

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL**

**TEMA:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE DOBLAJE Y
SUBTITULADO**

**AUTORES:
JOSÉ ALBERTO YÁNEZ ROJAS
CARLOS GABRIEL MOLINA CABRERA
DANNY MICHEL LEÓN BARREIRO**

**DIRECTOR
MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA**

AÑO

2012

DEDICATORIA

Quisiera dedicarle este trabajo y esfuerzo, a mi familia, por ese apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, especialmente a mi abuelo Roberto Cabrera, que ha sido un padre para mí, desde la partida dolorosa de mi papá, a mi mamá María Elena Cabrera, por esa confianza permanente que mantiene sobre mí, a pesar de las adversidades.

También quiero dedicar este trabajo a dos seres muy amados que ya no me acompañan en este camino, que son mi papá Carlos Molina y a mi hijo Gabriel Alejandro, que estén donde estén, siempre estarán cuidando de mí y mi familia.

Por último, agradecer también a mis amigos, hermanos, que a lo largo de la carrera hemos sabido sembrar una buena amistad, que ha ayudado a seguir adelante.

Carlos Gabriel Molina Cabrera

DEDICATORIA

Quisiera dedicarle este trabajo principalmente a Dios, porque en los momentos en que he perdido las ganas de continuar, Él ha sabido darme la fuerza suficiente para no flaquear y seguir esforzándome.

A mi esposa Vanessa Wolf, "Mi Todo", una mujer que ha estado siempre empujándome y dándome ánimos para superarme y continuar, a no abandonar, me ha dado confianza en mí mismo y enseñarme que sí puedo y que me ha dado el mejor regalo que un hombre podría pedir: un feliz matrimonio y una hermosa hija Romina Inti Yáñez a quién dedico también este proyecto de graduación.

A mis padres, Edgar y Rosi, un ejemplo de esfuerzo lucha y superación. Ellos han sido mi norte, mi guía y mi apoyo.

Y por último pero igual de importante, a mis amigos y compañeros de aula, siempre dispuestos a ayudarme y darme su apoyo. Eso jamás se olvida.

José Alberto Yáñez Rojas

DEDICATORIA

Primero a Dios, quien me ha permitido estar aquí hasta hoy para cumplir otro escalón profesional de mi vida.

A mis padres, quienes aún siguen dando todo por mí, siempre apoyándome incondicionalmente y apoyándome en los problemas que trae la vida.

A mis amigos, hermanos, compañeros y profesores, con quienes he podido sufrir y disfrutar durante tantos años en la universidad de la que ahora me despido.

Por último, quiero mencionar a dos personitas muy importantes para mí, quienes me han enseñado muchas cosas que nadie más podía haberme mostrado, dos amores incondicionales y por quienes trato de ser mejor cada día, Mago y Emily , esto es para Uds. Las amo.

Danny Michel León Barreiro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, por ese apoyo y confianza incondicional, a lo largo de los años y a lo largo de mi formación profesional.

A mis abuelos, por estar ahí siempre, preocupándose por mi bienestar, a mi madre y a mi hermano, que por las adversidades presentadas, me han hecho más fuerte y me han dado más ganas de superarme para salir adelante con ellos.

Agradezco a mis compañeros, amigos y hermanos de la carrera, porque siempre he tenido algo nuevo que aprender con ellos.

Y por último, pero no menos importante, agradecer a la vida por darme el regalo más lindo de todos, mi hijo, que a pesar que ya no esté conmigo, me dio ese impulso que me faltaba para seguir adelante y superarme.

Carlos Gabriel Molina Cabrera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mis Padres por darme el apoyo necesario para concluir mi carrera, por confiar en mí, y hacerme sentir capaz de alcanzar el cielo.

A mi esposa Vanessa e hija Romina, porque son muy importantes en mi vida, gracias infinitas por ser ustedes mi motor, siempre las voy a amar.

Y a mis amigos, pocos, pero de calidad, gente humilde, sencilla y buena, el combo perfecto para sentirse a gusto y en confianza.

José Alberto Yáñez Rojas

AGRADECIMIENTO

Siempre se lo dije y he aquí mi promesa cumplida, gracias Carlos Gabriel Molina Cabrera, amigo, hermano, compañero por haberme ayudado tanto en esta Licenciatura que ahora terminamos porque sin tu apoyo no hubiese podido superar muchos obstáculos que he tenido en estos años. Siempre estaré en deuda.

Gracias José Alberto Yáñez Rojas por ser un compañero leal, amigo incondicional que gracias a ti también he podido concluir con esta etapa de mi vida estudiantil.

Agradecer a mi familia, padres y hermanos que siempre estuvieron ahí para apoyarme, Nelly, Rafael, Jacobo y Carolina son pilares fundamentales en mi vida.

Por último agradecer a todas las personas con quien he tenido la oportunidad de trabajar, quienes me han enseñado las lecciones de la vida real, las que no aprendes en la universidad. Gracias a todos ellos.

Danny Michel León Barreiro

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamento de Graduación de Pregrado de la ESPOL)

**FIRMAS DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y
MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Mae. Enrique Salazar Meza
PROFESOR MATERIA DE GRADUACIÓN

DELEGADO

FIRMAS DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

Carlos Gabriel Molina Cabrera

José Alberto Yáñez Rojas

Danny Michel León Barreiro

Resumen

Vozestudio, es un negocio ecuatoriano cuyo objetivo principal será proveer los servicios de doblaje y edición de sonido de piezas audiovisuales a diferentes idiomas, incluyendo, subtítulo, dependiendo del requerimiento del cliente y enfocándonos principalmente en el mercado local.

El servicio principal que ofrecerá Vozestudio será el de doblaje y edición de sonido de piezas publicitarias y cinematográficas de productoras y cineastas locales, para ser presentadas en el mercado extranjero. Adicionalmente tendrá a disposición el servicio de subtítulo (texto escrito) en el idioma que el cliente requiera.

El modelo de negocio de Vozestudio está dentro del campo de la Tecnología y la Traducción e Interpretación.

El mercado meta al que este estudio de doblaje y subtítulo está dirigido, es el siguiente:

- *Productoras de cine y televisión nacionales*
- *Productoras de cine independiente*
- *Empíricos*
- *Estudiantes de Producción Audiovisual*
- *Artistas nacionales*

Tras efectuar una investigación de mercado, la cual fue dirigida a gente relacionada al medio de la Producción Audiovisual, pudimos obtener las siguientes conclusiones:

- *Actualmente en el Ecuador no existen estudios que se enfoquen al 100% en esta importante herramienta de apoyo para cineastas y productores audiovisuales locales, que quieran exponer su producto en el exterior.*
- *Los costos de producción de doblaje y subtítulo en el extranjero son demasiado elevados para una producción audiovisual nacional independiente. Esto quiere decir que existe una gran cantidad de productores, cineastas y empíricos que no cuentan con un capital económico lo suficientemente alto como para financiar un proyecto así.*
- *Existe una gran variedad de idiomas con los cuales se pueden realizar proyectos de doblaje y subtítulo.*
- *El resultado de posicionamiento que obtendría nuestro estudio en el país sería favorable puesto que la competencia local aún no es muy conocida.*
- *El nivel de dominio de diferentes lenguas extranjeras en la sociedad es mediano, muchas veces la intención de las personas que estudian idiomas es emigrar a otros países en busca de mejores ingresos. Al implementar esta herramienta de apoyo audiovisual en el País, se creará una nueva opción de trabajo.*

Palabras Claves: *Estudio de Doblaje y Subtítulo*

Abstract

Vozestudio, is an ecuadorian business whose main objective is to provide services in dubbing and sound editing of audiovisual works to different languages including subtitling depending on customer requirement, focusing primarily on the local market.

The main service will offer Vozestudio dubbing and sound editing and film advertising pieces from local producers and filmmakers, to be presented in the foreign market and additionally have the service available subtitled (written text) in the language that customer requires.

The business model is within the range Vozestudio Technology and Translation and Interpretation.

The target market to which this study is aimed dubbing and subtitling is comprised of:

- Production of films and national television*
- Independent Film Production*
- Empirical*
- Student Media Production*
- National Artists*

Our target market is made up of this market research can be obtained the following conclusions:

The percentage of the sample (Guayaquil, Quito and Cuenca) 100% say they do not have a program that culturice on film, so you can say that there is a potential market for Ecuador.

90% of the mass respondents in the city of Guayaquil, Quito and Cuenca, respectively, say they will buy our pilot film in Ecuador.

This result is important, because it allows to determine the potential market share that you can earn, based on the degree of acceptance of service by the target customer.

10%, 8% and 2% of respondents in Guayaquil, Quito and Cuenca, respectively, are willing to pay a price for the pilot film (45%, 45% and 10%) from \$ 2,000 to \$ 6,000, for while is true, the pilot film will have certain elements and use multiple computers on which the target buyer is aware.

There were questions designed to test the hypothesis that the target buyers are upper-middle social stratum and tall.

Hypothesis cannot be rejected, since a fairly large percentage of surveyed individuals claim to have car and home ownership.

We have included in detail, the values of the investment, this applies to the costs incurred in staffing, operational costs, we also develop a production plan that includes the script, shooting schedule, locations and days of recording

In conclusion, the development of this project is intended to enrich and culturizar our society, so that they have a different perspective on it.

Índice General

CAPÍTULO 1 - INTRODUCCIÓN

| | |
|--|----|
| 1.1. Definición del tema..... | 19 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 19 |
| 1.3. Justificación..... | 19 |
| 1.4. Marco teórico y referencial..... | 20 |
| 1.5. Objetivos generales y específicos del anteproyecto..... | 21 |
| 1.5.1. Objetivos generales..... | 21 |
| 1.5.2. Objetivos específicos..... | 21 |
| 1.6. Metodología..... | 21 |

CAPÍTULO 2 - ANÁLISIS DE MERCADO

| | |
|---|----|
| 2.1. Plan de marketing..... | 23 |
| 2.1.1. Encuesta a personas dedicadas al desarrollo de piezas audiovisuales..... | 23 |
| 2.2. Presentación de resultados..... | 25 |
| 2.3. Estructura del plan de marketing..... | 30 |
| 2.3.1. Marketing estratégico..... | 30 |
| 2.3.2. Marketing operativo..... | 30 |
| 2.4. Fases del plan de marketing..... | 30 |
| 2.4.1. Análisis situacional..... | 30 |
| 2.4.2. Análisis externo..... | 30 |
| 2.4.2.1. Demográficamente..... | 30 |
| 2.4.2.2. Económicos..... | 31 |
| 2.4.2.3. Tecnológicos..... | 31 |
| 2.4.2.4. Sociales..... | 31 |
| 2.5. Sector..... | 32 |
| 2.5.1. Competencia..... | 32 |
| 2.5.2. Público Objetivo..... | 32 |
| 2.5.2.1. Mercado audiovisual local..... | 32 |
| 2.5.3 Definición de mercado potencial..... | 33 |
| 2.6. Análisis FODA..... | 35 |
| 2.6.1. Fortalezas..... | 35 |
| 2.6.2. Oportunidades..... | 35 |
| 2.6.3. Debilidades..... | 35 |
| 2.6.4. Amenazas..... | 35 |
| 2.7. Objetivos..... | 35 |
| 2.8. Estrategias a emplear y plan de acción..... | 36 |
| 2.8.1. Producto..... | 36 |
| 2.8.1.1. Descripción del producto..... | 36 |
| 2.8.2. Precio..... | 36 |
| 2.8.3. Plaza..... | 37 |
| 2.8.4. Promoción..... | 37 |
| 2.9. Gastos de publicidad..... | 38 |

CAPÍTULO 3 - ANÁLISIS TÉCNICO

| | |
|---|----|
| 3.1. Introducción..... | 40 |
| 3.2. Proveedores..... | 40 |
| 3.3. Equipo humano..... | 40 |
| 3.4. Cronograma de desarrollo del producto..... | 41 |
| 3.4.1. Fase de pre-producción..... | 41 |
| 3.4.2. Fase de producción..... | 42 |
| 3.5. Ubicación..... | 43 |
| 3.5.1. Costos generales..... | 44 |
| 3.6. Equipamiento..... | 44 |
| 3.6.1. Acondicionamiento acústico de las salas..... | 44 |
| 3.6.1.1. Los materiales..... | 45 |
| 3.6.2. Equipos para subtítulo y doblaje..... | 46 |
| 3.6.2.1. Sala de control..... | 46 |
| 3.6.2.2. Sala de estudio o grabación..... | 46 |
| 3.7. Balance de equipos..... | 47 |
| 3.8. Políticas de mantenimiento de equipos..... | 50 |
| 3.9. Distribución del estudio..... | 50 |

CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

| | |
|---|----|
| 4.1. Introducción..... | 52 |
| 4.2. Organigrama básico..... | 52 |
| 4.3. Cargos específicos..... | 53 |
| 4.3.1. Director escénico..... | 53 |
| 4.3.2. Ingeniero de sonido..... | 53 |
| 4.3.3. Asistente de sonido..... | 53 |
| 4.3.4. Traductor o intérprete..... | 53 |
| 4.3.5. Secretaria ejecutiva..... | 54 |
| 4.4. Áreas de trabajo..... | 54 |
| 4.4.1 Descripción de áreas y cargos..... | 54 |
| 4.5. Políticas administrativas..... | 55 |
| 4.6 Mecanismos de organización y control..... | 55 |
| 4.7. Organismos de apoyo..... | 55 |
| 4.8. Salarios..... | 56 |

CAPÍTULO 5 - ANÁLISIS SOCIAL

| | |
|---|----|
| 5.1. Efectos de Vozestudio y la sociedad..... | 58 |
|---|----|

CAPÍTULO 6 - ANÁLISIS AMBIENTAL

| | |
|--|----|
| 6.1. Compromiso con el medioambiente..... | 60 |
| 6.1.1. Reimpresión en oficios y circulares internas..... | 60 |
| 6.1.2 Deshechos de material plástico..... | 60 |

CAPÍTULO 7 - ANÁLISIS LEGAL

| | |
|---|----|
| 7.1. Introducción..... | 62 |
| 7.2. Costos de constitución y funcionamiento de la empresa..... | 62 |

CAPÍTULO 8 - ANÁLISIS FINANCIERO

| | |
|---|----|
| 8.1. Cálculo de ingreso anual por proyecto..... | 64 |
| 8.2. Cuadro de inversión..... | 64 |
| 8.3. Capital de trabajo..... | 65 |
| 8.4. Préstamo..... | 65 |
| 8.5. Aporte de accionistas..... | 66 |
| 8.6. Definición de gastos anuales..... | 66 |
| 8.7. Tabla de costos de producción..... | 66 |
| 8.8. Tabla de flujo de caja..... | 67 |
| 8.9. Gatos varios..... | 68 |
| 8.9.1. Gastos operacionales..... | 68 |
| 8.9.2. Gastos financieros y no operacionales..... | 68 |
| 8.9.3. Costos..... | 68 |

