

**PROYECTO DE GRADO CRECACION DE UNA EMPRESA DE DOBLAJE Y
SUBTITULACION 'ZION RECORDS S.A.S'**

**JUAN SEBASTIAN PEREZ ALVAREZ
MARCELA PATRICIA JARAVA PRIETO**

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANINADES Y CIENCIAS SOCIALES
BOGOTA D.C.
2011**

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. RESUMEN EJECUTIVO	8
2. INTRODUCCIÓN	10
3. OBJETIVOS	12
3.1. Objetivo general	12
3.2. Objetivos específicos	12
3.3. Objetivos a corto plazo	12
3.4. Objetivos a mediano plazo	12
3.5. Objetivos a largo plazo	13
4. JUSTIFICACIÓN	14
5. MERCADEO	16
5.1. Mercado objetivo	16
5.2. Análisis del sector	16
5.3. Estudio de mercado	17
5.4. Ficha técnica	17
5.4.1. Instrumento de recolección de información	18
5.4.2. Conclusiones de la encuesta	22
5.5. Análisis de la competencia	24
5.6. Estrategias de producto	25
5.7. Estrategias de precio	26
5.8. Estrategias de distribución	27
5.9. Estrategias de promoción	27

6. ESTUDIO TÉCNICO	28
6.1. Diagrama de flujo proceso de doblaje	28
6.2. Proceso de doblaje	29
6.3. Diagrama de flujo proceso de subtitulación	31
6.4. Proceso de subtitulación	32
6.5. Necesidades y requerimientos	33
6.5.1. Materia prima	33
6.5.2. Maquinaria y equipos	33
6.5.3. Recurso humano	36
6.5.4. Espacio físico	36
6.5.5. Plano del espacio físico	37
7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	38
7.1. Misión	38
7.2. Visión	38
7.3. Valores y principios corporativos	38
7.4. Logo y slogan	39
7.5. Análisis DOFA	40
7.6. Formalización	40
7.6.1. Requisitos de creación de empresa	40
7.6.2. Impuestos por pagar	42
7.6.3. Regulaciones aplicables	43
7.7. Estructura organizacional	43
7.7.1. Organigrama	43
7.7.2. Capital humano	44
7.7.3. Requisitos y responsabilidades	46
7.7.4. Contratos	47

8. ESTUDIO FINANCIERO	48
8.1. Inversión inicial	48
8.2. Proyección de ventas	49
8.3. Costos	50
8.3.1. Producción	50
8.3.2. Materia prima	51
8.3.3. Servicios públicos	51
8.3.4. Administrativos	52
8.3.5. Mercadeo	52
8.4. Estados financieros	53
8.4.1. Balance general	53
8.4.2. Estado de pérdidas y ganancias	54
8.4.3. Flujo de caja	55
8.5. Indicadores	56
8.5.1. TIR	56
8.5.2. VAN	56
8.6. Conclusiones financieras	56
8.7. Conclusiones	57
BIBLIOGRAFIA	59

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas	61
Anexo 2. Contrato por prestación de servicios	64
Anexo 3. Proceso de doblaje	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta	17
Tabla 2. Análisis DOFA Pautas TV	24
Tabla 3. Análisis DOFA Amniótica	24
Tabla 4. Análisis DOFA Alter-nos	25
Tabla 5. Materias primas	33
Tabla 6. Maquinaria y equipo	33
Tabla 7. Mobiliario	34
Tabla 8. Activos	35
Tabla 9. Análisis DOFA Zion Records	40
Tabla 10. Inversión inicial	48
Tabla 11. Proyección de ventas	49
Tabla 12. Costos de producción	50
Tabla 13. Materia prima	50
Tabla 14. Servicios públicos	51
Tabla 15. Costos administrativos	52
Tabla 16. Costos de mercadeo	52
Tabla 17. Balance general	53
Tabla 18. Estado de pérdidas y ganancias primer año de operaciones	54
Tabla 19. Flujo de caja primer año de operaciones	55

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia del uso del servicio	18
Figura 2. Promedio de duración de subtítulos/doblaje	18
Figura 3. Porcentaje de trabajos que se subtitula/dobla	19
Figura 4. Características principales de subtítulos/doblaje	19
Figura 5. Empresas que han utilizado para realizar subtítulos/doblaje	20
Figura 6. Grado de satisfacción de los servicios	20
Figura 7. Criterios para contratar una empresa de subtítulos/doblaje	21
Figura 8. Plano del espacio físico	37
Figura 9. Organigrama	44

1. RESUMEN EJECUTIVO

La empresa se llamará *ZION RECORDS*, será establecida en la ciudad de Bogotá, Colombia, prestará los servicios de subtitulaje y doblaje para estudiantes universitarios especialmente de las carreras relacionadas a las áreas de cine y televisión, comunicación social y periodismo, gestión de cultura entre otras; también para empresas de todo tipo, pero en especial para empresas con producciones audiovisuales.

La empresa estará situada en la carrera 4 # 16-73 en la ciudad de Bogotá, en una zona reconocida por la gran cantidad de universidades allí ubicadas; esto no quiere decir que el mercado de *Zion Records* esté sesgado a la ciudad de Bogotá, también se atenderá a clientes por fuera de la misma. El envío de los productos finales se hará por medio de la empresa Enlace Service, la cual hace presta el servicio de recolección y envíos a nivel nacional e internacional.

Lo que diferencia a Zion Records de las empresas competidoras es su enfoque en atender las necesidades tanto del cliente interno como del externo, en este sentido la empresa se encargará de complacer los requerimientos de los clientes antes, durante y después de la prestación del servicio.

El mercado potencial son todas las universidades y sus estudiantes a niveles nacionales; así mismo productores de videos, documentales, programas de televisión y comerciales que pertenezcan a cualquier sector. También las empresas y personas que requieran traducciones de cualquier tipo de texto.

El mercado objetivo son los estudiantes de las carreras de cine, televisión y comunicación social, las productoras a nivel nacional, los canales de televisión, realizadores de videos, comerciales, jingles, documentales y también las empresas y personas que requieran traducciones de cualquier tipo de texto.

El monto total de inversión inicial es \$ 22.000.000, los cuales provendrán de los emprendedores en cantidades iguales. En lo que respecta a la proyección de ventas, se aprecia que el monto total de inversión es rápidamente recuperable, pues la empresa está en la capacidad de vender 450 unidades anualmente lo que le representa una facturación neta de \$ 191.250.000 (año 1). Esto está igualmente soportado por la Tasa Interna de Retorno (TIR) que es del 120,95% y el Valor Actual Neto (VAN) que es 3.788.683.

Los emprendedores que llevarán a cabo este proyecto son Juan Sebastián Pérez Álvarez, identificado con cedula de ciudadanía número 80.758.220 de Bogotá y Marcela Patricia Jarava Prieto, identificada con cedula de ciudadanía número 1.019.042.739 de Bogotá. Ambos emprendedores son personas muy capacitadas para desarrollar este trabajo debido a las capacidades tanto cognitivas como técnicas que han desarrollado a lo largo de sus vidas; estas incluyen amplia preparación en administración de empresas, comunicación organizacional, preparación vocal, alto conocimiento de las reglas y estructuras gramaticales del inglés, del francés, del alemán, del español y del hebreo, entre otras.

2. INTRODUCCIÓN

El presente documento es un trabajo como último requisito para recibir el diploma de pregrado como profesional de Lenguas Modernas de la Universidad EAN. Debido al enfoque empresarial y emprendedor de la Universidad que aprendemos y recibimos los estudiantes, nos decidimos en realizar un trabajo de creación de empresa enfocada en las lenguas modernas y más específicamente en el subtitulaje y doblaje.

La decisión de crear esta tipo de empresa se presenta debido a que los dos emprendedores que realizan este documento tomaron como enfoque de la carrera la traducción, siendo esta el primer paso de una empresa para realizar el subtitulaje y doblaje como se verá en el punto 6.1 en el presente documento.

Además de esto, el subtitulaje y el doblaje no son campos muy explotados en nuestro país y por lo tanto ofrecen muchas oportunidades a los emprendedores a tener éxito con este negocio; como lo menciona un artículo del portal electrónico del Ministerio de Educación y traído por el Centro Virtual de Noticias de la Educación que a su vez fue tomado de un boletín de prensa de la Universidad de Antioquia "*La subtitulación y el doblaje, una posibilidad para explorar*"¹.

Así mismo, y aunque la competencia que existe en nuestro país es fuerte porque son empresas grandes con bastantes años de experiencia, estas empresas no abarcan la totalidad de clientes y el servicio que una empresa de este tipo puede ofrecer y por ende el cliente potencial y el segmento de mercado al cual queremos ofrecerle nuestro producto están esperando a que una empresa como la nuestra pueda cubrirle sus necesidades con excelente calidad y eficacia.

Los estudios de mercadeo se desarrollaron en su mayoría en Bogotá y en las otras capitales más importantes del país con estudiantes universitarios de cine y televisión,

¹Ministerio de educación. *La subtitulación y el doblaje, una posibilidad para explorar*, [En línea]. Centro Virtual de Noticias de la Educación, Universidad de Antioquia. (2006). Dirección URL:<<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-105951.html>> [Consulta: 2 de Agosto 2011].

comunicación social y periodismo y empresas, con este estudio quedó claro que las necesidades de los clientes, las cuales quieren sean resueltas por las empresas, muy pocas veces llenan sus expectativas en un 100%; por eso es que nuestra idea de negocio es factible de realizar y además de mantenerla con importantes ganancias.

También se realizó en este documento un estudio financiero el cual permitió identificar cuáles son los posibles ingresos y egresos, el balance general, flujo de caja y ganancias y pérdidas de la empresa, arrojando un resultado positivo en las ganancias.

Todos estos estudios y la realización total de este documento son creados por personas profesionales con espíritu de emprendimiento y con las facultades técnicas apropiadas para realizar el trabajo y de la misma forma para poder emprender en un futuro esta excelente idea y hacerla realidad en el ámbito laboral.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Realizar un plan de negocios que evalúe la viabilidad de la creación de una empresa colombiana de subtitulaje y doblaje.

3.2 Objetivos específicos

- Hacer un estudio de mercado que permita identificar las necesidades de los clientes potenciales en materia de subtitulación y doblaje.
- Llevar a cabo un estudio técnico en el cual se pueda identificar proceso de subtitulaje y doblaje para los clientes.
- Efectuar un estudio administrativo que especifique quienes hacen parte en la empresa, que cargo realizan y su salario.
- Realizar un estudio financiero el cual pueda identificar la viabilidad y rentabilidad de la empresa.

