



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA  
EMPRESAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES  
EN EL PERIODO 2015 a 2019: una revisión  
sistemática de la literatura científica”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración**

**Autor:**

Renato Guissepi Cortez Valiente

**Asesor:**

Mg. Cristian Joel Martínez Agama

Lima - Perú

2020

## DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi familia y seres queridos, quienes han sido una gran inspiración para mí y logran generar que mi interés y esfuerzo sea mayor para afrontar cualquier reto.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a mi asesor para esta investigación, el Mg. Cristian Joel Martínez Agama, quien siempre se mostró participativo durante todo el proceso de realización de este trabajo con el fin de orientar y apoyar con sus conocimientos.

## **Tabla de contenido**

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES .....</b>	<b>30</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>32</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Selección de datos .....	13
Tabla 2. Información recolectada según base de datos y cantidad .....	23
Tabla 3. Comparación de resultados según el análisis del entorno en el planeamiento estratégico, según autor y año.....	26
Tabla 4. Comparación de resultados según la necesidad de elaborar un planeamiento estratégico, según autor y año.....	27
Tabla 5. Comparación de resultados según comprensión del planeamiento estratégico, según autor y año.....	28
Tabla 6. Comparación de resultados según el planeamiento estratégico en la comunicación integrada ya audiovisual, según autor y año. ....	29

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Selección de artículos para la investigación.....	22
Figura 2. Cantidad de artículos según años de publicación.....	24
Figura 3. Cantidad de artículos según país .....	24
Figura 4. Cantidad de artículos según tipo de investigación .....	25

## RESUMEN

Se realiza una revisión sistemática a la literatura científica con el fin de conocer la importancia de elaborar un planeamiento estratégico aplicado a empresas productoras audiovisuales en los años 2015 a 2019. Para ello, se destaca el contexto e importancia de la variable pertinente y se efectúa una búsqueda de fuentes de información en las bases de datos como: Mendeley, Dialnet, Scielo y Redalyc de acuerdo a criterios requeridos como el periodo, idioma, relevancia, entre otros. Continuamente, se utiliza métodos de síntesis de la información como comparaciones de perspectivas de diversos autores y gráficos cuantificados que permitan analizar los resultados obtenidos y así lograr responder la pregunta de investigación. Existieron ciertas limitaciones para realizar la investigación, principalmente en términos de la búsqueda de referencias donde se encontraban muchos artículos con acceso privado. Finalmente se concluye que elaboración del planeamiento estratégico aplicado a empresas productoras audiovisuales es importante debido a que dicha herramienta posee las características necesarias que permiten analizar con profundidad el entorno organizacional y contribuye a tener una mejor toma de decisiones. Además, la variable en cuestión está vigente y viene generando mayor interés tanto profesional como académico en países aledaños durante los últimos años, lo que permite reconocer que dicha variable es aplicable y trae beneficios.

**PALABRAS CLAVES:** Planeamiento estratégico, productoras audiovisuales, proceso continuo, análisis del entorno.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Es de suma importancia emplear un planeamiento estratégico en una empresa, puesto que permite manejar cambios que puedan presentarse en el micro y macro entorno; se lleva a cabo mediante un análisis de la situación y una formulación de estrategias, que permita llevar a la organización al cumplimiento de objetivos y crear o refinar una ventaja competitiva. La planeación estratégica se realiza a nivel organizacional, es decir, considera un enfoque global de la empresa, razón por la cual se basa en objetivos y estrategias que parecen simples y genéricos, pero que afectan una gran variedad de actividades para el mejor funcionamiento de su negocio (Castillo & Banguera, 2018). Es importante definir la variable de la investigación con mayor detalle, por ello se comenta que, la planeación estratégica es el proceso mediante el cual se establecen los objetivos, las metas de una organización a largo plazo, así como también los medios, recursos y estrategias necesarias para alcanzarlos. Implica la definición de una misión clara así como el establecimiento de objetivos, se caracteriza por estar orientada a largo plazo y está a cargo del nivel jerárquico más alto de la empresa. (Labrador & Molero, 2015). De acuerdo a Rodríguez (2017) indica que, un plan estratégico se realiza con el objetivo de trazar un mapa de la organización, que señale los pasos para alcanzar la visión. Por otra parte, permite convertir los proyectos en acciones (tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados). Cabe referir que, los principales propósitos de la planeación estratégica radican principalmente en la elaboración de una guía que le permita trazar las vías mediante las cuales se alcanzarán cada uno de los propósitos de la organización en cada una de sus áreas permitiendo tener claros cada uno de

sus objetivos y la manera como estos serán llevados a cabo. (Fernández, Martínez & Ngono, 2019).

La planificación estratégica propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos, reduciendo los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, preparando a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, también condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea estableciendo un sistema racional para la toma de decisiones (Chong, Macías & Parrales, 2019). En relación a lo mencionado, es relevante indicar que, la planeación estratégica nace como una manera de dar respuesta al entorno, para solventar de mejor forma todos los inconvenientes tanto internos como externos que se le presentan a las empresas de hoy; además se pretende potencializar lo positivo y mitigar los impactos negativos, permitiendo una mayor productividad y sostenibilidad (Guerrero, 2018). Además, es preciso recalcar los beneficios que produce dicho procedimiento, de acuerdo a Castillo R., Castillo V. & Ludeña (2018) indican que: “Para las organizaciones los beneficios que trae la planeación estratégica son necesarios en su desempeño y crecimiento, por lo tanto, es fundamental desarrollar ésta apropiada a sus necesidades”.

El plan estratégico es un documento muy ordenado, concreto y cuantitativo, que precisa de referencias exactas, ya sean económicas o temporales para la correcta planificación de las acciones a desarrollar. Sin duda, el resultado será un análisis muy exacto y detallado de la situación de la empresa y su entorno que aportada información de gran valor a los empresarios a la hora de tomar decisiones. (Ortiz & Capó, 2016).

