



Planificación estratégica en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos

Strategic planning in the companies that provide drilling and rehabilitation services of wells

Yajaira Alvarado

yaalv26@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5221-2302

Universidad del Zulia, Zulia - Venezuela

Anmi Petit

anmi.petit12@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0366-9183

Universidad del Zulia, Zulia - Venezuela

Artículo recibido en abril 2020 / Arbitrado en mayo 2020 / Aceptado en junio 2020 / Publicado en julio 2020

RESUMEN

La investigación que se presenta tuvo como objetivo analizar la planificación estratégica en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos. Se tipificó como descriptiva, bajo un diseño no experimental, transeccional y de campo. La población quedó representada por las dos (2) empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división Occidente. Como técnica de recolección se empleó la encuesta mediante un cuestionario. Para alcanzar la validez del mismo fue sometido al juicio de expertos. En el cálculo de su confiabilidad se empleó el método del Coeficiente Alfa de Cronbach, ubicándose en 0,93. El análisis de los datos se realizó mediante la estadística descriptiva. Se evidenció que en las empresas analizadas, se entiende y aplica la esencia de la planeación estratégica, la cual consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro.

Palabras clave

Elementos de la planificación, factores externos, factores internos, industria petrolera, planificación estratégica

ABSTRACT

The research presented was aimed at analyzing strategic planning in companies that provide drilling and well rehabilitation services. It was classified as descriptive, under a non-experimental, transectional and field design. The population was represented by the two (2) companies that provide drilling and well rehabilitation services to the oil industry in the West division. As a collection technique, the survey was used through a questionnaire. To achieve its validity, it was submitted to the judgment of experts. In calculating its reliability, the Cronbach's Alpha Coefficient method was used, reaching 0.93. Data analysis was performed using descriptive statistics. It was evidenced that in the analyzed companies, the essence of strategic planning is understood and applied, which consists of the systematic identification of opportunities and dangers that arise in the future.

Keywords

Elements of planning, external factors, internal factors, oil industry, strategic planning

INTRODUCCIÓN

La transformación ocurrida en el mundo de los negocios en estos últimos años ha creado la necesidad de buscar una mejora sustancial, sostenida en los resultados tanto operacionales como financieros de las empresas, ello ha llevado tanto a la búsqueda como a la aplicación de nuevas técnicas, prácticas gerenciales de planificación y medición del desempeño del negocio, a fin de identificar cuáles son las estrategias que se deben seguir para alcanzar la visión de la empresa y establecer objetivos estratégicos cuyo cumplimiento pueda ser medible a través de un conjunto de indicadores de desempeño del negocio.

En este marco de referencia, resulta imprescindible prepararse para lo que vendrá y así estar listo para los competidores, nuevos clientes, mercados y retos. Uno de estos nuevos retos lo representa el aumento de la competitividad empresarial; por ello un gerente debe tener siempre enmarcada sus ideas y pensamientos dentro de la planificación estratégica de sus operaciones. En este sentido, para cualquier empresa, la planificación estratégica puede ser una herramienta que ayude a alcanzar cualquiera de los objetivos que se deseen lograr.

Así entonces, la planificación estratégica es entendida, como el proceso por el cual los miembros guías de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzar sus objetivos (Goodstein *et al*, 2006). Agregan estos autores que, la planificación estratégica incrementa la capacidad de la organización para implementar el plan estratégico de manera

completa y oportuna. Además, ayuda a que la empresa desarrolle, organice y utilice una mejor comprensión del entorno en el cual opera, o la industria o campo donde funciona, de sus clientes (actuales o potenciales) y de sus propias capacidades o limitaciones.

De manera que, la planificación estratégica, se ha visto como una necesidad para toda estructura organizacional, la cual está implícita en los procesos de producción, tanto en lo que se refiere a los productos tangibles como a los intangibles (servicios). En este sentido, es importante acotar que, donde existan operaciones organizacionales, la planificación estratégica tendrá la fuerza de estar presente, garantizando así la continuidad operacional dentro del mercado en donde se desarrolle la empresa.

En esta perspectiva, para Rosales (2004), en los sectores industriales de Venezuela se ha observado la necesidad de un cambio en las estrategias para la toma de decisiones dentro de sus organizaciones; el cual se considera fundamental para el abordaje de la adaptación de la tecnología, situación financiera, capacidad gerencial, comunicación extra e intersectorial, aprehensión de los mercados, entre otros aspectos, necesarios para la competitividad y el desarrollo económico e industrial de la región zuliana y, por ende, del país.