3.3 Objetivos a corto plazo (1 año)

- Constituir la empresa e incorporarla al mercado ya establecido
- Generar ingresos necesarios para continuar su crecimiento

3.4 Objetivos a mediano plazo (3 años)

- Aumentar el número de empleados a medida que la empresa crece
- Aumentar el promedio de las ventas en un 20%
- Tener un nombre altamente reconocido en el mercado

3.5 Objetivos a largo plazo (5 años)

- Ser reconocido en el ámbito nacional como una empresa líder de acuerdo al servicio prestado
- Aumentar las ventas en un 75%
- Incursionar en el mercado internacional para consolidarse como la empresa con el doblaje más neutro y el mejor subtitulaje en América Latina.

4 JUSTIFICACIÓN

La idea surgió debido a la necesidad de los creadores de este documento en realizar, en sus primeros semestres de universidad, un trabajo de subtítulaje y doblaje de un video en el idioma alemán, este trabajo se hizo algo difícil debido a la poca oferta de las empresas o negocios en la ciudad de Bogotá que estos buscaban y a su vez, los pocos lugares que ofrecían algo parecido, no realizaban un trabajo satisfactorio. Esto los hizo pensar que esta es una excelente oportunidad de negocio mezclando las enseñanzas de emprendimiento que ofrece la Universidad EAN y los idiomas consecuentemente aprendidos en la carrera de Lenguas Modernas.

Ya que este tipo de empresa no tiene mucha oferta en nuestro país como se mencionó anteriormente; hablando específicamente sobre el subtítulaje y doblaje en las películas, documentales, seriados y jingles, el 90% trabajos que llegan a Colombia son doblados y/o subtítulados en países como México “este dato es dado por diferentes expertos de este tema, el cual lo han manifestado en muchas oportunidades”. Muchos de estos trabajos son realizados de mala calidad con errores tanto en traducción como gramaticales; también, los acentos y voces no son del agrado de los televidentes que al final son los que tienen la última palabra y muchas veces dejan de ver las películas o programas televisivos por las razones ya mencionadas.

Esta clase de negocio, al no tener mucha competitividad en nuestro país, resulta interesante y viable para crearlo, además, como colombianos y estudiantes de lenguas modernas, los emprendedores pueden hacer el mismo trabajo que las empresas extranjeras, pero mejorando y respetando la gramática y traducción ya que acá se habla el mejor español del mundo según los expertos en el tema y adicionalmente, el acento colombiano es más neutral que el de los otros países el cual se hace agradable para el oyente no solo colombiano, sino en general para los hispanohablantes en todo el mundo.

Debido a que los emprendedores se han dado cuenta de los errores de las empresas que realizan este trabajo, cansados de ello y por la experiencia anteriormente mencionada, se sabe que es una oportunidad única para crear esta empresa y para llegar a ser líderes en este campo dentro del país, adicionalmente, en un futuro a largo plazo, poder competir con las empresas nacionales y extranjeras, llegando así al mercado internacional.

5 MERCADEO

5.1 Mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo son los estudiantes de las carreras de cine, televisión y comunicación social, las productoras a nivel nacional, los canales de televisión, realizadores de videos, comerciales, jingles, documentales igualmente lo son las empresas de cualquier tipo que quieran tomar nuestros servicios y las personas que requieran traducciones de cualquier tipo de texto.

5.2 Análisis del sector

En los últimos años el sector de los servicios se ha consolidado como uno de los más fuertes e importantes a nivel nacional e internacional, y como uno de los mayores generadores de ingresos; esto se debe a la cantidad exorbitante de necesidades que los otros sectores económicos no cubren².

La industria del doblaje y la subtitulación de producciones audiovisuales ha venido adquiriendo fuerza durante los últimos años ya que los grandes productores y cadenas televisivas y fílmicas realizan un gran número de producciones anualmente y las empresas con las que regularmente trabajan no dan abasto para satisfacer la necesidad de los productores. Es por ello que han abierto nuevos mercados en países como Colombia, cuyas características lingüísticas cumplen con los requerimientos que estos buscan a la hora de contratar una empresa que brinde estos servicios.

Un factor favorable para la creación de este tipo de empresas, es que nuestro país, específicamente la ciudad de Bogotá, cuenta con pocas empresas que se dediquen a esta actividad. En el mercado actual la compañía líder es Centauro Comunicaciones, la cual cuenta con un amplio portafolio de servicios y clientes.

²Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2009). *Encuesta Anual de Servicios 2009*. Recuperado el 11 de noviembre de 2011 de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2009.pdf

Por otro lado, las traducciones forman parte importante en diversos procesos en ambientes empresariales, académicos y personales cuya necesidad por este servicio es muy significativa. El ambiente empresarial es en el cual nuestra empresa se enfocará, esto sin discriminar las otras áreas en las cuales la traducción también es necesaria.

5.3. Estudio de mercado

Para obtener un mejor conocimiento del mercado objetivo de la empresa, se realizó una encuesta para conocer e identificar las tendencias, percepciones y necesidades del mismo.

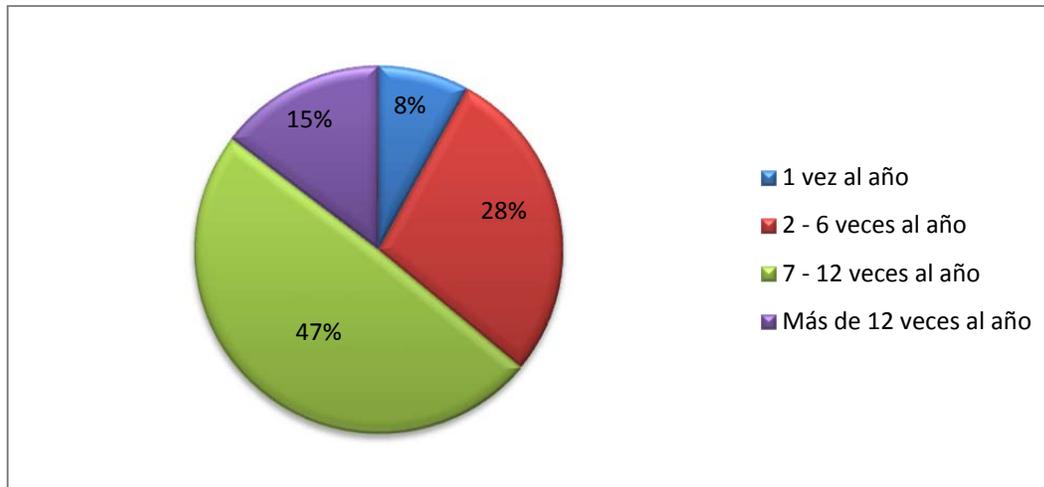
5.4 Ficha técnica

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta

Herramienta utilizada	Encuesta escrita y encuesta por internet
Población analizada	Estudiantes, profesionales, empresas
Muestra	75 personas
Lugar	Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla
Fecha	18 – 25 de septiembre 2011
Muestra aplicada de la encuesta	Ver anexo 1

5.4.1. Instrumento de recolección de información

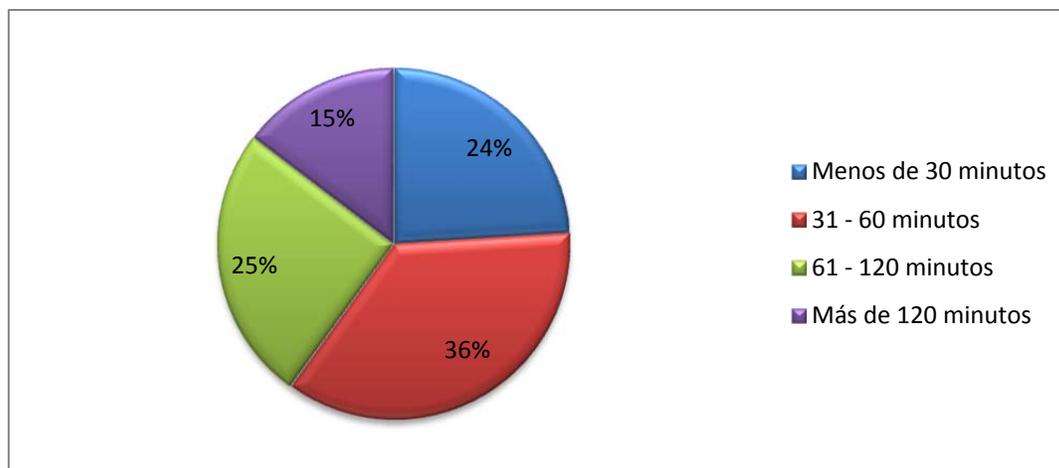
Figura 1: Frecuencia de uso del servicio



Fuente: Los autores

Según el gráfico, el 47% de los encuestados respondió que realiza subtítulos o doblajes entre 7 y 12 veces al año. Más de 12 veces al año un 15%, 2 a 6 veces al año un 28% y 1 vez al año tan solo un 8%.

Figura 2: Promedio de duración de subtitulación/doblaje



Fuente: Los autores

El mayor porcentaje de encuestados, 36%, respondió que la duración de sus subtitulaciones/doblajes es de entre media y una hora, seguida por un 25% que respondió que el promedio es entre 1 y 2 horas.

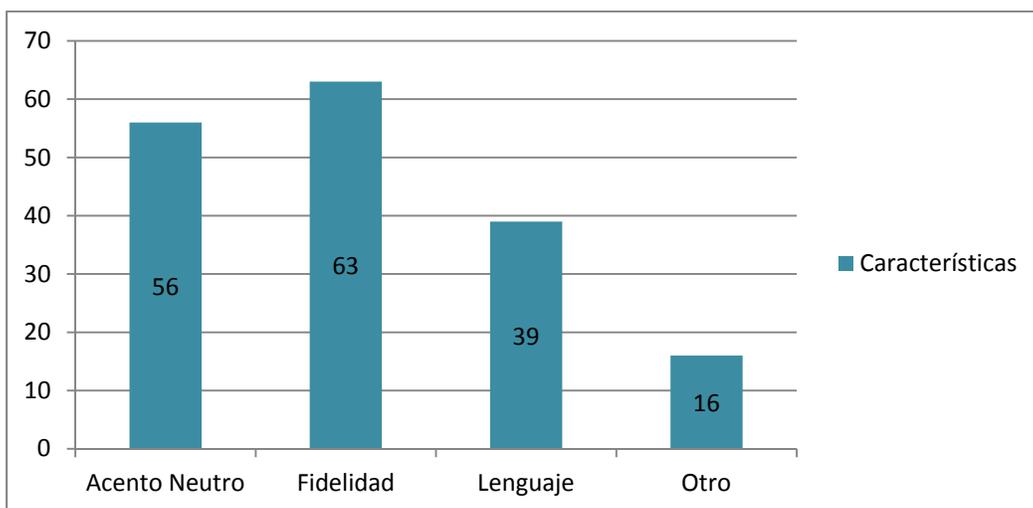
Figura 3: Porcentaje de trabajos que se subtitula/dobla



Fuente: Los autores

El 78,6% de los trabajos son subtitulaciones y un 21,4% son doblajes.

