación o pasión en el proceso
4. Nos falta habilidad, conocimiento o experiencia
5. Miedo al fracaso
6. Compromiso a los demás proyectos
7. No hay recursos para el resto de proyectos
8. No hay fecha de entrega (deadline) u objetivo
9. Bajo nivel de energía



Con **Speed Thinking** no existe un mejor momento o situación ideal, el foco está en **EMPEZAR**.

Una vez creadas una serie de soluciones o ideas, el siguiente paso es evaluarlas con rapidez. Tienes 20 segundos!

### 9 formas de evaluar tu idea en sólo 2 minutos

- ¿Te apasiona la idea?
- ¿Con qué rapidez la puedes testar?
- ¿Es fácil de comunicar?
- ¿Cuál es la rentabilidad potencial de la idea?
- ¿Es muy diferente a lo que ya existe en el mercado?
- ¿Es simple?
- ¿Podemos hacerlo?
- ¿La idea sigue la línea de nuestra marca e imagen?
- ¿Existe hueco para la solución en el mercado?



Valora del 1 al 10 cada una de las ideas!

## Construir

El siguiente paso es centrarse en la idea mejor valorada y tratar de hacerla 9 veces mejor. Las ideas iniciales nunca nacen demasiado perfectas. Pasa de una idea poco desarrollada en algo que se pueda construir.

### 9 formas de mejorar la idea en sólo 2 minutos

1. ¿La idea puede mejorar considerablemente la experiencia del usuario?
2. ¿Podría simplificarse?
3. ¿Podría generar más ingresos?
4. ¿Podríamos desarrollar una solución online?
5. ¿Podría ser más original, auténtica?
6. ¿Podríamos ahorrar dinero?
7. ¿Es responsable con el medio ambiente?
8. ¿Qué provocaría en el canal?
9. ¿Puedes desarrollar una versión premium?



Es recomendable seguir construyendo una vez se han valorado las ideas para mantener la energía del momento.



## Acción

Una vez hemos desarrollado la idea es hora de implementarla.

### 9 preguntas para pasar a la acción:

1. ¿Qué intentamos conseguir?
2. ¿Cómo controlamos los resultados? ¿cuándo alcanzamos el éxito?
3. ¿Quién tiene que aprobar el proyecto?
4. ¿Qué recursos necesitamos para que ocurra?
5. ¿Cuál es el caso de negocio?
6. ¿Podemos testar el concepto fácilmente y de forma rápida y barata?
7. ¿Quién es responsable de cada una de las fases del proyecto?
8. ¿Cómo es un plan de lanzamiento?
9. ¿Cuándo se va a poner en marcha?

Es recomendable seguir construyendo una vez se han valorado las ideas para **mantener la energía del momento.**



# Speed Links

Técnicas propias del método para ayudarte a acelerar el ritmo





# Speed Links

## **Brainstorm**

Speed Links  
para favorecer  
el  
brainstorming

## **Toma de decisiones**

Speed Links  
para tomar  
mejores  
decisiones en  
menos tiempo

## **Resolución de problemas**

Speed Links  
para resolver  
problemas

## **Alcanzar el éxito**

Speed Links  
para alcanzar el  
éxito por la vía  
rápida

**Speed links** es la herramienta básica del **Speed Thinking** y nos ayuda a **acelerar el ritmo** al que se suele **pensar y actuar**.





## Speed Links para activar el brainstorming



1. **9 CONVENCIONALES Y 9 RADICALES.** Pensar en 9 ideas corrientes que estén relacionadas con lo que has estado haciendo hasta ahora y 9 ideas radicalmente diferentes en el círculo interno (individual o en grupo).
2. **9 IDEAS DESDE OTRA PERSPECTIVA.** Redefinir el reto con 9 alternativas. Si creas ideas sobre el mismo reto (con la misma perspectiva) corres el riesgo de obtener los mismos resultados. Buscala perspectiva del cliente y la tuya por ejemplo.
3. **COGE LA PELOTA Y PÁSALA 9 VECES.** Pasar la pelota al compañer@ y viceversa dando una nueva idea que recoge un tercer miembro (grupos de 3). Luego escoger 1 de las ideas y repite el proceso.



## Speed Links para tomar mejores decisiones en menos tiempo



1. **9 PROS Y 9 CONS.** Completar los círculos interiores listando 9 ventajas y los círculos exteriores con 9 desventajas (hacer 2 grupos e intercambiar posiciones).
2. **9 DE CABEZA (ej. COSTE), 9 DE CORAZÓN (ej. RIESGO).** Identificar 9 factores emocionales en los círculos interiores y luego 9 factores aplicando la razón en los círculos exteriores.
3. **9 COSAS QUE PUEDEN IR MAL.** Listar 9 cosas que puedan ir mal en la toma de una decisión en los círculos internos. Ofrecer 9 soluciones para cada cosa que puede ir mal en el círculo externo.
4. **9 SOLUCIONES INCÓMODAS (fuera de la zona de confort).** Listar 9 soluciones incómodas al problema que se debe resolver. Escoger 1 o más y simplificar o hacer que no sean tan incómodas en los círculos interiores.



## Speed Links para alcanzar el éxito por la vía rápida



1. **¿CUALES SON MIS OBJETIVOS?** Listar 9 objetivos personales a largo plazo (2 mins), 9 objetivos a medio plazo (2 mins) y 9 objetivos a corto plazo (2 mins). O 9 normales y 9 radicales. Escoger 3 de cada plantilla y transferirlas a una nueva. Desarrolla 9 formas de hacer que ocurran para cada objetivo.
2. **¿Y AHORA QUÉ HACEMOS? ¿CON QUÉ PRIORIDAD?** Escribir 9 prioridades para esta semana en un papel. Puntúa del 1 al 10 cada una de ellas por tiempo y/o importancia. Pasarlas a la plantilla y en el círculo externo, listar lo que ya hemos hecho.
3. **RESOLVER EL CONFLICTO CON RAPIDEZ** Titular la plantilla con la situación, personas afectadas y la fecha. Definir en 5 círculos lo que tú piensas, y en 4 círculos lo que debe pensar la otra persona. Escoger uno o varios círculos y definir acciones o sentimientos que pueden aflorar. En el centro, listar 9 formas de resolver la situación.
4. **¿QUÉ TE RETIENE?** Listar 9 obstáculos que te están frenando (círculos interiores). En los círculos interiores define 9 formas de resolver cada uno de los obstáculos.



## Speed Links para alcanzar el éxito por la vía rápida

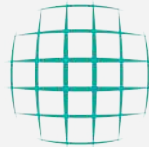


5. **PRESENTACIONES – MENOS ES MÁS.** Listar los 9 puntos más importantes de la presentación en los círculos interiores. Desarrolla 9 ideas de apoyo para expresar cada punto clave en el círculo exterior.
6. **REUNIONES DE 9 MINUTOS.** Listar 9 decisiones que deben tomarse a diario en los círculos interiores. Ordenar del 1 al 9 según la rapidez con la que se pueden decidir (de más rápido a menos). En el círculo exterior se registran las soluciones.
7. **MEJORA EL ESTUDIO Y LOS RESULTADOS DEL EXAMEN.** Registrar los 9 puntos clave en los círculos interiores. Desarrollar los puntos en los círculos exteriores y crear relaciones entre los puntos.
8. **EJERCITA TU MENTE Y SIGUE JOVEN.** Listar en familia 9 actividades que puedes desarrollar este domingo. Escoger 3 y en el círculo exterior mejórala 9 veces.
9. **MANTÉN UN NIVEL DE ENERGÍA MUY ALTO.** Listar 9 cosas positivas sobre tu vida o 9 temas que te apasionan o 9 cosas que te gustaría hacer en los próximos 10 años.



# Aplicación práctica innovación

Igual que con la calidad tuvimos la suerte de contar con normas y sistemas de calidad. Con la innovación necesitamos algo más práctico que nos facilite su implantación





## Nunca hay tiempo para la innovación. Apagando fuegos





## La innovación necesita sistematización

“No hay nada más cruel que pedirle a un equipo de personas que produzca una idea innovadora sin darle las herramientas para poder hacerlo de manera práctica y sistemática”.

Larry Keeley





# Necesitamos un modelo, metodología una aplicación práctica

## 4 Propuesta de un modelo general de innovación en el sector hotelero madrileño

Después de diferentes entrevistas y encuentros con el sector hotelero, podemos confirmar que no existe un modelo predefinido de gestión de la innovación en el sector hotelero, más bien se trata de acciones puntuales que intentan buscar una diferenciación o un nuevo nicho de mercado en este sector tan competitivo. Otras veces, hemos encontrado intentos de establecer procesos innovadores o implantar nuevas tecnologías que ayuden a mejorar un proceso ya establecido, como el de check in-out en los hoteles o el check in en los aeropuertos, por ejemplo.

