



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Estudio de factibilidad para la implementación de un estudio de doblaje y subtitulado

José Alberto Yáñez Rojas
Carlos Gabriel Molina Cabrera
Danny Michel León Barreiro
Mae. Enrique Salazar Meza

Escuela de Diseño y comunicación visual

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Malecon 100 y Calle Loja, EC090112, Guayaquil, Ecuador

jayanez@espol.edu.ec
cgmolina@espol.edu.ec
dmleon@espol.edu.ec
esalazar@espol.edu.ec

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, subtitulado, 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 subtitulado (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 subtitulado 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 subtitulado 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 subtitulado.

- El resultado de posicionamiento que obtendría nuestro estudio en el país sería favorable puesto que la competencia local aún no es muy conocida.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- 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 Subtitulado.

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.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



1. Introducción

1.1. Definición del tema

Se trata de crear un estudio de doblaje y subtítulo, 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 subtítulo (traducción escrita en parte inferior de pantalla) si así lo solicita el mismo.

Debido a la escasez 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, subtítulo 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. Objetivos generales y específicos del proyecto

1.3.1. Objetivos generales

Crear un estudio de doblaje y subtítulo 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.

1.3.2. Objetivos específicos

Contar con equipos de primera y alta calidad
Producir doblajes y subtítulos 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.

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.

2.2. Estructura del plan de marketing

2.2.1. 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.

2.2.2. 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.

2.3. Sector

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

2.3.1. Competencia

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

2.3.2. Público 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, racords, 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

Artistas Nacionales

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

2.3.2.1. 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

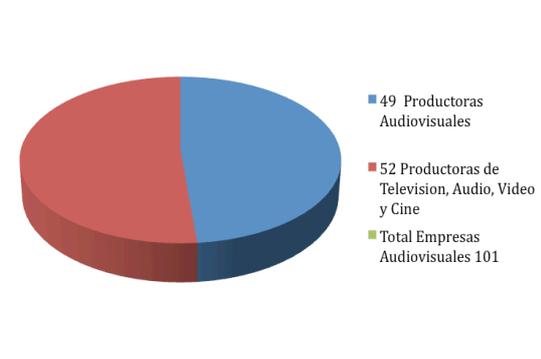


Figura 1. Empresas dedicadas a la producción audiovisual.

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

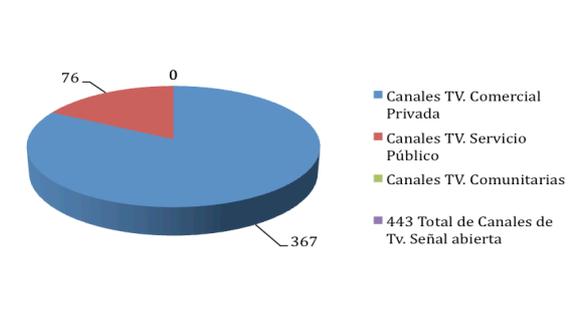


Figura 2. Canales de Tv. Señal abierta

2.3.3 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, Telemazonas 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.

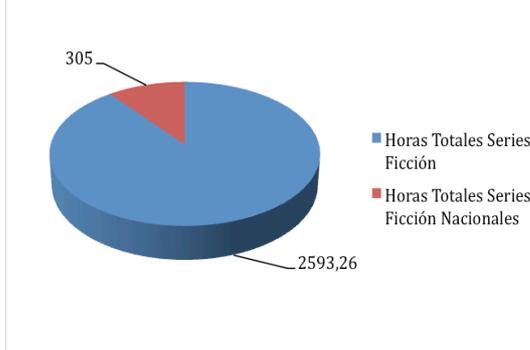


Figura 3. Horas de ficción nacional exhibidas.

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.

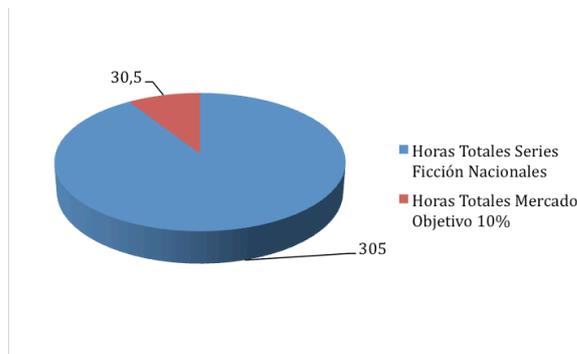


Figura 4. Mercado potencial.

2.4. Análisis foda

A continuación detallamos nuestro análisis FODA:

2.4.1. 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.

2.4.2. Oportunidades

Escases de estudios de doblaje y subtítulo 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.

2.4.3. Debilidades

Somos nuevos en el mercado.

Falta de equipos y tecnología.

2.4.4. Amenazas

Lento crecimiento y expansión del cine y televisión ecuatoriana.

Falta de confianza en el trabajo nacional.

2.5. 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 subtítulo.

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 las cuales suplir nuestras falencias en caso de poseerlas.

Crear una empresa rentable.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



2.6. 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.

2.6.1. 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 subtítulo, 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.

2.6.1.1. Descripción del producto

Videos subtítulos Inglés a Español o Español a Inglés

Videos subtítulos 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

2.6.2. 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 subtítulo 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.

Detalle de costos de doblaje y subtítulo			
Descripción	Tiempo	Talentos	Valor
Videos subtítulos Inglés a Español o Español a Inglés	30'		
Subtítulo 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

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

Tabla 1. Detalle de costos de doblaje y subtítulo

2.6.3. 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.

2.6.4. Promoción

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



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



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.

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. 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 contemplará 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 subtítulo, trabajaremos con software como: SubtitleWorkshop y el Virtual Dub Mod para procesar un vídeo con subtítulos.

3.3. 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.

3.3.1. 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.

3.3.1.1. 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:

Simple (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)

3.3.2. Equipos para subtulado y doblaje

3.3.2.1. 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 gráfico de un tercio de octava estéreo

3.3.2.2. 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

3.4. 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 5. Distribución del estudio.

4. Referencias

[1] <http://www.guiatelefonica.com.ec>

[2] <http://www.paginasamarillas.com>



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- [3] http://www.talentos.net/precios/traduccion_tecnicas.htm
- [4] www.ciespal.net
- [5] www.sisepuedeecuador.com
- [6] www.eluniverso.com
- [7] www.cncine.gob.ec
- [8] www.behringer.com
- [9] www.genelec.com
- [10] <http://www.m-audio.com/>
- [11] www.zzounds.com
- [12] www.presonus.com
- [13] www.sony.com
- [14] www.amazon.com
- [15] www.supertel.gob.ec
- [16] <http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/>
- [17] http://www.sii.cl/portales/mipyme/etapa_de_nacimiento.htm
- [18] <http://www.guayaquil.gov.ec>

5. Agradecimientos.

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

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

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

6. Conclusión y resultados

Según el estudio de mercado realizado, la implementación de un estudio de doblaje y subtítulo 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.

Carlos Gabriel Molina Cabrera
José Alberto Yáñez Rojas
Danny Michel León Barreiro
Mae. Enrique Salazar Meza