Visto así, hoy en día en las empresas venezolanas dedicadas al sector petrolero, se necesita desarrollar estrategias y recursos adecuados para lograr sus objetivos. Se necesita un proceso sistemático para controlar y reportar las actividades planificadas. Se trata en esencia de no adivinar el futuro, sino de estar preparado para ese futuro. Por lo tanto, la planificación

estratégica siempre estará vigente, lo que perderá actualidad son los modelos específicos para diseñar las acciones.

Cabe destacar que, las empresas de perforación y rehabilitación de pozos para la industria petrolera en la división occidente no escapan de esta realidad, es por ello que se puede estudiar la eficiencia en estas organizaciones para la aplicación de la planificación estratégica. Tales empresas, orientándose según los valores presentes en las filosofías de gestión que las sustentan, deben justificar su espacio en el mercado al que atienden, dando cuenta de la inversión/gasto que representan en relación directa con los resultados/beneficios que producen.

En este sentido, para estas empresas la planificación estratégica puede ser una herramienta que ayude alcanzar cualquier objetivo que se desee lograr. A partir de este proceso, se les puede brindar a los líderes de estas empresas, una forma de aumentar de manera significativa la productividad en sus procesos, logrando con esto, cumplir en gran parte con los objetivos trazado.

Sobre la base de lo anterior, las investigadoras se plantearon como objetivo analizar la planificación estratégica en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Considerando el problema planteado y el objetivo a alcanzar, el tipo de investigación se

catalogó como descriptiva, ya que la misma consistió en describir sistemáticamente, características homogéneas de los fenómenos estudiados sobre la realidad (individuos, comunidades), bajo un diseño no experimental, transeccional y de campo.

Así, el estudio de la planificación estratégica, en las empresas seleccionadas, se realizó descriptivamente, tal como lo plantea Bavaresco (2006), utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta, y como instrumento de medición, un instrumento denominado cuestionario, validado por el juicio de expertos y cuya confiabilidad fue 0,93 según el método del Coeficiente Alfa de Cronbach, lo cual permitió describir el fenómeno de estudio, en este caso la forma como se presenta la planificación estratégica en el sector bajo estudio.

Los datos fueron recolectados de una población finita, conformada por las dos (2) empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente, activas para el momento de la recolección de datos. Para procesar los resultados de la aplicación del cuestionario se recurrió al método de la estadística descriptiva, específicamente el análisis se realizó con base a las frecuencias relativas y las medias aritméticas. Para el análisis de las frecuencias se consideró conveniente fijar un baremo de interpretación, el cual se recoge en el cuadro 1.

Cuadro 1. Tendencia de análisis para la interpretación de frecuencia

ALTERNATIVA	BAREMO	TENDENCIA
	$S+CS \geq 70\%$	Positiva
Siempre y Casi siempre (S+CS)	$40\% \leq S+CS < 70\%$	Neutral
	$S+CS < 40\%$	Negativa

Fuente: Elaboración propia (2020)

Con respecto a la media aritmética (\bar{X}), las investigadoras diseñaron un baremo para el análisis de la misma en los indicadores, dimensiones y la variable planificación estratégica, en el cual se muestra el intervalo, la categoría asignada, así como la descripción de la misma, como se muestra en el cuadro 2.

Cuadro 2. Baremo para la interpretación de la media aritmética

INTERVALO	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN
4.21 - 5	Muy alta presencia	Indica muy alta presencia del ítem, indicador, dimensión y variable.
3.41 - 4.20	Alta presencia	Indica alta presencia del ítem, indicador, dimensión y variable.
2.61 - 3.40	Moderada presencia	Indica moderada presencia del ítem, indicador, dimensión y variable.
1.81 - 2.60	Baja presencia	Indica baja presencia del ítem, indicador, dimensión y variable.
1 - 1.80	Muy baja presencia	Indica muy baja presencia del ítem, indicador, dimensión y variable.