Por eso, desde el Instituto Tecnológico Hotelero proponemos unas bases generalistas para caminar hacia la definición e implantación de un modelo de gestión de la innovación en la empresa turística madrileña,



**Libro blanco del turismo de Madrid**

Año de realización: 2008

Después de diferentes entrevistas y encuentros con el sector hotelero, podemos confirmar que no existe un modelo predefinido de gestión de la innovación en el sector hotelero, más bien se trata de acciones puntuales. Pag. 209



## Cómo establecer una base para la innovación en una nanopyme



5 AÑOS  
ATRÁS

2021

5 AÑOS  
A FUTURO

- Innovación en el ADN
  - Mínimos productos viables
- Acción, agilidad en el time to market
  - Regla 90 - 10



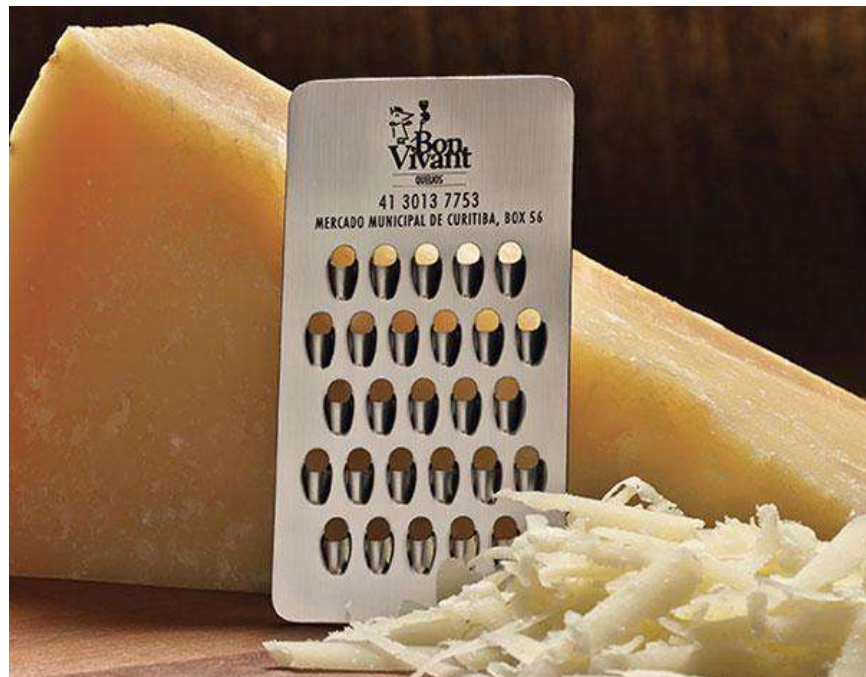
# Aprovecha la base que tienes de los sistemas de calidad

- Utiliza las reuniones de calidad para incorporar el concepto de innovación
- Mira si la persona que lleva calidad puede evolucionar y dedicarse a formarse en Innovación
- Mira cómo integrar en los procedimientos de mejora continua los aspectos de innovación, que se adapte al cumplimiento de las normas
- Busca alguien que pueda ayudarte en los primeros pasos
- Aprovecha las relaciones y las experiencias de otros
- Comparte con otros tus inquietudes y colabora con los que ya tienes confianza
- Destina algunos minutos del grupo de calidad a la incorporación de ideas
- Los cursos que te obliga el sistema de calidad céntralos a temas que tengan relación con la innovación. Busca formación de innovación en los planes de la fundación tripartita
- Comparte tus experiencias con otras empresas del círculo de calidad, creando una red
- Acercate al destino desde el SICTED





# Diferenciarse con tu tarjeta de presentación






## Los 10 tipos de innovación de Doblin

Modelo de negocio	Network	Estructura organizativa	Procesos internos	Producto
BlaBlaCar airbnb BYHOURS	VLC VISIT VALÈNCIA RoundCubers	TENERIFE 100% LIFE finestrat	hotelF1 CAZUAL HOTELE2 Unique hotels to enjoy the city	KANANGA WE ARE THE AMAZON

Plataforma Ecosistema	Servicio	Canal	Marca	Compromiso de cliente
HOTEL XCARET MEXICO Cerdanya Wellness Resort	SINGAPORE AIRLINES Hard Rock HOTEL TENERIFE	PANGAEA THE TRAVEL STORE ABADIA RETUERTA CRAFTED SPANISH WINES	RELAIS & CHATEAUX OnlyYOU HOTELS PARADORES Hoteles & Restaurantes 1928	Hotel del Juguete USHUAIA IBIZA BEACH HOTEL



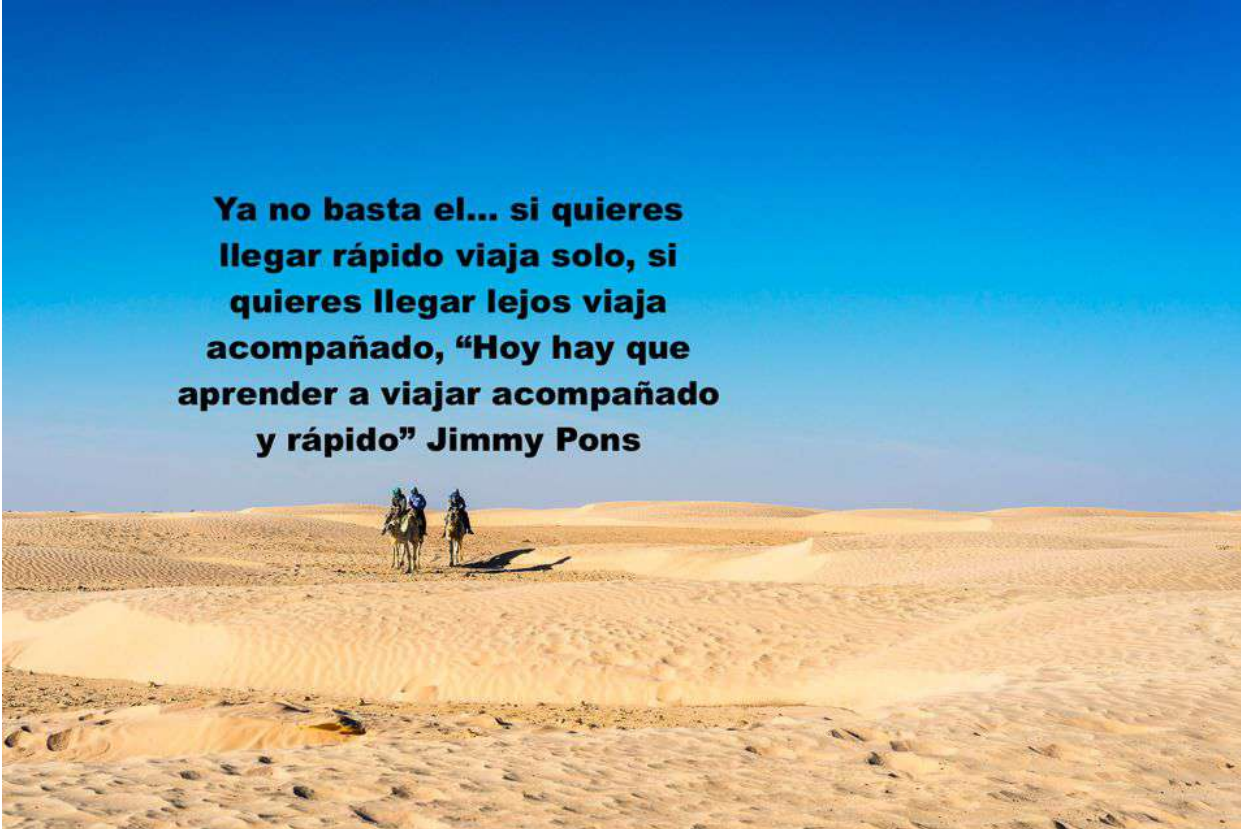
# 1. Modelos de negocio

<p><b>NOMBRE: AIRBNB</b></p> <p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <p>Innovación legislativa CX anfitrión</p> <p>Innovación propuesta de valor</p> <p>CX Cliente</p> <p>+Ciudades</p> <p>Análisis de datos</p> <p>Marketing</p>	<p><b>PARTNERS</b></p> <p>Inversores Flight Centre</p> <p>Gestores de viaje corporativos</p> <p>Salesforce Concur</p> <p>Compañías de seguros</p> <p>Fotógrafos Cloud providers</p> <p>Plataformas de pago</p> <p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Laboratorio Innovación Samana</p> <p>Contenido usuario</p> <p>Algoritmos Marca</p> <p>Analistas programadores Web/App</p> <p>Sistema valoración</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Alojamiento con Seguridad anfitriones Variedad Precio</p> <p>Lugares inspiradores Facilidad de compra</p> <p>Experiencias locales Autenticidad</p> <p>Eventos disputas Seguro</p> <p>Recomendaciones</p> <p>Fondo para anfitriones</p> <p>Generación ingresos</p> <p><b>MARCAS/SOLUCIONES</b></p> <p>LUXE</p> <p>JUEGOS OLÍMPICOS WORK</p> <p>HOTEL TONIGHT</p>	<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p> <p>Propiedad de la relación</p> <p>Gestión de incidencias</p> <p>Transparencia</p> <p>Privacidad de datos</p> <p>Comunidad</p> <p><b>CANALES</b></p> <p>Boca oreja Promociones</p> <p>Medios tradicionales Medios sociales</p> <p>Influenciadores</p> <p>Weibo We chat</p> <p>App - web Email marketing</p>	<p><b>SEGMENTOS</b></p> <p>Cliente negocios</p> <p>Viajero Parejas</p> <p>Singles retirados</p> <p>Familias Anfitrión</p> <p>Familias con niños</p> <p>Nivel socio-económico</p> <p>Por intereses</p> <p>Ciudad País</p> <p>Urbano Rural</p>
<p><b>GASTOS</b></p> <p>Desarrollo Software</p> <p>Expansión</p> <p>Acciones legales</p> <p>Lobbying Personal</p> <p>Servicio de soporte</p> <p>Infraestructura técnica</p>	<p><b>SELLOS</b></p> 	<p><b>COMPETENCIA</b></p> <p>B Mate</p> <p>elemento</p> <p>Nuevos productos hoteleros</p>	<p><b>INGRESOS</b></p> <p>Cliente 5-15 %</p> <p>Anfitrión 3-5 %</p> <p>Eventos 20%</p>	



