

*FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS*

CURSO 2020-2021

*GUÍA DE TRABAJO
AUTÓNOMO 2*

*TEMA 3: GESTIÓN
ESTRATÉGICA DE LA
EMPRESA TURÍSTICA*

PROFESORES:

Margarita Ruiz Rodríguez

José Bocoya Maline

CONTENIDOS DEL TEMA:

1. El concepto de estrategia en la empresa turística
2. El proceso estratégico y sus etapas: determinación de la posición competitiva, elección de la estrategia, implantación y control
3. Herramientas para determinar la posición estratégica de la empresa: análisis del entorno general y competitivo, matriz DAFO, la cadena de valor, el modelo de ciclo de vida del sector, la perspectiva de la empresa basada en los recursos y las capacidades como fuente de ventaja competitiva
4. Elección estratégica por niveles: estrategias corporativas, competitivas y funcionales
5. Estrategias competitivas a nivel de negocio: ventaja en costes, diferenciación e híbridas
6. Estrategias corporativas: expansión y diversificación
 - 6.1. Estrategias de crecimiento: expansión y diversificación
 - 6.2. La internacionalización de la empresa turística como estrategia de expansión geográfica
 - 6.3. Formas de crecimiento: interno y externo

2

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PARA EL ALUMNO:

- ✓ Recordar el concepto de Estrategia
- ✓ Explicar la vinculación entre la existencia de competencia y la necesidad de búsqueda de ventaja competitiva por las empresas
- ✓ Recordar las características de una estrategia que contribuyen al éxito
- ✓ Describir las fases del proceso estratégico
- ✓ Explicar la teoría de la empresa basada en los recursos y las capacidades
- ✓ Distinguir y esquematizar los distintos niveles estratégicos y las estrategias aplicables en cada uno de ellos
- ✓ Explicar las estrategias a nivel de negocio que pueden aplicar las empresas y recordar sus objetivos, fuentes, características y variantes
- ✓ Explicar los tipos, formas y características de las estrategias corporativas o de crecimiento, especialmente las de diversificación e internacionalización

- ✓ Explicar la concentración de empresas o formas de crecimiento externo
- ✓ Distinguir las diversas formas de cooperación y alianzas entre empresas turísticas

ACTIVIDADES INDIVIDUALES NO PRESENCIALES:

1. **Leer** con detenimiento el tema ofrecido como material
2. **Subrayar** el tema
3. Realizar un **esquema-resumen**

TEMPORALIZACIÓN: 60 minutos, ANTES DE COMENZAR EL TEMA EN CLASES.

ACTIVIDADES INDIVIDUALES PRESENCIALES:

1. **Leer** las lecturas disponibles en el campus virtual:
 - Para la primera clase destinada al concepto de Estrategia y las estrategias competitivas:
 - Lectura 1:** Definiciones de estrategia
 - Lectura 2:** Recursos y capacidades en Disney
 - Lectura 3:** El reloj estratégico en el transporte aéreo
 - Lectura 4:** La estrategia sin filigranas en Easyjet.
 - Lectura 5:** Personalizar el servicio, herramienta de diferenciación para los pequeños hoteleros
http://www.hosteltur.com/113613_personalizar-servicio-herramienta-diferenciacion-pequenos-hoteleros.html
 - Lectura 6:** La gastronomía, elemento de diferenciación para las cadenas hoteleras
http://www.hosteltur.com/115899_gastronomia-elemento-diferenciacion-cadenas-hoteleras.html
 - Lectura 7:** Lujo ofrecido y lujo percibido
https://www.hosteltur.com/120862_lujo-ofrecido-lujo-percibido.html
 - Lectura 8:** La estrategia de respuesta rápida en la Banca por Internet
 - Lectura 9:** Estrategias de las cadenas hoteleras para crecer
http://www.hosteltur.com/118125_estrategias-cadenas-hoteleras-crecer.html

Lectura 10: Limitaciones de la expansión internacional de las cadenas españolas
https://www.hosteltur.com/116016_limitaciones-expansion-internacional-cadenas-espanolas.html

Lectura 11: “Marriott completa la compra de Starwood para crear el mayor grupo hotelero del mundo”
<http://www.expansion.com/empresas/transporte/2016/09/23/57e4fa44268e3ee0638b459e.html>

Lectura 12: “Barceló se alía con el grupo chino Plateno para desembarcar en Asia”
<http://www.expansion.com/empresas/transporte/2016/06/14/575fd4ae268e3e95448b461a.html>

Lectura 13: Paradores crecerá con la fórmula de franquicia para no hipotecar su negocio
http://www.hosteltur.com/112939_paradores-crecera-formula-franquicia-no-hipotecar-su-negocio.html

Subrayar los aspectos más importantes del texto y relacionarlos con los conceptos del tema

ACTIVIDADES GRUPALES NO PRESENCIALES:

1. Consulte el material ofrecido por los profesores (tema y diapositivas, dossier de noticias sobre empresas turísticas), lea las lecturas indicadas a continuación y haga un análisis relacionando la información aportada con los contenidos del tema:

Analizar la información consiste en:

- a. Identificar la información clave del caso
 - b. Establecer la relación con conceptos teóricos (codificación)
 - c. Explicar el por qué (conceptualización y explicación del problema)
 - d. Extraer unas conclusiones
- (NOTA: no se pide la opinión personal, sólo análisis teórico)

“Hoteles con doble marca, al alza en Europa y Estados Unidos”

https://www.hosteltur.com/117899_hoteles-doble-marca-al-alza-europa-estados-unidos.html

“Los hoteles de lujo constituyen un sector en alza”

<http://www.guialomejordelmundo.com/los-hoteles-de-lujo-constituyen-un-sector-en-alza/>

“Marriot da un paso más en su concepto del lujo con W Hotels”

https://www.hosteltur.com/109085_marriott-innova-en-el-concepto-del-lujo-de-la-mano-de-w-hotels.html

“Siete tendencias al alza en hoteles para 2018 según ACCOR”

https://www.hosteltur.com/126011_siete-tendencias-al-alza-hoteles-2018-accorhotels.html

5

“Hoteles exquisitos a 100 euros”

https://elpais.com/diario/2008/06/28/viajero/1214684643_850215.html

“Iberostar: renovación de activos para subir precios y atraer a otro tipo de cliente”

http://www.hosteltur.com/115763_iberostar-renovacion-activos-subir-precios-atraer-otro-tipo-cliente.html

“Palladium: innovar para conocer al cliente y crear experiencias diferentes”

https://www.hosteltur.com/123901_palladium-innovar-conocer-al-cliente-crear-experiencias-diferentes.html

MELIÁ:

http://www.hosteltur.com/114344_expansion-melia-componente-bleisure-como-protagonista.html

https://www.hosteltur.com/156110_melia-basa-su-confianza-futuro-internacionalizacion.html

<http://www.meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/30012013/melia-apuesta-internacionalizacion-2013-reforzar-su-liderazgo-hacer-frente>

<http://www.meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/05102016/melia-hotels-international-china-como-casa>

<http://www.meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/03062016/melia-hotels-international-30-anos-imparable-crecimiento-indonesia>

“**Room Mate** doblará su tamaño en 18 meses y entrará en París y Roma” “Room Mate triplicará su tamaño para convertirse en líder global” “Joint venture de Be Mate y Q

Capital para comprar edificios de apartamentos” “Room Mate crecerá un 20% con sus hoteles y apartamentos en 2020”

https://www.hosteltur.com/126073_room-mate-doblara-su-tamano-18-meses-entrara-paris-roma.html

https://www.hosteltur.com/115589_room-mate-triplicara-su-tamano-convertirse-lider-global.html

https://www.hosteltur.com/127270_joint-venture-be-mate-q-capital-comprar-edificios-apartamentos.html

https://www.hosteltur.com/129743_room-mate-entra-en-mallorca-en-el-segmento-vacacional-con-blackstone.html

<https://www.expansion.com/empresas/transporte/2020/01/20/5e257039e5fdeae7698b4654.html>

“La CNMC da el visto bueno a la fusión del negocio de viajes de Barceló y Globalia”

<https://www.expansion.com/empresas/transporte/2020/05/08/5eb56baa468aeb3e478b45a1.html>

“De Hotelbeds a TUI: las razones de una compra de ida y vuelta” “TUI compra la B2b de experiencias Musement”

https://www.hosteltur.com/127415_hotelbeds-tui-razones-compra-ida-vuelta.html

<https://www.preferente.com/noticias-de-agencias-de-viajes/tui-compra-la-b2b-de-experiencias-musement-280275.html>

“Autorizan la joint venture de Air France, KLM, Alitalia y Delta para rutas transatlánticas”


https://www.hosteltur.com/111031_autorizan-joint-venture-air-france-klm-alitalia-delta-rutas-transatlanticas.html

“Ritz-Carlton entrará en la industria de cruceros en 2019”

https://www.hosteltur.com/122821_ritz-carlton-entrara-industria-cruceros-2019.html

TEMPORALIZACIÓN: Tres semanas (Fecha tope de entrega: **27 noviembre**)

BIBLIOGRAFÍA:

1. Casanueva Rocha, C.; García del Junco, J. y Caro, F.J. (2000): “Organización y Gestión de Empresas Turísticas”. Editorial Pirámide. (manual de la asignatura).
2. García-Tenorio Ronda, J.; et al. (2006): “Organización y Dirección de Empresas”. Ed. Thomson.
3. Grant, R.M. (2006): “Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones”. Editorial Civitas. 5ª edición
4. Johnson, G.; Scholes, K.; y Whittington, R. (2008): Dirección Estratégica. 7ª edición. 
5. Martín Rojo, I. (2009): “Dirección y gestión de empresas del sector turístico”. Editorial Pirámide.
6. Navas López, J.E.; Guerras Martínez, L.A. (2015): “La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones”. Editorial Cívitas. 5ª edición.
7. Parra López, E.; Calero García, F. (2006): “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas”. Editorial McGraw Hill.

MATERIALES:

Tema y diapositivas elaborados por los profesores a disposición del alumno en el campus virtual

Lecturas complementarias disponibles en el campus virtual