Fuente: Elaboración propia (2020)

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la tabla 1 se observa que la media de la dimensión es de 4,51 indicando muy alta presencia de los elementos de la planificación estratégica en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente

Tabla 1. Dimensión: Elementos de la planificación estratégica

VARIABLE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				
INDICADORES	S + CS (%)	TENDENCIA	MEDIA	CATEGORÍA
Los estrategas	100%	Positiva	4,57	Muy alta presencia
Direccionamiento estratégico	93,3%	Positiva	4,42	Muy alta presencia
Diagnóstico estratégico	73,3%	Positiva	4,10	Alta presencia
Opciones estratégicas	100%	Positiva	4,77	Muy alta presencia
Formulación estratégica	100%	Positiva	4,68	Muy alta presencia
Planeación estratégica en cascada	100%	Positiva	4,63	Muy alta presencia
Índices de gestión	86,67%	Positiva	4,30	Muy alta presencia
Difusión y alineación estratégicas	100%	Positiva	4,63	Muy alta presencia
DIMENSIÓN	94,17%	Positiva	4,51	Muy alta presencia

Fuente: Elaboración propia (2020)

La situación mostrada en la tabla, es explicada por que los elementos de la planificación estratégica, considerados en esta investigación como indicadores de la dimensión, muestran muy alta presencia, a excepción del diagnóstico estratégico el cual arribó a una media de 4,10 considerándose con alta presencia. Adicionalmente, se observa una tendencia positiva para todos los indicadores, y por ende para la dimensión, mostrando un promedio de 94,17% de respuestas en las opciones siempre y casi siempre.

Al ver los resultados se evidencia muy alta congruencia con la teoría, en lo que respecta a lo planteado por Serna (2008), para quien el proceso de planificación estratégica interrelaciona una serie de elementos, de cuya interrelación permite lograr la eficiencia organizacional de la misma. Así, la planeación estratégica se compone de seis elementos claves: los estrategas, direccionamiento estratégico, diagnóstico estratégico, opciones

estratégicas, formulación estratégica, planeación estratégica en cascada, índices de gestión, y la difusión y alineación estratégicas.

Así mismo valida a las investigadoras, para quienes la planificación estratégica es una herramienta de primer orden en la administración, antes de tomar decisiones sobre la organización, ejecución y control de los planes, programas y proyectos de inversión que adelantan las empresas modernas, por tanto constituye un proceso dentro de las ciencias administrativas que tiene como finalidad mejorar la capacidad de respuesta ante los cambios del entorno.

Ahora bien, en la tabla 2 se observa que la media de la dimensión es de 4,67 indicando muy alta presencia de los factores internos claves en la planificación estratégica de las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidental.

Tabla 2. Dimensión: Factores internos claves

VARIABLE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				
INDICADORES	S + CS (%)	TENDENCIA	MEDIA	CATEGORÍA
Auditoría gerencial	96,67%	Positiva	4,73	Muy alta presencia
Auditoría de mercadeo	80%	Positiva	4,57	Muy alta presencia
Auditoría financiera	93,3%	Positiva	4,80	Muy alta presencia
Auditoría de producción	100%	Positiva	4,67	Muy alta presencia
Auditoría de I + D	96,67%	Positiva	4,57	Muy alta presencia
DIMENSIÓN	93,33%	Positiva	4,67	Muy alta presencia

Fuente: Elaboración propia (2020)

A groso modo, se evidencia que todos los factores internos claves analizados ostentan muy alta presencia en el proceso de planificación estratégica estudiado, situación que se corrobora al observar sus medias: auditoría gerencial (4,73), auditoría de mercadeo (4,57), auditoría financiera (4,80), auditoría de producción (4,67) y auditoría de I+D (4,57). Además, todos los indicadores evidencian tendencia positiva en las respuestas emitidas, lo cual determinó la tendencia positiva que ostenta esta dimensión (93,33%).

Según los resultados obtenidos, se tiene muy alta coincidencia con los postulados de David (2010), quien argumenta, en relación al análisis de los factores internos, que los estrategias deben tener una intención clara de aprovechar las fortalezas internas de la empresa, a fin vencer o minimizar el efecto de sus debilidades, por ello, es necesario tener una política empresarial interna encaminada a la corrección de sus debilidades y fortalezas, evaluándolas con respecto a su importancia y tamaño relativo. Este es un proceso interactivo

y requiere de coordinación entre todas las áreas funcionales.

A la par de lo anterior, los resultados validan lo manifestado por las investigadoras, para quienes el proceso de identificar así como de evaluar las fuerzas y las debilidades de la organización en las áreas funcionales es una actividad vital de la administración estratégica. La identificación de estos factores internos claves permiten el logro de una ventaja competitiva; además, se debe analizar el rol de las habilidades distintivas, recursos y capacidades en la formación, y sostenimiento de la ventaja competitiva.