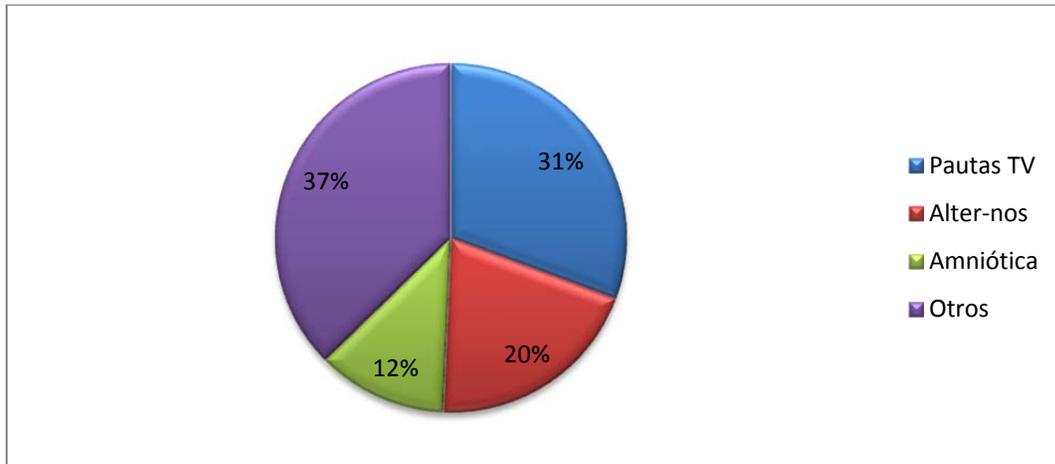
Figura 4: Características principales de subtitulación/doblaje



Fuente: Los autores

La mayoría de los encuestados piensan que un buen subtítulo/traducción debe tener como características Fidelidad (63 personas), acento neutro (56); ya una menor cantidad piensa que el lenguaje (39) y otros (16).

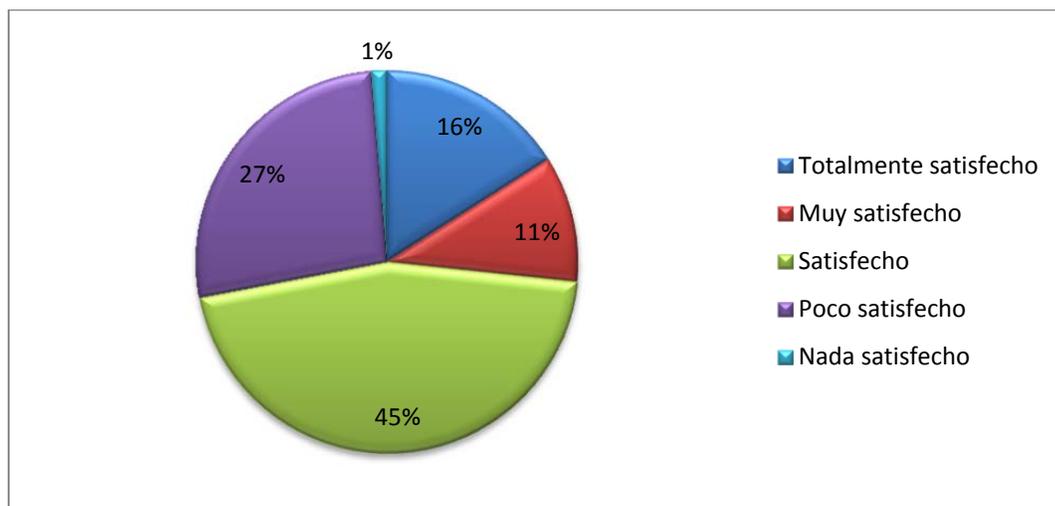
Figura 5: Empresas que han utilizado para realizar subtitulación/doblaje



Fuente: Los autores

El 37% ha utilizado otra clase de servicios (tiendas o locales pequeños que prestan este servicio, pero no son conocidos), el 31% ha utilizado Pautas TV, el 20% Alter-nos y el 12% Amniótica.

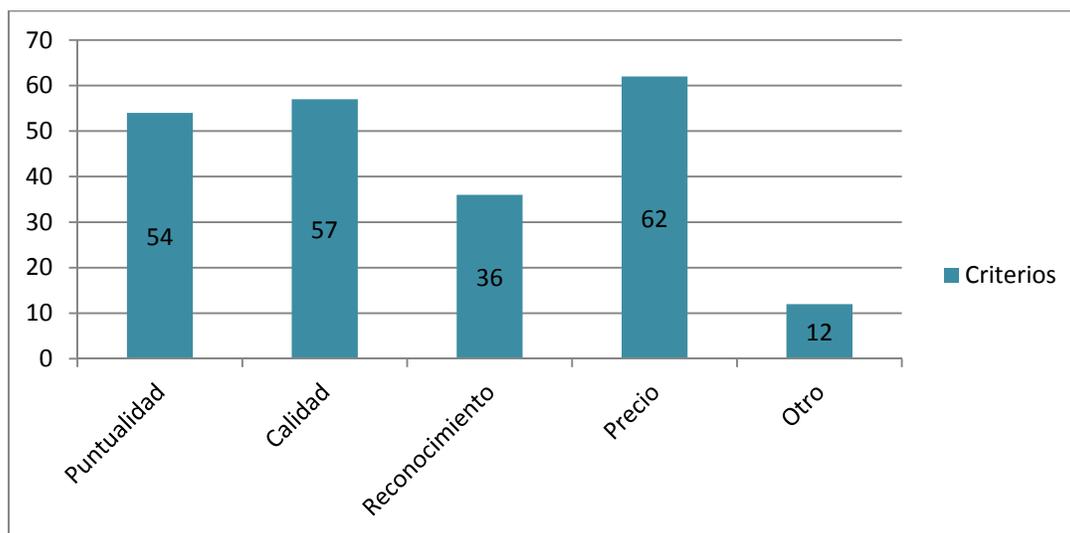
Figura6: Grado de satisfacción con los servicios



Fuente: Los autores

El 45% de los encuestados están satisfechos con el servicio, el 27% poco satisfecho, los 16% totalmente satisfechos, el 11% muy satisfecho y el 1% nada satisfecho con el servicio.

Figura 7: Criterios para contratar una empresa de subtítulos/doblaje



Fuente: Los autores

62 de los encuestados tienen como criterio principal el precio, le sigue la calidad con 57 personas, puntualidad con 54, reconocimiento con 36 y por últimos 12 personas prefieren otros criterios.

¿Cuál de dichas opciones y en qué ocasiones la prefiere usted?

Los encuestados respondieron, en términos generales, de esta manera:

- Subtitulación porque es más económico, preferiblemente lo utilizan cuando el tema de la producción no es tan denso para que el contenido auditivo sea fácil de transformar en palabras con el espacio justo.

- Doblaje porque el mensaje llega más claro al receptor, prefieren utilizarlo cuando las producciones son de tipo técnico o cuando la información que manejan necesita un método de comprensión más directo y sencillo.

¿En cuáles aspectos, considera usted que se presentan fallas o que debe haber mejoras en los servicios que se ofrecen actualmente en el mercado?

En general los encuestados manifiestan que las fallas más comunes son el tiempo de entrega del trabajo ya que muchas veces el tiempo de postproducción del trabajo es muy largo. También dicen que los precios son muy altos algunas veces.

Además de esto, expresan que los trabajos deberían tener un servicio post-venta ya que cuando los trabajos tienen errores, los clientes tienen que pagar nuevamente para que les corrijan los defectos y esto en su parecer no es justo.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trabajo de subtítulos/doblaje de 10 minutos?

Promediando la respuesta que dieron los encuestados, llegamos a la conclusión que la cantidad que las personas están dispuestas a pagar por 10 minutos de doblaje/subtitulación es: \$ 152.749.

5.4.2. Conclusiones de la encuesta

En promedio las empresas realizan 7 subtítulos/doblajes por año. Esto es un promedio basado en las respuestas de la encuesta, según la cual son pocas las personas que realizan una subtítulos/doblaje por año o más de 12 por año. En general las empresas realizan un promedio de una subtítulos/doblaje cada 7 semanas aproximadamente.

Según las encuestas, la mayor parte de subtítulos/doblajes duran entre 31 y 60 minutos y en menor grado entre 61 y 120 minutos. Son pocas las que duran más de

dos horas o las que duran menos de 30 minutos. Por lo tanto, se puede hablar de un promedio de una subtitulación/doblaje de 70 minutos aproximadamente.

De cada tres trabajos que se realizan, 2 son subtitulaciones y 1 es doblaje. En general a la hora de buscar un precio económico y en trabajos no muy densos, los encuestados buscan subtitulaciones; cuando se requieren trabajos de mayor calidad o de mayor comprensión se buscan doblajes.

Se debe enfatizar en la fidelidad del trabajo y el acento neutro, ya que estas fueron las características que los encuestados mencionaron las más como importantes.

En cuanto a prestadores de servicios, los más mencionados fueron aquellos locales y empresas que no se encuentran registrados pero que realizan subtitulaciones/doblajes. Otras empresas que también fueron mencionadas y que por lo tanto pueden constituir una competencia para la empresa fueron Alter Nos y Pautas TV.

En general en el mercado hay una satisfacción normal con los servicios que se están prestando. Una parte importante del mercado está más que satisfecha, y un porcentaje algo menor, pero aun así mayor a la cuarta parte del mercado, tiene un alto grado de insatisfacción con los servicios que ha recibido. En la encuesta los encuestados mostraron en general insatisfacción con los tiempos de entrega de los trabajos así como con el servicio post-venta y garantía de los mismos.