La producción audiovisual resulta relevante gracias a la transformación digital que se evidencia en la actualidad, esta genera una gran demanda en cuanto a material multimedia

se refiere. El audiovisual como área de la comunicación está presente en diversos espacios como la educación, publicidad, políticas, salud y entretenimiento. Conocer de qué forma las productoras elabora los mensajes audiovisuales ayuda en gran medida a comprender como es la comunicación entre personas, organizaciones e instituciones. (Antezana, 2017).

Relacionando la variable de la investigación al segmento dirigido, se puede mencionar que: La planificación de la estrategia permite aproximar la profesión comunicativa, tradicionalmente sometida a críticas por su carácter inesperado y fortuito, al ámbito objetivo de la investigación y la sistematización adquiriendo así el rigor requerido, recurrentemente demandado por todos los agentes implicados en el mercado y por la comunidad académica (Segarra, Martínez & Monserrat, 2018).

Por consiguiente, la pregunta de investigación es ¿Cuál es la importancia de elaborar un planeamiento estratégico para empresas productoras audiovisuales entre los años 2015 a 2019? El objetivo principal de la presente investigación es analizar la importancia del planeamiento estratégico para empresas productoras audiovisuales entre los años 2015 a 2019.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### **Tipo de Estudio**

Para el presente estudio, se realizó una revisión sistemática de la literatura científica, la pregunta de investigación establecida para realizar el proceso metodológico fue: ¿Cuál es la importancia de elaborar un planeamiento estratégico aplicado a empresas productoras audiovisuales entre los años 2015 a 2019? Para el desarrollo de la revisión sistemática en la presente investigación, se recaudó información de distintos artículos científicos, los cuales poseen información detallada sobre la variable en cuestión.

### **Recursos de Información, Búsqueda y Selección de Estudios**

La muestra está compuesta por 25 fuentes de información extraídas de bases de datos como Mendeley, Dialnet, Scielo y Redalyc, entre los años 2015-2019. La plataforma Mendeley es de donde se obtuvo la mayor cantidad de artículos con un total de 13 investigaciones, 7 artículos del portal Dialnet, 3 artículos de Scielo y 2 de Redalyc respectivamente. En la pesquisa de las investigaciones científicas del portal Mendeley se obtuvieron 270 resultados, los cuales se filtraron por el acceso libre del artículo y el periodo. Se eligieron 18 investigaciones, donde se descartaron 5 artículos debido a que no estaban del todo relacionados a la variable a indagar. En la recopilación de fuentes de la plataforma Dialnet se encontraron 294 artículos, el filtro se realizó por el rango de años entre 2015 y 2019, por materia “Tecnología” y “Economía y empresa” y por el idioma español, obteniendo un total de 30 artículos, de donde se seleccionaron 7 debido a su relevancia con la presente investigación. La indagación en el portal Scielo extrajo un total de 292 investigaciones, luego

de realizar el filtro por periodo y por idioma se obtuvo 58 artículos, de los cuales 3 se consideraron para el presente estudio. Finalmente, en la plataforma Redalyc se obtuvieron 63363 artículos, luego del filtro por periodo de años, por idioma español y por disciplina “Administración y Contabilidad”, se consiguieron 800 investigaciones de las cuales sólo 2 calificaron como fuentes de información válidas, debido a su relación y coherencia con la variable.

En conclusión, del análisis realizado se detalla que la variable de planeamiento estratégico involucra un desempeño continuo de las personas con los objetivos de la organización generando una sinergia de esfuerzos hacia una misma ruta.

### **Criterios de inclusión**

Como criterio de selección de la búsqueda de artículos científicos, se precisaron 25 artículos que contienen información relevante para la presente investigación, de tal manera que se relacionan con la variable a tratar y sus distintos factores, asimismo se reflejan la situación en diversos países del mundo y en diferentes sectores empresariales, lo cual ayuda a un entendimiento más compacto del estudio. Se recopilamos investigaciones dentro del periodo 2015 a 2019, en su gran mayoría del idioma español, utilizando palabras clave como “planeamiento estratégico”, “plan estratégico”, “productoras audiovisuales”, “sector audiovisual” y que su contenido se relacione directamente con la variable establecida, asimismo se seleccionaron artículos que tengan semejanza en cuestiones de aplicabilidad para las empresas del rubro a tratar.

### Criterios de Inclusión

Respecto al criterio de exclusión, se obtuvieron 64194 artículos descartados debido a que no pertenecían al periodo requerido, no eran de acceso libre, su traducción al español hacía más complejo el entendimiento del contenido, no presentaban información relevante o no poseían elementos que tengan una relación en lo absoluto con la temática de investigación.

Tabla 1. *Selección de datos*

Autores	Título	A ño	Buscador	País	Objetivo
Antezana Guizada, Catherine Michel	LAS CARACTERÍSTI CAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA	2 0 1 7	Scielo	Bolivia	Investigación cualitativa que busca estudiar las características de los procesos de producción audiovisual de las nueve casas productoras socias de LA RED, Asociación de Creadores y Autores del Audiovisual y el Cine de Cochabamba.
Arnoldo Araya, Leandro	MODELOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS EMPRESAS FAMILIARES	2 0 1 7	Scielo	Costa Rica	Realizar una revisión de la literatura sobre los modelos de planeación estratégica en las empresas familiares.
Castillo-Ruano Gustavo R., Castillo- Valencia	Diseño del plan estratégico para la Cooperativa de	2 0 1 8	Dialnet	Ecuador	Proponer el diseño de un Plan Estratégico para mejorar la gestión administrativa de la

