



TÍTULO

**MODELO DE MI EMPRESA DE
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN PANAMÁ**

AUTORA

Elizabeth Mercedes Arona Castillo

Director
Tutor
Curso
ISBN

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2010

Tomás Bethencourt Machado

Manuel Santamaría Llamas

VIII Máster Universitario en Comunicación

978-84-694-0228-3

©

Elizabeth Mercedes Arona Castillo

©

Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.5 España.

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciadador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
SEDE IBEROAMERICANA SANTA MARIA DE LA RÁBIDA
HUELVA, ESPAÑA**

**VIII MASTER UNIVERSITARIO:
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN, PRODUCCIÓN DE
TELEVISIÓN: GÉNEROS, TECNOLOGÍA, MERCADOS Y
PROCESOS.**

**Título de la Tesis:
"MODELO DE MI EMPRESA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
EN PANAMÁ"**

**Director:
Dr. Tomás Bethencourt Machado**

**Tutor:
Magíster Manuel Santamaría Llamas**

**Autora:
Elizabeth Mercedes Arona Castillo**

**Para optar al Título
de Magíster en
Comunicación**

2009

Pensamiento

*“ Los grandes espíritus siempre encontrarán oposición
violenta de las mentes mediocres”.*

Albert Einstein

*“Recuerda que cualquier momento es bueno para comenzar
y que ninguno es tan terrible para claudicar. No olvides
que la causa de Tu presente es Tu pasado
así como la causa de Tu futuro será Tu presente.”*

Pablo Neruda

Dedicatoria

Con mucho cariño y afecto dedico esta investigación a los seres más importantes de mi vida a mi madre, ***Elia Elizabeth Castillo***, y a mi padre, ***Gilberto José Arona***, quienes siempre han estado presente en los caminos del bien, guiándome para seguir adelante.

A mis hermanos ***Gilberto*** y ***Edwin Arona Castillo***. A mi sobrino adorado, ***Edwin A. Arona Botacio***, a ti dedico esta investigación para que sigas los caminos de la sabiduría y los conocimientos académicos.

Igualmente dedico esta investigación magistral a una persona muy especial que con su paciencia y cariño me acompañó en cada reto y lo asumí como propio, a mi maestro y principal tutor de esta investigación, ***Magíster Manuel Santamaría Llamas, Q.E.P.D.***, ya que sin sus sabios consejos y tolerancia no hubiese sido posible que diéramos por terminado esta parte tan importante de toda profesional ser diplomada como ***"MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN"*** , sé que donde Tú estas me estas enviando toda la fortaleza y sabiduría para seguir adelante.

Agradecimientos

Un eterno agradecimiento, al Doctor ***Gustavo García de Paredes***, rector de la Universidad de Panamá, por brindarme la oportunidad de viajar tan lejos y cumplir un sueño tan esperado estudiar y titularme como Magíster en Comunicación Social en la Universidad Internacional de Andalucía en España.

De igual manera al ex Director de la Dirección de Cooperación Internacional y Asistencia Técnica de la Universidad de Panamá, Dr. ***Aristides Gómez***, quien nos guió para aplicar en la beca completa en Comunicación. De manera mi eterno agradecimiento a la profesora ***Vielka de Escobar***, actual directora de la DICIAT, quien nos ofreció su confianza, amistad y cooperación para ser posible este sueño. Al equipo de trabajo, del DUNIVEM y de la DICIAT, mil gracias por su apoyo.

De manera muy especial agradezco a mi asesor académico el Dr. ***Tomás Bethencourt***, todos los momentos que compartimos en la Rábida, gracias por su amistad y confianza.

Con el mismo significado de gratitud y agradecimiento, al profesor ***Juan Carlos Del Valle Suárez***, por sus conocimientos, el tiempo, la dedicación, el esfuerzo y la paciencia que tuvo para guiarme hasta el final de esta investigación y hoy verla ya culminada.

A todo el personal administrativo y docente de la UNIA, por su esmero y dedicación en los meses que estuve hospedada en este centro educativo superior de Andalucía- España- gracias por las atenciones, por sus visitas, las giras y los buenos tratos que nos dieron durante nuestra estancia como becaria del curso de ***Maestría en Comunicación, Producción de Televisión: Géneros, Tecnología, Mercados y Procesos.*** Esos momentos son inolvidables, a Ustedes , nuevamente, Mil gracias.

De igual manera mi eterno agradecimiento al cuerpo docente de la Maestría, gracias por brindarnos sus conocimientos académicos y prácticos en materia de televisión, géneros, mercados y procesos fueron de gran valor.