CONCLUSIONES

| | |
|-------------------------------------|----|
| Conclusiones y recomendaciones..... | 70 |
|-------------------------------------|----|

| | |
|--------------------------|-----------|
| BIBLIOGRAFÍA..... | 72 |
|--------------------------|-----------|

Índice de figuras

CAPÍTULO 2 - ANÁLISIS DE MERCADO

| | |
|--|----|
| Figura 2-1: Resultados Pregunta 1..... | 25 |
| Figura 2-2: Resultados Pregunta 3..... | 26 |
| Figura 2-3: Resultados Pregunta 4..... | 26 |
| Figura 2-4: Resultados Pregunta 5..... | 27 |
| Figura 2-5: Resultados Pregunta 7..... | 28 |
| Figura 2-6: Resultados Pregunta 8..... | 28 |
| Figura 2-7: Resultados Pregunta 9..... | 29 |
| Figura 2-8: Resultados Pregunta 10..... | 29 |
| Figura 2-9: Empresas dedicadas a la producción audiovisual..... | 33 |
| Figura 2-10: Canales de Tv. de señal abierta..... | 33 |
| Figura 2-11: Horas de ficción nacional exhibidas..... | 34 |
| Figura 2-12: Mercado potencial | 34 |

CAPÍTULO 3 - ANÁLISIS TÉCNICO

| | |
|--|----|
| Figura 3-1: Fase de Pre-Producción..... | 41 |
| Figura 3-2: Fase de Producción..... | 42 |
| Figura 3-3: Ubicación..... | 43 |
| Figura 3-4: Distribución del estudio..... | 50 |

CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

| | |
|--|----|
| Figura 4-1: Organigrama básico..... | 52 |
|--|----|

Índice de tablas

CAPÍTULO 2 - ANÁLISIS DE MERCADO

| | |
|---|----|
| Tabla 2-1: Detalle de costos de doblaje y subtitulado..... | 37 |
| Tabla 2-2: Gastos de publicidad..... | 38 |

CAPÍTULO 3 - ANÁLISIS TÉCNICO

| | |
|--|----|
| Tabla 3-1: Costos generales..... | 44 |
| Tabla 3-2: Construcción del estudio..... | 47 |
| Tabla 3-3: Implementación del estudio..... | 48 |
| Tabla 3-4: Implementación del estudio..... | 49 |
| Tabla 3-5: Equipamiento de oficina..... | 49 |
| Tabla 3-6: Valor total de construcción e implementación de estudio..... | 49 |
| Tabla 3-7: Gatos operacionales..... | 50 |

CAPÍTULO 4 - ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

| | |
|--|----|
| Tabla 4-1: Sueldos y salarios | 56 |
|--|----|

CAPÍTULO 7 - ANÁLISIS LEGAL

| | |
|--|----|
| Tabla 7-1: Costos de trámites legales | 62 |
|--|----|

CAPÍTULO 8 - ANÁLISIS FINANCIERO

| | |
|--|----|
| Tabla 8-1: Ingreso anual proyectado subtitulado con guión | 64 |
| Tabla 8-2: Ingreso anual proyectado doblaje con guión..... | 64 |
| Tabla 8-3: Cuadro de ingresos proyectados | 64 |
| Tabla 8-4: Proyección anual de ingresos totales | 64 |
| Tabla 8-5: Cuadro de inversión Vozestudio | 64 |
| Tabla 8-6: Capital de trabajo..... | 65 |
| Tabla 8-7: Cuadro de préstamo Produbanco..... | 65 |
| Tabla 8-8: Tabla de amortización..... | 65 |
| Tabla 8-9: Aporte de accionistas..... | 66 |
| Tabla 8-10: Cuadro de gastos anuales..... | 66 |
| Tabla 8-11: Detalle de doblaje y subtitulado..... | 66 |
| Tabla 8-12: Flujo de caja proyectado..... | 67 |
| Tabla 8-13: Gastos operacionales..... | 68 |
| Tabla 8-14: Gastos financieros..... | 68 |
| Tabla 8-15: Costos..... | 68 |



CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA

Se trata de crear un estudio de doblaje y subtitulado, que cumplirá como principal objetivo prestar servicios de traducción e interpretación de producciones audiovisuales nacionales a los idiomas que sean requeridos por nuestros clientes. También brindará el servicio de subtitulado (traducción escrita en parte inferior de pantalla) si así lo solicite el mismo.

Debido a la escases de estudios de grabación o productoras audiovisuales que se especialicen en este campo dentro de nuestro país, hemos encontrado la oportunidad de introducir al mercado audiovisual este proyecto enfocado netamente en brindar apoyo de traducción ya sea oral o escrita a las productoras nacionales, canales de televisión, productores y cineastas independientes, y artistas nacionales.

La idea de crear este proyecto es trabajar sinérgicamente con la producción nacional ya sea comercial o independiente, y dar a conocer a nivel internacional el trabajo que en el Ecuador se realiza en el campo audiovisual. También, presentarles a las personas capacitadas en lengua extranjera una gama de oportunidades laborales dentro del país, poniendo en práctica su capacidad y dominio de los idiomas que se requieran.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La producción audiovisual en el Ecuador ha crecido a pasos agigantados en los últimos 5 años. Estamos perdiendo poco a poco la mala costumbre de reproducir y recrear programas internacionales bajo franquicias adquiridas por los principales canales de televisión.

El cine nacional participa en diferentes concursos internacionalmente reconocidos que galardonan a las mejores producciones audiovisuales, sin contar los artistas que cada vez son más solicitados en gran variedad de países de lengua extranjera.

El problema encontrado en el crecimiento del mercado audiovisual en nuestro país, es la carencia de estudios dedicados netamente al doblaje, subtitulado y edición de sonido.

Actualmente en el país existe una gran variedad de escuelas de lengua extranjera, así como también las personas que han sido capacitadas en las mismas. Sin embargo, muchas de estas personas piensan que la única manera de poner en práctica su conocimiento es viajar al extranjero para trabajar, ya que en ciertos casos no encuentran cómo emplear sus conocimientos adquiridos.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realiza debido a que en el país existe una gran escasez de estudios de doblaje que se dediquen de lleno a esta actividad. Basados en una breve investigación, se concluye que los pocos estudios existentes y conocidos solamente se dedican al subtitulado en Inglés, pero no en el doblaje e interpretación de el mismo y otros idiomas más.

El propósito de crear este proyecto es paso a paso llegar a ser reconocidos primeramente en nuestro mercado, enfocándonos principalmente en la producción nacional y luego internacionalmente, como un estudio especializado en doblaje, subtitulado y edición de

sonido líder en Sudamérica, dispuestos a trabajar con cualquier tipo de producción audiovisual latinoamericana, y ser principales generadores de empleo para todas las personas que sean preparadas en el estudio de lenguas extranjeras, que vivan en nuestro país y que tengan el talento y las ganas de poner en ejecución sus conocimientos.

Crear un estudio de doblaje y subtítulo en Ecuador será un gran paso para la producción nacional, ya que los principales canales de Televisión, productoras grandes y pequeñas, productores independientes y artistas nacionales encontrarán una gran herramienta que los ayudará a darse a conocer internacionalmente.

1.4. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

Crear un estudio de doblaje y subtítulo involucra un proceso muy detallado, minucioso y organizado, que permitirá que éste se forme como un modelo de negocio innovador y revolucionario en la industria de edición de sonido a nivel nacional.

A continuación presentamos los objetivos que se han definido para llevar a cabo la ejecución de éste proyecto:

1. Realizar un estudio de mercado.
2. Hacer un estudio financiero para determinar los costos de inversión en este proyecto.
3. Crear la imagen corporativa para el proyecto (logo, papelería, tarjetería, videos promocionales, etc.).
4. Registrar la marca
5. Determinar misión y visión del proyecto en el mercado.
6. Diseño de servicios a prestarse en el proyecto.
7. Crear estrategias de marketing y publicidad para su lanzamiento
8. Crear estrategias de marketing y publicidad para su posicionamiento en el mercado.

Una vez alcanzados los objetivos, se diseñará un cronograma de trabajo, mediante el cual nos manejaremos cronométricamente para elaborar los proyectos ya sean novelas, filmes, cortometrajes, medimetrajes, largometrajes, etc. Y de esta manera cumplir a cabalidad con nuestros clientes.

Se diseñará también un análisis presupuestario para estipular los costos de acuerdo al trabajo a realizarse, el cliente (Productoras Comerciales o Independientes), cantidad de tiempo, cantidad de programas, capítulos, o temporadas.

Ningún trabajo es gratis, pero se apoya 100% a la producción audiovisual independiente. En este caso si el proyecto tendrá participación en el extranjero, se elaborarán planes estratégicos para tener presencia de marca en las grabaciones o filmes a presentar.

1.5. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL ANTEPROYECTO

1.5.1. OBJETIVOS GENERALES

Crear un estudio de doblaje y subtitulado profesional, donde los productores independientes, comerciales y cineastas, tengan la oportunidad de dar un valor extra a sus trabajos; así mismo servir de herramienta de calidad para motivar e incentivar a la creación y exportación de producto audiovisual nacional, para ser presentado en el extranjero.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con equipos de primera y alta calidad
- Producir doblajes y subtitulados de calidad internacional
- Ser la primera opción de productores y cineastas ecuatorianos
- Dar oportunidad laboral a personas que estudian y dominan idiomas extranjeros
- Contar con un portafolio de trabajo de calidad internacional para incentivar la inversión extranjera.

1.6. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos planteados se realizará la respectiva recolección de información para analizar las falencias de nuestros competidores y de esta manera determinar cuáles son nuestras ventajas sobre los mismos. Según los resultados obtenidos desarrollaremos nuestra campaña publicitaria y de posicionamiento de marca. Se elaborarán encuestas de mercado enfocándonos principalmente en nuestra audiencia meta, entiéndase como tales a las productoras comerciales e independientes, cineastas, artistas, y todo aquel que tenga la necesidad de crear proyectos audiovisuales.

Se buscará identificar las necesidades de nuestros clientes y satisfacer sus requerimientos para que estos tomen la decisión de trabajar con nosotros y llegar a ser su mejor opción.

Como parte de nuestra estrategia, consideramos elaborar un pequeño proyecto audiovisual, en el cual expondremos a nuestros clientes la calidad de trabajo que proponemos y los resultados que se obtendrán al hacernos parte de su proyecto.

Para la evaluación financiera se buscará asesoría por parte de un equipo de economistas reconocidos en su profesión, y en lo que respecta al financiamiento de nuestro proyecto se plantea a Produbanco como nuestra principal entidad bancaria.



CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. PLAN DE MARKETING

Para arrancar nuestro plan de marketing realizaremos previamente un análisis o un estudio de mercado a fin de determinar las exigencias, demandas y necesidades de nuestra audiencia meta.

Para realizar este análisis, elaboraremos un cuestionario de preguntas referentes al mercado audiovisual, el cual será repartido a nuestra audiencia meta previamente establecida, con el fin de determinar las falencias del mercado actual.

Definiremos las metas y objetivos a alcanzar en los tiempos que sean requeridos teniendo en cuenta los equipos y recursos con los que contamos.

2.1.1. ENCUESTA A PERSONAS DEDICADAS AL DESARROLLO DE PIEZAS AUDIOVISUALES

Esperando que tengan un excelente día, nos tomamos el atrevimiento de compartir con ustedes un formulario de preguntas, a fin de conocer su opinión como profesionales y personas relacionadas al medio audiovisual.

1.- ¿Qué relación tiene usted respecto a la producción audiovisual?

- | | |
|---------------|------------------|
| a. Estudiante | d. Cineasta |
| b. Productor | e. Independiente |
| c. Guionista | f. Empírico |

2.- Siendo usted una persona relacionada con la producción audiovisual. ¿Le gustaría que su trabajo sea visto en el extranjero?

Sí No

3.- ¿Cree usted que agregándole trabajo de doblaje y subtitulado a su producción, tenga mayor oportunidad de abrirse al mercado extranjero?

Sí No

4.- ¿En qué idioma cree usted necesario realizar un doblaje y/o subtitulado?

- | | |
|------------|---------------|
| a. Inglés | c.- Portugués |
| b. Francés | d.- Otros |

5.- ¿Conoce usted algún estudio de doblaje y subtitulado en el Ecuador? Si su respuesta es SI, nómbrelas.

Sí No

6.- ¿Ha contratado usted estudios de doblaje y subtitulado en el Ecuador?

Sí No

7.- ¿Confiaría usted su producto audiovisual a un estudio de doblaje y subtitulado nacional? Si su respuesta es negativa, indique el porqué.

Sí
Tal vez No

PORQUE:

8.- ¿Qué factores influirían en su decisión para contratar un estudio de doblaje y subtitulado en el país?

- a. Calidad
- b. Eficiencia
- c. Tiempo de entrega
- d. Precio
- e. Experiencia

9.- ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por 30 minutos de trabajo de doblaje?

- a. \$1,000,00 - \$1,500,00
- b. \$1,500,00 - \$1,800,00
- c. \$1,800,00 - \$2,200,00

10.- ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por 30 minutos de trabajo de subtitulado?

- a. \$500,00 - \$700,00
- b. \$700,00 - \$800,00
- c. \$800,00 - \$900,00

2.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se realizaron un total de 400 encuestas vía mail, dirigida a estudiantes de carreras audiovisuales y a fines, de las cuales recibimos un total de 230 contestadas, adicionalmente realizamos 15 encuestas directas a personas dueñas de productoras independientes.

PREGUNTA 1

1.- ¿Qué relación tiene usted respecto a la producción audiovisual?

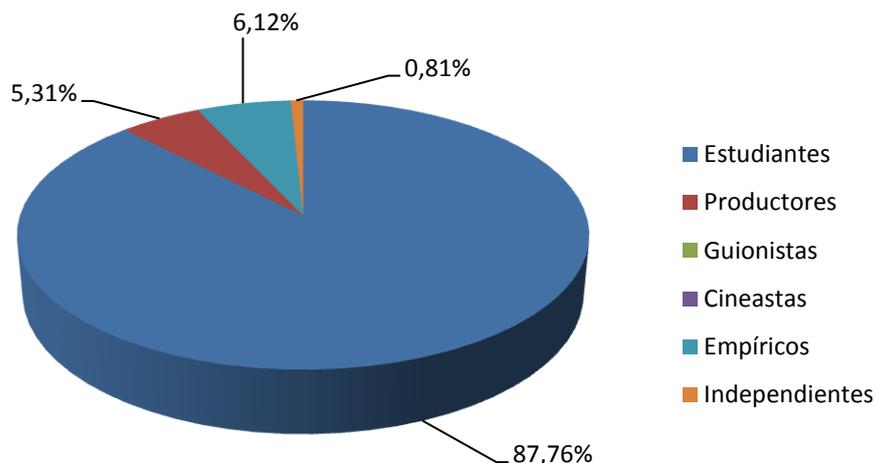


Figura 2-1: Resultados Pregunta 1.

Al momento de realizar las encuestas escogimos a gente relacionada al mundo de la producción audiovisual, especificados en el gráfico.

PREGUNTA 2

2.- Siendo usted una persona relacionada con la producción audiovisual. ¿Le gustaría que su trabajo sea visto en el extranjero?

Esta pregunta la realizamos debido a que quisimos medir el grado de interés de nuestra audiencia meta para llegar con su trabajo o producto al extranjero, entregándonos un total de 100% de preguntas afirmativas.

PREGUNTA 3

3.- ¿Cree usted que agregándole trabajo de doblaje y subtitulado a su producción, tenga mayor oportunidad de abrirse al mercado extranjero?