Sharon I., Ludeña- Yaguache Santiago J.	Transporte Urbano San Jacinto S.A				Cooperativa de Transporte Urbano San Jacinto S.A.
Castillo-Ruano Gustavo R., Banguera- Rojas Dayra E	Plan estratégico de la empresa “Decor Muebles”	2 0 1 8	Mendeley	Ecuador	Demostrar la necesidad de las empresas de contar con un plan operativo, o una planificación estratégica como el medio que les permite ser exitosas en el mundo del mercado comercial.
Chong Delgado Ivonne Roxanna, Macías Delgado Iván Fernando, Parrales Ponce Jhonny Daniel	Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa	2 0 1 9	Dialnet	Ecuador	Proyecto y aplicación de un procedimiento que planea y articule habitualmente el desempeño de las diferentes áreas, para mejorar los procesos de atención de manera continua, con un enfoque estratégico, fundamentándose en el desarrollo de competencias y favorecer la atención con calidad y calidez
Del Espino Hidalgo B; Navas Carrillo D	Planeamiento estratégico local y evaluación del Desarrollo Urbano Sostenible Integrado en ciudades medias	2 0 1 8	Mendeley	España	Comparar dos planes estratégicos diseñados para Lucena, una ciudad media en el sur de Córdoba, España, desde la evaluación de su visión integrada.

Fernández Hurtado Saúl Rick, Martínez Martínez Luz Ángela, Ngono Fouda Regine Adele	BARRERAS QUE DIFICULTAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACION ES	2 0 1 9	SciELO	Colombi a	Mostrar la importancia del desarrollo de una planeación estratégica en las organizaciones y la implementación de un adecuado plan de negocios que proporcione estabilidad y éxito en sus actividades disminuyendo el riesgo que generan los mercados actuales
González-del Pino Lien, Frómeta-Salas Zenaida Paulette, Vidaud- Quintana Ingrid Noelia	PLAN ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS DE LA EMPRESA DE PREFABRICADO DE SANTIAGO DE CUBA	2 0 1 7	Mendeley	Cuba	Elaborar un plan para estandarizar la organización, manejo y reciclaje de residuos de construcción y demolición, al evaluar las generalidades de la empresa y del diagnóstico de necesidades para el manejo adecuado de sus residuos, se llegó al planteamiento estratégico.
Guerrero Guerrero Alba Patricia	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: UNA MANERA DE GENERAR MAYOR COMPETITIVID AD EN UNA MICROEMPRES A	2 0 1 8	Mendeley	Colombi a	Identificar las estrategias corporativas en “Fresas Lupita SAS”, para generar mayores condiciones de competitividad e incrementar su participación y permanencia en el mercado, para lo cual se aplican diferentes herramientas encaminadas al diagnóstico estratégico y la plataforma estratégica.

Gutiérrez José Manuel, Alizo María Alexandra Morales Mariher, Romero Jenny	Planificación estratégica situacional: Perspectiva de una unidad científica universitaria	2 0 1 6	Redalyc	Venezuela	Diseñar un modelo de Planificación Estratégica Situacional para la unidad científica de una universidad pública venezolana
Jiménez Guevara Luisa Fernanda. Ariza Gaitán Andrés Alberto. Rodríguez Molano José Ignacio.	TÉCNICAS DEL BALANCED SCORECARD PARA MEDICIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE UNA EMPRESA	2 0 1 5	Mendeley	Colombia	Desarrollar una herramienta enfocada en la importancia de que las empresas establezcan un plan estratégico que incluya seguimientos periódicos que permitan identificar las desviaciones de las metas y objetivos propuestos desde un principio.
Labrador Blanca N. Molero L Carlos A.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADEO EN LAS EMPRESAS DE SERVICIO. UNA APROXIMACIÓN PRÁCTICA	2 0 1 5	Dialnet	Venezuela	Presentar un modelo de planificación estratégica de Mercadeo para las empresas de servicio, con el propósito de ofrecer a la los lectores una guía que les permita aumentar su cuota de participación dentro de su mercado objetivo.

Luna Altamirano Kleber Antonio. Yanza Nantip Jennifer Gisela. Miguitama Gonzalez Domenica Estefanía. & Plasencia Sagbay Gissella Magdalena	Plan estratégico para la contaminación ambiental en el sector del arenal de la ciudad de Cuenca-Ecuador	2019	Mendeley	Ecuador	Diseñar y presentar un plan estratégico a las autoridades e instituciones reguladoras de control sanitario para tratar de minimizar la contaminación de desechos sólidos en el sector
Pérez-Uribe Rafael; Vargas Hugo Alfonso; Díaz Hector	CASO CPAE: Plan Estratégico 2015 – 2020 centrado en el liderazgo y la gestión de los grupos de interés	2016	Redalyc	Colombia	Realizar en dos fases, el diagnóstico y la estructuración de la planeación estratégica; y la implementación del direccionamiento en el Consejo Profesional de Administración de Empresas (CPAE),
Pincay Ponce J	Modelo de planeación estratégica de tecnologías de la información en pequeñas y	2018	Mendeley	Ecuador	Construir un modelo de planeamiento estratégico de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC)

	medianas empresas ecuatorianas				aplicable en las pequeñas y medianas empresas (PYMES),
Ortega Álvarez Danny Daniel, Vizcaíno Solano Gisella, Carroll Garzón Juan Pablo, Fernández de Castro Lobo Mery Paola	Diseño de un plan estratégico para un laboratorio orientado a la revitalización organizacional	2 0 1 8	Mendeley	Colombia	Diseñar un plan estratégico que permita encaminar a la empresa a la revitalización organizacional deseada según las necesidades del entorno.
Ortiz Rodríguez Borja, Josep Capó Vicedo Josep	10 PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN ESTRATÉGICO Y UN BUSINESS MODEL CANVAS	2 0 1 5	Mendeley	España	Comparar los puntos fuertes y débiles del Plan Estratégico y del Business Model Canvas, y analizar su compatibilidad. propone un proceso para el desarrollo de ambos modelos de creación de modelos de negocio, de forma simultánea

