



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
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



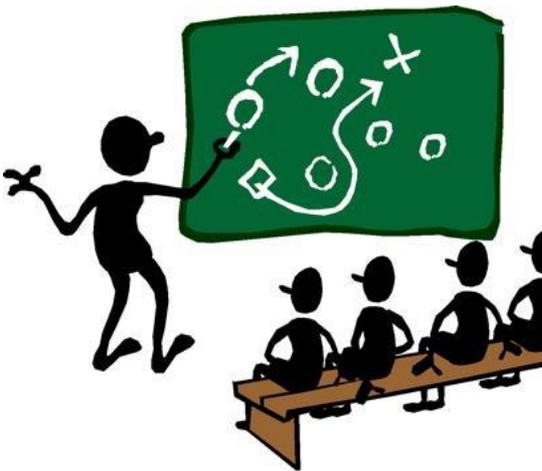
Definir la filosofía y misión de la empresa o unidad de negocio.

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.



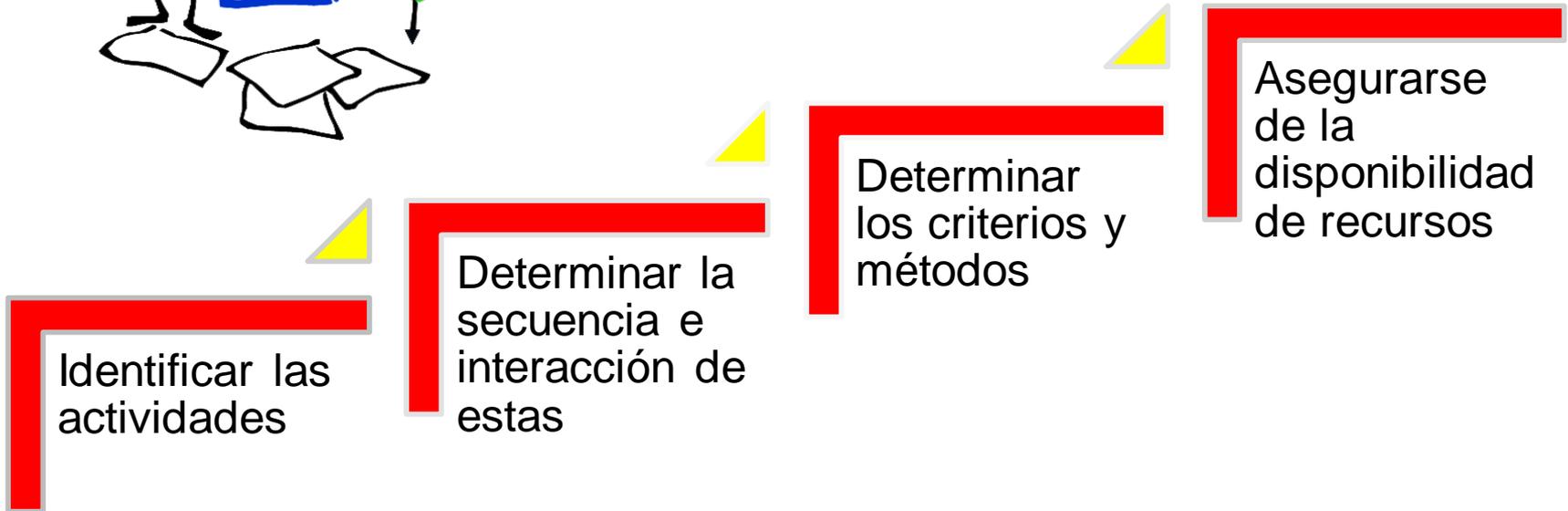


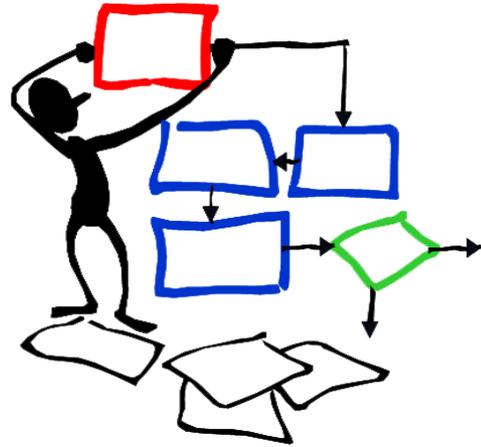
Elementos clave





Proceso





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



