**PRINCIPALES TEÓRICOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

**INTRODUCCION:**

Planeación estratégica proceso formalizado de planeación a largo plazo, el cual se utiliza para definir y alcanzar las metas de la organización, Existen un innumerable número de autores los cuales establecen su particular objetivo referente a este tema describiendo a alguno de ellos tales como:

**330ac. Sócrates,** Estrategos El Arte del general

Federico el grande. Adiestramiento y Disciplina.

**1806 Von Bulow,** Concentración de puntos de denominación rapidez de movimientos

**1954 E. Hart,** Divide y Vencerás

**1954 Peter Druker,** Estratega – Recursos

**1959 Edith Pernose** Publicó su libro La teoría del crecimiento de las empresas, en el cual indica que a largo plazo la rentabilidad, supervivencia y crecimiento de la empresa están en su capacidad de adaptarse y extender sus operaciones en un mundo incierto, cambiante y competitivo.

**1962 Alfred Chandler,** Adopción de recursos de acción y asignación de recursos para alcanzar metas.

**1965 Igor Ansoff**, Estrategias Competitivas.

Indica que son básicamente cuatro tipos de decisiones organizacionales enfocadas: estrategia, políticas, programas y procedimientos operativos. Las decisiones de estrategia son diferentes porque se deben tomar constantemente, de acuerdo a las nuevas condiciones de la empresa y su ambiente. Distingue tres tipos de decisiones: estratégicas, administrativas y operativas; que se conocen como las tres S (strategy, structure, system). De acuerdo a este autor la estrategia se basa en:

Ansoff señala que la planeación busca cambiar y guiar a las organizaciones por medio del significado específico de estrategias, políticas, reglas estándar, planes y presupuestos. Así, el aspecto normativo de la planeación es parte de la ciencia administrativa.

**1967 Ansoff y Brandenburg,** La planeación es un proceso en el cual se establecen guías formales y limitantes para el comportamiento de la empresa. Ello incluye búsqueda de amenazas y oportunidades, su análisis y selección de las mejores oportunidades para su implementación, usando la retroalimentación para mejorar el proceso

**1970 Von clausewitz**, Objetivos claros Horizontales Temporales Bien definidos.

**1978 Dan E, Schendel**, Analisis y planeación Estratégica.

**1984 Wernefelt** Indicaba que las empresas pueden diferenciar su posición frente a la competencia manejando los recursos que posee.

**1985 Mintzberg, H. y Waters, A,** La estrategia de la empresa puede ser emergente y/o adaptativa, sobre todo en ambientes turbulentos y cambiantes.

**1991 Barney** Afirma que la ventaja competitiva que tiene una empresa se basa en los recursos y capacidades bajo su control y son raros, imperfectamente imitables y no sustituibles.

**1994 Capon, Farley y Hulbert** Fortalecen el concepto de la formalidad para alcanzar mejores resultados en la empresa.

**1995 Collins y Montgomery,** Señalan que los recursos pueden ser físicos o intangibles, tales como la tecnología, la marca, el conocimiento. Éstos permiten a la empresa tener una posición de ventaja, pero en un mundo de cambios constantes, las empresas necesitan mantener la presión para invertir, mantener y crear recursos valorables que ayuden a sostener su ventaja frente a sus competidores

**1996 Porter** Indica que la estrategia está relacionada con las actividades y, por lo tanto, una empresa puede aventajar a sus competidores si establece actividades que la diferencien de ellos o bien, si realiza las mismas actividades pero en una forma distinta.

Las empresas pueden utilizar dos mecanismos para aprovechar su posición frente a la competencia, ya sea ofreciendo bienes que se diferencian de los de sus competidores, o bien, mediante la reducción de costos para ofrecer bienes con un mejor valor.

**1998 Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel, J.,** Escuela del aprendizaje y se basa en la teoría de la administración del conocimiento y aprendizaje organizacional

El modelo de Mintzberg señala que:

• La estrategia explicita “ciega” a los administradores para entender un ambiente cambiante.

• En ambientes estables no es necesario hacer una estrategia.

• La estrategia debe ser formulada cuando estamos en una empresa que se encuentra en el período de iniciación y cuando la empresa está en una etapa de cambio pasando de ambientes cambiantes a estables.

**1999 Hoskisson, Hitt, Wan y Yiu** Señalan las diferentes visiones que se han desarrollado desde el punto de vista interno y sus propias capacidades; posteriormente el enfoque cambia al analizar la industria y cómo este conglomerado fija las reglas para la estrategia; finalmente, vuelve la vista hacia el interior de las empresas, específicamente a los recursos que posee y la administración para crear una estrategia que ayude a mantener la ventaja competitiva.

**2001 Barney, Wright y Ketchen** Agregan que dichos recursos incluyen las habilidades de la dirección, los procesos y rutinas, así como el control de la información y el conocimiento.

**2001 Wittington**  Establece que la planeación estratégica se cataloga en cuatro áreas de estudio: la planeación clásica, planeación evolucionaría, la planeación procesal y la planeación sistémica.

**2003 Analoui y Karami** Describen las características de las cuatro escuelas: **La estrategia clásica, El enfoque evolucionario, El enfoque procesal, La Escuela Sistémica.**

**Otalora (2004)** identifica dos diferentes tipos de empresarios: los patrimonialista y los estrategas. El empresario patrimonialista tiene un enfoque hacia el rendimiento que obtiene por lo que invierte, calcula el tiempo que va a dedicarle a la empresa, el que va a viajar y que va a dedicar a otras cosas. Por otro lado, el estratega tiene una visión, empuje, afronta retos y busca nuevas alternativas para hacer crecer su negocio.

**2006 Wiltbank, Dew, Read y Sarasvathy**. Existen dos factores importantes al momento de elaborar la estrategia: uno es el énfasis que se busca dar para predecir el futuro del ambiente de la empresa y el otro es el énfasis en controlar el plan y la consecución de resultados.

**2009 Julien** Señala que ésta es una barrera de entrada y dice que “lo que las empresas buscan es crear una situación donde la posición de sus propios recursos directa o indirectamente hace más difícil para otros alcanzarla”.

**2009 Mintzberg** Aplicación de la estrategia “flexible y emergente”

BIBLIOGRAFIA:

* Münch Galindo, Lourdes**.** *Fundamentos de Administración***.** Quinta Edición, México, Editorial Trillas, 1999.
* Hermida J. Administración y Estrategia,Macchi,B.A.,1992.
* Fred R. David. Conceptos de Administración Estratégica 5ª ed.Prentice–Hall,México1997p4.
* George A. Steiner Planeación Estratégica Editorial CECSA,Cap.2pag.20
* Fred R. David. La Gerencia Estratégica Pag,194,Cap 6ed .Legis.
* Newball L. Dirección Estratégica, Conceptos Generales. Cap.1,Pag:2-13,Ed.McGraw-Hill Interamericana,ISBN970-10-4368-5.