Ramón Saquicela José Santiago. Erazo Álvarez Juan Carlos. Narváez Zurita Cecilia Ivonne. & Ormaza Andrade Jorge Edwin.	Plan estratégico financiero para la óptima gestión de los ingresos en las cooperativas de ahorro y crédito del sector financiero popular y solidario	2 0 1 9	Mendeley	Ecuador	Explicar de manera contundente como la utilización de un plan estratégico financiero coadyuva a tomar las mejores decisiones para cumplir con la visión y misión de la entidad para crecer de manera sustentable. Con esta finalidad se aplica la metodología conocida como Cuadro de Mando Integral donde relaciona de manera muy eficaz el plan estratégico y el plan financiero a través de sus cuatro perspectivas formando un cuadro de gestión
Rangel José Francisco, Tejeda Adrián y Parejo Francisco Manuel	Plan estratégico para la especialización en la transformación de productos corcheros	2 0 1 6	Dialnet	España	Servir de carta de presentación y complemento al “Plan de Empresa del Consorcio Empresarial Corchero Extremeño”, de forma que se definan las posibles vías de ayuda y acompañamiento de las administraciones públicas y privadas al proyecto, tanto financieras como de otra índole.
Rizzo Guambaña Gabriel. Castro	Planeación estratégica la forma más básica para establecer el cabal	2 0 1 7	Dialnet	Ecuador	Guiar a gerencias y directivos de organizaciones sobre el beneficio de emplear la planeación estratégica mediante

Chiriboga Alfonso	cumplimiento de las metas y objetivos en cualquier organización				cinco fases para la elaboración e implementación de una correcta planificación.
Rodríguez- Acasio Freddy José	Plan estratégico para la empresa constructora en obras civiles	2 0 1 7	Mendeley	Venezuela	Analizar los dispositivos internos de la empresa Orgar Corporación C.A, para señalar los rendimientos, posiciones y capacidad de adaptación de la organización, donde se tome en cuenta una planificación estratégica.
Santana Dos Santos Hamilton	PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL (Planemiento estratégico organizacional)	2 0 1 8	Mendeley	Brasil	Analizar la importancia de implementar el plan estratégico presentando los procesos y tipos de planificación, además de los beneficios de usarlo en organizaciones
Segarra- Saavedra Jesús, Martínez-Sala Alba-María, Montserrat- Gauchi Juan	Planificación estratégica de la comunicación integrada	2 0 1 8	Dialnet	España	Realizar una revisión bibliográfica sobre el plan de comunicación en un contexto en el que los medios propios coexisten con los pagados y ganados y una propuesta de plan de comunicación integrada.

Tamayo H	Planeamiento Estratégico en Universidades de America Latina	2 0 1 6	Mendeley	Perú	Describir y analizar planes estratégicos en universidades latinoamericanas mediante un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, transversal; realizado con planes aprobados y publicados, encuestas, entrevistas, así como de referencias teóricas vigentes sobre planeamiento estratégico.
Villamar Varado Iván Javier, Guerrero Cortez Vladimir Alexander, Balseca Villavicencio Nikc Israel	Plan estratégico para captar cuentas publicitarias para PYMES en la ciudad de Guayaquil	2 0 1 8	Dialnet	Ecuador	Crear estrategias para la captación de cuentas publicitarias para PYMES en la ciudad de Guayaquil

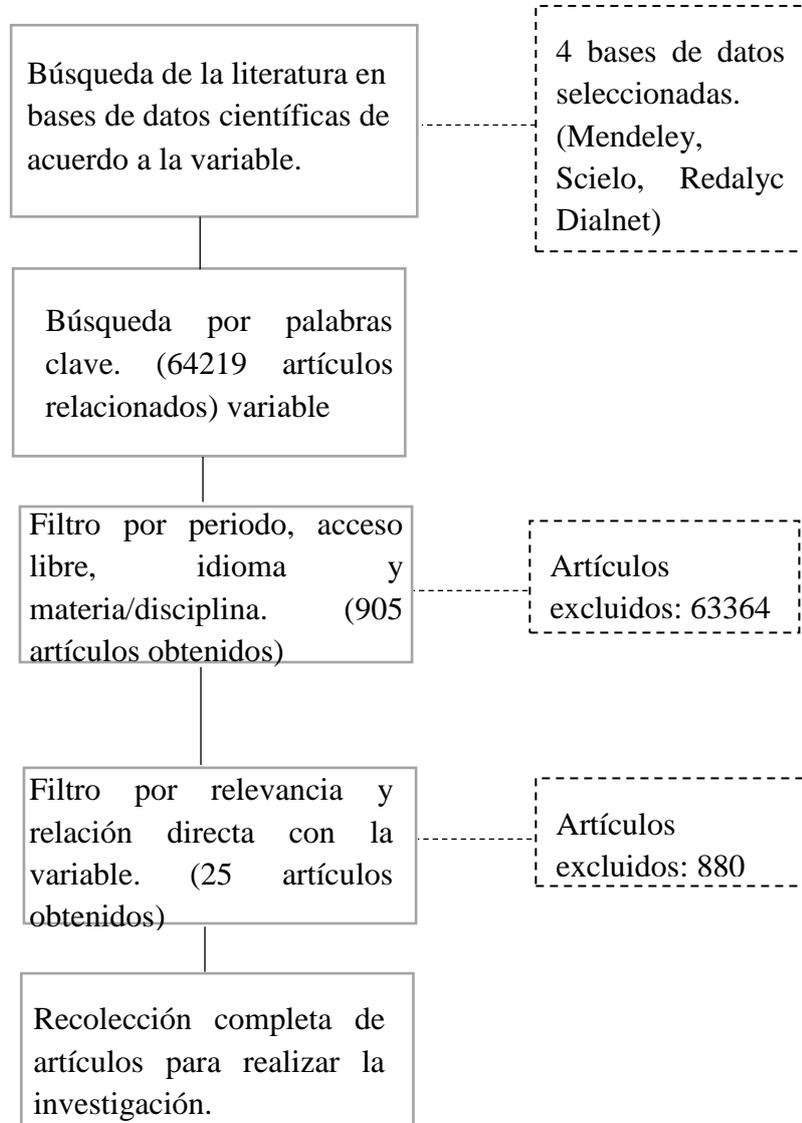
Fuente: elaboración propia.