Esta pregunta fue elaborada con la finalidad de medir el grado de interés para complementar los proyectos audiovisuales con trabajo de doblaje y subtitulado. Obteniendo una respuesta favorable de un 88% contra 12% de personas que piensan que

no es necesario un trabajo de doblaje y subtulado para exportar un producto audiovisual.

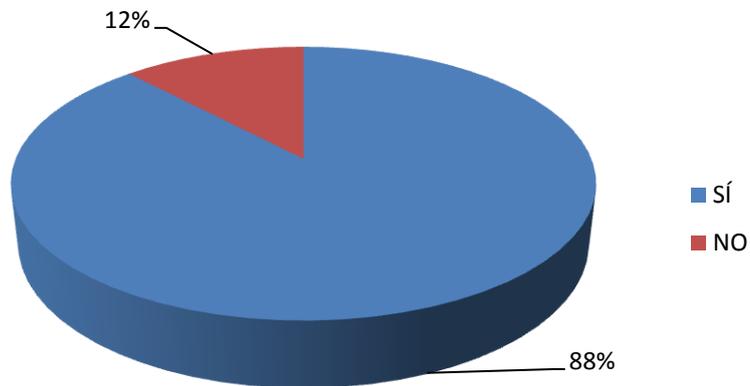


Figura 2-2: Resultados Pregunta 3.

PREGUNTA 4

4.- ¿En qué idioma cree usted necesario realizar un doblaje y/o subtulado?

Esta pregunta fue elaborada para tener conocimiento de los idiomas en los cuales el cliente estaría interesado para realizar un trabajo de doblaje y subtulado. Esta pregunta fue medida en cantidad de encuestados, más que en porcentaje pues era pregunta de múltiple opción.

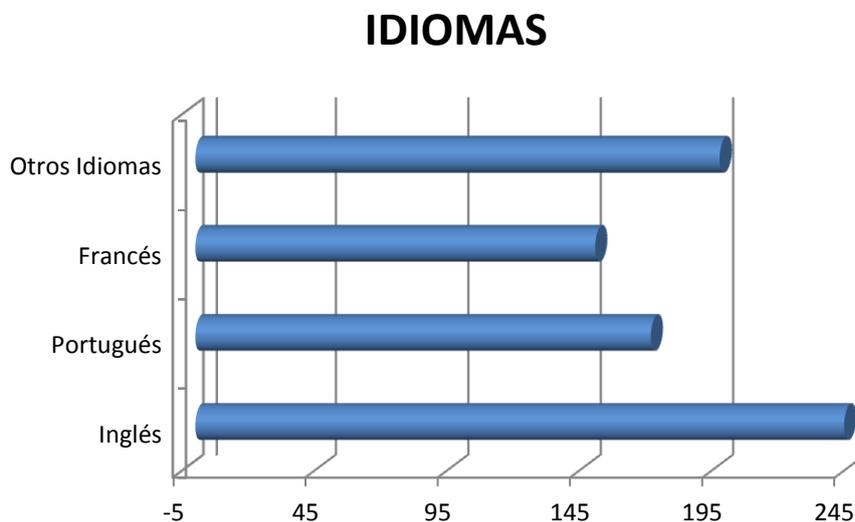


Figura 2-3: Resultados Pregunta 4.

PREGUNTA 5

5.- ¿Conoce usted algún estudio de doblaje y subtitulado en el Ecuador? Si su respuesta es SÍ, nómbrelas.

Esta pregunta la realizamos para medir el nivel de posicionamiento que tiene nuestra competencia en el mercado nacional. El resultado fue positivo pues solamente el 1,22% de nuestra audiencia conocía superficialmente de la existencia de un estudio de doblaje mientras que el 98,78% no.

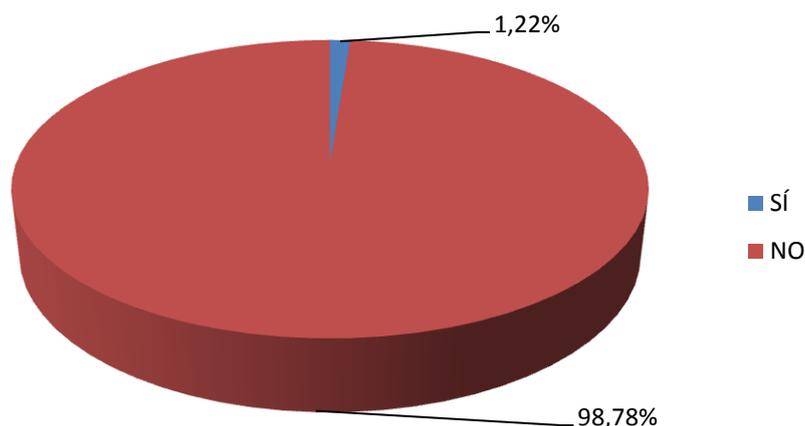


Figura 2-4: Resultados Pregunta 5.

PREGUNTA 6

6.- ¿Ha contratado usted estudios de doblaje y subtitulado en el Ecuador?

El resultado de esta pregunta fue el 100% de las respuestas negativas, lo cual nos indica que existe falta de conocimiento por nuestra audiencia meta y la falta de publicidad por parte de la competencia.

PREGUNTA 7

7.- ¿Confiaría usted su producto audiovisual a un estudio de doblaje y subtitulado nacional? Si su respuesta es negativa indique el porqué.

Esta pregunta fue elaborada para medir el nivel de confianza hacia los productos y servicios ecuatorianos y conocer el porqué de las mismas.

El resultado obtenido en esta encuesta nos muestra que existe un gran margen de confianza hacia una empresa de este tipo, pues el 45,21% de la gente coincide en que es una gran oportunidad para la producción nacional. Así mismo existe un buen margen de posibilidad del 23,26% de confianza para trabajar con nosotros, mientras que el 31,53% confiaría aún en productoras internacionales.

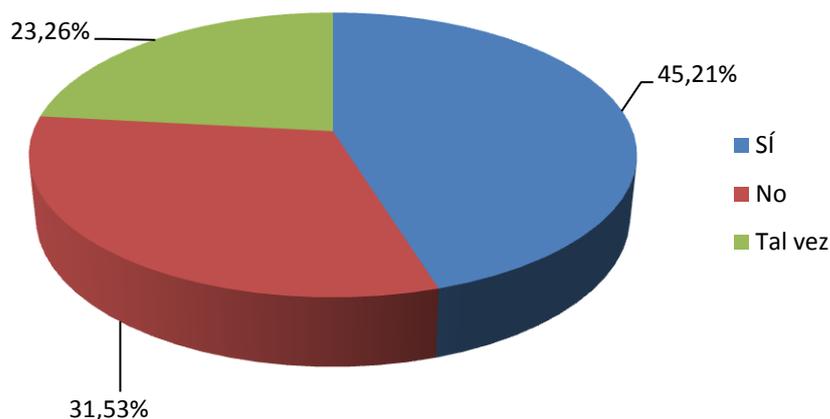


Figura 2-5: Resultados Pregunta 7.

PREGUNTA 8

8.- ¿Qué factores influirían en su decisión para contratar un estudio de doblaje y subtulado en el país?

Esta pregunta fue elaborada, para tener conocimiento, de los factores que influirían en las decisiones de nuestros futuros clientes, para contratar nuestros servicios.

Como pregunta de opción múltiple, fue medida por cantidad del número total que cada encuestado dio a cada una de las opciones. Coincidiendo todos en un 100% en preferir calidad y eficiencia, al momento de trabajar.

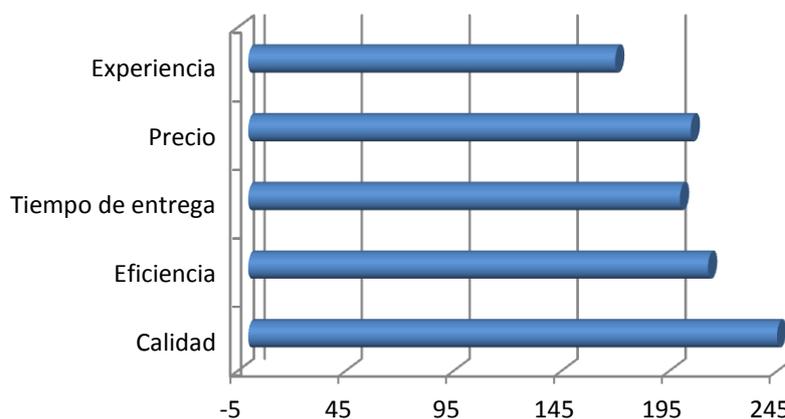


Figura 2-6: Resultados Pregunta 8.

PREGUNTA 9**9.- ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por 30 minutos de trabajo de doblaje?**

Esta pregunta, fue elaborada, para conocer la disponibilidad económica de nuestros encuestados, y en base a esto, sacar una referencia de costos, y para establecer precios para nuestro servicio.

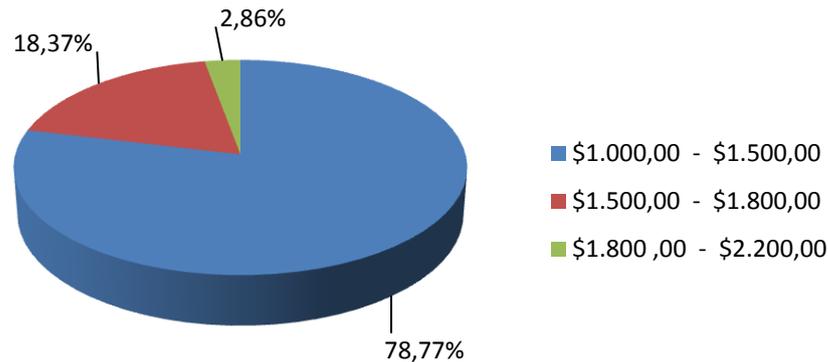


Figura 2-7: Resultados Pregunta 9.

PREGUNTA 10**10.- ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por 30 minutos de trabajo de subtitulado?**

Esta pregunta, fue elaborada, para conocer la disponibilidad económica de nuestros encuestados, y en base a esto, sacar una referencia de costos, y para establecer precios para nuestro servicio.

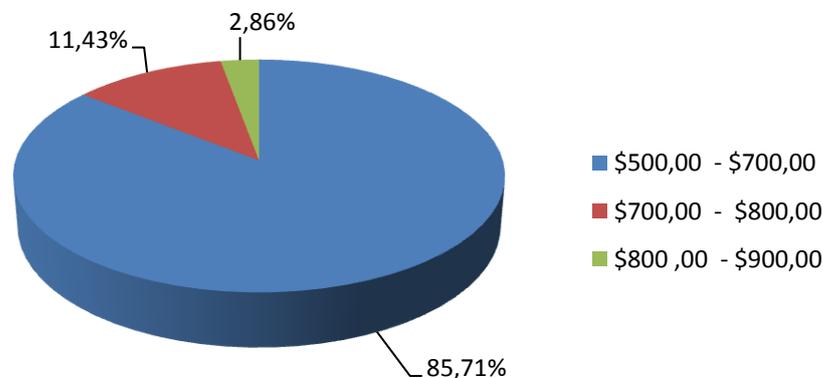


Figura 2-8: Resultados Pregunta 10.

2.3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING

2.3.1. MARKETING ESTRATÉGICO

- Definiremos la estrategia a utilizar para nuestro negocio, en este caso como los productos a ofrecer son parcialmente nuevos en el mercado, será una estrategia de lanzamiento y posteriormente una de posicionamiento.
- Analizaremos el mercado en el cual nos desenvolveremos analizando previamente nuestras fortalezas, oportunidades, amenazas y oportunidades FODA, que relacionará a nuestros competidores, el entorno y nuestra audiencia meta.
- Estableceremos objetivos para nuestro estudio con el fin de tener metas para cumplir en corto, mediano y largo plazo (tiempos flexibles preferentemente); dependiendo nuestro tiempo en el mercado, procurando mantenernos a la línea de nuestra idea de negocio.

2.3.2. MARKETING OPERATIVO

- Una vez definidos nuestros objetivos estratégicos definiremos las acciones necesarias para llevar a cabo el cumplimiento de los mismos.
- Realizaremos un estudio post-lanzamiento y post-venta a nuestros clientes y audiencia meta para verificar si la ejecución de nuestro plan de marketing ha tenido la efectividad requerida o por lo menos en su mayoría, si es que el mercado ha sufrido algún cambio o caso contrario determinar los errores y poder corregirlos.

2.4. FASES DEL PLAN DE MARKETING

Nuestro plan de marketing está segmentado de la siguiente manera:

2.4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL

Realizaremos un análisis minucioso con el fin de determinar la situación de nuestro estudio en relación al entorno:

2.4.2. ANÁLISIS EXTERNO

2.4.2.1. DEMOGRÁFICAMENTE

- Actualmente en el país estamos sufriendo un leve cambio dentro del campo audiovisual. Se está logrando un interés mayor en los jóvenes por realizar producciones audiovisuales sin tener en cuenta si es independiente o comercial.

- Existe un incremento en las solicitudes y aplicaciones para participar en concursos de producciones audiovisuales sin importar el género, no sólo a nivel nacional sino también a nivel mundial.
- Si bien hemos obtenido un gran número de directores, muchos de ellos hombres, ahora también se está logrando conseguir el interés del sexo femenino en lo que ha producción audiovisual se refiere, muchas de ellas arriesgando más y llegando más lejos.

2.4.2.2. ECONÓMICOS

- Debido a los costos de equipo tanto en producción y postproducción el aspecto económico es el mayor problema para lograr producciones de gran calidad. Sin embargo el Ministerio de Cultura desarrolla proyectos con los cuales se pretende brindar un gran apoyo a las producciones nacionales.
- Si bien no todos son los beneficiados por dichos proyectos, estamos en un mercado en el cual no existen barreras, puesto que los géneros en sí que el cine plantea entran incluso en la facilidad de crear material audiovisual grabado con la cámara de un celular.
- Sin embargo algo que no está en nuestras manos serán las decisiones económicas del país, si la producción audiovisual se viera afectada por estos cambios, y el incremento de nuestros servicios afecte nuestras expectativas de crecimiento.

2.4.2.3. TECNOLÓGICOS

- Basados en la tecnología a utilizar, nos apoyaremos mucho en el software de edición de audio y video que necesitaremos, por ese lado en nuestra carta de presentación haremos una breve reseña de la tecnología a utilizar con el fin de captar clientes nuevos y dar confianza y seguridad a la clientela actual.
- Se presentará una variedad de opciones a nivel software (Twitter, emails, Facebook, webpage, bbmessenger) al cliente para mantener contacto con nosotros y despejar todo tipo de dudas e inquietudes con respecto a nuestro trabajo.

2.4.2.4. SOCIALES

Si bien nuestra audiencia meta son los Cineastas, empíricos y demás personas relacionadas al mundo audiovisual, es claro que nuestro examen final será la aceptación del público de acuerdo a la calidad de nuestro doblaje.

El consumidor de este producto será el principal criterio a tener en consideración una vez elaborado el producto final ya sea en doblaje o subtitulado, y nuestro cliente sea productora, independiente, etc. verá el resultado del mismo en la satisfacción de sus clientes.

