

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1 Análisis contextual: Covid-19 y tecnología	4
1.1. El contexto covid-19 en aplicaciones	5
1.2. El contexto sociocultural de las aplicaciones	7
1.3. Nuevas tendencias del mercado de aplicaciones móviles	7
1.4. La nueva tendencia de turistas experienciales	9
1.5. El gran interés sobre la salud y el bienestar del cuerpo.....	12
1.6. Contexto sobre la hostelería en Málaga.....	13
1.7. La importancia de la tecnología en la hostelería	14
CAPÍTULO 2 Análisis de la Realidad Aumentada en las apps móviles: atención especial a la hostelería	17
2.1. Definición terminológica de la realidad aumentada	18
2.2. Evolución histórica de la realidad aumentada	18
2.3. Ventajas y desventajas de la realidad aumentada.....	22
2.4 La tipología de la realidad aumentada	23
2.5 Características de una aplicación móvil con realidad aumentada	25
2.6. Aplicaciones con realidad aumentada en restaurantes	25
2.7. Ventajas del uso de la realidad aumentada en restaurantes	29
CAPÍTULO 3 Análisis del Big Data y propuesta de indicadores para la hostelería	31
3.1. El Big Data como estrategia multifuncional en las empresas	32
3.2. Definición terminológica del Big Data.....	32
3.3. Evolución histórica del Big Data.....	33
3.4. Composición del Big Data.....	35
3.5. Características del Big Data	37
3.6. Elementos que forman el proceso del Big Data	39
3.7. Desafíos del Big Data	40
3.8. Ventajas generales del Big Data en el sistema de gestión de procesos en el restaurante.....	41
3.9. La ingeniería de menús con el Big Data.....	43
3.10. Los KPIs (<i>Key Performance Indicators</i>) propuestos con Big Data	45
CAPÍTULO 4 Conclusiones.....	49
CAPÍTULO 5 Bibliografía.....	51