Los resultados presentados en la tabla 3 se refieren a la dimensión factores externos claves, con un promedio de 4,01, ubicándola en una categoría de alta presencia. El valor de esta media aritmética es indicador de que las empresas objeto de estudio, han comprendido cómo la presencia frecuente de los factores externos claves pueden impactar en la planificación estratégica que llevan a cabo, permitiendo mirarlos desde otra perspectiva.

Tabla 3. Dimensión: Factores externos claves

VARIABLE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				
INDICADORES	S + CS (%)	TENDENCIA	MEDIA	CATEGORÍA
Fuerzas económicas	73,33%	Positiva	3,50	Alta presencia
Fuerzas sociales, culturales, demográficas y geográficas	70%	Positiva	4,30	Muy alta presencia
Fuerzas políticas, gubernamentales y jurídicas	30%	Negativa	2,80	Moderada presencia
Fuerzas tecnológicas	93,33%	Positiva	4,43	Muy alta presencia
Fuerzas competitivas	100%	Positiva	5,00	Muy alta presencia
DIMENSIÓN	73,33%	Positiva	4,01	Alta presencia

Fuente: Elaboración propia (2020)

Se tiene entonces que todos los factores externos claves que con frecuencia deben estar presentes en la planificación estratégica empresarial, encuentran en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos para la industria petrolera en la división occidente una presencia adecuadamente alta, al tratárseles con alta y muy alta presencia, excepto el indicador fuerzas políticas, gubernamentales y jurídicas.

A lo anterior, se le suma el hecho de que todos los indicadores reflejen una tendencia positiva, a excepción del indicador fuerzas políticas, gubernamentales y jurídicas que se posicionó en una tendencia negativa; indicando que, a juicio de los encuestados, las acciones que involucran a los factores externos claves se presenten con frecuencias concentradas en las opciones siempre y casi siempre, ya que la suma de estas opciones alcanzaron para todos de los indicadores un valor superior o igual al 70% que lo coloca en la tendencia positiva, excepto el indicador señalado.

Los resultados evidencian alta congruencia con los postulados emitidos por Porter (2009), para quien se requiere evaluar si el contexto dentro del cual opera la compañía facilita el logro de una ventaja competitiva en el mercado mundial. Esto implicaría analizar las tendencias y hechos económicos, sociales, culturales, gubernamentales, políticos, jurídicos, demográficos, ambientales, tecnológicos y hasta competitivos que podrían beneficiar o perjudicar a la organización en el futuro. En caso contrario, se podría considerar el desplazamiento de una parte significativa de sus operaciones a países donde el contexto nacional facilite el logro de una ventaja competitiva.

También, validan a las investigadoras cuando consideran que, el análisis externo comienza con la selección de las variables claves en el ambiente de una empresa, las cuales cambian en forma amplia, de acuerdo con la situación de la industria en que opera; por ello, el análisis de los factores externos debe comprender los cambios económicos, sociales, culturales, políticos, gubernamentales,

tecnológicos y competitivos, los cuales justifican la necesidad de una auditoría externa efectiva, debido a que los mismos se centran en hechos incontrolables para la empresa.

Con base a los resultados de las dimensiones se construyó la tabla 4, con el propósito de evidenciar los resultados arrojados para la variable, denominada planificación estratégica. De esta manera, la variable fue medida a través de tres (3) dimensiones: elementos de la planificación estratégica, factores internos claves, y factores externos claves. Estas se midieron cuantitativamente y se evidenció un promedio de 4,39 ubicándose en la categoría muy alta presencia, tal como se muestra en la tabla.

En este sentido, en la planificación estratégica, de las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente, se tiene muy alta presencia, al momento de realizar su planificación, de los elementos de planificación estratégica (4,51) y de los factores internos claves (4,67). Mientras los factores externos claves son considerados con alta presencia (4,01).

A lo cual, hay que agregarle una tendencia positiva para todas las dimensiones (94,17%; 93,33%; 73,33%; respectivamente) y por ende para la variable (86,94%), indicando que a juicio de los encuestados las acciones que involucran a todas las dimensiones de la variable planificación estratégica se presentan con frecuencias concentradas en las opciones siempre y casi siempre alcanzando para todas estas dimensiones un valor superior al 70% que lo coloca en la tendencia positiva, según el baremo diseñado.

Estos resultados, de haber sido calificada por el baremo como de muy alta presencia, valida lo planteado por Koontz y Weihrich (2007) para quienes la planeación estratégica analiza la situación actual de la empresa así como la que se espera para el futuro, determina la dirección y desarrolla medios para lograr la misión, es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores internos y externos a la organización y confrontarlos con las capacidades (elementos de la planificación estratégica).