Los factores que los encuestados más mencionaron como importantes a la hora de contratar un servicio de subtitulación/doblaje fueron el precio, la calidad y la puntualidad. Si la empresa no quiere enfocarse en precio debe ofrecer un servicio de calidad y a tiempo para poder diferenciarse de los demás. Esto quiere decir que los precios podrán ser similares a los de la competencia, pero diferenciándose en entregas más rápidas y mayor énfasis en la calidad del servicio, especialmente en garantía del trabajo entregado y en servicio post-venta entre otros como valor agregado.

5.5 Análisis de la competencia

Tabla 2. Análisis DOFA Pautas TV

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Larga trayectoria en el mercado• Buena cantidad de clientes	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Poca inversión de dinero en publicidad
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Pueden aprovechar que tienen bastante participación en el mercado para así retener los clientes con ellos	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Empresas extranjeras plenamente establecidas para producciones internacionales.

Tabla 3. Análisis DOFA Amniótica

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Es una empresa de larga trayectoria en el mercado• Excelente listado de clientes	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Sesgan sus clientes solamente a empresas grandes.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Pueden aprovechar que tienen bastante participación en el mercado para así retener los clientes con ellos	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Empresas extranjeras plenamente establecidas para producciones internacionales.

Tabla 4. Análisis DOFA Alter-nos

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Es un empresa consolidada y grande• Lleva muchos años disponible en el mercado	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Su portafolios de servicios es muy limitado• Traducciones inexactas
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Pueden aprovechar que tienen bastante participación en el mercado para así retener los clientes con ellos	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Empresas extranjeras plenamente establecidas para producciones internacionales.

5.6 Estrategias de producto

El servicio de doblaje y subtitulación de producciones audiovisuales, extranjeras o nacionales, se ofrece en diversos idiomas tales como alemán, inglés, francés, hebreo y español. La unidad de medición tanto para el servicio de doblaje como el de subtitulación es una (1) hora. Estos productos se caracterizan por el servicio post venta prestado, el cual es muy útil y completo, sumado a esto, están estrechamente ligados con el guión original respetando así la fidelidad y finalmente el tiempo de entrega es otro factor que caracteriza a estos productos. Se entenderá como producto final el CD que contiene el trabajo realizado.

5.7. Estrategias de precio

Teniendo en cuenta el análisis del mercado y el análisis de la competencia, se llegó a la conclusión que los precios ideales de los productos son:

- Doblaje: el precio por una hora de doblaje es \$ 550.000
- Subtitulación: el precio por una hora de subtitulación es \$ 300.000

Teniendo en cuenta el mercado potencial tan variado que tendrá la empresa, se han desarrollado estrategias de precio que sean apropiadas para cada uno de ellos, estas son:

- 10% de descuento por inauguración, esto con el fin de que los clientes se acerquen y conozcan la empresa
- Se entregará una tarjeta de cliente frecuente y por cada cinco trabajos que realicen con Zion Records, recibirán un sexto con un 10% de descuento
- Facilidades de pago, tales como créditos, vales, entre otros, se brindarán para que los clientes paguen de la forma más cómoda para ellos.
- Servicio postventa, veinte (20) días durante los cuales el cliente recibirá garantía y asistencia por el servicio adquirido. Si el producto final no cumple con las expectativas, se le cambiará sin costo adicional. Como parte de este proceso, se llamará al cliente para cerciorarse que el producto ha sido recibido en las condiciones pactadas.

5.8. Estrategias de distribución

El proceso de distribución inicia cuando los clientes contactan a la empresa, seguidamente estos entregan sus productos en la oficina, luego se visualiza el material, seguidamente se hacen los procesos necesarios, finalmente se entrega el producto final igualmente en la oficina de Zion Records. Debido a que no solo se prestarán los servicios en la ciudad de Bogotá, sino también en otras ciudades, se contratará a la empresa Enlace Service, empresa radicada en Bogotá, la cual presta servicios de entrega nacional e internacional.

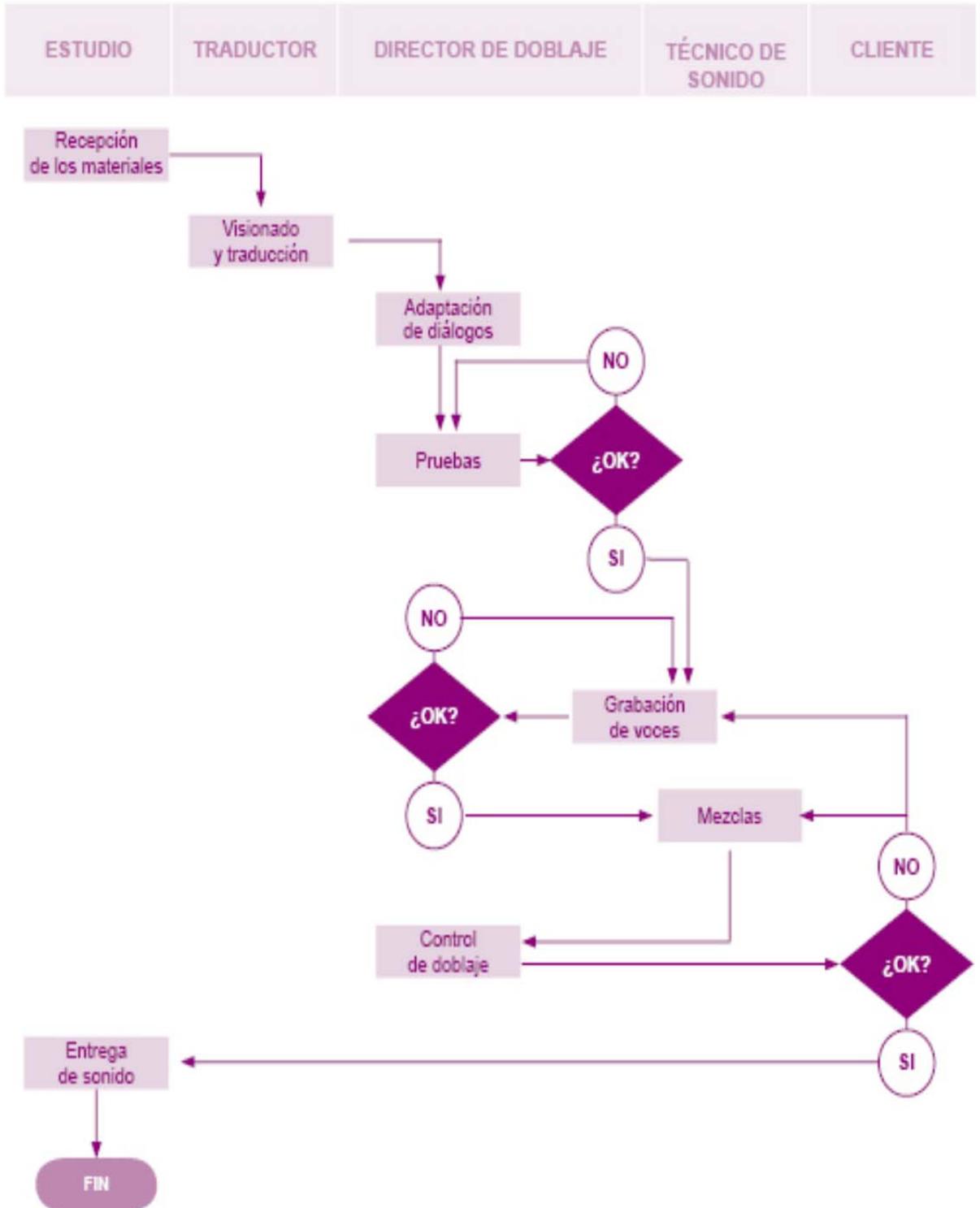
5.9. Estrategias de promoción

Conociendo el funcionamiento del mercado y luego de dialogarlo intensamente que para dar conocer la empresa, se hará lo siguiente:

- Crear una página web que muestre la información de la empresa, los servicios prestados y los clientes.
- Organizar reuniones en las universidades que tengan las carreras cine, televisión, comunicación social y/o periodismo, entre otras, para de este modo crear una base de datos con posibles clientes.
- Contratar una empresa para que se encargue de hacer la publicidad tanto del producto como de la empresa.
- Hacer presencia en concursos, reuniones, simposios, charlas, etc. en el área de cine y televisión.

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Diagrama de flujo del proceso de doblaje