2.5. SECTOR

El sector al que pertenece nuestro estudio es el sector Audiovisual.

2.5.1. COMPETENCIA

Según investigaciones realizadas se pudo confirmar la existencia de 1 empresa dedicada al doblaje y subtitulado de trabajos audiovisuales en el país, convirtiéndose en nuestro competidor directo. Es MAGMA Productora.

2.5.2. PUBLICO OBJETIVO

Nuestro Público Objetivo al que vamos dirigidos es a aquel que se desenvuelva en el sector audiovisual, sin embargo no todos son nuestro mercado (camarógrafos, records, etc.), principalmente nuestra audiencia meta serán:

- Directores de cine comercial
- Directores de cine independiente
- Productores
- Productoras
- Cadenas radiales y/o televisivas
- Estudiantes de Producción Audiovisual
- Empíricos
- Artistas Nacionales

A los cuales se les ofrecerá el producto de acuerdo a sus necesidades.

2.5.2.1. MERCADO AUDIOVISUAL LOCAL

Según la base de datos de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, se encuentran registradas un total de 32 empresas que se desenvuelven en el área de Fotografía, Publicidad y Medios.

De acuerdo a una investigación de mercado realizada por nosotros obtuvimos como resultado que a nivel nacional existen un total de 101 empresas dedicadas a la producción audiovisual, dividiéndose estas en:

- 49 Empresas Audiovisuales
- 52 Productoras de Televisión, Audio, Video y Cine

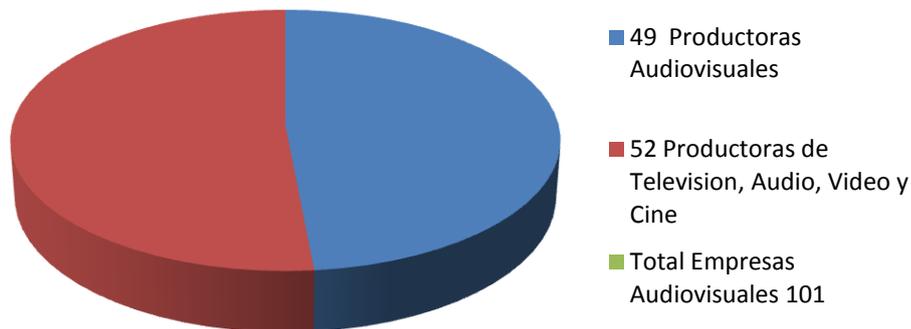


Figura 2-9: Empresas dedicadas a la producción audiovisual.

Según datos entregados por la SUPERTEL hasta el 30 de Abril del 2011, existe un total de 443 estaciones de canales de Televisión de señal abierta, tanto en UHF y en VHF, dividiéndose estas en:

- 367 canales TV. Comercial Privada
- 76 canales TV. Servicio Público
- 0 canales TV. Comunitarias

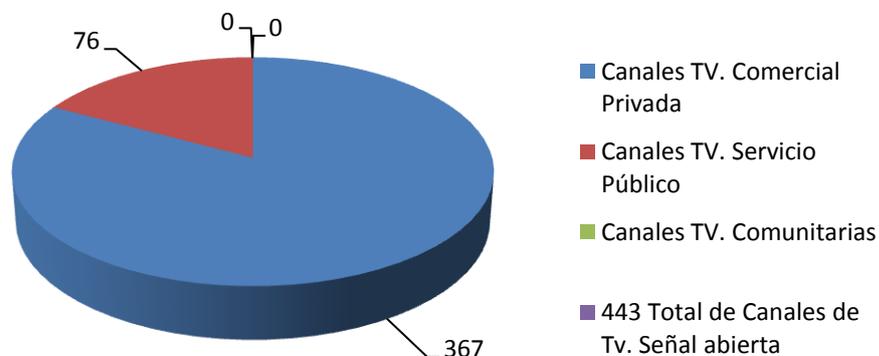


Figura 2-10: Canales de Tv. de señal abierta.

2.5.3 DEFINICIÓN DE MERCADO POTENCIAL

Según datos de www.ciespal.com, el año 2010 fue el más productivo en términos de ficción para la televisión nacional. Tres telenovelas y dos series se estrenaron en dos emisoras privadas, Teleamazonas y Ecuavisa, y dos emisoras administradas por el Estado, Gama TV y TC Televisión. Es decir, hubo un crecimiento de 1,4 formatos ficcionales propios frente a la producción anual del decenio 2000 - 2009. Todos esos

productos se emitieron en horario prime time y dos de ellos estuvieron entre los 10 títulos más vistos en el año.

En el marco del informe “Ecuador”: la ficción nacional en la televisión abierta ha aportado con 305 horas (11,7%) a un total de 2.593,26 horas de ficción exhibidas por la televisión nacional abierta, en la cual ese género narrativo se ha constituido en la base de su programación.

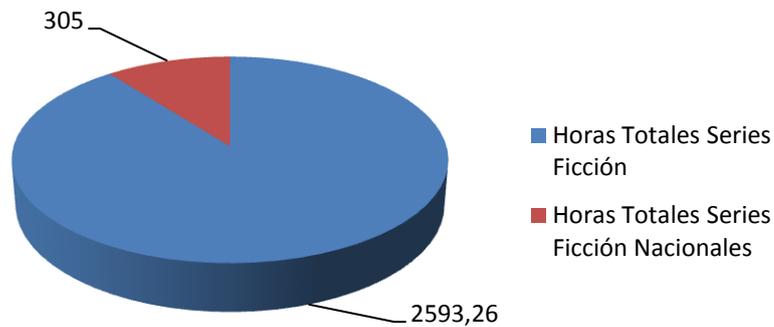


Figura 2-11: Horas de ficción nacional exhibidas.

Teniendo en consideración que 305 horas de series televisivas al año es el 100% de la producción audiovisual nacional, nuestro enfoque para el primer año será el de abarcar 10% de ese mercado con predisposición a crecer en un 5% año a año. Cabe indicar que este porcentaje variará dependiendo de la producción nacional.

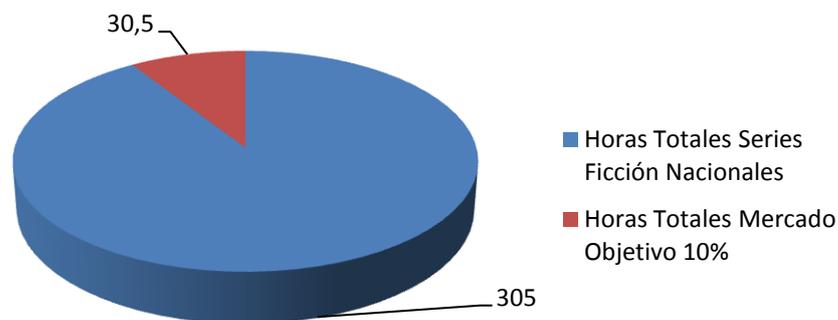


Figura 2-12: Mercado potencial.

2.6. ANÁLISIS FODA

A continuación detallamos nuestro análisis FODA:

2.6.1. FORTALEZAS

- Contactos que se desenvuelven en el medio audiovisual.
- Manejo de herramientas de diseño y sonido.
- Experiencia en medios publicitarios.
- Seriedad y profesionalismo para nuestros clientes.
- Contamos con espacio físico de trabajo.

2.6.2. OPORTUNIDADES

- Escases de estudios de doblaje y subtitulado en el país.
- Mayor apoyo y apertura al cine ecuatoriano.
- Costos de productoras extranjeras muy elevados.
- Los pocos estudios de doblaje en el Ecuador no son muy conocidos en el mercado.
- Crecimiento y expansión de la producción nacional.

2.6.3. DEBILIDADES

- Somos nuevos en el mercado.
- Falta de equipos y tecnología.

2.6.4. AMENAZAS

- Lento crecimiento y expansión del cine y televisión ecuatoriana.
- Falta de confianza en el trabajo nacional.

2.7. OBJETIVOS

Los objetivos planteados para este plan de Marketing de son los siguientes:

- Elaborar estrategia publicitaria de fácil absorción dirigida a nuestra audiencia meta.
- Crear posicionamiento de marca en el mercado audiovisual, a fin de que a cada uno de nuestros clientes se les presente como principal opción Vozestudio a la hora de realizar un doblaje y/o subtitulado.
- Motivar a la participación de estudiantes y/o empíricos a desarrollar material audiovisual para ser presentado en el extranjero.
- Posicionar a Vozestudio como el estudio de Doblaje y Subtitulado No. 1 en el Ecuador.
- Establecer contactos con productoras extranjeras a fin de crear lazos laborales con los cuales suplir nuestras falencias en caso de poseerlas.
- Crear una empresa rentable.

2.8. ESTRATEGIAS A EMPLEAR Y PLAN DE ACCIÓN

La estrategia a emplear por Vozestudio es una estrategia especialista, procuraremos atacar directamente a nuestra audiencia meta analizando determinadamente cuáles son sus necesidades y presentándole de diferentes formas (audiovisuales) nuestros productos y servicios.

A continuación se presentan las estrategias a realizarse:

- Se procederá a diseñar el logo del estudio, con su isotipo e iconotipo, una promesa de venta para crear “top of mind” en nuestros clientes objetivos.
- Crearemos páginas en redes sociales en las cuales presentaremos nuestros portafolios apoyados con el reproductor de YouTube.
- Se enviarán piezas audiovisuales con trabajos elaborados por nuestro estudio a los altos directivos de las principales cadenas televisoras, y a productoras.
- Nuestra principal herramienta será la guerrilla y el BTL.

Una vez ejecutada nuestra estrategia publicitaria, definiremos las 4P de nuestro negocio.

2.8.1. PRODUCTO

Nuestro producto es un producto intangible, podríamos llamarlo también servicio, analizaremos si nuestro producto cumple con las expectativas de los clientes.

Al ser un servicio de doblaje y o subtitulado, es un producto de larga duración, por ende tendremos que ser muy detallistas en el momento de elaborar un trabajo audiovisual, y que sobrepase al producto de la competencia.

2.8.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- Videos subtitulados Inglés a Español o Español a Inglés
- Videos subtitulados Otros Idiomas a Español o Español a Otros Idiomas
- DOBLAJE de Videos Doblado de Inglés a Español o Español a Inglés
- DOBLAJE de Videos Doblado de Otros Idiomas a Español o Español a Otros Idiomas

2.8.2. PRECIO

A la hora de establecer nuestro precio, primeramente tomaremos en consideración la cantidad de tiempo de trabajo audiovisual en un límite de 30 minutos de subtitulado o doblaje, y con un mínimo de 4 minutos, los minutos que superen al límite establecido también tendrán un costo.

Es importante recalcar que los precios estarán establecidos por la cantidad de equipo humano de trabajo para realizar esta producción, es decir talentos. A todos los precios se les incluirá el 12% de IVA al momento del cobro.

Consideraremos también las promociones y descuentos especiales en caso de existir la posibilidad de establecerlos.

A continuación se detallan los productos con su respectiva explicación y precio:

| DETALLE DE COSTOS DE DOBLAJE Y SUBTITULADO | | | |
|---|---------------|-----------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | TIEMPO | TALENTOS | VALOR |
| Videos subtítulos Inglés a Español o Español a Inglés | 30' | | |
| Subtitulado de VHS DVD o Mini DVD Cargo Mínimo hasta 4 minutos , INCLUYENDO GUIÓN TRADUCIDO | | | \$ 495,00 |
| Doblaje de Videos Doblado de Inglés a Español o Español a Inglés | 30' | | |
| VHS DVD o Mini DVD, INCLUYENDO GUIÓN TRADUCIDO | | 1 | \$ 995,00 |

Tabla 2-1: Detalle de costos de doblaje y subtítulo

2.8.3. PLAZA

La distribución de nuestro producto al mercado será realizado por el mismo cliente, Vozestudio es una herramienta de trabajo para el productor, director, empírico, etc. Por ende nuestro producto será presentado donde vaya el producto audiovisual de nuestro cliente.

2.8.4. PROMOCIÓN

Elaboraremos y difundiremos material audiovisual con el fin de que nuestros clientes objetivos se sientan atraídos hacia nuestro producto o servicio.

El material a elaborar será previamente analizado para persuadir las necesidades del cliente e invitarlo a “consumir” un producto que llene sus expectativas y que seguramente será de calidad.

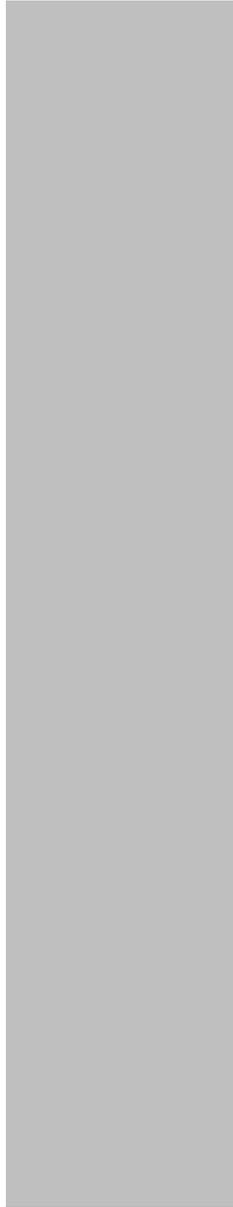
Se elaborará un plan financiero para que una vez puesto en marcha nuestro proyecto, se puedan acordar las formas de pago con nuestro cliente. Además estableceremos descuentos y promociones.

2.9. GASTOS DE PUBLICIDAD

Los costos de gastos publicitarios son calculados trimestralmente, dependiendo de la necesidad de pauta y publicidad de la empresa, los costos pueden variar dependiendo la necesidad y la frecuencia que le queramos dar, sin embargo los valores estipulados pertenecen a un presupuesto estable dada por la empresa solamente para gastos de publicidad.

| GASTOS DE PUBLICIDAD | | |
|-----------------------------|----------------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR Mensual | VALOR Anual |
| Anuncios de Periódico | \$ 1.000,00 | \$ 12.000,00 |
| Mkt. Guerrilla | \$ 200,00 | \$ 2.400,00 |
| Cuñas Radiales | \$ 1.500,00 | \$ 18.000,00 |
| TOTAL | \$ 2.700,00 | \$ 32.400,00 |

Tabla 2-2: Gastos de publicidad



CAPÍTULO 3

ANÁLISIS TÉCNICO

3.1. INTRODUCCIÓN

El siguiente análisis, cumplirá con la función de dar a conocer todo lo referente a la adquisición de equipos, adecuación del local, personal a contratar y demás elementos para la ejecución de este proyecto.

El proceso en sí del doblaje consiste en realizar un “voiceover” o montaje de voz, realizado por una persona, previamente calificada, con la capacidad de poder interpretar y manejar el idioma extranjero que se requiera, así como una buena vocalización y desenvolvimiento corporal, ya que esto es un punto importante al momento de doblar la voz de una personaje, porque la persona que realizará el doblaje, se involucra con el personaje y logra mantener la personalidad y el carácter del mismo.

Para lo que es el proceso de subtítulo, requeriremos de un intérprete o traductor, dependiendo del idioma requerido por nuestro cliente, para que pueda elaborar el guión literario del trabajo audiovisual, y pueda mantener el sentido de los diálogos con palabras, frases o modismos, dependiendo del idioma al cual se quiere realizar el subtítulo.