De la tabla N° 1 se describen puntos relevantes sobre las 25 fuentes bibliográficas de los artículos científicos correspondientes a la variable de planeamiento estratégico que permiten dar a detallar los puntos base de cada autor y su perspectiva en base al análisis realizado por los criterios de año, publicación y buscador científico.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

Para la presente revisión sistemática se determinan los resultados obtenidos de acuerdo a la metodología establecida, donde se detalla el proceso de selección de estudios, las características de los estudios de manera globalizada y el análisis global de los mismos, utilizando cuadros comparativos y figuras para una comprensión más visual y precisa.

Figura 1. Selección de artículos para la investigación



Fuente: elaboración propia

En la Figura N°1 se detalla el proceso para obtener las 25 fuentes relacionadas a la variable a investigar, donde destacan puntos importantes como la determinación de las bases de datos y filtros para conseguir artículos científicos de relevancia y contenido válido.

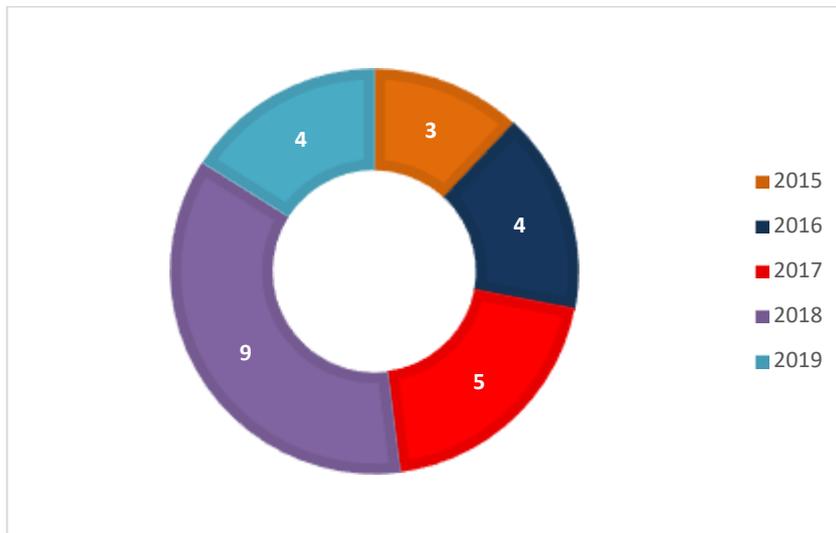
Tabla 2. *Información recolectada según base de datos y cantidad*

Base de Datos	Cantidad
Dialnet	7
Mendeley	13
Redalyc	2
Scielo	3
<b>Total general</b>	<b>25</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los artículos seleccionados.

En la tabla N°2 se muestra las bases de datos utilizadas y la cantidad correspondiente de artículos escogidos, donde se evidencia que la base de datos Mendeley es de donde se obtuvo la mayor cantidad de artículos científicos, esto gracias a las herramientas de filtro e información que tiene la plataforma, se ajustan y adecúan a los requerimientos de la metodología de esta investigación.

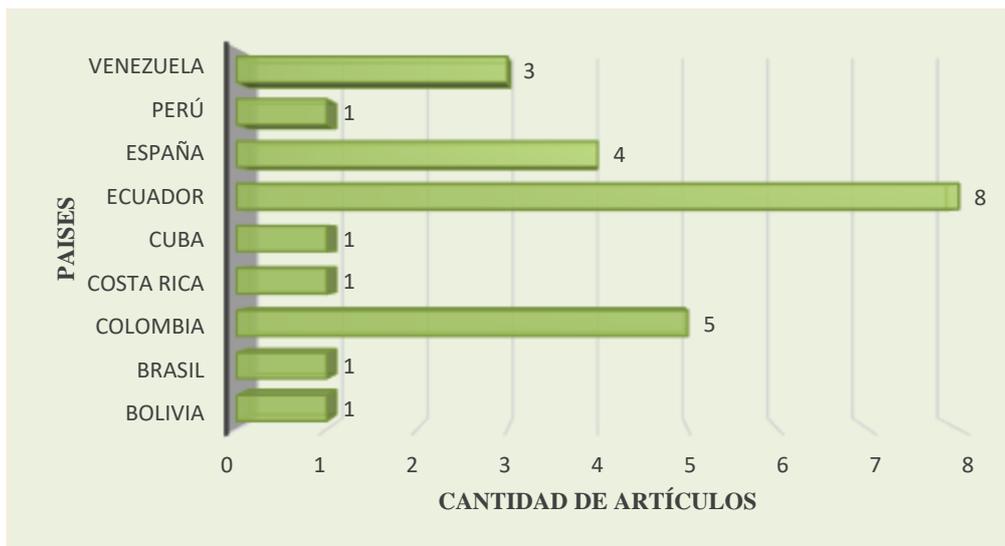
Figura 2. Cantidad de artículos según años de publicación



Fuente: elaboración propia.