## 2. Network y redes

**Ya no basta el... si quieres  
llegar rápido viaja solo, si  
quieres llegar lejos viaja  
acompañado, "Hoy hay que  
aprender a viajar acompañado  
y rápido" Jimmy Pons**

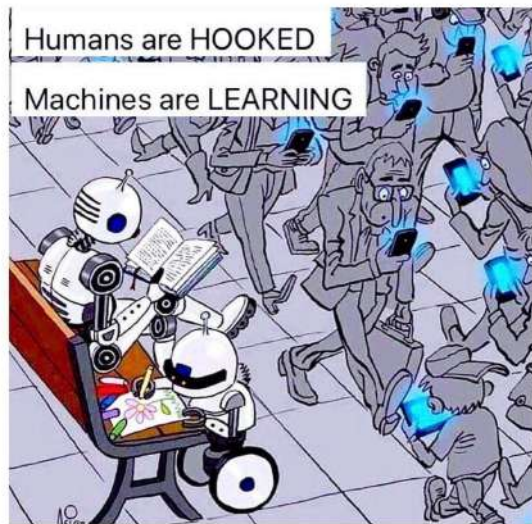




## 2. Lifelong Learning. Aceptar que sabemos muy poco

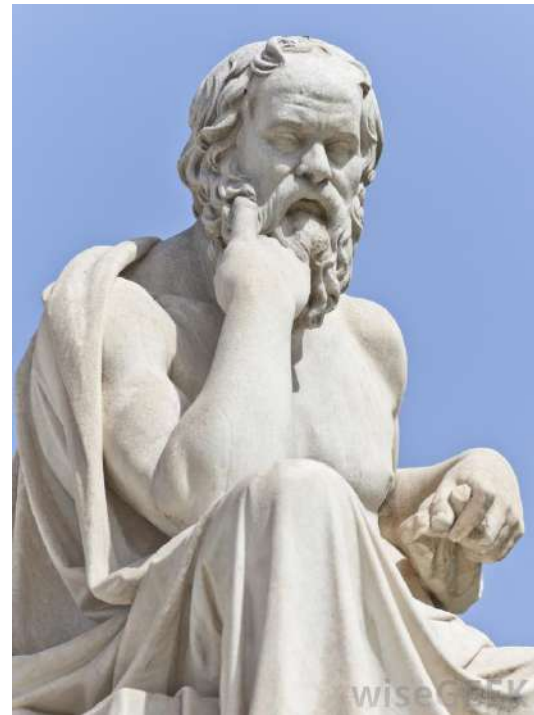


El aprendizaje a lo largo de nuestra vida es la única manera de sobrevivir en la era de la automatización



Estamos enganchados a las redes sociales perdiendo el tiempo en vez de usarlo para mejorar y aprender.

Mientras las máquinas no dejan de aprender



Solo se que no se nada.  
Sócrates



### 3. Estructura organizativa

CONSUMO

## Los hosteleros piden acabar con el teletrabajo

EFE, Madrid 22 JUN. 2020 - 19:27



Mesa vacía en la terraza de un restaurante de Madrid. Ricardo Rubio / Europa Press

**La patronal Hostelería de España reclama la puesta en marcha de más medidas para incentivar el consumo en bares y restaurantes, entre ellas acabar con el teletrabajo debido entre otros factores a su fuerte impacto en aquellos establecimientos ubicados en zonas de oficinas.**

Ver 5 comentarios

PUBLICIDAD



Saber más

ÚLTIMA HORA 

04:47 China lanza con éxito el último satélite de su sistema de...

04:00 El iPhone podrá usarse como llave para abrir y arrancar...

Estructuras y cadenas de mando de siglo pasado. Mentalidad analógica para realizar un cambio digital y focalizado en la innovación.



### 3. Estructura organizativa



- No tengo tiempo para chorradas
- Nos vienen a comprar
- Vamos a poner los pies en el suelo
- Esto son lentejas o las tomas o las dejas
- El marketing online y las RRSS no sirven para nada
- Eso me lo hace mi primo por la mitad del precio
- Siempre lo hemos hecho de esta forma
- Déjalo ya me encargo yo, no sirves para nada
- Tenemos un producto con una marca de calidad
- Si no está roto no lo arregles, si funciona no lo toques
- Todos los comentarios de opiniones son falsos. Habría que ilegalizar los portales de comentarios



## 4. Procesos internos





## 4. Procesos internos



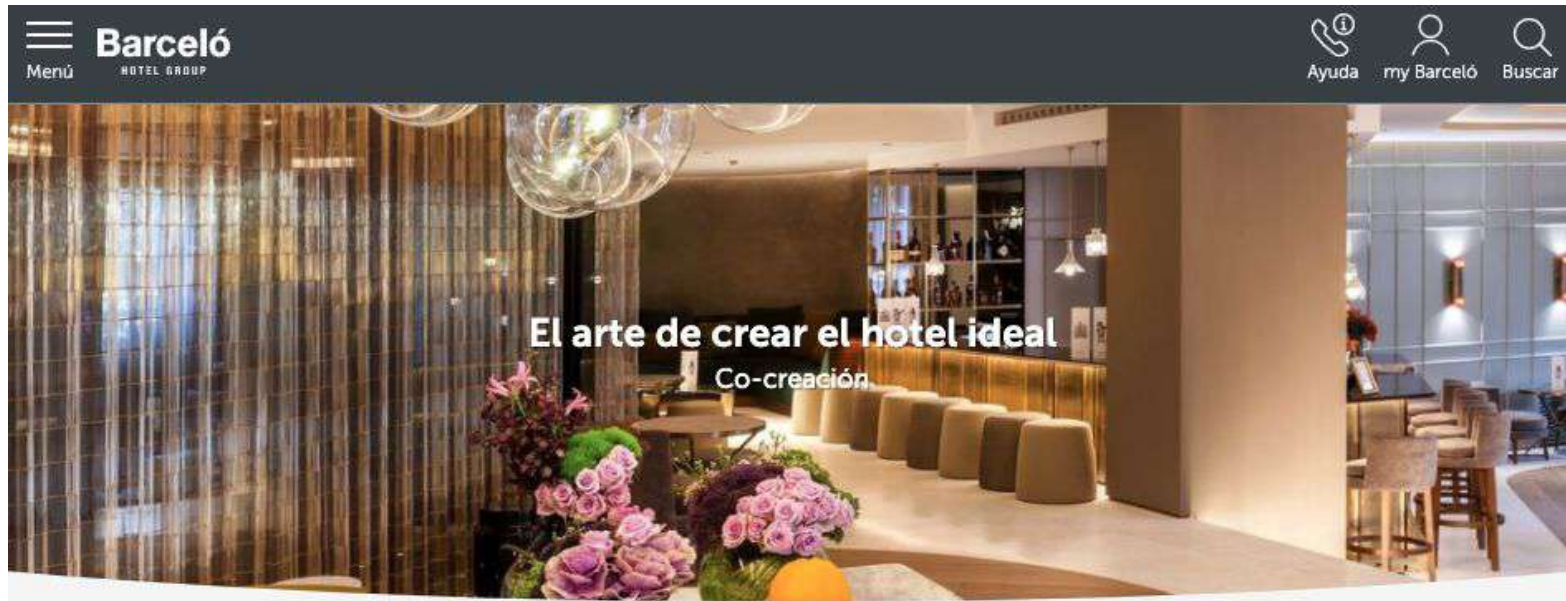
ARTIEM HOTELS  
POR 4ª VEZ  
ENTRE LOS 50  
GREAT PLACE  
TO WORK

*blog*  
*AR Diamante Beach, Best  
Workplace por tercer año  
consecutivo*





## 5. Co-creación de producto. Barceló Hotels



### Un innovador proceso de co-creación

En **Barceló Hotels & Resorts** impulsamos **iniciativas de co-creación** que permiten a nuestros huéspedes, junto a destacados profesionales relacionados con la innovación, participar de nuestro proceso creativo.



## 6. Ecosistema de servicio e innovación en espacios

Edición España. En temporada baja

# Apartamentos y restaurantes lanzan un 'todo incluido' para Benidorm

Han creado la plataforma Benidorm Resort para evitar que la ciudad alicantina esté vacía en invierno

🕒 17 OCTUBRE, 2020

🐦 Los turistas que se alojen en los establecimientos adheridos a la nueva plataforma tendrán incluidas las comidas en los locales asociados

🐦 "Lo único que pedimos es que sean plazas regladas y que estén asociadas a Aptur. No queremos apartamentos piratas", indican los promotores

🐦 El proyecto no se cierra a los apartamentos, también pueden sumarse los pequeños hoteles sin cocina



## 6. Innovación espacios en cruceros





## 6. Ejemplo espacios en Pangea





## 7. Servicio



Utopia Villas

1ª Empresa Alquiler de Villas en Sitges,  
Barcelona

Inicio

Colección de Villas

Servicios

Opiniones

Vida en Sitges

Contacta



+34 938 146 514



### Especialistas en Sitges (Barcelona)

Como residentes en Sitges, conocemos todos sus rincones. Desde los mejores bares de tapas, restaurantes y tiendas. Puedes aprovecharte de nuestra experiencia sin importar lo que estés buscando...



### Oficina local

Nuestra oficina está situada en Sitges, a 10 minutos en coche de todas nuestras villas. Desde aquí podemos gestionar cualquier cosa que necesites para hacer tu estancia inolvidable.



### Tus anfitriones

Queremos que te sientas como en casa en Sitges, y con esto en mente, trabajamos con los mejores colaboradores del sector para asegurarnos de que disfrutes de tu estancia al máximo.