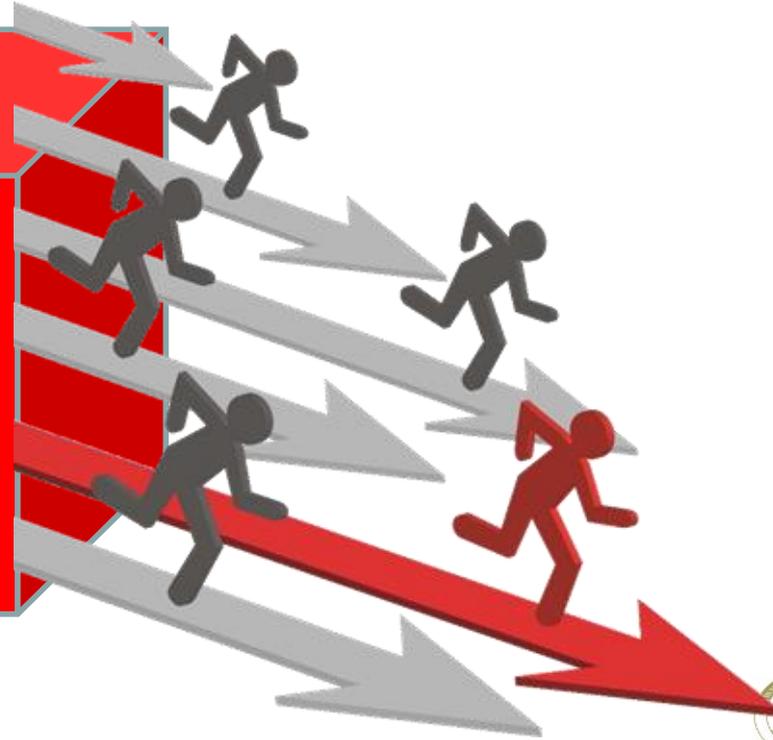
Es el marco social que genera las condiciones para intercambiar bienes y/o servicios, esta institución social permite que se vinculen los oferentes y los demandantes que buscan desarrollar una operación comercial basada en intercambios, transacciones y acuerdos.





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





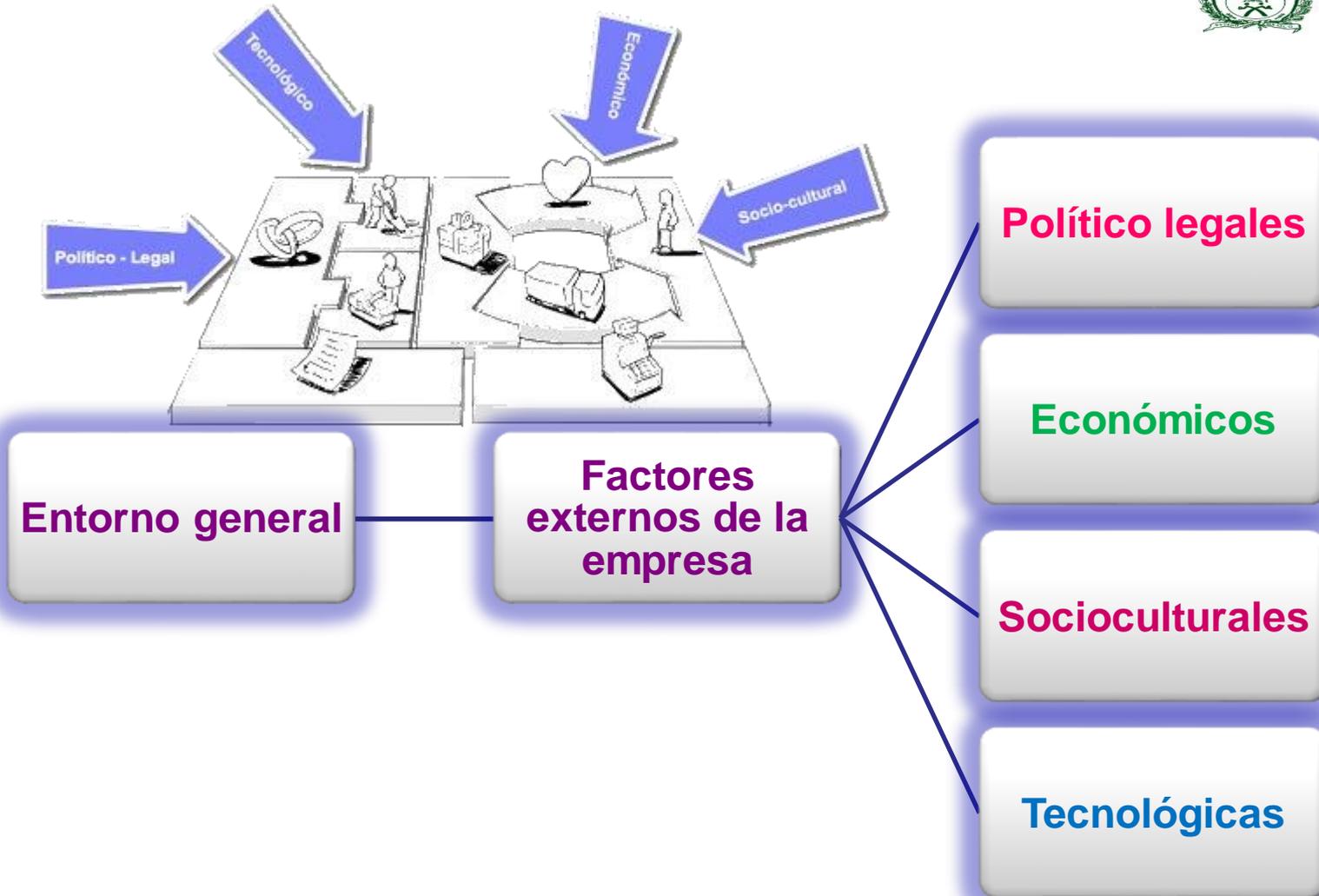


Objetivo

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!