Fuente. Los autores

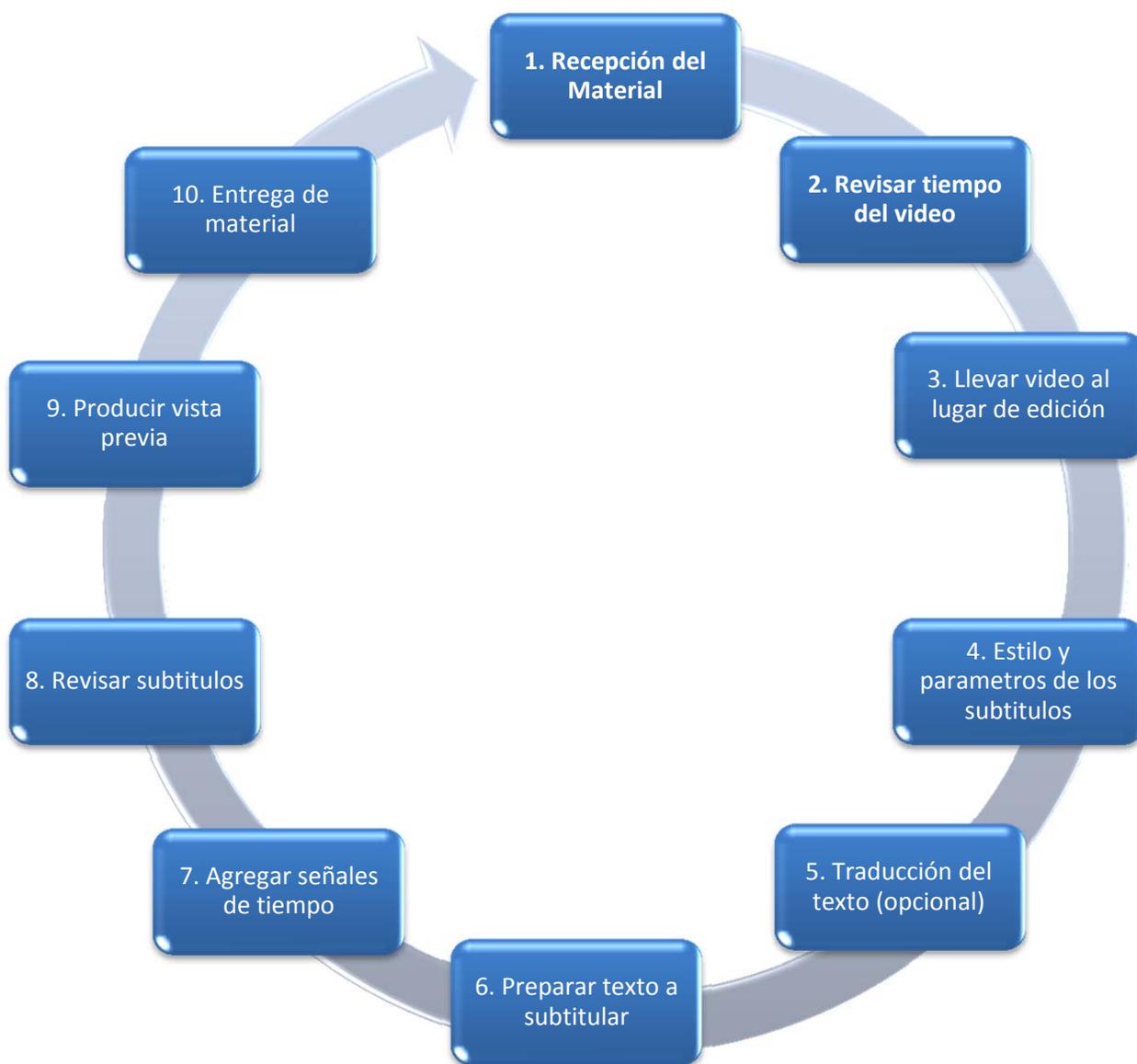
6.2. Proceso de doblaje

El proceso de doblaje consta de ocho pasos esenciales. El primero de estos es la recepción de los materiales, en este paso cabe remarcar que el cliente debe proporcionar la mayor cantidad de información acerca del material a doblar e igualmente los diálogos en su idioma original. En esta etapa se decide el nombre del traductor, adaptador, director, así como las voces para los protagonistas. Seguidamente, se observa el material para hacerle la respectiva traducción. A continuación se procede a dividir la cinta en fragmentos denominados “takes” a adaptar y ajustar los diálogos; el ajuste consiste en poner en boca de los personajes, perfectamente adaptado y sincronizado, el diálogo de la versión doblada; en este paso hay que tener en cuenta la diversidad en el habla de los distintos personajes, según su sexo, edad, educación, nivel cultural, estado civil, condición social, estado de ánimo, etc. Lo siguiente es adjudicar la voz más idónea a cada uno de los personajes mediante un casting para encontrar las voces que más se ajusten a los mismos, estas personas deben ser buenos lectores y tener una excelente dicción. Seguido de esto, se hace la grabación de voces; esta operación tiene lugar en una sala de grabación, completamente insonorizada, donde cada actor es grabado en una pista diferente para facilitar el trabajo posterior de mezcla, la cual es el siguiente paso en el que se unen las voces dobladas con la música, los efectos sonoros y las canciones. En esta etapa se realiza un minucioso visionado durante el cual se van ajustando y compensando los volúmenes entre la música, los efectos y las voces. Luego se hace un control de doblaje donde se realiza una proyección del material audiovisual doblado en la que está presente el cliente, y se toma nota de los fallos (“retakes”) que aparecen. El cliente ve la proyección doblada y da su aprobación o desaprobación. Finalmente, una vez pasado el control de doblaje y rectificadas los errores (si los hay), se prepara el sonido de la versión doblada para enviarlo al cliente.

El proceso de subtitulación para el doblaje (si es necesario, aunque no es muy común) comienza con la recepción del material para subtítular, seguido de esto, se procede a realizar el telecinado, el cual consiste en realizar copias de video como soporte para los trabajos posteriores, a continuación se hace la localización, donde se fijan los códigos de tiempo de entrada y de salida para la posterior inserción de los subtítulos, después se hace

la respectiva traducción y adaptación, posteriormente se hace una simulación con el fin de efectuar las correcciones necesarias, finalmente se hace un último ajuste para cerciorarse que todo sea correcto.

6.3. Diagrama de flujo de la subtitulación



Fuente. Los autores

6.4. Proceso de subtítulaje

El proceso de subtítulaje consta de diez pasos esenciales. El primer paso es recibir el material el cual el cliente quiere que sea subtítulado; este material debe llegar en video, acompañado de los libretos de cada personaje que hace parte en el video; en este punto el cliente dará la mayor cantidad disponible sobre el material y además todas las peticiones de cómo quiere que se le realice el trabajo. Seguido a esto se hace la verificación de referencia de código de tiempo para conocer el tiempo real del video a subtítular, se sigue con la importación o captura del video en el lugar de edición de la empresa. Teniendo esta información se empieza a trabajar con el subtítulaje como tal, siendo el paso a seguir el estilo y parámetros del subtítulaje el cual ya ha sido dado por el cliente en el momento de entregar el video. El siguiente paso si es necesario es hacer la traducción del idioma fuente al idioma de destino; seguido a este se prepara el texto de los subtítulos y después se agregan las señales de tiempo de aparición de los subtítulos. Finalmente los últimos tres pasos son: revisar todo los subtítulos para arreglar los errores que pudieron ocurrir, producir la vista previa y la cinta de salida y por último entregar el archivo con el transporte y el proceso de post-producción.

6.5. Necesidades y requerimientos

6.5.1. Materias primas

Tabla 5. Materias primas

Materias primas	
Doblaje	Subtitulación
CD	CD

Fuente. Los autores

Ya que es un servicio, las materias primas necesitadas son pocas, solo se necesita un estudio de doblaje y CD para hacer copia del producto final

6.5.2. Maquinaria y equipos

Tabla 6. Maquinariay equipo

Maquinaria y Equipo	Función
Computadores	Estos serán de alta gama y contendrán los programas y software necesarios para la realización de la subtitulación y la post-producción del doblaje. Marca: Apple Características: <ul style="list-style-type: none">• 21,5 pulgadas: 2,5GHz• Core i3 de Intel• 1.920 x 1.080 píxeles de resolución

	<ul style="list-style-type: none"> • 4 GB de memoria (2x2 GB) • Disco duro de 500 GB1 • Gráficos Radeon HD 6750M de AMD con 512 MB <p>Marca: Asus</p> <p>Modelo: N73SW-A1</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intel Core i7-2630QM • Memoria RAM 6 GB DDR3 • 640GB disco duro • NVIDIA GEFORCE GT540M 1GB DDR3 • Blu ray DVD RW super multi
--	--

Fuente. Los autores

Tabla 7.Mobiliario

Mobiliario
Archivador (x2)
Escritorio (x4)
Silla (x4)
Mesa Decorativa (x2)
Teléfono (x3)
Cafetera
Sofá
Vasos (x4)

Pocillos (x4)
Canecas de basura (x4)
Tablero
Software para subtitulación (Inqscribe)
Microondas
Computadores (x4)
Extintor
Publicidad
Gastos de constitución

Fuente. Los autores

Tabla 8. Activos

	Activo Fijo	Subcontratado
Computadores	X	
Estudio de Doblaje		X
Archivadores	X	
Escritorios	X	
Sillas	X	
Mesas Decorativas	X	

Fuente. Los autores

Todos los activos son fijos a excepción del estudio de doblaje que será subcontratado.

6.5.3. Recurso humano

Actor de doblaje

Luis Fernando Castillo Piñeres

Actor profesional de doblaje. Experiencia de 1 año en doblaje de producciones audiovisuales y juegos multimedia. Inglés y francés en nivel avanzado.

Actriz de doblaje

Claudia Patricia Mendoza Munevar

Actriz profesional de de doblaje. Experiencia de 8 meses en doblaje de producciones audiovisuales. Inglés, francés y alemán en nivel avanzado.

Editor y subtitulador

Juan Felipe Torres Gil

Ingeniero de sistemas con énfasis en edición de videos. Experiencia de 1 año en edición de videos y 6 meses en subtitulación. Inglés en nivel intermedio alto.

6.5.4. Espacio físico

La oficina estará geográficamente ubicada en el centro de la ciudad, ya que es este punto de la ciudad se encuentran muchas universidades y empresas, cuyos estudiantes y trabajadores respectivamente con nuestros clientes potenciales. La dirección es Carrera 4 # 16-73 y el área total es 45m².

6.5.5. Plano del espacio físico

Figura 8. Plano



La oficina contará con un área total de 45m², cuenta con una cocina/cafetería para los empleados, un espacio destinado para el archivo, área de recepción, baño compartido y área laboral conjunta.

7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

7.1 Misión

Ofrecer servicios de doblaje y subtitulación de producciones audiovisuales que satisfaga las necesidades del mercado con soluciones de alta calidad.

7.2 Visión

Ser, para 2017, la empresa líder dentro de la industria del doblaje y la subtitulación, por su éxito con los clientes, innovación, tecnología y habilidad para competir exitosamente en el mercado nacional e internacional.

7.3 Valores y principios corporativos

Zion Records tiene como valores fundamentales la honestidad, el respeto, la solidaridad y la cordialidad para así lograr la satisfacción del cliente interno y externo.

Los principios fundamentales se basan en el respeto y el espíritu de servicio, en la honestidad en cuanto al manejo de la empresa en todos sus ámbitos, en la cooperación entre todos sus empleados.

7.4 Logo y slogan



Este nombre se escogió debido a que se tiene como símbolo la estrella de David porque estamos inclinados hacia la religión judía, esto sin discriminar que los clientes deban pertenecer a esta. A través de la estrella de David, hay unos rollos de películas que hacen referencia a que se trabaja con este tipo de producciones y también con producciones televisivas.

El slogan es en inglés ya que es un idioma universal y por medio de este se expresa el deseo de llegar a todos los mercados internacionales. Se creó este slogan ya que hace entender a las personas que un mismo mensaje puede llegar a las personas en diferentes idiomas

7.5 Análisis DOFA Zion Records

Tabla 9. Análisis DOFA Zion Records

Análisis DOFA Zion Records	
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Es un empresa que conoce exactamente cuáles son sus clientes potenciales• La calidad de los servicios que ofrece a los clientes	Debilidades <ul style="list-style-type: none">• La falta de experiencia en el mercado• Las instalaciones nos ponen en desventaja ya que son limitadas.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Necesidad de los clientes potenciales por buscar mejores servicios• Darse a conocer con muy buenas estrategias de publicidad• La poca competencia que existe	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• La competencia desleal que se puede presentar en el mercado.• Le inestabilidad económica de las pymes en Colombia

Fuente. Los autores

7.6 Formalización

7.6.1 Requisitos de creación de empresa

Según la revista Dinero, en su edición 119, los pasos para crear una empresa en Colombia son:

- Paso 1:** Verificar la disponibilidad del nombre en la Cámara de Comercio.