## 8. Canal

# MINDFUL TRAVEL FESTIVAL

<p><b>FAMILIAS CON NIÑOS</b></p> <p>Actividades emocionales y educativas para niños: talleres, huertos, artesanía, granja escuela, aventuras, teatralizaciones, cuentacuentos.</p>	<p><b>ESPACIO MINDFULFOOD</b></p> <p>Gastro espacio dedicado a la alimentación orgánica con la mejor oferta de restauración (BICI mercado, casas de productos eco, talleres de cocina saludable).</p>	<p><b>YOGA Y MEDITACION</b></p> <p>Sesiones para cultivar cuerpo, mente y espíritu, dirigidas por reconocidos maestros.</p>	<p><b>ESTILO DE VIDA ANDALUZ</b></p> <p>Experiencias auténticas guiadas por los hombres y mujeres de Andalucía, protagonistas de un estilo de vida único en el mundo. Productos autóctonos, artesanías locales, antigüedades, oficinas...</p>	<p><b>PLANETA VERDE</b></p> <p>Arte, decoración y moda sostenible, energías renovables, movilidad eléctrica, charlas, conferencias, y muchas sorpresas más.</p>	<p>REGISTRATE</p>
--	---	---	---	---	-------------------



**Union Européenne de Yoga**  
**European Union of Yoga**



**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA  
DE PRACTICANTES DE YOGA**  
*Miembro de la U.E.Y.*



## 8. Canal





## 9. Marca y branding



Ignacio Rivera

Marcas con propósito. "No tengo duda de que las compañías con propósito son las que saldrán adelante, pero esto ya era antes del Covid. El virus cambia cosas o hace que se aceleren cosas. Yo hablo mucho de marcas huecas, marcas que las tocas y suenan a hueco. Pero las marcas no pueden sonar a hueco. La compañías tienen que tener un compromiso, tienen que haber nacido para algo más que para vender productos y hacer ganar dinero a sus accionistas.



## 10. Compromiso de cliente





# Kanban para la sistematización de la innovación. Agilismo

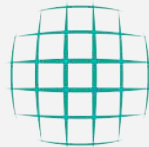
The screenshot shows a Jira Kanban board for the project 'Estrategia 2'. The board is organized into four columns: 'To do (6)', 'In progress (3)', and 'Done (19)'. Each card represents a task with a title, ID, and progress bar. The 'In progress' column has a 'Contraer' button. The board also shows a sidebar with navigation options like 'Panel de in...', 'Fuente', 'Trabajo pe...', 'Epics', 'Versión', 'Panel', and 'Informes'.

Column	Task ID	Task Description	Points
To do	RC-12	Crear curso reputación online	5
To do	RC-19	Video entrevista Jose Maria Neobooking	3
To do	RC-17	Implementar la suscripción en la web	5
To do	RC-130	Revisión del plan de competitividad	5
In progress	RC-11	Crear casos de éxito web pendientes	3
In progress	RC-135	Diapo de cierre presentaciones	5
Done	RC-117	Actualizar logos de clientes con que trabajamos en web	3
Done	RC-118	Video entrevista Ana escapada rural	3
Done	RC-116	Crear intro y imagen para videos roundcubers	3
Done	RC-132	Sección plan de marketing	5
Done	RC-120	Cerrar curso EOI Málaga	3



# Hablemos un poco del futuro

De la web 1.0, a la web 2.0, ya en la web 3.0



# Evolución de Internet

1995-2000  
**WEB 1.0**

2000-2005  
**WEB 1.5**

2005-2007  
**WEB 2.0**

2007-2009  
**WEB 2.5**

**WEB 3.0**  
¿?

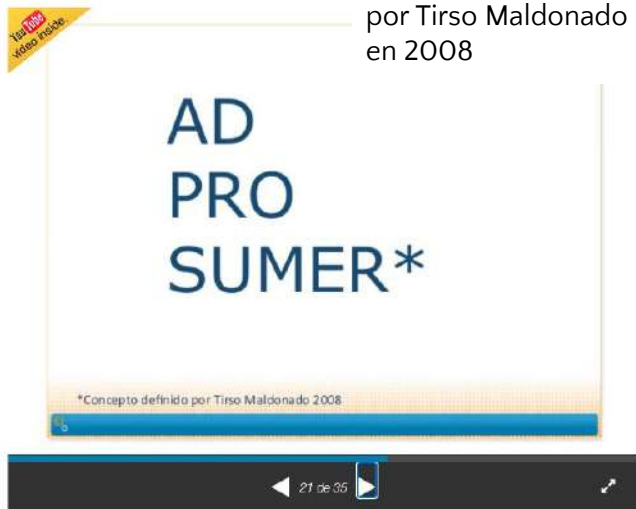






# De la fidemarketización (ADPROSUMER) al Clinversor

Adprosumer creado  
por Tirso Maldonado  
en 2008



**El nuevo perfil:**

**“CLINVERSOR”**

**CLIENTE + INVERSOR**

Empresariales · 3.895 visualizaciones ·  
20 de ene de 2011

⬇ Descargar    ♡ Recomendar  
🔗 Compartir    ⋮

Fidemarketizacion futurtech 2011, Fidelización,  
gamification, Marketing Siglo XXI

Presentacion realizada para presentar el concepto Fidemarketización, Fidelización clientes,  
Marketing 2.0, marketing medios sociales con Adprosumers y tecnologia, dispositivos Movibles y  
SC siempre conectados, Incorpora también Game mechanics y gamificacion en turismo.  
Gamification

De la fidemarketización (ADPROSUMER) al Clinversor



## – Tokenización del mundo

Del contenido gratis donde tú eres el producto a que te paguen con cryptomonedas



# Tokenización del mundo de You Tube a Odysee

The screenshot displays the Odysee website interface. At the top, there is a navigation bar with the Odysee logo, a search bar, and icons for home, notifications (with a '20+' badge), and settings. The main content area features a grid of video thumbnails. A red text overlay at the top of the grid reads "mayonnaise is still not an instrument". The thumbnails include:

- Four "nature 4K" videos (509, 508, 507, 506) by @IAmSorin, each labeled "FREE NATURE SCENE VIDEO" and "01:00".
- A "nature 4K 505" video by @IAmSorin, labeled "FREE NATURE SCENE VIDEO" and "01:00".
- A "Fast Turquoise Mountain River Relaxing Sounds,..." video by @RelaxMind, labeled "01:00:01".
- A "Relaxing Cinematic Ambient Music \* Música..." video by @Emotionalmusic, labeled "35:02".
- A "nature 4K 504" video by @IAmSorin, labeled "FREE NATURE SCENE VIDEO" and "01:00".

The left sidebar contains navigation options: Inicio, Siguiendo, Queso, Grandes Éxitos, Videojuegos, Laboratorio, Tecnología, and Noticias y Política.



# Tokenización del mundo de You Tube a Odysee

The screenshot shows the Odysee wallet interface. At the top, there is a search bar and navigation icons. The main content area displays the wallet balance and transaction history.

**Balance:** 425.15270978

Tu balance total. Todo esto es te pertenece, pero algo de está siendo usado en canales o contenido.

**318.2929** inmediatamente gastable

**106.8598** impulsando contenido [Ver más](#)

[Comprar](#) [Recibir](#) [Enviar](#) [Swap](#)

### Transacciones

[Exportar](#) [Actualizar](#)

Tipo	Estado			
Todo	Activo	Histórico	Todo	
Fecha	Tipo	Detalles	Transacción	
May 16th, 2021 05:56	Pago	View Master L6: Master Explorer	<b>3b62595</b>	50
May 15th, 2021 18:01	Pago	Daily Watch Reward	<b>790c877</b>	0.2
May 14th, 2021 05:53	Pago	YouTube Partner: @jimmypons	<b>14f0ea5</b>	30.5683059



# Tokenización del mundo de You Tube a Odysee

The screenshot shows the Odysee website interface with a dark theme. At the top, there is a navigation bar with the Odysee logo, a search bar, and icons for home, notifications (with a 20+ badge), and settings. The user's balance is shown as 425.15. A sidebar on the left contains icons for various categories: Inicio, Siguiendo, Queso, Grandes Éxitos, Videojuegos, Laboratorio, Tecnología, Noticias y Política, and Finanzas 2.0.

The main content area displays several reward cards:

- Maestro de vistas nivel 7: El Iluminado**  
Watch content and earn more Credits for each level unlocked! 5000 views required for level 7 (Current Score: 250). Only up to 10 views per day count.  
**Reclamar** 100
- Creador codiciado nivel 3: Puntuación de seguidores**  
Gain a following to earn this reward. 20 validated followers needed for level 3 (Current Score: 7). This amount may not match your total followers.  
**Reclamar** 3
- YouTube Partner: @jimmypons**  
Your monthly reward for being an active and verified YouTube creator on LBRY. Your channel was last verified 525 hour(s) ago. You have 2350 subscribers and 188 videos. You can claim it again in 27 Day(s).  
**Reclamar** 30
- Recompensas diarias por ver contenido**  
Earn a random reward of at least 0.2 for watching anything at all. You can claim it again in 10Hr(s) 16Min(s).  
**Reclamar** 0.2-100
- Invitaciones**  
Gana 8 por invitar a un amigo, un enemigo, un amigo-enemigo o un enemigo-amigo. Todo el mundo necesita
- Código personalizado**  
¿Eres un supermodelo o una estrella del rock que ha recibido un código personalizado? Reclámalo aquí



