



**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO  
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMIA**



**Unidad de Aprendizaje: “Innovación de productos y servicios  
turísticos”**

**Programa Educativo: Licenciatura en Turismo**

**Lugar donde se imparte: Facultad de Turismo y Gastronomía**

**Responsable de la elaboración:**

**M. EN A. MÓNICA DEL VALLE PÉREZ**



[www.uaemex.mx](http://www.uaemex.mx)  
Fecha de elaboración: Julio de 2016



**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# Unidad 1

# “DIRECCIÓN ESTRATÉGICA”

## Contenido:

- 1.1 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN BUSCA DEL CAMBIO
- 1.2 GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
- 1.3 MERCADO, COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN
- 1.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DETECCIÓN DE NECESIDADES
- 1.5 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# 1.1 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN BUSCA DEL CAMBIO






La Dirección estratégica requiere una planificación, un proceso continuo de toma de decisiones, decidiendo por adelantado qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo va a hacer.

Esta toma de decisiones estratégicas es función y responsabilidad de directivos de todos los niveles de la organización, pero la responsabilidad final corresponde a la alta dirección. Es esta quien establecerá la visión, la misión y la filosofía de la empresa.





# Objetivos estratégicos



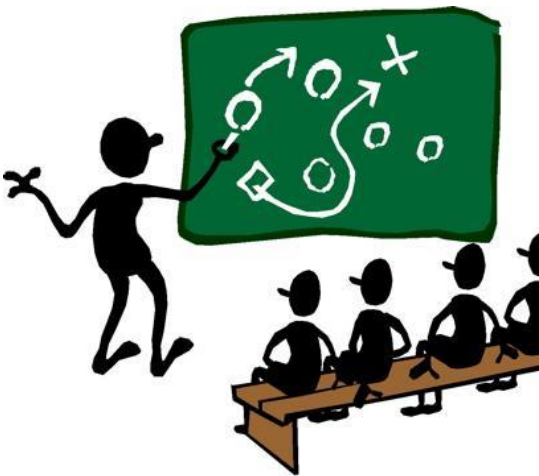
Definir la filosofía y misión de la empresa o unidad de negocio.

Establecer objetivos a corto y largo plazo para lograr la misión de la empresa, que define las actividades de negocios presentes y futuras de una organización





# Planificación estratégica




Formular diversas estrategias posibles y elegir la que será mas adecuada para conseguir los objetivos establecidos en la misión de la empresa.

Desarrollar una estructura organizativa para conseguir la estrategia.





# Implementación estratégica



Asegurar las actividades necesarias para lograr que la estrategia se cumpla con efectividad

Controlar la eficacia de la estrategia para conseguir los objetivos de la organización





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# 1.2 GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN







Las empresas deben establecer las bases para poder sistematizar los procesos de innovación, definiendo una serie de etapas y actividades que controladas y gestionadas de forma adecuada pueden conducir a resultados mas predecibles, reduciendo la incertidumbre y el riesgo de estos proyectos.





## Elementos clave





# Proceso



Identificar las actividades

Determinar la secuencia e interacción de estas

Determinar los criterios y métodos

Asegurarse de la disponibilidad de recursos





Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estas actividades

Definir e implantar las acciones

Establecer y documentar los mecanismos de protección y explotación de los recursos





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# 1.3 MERCADO, COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México