3.2. PROVEEDORES

Como posibles proveedores podemos citar a dos empresas, una norteamericana y la otra ecuatoriana que se dedican netamente a la importación y exportación respectivamente de productos de audio y video enfocados en el trabajo profesional para estudios de grabación en vivo.

Como primer proveedor tenemos a B&H FOTO AND ELECTRONICS CORP., una tienda norteamericana ubicada en 420 9th Ave, NY New York 10001.

Y como nuestro segundo proveedor tenemos a MASMUSIKA, tienda dedicada netamente al audio profesional, ubicada en Rumichaca #820 entre 9 de Octubre y Víctor Manuel Rendón.

La empresa ecuatoriana, se dedica a importar mercadería de Estados Unidos para venderla en su local, y también para vender bajo pedido. Pero estas empresas serían requeridas como proveedores, en su mayoría, únicamente el primer año de instalación de nuestro estudio, ya que son equipos de planta y que mayormente no requieren de cambios, a menos que el uso de los mismos así lo demande.

La tecnología de software y equipos que pensamos adoptar como herramientas para nuestro trabajo cotidiano, oscilan principalmente entre las marcas: M-AUDIO PHONIC, PRO TOOLS, AKG, SONY Y APPLE, que son marcas que nos garantizan un producto final de calidad, bajo licencias y asesoría.

3.3. EQUIPO HUMANO

El equipo humano con el que contaremos, estará conformado principalmente por 4 personas con conocimientos en edición, mezclas y efectos de sonido en lo que respecta solamente a postproducción para elaborar un doblaje y subtítulo.

En la parte de talentos se contemplara los siguientes perfiles de personas:

- Contratación de un traductor o intérprete dependiendo el idioma que sea requerido por el cliente, que posea la experiencia necesaria para mantener la esencia de los diálogos de la producción, y realizar la traducción minuciosa del guión literario.
- Se contratará a un actor o director de escena que tenga conocimientos en expresión corporal.
- Se procederá al envío de un boletín informativo a las escuelas de idiomas extranjeros con el fin de dar a conocer a sus estudiantes o profesores, el casting de selección a realizarse en nuestras instalaciones.
- En el aspecto tecnológico, para la elaboración de los productos de doblaje, trabajaremos con equipos análogos y digitales, en lo que a equipamiento físico se refiere. Y para la elaboración del subtítulado, trabajaremos con software como: SubtitleWorkshop y el Virtual Dub Mod para procesar un vídeo con subtítulos.

3.4. CRONOGRAMA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO

Para garantizar un trabajo de calidad, mostrar la seriedad de trabajo y cumplir a rigor con las fechas de entregas pactadas, previamente con nuestros clientes, hemos realizado un cronograma de trabajo para el desarrollo de nuestro producto.

3.4.1. FASE DE PRE-PRODUCCIÓN

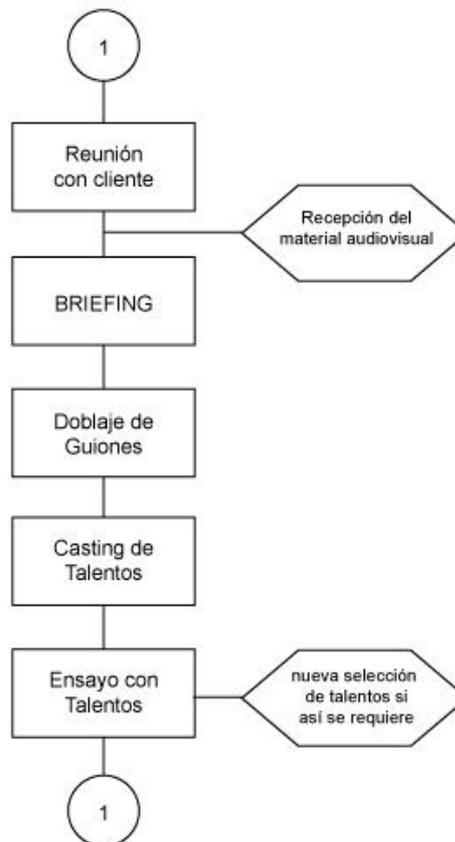


Figura 3-1: Fase de Pre-Producción.

En esta fase, se realizará la reunión respectiva con el cliente, para presentarle nuestra empresa como proveedora de servicios de doblaje y subtítulo. Así mismo estableceremos precios, formas de pago y fechas de recepción del producto audiovisual con el cual trabajaremos.

Se coordinará también a nivel interno, todos los detalles para la producción del proyecto, como lo es, el doblaje del guion original, el casting de talentos y ensayo de los mismos.

3.4.2. FASE DE PRODUCCIÓN



Figura 3-2: Fase de Producción.

En esta fase empezaremos con la grabación del proyecto doblado a los idiomas previamente acordados con el cliente. Se realizarán uno a uno los pasos a seguir en la producción de un proyecto audiovisual de este tipo.

Sin embargo en los pasos de revisión incluiremos a nuestro cliente para que forme parte de nuestro equipo de producción.

3.5. UBICACIÓN

La decisión de elegir la ubicación de la productora no sólo pasa por lo económico, también se debe tomar en cuenta algunos factores que favorecen al trabajo realizado, ya que una buena ubicación permite reducir costos y tiempo, así mismo facilita la llegada de potenciales clientes y también de proveedores. Por ello es necesario valorar y analizar cuidadosamente cada opción para conocer los pros y contras y tomar la decisión más adecuada para el negocio.

El local que se necesitará para el montaje de la productora deberá contar con varias características propias de un negocio, como conexiones eléctricas, servicio de agua potable, línea telefónica, fácil acceso vehicular y peatonal, de construcción de cemento y espacio para aclimatación.

El lugar escogido para nuestro negocio, nos permite estar más cerca de nuestro proveedor principal, que en este caso sería MASMUSIKA, se encuentra ubicado en un lugar donde podremos tener fácil movilización, tanto para trasladarnos así como para hacer pedidos a domicilio de equipos y otras herramientas que necesitemos.

Es por eso que el lugar ideal para la localización de la productora tentativamente estará ubicado en el norte de Guayaquil, Ciudadela FAE (Fuerza Aérea Ecuatoriana) Mz. 21 V.14, ya que este cuenta con todos los requerimientos necesarios como servicios básicos y también acceso rápido vehicular para quienes vengan desde el norte, centro o sur de la ciudad.

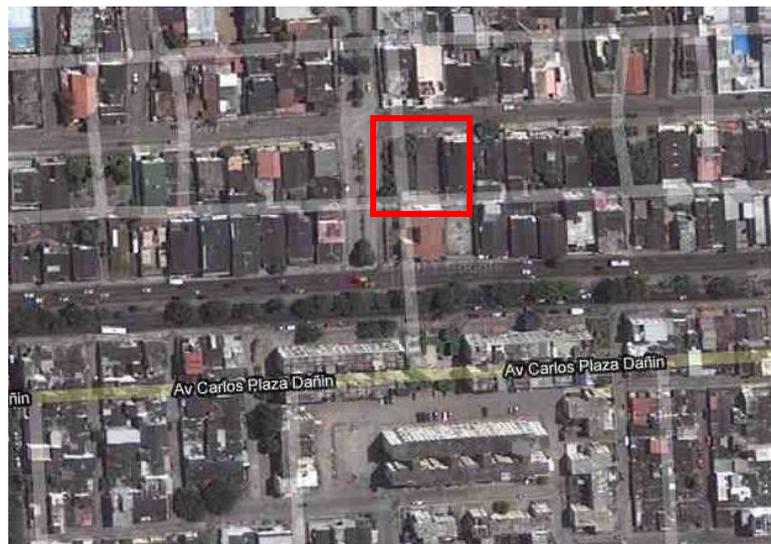


Figura 3-3: Ubicación.

3.5.1. COSTOS GENERALES

Los costos generales, son gastos por servicios básicos y de funcionamiento, incluido el alquiler.

| COSTOS GENERALES | | |
|--|------------------|--------------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | VALOR Mensual | VALOR Anual |
| Luz | \$ 175,00 | \$ 2.100,00 |
| Agua | \$ 30,00 | \$ 360,00 |
| 3 Play (Internet, Televisión por Cable, Telefonía) | \$ 65,00 | \$ 780,00 |
| Alquiler de local | \$ 350,00 | \$ 4.200,00 |
| TOTAL | \$ 620,00 | \$ 7.440,00 |

Tabla 3-1: Costos generales

3.6. EQUIPAMIENTO

El equipo con el que contaremos para comenzar nuestro estudio, será básico, pero a su vez nos darán la calidad requerida para un buen producto final.

3.6.1. ACONDICIONAMIENTO ACÚSTICO DE LAS SALAS

Para garantizar una buena grabación de voces, es necesario que las salas, tanto la de control como la de estudio, estén acondicionadas adecuadamente, con un excelente tratamiento y aislamiento acústico. Para esto será necesario una reconstrucción del local, y uso de material debidamente escogido, para brindar y conservar la calidad de nuestros estudios.

La finalidad de acondicionar acústicamente un determinado recinto (cerrado o al aire libre) es lograr que el sonido proveniente de una fuente o fuentes sea irradiado por igual en todas direcciones logrando un campo sonoro difuso ideal.

Esta uniformidad no siempre se consigue y la acústica arquitectónica intenta aproximarse al máximo a este ideal a través de ciertas técnicas que aprovechan las cualidades de absorción, reflexión y difusión de los materiales constructivos, de techos, paredes y suelos y de los objetos u otros elementos presentes en el recinto. De hecho, cosas tan aparentemente triviales como la colocación o eliminación de una moqueta, una cortina o un panel, son cruciales y pueden cambiar las condiciones acústicas de un recinto.

La principal herramienta con que cuentan los técnicos encargados del acondicionamiento acústico de un determinado local/lugar es conocer el tiempo de reverberación específico, que se calcula utilizando diversas fórmulas. La reverberación debe ser inferior a los 2 segundos.

El tiempo de reverberación, para que sea útil, se ha de calcular en función de una determinada frecuencia, dado que depende del coeficiente de absorción de los materiales utilizados y este coeficiente depende a su vez de la frecuencia.

Las frecuencias de trabajo más utilizadas son 125, 250, 500, 1000, 2000 y 4000 Hz. De no especificarse la frecuencia, se toma por defecto la de 500 Hz, por ser la empleada por Sabine.

Dentro de los recintos cerrados, es fundamental conseguir un equilibrio adecuado entre el sonido directo y el campo sonoro reverberante. Por ello, un adecuado acondicionamiento acústico implica que las ondas reflejadas sean las menos posibles, por lo que desempeña un papel la capacidad de absorción de los materiales absorbentes que minimizarán las reverberaciones indeseadas o ecos que pueden dificultar la imposibilidad de la comunicación sonora.

3.6.1.1. LOS MATERIALES

Como ya se había citado anteriormente a la hora de acondicionar una sala tenemos tres tipos de materiales que nos ayudarán a conseguir este acondicionamiento:

- Materiales Absorbentes
- Materiales Reflectantes
- Materiales Difusores

Los empleamos a la hora de querer absorber sonido en una sala ya sea con los materiales convencionales o los selectivos, también conocidos como resonadores, que actúan en frecuencias específicas.

Los materiales absorbentes se dividen en tres grandes grupos con diferentes tipos:

1.- Absorbentes Poroso:

- De esqueleto rígido
- De esqueleto flexible

Resonadores:

- Simples (Tipo Helmholtz, de membrana, propiamente dichos, tipos de bekesy)
- Acoplados (En serie, en paralelo)

Mixtos (Combinación de los anteriores)

Anecoicos:

- Por transmisión real
- Por configuración geométrica

2.- Materiales reflectantes

Estos materiales siempre están formados por materiales lisos no porosos y totalmente rígidos capaces de reflejar la mayor parte de la energía que incide sobre ellos. Estos materiales pueden ser

- Reflectores planos
- Reflectores curvos

3.- Materiales difusores

Son materiales diseñados para reflejar y dispersar el sonido de manera uniforme en sus múltiples direcciones. Existen tres tipos de difusores creados específicamente para márgenes de frecuencias determinados:

- MLS (Maximum Length Sequence)
- QRD (Quadratic Residue Diffuser)
- PRD (Primitive Root Difussor)

3.6.2. EQUIPOS PARA SUBTITULADO Y DOBLAJE

3.6.2.1. SALA DE CONTROL

- Computadoras iMac de 24"
- Monitores de campo cercano (para la mezcla normal)
- Monitores de campo lejano (para resaltar bajos)
- Mesa de mezcla automatizada
- Racks de efectos
- Compresores DBX
- Procesadores de efectos
- Ecuador grafico de un tercio de octava estéreo

3.6.2.2. SALA DE ESTUDIO O GRABACIÓN

- 2 micrófonos condensadores, MULTI PATTERN, para usarlo ya sea bidireccional, unidireccional u omnidireccional
- Audífonos
- Televisor pantalla plana de 40"
- 2 Pedestales
- Anti Popers

3.7. BALANCE DE EQUIPOS

| CONSTRUCCIÓN DEL ESTUDIO | | | | |
|---|--|-------------------|----------|---------------------|
| SALA DE CONTROL Y SALA DE ESTUDIO O GRABACIÓN | | | | |
| REFERENCIA | DESCRIPCIÓN | MARCA | CANTIDAD | VALOR |
| VR1010 | Visor acústico | VR | 2 | \$ 1.714,70 |
| | Formados por doble cerco metálico de 40 mm. de espesor. Se sirve preparado para la colocación de vidrios pulidos, laminados de 4+4 y 5+5 mm. de espesor montados en perfil de goma. Medida: 884x884 mm. (interno) 1000x1000 mm. (externo) | | | |
| | Vidrio Laminado | | | |
| | 1 ud Laminado 5/5 mm de espesor pulidos de 913 x 913 mm | | 2 | \$ 357,14 |
| | 1 ud Laminado 4/4 mm de espesor pulidos de 913 x 913 mm | | 2 | \$ 285,72 |
| B-201 | Panel acústico (Panel Liso) | Acustikell | 6 | \$ 202,92 |
| | Placas absorbentes de material fibroso micro poroso, panel liso complementario en acabados de panel forma. Se presenta recubierto por un acabado superficial de naturaleza textil. Placas de 1195 x 595 mm. | | | |
| | Pasacables acústico doble | | 1 | \$ 106,54 |
| | Conducto para paso de cableados atenuando el ruido entre estancias, realizado por carcasa metálica y material fonoabsorbente en su interior. La opción de pasacables doble evita los pasos de corriente independiente para evitar interferencias de 450 x 200 x 1200 mm | | | |
| | Tablero OSB | | 15 | \$ 3.484,50 |
| | En paredes el uso de tableros OSB elimina la estructuración por cadenas y diagonales generando importantes ahorros de hasta 50% en materiales y mano de obra. En pisos, son una alternativa más rápida y económica que la tradicional solución de hormigón, otorgando una excelente superficie, de 9,5 mm de espesor y de 1,22 x 2,44 m ² | | | |
| TR-Q | Panel difusor | TR-Q | 4 | \$ 890,84 |
| | Para corregir la reverberación y las reflexiones en medias y altas frecuencias. Panel difusor de residuo cuadrático. Dimensión: 595 x 595 x 200 mm | | | |
| A1 | Material amortiguante - absorbente | | 2 | \$ 136,58 |
| | Fibras textiles entrelazadas entre ellas por resinas especiales. Debido a su estructura altamente porosa tiene un gran poder absorbente y anti vibratorio. Rollos de 1 x 10 m. (10 m ²) | | | |
| RS-4 | Puerta acústica | RS-4 | 2 | \$ 3.466,06 |
| | Puerta acústica de 83 mm. de espesor. compuesta de marco y hoja metálicos en chapa negra pulida de 1,5 mm. de espesor, rellena de materiales fonoabsorbentes. Cierre: De presión mediante leva interior. | | | |
| | | TOTAL | | \$ 10.538,46 |