# Tokenización del mundo de You Tube a Odysee

Fecha	Tipo	Detalles	Transacción
May 14th, 2021 03:56	Propina	<b>trim.27739881-9c70-4504-977f-35958ac6...</b> Odysee view reward	<b>4b24a03</b> 0.31176649
May 10th, 2021 01:15	Propina	<b>tecnologias-transformadoras-o</b> Odysee view reward	<b>f45665c</b> 0.31506296
April 30th, 2021 13:28	Propina	<b>tecnologias-transformadoras-o</b> Odysee view reward	<b>3e7d2cf</b> 0.31262998
April 24th, 2021 16:14	Propina	<b>de-la-web-1-0-a-la-web-3-0-e-web</b> Odysee view reward	<b>39aea79</b> 0.30798683
April 14th, 2021 13:55	Propina	<b>tourism-on-menorca-(english)</b> Odysee view reward	<b>8e624d7</b> 0.3242691
April 13th, 2021 13:04	Propina	<b>trim.27739881-9c70-4504-977f-35958ac6...</b> Odysee view reward	<b>199cb68</b> 0.323105
April 8th, 2021 08:33	Propina	<b>tecnologias-transformadoras-o</b> Odysee view reward	<b>852afb0</b> 0.31812178
March 29th, 2021 21:08	Propina	<b>ibiza</b> Odysee view reward	<b>27a8f72</b> 0.3436001
March 25th, 2021 07:50	Propina	<b>ibiza-ofrece-210-kilometros-de-playa-para-...</b> Odysee view reward	<b>f63ac0b</b> 0.35063317
March 12th, 2021 22:38	Propina	<b>tourism-on-menorca-(english)</b> Odysee view reward	<b>4d13177</b> 0.35539514



# Tokenización del mundo Plataformas descentralizadas streaming

The screenshot displays a user interface for a decentralized streaming platform. At the top, there are navigation icons for home, play, heart, shopping cart, search, and a menu. The main video player shows a NASA TV Stream of a rocket launch, with a large play button in the center. Below the video, the stream title is "NASA TV Stream powered by the Theta Network." with tags for "Space", "24-7", "IRL", and "THETA Brand Partners". The channel name is "NASA" with 30,241 followers. A "TFUEL EARNED" section shows 0,00002 TFUEL and 337 likes. On the right, a chat area shows messages from users like "Amode1:", "suresh243:", "Vinceremori:", "rajatgarg2004:", "charlieforce:", "ifyourreadingthisyourcool:", "JusTaDrEaM404:", "KurupiraKid:", and "dulcelokura29:". A notification states "@JusTaDrEaM404 is now following nasa's Channel".



# Tokenización del mundo Navegadores

10.098

Anuncios y Rastreadores bloqueados

49


Mejoras a HTTPS


9 minutos

Tiempo Estimado Ahorrado

18:06



 **Binance**

 **Brave Rewards**

2.2 BAT 0.53 USD

Ganancias estimadas en lo que va de mes

0.0 BAT 0.00 USD

Propinas y contribuciones este mes

[Más información](#) sobre Brave Rewards



# Tokenización del mundo. Buscadores

Presearch jimmy pons About Buy Tokens Keyword Staking 0.75 PRE

Places to search for jimmy pons

Web	D G B P Paw B W Y YouTube Q
Shopping	a e E Amazon eBay K
Social	f in P Q B t
Music	AZ B CS D S
Images	B I i is
Crypto	B B M S MAS
Business	B F H IBT Q
Dev	B C Q SF
Domains	B HD S
Entertainment	imdb Apple N *



# Tokenización del mundo. RRSS. Torum.com

The screenshot displays the Torum.com social media interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, Companies, Clans, Missions, Messages, Notifications, and Wallet, along with a search bar and a user profile icon.

The main content area is divided into three columns:

- Left Column (User Profile):** Shows the profile of **jimmypons** (@jimmypons). It includes a profile picture, a bio, and statistics for Followers (9) and Following (9). There is also a "Missions" section and an "Invite a Friend!" banner with a 70 XTM reward and a "COPY INVITATION LINK" button.
- Middle Column (Post Creation):** Features a "Create a Post" section with a text input field containing "Your thoughts on the crypto market...". Below this is a "POST" button and a "Airdrops Marketplace" section with a description: "An open space where a market was formerly held & discussed on intere...". A featured post by **lokikan** is visible, titled "#DeFi Airdrop WPP Energy Rewards: 257.9 DEFI (1000\$)+ref/3.87 DEFI (15\$)", with 715 Followers and 730 Following.
- Right Column (Active Landers):** Lists several active users with "FOLLOW" buttons, including:
  - Celestial Emiss... (NFT Guy)
  - Rich Jedi (Scientific researcher)
  - Ivan (More of a gambler th...)
  - FatyBernardEtie... ("You could be better ...")
  - FollowingS... (Welcome to join Me...)
  - lollod (I'm your bear)
  - bishop (I am not a financial a...)



# Tokenización del mundo. RRSS. Torum.com

**Missions** BACK

**Daily** Weekly One-Time Special

**Spread a Post or Thread on your Feed** 0/1  
Spread interesting stuff to your followers!

**0.5 XTM** PENDING

**Like 5 Posts or Threads** 3/5  
Hit on the LIKE button to spread positive vibes!

**0.5 XTM** PENDING

**Comment on 3 Posts or Threads** 1/3  
Start interacting with contents that've grabbed your attention!

**1 XTM** PENDING

**Create a Thread** 0/1  
Post anything relevant to your clan as long as it is interesting!

**2 XTM** PENDING

**Create a Post** 0/1  
Share your thoughts through texts or images!

**2 XTM** PENDING

**Oops, seems like you are still restricted from withdrawing your Mission Rewards**

You need to accumulate at least **500 XTM** of Mission Rewards to unlock your withdrawal restriction. Your completions of **Special Mission - Invite a Friend** are not included.

**8/500 XTM**

**Pump it up! You still have 492 XTM to go!** CLAIM NOW

Date	Transactions	Amount
05/16/2021, 18:26	You claimed your reward for <b>2 XTM</b> for completing daily mission <b>Thread Create</b>	<b>2 XTM</b>
05/16/2021, 18:21	You claimed your reward for <b>2 XTM</b> for completing daily mission <b>Post Create</b>	<b>2 XTM</b>
05/16/2021, 06:14	You claimed your reward for <b>0.5 XTM</b> for completing daily mission <b>Login Daily</b>	<b>0.5 XTM</b>
05/16/2021, 06:14	You claimed your reward for <b>0.5 XTM</b> for completing daily mission <b>Post Like</b>	<b>0.5 XTM</b>
05/16/2021, 06:14	You claimed your reward for <b>1 XTM</b> for completing daily mission <b>Comment</b>	<b>1 XTM</b>
05/16/2021, 05:29	You claimed your reward for <b>1 XTM</b> for completing one-time mission <b>Verify Email</b>	<b>1 XTM</b>
05/16/2021, 05:29	You claimed your reward for <b>35 XTM</b> for completing mission <b>Referral Reward</b>	<b>35 XTM</b>
05/16/2021, 05:28	You claimed your reward for <b>1 XTM</b> for completing one-time mission <b>Verify Phone</b>	<b>1 XTM</b>



## Tokenización del mundo. Videojuegos

# Crea mundos y mina criptomonedas con este juego de PC inspirado en Minecraft

Por **Marianella Vanci** — 8 octubre, 2020 en **Arte y Entretenimiento** 5 minutos de lectura



Logo e imagen del juego TownForge con logo del Movero en el fondo. Composición por CriptoArtistas Movero / galtronicos.org / townforge / townforge.net / townforge.net



— Tokenización de las personas

La tokenización de los seres humanos



# Tokenización del mundo. Tokenizando personas

personaltokens.io

Early Adopter **BONUS** and **Get tokenized** receive 1000 PERSON tokens for free!

PERSONAL TOKENS **BETA VERSION**

HOME F.A.Q LOGIN **Get tokenized**

People tokenized: 450 | Market Cap: \$16 439 696.71

Search for name, tag, token symbol

Tags: [investor](#) [poland](#) [developer](#) [crypto](#) [blockchain](#) [freelancer](#) [influencer](#) [bitcoin](#) [More](#) [Clear all](#)

**Tokens** Giveaways

#	Token Name	Price (\$)	Marketcap (\$)	Address	Verified by
1	<b>Wiktor Schmidt</b> WIKTOR <a href="#">netguru</a>	0.187952	3 946 992	0x8422...3c09	
2	<b>Piotr Gabrynowicz</b> GAB <a href="#">poland</a>	0.149922	3 148 362	0xf910...7a8a	
3	<b>Leonid Karobov</b> ASI <a href="#">investor</a>	0.075169	1 578 563.70	0x5ef3...1103	

PERSONAL TOKENS **BETA VERSION**

Search for name, tag, token

HOME F.A.Q LOGIN **Get tokenized**

**Matt Kowalsky**  
**MATT KOWALSKY TOKEN**  
[MTK]  
[music-producer-composer](#)

Total Supply: 21 000 000  
Decimals: 4  
Date: 2018-09-11

Contract Address: 0x47523d803c82b29a3ecb10af4999df018c3b8e9f

Market Cap: \$ 70 961.26  
Token Price: \$ 0.003380  
Volume: \$ 14.25  
Change (24h): % 22 375.00

**Trade**

**into** Giveaways

**About Me**

I'm music producer, composer and a DJ.

<https://www.facebook.com/madkowsky>  
<https://www.youtube.com/user/mattkowalsky96>  
[https://www.instagram.com/matt\\_kowalsky](https://www.instagram.com/matt_kowalsky)

**About Token**

.....  
Studio time, music production, song writing - 1 hour - 10.000 MTK.  
.....