En la Figura N°1 se indica la cantidad de artículos científicos de acuerdo a su año de publicación, donde se evidencia que existen más artículos del año 2018. Lo que permite concluir que la variable considerada para la investigación está vigente en la actualidad y posee relevancia.

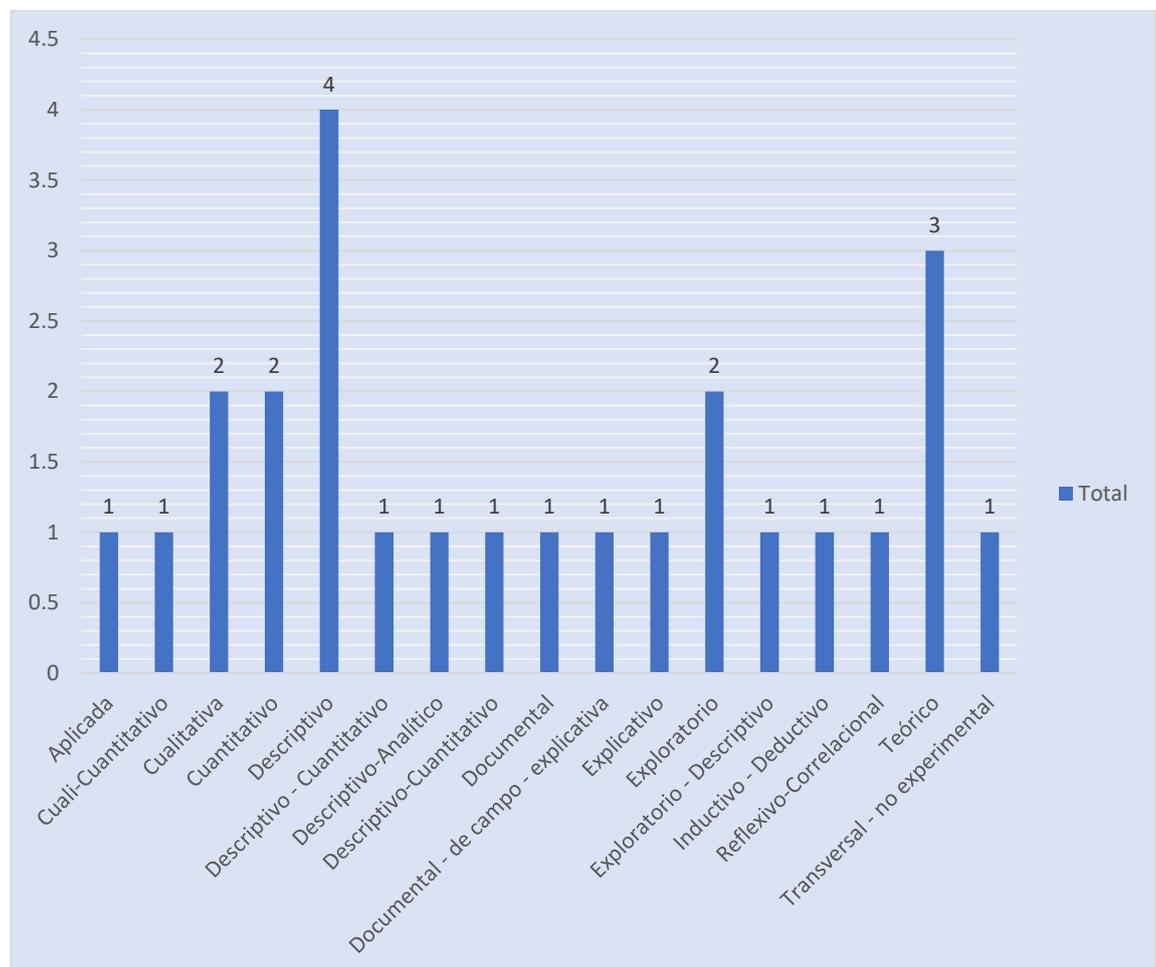
Figura 3. Cantidad de artículos según país



Fuente: elaboración propia.

En la Figura N°2 se observa la cantidad de artículos obtenidos según su país de procedencia, donde se evidencia que la mayor cantidad de investigaciones científicas fueron en el país limítrofe de Ecuador con 8 artículos, seguido por el país vecino de Colombia y luego España. Esto contribuye a reconocer la actual tendencia de investigación referente a la variable en la zona de Latinoamérica - España y el interés tanto académico como organizacional que existe sobre el tema pertinente.

Figura 4. *Cantidad de artículos según tipo de investigación*



Fuente: elaboración propia.

En la Figura N°4 se plasma los tipos de investigación realizados en las 25 fuentes obtenidas para la investigación, donde se identifica que la investigación de tipo descriptiva es la

predominante junto con la teórica, con ello se evidencia que los artículos científicos son de carácter más conceptual y de definiciones o ejemplos. Asimismo se observa que en la relación de investigaciones de tipo cualitativa o cuantitativa, es esta última quien interviene en mayor cantidad dentro de las investigaciones, ya sea de manera individual o mixta. Lo que permite conocer las características de la variable en cuestión y de qué forma se abordan en trabajos de investigación.

Tabla 3. *Comparación de resultados según el análisis del entorno en el planeamiento estratégico, según autor y año.*

AUTOR Y AÑO	RESUMEN DE LOS RESULTADOS
Castillo, G., Castillo, S. & Ludeña, S. (2018)	La planeación estratégica, dentro de la gerencia, permite identificar variables internas y externas que influyen en el desempeño de las organizaciones en un entorno cambiante; brinda la posibilidad de prever situaciones futuras, y tomar decisiones acertadas.
Chong, I., Macías, I. & Parrales, J. (2019)	La planificación estratégica propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos, reduciendo los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, preparando a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, también condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea estableciendo un sistema racional para la toma de decisiones.