- Paso 2:** Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.

- Paso 3:** Firmar escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.

- Paso 4:** Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil (en la Cámara de Comercio de Bogotá)

- Paso 5:** Obtener copia del Certificado de existencia y Representación Legal, en la Cámara de Comercio.

- Paso 6:** Obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional.

- Paso 7:** Abrir una cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.

- Paso 8:** Inscribir libros de comercio ante la Cámara de Comercio.

- Paso 9:** Inscribirse ante la Administración de Impuestos Distritales.

- Paso 10:** Obtener concepto favorable de uso del suelo de Planeación Distrital o la Curaduría Urbana.

- Paso 11:** Inscribir compañía ante Caja de Compensación Familiar, SENA e ICBF.

- Paso 12:** Inscribir la compañía ante una Administradora de Riesgos Profesionales

- Paso 13:** Inscribir empleados al sistema de pensiones.

-Paso 14: Inscribir empleados al sistema nacional de salud.

-Paso 15: Obtener certificado de higiene y sanidad de la Secretaría Distrital de Salud.

-Paso 16: Obtener certificado de Bomberos.

-Paso 17: Notificar apertura del establecimiento comercial a Planeación Distrital (enviar carta por correo)

Fuente: Revista Dinero, Edición 119, año 2000

7.6.2 Impuestos por pagar

Los impuestos que la empresa debe pagar son:

- **Impuesto de Industria y Comercio ICA**
El impuesto de industria y comercio correspondiente a cada bimestre, se liquida con base en los ingresos netos del contribuyente obtenidos durante el periodo. El impuesto complementario de avisos y tableros se liquidará tomando como base el impuesto a cargo total de industria y comercio a la cual se aplicará una tarifa 2 por mil (0,2%) y 10 por mil (1%) del impuesto.
- **Retención en la fuente**
Es un mecanismo para recaudar impuestos anticipadamente. El efecto sobre los impuestos es que en el momento en el que se declara, estos valores podrán ser deducidos del valor total del impuesto.
- **Impuesto de valor agregado IVA**
Es un impuesto a la venta de bienes de consumo. Corresponde al 16% sobre el valor neto de venta.

- Impuesto sobre la renta

Es un impuesto que grava los ingresos de las personas, empresas, u otras entidades legales. Normalmente se calcula como un porcentaje variable de los ingresos de la persona física o jurídica sujeta a impuestos.

7.6.3 Regulaciones aplicables

Plan de prevención de riesgos laborales

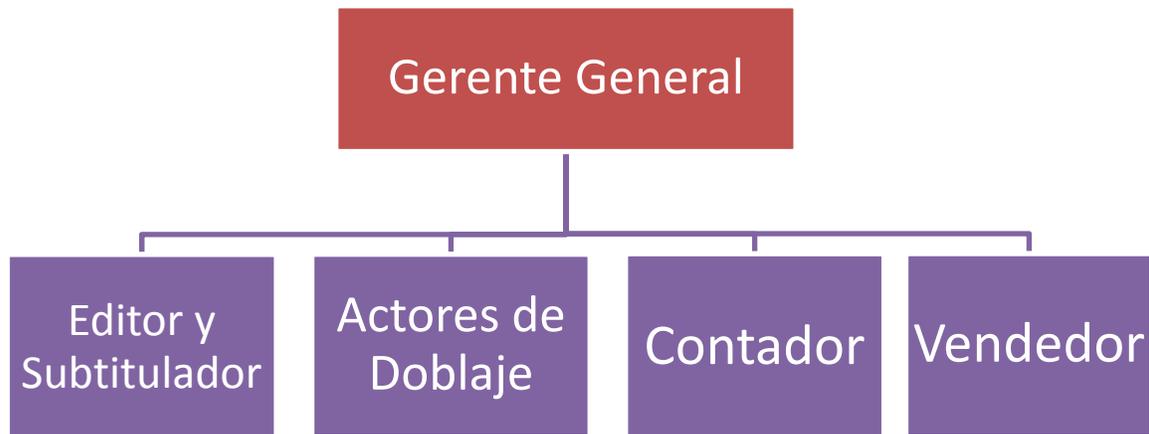
Un plan de prevención de riesgos laborales es un documento que, debidamente autorizado, establece y formaliza la política de prevención de una empresa, recoge la normativa, la reglamentación y los procedimientos operativos, definiendo los objetivos de la prevención y la asignación de responsabilidades y funciones a los distintos niveles jerárquicos de la empresa en lo que se refiere a la prevención de riesgos laborales.

7.7 Estructura organizacional

7.7.1 Organigrama

La estructura organizacional de *Zion Records* es inicialmente pequeña ya que el tamaño de la empresa en el año uno no es muy grande, ya con el paso del tiempo el personal será más abundante. El siguiente organigrama muestra como está estructurada la empresa:

Figura9. Organigrama



Fuente. Los autores

7.7.2 Capital humano

El activo más importante con el cual la empresa cuenta es el capital humano, que se compone de los siguientes trabajadores:

Actor de doblaje

Luis Fernando Castillo Piñeres. Actor profesional de doblaje. Experiencia de 1 año en doblaje de producciones audiovisuales y juegos multimedia. Inglés y francés en nivel avanzado.

Actriz de doblaje

Claudia Patricia Mendoza Munevar. Actriz profesional de de doblaje. Experiencia de 8 meses en doblaje de producciones audiovisuales. Inglés, francés y alemán en nivel avanzado.

Editor y subtitulador

Juan Felipe Torres Gil. Ingeniero de sistemas con énfasis en edición de videos. Experiencia de 1 año en edición de videos y 6 meses en subtitulación. Inglés en nivel intermedio alto.

Administrador

Juan Sebastián Pérez Álvarez. Profesional en lenguas modernas con énfasis en traducción. Manejo de inglés, alemán, francés y hebreo en nivel avanzado. Experiencia de 2 años en administración de negocios y servicio al cliente interno y externo. Habilidades en relaciones internacionales, practicadas por más de 6 años en el exterior.

Contador

María del Pilar Rodríguez Vega. Técnico en contaduría pública. Experiencia de 1 año en contaduría para persona jurídica. Inglés en nivel bajo. Conocimientos avanzados en HELISA.

Vendedor

Marcela Patricia Jarava Prieto. Profesional en lenguas modernas con énfasis en traducción. Manejo de inglés, alemán y francés en nivel avanzado. Gran experiencia en ventas de intangibles. Habilidades en relaciones internacionales, practicadas por alrededor de 1 año en el exterior.

7.7.3 Requisitos y responsabilidades

Actor(es) de doblaje

La función del actor en el doblaje consiste en interpretar y sincronizar la actuación del actor original con la mayor fidelidad a la interpretación del mismo y siguiendo las indicaciones del director de doblaje. Debe ser una persona capaz de seguir indicaciones pero que también aporte ideas para una mejor realización del producto final. Preparación como actor de doblaje en alguna academia o escuela certificada en la enseñanza del mismo. Requiere un alto conocimiento interpretativo, una voz adecuada, una excelente dicción, una perfecta lectura en voz alta, una buena memoria, un profundo conocimiento de las diferentes técnicas de sincronía y mucha práctica en estudios profesionales.

Editor y subtitulador

El trabajo del editor consiste en operar el editor electrónico y seleccionar el material videográfico que construirá el discurso audiovisual por lo que debe contar con conocimientos estéticos necesarios que eleven la calidad de su trabajo. Reordena y selecciona las mejores secuencias y planos que se encuentran dispersas en varias cintas atendiendo al montaje sugerido en el guion. Requiere un alto conocimiento en edición de videos y manejo del software Insqscribe.

Administrador

El administrador es la persona encargada del buen funcionamiento de la empresa a nivel administrativo, económico y personal dentro y fuera de la empresa. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Contador

Es la persona encargada de elaborar la información financiera, examinar y evaluar los resultados de la gestión, analizar los resultados económicos, Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen a la empresa, asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.

Vendedor

Su función principal es hacer conocer la empresa y los servicios que la misma ofrece. Igualmente es su labor realizar un conjunto de actividades que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

7.7.4 Contratos

Todos los empleados estarán contratados por prestación de servicios. Ver anexo 2

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1 Inversión inicial

Tabla 10. Inversión inicial

Inversión inicial	
Ítem	Precio
Archivador (x2)	\$ 1.200.000
Escritorio (x4)	\$ 1.000.000
Silla (x4)	\$ 680.000
Mesa decorativa (x2)	\$ 180.000
Teléfono (x3)	\$ 100.000
Cafetera	\$ 40.000
Sofá	\$ 300.000
Vasos (x4)	\$ 16.000
Pocillos (x4)	\$ 20.000
Papelería	\$ 1.000.000
Canecas de basura (x4)	\$ 20.000
Tablero	\$ 50.000
Software para subtitulación (Inqscribe)	\$ 1.000.000
Microondas	\$ 60.000
Computadores (x4)	\$ 8.000.000
Extintor	\$ 100.000
Publicidad	\$ 2.000.000
Gastos de	\$ 500.000

constitución	
Reserva en efectivo	\$ 5.734.000
TOTAL	\$ 22.000.000

Fuente. Los autores

Tal como lo muestra la tabla número 10, la inversión inicial es de \$ 22.000.000. Este capital provendrá en un 100% de los socios, repartido equitativamente en 50% del socio 1 y 50% del socio 2.