— Tokenización del arte

NFT's



## Tokenización del mundo. Cryptoarte

# Cripto artista español Javier Arrés vende colección NFT por más de \$400,000

By [Luis Jesús Blanco Crespo](#) 31 Marzo 2021, 14:53 GMT+0

Updated by [Daniel Ramírez-Escudero](#) 31 Marzo 2021, 14:53 GMT+0

### El cryptoarte sacude la cultura

- La venta digitalizada de una obra por 58,5 millones en Christie's convulsiona el mercado
- NFT: burbuja o disrupción



La obra 'American Football Laboratory, The Mural', de Javier Arrés, está a la venta en NFTs. El autor ha recibido ofertas de 10.000 dólares pero cree que el precio aún subirá. (JAVIER ARRES)



# Tokenización del mundo. Arte y turismo



## ¿Y esto qué tiene que ver?

8 bares donde disfrutar de exposiciones de arte en Madrid

Posted on 2 de octubre de 2017 by saisho.jsanildeforso



En este post vamos a daros los que a nuestro modo de ver son los mejores bares para disfrutar de exposiciones de arte en Madrid al tiempo que de una buena cerveza en buena compañía.



— Tokenización del espacio

¿Experiencias aumentadas?



# Tokenización del mundo. Espacio físico-virtual



Profile My Assets Marketplace Staking



142.96

BUY OVR

Oxdfcf8...3ee0d3

My Lands > brent.democracy.militia

10:10, Sunday, Feb 28, 2021





# Tokenización del mundo. Espacio físico-virtual

My Lands > [kzaa.response.pardon](#)

10:28, Sunday, Feb 28, 2021





# Tokenización del mundo. Espacio físico-virtual

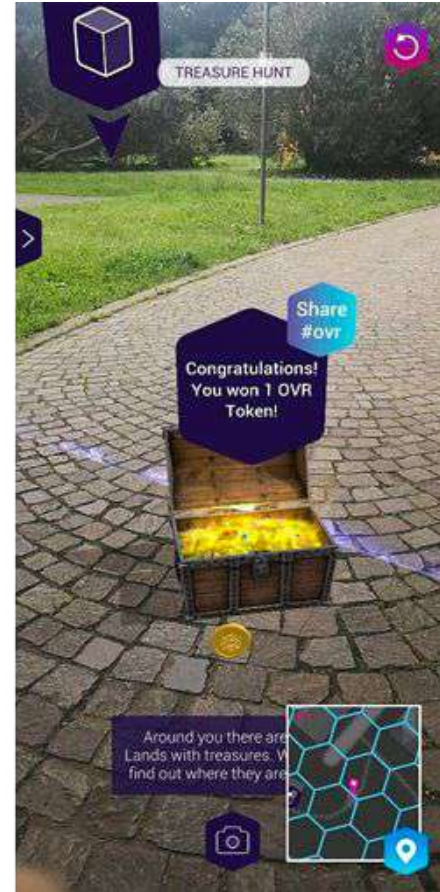
Navigation: Profile My Assets Marketplace Stacking

15 142.96 BUY OVR 0xdfcf8...3ee0d3

 Málaga, Spain Del Sol Airport	 Málaga, Spain Del Sol Airport	 Madrid, Spain Torre Picasso	 Madrid, Spain Torre Picasso
<b>demos.personalized.scari</b> Málaga, Spain 11 days ago	<b>demos.personalized.merit</b> Málaga, Spain 11 days ago	<b>traders.church.rus</b> Madrid, Spain 13 days ago	<b>traders.camera.weston</b> Madrid, Spain 13 days ago
 Palma, Spain Mallorca Airport	 Madrid, Spain Torre Picasso	 Madrid, Spain Torre Picasso	
<b>turnover.findings.chatting</b> Palma, Spain 11 days ago	<b>traders.camera.sem</b> Madrid, Spain 13 days ago	<b>traders.church.elephants</b> Madrid, Spain 13 days ago	



# Tokenización del mundo. Espacio físico-virtual





# Crypto economía

#	Moneda	Precio	1h	24 h	7 d	Cap. de mercado	Últimos 7 días	Tenencia	Pérdidas y ganancias	
★ 1	<b>Bitcoin</b>	BTC	33.766,05 US\$	0.0%	-4.8%	-2.4%	633.248.227.687 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 BTC	0,00 US\$ + 0% >
★ 2	<b>Ethereum</b>	ETH	2221,19 US\$	-0.2%	-4.4%	12.8%	259.833.702.107 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 ETH	0,00 US\$ + 0% >
★ 4	<b>Binance Coin</b>	BNB	297,92 US\$	0.1%	-3.0%	3.1%	46.108.373.055 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 BNB	0,00 US\$ + 0% >
★ 5	<b>Cardano</b>	ADA	1,41 US\$	-0.2%	-1.9%	4.9%	45.161.772.838 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 ADA	0,00 US\$ + 0% >
★ 20	<b>Theta Network</b>	THETA	6,04 US\$	0.2%	-4.5%	-12.6%	6.054.099.673 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 THETA	0,00 US\$ + 0% >
● 53	<b>Theta Fuel</b>	TFUEL	0,359348 US\$	-0.3%	-5.3%	-16.2%	1.908.416.254 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 TFUEL	0,00 US\$ + 0% >
★ 57	<b>BitTorrent</b>	BTT	0,00266935 US\$	-0.2%	-3.1%	6.9%	1.762.134.450 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 BTT	0,00 US\$ + 0% >
● 82	<b>Basic Attention Token</b>	BAT	0,571220 US\$	0.1%	-4.5%	5.9%	859.370.225 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 BAT	0,00 US\$ + 0% >
★ 115	<b>Flow</b>	FLOW	10,30 US\$	-0.2%	-6.6%	20.7%	512.562.342 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 FLOW	0,00 US\$ + 0% >
● 761	<b>Ovr</b>	OVR	0,804001 US\$	-0.6%	-3.0%	-2.7%	12.944.989 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 OVR	0,00 US\$ + 0% >
● 766	<b>LBRY Credits</b>	LBC	0,02105578 US\$	-0.8%	-4.4%	27.6%	12.743.097 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 LBC	0,00 US\$ + 0% >
★ 1129	<b>Unitrade</b>	TRADE	0,141746 US\$	-0.8%	-1.9%	3.0%	4.937.735 US\$		0,00 US\$ (0%) 0.0 TRADE	0,00 US\$ + 0% >
★	<b>ADAX</b>	ADAX	0,170373 US\$	0.6%	2.6%			?	0,00 US\$ (0%) 0.0 ADAX	0,00 US\$ + 0% >



# Good Dollar. Proyecto social

GOODDOLLAR MA...

Search...

Location

Menu

En



Jimmy Pons

**2,844.74 G\$**

SEND CLAIM RECEIVE

15/05/21 19:25	+8.26 G\$
From: GoodDollar Your Daily Basic Income	
11/05/21 05:20	+8.24 G\$
From: GoodDollar Your Daily Basic Income	
03/05/21 05:43	+6.49 G\$
From: GoodDollar Your Daily Basic Income	
01/05/21 18:04	+6.54 G\$
From: GoodDollar Your Daily Basic Income	
29/04/21 12:27	+6.54 G\$
From: GoodDollar Your Daily Basic Income	
23/04/21 14:58	+9.73 G\$
From: GoodDollar	

GoodMarket

- ALL CATEGORIES
- ART AND COLLECTIBLES
  - APPAREL
  - CHARITABLE ORGANIZATIONS (DONATE G\$)
  - DIGITAL SERVICES (ONLINE)
  - ELECTRONICS
  - FOOD AND GROCERY
  - HOME AND GARDEN
  - LOCAL SERVICES
  - MUSICAL INSTRUMENTS
  - OFFERS (EARN G\$ FOR COMPLETING TASKS)
  - PET SUPPLIES
  - SPORTING GOODS
  - TOYS AND GAMES

GENTLE Cleaning SERVICE

Selling For G\$

Cleaning services

Gentleplanet

Selling For G\$

Nintendo Wii U Basic Set (Japanese native!)

Soili N

Selling For G\$

QUEEN OF OCEAN

Shahadat Hossen T

Selling For G\$

Điện thoại di động

Phương N

Selling For G\$

500 VND - Ancient money of Vietnam since 1987

Hồng Minh V

offit Selling For G\$

official\_tobo

Follow Instagram Page

Nathan

Selling For G\$

Like Facebook post

Selling For G\$

Like instagram photo

Selling For G\$

NTF



## Finanzas descentralizadas

Que te paguen por cada segundo que tienes dinero en el banco y que lo veas de manera transparente y en tiempo real



# Finanzas descentralizadas

Powered by  StreamYard

 **DASI**  
Digital Assets  
Institute

¿Qué son las Finanzas Descentralizadas o DeFi?

**Decentralized finance (#DeFi)** es un movimiento que se apalanca en el **open source software** y en **redes descentralizadas abiertas** para transformar los tradicionales productos Fintech o Bancarios en **protocolos transparentes y confiables** que operan sin necesidad de intermediarios y habitualmente gobernados por **organizaciones autónomas descentralizadas**

INTRODUCCION A DEFI

 **CRYPTO PLAZA**  
www.crypto.es

Marcela

Jesús Pérez

azamadrid Facebook: Crypto Plaza Web: cryptoplaza.es

CRYPTO PLAZA

<https://youtu.be/Qzdh7DHW7Tg>



— Tokenización del mundo

Una nueva manera de financiar  
proyectos turísticos.