Tabla 4. Variable: Planificación estratégica

DIMENSIONES	S + CS (%)	TENDENCIA	MEDIA	CATEGORÍA
Elementos de la planificación estratégica	94,17%	Positiva	4,51	Muy alta presencia
Factores internos claves	93,33%	Positiva	4,67	Muy alta presencia
Factores externos claves	73,33%	Positiva	4,01	Alta presencia
VARIABLE	86,94%	Positiva	4,39	Muy alta presencia

Fuente: Elaboración propia (2020)

De igual manera, los resultados obtenidos, tienen muy alta congruencia con Serna (2008), cuando afirma que la planificación estratégica es un proceso mediante el cual una organización define su negocio, establece su visión de largo plazo y las estrategias a implementar, con base al análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Esta forma de planificación, no anticipa la presencia de obstáculos inesperados: supone que en una situación inicial es posible pasar a la situación-objetivo mediante una serie de acciones determinadas técnicamente.

A juicio de las investigadoras, lo señalado en los párrafos anteriores, permite afirmar que, en las empresas analizadas, se entiende y aplica la esencia de la planeación estratégica, la cual consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que estas empresas tomen mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

CONCLUSIONES

Las empresas analizadas poseen muy alta presencia de los elementos en la planificación estratégica que desarrollan, es decir, que al momento de planificar sus acciones de forma estratégica estas empresas consideran en muy alta medida los elementos postulados por Serna (2008). Así, demostraron considerar con muy alta presencia el papel de sus estrategias, el direccionamiento estratégico, las opciones estratégicas, la formulación, la planeación

estratégica en cascada, los índices de gestión, y la difusión y alineación estratégicas. Catalogando, a su vez, el diagnóstico estratégico en alta presencia.

Por su parte, se evidenció que las empresas, prestadoras de servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente, están encaminadas al mejoramiento continuo con base a su planificación estratégica, para lo cual han asumido los factores internos claves que las han llevado a la implementación de acciones estratégicas en su planificación en aras de establecer una mejora continua.

En cuanto a los factores externos, se puede concluir que las empresas estudiadas aprecian en alto grado el rol que ejercen los factores externos claves en la planificación estratégica que desarrollan al otorgarles alta presencia, aun cuando son factores que no están bajo su control, por ser externos a la organización.

Atendiendo las consideraciones anteriores, con respecto al objetivo general, orientado a analizar la planificación estratégica en las empresas que prestan servicios de perforación y rehabilitación de pozos a la industria petrolera en la división occidente, se concluye que estas empresas, según la percepción de los encuestados, poseen muy alta presencia de la planificación estratégica en la gestión empresarial que ejecutan.

Así las cosas, otorgan muy alta presencia, al momento de realizar su planificación, de los elementos de planificación estratégica y de los factores internos claves; mientras los factores externos claves son considerados con alta presencia. Es oportuno señalar que, aun cuando poseen muy alta presencia de su planificación

estratégica, se detectaron oportunidades de mejora en cada una de las dimensiones en las cuales se sistematizó la variable, y fueron punto de partida para la construcción de las recomendaciones.

REFERENCIAS

- Bavaresco, A. (2006). Proceso Metodológico en la Investigación. Quinta Edición. Ediciones EDILUZ. Maracaibo, Venezuela
- David, F. (2010). Gestión Estratégica: Conceptos y Casos. Décima tercera edición. Pearson Prentice Hall. México
- Goodstein, L.; Nolan, T. y Pfeiffer, J. (2006). Planeación estratégica aplicada. Primera Edición. Editorial Mc Graw Hill. Santa Fe de Bogotá, Colombia
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2007). Administración: Una perspectiva global. Séptima Edición. Editorial McGraw-Hill. México DF, México
- Porter, M. (2009). Ser competitivo. Edición actualizada y aumentada. Ediciones Pirámide, S.A., 2010. Madrid. España. Ediciones Deustro. Barcelona. España
- Rosales, L. (2004). Auditoría de los estados financieros en las Pymes. Editorial CESA. Caracas- Venezuela
- Serna, H. (2008). Gerencia Estratégica. Teoría, Metodología. Alineamiento, Implementación y Mapas Estratégicos, Índices de Gestión. Décima edición. 3R Editores. Bogotá, Colombia