Guerrero A. (2018)

La planeación estratégica nace como una manera de dar respuesta al entorno, para solventar de mejor forma todos los inconvenientes tanto internos como externos que se le presentan a las empresas de hoy; además se pretende potencializar lo positivo y mitigar los impactos negativos, permitiendo una mayor productividad y sostenibilidad

---

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla N°3 se observan tres artículos de diferentes autores en distintos años, quienes emiten su opinión acerca del planeamiento estratégico y la relación que tienen con la identificación del entorno y la prevención de riesgos o impactos negativos a futuro en las organizaciones, determinando que la mencionada herramienta define claramente el entorno en una empresa y además posee utilidad para analizar y prever posibles escenarios futuros y así tomar mejores decisiones.

Tabla 4. *Comparación de resultados según la necesidad de elaborar un planeamiento estratégico, según autor y año.*

AUTOR Y AÑO	RESUMEN DE LOS RESULTADOS
Castillo, G., Castillo, S. & Ludeña, S. (2018)	Para las organizaciones los beneficios que trae la planeación estratégica son necesarios en su desempeño y crecimiento, por lo tanto, es fundamental desarrollar ésta apropiada a sus necesidades. Toda empresa, sin importar su tamaño o naturaleza, necesita elaborar un Plan Estratégico.
Fernández, S., Martínez, L. & Ngono, R. (2019)	Es fundamental en una organización la realización e implementación de un plan estratégico sin importar el tamaño o la razón social de la misma, ya que una adecuada implementación de un plan estratégico puede determinar el éxito o fracaso de la compañía.

Rizzo, G. & Castro, A. (2017). No importa el tamaño de las organizaciones, ya que una planificación estratégica por más rudimentaria que se desarrolle, constituye un instrumento muy valioso, pues todos sus parámetros están direccionados a cumplir con la misión de la misma.

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla N°4 se muestran tres resultados de diferentes autores en distintos años, donde realizan sus opiniones sobre la necesidad e importancia de emplear un planeamiento estratégico en empresas de todo tamaño y naturaleza, determinando los beneficios que trae ejecutar dicha herramienta sin importar la dimensión de la organización.

Tabla 5. *Comparación de resultados según comprensión del planeamiento estratégico, según autor y año.*

AUTOR Y AÑO	RESUMEN DE LOS RESULTADOS
Rodríguez, F. (2017).	Representa una serie de planes producidos después de un periodo de tiempo específico, durante el cual se elaboraron los planes. También debería entenderse como un proceso continuo, especialmente en cuanto a la formulación de estrategias, ya que los cambios en el ambiente del negocio son continuos. La idea no es que los planes deberían cambiarse a diario, sino que la planeación debe efectuarse en forma continua y ser apoyada por acciones apropiadas cuando sea necesario.
Villamar, I., Guerrero, V. & Balseca, N. (2018).	También se puede analizar como una serie de pasos que los altos mandos de una empresa deben lograr para poder establecer metas y objetivos claros en una organización.

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla N°5 se aprecian dos opiniones de distintos autores en diferentes años, comentando desde su propia comprensión acerca del planeamiento estratégico, donde determinan y definen al mismo como un proceso continuo o serie de pasos a ejecutar en una empresa, con el fin de establecer metas y lograr objetivos.

Tabla 6. *Comparación de resultados según el planeamiento estratégico en la comunicación integrada ya audiovisual, según autor y año.*

AÑO Y AUTOR	RESUMEN DE LOS RESULTADOS
Antezana, C. (2017).	En los productos audiovisuales, los realizadores deben ser conscientes de que los receptores son seres con distintas formas de pensar, sentir, creer y vivir. Por lo tanto, es importante que exista una buena planificación desde la pre-producción hasta la difusión del producto para lograr los objetivos planteados.
Segarra, J., Martínez, A. & Monserrat, J. (2018).	La planificación de la estrategia permite aproximar la profesión comunicativa, tradicionalmente sometida a críticas por su carácter inesperado y fortuito, al ámbito objetivo de la investigación y la sistematización adquiriendo así el rigor requerido, recurrentemente demandado por todos los agentes implicados en el mercado y por la comunidad académica.

Fuente: elaboración propia

En la Tabla N°6 se observan las connotaciones de dos diferentes autores en diferentes años, refiriéndose al planeamiento estratégico como una herramienta importante dirigida también en el ámbito de las comunicaciones y producciones audiovisuales, donde determinan que ante un ambiente volátil en el rubro, donde se requiere precisión y cuantificar procesos, es fundamental aplicar el planeamiento mencionado.

## CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

Para la presente investigación se realizó una revisión sistemática de la literatura científica, analizando un total de 25 artículos comprendidos entre los años de 2015 a 2019, se eligieron en base a la relación que llevan con la variable de “planeamiento estratégico”, donde se obtuvieron diversos puntos de vista y opiniones de autores desde rubros distintos. Los mencionados artículos fueron encontrados en bases de datos como: Mendeley, Dialnet, Scielo y Redalyc. El conjunto de investigaciones brindó información de diferentes perspectivas que resultó relevante para abordar el tema de estudio. La revisión mencionada se hizo con el fin de conocer la importancia de elaborar un planeamiento estratégico aplicado a empresas productoras audiovisuales en el periodo establecido.

Luego de observar los resultados de la investigación mediante comparación de opiniones de autores, tipos de investigación realizadas, cantidad de artículos por año y país, se concluye que la elaboración del planeamiento estratégico aplicado a empresas productoras audiovisuales es importante debido a que dicha herramienta posee las características necesarias que permiten analizar con profundidad el entorno organizacional y contribuye a tener una mejor toma de decisiones. Además, la variable en cuestión está vigente y viene generando mayor interés tanto profesional como académico en países aledaños durante los últimos años, lo que permite reconocer que dicha variable es aplicable y trae beneficios.