# Mercado



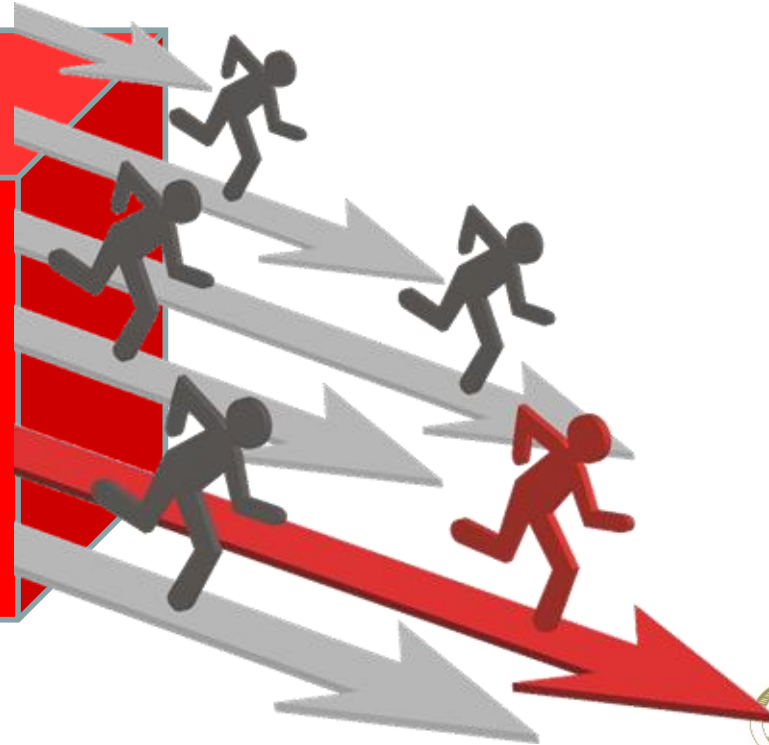
**Es el marco social que genera las condiciones para intercambiar bienes y/o servicios, esta institución social permite que se vinculen los oferentes y los demandantes que buscan desarrollar una operación comercial basada en intercambios, transacciones y acuerdos.**





# Competitividad

Es la capacidad que tiene una empresa para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores; depende de la relación entre el valor y la cantidad de producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo.





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



**Innovación**

**Tecnología**

**Estrategia**

**Liderazgo**

**Competitividad**







# Innovación



**Es un cambio que introduce novedades, nuevas propuestas, inventos y su implementación económica, de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos.**





## Introducción en el mercado

La introducción de un nuevo método de producción

La apertura de un nuevo mercado en un país.

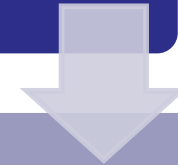




**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



El acceso a nuevas formas de  
suministro de materias primas



La implantación de una  
nueva estructura





**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# 1.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DETECCIÓN DE NECESIDADES