Tabla 3-2: Construcción del estudio

| IMPLEMENTACIÓN DEL ESTUDIO | | | | |
|----------------------------|--|------------------|----------|-------------|
| REFERENCIA | DESCRIPCIÓN | MARCA | CANTIDAD | VALOR |
| | iMAC | APPLE | 2 | \$ 2.398,00 |
| | Procesador Quad-Core 2,8 Ghz Intel Core i7, con 8 GB de RAM DDR 3 a 1.066 mhz y 2TB de disco Serial ATA. Tarjeta de video Radeon HD 4850 de ATI con 512 MB. Sistema Snow Leopard en modo 64 bits, pantalla LED de 27 pulgadas, estamos en condiciones de decir que muestra el formato 16:9. Puerto Firewire 800, Bluetooth, WiFi, micrófonos, altavoces incorporados, iSight, salida de video DisplayPort y la superdrive | | | |
| B2031A | Monitor de campo cercano | Behringer | 1 | \$ 393,99 |
| | Monitor de campo cercano de 2 vías activas; Woofer de 6-3/4" driver de 3/4"; Potencia por cada canal: 70 + 35 watts; Rango de frecuencias (+/- 3 dB): 50 Hz a 21 kHz; Medidas: 214 x 317 x 211 mm; Peso por cada caja: 10 kg. | | | |
| 1034BC | Monitor de campo lejano | Genelec | 1 | \$ 1.000,00 |
| | Monitor de estudio, 3 vías, woofer 2x12", medios de 5", agudos de 1", tri-amplificado, Potencia de 2x400W en graves, 350W en medios y 120W en agudos, blindaje magnético, Tecnología DCW, formato horizontal. Dimensiones 310 x 483 x 250 mm. Peso 30 Kg. | | | |
| | Mesa de mezcla automatizada | M-Audio | 1 | \$ 1.599,95 |
| | Interfaz de audio FireWire 18 x 14 con 8 entradas de micro/línea, E/S ADAT Lightpipe; E/S S/PDIF; 1 x 1 E/S MIDI. Superficie de control de 8 canales con faders motorizados y encoders asignables. Compatible con Pro Tools, Ableton Live 5, Logic, Cubase, Digital Performer y Sonar. EQUIPO INCLUYE SOFTWARE | | | |
| DSP2024P | Rack de efectos | Behringer | 2 | \$ 217,98 |
| | Procesador digital multiefectos de 24 bits con motor de audio dual. Presenta 71 algoritmos nuevos de efectos, que le ofrecen potentes efectos de modulación, simulación de amplificador, distorsión y efectos especiales, así como procesamiento dinámico y psicoacústico efectivo y ecualización además de algoritmos de reverberación VIRTUAL ROOM que se adaptan al tipo de onda. | | | |
| 266 XI | Compresores | DBX | 4 | \$ 4.000,00 |
| | Controles de umbral, ratio, ataque, decaimiento y ganancia de salida en el compresor. Compresión de tipo Hard knee o OverEasy. Función AutoDynamic en el compresor, que ajusta continuamente los tiempos de ataque y recuperación para adaptarse de forma óptima al tipo de señal procesada. Botón de bypass. Inserción de cadena lateral para cada canal. Acoplador estéreo con suma real de potencia RMS. Conectores jack de 1/4" de entrada y salida. | | | |
| MIDIVERB 4 | Procesador de efectos | ALESIS | 2 | \$ 400,00 |
| | Función Auto Level Sensing para ajustar automáticamente los niveles de entrada. Varios botones de edición de efectos, rueda de datos e indicador LCD de gran tamaño para visualizar todo tipo de información, incluyendo niveles de entrada y salida. Conectores MIDI y pedal de control en el panel trasero. | | | |
| DEQ624 | Ecualizador gráfico | Presonus | 1 | \$ 600,00 |
| | De un tercio de octava estéreo | | | |

Tabla 3-3: Implementación del estudio

| | | | | |
|-----------------|---|------------------|--------------|---------------------|
| C-3 | Micrófono MULTI PATTERN Ideal como micrófono profesional o de apoyo en estudio y directo, patrón polar cardioide, omnidireccional y de figura de ocho seleccionables. Indicador LED para la alimentación fantasma, conector de salida XLR bañado en oro para una transmisión óptima de señal. Suspensión giratoria y estuche de transporte incluidos. | Behringer | 2 | \$ 200,00 |
| HDJ1000 | Audifonos Las unidades de 50 mm y los imanes de flujo alto crean una resolución extraordinaria, desde los bajos hasta los agudos, y son ideales para las aplicaciones de estudio. Evita la distorsión, incluso a volúmenes altos. | Pioneer | 3 | \$ 300,00 |
| MS 631 B | Pedestales Base tripie con brazo ajustable (extensor) de 80cm. Fabricado en color negro. Alto: 95 - 165cm | Hercules | 2 | \$ 50,00 |
| | Anti Popper Para la eliminación de ruido indeseado provocado por la propia vocalización del cantante, elimina de forma precisa los sonidos provocados por vocales como "P" y "B". 6" de diámetro. Ajustable en cualquier soporte. | Shure | 2 | \$ 50,00 |
| BX420 | Televisor Televisor pantalla plana de 42". para la visualización de videos, Bravia, series HDTV. | Sony | 1 | \$ 629,00 |
| RSM360 | Atril Stand profesional para partitura con un porta-partituras perforado y articulado. Sistema de ajuste de altura que evita deslizamiento, y una base de tripie sólida y estable. Funda para transportar. | Proel | 2 | \$ 90,58 |
| | | | TOTAL | \$ 11.929,50 |

Tabla 3-4: Implementación del estudio

| CONSTRUCCIÓN DEL ESTUDIO EQUIPAMIENTO DE OFICINA | | | | |
|---|------------------------------------|-------|--------------|--------------------|
| REFERENCIA | DESCRIPCIÓN | MARCA | CANTIDAD | VALOR |
| NA | Aire Acondicionado 24,000 VTU | LG | 4 | \$ 2.800,00 |
| NA | Sillas de oficina | | 3 | \$ 210,00 |
| NA | Escritorio para Consola | | 1 | \$ 125,00 |
| NA | Juego de muebles para recepción | | 1 | \$ 550,00 |
| NA | Juego de muebles sala de reuniones | | 1 | \$ 450,75 |
| NA | Puertas principales | | 2 | \$ 200,00 |
| NA | Nevera | LG | 1 | \$ 235,91 |
| NA | Archivadores | | 2 | \$ 200,00 |
| | | | TOTAL | \$ 4.771,66 |

Tabla 3-5: Equipamiento de oficina

| VALOR TOTAL DE CONSTRUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ESTUDIO | |
|---|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | TOTAL |
| Sala de Control y Sala de estudio de grabación | \$ 10.538,46 |
| Implementación del estudio | \$ 11.929,50 |
| Equipamiento de Oficina | \$ 4.771,66 |
| TOTAL | \$ 27.239,62 |

Tabla 3-6: Valor total de construcción e implementación de estudio

| GASTOS OPERACIONALES SUMINISTROS Y MATERIALES | | |
|--|------------------|--------------------|
| MATERIALES | VALOR Mensual | VALOR Anual |
| CD's | \$ 31,25 | \$ 375,00 |
| Cassettes | \$ 31,25 | \$ 375,00 |
| Cajas | \$ 31,25 | \$ 375,00 |
| Papelería | \$ 31,25 | \$ 375,00 |
| TOTAL | \$ 125,00 | \$ 1.500,00 |

Tabla 3-7: Gatos operacionales

3.8. POLÍTICAS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

Antes de empezar el proyecto audiovisual, estará estipulado dentro de nuestro cronograma de trabajo la revisión de los equipos que usaremos, para determinar si estos se encuentran en óptimas condiciones para llevar a cabo la grabación.

Para el mantenimiento de los mismos, serán sometidos a revisión y reparación después de la grabación de cada proyecto, si los equipos así lo requieran.

3.9. DISTRIBUCIÓN DEL ESTUDIO

Según las necesidades requeridas, por nosotros como personal, y para garantizar un buen trabajo, la distribución de nuestro estudio se la ha realizado para aprovechar al máximo el espacio de nuestro local.



Figura 3-4: Distribución del estudio



CAPÍTULO 4
ANÁLISIS
ADMINISTRATIVO

4.1. INTRODUCCIÓN

El presente análisis administrativo, contribuye positivamente con el desarrollo de esta empresa, y por ende al personal que la conforma, siempre y siga cuando teniendo en cuenta los principales aspectos que son:

- Establecer como principal objetivo que Vozestudio sea uno de los estudios de edición de sonido especializado en doblaje y subtitulado más reconocido a nivel nacional y con el pasar del tiempo y después de ganar experiencia, lograr introducirnos en el mercado internacional como el primer estudio de doblaje y subtitulado ecuatoriano. Además utilizar nuestro análisis FODA como principal apoyo para mejorar nuestro estudio.
- Para cumplir con éxito nuestros objetivos planteados, Vozestudio se encuentra organizado por cuatro personas capacitadas profesionalmente en el área de la producción audiovisual, especializados en edición de audio y video y dirección escénica, lo que facilita la eficiencia al momento de aplicar conocimientos específicos en nuestro trabajo. Una asistente con conocimientos en secretariado bilingüe, también contaremos con personal externo rotativo (intérprete y talentos) dependiendo el proyecto y los idiomas. Para conseguir un trabajo eficiente la organización de la empresa estará marcada bajo un organigrama a cumplir, con el fin de evitar obstáculos dentro de la empresa que ocasionen conflictos más adelante.

4.2. ORGANIGRAMA BÁSICO

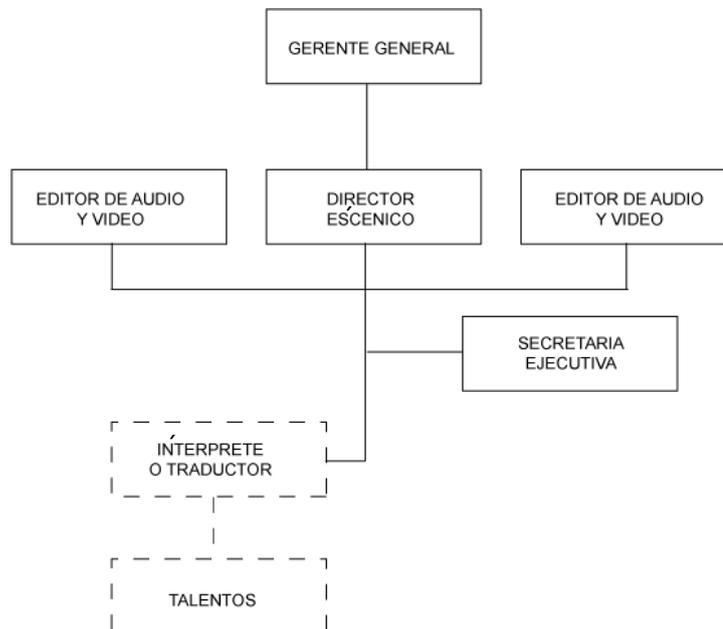


Figura 4-1: Organigrama básico

4.3. CARGOS ESPECÍFICOS

4.3.1. DIRECTOR ESCÉNICO

Tendrá la labor de asesorar y dirigir a los talentos que doblarán las voces, ayudándolos a que se involucren con el personaje, tanto físicamente como en carácter y personalidad del mismo. Trabajará de la mano con los talentos, y sus servicios serían requeridos dependiendo de la duración del producto audiovisual que nos entreguen.

Deberá tener arduos conocimientos en lo que respecta a dirección de actores, tener la experiencia necesaria para poder trabajar con personas que no sean actores, o no tienen conocimientos sobre el manejo corporal y manejo de carácter de un personaje.

4.3.2. INGENIERO DE SONIDO

La función del Ingeniero de sonido, será la de monitorear el proceso de grabación en vivo, adecuar y poner en línea los equipos, para un rendimiento óptimo de los mismos, ecualización de las voces luego del proceso de grabación, mezcla de las mismas y masterizado final.

Contará con la experiencia suficiente para poder corregir posibles errores que se den en el proceso de grabación de las voces. También deberá contar con el conocimiento y familiarización de la tecnología y de los equipos que se usan para manejo de sonido y efectos.

4.3.3. ASISTENTE DE SONIDO

Su función será de asistir y ayudar al Ingeniero de Sonido, en cualquier falla o error que ocurra dentro de la sala de estudio o grabación y así también dentro de la sala de control. Ayudará a la correcta ubicación y manejo de micrófonos y equipos.

También deberá contar con el conocimiento de los equipos utilizados en el estudio, así como con la tecnología aplicada.

4.3.4. TRADUCTOR O INTÉRPRETE

Tendrá la función, de ver y observar el producto audiovisual entregado por nuestro cliente, analizarlo y luego de esto, elaborar el guión literario, que consiste en los diálogos que realiza cada personaje involucrado en el producto audiovisual.

Debe tener mucha experiencia en interpretar y traducir para que no se pierda la esencia de los diálogos entre personajes y tampoco se pierda el sentido de la narración del producto audiovisual.

4.3.5. SECRETARIA EJECUTIVA

Deberá tener estudios superiores realizados, experiencia y conocimiento como asesora de gerencia y saber llevar orden en agendas de reuniones y de proyectos.

4.4. ÁREAS DE TRABAJO

Vozestudio posee una estructura laboral dividida en áreas de trabajo dirigidas de la siguiente forma:

- **Área de Relaciones Públicas:** Lic. José Yáñez
- **Área de Marketing y Publicidad:** Lic. José Yáñez, Lic. Danny León y Lic. Carlos Molina.
- **Área de Edición de Audio y Video:** Lic. Danny León, Lic. Carlos Molina y Lic. José Yáñez.
- **Área de Dirección Escénica:** Director escénico (en búsqueda), Lic. José Yáñez.
- **Área de Coordinación y Producción:** Lic. Carlos Molina, Lic. José Yáñez y Secretaria (en búsqueda).

4.4.1 DESCRIPCIÓN DE ÁREAS Y CARGOS

- **Área de Relaciones Públicas:**

Será la carta de presentación de nuestro estudio. Manejará las relaciones personales e interpersonales, montaje de eventos y manejo de contactos dentro y fuera de la organización.

- **Área de Marketing y Publicidad:**

Su labor específica es diseñar e implementar mecanismos de promoción, divulgación y posicionamiento de productos, bienes o servicios de nuestro estudio.