# Tokenización del mundo. Inversión en proyectos



## Aspencoin Migrates Over to Securitize with \$18 Million Security Token



January 16, 2019 @ 11:35 am By JD Alois

Listen to this article

0:00 / 2:00 1 x



## Diario de Sevilla

SEVILLA

SEVILLA PROVINCIA ANDALUCÍA ESPAÑA ECONOMÍA SOCIEDAD DEPORTES CULTURA COFRADÍAS OPINIÓN

☰ TODAS LAS SECCIONES

SEVILLA VIVIR

SEVILLA

## El primer piso del país comprado con criptomonedas está en el Polígono San Pablo

- Lo han adquirido 32 inversores de México, Argentina y España a un precio inferior a los 55.000 euros, a través de la plataforma [Criptan](#) y la firma de inversión inmobiliaria [RentalT](#)
- Se pondrá el alquiler al menos dos años y el dinero de la renta se repartirá cada mes entre los inversores



CONTENIDO PATROCINADO



Atalaya, un oasis en el centro de Sevilla

Aelca cuenta con este proyecto en el centro de la capital hispalense que hará las delicias de todas aquellas personas que busquen un hogar con vistas al futuro.

Representación virtual de la reforma que se está ejecutando el piso recién comprado en el Polígono San Pablo / RENTALT

ANA S AMENIZO  
28 Marzo, 2021 - 08:30h





— Tokens en turismo

Trávala, Tatrok, Bitbook, ETC.



# Tokenización del mundo. Tratok Token



[THE VALUE OF TOURISM](#)

[WE ARE HIRING!](#)

[BUY TRATOK](#)

[OUR TEAM](#)

[INTEGRITY](#)

[PRESS](#)

## The Tratok Token

Blockchain technology leveraged to add value to the travel and tourism industry

[Whitepaper](#)

[About](#)





# Tokenización del mundo. Proyectos turismo

## Hamмам Al Ándalus lanza Helysia Token, la primera criptomoneda creada por una empresa turística



*Helysia nace de la luz de Helios, el sol que nos ilumina desde esos mitológicos Campos Eliseos donde la luz y calidez del rayo baña el paraíso de los bienaventurados llamados a vivir una plenitud dichosa, saludable y equilibrada. Helysia nos evoca la luz y con ella también la salud. Una salud de lo natural, propia de nuestra cultura mediterránea, luminosa y fértil. Poderosas influencias, griegas y romanas, andaluses y, hoy, también muy contemporáneas, inspiran una experiencia que ahora se abre a todos. Todos cuantos anhelan vivir una vida personal más plena en salud y equilibrio, una vida en comunidad, en armonía con los demás y con el planeta que todos compartimos y que todos debemos cuidar.*

vozpopuli > ECONOMÍA



ECONOMÍA

## Madrid prepara con varias cadenas hoteleras una criptomoneda turística

El Ayuntamiento impulsa la iniciativa desde Madrid Capital Fintech. Room Mate, Alma Hoteles, Hospes Hotels u Only You Hotels, entre otros, participan en la creación de la moneda virtual.



MARCOS SIERRA





# Tokenización del mundo. Proyectos turismo

BLOCKCHAIN

## Travala, lanza Dtravel, un “Airbnb” de alquiler de propiedades en blockchain



Por **Guillermo Callejo**

© JUN 17, 2021 airbnb, Alquiler, Descentralizado, Dtravel, travala



Travala.com

Stays

Flights

Activities

MY TRIP

US\$



LOGIN

Sign Up Now  
Get 10 Travel Credits



### WHAT IS AVA?

As the native cryptocurrency of the Travala.com platform, AVA (BEP-2 token standard) is at the heart of all existing and future use cases Travala.com is pursuing. With AVA, the incentive to use Travala.com becomes even stronger as it provides additional benefits and enhanced user engagement.

As the Travala.com consumer base continues to grow, usage of AVA is integral to your experience on the platform. With its use incentivised by valuable rewards, demand for AVA can be expected to grow in line with platform adoption, leading to the establishment of a healthy internal token economy from which all stakeholders may benefit.

Read on to learn more about how you can use AVA, where you can store it, exchange it and more.





# Tokenización del mundo. Proyectos turismo



DEMO BOOKING ENGINE

WHITEPAPER

FAQ

HOME



Explore the world and earn passive income.

## Travel Platform IEO

BitBook is the travel platform where people can book accommodation and earn tokens in the process:

- Providing a passive income to users that create and share travel content.
- Built with a focus on scalable growth where everyone benefits.

Join Telegram





¿POAP Proof of Attendance Protocol?

Nuevos protocolos para el turismo y la fidelización, engagement, fidemarketización



# Tokenización del mundo. Proof of Attendance Protocol





# Tokenización del mundo. Proof of Attendance Protocol





— ¿Por dónde empezamos?

Una nueva R-evolución que tenemos que empezar a conocer.



## Mbappé, Neymar y otros futbolistas del PSG llegan como coleccionables a Ethereum



criptonoticias.com

Home > Comunidad > Adopción

## Las tiendas atraen más clientes y venden más si aceptan Bitcoin, afirma estudio

por Juan Ibarra — 1 día hace



FELIPE ERAZO

25 SEP 2020

## Un estudio de Cambridge dice que 100 millones de personas en todo el mundo utilizan ahora criptoactivos

Cifras vertiginosas muestran el creciente dominio global de las criptomonedas.

## Lanzamiento de la plataforma blockchain Symbol incluirá un fondo de whisky y objetos coleccionables de un banco central

## FMI: criptomonedas cambiarían la forma en que compramos, vendemos, ahorramos e invertimos

Por Andrea Leal — 24 agosto, 2020 en Comunidad 5 min de lectura

SAMUEL HAIG

25 JUN 2020

## FC Barcelona agota la venta de sus tokens en menos de dos horas

El Fan Token del FC Barcelona generó cerca de \$2,5 millones en volumen de trading en menos de un día.



be [IN] crypto

Únete A Telegram

Política **Noticia**


## Bahamas podría ser el primer país con una CBDC: el "Sand Dollar"

Por Harry Leeds  
16 Septiembre 2020, 19:36 GMT+0000



## Tokenización del mundo. Pagos con criptomonedas

Pagos en criptomonedas. Cuanto antes empecemos a comprenderlas mejor

1. No tengo ni idea de como funciona el mundo blockchain y las criptomonedas
2. No quiero arriesgarme a la volatilidad del Bitcoin
3. No me gusta pagar comisiones
4. Será complicado integrarlo en mi web o en los pagos presenciales
5. Yo quiero decidir recibir mi pago en €, \$ o 

# Proceso.

## 1. Registro empresa en Criptan

Se realiza el registro de la empresa en la plataforma. Se solicitan los documentos necesarios para cumplir con la normativa legal vigente.

## 2. Creación billetera en Criptan.

Se crea una billetera exclusiva de la empresa donde recibirá los fondos. *Criptan estará autorizado a convertir inmediatamente a € las cantidades en criptomonedas que lleguen a esta billetera.*

## 3. Integración botón

Se realiza la integración en la web/e-commerce de la empresa del botón de la pasarela de pago con criptomonedas.

## 4. Usuario realiza el pago.

El usuario realiza el envío de criptomonedas directamente a la billetera de la empresa. *En cuanto Criptan detecta que el pago se ha confirmado realiza la conversión de las criptomonedas recibidas a Euros garantizando el precio en Euros inicial.*

## 5. Confirmación del pago.

Una vez Criptan detecta que las criptomonedas han llegado a la billetera de la empresa, se confirma el pago.

## 6. Retirada de fondos a banco

Los fondos recibidos en Euros son retirados a la cuenta bancaria de la empresa.

# Cómo se ejecuta.

## Hotel



El usuario realiza una reserva de una habitación por tres noches.

**3 noches**  
**750€**  
**0,085295 BTC**

El usuario confirma la reserva y accede a realizar el pago.

### Envío a cuenta bancaria.

Criptan enviará diariamente/semanalmente los pagos recibidos y convertidos en € a la cuenta bancaria del hotel.



### Realizar pago.

El usuario escoge realizar el pago con criptomonedas.



El usuario realiza el pago enviando las criptomonedas directamente a la billetera del hotel en Criptan.

### Confirmación del pago.

En el momento en que la recepción ha sido confirmada y es irrevocable, Criptan notifica al hotel de que el pago ha sido realizado con éxito.

Criptan nunca tendrá acceso a los datos del usuario del hotel.

Criptan generará un identificador por cada pago realizado asociado con la compra del cliente.

0,085295 BTC / 750€



### Recepción del pago en Criptan.

El hotel recibe las criptomonedas en su billetera en Criptan.

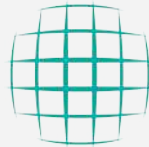


Criptan convertirá inmediatamente a € la cantidad recibida en criptomonedas, garantizando así el importe inicial.