8.2 Proyección de ventas

Tabla 11. Proyección de ventas

Proyección de ventas		
Mes	Unidades vendidas	Valor en pesos
Enero	22	\$ 9.350.000
Febrero	21	\$ 8.925.000
Marzo	37	\$ 15.750.000
Abril	38	\$ 16.150.000
Mayo	52	\$ 22.100.000
Junio	53	\$ 22.525.000
Julio	22	\$ 9.350.000
Agosto	22	\$ 9.350.000
Septiembre	37	\$ 15.750.000
Octubre	38	\$ 16.150.000
Noviembre	56	\$ 23.750.000
Diciembre	52	\$ 22.100.000
Total	450	\$ 191.250.000

Fuente. Los autores

La cantidad de ventas proyectada para el año 1 es de 450 unidades lo cual equivale a \$ 191.250.000

8.3 Costos

8.3.1 Producción

Tabla 12. Costos de producción

Costos mano de producción	
Ítem	Costo
Salario actores de doblaje	\$ 3.000.000
Salario editor y subtitulador	\$ 1.200.000
Salario administrador	\$ 1.200.000
Salario vendedor	\$ 1.200.000
Salario contador	\$ 250. 000
CD	\$ 70.000
Alquiler estudio de doblaje	\$ 2.000.000
Imprevisto y mantenimiento	\$ 400.000
Envíos Enlace Service	\$ 300.000
TOTAL	\$ 9.370.000

Fuente. Los autores

El costo total de producción es \$ 9.370.000

8.3.2 Materia prima

Tabla 13. Materia prima

Materias primas		
Doblaje	Subtitulación	Precio
CD	CD	\$ 70.000
TOTAL		\$ 70.000

Fuente. Los autores

La única materia prima requerida para ambos procesos es los CD, los cuales tienen un costo de \$ 70.000

8.3.3 Servicios públicos

Los servicios públicos que la empresa necesita son:

Tabla 14. Servicios públicos

Servicio	Costo
• Energía	\$ 400.000
• Gas	\$ 15.000
• Internet	\$ 50.000
• Teléfono	\$ 50.000
• Televisión	\$ 50.000
• Agua	\$ 200.000
TOTAL	\$ 765.000

Fuente. Los autores

El costo mensual por estos servicios es \$ 765.000, lo cual genera un costo anual de \$ 9.180.000

8.3.4 Administrativos

Tabla 15. Costos administrativos

Costos administrativos	
Ítem	Precio
Arriendo local	\$ 1.000.000
Energía	\$ 400.000
Agua	\$ 200.000
Teléfono-Internet-TV	\$ 150.000
Café	\$ 15.000
Aromática	\$ 10.000
Papelería	\$ 35.000
Productos de limpieza	\$ 25.000
Mantenimiento página web	\$ 100.000
TOTAL	\$ 1.935.000

Fuente. Los autores

Los costos administrativos equivalen a \$ 1.935.000

8.3.5 Mercadeo

Tabla 16. Costos de mercadeo

Costos de mercadeo	
Ítem	Precio
Publicidad	\$ 400.000
TOTAL	\$ 400.000

Fuente. Los autores

Los costos por concepto de mercadeo equivalen a \$ 400.000

8.4 Estados financieros

8.4.1 Balance general

Tabla 17. Balance general

BALANCE GENERAL		
Activo Corriente		
Efectivo	9.234.000	40.342.500
Cuentas X Cobrar	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0
Total Activo Corriente:	9.234.000	40.342.500
Terrenos	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	9.000.000	7.632.000
Muebles y Enseres Neto	3.360.000	2.849.280
Equipo de Transporte Neto	0	0
Equipo de Oficina Neto	100.000	84.800
Semovientes pie de cria	0	0
Cultivos Permanentes	0	0
Total Activos Fijos:	12.460.000	10.566.080
Total Otros Activos Fijos	306.000	0
TOTAL ACTIVO	22.000.000	50.908.580
Pasivo		
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0
Impuestos X Pagar	0	9.656.003
Acreedores Varios		0
Obligaciones Financieras	0	0
Otros pasivos a LP		0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0
TOTAL PASIVO	0	9.656.003
Patrimonio		
Capital Social	22.000.000	22.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0
Utilidades Retenidas	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	17.932.577
Revalorizacion patrimonio	0	1.320.000
TOTAL PATRIMONIO	22.000.000	41.252.577
TOTAL PAS + PAT	22.000.000	50.908.580

Fuente. Los autores

El total del activo equivale a \$ 50.908.580 y el total del pasivo a \$ 9.656.003 lo que resulta en un patrimonio total de \$ 41.252.577.

8.4.2 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 18. Estado de pérdidas y ganancias al terminar el primer año de operaciones

ESTADO DE RESULTADOS	
Ventas	191.250.000
Devoluciones y rebajas en ventas	13.387.500
Materia Prima, Mano de Obra	116.640.000
Depreciación	2.641.520
Agotamiento	0
Otros Costos	3.600.000
Utilidad Bruta	54.980.980
Gasto de Ventas	4.800.000
Gastos de Administracion	22.020.000
Provisiones	0
Amortización Gastos	0
Utilidad Operativa	28.160.980
Otros ingresos	
Intereses	0
Otros ingresos y egresos	0
Revalorización de Patrimonio	-1.320.000
Ajuste Activos no Monetarios	747.600
Ajuste Depreciación Acumulada	0
Ajuste Amortización Acumulada	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0
Total Corrección Monetaria	-572.400
Utilidad antes de impuestos	27.588.580
Impuestos (35%)	9.656.003
Utilidad Neta Final	17.932.577

Fuente. Los autores

La utilidad neta final para el año 2012 será de 17.932.577 de pesos

8.4.3 Flujo de caja

Tabla 19. Flujo de caja al terminar el primer año de operaciones.

FLUJO DE CAJA	
Flujo de Caja Operativo	
Utilidad Operacional	28.160.980
Depreciaciones	2.641.520
Amortización Gastos	0
Agotamiento	0
Provisiones	0
Impuestos	0
Neto Flujo de Caja Operativo	30.802.500
Flujo de Caja Inversión	
Variación Cuentas por Cobrar	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0
Otros Activos	0
Variación Cuentas por Pagar	0
Variación Acreedores Varios	0
Variación Otros Pasivos	0
Variación del Capital de Trabajo	0
Inversión en Terrenos	0
Inversión en Construcciones	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0
Inversión en Muebles	0
Inversión en Equipo de Transporte	0
Inversión en Equipos de Oficina	0
Inversión en Semovientes	0
Inversión Cultivos Permanentes	0
Inversión Otros Activos	306.000
Inversión Activos Fijos	306.000
Neto Flujo de Caja Inversión	306.000
Flujo de Caja Financiamiento	
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0
Intereses Pagados	0
Dividendos Pagados	0
Capital	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0

Fuente. Los autores

El flujo de caja al terminar el primer año de operaciones muestra que el movimiento neto será de 31.108.500 de pesos

8.5 Indicadores

8.5.1 TIR

La tasa interna de retorno, que muestra la rentabilidad del proyecto, es de **120,95%**. Esta tasa, se calculó teniendo en cuenta una Tasa Interna de Oportunidad del 100% que es la mínima a la que aspiraban los emprendedores. Esto hace que los emprendedores decidan emprender el proyecto.

8.5.2 VAN

El Valor Actual Neto del proyecto es de **3.788.683**. Esto quiere decir que el valor actual de los flujos del proyecto corresponde al valor anterior.

8.6 Conclusiones financieras

- El proyecto es rentable ya que la inversión inicial se recupera en un plazo de 15 meses y manifiesta que los activos de la empresa están en la capacidad de generar valor en la misma, más aún cuando no hubo financiación alguna para ello. Esto se hace evidente al momento de observar la TIR, la cual es de 120,95%.

8.7 Conclusiones

- El trabajo de creación de empresa en el subtitulaje identifica que este campo es un servicio con mucha demanda y proyección en el mercado objetivo debido a la alta demanda que hay y además que los pocos ofertantes no satisfacen en un 100% a sus clientes. La realización del doblaje es de bajo costo, pero altamente rentable.

- En cuanto al servicio de doblaje con el proyecto de creación de empresa se identificó que este servicio es también rentable, ya que tiene una oferta muy poca y además de alto precio para la gran cantidad de demanda que existe. El proceso de doblaje tiene un costo de producción más alto, pero a su vez los clientes potenciales están dispuestos a pagar estos precios con tal de recibir un trabajo excelente.

- El servicio de subtitulaje/doblaje no presenta mucha competitividad en el mercado nacional, aunque existen empresas importantes que lo ofrecen; estas, en la mayoría de los casos, no cumplen con las expectativas de los clientes.

- En el ámbito internacional, Colombia está muy atrasada en la prestación del servicio de subtitulaje/doblaje, a pesar de esto, puede ofrecer el mejor servicio en América Latina debido al acento neutro y al español que se habla, el cuál es considerado el mejor hablado³; esto indica que Colombia podría llegar a ser un potencia en el futuro

³Daniel Samper Pizano (2007). *¿El español de Colombia es el mejor?* Recuperado el 9 de diciembre de 2011 <http://www.danielsamperpizano.com/2007/12/03/%C2%BFel-espanol-de-colombia-es-el-mejor/>

en este campo en el exterior y nosotros como empresa que ofrece este servicio tendremos ganancias muy importantes.

- Debido a la globalización que se está viviendo en Colombia y en el mundo, la realización de subtítulo/doblaje es un servicio en vía de desarrollo cada vez más requerido y usado tanto para las personas del ámbito cultural como para las empresas de todo tipo para promocionar sus servicios.
- Los Tratados de Libre Comercio (TLC) que ha venido firmando Colombia son importantes para el subtítulo/doblaje, debido a las facilidades que se están presentando para hacer negocios y además las inversiones y futuros clientes que traerán otros países.

BIBLIOGRAFÍA

- **Ministerio de educación**
<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-105951.html>
- **Doblaje versus subtitulaje. Comparación traductológica**
<http://www.mogap.net/pmt/AndreaRamirez.pdf>
- **El doblaje**
<http://www.eldoblaje.com/>
- **Bambalinas**
<http://www.bambalinasteatro.com.ar/doblaje1.htm>
- **Cámara de Comercio de Bogotá**
<http://www.ccb.org.co/portal/default.aspx>
- **Centauro Comunicaciones**
<http://www.centauro.com/doblajes/espanol/menu.html>
- **Alter-nos**
<http://www.alter-nos.net/>
- **Amniótica**
<http://www.amniotica.tv/>
- DEL AGUILA, María Eugenia. *EL PROCESO DE DOBLAJE: TAKE A TAKE*. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca. 2005.

- DURO Moreno, Miguel. *LA TRADUCCIÓN PARA EL DOBLAJE Y LA SUBTITULACIÓN*. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid. 2001.
- BUSTOS Sánchez, Inés. *LA VOZ. La técnica y la expresión*. Editorial Paidotribo, S.L. Malaga. 2003.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

Buenos Días.

De antemano le agradecemos por su participación en esta encuesta. Somos estudiantes de la Universidad EAN y estamos aplicando la misma como parte elemental de nuestro proyecto de tesis. Esta encuesta se realiza con fines meramente académicos.

1. ¿Con que frecuencia realiza usted subtitulación/doblaje?

- Una vez al año
- Entre 2 a 6 veces al año
- Entre 7 y 12 veces al año
- Más de 12 veces al año

2. ¿En promedio que duración tiene un trabajo en el que usted requiere subtitulación/doblaje?