- **Área de Edición de Audio y Video:**

El área fundamental de la empresa cuya labor implica probar equipos, ecualizar, revisar su funcionamiento, capturar audio, editar y masterizar, y en caso de requerirlo el cliente, subtítular, tomando en cuenta que debe haber sincronía entre audio y video.

- **Área de Dirección Escénica:**

Su función será la de dotar de capacidades actorales a nuestros talentos, pues si en algo nuestro estudio de doblaje se caracteriza es en la encarnación de los personajes por parte de nuestros talentos, con el fin de lograr el timbre de voz perfecto con respecto a la escena a grabar.

- **Área de Coordinación y Producción:**

El área de coordinación y producción, cumple como función la de realizar la búsqueda de talentos, intérpretes, escuelas de idiomas, etc. Además de estar pendiente de que al estudio no le falte nada referente a equipo de trabajo y asistencia para talentos.

4.5. POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

- Cada persona que labore o preste servicios para Vozestudio, se responsabilizará de su trabajo cumpliendo con el horario estipulado y con las actividades laborales.
- Se pondrá al tanto a cada uno de los empleados de la empresa, de los contratos y proyectos en los que se comprometa la empresa.
- Los empleados, intérprete y talentos tendrán su contrato correspondiente con todas sus cláusulas y compromisos.
- El salario será de acuerdo a su cargo y lo estipulado por la empresa; en caso de los talentos e intérpretes será de acuerdo a la duración del proyecto.
- La atención de los clientes debe ser primordial por parte de todos los socios y empleados de la empresa.

4.6. MECANISMOS DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL

Vozestudio a través de su análisis FODA, establecerá los mecanismos de control necesarios para prevenir cualquier eventualidad ya sea interna o externa de la empresa.

Sin embargo para prevenir, controlar y organizar la situación interna paulatinamente se desarrollarán juntas entre los directivos y empleados, en este caso: Gerente, Editores, Director escénico y secretaria a fin de:

- Dar a conocer los contratos pactados con nuestros clientes.
- Analizar estrategias publicitarias.
- Analizar el funcionamiento interno de la empresa.
- Nuevas políticas laborales o repaso de las mismas.
- Despejar cualquier tipo de duda, ya sea laboral o social.
- Debatir cualquier tipo de inquietud que suscite en el transcurso diario.

4.7. ORGANISMOS DE APOYO

Vozestudio buscará apoyo económico de dos maneras.

En el área de Contabilidad, Vozestudio contará durante los primeros años con asesoría de contactos especializados en la materia, una vez que nuestra empresa supere la barrera planteada y dependiendo de la necesidad, se buscará la asesoría profesional de una empresa consultora de renombre.

En lo que respecta a aseguradoras, Vozestudio buscará el apoyo de la compañía aseguradora que mejor le presente ventajas, es un proceso de análisis muy profundo pues contamos con equipos muy costosos, sin embargo entre las pre escogidas tenemos a MAPFRE seguros e Hispana de seguros.

Para conseguir el capital requerido, lo obtendremos por medio de:

- Préstamo a Produbanco.

4.8. SALARIOS

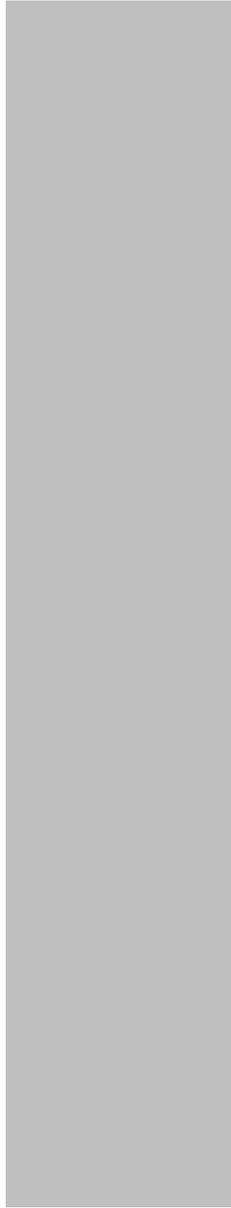
Los salarios se han estipulado según el cargo y responsabilidades dentro de la empresa. De estos sueldos será descontando el respectivo porcentaje del seguro social.

El sueldo anual general, será dividido en 12 meses y estos a su vez en 2 quincenas pagadas cada 13 y cada 27 de cada mes.

Así mismo año a año y dependiendo del crecimiento económico de la empresa, los salarios se incrementarán en el porcentaje estipulado según la ley de derechos del trabajador.

| SUELDOS Y SALARIOS | | |
|---------------------------|-----------------------|---------------------|
| CARGO | SUELDO Mensual | SUELDO Anual |
| Gerente General | \$ 450,00 | \$ 5.400,00 |
| Director Escénico | \$ 400,00 | \$ 4.800,00 |
| Ingeniero de Sonido | \$ 400,00 | \$ 4.800,00 |
| Asistente de Sonido | \$ 350,00 | \$ 4.200,00 |
| Secretaria Ejecutiva | \$ 300,00 | \$ 3.600,00 |
| TOTAL | \$ 1.900,00 | \$ 22.800,00 |

Tabla 4-1: Sueldos y salarios



CAPÍTULO 5

ANÁLISIS SOCIAL

5.1. EFECTOS DE VOZESTUDIO Y LA SOCIEDAD

Al crear un estudio de doblaje y subtitulado, estamos de acuerdo, que los idiomas son la parte primordial para la ejecución de un proyecto de traducción e interpretación. Es por esta razón que Vozestudio desempeña un papel importante con respecto a la Sociedad.

- **Generador de Empleo:**

Muchas veces las personas deciden estudiar idiomas con la principal finalidad de emigrar a otros países lejos de sus seres queridos, en busca de oportunidades laborales. En algunos casos las personas que deciden estudiar lenguas extranjeras lo hacen por simple hobby o en ocasiones porque planean viajar fuera del país por cualquier motivo no necesariamente laboral.

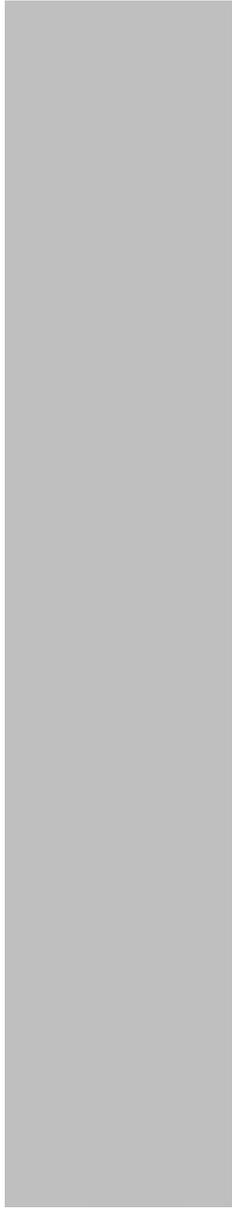
Vozestudio les presenta una oportunidad de trabajo a todas las personas capacitadas en idiomas extranjeros, consiguiendo así convertirnos en un ente generador de empleo.

- **Educación:**

Al existir proyectos audiovisuales de doblaje y subtitulado hechos en el país, motivará a las personas dentro del Ecuador a capacitarse en idiomas con el fin de poner en práctica su preparación y participar de algún proyecto audiovisual.

- **Inversión interna:**

Al ser un estudio de doblaje y subtitulado nacional, lograremos captar la atención de productoras grandes y pequeñas en el país y demostrarles que no existe la necesidad de viajar fuera del país para trabajar con estudios en el extranjero, y éstas productoras tendrán a disposición un estudio muy profesional en Ecuador en el cual puedan confiar, invertir y conseguir un producto de calidad.



CAPÍTULO 6

ANÁLISIS AMBIENTAL

6.1. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Vozestudio, para cooperar con el cuidado del medio ambiente, ha desarrollado las siguientes políticas de reciclaje de materiales:

6.1.1. REIMPRESIÓN EN OFICIOS Y CIRCULARES INTERNAS

En toda empresa, los oficios y documentos internos son impresos en hojas papel bond. Muchas veces se imprime una carilla de la hoja y ésta a su vez es desechada a la basura.

Todo documento que circule dentro de la empresa será reimpreso en el lado posterior de una hoja utilizada. Con esto fomentaremos al menor consumo en lo posible de papel.

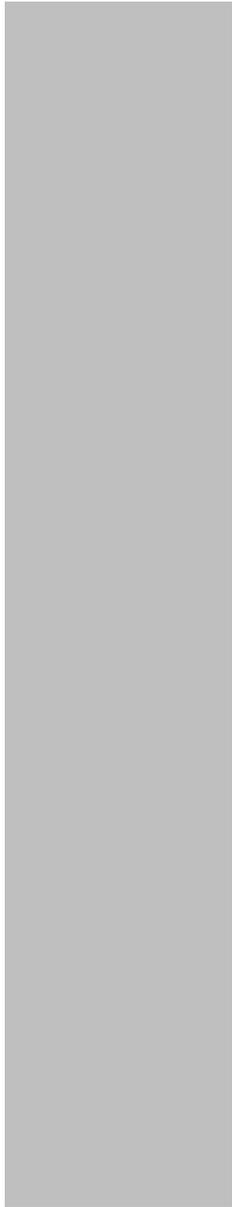
Una vez terminado con el uso de hojas de reciclaje, éstas pasarán a desecharse en tachos donde solamente se arrojará papel, para posteriormente ser enviados a empresas de reciclaje como REIPA, REYBANPAC, que son empresas que reutilizan el papel dándole el tratamiento necesario.

En lo posible, los documentos que requieran de rúbricas serán enviados vía mail y el "ok" se lo dará mediante firma virtual.

6.1.2 DESHECHOS DE MATERIAL PLÁSTICO

Nuestro estudio utilizará en grandes cantidades elementos a base de plástico como cajas de discos, cd's, porta cd's, fundas plásticas, etc. Por ende el compromiso con el medioambiente es aún mayor.

Se harán convenios con fábricas que tengan políticas de reciclaje de desechos plásticos como PLASTIGAMA, PUERTO LIMPIO, RESGASA, etc.



CAPÍTULO 7

ANÁLISIS LEGAL

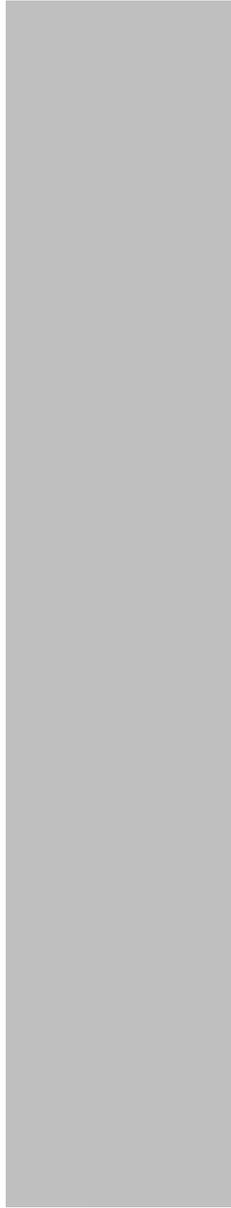
7.1. INTRODUCCIÓN

El siguiente análisis tiene como finalidad establecer los parámetros legales para lo constitución de nuestra empresa, determinar los costos de los trámites legales correspondientes y verificar si el estudio cumple con la ley, como está estipulado.

7.2. COSTOS DE CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

| COSTOS DE TRÁMITES LEGALES | |
|-----------------------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR |
| Compañía, Honorarios y RUC | \$ 500,00 |
| Permiso Cuerpo de Bomberos | \$ 20,00 |
| Permiso Patente Municipal | \$ 20,00 |
| Tasa de habilitación | \$ 200,00 |
| Tasa de uso de suelo | \$ 20,00 |
| Registro de Marca | \$ 116,00 |
| Gastos impresión y movilización | \$ 20,00 |
| TOTAL | \$ 896,00 |

Tabla 7-1: Costos de trámites legales



CAPÍTULO 8

ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. CÁLCULO DE INGRESO ANUAL POR PROYECTO

| INGRESO ANUAL PROYECTO SUBTITULADO CON GUIÓN | | | |
|--|------------------------|-----------|---------------|
| AÑOS | Cantidad Proyectos 30' | VALOR | TOTAL |
| 1er. Año | 48 | \$ 495,00 | \$ 23.760,00 |
| 2do. Año | 96 | \$ 550,44 | \$ 52.842,24 |
| 3er. Año | 120 | \$ 612,09 | \$ 73.450,71 |
| 4to. Año | 144 | \$ 680,64 | \$ 98.012,63 |
| 5to. Año | 168 | \$ 756,88 | \$ 127.155,05 |

Tabla 8-1: Ingreso anual proyectado subtítulo con guión

| INGRESO ANUAL PROYECTO DOBLAJE CON GUIÓN (1 talento) | | | |
|--|------------------------|-------------|---------------|
| AÑOS | Cantidad Proyectos 30' | VALOR | TOTAL |
| 1er. Año | 24 | \$ 995,00 | \$ 23.880,00 |
| 2do. Año | 48 | \$ 1.106,44 | \$ 53.109,12 |
| 3er. Año | 60 | \$ 1.230,36 | \$ 73.821,68 |
| 4to. Año | 72 | \$ 1.368,16 | \$ 98.507,65 |
| 5to. Año | 84 | \$ 1.521,40 | \$ 127.797,25 |

Tabla 8-2: Ingreso anual proyectado doblaje con guión

A continuación presentamos el cuadro de ingresos totales de ambos servicios con su proyección anual de crecimiento.

| CUADRO DE INGRESOS PROYECTADOS PROYECCIÓN A 6 AÑOS | | | | | | |
|---|--------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| INGRESOS | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | Proyecto Subtitulado con guión | 23.760,00 | 52.842,24 | 73.450,71 | 98.012,63 | 127.155,05 |
| | Proyecto Doblaje con guión | 23.880,00 | 53.109,12 | 73.821,68 | 98.507,65 | 127.797,25 |
| | Total Ingresos | 47.640,00 | 105.951,36 | 147.272,39 | 196.520,28 | 254.952,31 |

Tabla 8-3: Cuadro de ingresos proyectados

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS TOTALES | | |
|--|---------|------------|
| Proyecto Subtitulado con Guión Proyecto Doblaje con Guión | | |
| AÑO | % ANUAL | EN DÓLARES |
| 2012 | | 47.640,00 |
| 2013 | 15% | 105.951,36 |
| 2014 | 17% | 147.272,39 |
| 2015 | 20% | 196.520,28 |
| 2016 | 22% | 254.952,31 |

Tabla 8-4: Proyección anual de ingresos totales

8.2. CUADRO DE INVERSIÓN

A continuación se detalla los costos de construcción e implementación del estudio.

| CUADRO DE INVERSIÓN VOZESTUDIO | |
|--|------------------|
| INVERSIÓN INICIAL | |
| Construcción del Estudio | |
| Sala de Control y Estudio de Grabación | 10.538,46 |
| Adecuación y Equipamiento de Oficina | 16.701,16 |
| Trámites de Constitución Compañía | 896,00 |
| TOTAL CONSTRUCCIÓN | 28.135,62 |

Tabla 8-5: Cuadro de inversión Vozestudio

8.3. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está compuesto por la provisión de los gastos calculados en base al funcionamiento de los primeros 3 meses de trabajo.