Agregado a ello, es clave destacar que el planeamiento estratégico no sólo es fundamental en empresas del sector de comunicaciones y audiovisuales donde el ambiente es muy cambiante e irregular, sino también en un ámbito general ya que se puede adecuar a la naturaleza de cualquier empresa en cualquier sector.

Se obtuvieron algunas limitaciones al recolectar la información, ya que había artículos con acceso privado, no pertenecían al periodo requerido, llevaban poca relación con la variable en cuestión, entre otros factores.

Por último, es de suma relevancia recomendar de que se debe considerar una comprensión del planeamiento estratégico desde el punto de vista de un proceso continuo ya que el entorno siempre va cambiando y generando nuevos requerimientos que deben tomarse en cuenta.

## REFERENCIAS

- Antezana, C. (2017). *Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Chochambamba*. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762017000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762017000200003&script=sci_arttext)
- Arnoldo, L. (2017). *Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares*. Recuperado de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v11n1/1659-3359-tec-11-01-00023.pdf>
- Castillo, G., Castillo, S. & Ludeña, S. (2018). *Diseño del plan estratégico para la Cooperativa de Transporte Urbano San Jacinto S.A.* Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183527>
- Castillo, G. & Banguera, D. (2018). *Plan estratégico de la empresa "Decor Muebles"*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/e065fb7b-54d7-31df-b529-99f8bcd018d1/>
- Chong, I., Macías, I. & Parrales, J. (2019). *Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6796754>
- Del Espino, B. & Navas, D. (2018). *Planeamiento estratégico local y evaluación del Desarrollo Urbano Sostenible Integrado en ciudades medias*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/957c1b94-8ff0-34e8-9cc1-081e5b5b2edb/>
- Fernández, S., Martínez, L. & Ngono, R. (2019). *Barreras que dificultan la planeación estratégica en las organizaciones*. Recuperado de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-86932019000100254&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932019000100254&lang=es)

González, L., Frómeta, Z. & Vidaud, I. (2017). *Plan estratégico para la gestión de los residuos de la empresa de prefabricado de Santiago de Cuba*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/276588e2-2a3f-391a-bf3b-ae937127b5a4/>

Guerrero A. (2018). *Planeación estratégica: Una manera de generar mayor competitividad en una microempresa*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/267ddf6a-a7ac-33fd-8fa4-95fcd940e0df/>

Gutiérrez, J., Alizo, M., Morales, M. & Romero, J. (2016). *Planificación estratégica situacional: Perspectiva de una unidad científica universitaria*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29049487003>

Jiménez, L., Ariza, A. & Rodríguez, J. (2015). *Técnicas del Balanced Scorecard para medición el cumplimiento del plan estratégico de una empresa*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/30c633dd-c993-313f-bbf8-7acd5d22b6cc/>

Labrador, B. & Molero, C. (2015). *Planificación estratégica de mercadeo en las empresas de servicio. Una aproximación práctica*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7206921>

Luna, K., Yanza, J., Miguitama, D. & Plasencia, G. (2020). *Plan estratégico para la contaminación ambiental en el sector del arenal de la ciudad de Cuenca-Ecuador*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/fa4091c1-7f10-3d8e-877c-88da25a44d2c/>

- Pérez, R., Vargas, A. & Díaz, H. (2016). *CASO CPAE: Plan Estratégico 2015 – 2020 centrado en el liderazgo y la gestión de los grupos de interés*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20649705012>
- Pincay, J. (2018). Modelo de planeación estratégica de tecnologías de la información en pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/fcac2b8d-7593-3370-be69-096c2f8ceb28/>
- Ortega, D., Vizcaíno, G., Carroll, J. & Fernández de Castro M. (2018). *Diseño de un plan estratégico para un laboratorio orientado a la revitalización organizacional*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/4e0e4709-9365-3d20-ac9f-7c8491c79919/>
- Ortiz, B. & Capó, J. (2015), *10 Pasos para desarrollar un plan estratégico y un Business Model Canvas*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/9d1c6a08-61d7-3c38-bf2c-710791d05962/>
- Ramón, J., Erazo, J., Narváez, C. & Ormaza, J. (2019). *Plan estratégico financiero para la óptima gestión de los ingresos en las cooperativas de ahorro y crédito del sector financiero popular y solidario*. Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/e6333ef8-1234-3298-ab42-0bdf8ce5abda/>
- Rangel, J., Tejeda, A. & Parejo, F. (2016). *Plan estratégico para la especialización en la transformación de productos corcheros*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=698224>

Rizzo, G. & Castro, A. (2017). *Planeación estratégica la forma más básica para establecer el cabal cumplimiento de las metas y objetivos en cualquier organización.*

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6115135>

Rodríguez, F. (2017). Plan estratégico para la empresa constructora en obras civiles.

Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/2d27840a-3313-3834-b7da-d237cf0fa4cf/>

Santana, H. (2018). *Planejamento estratégico organizacional.* DOI:

<http://dx.doi.org/10.29380/2018.12.23.11>

Segarra, J., Martínez, A. & Monserrat, J. (2018). *Planificación estratégica de la comunicación integrada.* Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6787050>

Tamayo, H. (2016). Planeamiento Estratégico en Universidades de América Latina.

Recuperado de <https://www.mendeley.com/catalogue/25c568e6-b007-3230-ac4b-bba7055f44ee/>

Villamar, I., Guerrero, V. & Balseca, N. (2018). *Plan estratégico para captar cuentas publicitarias para PYMES en la ciudad de Guayaquil.* Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732869>