# Diseñemos una hoja de ruta

Hay que priorizar sobre la hoja de ruta de los conceptos de Doblin



	10 Principios	Objetivo específico	Aplicación a mi negocio
configuración	Modelo de negocio	Desarrollar un modelo empresarial de éxito según las circunstancias y las capacidades de la empresa, que permita la mejora continua de la entrega de valor al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Trabajamos en lo posible las 12 cajas incluidas en el Roundcube canvas.</li> <li>❑ Identificamos la esencia del modelo de negocio optimizado las principales áreas de la organización.</li> </ul>
	Network	Construir una red de contactos contactos, conocimiento, alianzas y agentes que aceleren mi negocio, me permita desarrollar una sólida base para crecer de forma sostenida, reducir los riesgos y aumentar mi resiliencia frente a las crisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Somos agentes activos en nuestro sector</li> <li>❑ Participamos en los grupos de trabajo, reuniones, talleres y eventos con espíritu de liderazgo participativo.</li> <li>❑ Somos conscientes de la importancia de relacionarnos con otros profesionales y especialmente con emprendedores y startups que aportan visiones novedosas al negocio.</li> <li>❑ Buscamos la hibridación de ideas de sectores relacionados con mi negocio, provenientes de la agricultura, pesca, comercio, etc</li> </ul>
	Estructura organizativa	Optimizar la estructura de la empresa dotándola de la organización que optimiza el desarrollo natural de la innovación a través de organizaciones más horizontales, transversales, permeables, "líquidas" y colaborativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Usamos metodología ágiles para reducir el <i>time to market</i>.</li> <li>❑ Compartimos la información en red.</li> <li>❑ Gestionamos el tiempo de las reuniones y de los procesos.</li> <li>❑ Provocamos reuniones informales y networking entre los clientes internos.</li> <li>❑ Damos importancia con acciones concretas el cliente interno: Salario emocional, carrera interna, conciliación familiar, <i>Best place to work</i>, etc.</li> </ul>
	Procesos internos	Innovar en gestión de procesos, buscando mayor productividad y eficiencia en el negocio al tiempo que alineamos la empresa para acompañar al cliente en todo el ciclo del viaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Incorporamos herramientas basadas en cloud.</li> <li>❑ Nos dotamos de procesos de información sencillos y altamente operativos.</li> <li>❑ Reducimos la burocracia interna y las jerarquías bloqueantes de los silos de departamento.</li> <li>❑ Revisamos periódicamente los procesos para aumentar la eficiencia.</li> <li>❑ Tenemos en cuenta opiniones de los clientes internos y externo.</li> </ul>

	10 Principios	Objetivo específico	Aplicación a mi negocio
configuración	<b>Modelo de negocio</b>	Desarrollar un modelo empresarial de éxito según las circunstancias y las capacidades de la empresa, que permita la mejora continua de la entrega de valor al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Trabajamos en lo posible las 12 cajas incluidas en el Roundcube canvas.</li> <li>❑ Identificamos la esencia del modelo de negocio optimizado las principales áreas de la organización.</li> <li>❑ Ponemos al cliente (interno y externo) y los proveedores, en el centro del negocio como fortaleza.</li> </ul>
	<b>Network</b>	Construir una red de contactos contactos, conocimiento, alianzas y agentes que aceleren mi negocio, me permita desarrollar una sólida base para crecer de forma sostenida, reducir los riesgos y aumentar mi resiliencia frente a las crisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Somos agentes activos en nuestro sector.</li> <li>❑ Participamos en los grupos de trabajo, reuniones, talleres y eventos con espíritu de liderazgo participativo.</li> <li>❑ Somos conscientes de la importancia de relacionarnos con otros profesionales y especialmente con emprendedores y startups que aportan visiones novedosas al negocio.</li> <li>❑ Buscamos la hibridación de ideas de sectores relacionados con mi negocio, provenientes de la agricultura, pesca, comercio, etc.</li> </ul>
	<b>Estructura organizativa</b>	Optimizar la estructura de la empresa dotándola de la organización que optimiza el desarrollo natural de la innovación a través de organizaciones más horizontales, transversales, permeables, "líquidas" y colaborativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Usamos metodología ágiles para reducir el <i>time to market</i>.</li> <li>❑ Compartimos la información en red.</li> <li>❑ Gestionamos el tiempo de las reuniones y de los procesos.</li> <li>❑ Provocamos reuniones informales y networking entre los clientes internos.</li> <li>❑ Damos importancia con acciones concretas el cliente interno: Salario emocional, carrera interna, conciliación familiar, <i>Best place to work</i>, etc.</li> </ul>
	<b>Procesos internos</b>	Innovar en gestión de procesos, buscando mayor productividad y eficiencia en el negocio al tiempo que alineamos la empresa para acompañar al cliente en todo el ciclo del viaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Incorporamos herramientas basadas en cloud.</li> <li>❑ Nos dotamos de procesos de información sencillos y altamente operativos.</li> <li>❑ Reducimos la burocracia interna y las jerarquías bloqueantes de los silos de departamento.</li> <li>❑ Revisamos periódicamente los procesos para aumentar la eficiencia.</li> <li>❑ Tenemos en cuenta opiniones de los clientes internos y externo.</li> </ul>

	<b>10 Principios</b>	<b>Objetivo específico</b>	<b>Aplicación a mi negocio</b>
	<b>Producto</b>	Diseñar una genuina propuesta de valor que nos permita competir de forma singular y diferenciada en el mercado con productos y servicios de diseño altamente atractivo para el cliente, liderando y construyendo un producto difícilmente replicable por la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Validamos de forma continua nuestro producto/servicio con el cliente.</li> <li>❑ Incorporamos mejoras, novedades y funcionalidades a los productos de nuestro portafolio.</li> <li>❑ Revisamos periódicamente la percepción del cliente del servicio, el producto y la experiencia de marca.</li> <li>❑ Trabajamos la co-creación de productos con los clientes.</li> <li>❑ Trabajamos y actualizamos de forma periódica la metodologías del plan, tales como el Buyer Persona y la cadena de valor del cliente, para adaptar nuestro negocio a las demandas reales del mercado.</li> <li>❑ Nos comprometemos con la personalización de los productos y en convertir a nuestros clientes en los mejores vendedores de nuestra marca.</li> <li>❑ Aplicamos la metodología Roundcubers Canvas, para validar todos los puntos críticos que afectan al producto.</li> </ul>
	<b>Ecosistema de servicio / innovación espacios</b>	Desarrollar un ecosistema de servicios de valor de enfoque integral, de manera que permita a mi negocio desarrollar una experiencia global y única para el cliente. Ofreciendo así al cliente el máximo de servicios desde una misma empresa y facilitando al cliente el disfrute y la seguridad del servicio teniendo un único proveedor. Trabajamos la innovación en los espacios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Diseñamos nuestro producto con el concepto 360° de experiencia de cliente: reserva, producción, pago, fidelización...</li> <li>❑ Creamos un modelo que permite la gestión integral del cliente evitando que se marche a la competencia.</li> <li>❑ Desarrollamos un servicio postventa de gestión integral del cliente, alineando calidad, ventas y producción en el mismo.</li> <li>❑ Hacemos muy sencillo para el cliente entender qué valor le estamos entregando, facilitando todos los procesos del servicio y la comprensión del producto/servicio que le vendemos.</li> <li>❑ Acompañamos al cliente en todos los procesos desde la compra y el disfrute, hasta el regreso a casa y la repetición.</li> <li>❑ Nos preocupamos de tener claramente identificados los puntos de contacto del cliente con mi negocio. No dejamos nada al azar.</li> <li>❑ Trabajamos la innovación en los espacios</li> </ul>

	10 Principios	Objetivo específico	Aplicación a mi negocio
	<b>Servicio</b>	Producir el servicio poniendo el foco en la experiencia del cliente, aplicando los diagramas de alineamiento (customer experience) que nos permiten conectar con las necesidades reales del usuario y con el objetivo de garantizar la satisfacción del cliente en tiempo real	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Desarrollamos nuestra oferta para un público específico, a través del mapa de empatía, y de la cadena de valor del cliente.</li> <li><input type="checkbox"/> Diseñamos el servicio teniendo en cuenta todas las necesidades de nuestros clientes externos (buyer persona) e interno (empleados).</li> <li><input type="checkbox"/> Incorporamos tecnología y servicios para mejorar la comunicación de la oferta que tenemos.</li> </ul>
	<b>Canal</b>	Instrumentalizar el canal de distribución y venta, identificándolo como parte importante de los puntos de contacto de mi negocio con el cliente, ampliando la experiencia del usuario más allá de la venta, desarrollando la experiencia de marca antes, durante y después en el ciclo de vida del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Diseñamos con diagramas los puntos de contacto con el cliente que nos permiten identificar los hitos competitivos y las oportunidades para innovar.</li> <li><input type="checkbox"/> Estudiamos, testamos y validamos nuevos canales de venta y comercialización, así como nuevos canales de comunicación y promoción.</li> <li><input type="checkbox"/> Incorporamos nuevos canales de forma experimental.</li> </ul>
	<b>Marca</b>	Construir una marca poderosa y fácilmente reconocible, robusta de entidad y asociada a una experiencia difícilmente replicable supone crear valor intangible tanto fuera de la organización (clientes) como dentro (empleados)	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Trabajamos el propósito de la marca y desarrollamos la ingeniería de la conexión emocional de mi negocio con el cliente a través del producto/servicio (mapa de empatía).</li> <li><input type="checkbox"/> Incorporamos testimonios de clientes para potenciar la marca.</li> <li><input type="checkbox"/> Participamos en eventos para compartir conocimiento y ser vistos como marca innovadora.</li> <li><input type="checkbox"/> Modulamos nuestros mensajes de comunicación para que estén en consonancia con los valores de marca innovadora.</li> <li><input type="checkbox"/> Nos ocupamos, gestionamos y potenciamos la reputación de nuestra marca.</li> </ul>
	<b>Compromiso de cliente</b>	Comprometer a la organización en la satisfacción del cliente, a través de la creación y gestión de vínculos emocionales, personalizando el servicio, construyendo emociones en los puntos de interacción entre cliente y empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Diseñamos nuestras experiencias con el compromiso de ofrecer la máxima satisfacción posible.</li> <li><input type="checkbox"/> Desarrollamos la experiencia de cliente y de marca de nuestro negocio en todos los procesos en contacto con el usuario.</li> <li><input type="checkbox"/> Convertimos al cliente externo e interno en el servicio postventa de nuestros productos.</li> </ul>

**EMPRENDER E INNOVAR: CLAVES  
EN EL SECTOR TURÍSTICO POST COVID**

**Accetur** 

Accelerador Empresarial  
i de l'Accés dels Emprenedors  
al Mercat del Turisme.

**MUCHAS  
GRACIAS**