La inversión será de US\$ 28.135,62, y el capital de trabajo que necesitare para los próximos 3 primeros meses, serán de US\$ 16.660.

| CAPITAL DE TRABAJO | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|--|--|------------------|
| | Sueldos y Salarios | | | 5.700,00 |
| | Servicios Básicos | | | 1.860,00 |
| | Materiales | | | 1.000,00 |
| | Publicidad y Difusión | | | 8.100,00 |
| TOTAL PRE- OPERACIONALES | | | | 16.660,00 |

Tabla 8-6: Capital de trabajo

8.4. PRÉSTAMO

Este cálculo fue realizado, con el fin de obtener el total del préstamo a solicitar, que nos cubrirá los primeros 3 meses de funcionamiento, así como la implementación, adecuación del local, y legalización de la empresa.

| CUADRO DE PRÉSTAMO PRODUBANCO | |
|-------------------------------|-----------|
| CAPITAL | 35.795,62 |
| TASA | 10,78 |
| AÑOS | 5 AÑOS |
| INTERÉS TOTAL | 11.576,30 |
| TOTAL A PAGAR | 47.371,92 |

Tabla 8-7: Cuadro de préstamo Produbanco

A continuación presentamos la tabla de amortización efectuada con el método de pago de capital en cuotas iguales durante 5 años.

| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | |
|-----------------------|---------------------|-----------------|---|
| CAPITAL: | 35.795,62 | 7159,124 | CUOTAS IGUALES DE CAPITAL A 5 AÑOS |
| INTERES: | 10.78% ANUAL | | |

| Años | Capital Inicial | Interes | Capital Pagado | Valor total |
|------|-----------------|-----------|----------------|-------------|
| 1 | 35.795,62 | 3.858,77 | 7.159,12 | 11.017,89 |
| 2 | 28.636,50 | 3.087,01 | 7.159,12 | 10.246,14 |
| 3 | 21.477,37 | 2.315,26 | 7.159,12 | 9.474,38 |
| 4 | 14.318,25 | 1.543,51 | 7.159,12 | 8.702,63 |
| 5 | 7.159,12 | 771,75 | 7.159,12 | 7.930,88 |
| | | 11.576,30 | 35.795,62 | 47.371,92 |

Tabla 8-8: Tabla de amortización

8.5. APORTE DE ACCIONISTAS

Este aporte se da por parte de los 3 accionista y dueños de la empresa, el cual se da de la siguiente manera:

| | | | | |
|----------------------------------|--|--|--|--------------------|
| José Alberto Yáñez | | | | \$ 3.000,00 |
| Carlos Gabriel Molina | | | | \$ 3.000,00 |
| Danny Michel León | | | | \$ 3.000,00 |
| APORTE DE LOS ACCIONISTAS | | | | \$ 9.000,00 |

Tabla 8-9: Aporte de accionistas

8.6. DEFINICIÓN DE GASTOS ANUALES

| VOZESTUDIO S.A. | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| CUADRO DE GASTOS ANUALES | | | | | | |
| GASTOS | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | | | | |
| Administrativos | | | | | | |
| | Sueldos y Salarios | 22.800,00 | 25.353,60 | 28.193,20 | 31.350,84 | 34.862,14 |
| | Beneficios Sociales | 1.900,00 | 2.112,80 | 2.349,43 | 2.612,57 | 2.905,18 |
| | Pago IESS | 4.902,00 | 5.451,02 | 6.061,54 | 6.740,43 | 7.495,36 |
| GASTOS GENERALES | | | | | | |
| | Servicios Básicos | 3.240,00 | 3.602,88 | 4.006,40 | 4.455,12 | 4.954,09 |
| | Alquiler de Oficina | 4.200,00 | 4.670,40 | 5.193,48 | 5.775,16 | 6.421,97 |
| GASTOS OPERACIONALES | | | | | | |
| Servicios | | | | | | |
| | Movilizaciones | 895,00 | 995,24 | 1.106,71 | 1.230,66 | 1.368,49 |
| Suministros y Materiales | | | | | | |
| | Suministros | 1.500,00 | 1.668,00 | 1.854,82 | 2.062,56 | 2.293,56 |
| | Publicidad | 32.400,00 | 36.028,80 | 40.064,03 | 44.551,20 | 49.540,93 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | |
| Comisiones Bancarias | | | | | | |
| | Comisiones Bancarias | 19,92 | 22,15 | 24,63 | 27,39 | 30,46 |
| OTROS GASTOS | | | | | | |
| No Operacionales | | | | | | |
| | Pagos Impuestos SRI | 1.517,53 | 1.687,49 | 1.876,49 | 2.086,66 | 2.320,37 |
| | Pago de préstamo | 11.017,89 | 10.246,14 | 9.474,38 | 8.702,63 | 7.930,88 |
| COSTOS | | | | | | |
| | Mantenimiento y Reparaciones | 4.000,00 | 4.448,00 | 4.946,18 | 5.500,15 | 6.116,16 |
| | Embarques y envíos | 1.200,00 | 1.344,00 | 1.505,28 | 1.685,91 | 1.888,22 |
| TOTAL GASTOS | | 89.592,34 | 97.630,53 | 106.656,58 | 116.781,27 | 128.127,81 |

Tabla 8-10: Cuadro de gastos anuales

8.7. TABLA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

| DETALLE DE COSTOS DE DOBLAJE Y SUBTITULADO | | | |
|--|--------|----------|-----------|
| DESCRIPCIÓN | TIEMPO | TALENTOS | VALOR |
| Videos subtítulados Inglés a Español o Español a Inglés | 30' | | |
| Subtitulado de VHS DVD o Mini DVD Cargo Mínimo hasta 4 minutos , CON GUIÓN | | | \$ 495,00 |
| Doblaje de Videos Doblado de Inglés a Español o Español a Inglés | 30' | | |
| VHS DVD o Mini DVD, CON GUIÓN TRADUCIDO | | 1 | \$ 995,00 |

Tabla 8-11: Detalle de doblaje y subtítulado

8.8. TABLA DE FLUJO DE CAJA

| VOZESTUDIO S.A. | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Flujo de Caja Proyectado | | | | | | |
| Período : 1 Enero 2012 a 31 de Diciembre 2016 | | | | | | |
| Descripción de la Cuenta | Pre-operacionales | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Saldo Inicial | | 16.660,00 | -25.292,34 | -16.971,51 | 23.644,31 | 103.383,31 |
| INGRESOS | | | | | | |
| Inversión Inicial Accionistas | 9.000,00 | | | | | |
| Préstamo Bancario | 35.795,62 | | | | | |
| Proyecto Subtitulado con guión | | 23.760,00 | 52.842,24 | 73.450,71 | 98.012,63 | 127.155,05 |
| Proyecto Doblaje con guión | | 23.880,00 | 53.109,12 | 73.821,68 | 98.507,65 | 127.797,25 |
| Total Ingresos | 44.795,62 | 47.640,00 | 105.951,36 | 147.272,39 | 196.520,28 | 254.952,31 |
| GASTOS Y COSTOS | | | | | | |
| COSTOS DE INVERSIÓN | 28.135,62 | | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | | | | |
| Administrativos | | | | | | |
| Sueldos y Salarios | | 22.800,00 | 25.353,60 | 28.193,20 | 31.350,84 | 34.862,14 |
| Beneficios Sociales | | 1.900,00 | 2.112,80 | 2.349,43 | 2.612,57 | 2.905,18 |
| Pago IESS | | 4.902,00 | 5.451,02 | 6.061,54 | 6.740,43 | 7.495,36 |
| GASTOS GENERALES | | | | | | |
| Servicios Básicos | | 3.240,00 | 3.602,88 | 4.006,40 | 4.455,12 | 4.954,09 |
| Alquiler de Oficina | | 4.200,00 | 4.670,40 | 5.193,48 | 5.775,16 | 6.421,97 |
| GASTOS OPERACIONALES | | | | | | |
| Servicios | | | | | | |
| Movilizaciones | | 895,00 | 995,24 | 1.106,71 | 1.230,66 | 1.368,49 |
| Suministros y Materiales | | | | | | |
| Suministros | | 1.500,00 | 1.668,00 | 1.854,82 | 2.062,56 | 2.293,56 |
| Publicidad | | 32.400,00 | 36.028,80 | 40.064,03 | 44.551,20 | 49.540,93 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | |
| Comisiones Bancarias | | | | | | |
| Comisiones Bancarias | | 19,92 | 22,15 | 24,63 | 27,39 | 30,46 |
| OTROS GASTOS | | | | | | |
| No Operacionales | | | | | | |
| Pagos Impuestos SRI | | 1.517,53 | 1.687,49 | 1.876,49 | 2.086,66 | 2.320,37 |
| Pago de préstamo | | 11.017,89 | 10.246,14 | 9.474,38 | 8.702,63 | 7.930,88 |
| COSTOS | | | | | | |
| Mantenimiento y Reparaciones | | 4.000,00 | 4.448,00 | 4.946,18 | 5.500,15 | 6.116,16 |
| Embarques y envíos | | 1.200,00 | 1.344,00 | 1.505,28 | 1.685,91 | 1.888,22 |
| Total Costos y Gastos | 28.135,62 | 89.592,34 | 97.630,53 | 106.656,58 | 116.781,27 | 128.127,81 |
| Saldo Neto | 16.660,00 | -41.952,34 | 8.320,83 | 40.615,81 | 79.739,01 | 126.824,49 |
| Saldo Final | 16.660,00 | -25.292,34 | -16.971,51 | 23.644,31 | 103.383,31 | 230.207,81 |

Tabla 8-12: Flujo de caja proyectado

8.9. GASTOS VARIOS

8.9.1. GASTOS OPERACIONALES

Como toda empresa incurrimos en gastos de movilización propios del giro del negocio, tales como despachos del producto terminado.

| GASTOS OPERACIONALES | | |
|----------------------|---------------|-------------|
| SERVICIOS | Valor Mensual | Valor Anual |
| Movilización | 74,58 | 895 |

Tabla 8-13: Gastos operacionales

8.9.2. GASTOS FINANCIEROS Y NO OPERACIONALES

VOZestudio va a poseer una cuenta corriente en el Banco de Guayaquil, es por ende que contempla los costos bancarios que de ella se generan.

VOZestudio, cumplidor de las leyes tributarias que lo rigen, paga mensualmente los valores correspondientes al Servicio de Rentas Internas.

| GASTOS FINANCIEROS | | |
|-------------------------|--------|----------|
| Comisiones Bancarias | 1,66 | 19,92 |
| GASTOS No operacionales | | |
| Impuestos SRI | 126,46 | 1.517,53 |

Tabla 8-14: Gastos financieros

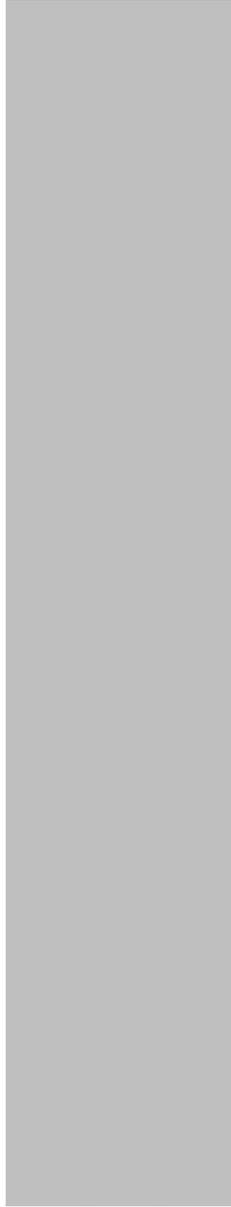
8.9.3. COSTOS

VOZestudio, realizará mantenimientos mensuales a sus equipos de acuerdo a una tabla periódica emitida por el operador.

Se ha contemplado también el gasto de embarques y envíos, en aquellos casos que se necesite enviar el producto final fuera de la ciudad o del país.

| COSTOS | | |
|------------------------------|---------------|-----------------|
| Rubro | Valor Mensual | Valor Anual |
| Mantenimiento y Reparaciones | 333,33 | 4.000,00 |
| Embarques y Envíos | 100,00 | 1.200,00 |
| TOTAL | 433,33 | 5.200,00 |

Tabla 8-15: Costos



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Según el estudio de mercado realizado, la implementación de un estudio de doblaje y subtitulado en el Ecuador, sería una oportunidad para las personas que se dedican a la producción audiovisual, cine, televisión e incluso música, para que puedan darle un valor extra a sus trabajos.

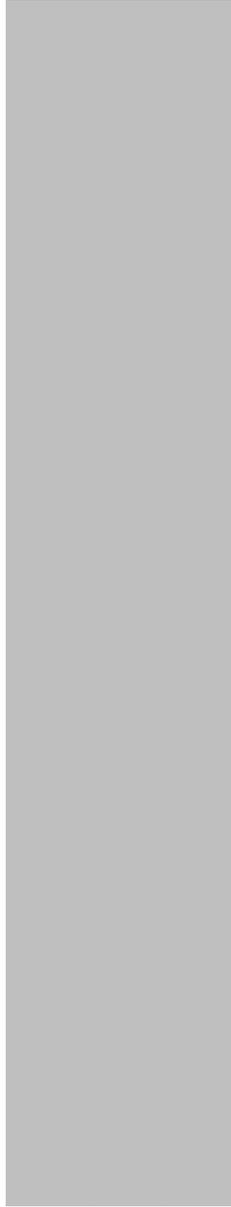
Así mismo sirve para incentivar a las pequeñas y grandes empresas dedicadas al área de cine y producción audiovisual, a crear más producción nacional.

Según nuestro análisis financiero, vemos que este proyecto es sumamente rentable y genera plazas de trabajo, dando oportunidad a estudiantes de sonido, actores, y personas que se dedican al aprendizaje de lenguas extranjeras.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se puede dar para el proyecto, es tratar de no sobrepasar los costos fijados, tanto de equipos, sueldo y publicidad, ya que al mantener así los precios, podremos llegar a un punto de equilibrio a partir del 3 año.

En lo que se refiere a mano de obra para la construcción e implementación del estudio, es recomendable contratar a un ingeniero de sonido, que esté a cargo de la construcción, para que ningún elemento falle al momento de realizar un trabajo.



BIBLIOGRAFÍA

- [1] http://es.wikipedia.org/wiki/Acondicionamiento_ac%C3%BAstico
- [2] <http://www.guiatelefonica.com.ec>
- [4] <http://www.paginasamarillas.com>
- [5] http://www.locutortv.es/presupuestos_y_tarifas.htm
- [6] http://www.talentos.net/precios/traduccion_tecnicas.htm
- [7] www.ciespal.net
- [8] www.sisepuedeecuador.com
- [9] www.eluniverso.com
- [10] www.cncine.gob.ec
- [11] www.behringer.com
- [12] www.genelec.com
- [13] <http://www.m-audio.com/>
- [14] www.zzounds.com
- [15] www.presonus.com
- [16] www.sony.com
- [17] www.amazon.com
- [18] www.supertel.gob.ec
- [19] <http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/>
- [20] http://www.sii.cl/portales/mipyme/etapa_de_nacimiento.htm
- [21] <http://www.guayaquil.gov.ec>