- Menos de 30 minutos
- Entre 31 y 60 minutos
- Entre 61 y 120 minutos
- Más de 120 minutos

3. De los trabajos que usted subtitula y/o dobla, que porcentaje son:

Subtitulaciones _____%

Doblajes _____%

4. ¿Qué características debe tener una subtitulación/doblaje excelente?

- Acento neutro
- Fidelidad
- Lenguaje
- Otro (especifique)

5. ¿Con cuales empresas ha hecho estos trabajos?

¿Conoce alguna otra?

6. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los servicios recibidos?

- Totalmente satisfecho
- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

¿Por qué?

7. ¿Cuál de dichas opciones y en qué ocasiones prefiere usted?

Subtitulación, ¿por qué? ¿En qué ocasiones?

Doblaje, ¿por qué? ¿En qué ocasiones?

8. ¿Qué criterios tiene en cuenta a la hora de contratar una empresa de subtitulación/doblaje?

- Puntualidad
- Calidad
- Reconocimiento

- Precios
- Servicios Adicionales ¿Cuáles?

9. ¿En cuáles aspectos, considera usted que se presentan fallas o que debe haber mejoras en los servicios que se ofrecen actualmente en el mercado?

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trabajo de subtitulación/doblaje de 10 minutos?

Muchas Gracias!

Anexo 2. Contrato por prestación de servicios

Contrato de Prestación de Servicios

Entre Zion Records sociedad comercial legalmente constituida y con domicilio principal en la ciudad de Bogotá , quien en adelante se denominará CONTRATANTE, representada legalmente por Juan Sebastián Pérez Álvarez, identificado como aparece al pie de su firma, según certificado de Cámara de Comercio de Bogotá, y por otra parte _____, quien se identifica como aparece al pie de su firma y en adelante se denominará CONTRATISTA, hemos convenido en celebrar un contrato de prestación de servicios profesionales que se regulará por las cláusulas que a continuación se expresan y en general por las disposiciones del Código Civil y Código de Comercio aplicables a la materia de que trata este contrato:

Primera. Objeto. El CONTRATISTA, de manera independiente, sin subordinación o dependencia, utilizando sus propios medios, elementos de trabajo, personal a su cargo, prestará los servicios de_____.

Segunda. Término del Contrato. Este Contrato de Prestación de Servicios se extenderá por un periodo de_____.

Tercero. Honorarios. – El CONTRATANTE pagará al CONTRATISTA por concepto de honorarios _____ (\$_____).

Cuarta. Prorroga. Si vencido el plazo establecido para la ejecución del contrato de prestación de servicios el CONTRATANTE decide ampliar el plazo de vencimiento, se suscribirá minuta suscrita por las partes, que hará parte integral de este contrato.

Quinta. Nuevo servicio. Si finalizado el objeto del servicio contratado, el CONTRATANTE necesita un nuevo servicio del CONTRATISTA, se deberá hacer un nuevo Contrato de Prestación de Servicios y no se entenderá como prórroga por desaparecer las causas contractuales que dieron origen a este contrato.

Sexta. Obligaciones del CONTRATISTA. Son obligaciones del CONTRATISTA: 1. Obrar con seriedad y diligencia en el servicio contratado, 2. Realizar informes mensuales. 3. Atender las solicitudes y recomendaciones que haga el CONTRATANTE o sus delegados, con la mayor prontitud. 4. Permitir que el CONTRATANTE o un delegado haga visitas a las instalaciones del CONTRATISTA o el sitio que esté desarrollando la labor contratada.

Séptima. Garantías. EL CONTRATISTA prestará garantía expedida por compañía de seguros legalmente autorizada en Colombia, o garantía bancaria única que avalará el cumplimiento, calidad y daños causados al contratante y a terceros en ejecución del contrato.

Octava. Obligaciones del CONTRATANTE. Son obligaciones del CONTRATANTE: 1. Cancelar los honorarios fijados al CONTRATISTA, según la forma que se pacto dentro del término debido. 2. Entregar toda la información que solicite el CONTRATISTA para poder desarrollar con normalidad su labor independiente.

Novena. Terminación anticipada o anormal. – Incumplir las obligaciones propias de cada una de las partes, dará lugar a la otra para terminar unilateralmente el Contrato de Prestación de Servicio.

Décima. Cláusula compromisoria. – Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento que por economía será designado por las partes y será del domicilio donde se debió ejecutar el servicio contratado o en su defecto en el domicilio de la parte que

lo convoque. El tribunal de Arbitramento se sujetara a lo dispuesto en el decreto 1818 de 1998 o estatuto orgánico de los sistemas alternativos de solución de conflictos y demás normas concordantes.

En todo caso, este contrato presta mérito ejecutivo por ser una obligación clara, expresa y exigible para las partes.

Este Contrato de Prestación de Servicios se firma en dos ejemplares para las partes en _____ a los _____ (____) días del mes de _____ del _____.

El contratante

C.C.

Representante Legal

El contratista

C.C.

Anexo 3. Proceso de doblaje

1. Recepción de los materiales

El proceso parte del encargo del cliente (propietario de los derechos internacionales de explotación) al enviar el material audiovisual, bien sean películas, documentales, anuncios, etc. para que se doble. El cliente debe proporcionar cuanta información esté disponible sobre el producto que entrega: argumento, protagonistas, duración, modo de recepción del material, tipo de mezclas y donde realizarlas, formato de entrega de la versión doblada, etc. Del mismo modo, debe proporcionar (o en su defecto, habrá que elaborarla) una lista de diálogos finales en el idioma original. Una vez recibido se procede al volcado del material original, que consiste en la conversión de la cinta a un formato más manejable. Al mismo tiempo, en esta etapa se decide el nombre del traductor, adaptador, director, así como las voces para los protagonistas.

2. Visionado y traducción

Primeramente se lleva a cabo un visionado del material y de las copias necesarias para traducción y ajuste. Acto seguido se traduce el trabajo al idioma que se quiere doblar desde el idioma original, apoyándose en la lista de diálogos. Esta traducción debe ser lo más fiel posible al idioma original, pero no excesivamente literal.

3. Adaptación de diálogos o “ajuste”

Antes de adaptar los diálogos, se divide la cinta en una serie de fragmentos denominados “takes” de corta duración. El ajuste consiste en poner en boca de los personajes, perfectamente adaptado y sincronizado, el diálogo de la versión doblada.

El trabajo del adaptador parte de la traducción de los diálogos, adecuando las frases a cada uno de los personajes, guardando una métrica y procurando que los movimientos de los labios coincidan con las palabras que están pronunciando. En el caso de que las frases de la traducción sean más largas que las de la versión original, hay que sintetizarlas, pero siempre tratando de evitar pérdidas en el sentido de la versión original.

Hay que tener en cuenta también la diversidad en el habla de los distintos personajes, según su sexo, edad, educación, nivel cultural, estado civil, condición social, estado de ánimo, etc. Otra de las funciones del adaptador es comprobar el trabajo del traductor, corrigiendo los errores que detecte. El adaptador también se encarga de preparar el diálogo correspondiente a los ambientes, que resultan de las escenas donde se escucha un murmullo de personas de fondo, pero donde también hay frases que se entienden perfectamente. Estas frases se preparan para grabar en sala e insertar en la mezcla. Cuando en la película hay escenas habladas en una segunda lengua y deben quedar tal cual en la versión doblada,

estas frases se toman directamente de la B.I. a la hora de la mezcla y el adaptador se limita a preparar los subtítulos, en el caso de que se requieran.

4. Casting

Adjudicar la voz más idónea a cada uno de los personajes es algo imprescindible. Para esta operación se toma siempre como referencia la voz original. Se realizan el casting intentando encontrar aquellas voces que más se ajusten a los personajes y que sean capaces de hacer una interpretación adecuada al tono dramático deseado, además de ser buenos lectores y tener una excelente dicción. Generalmente, el director o productor de la película es quien solicita las pruebas de voz indicando los diferentes fragmentos de la película que considera más adecuados para las mismas. Se procede entonces a la preparación de las pruebas de voz, adaptando el diálogo correspondiente a los fragmentos seleccionados y se graba con tres, cuatro o cinco voces distintas. Finalmente se envía una cinta a quien solicitó las pruebas, con los fragmentos de imagen hablados en original y, a continuación, esos mismos fragmentos doblados al idioma de la nueva versión por las diferentes voces seleccionadas.

5. Grabación de voces

Esta operación tiene lugar en una sala de grabación, completamente insonorizada, donde cada actor es grabado en una pista diferente para facilitar el trabajo posterior de mezcla. Debe indicarse a los actores lo que tienen que hacer, lo que deben decir y cómo, los tonos, las inflexiones, los matices de voz, si tienen que adelantar o atrasar alguna frase, dónde deben hacer una pausa, respetar las labiales, etc. Una vez terminada la grabación de todos los takes el director, antes de darlo por bueno, escucha lo grabado junto con la imagen para comprobar que la sincronía e interpretación quedaron bien.

6. Mezclas

Una vez concluida la grabación de voces en sala y revisadas las correspondientes B.I. para asegurarse de que las músicas y efectos están compensados, el técnico de sonido va engarzando los diálogos con la música y los efectos sobre un soporte de disco duro.

En esta etapa se realiza un minucioso visionado durante el cual se van ajustando y compensando los volúmenes entre la música, los efectos y las voces. Si es necesario, también se incorporan efectos como ecos o reverberaciones, ecualizaciones, etc. La mezcla se hace por bobinas que constan cada una de dos rollos. El técnico de sonido comienza su trabajo viendo, en versión original, la imagen de la bobina a mezclar para darse cuenta de todos los niveles y detalles de la banda sonora. Una vez visionada la imagen, vuelve a proyectarla esta vez muda y cambia el sonido original por la mezcla de la versión doblada que en ese momento comienza a preparar.

7. Control de doblaje

Finalizada la mezcla, se procede a pasar el control de doblaje en "interlock". Para el control de doblaje se realiza una proyección del material audiovisual doblado en la que está presente el cliente, y se toma nota de los fallos ("retakes") que aparecen. El cliente ve la proyección doblada y da su aprobación o desaprobación. Una vez terminado el control de doblaje, los "retakes" de diálogo se graban de nuevo y se incorporan a la mezcla mientras que si son errores de mezcla, se limitan a corregirlos en esta.

8. Entrega de sonido

Una vez pasado el control de doblaje y rectificadas los errores (si los hay), se prepara el sonido de la versión doblada para enviarlo al cliente o bien al laboratorio directamente.