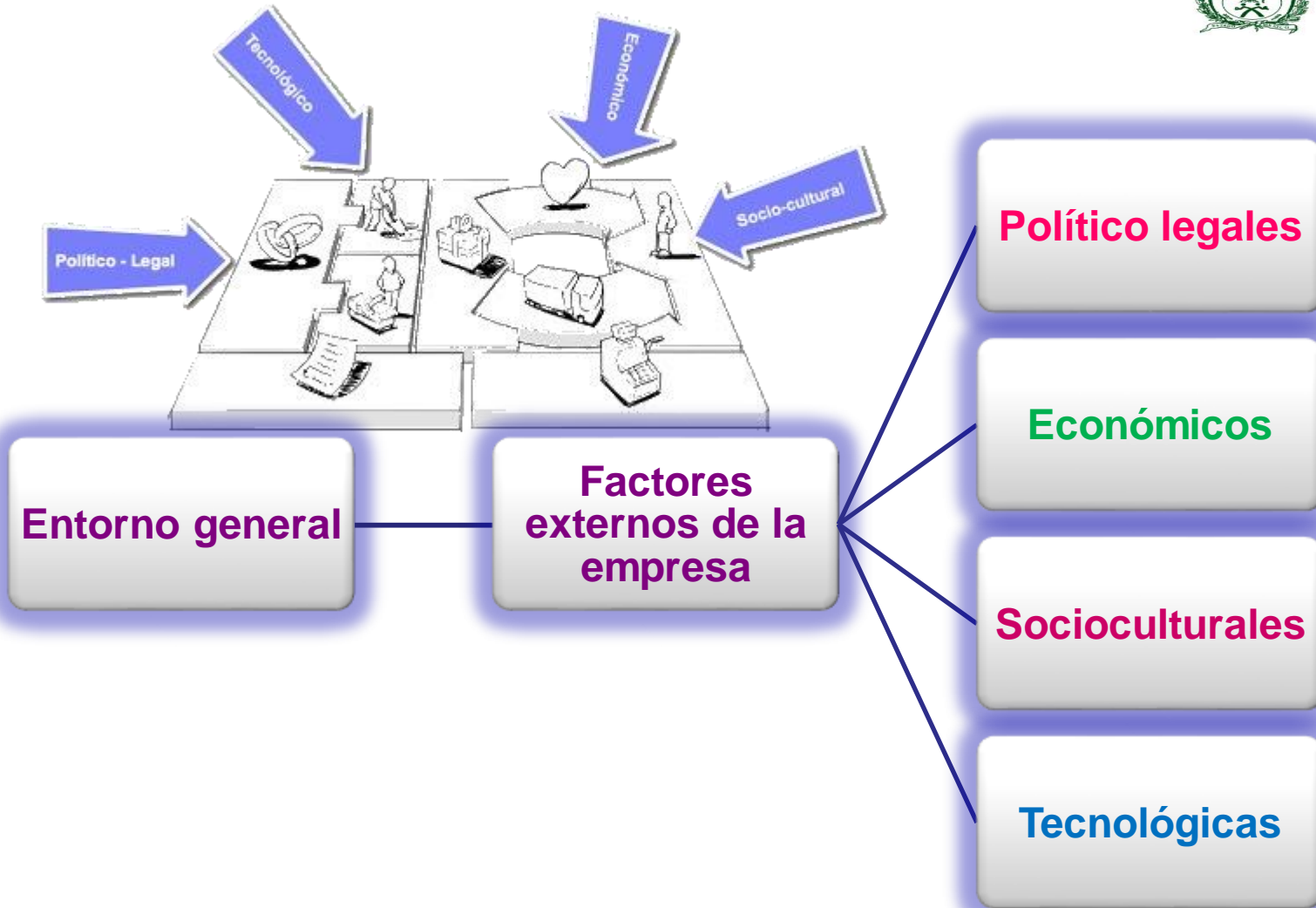


# Objetivo

Estudio de las necesidades formativas con las que cuenta el personal de la empresa.

Afectan de modo directo en la competitividad y retorno de inversión de la empresa.







**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



**Competencia**



**Los  
productos  
sustitutos**



**Proveedores**



**Clientes**



**ENTORNO ESPECÍFICO**







**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# 1.5 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES





## Competencias Organizacionales



**Se refieren a aquellas  
capacidades que debe  
exhibir cada miembro de  
la entidad.**





Competencias  
Técnicas



Relacionadas con  
las *competencias* propias de  
cada área o proceso, las  
cuales los distinguen.





## Competencias Específicas



**Son aquellas capacidades requeridas para que el desempeño en un cargo o puesto de trabajo sea superior al promedio o igual al esperado según la antigüedad del funcionario en el mismo.**





# Referencias bibliográficas

- Lerma K. (2010). **Desarrollo de nuevos productos. Una visión integral.** (4ª ed.). México: Cengage.
- Schnarch K. (2009). **Desarrollo de nuevos productos y empresas.** (5ª ed). México: McGraw Hill.
- Ulrich K. (2009) **Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario.** (4ª ed.). México: McGraw Hill.
- Vértice P. (2012) **Política de producto.** España: Vértice.
- Kotler P., Armstrong G. (2013) **Fundamentos de marketing.** (11ª ed.) México: Pearson.
- Fernández M. (2005). **Innovación Tecnológica y Competitividad: Un intento de divulgación de Conceptos, Enfoques y Métodos.** México: Friedrich Ebert.
- Ordoñez, R. (2010). **Cambio, Creatividad e Innovación: Desafíos y Respuestas.** España: Garnica
- Ponti F. (2010). **Los 7 movimientos de la innovación.** México: Norma.
- Schnarch K. (2014). **Desarrollo de Nuevos Productos, Creatividad, Innovación y Marketing.** (6ª ed.). México: Mc.Graw Hill.





UAEM | Universidad Autónoma  
del Estado de México



# Guion Explicativo

La presente unidad titulada “**Dirección Estratégica**”, esta diseña por temas y subtemas de una manera clara y concreta, que permite al lector llevarlo de la mano, para que vaya siguiendo la continuidad de los temas. Siendo el **objetivo general**: Aplicar la dirección estratégica con el fin de identificar las necesidades del cambio que puede y debe tener la organización turística a través de la innovación de los productos y servicios que ofrece, con el fin de ser competente en el mercado.

Por lo que se invita a revisarla y consultarla.

**Por su atención muchas gracias!**