Finalmente, a todos aquellos que de una forma u otra participaron y dieron su granito de arena para la terminación de esta investigación científica.

***Elizabeth Mercedes Arona Castillo
Panamá, República de Panamá
2009***

Introducción

La diversificación de los canales de comunicación, como consecuencia de la transición analógica a digital es un fenómeno en plena vigencia en todo el mundo. La televisión vive este proceso de manera intensa, un buen ejemplo es la televisión digital terrestre que necesita nuevas estructuras y nuevos métodos de trabajo en la producción audiovisual para poder cubrir el notable incremento de la demanda. Se suma además el enorme mercado de productos audiovisuales a través de los soportes de multimedia e internet.

El papel del productor como principal motor en el desarrollo del proceso televisivo y radial es importante. El factor creativo, tecnológico, de organización interna y los diversos cambios han permitido que el productor cambie nuevas posibilidades, nuevos formatos y nuevas exigencias del público acompañadas de mayor competencias y mayores exigencias de resultado económico.

La televisión, la radio y la producción audiovisual, se concreta en programas, en contenidos que a pesar de los múltiples cruces e híbridos, siempre pertenecen a un género con especiales características en su producción y distribución. La producción es una constante evolución es por ello que hay que innovar y cambiar de actitud y transformación tanto en lo académico como en la práctica.

La intención que nos proponemos en este trabajo de investigación es la creación de una empresa en Panamá con el fin de darle prioridad a los nuevos profesionales de la comunicación en Panamá. Todo los que somos emprendedores tenemos interés de poner nuestro propio negocio, generar nuestro propio empleo que hoy existe y posiblemente mañana no y sobre todo, tener seguridad, estabilidad laboral y ganancias. Para estos hay que calcular riesgos, que encierra colocar una propia empresa y encausan su espíritu emprendedor en el marco de éxito: ***"Montar su propia empresa apoyada en sus habilidades personales para producir el bien o el servicio" , "Éxito que va acompañado del conocimiento previo de lo que realmente puede hacer y administrar"***.

Las oportunidades empresariales surgen de muchas maneras, formas y modos diferentes en base a problemas, necesidades y cambios producidos en el mercado. Algunas personas tiene un talento especial para identificar y generar ideas de productos y servicios con una gran facilidad. Otras conciben la manera de hacer dinero a partir de una idea que han leído en un periódico u oído a un amigo o conocido.

El motor de crecimiento en las empresas emprendedoras está en reconocer las oportunidades y moldearlas para que la empresa sea capaz de aprovecharlas y explotarlas. Las metas ambiciosas requieren de una gran creatividad. Requieren emprendedores originales. Requieren emprendedores con habilidades especiales para convencer a los inversores, a los clientes, a los empleados de su organización, a los proveedores.

La creación de empresas es el principal impulso de cualquier economía. Se necesitan mujeres y hombres capaces de asumir el riesgos, de ilusionarse y de comprometerse en este apasionante mundo. Yo puedo ser uno de ellos, es por ello que sometemos a su consideración la presentación de una Propuesta Comunicacional.

En el primer capítulo nos referimos al estudio metodológico ineludible para cualquier trabajo de investigación científico. El capítulo se explica por sí solo; se fortalece con el planteamiento del problema, la justificación del trabajo, los objetivos que se persiguen, el alcance, las limitaciones y proyecciones del estudio.

El segundo capítulo detallamos la importancia conceptual – académica de la empresa, la visión, misión así como la estructura organizativa que es muy importante mencionarla para la creación de la misma. De igual forma no podemos dejar de mencionar, el aspecto teórico de la producción audiovisual.

En el tercer capítulo realizamos un análisis de los medios de comunicación a nivel general. Así como de igual forma mencionamos un directorio de empresas nacionales que alcanzan un nivel nacional e internacional a producción audiovisual se trata.

En el cuarto capítulo proponemos una propuesta empresarial de comunicación audiovisual de la creación de una empresa audiovisual independiente basado en las normas y reglamentos exigido por nuestro país – Panamá,- esperamos que sea de interés para los miembros profesores que analizarán nuestro pequeño estudio.

Resumen

La Tesis Magistral titulada, **“Modelo de mi Empresa de Producción Audiovisual en Panamá”**, para optar al Título de Maestra en Comunicación, tiene como objetivo primordial, el desarrollo de la Gestión Administrativa y de Producción de una Empresa Audiovisual en la República de Panamá. Dentro de este punto, lo más importante es, señalar que para crear una empresa productora en materia de comunicación, su función es tener presente los factores de riesgos a causa de lo interno y externo y la responsabilidad que se debe tener, y sobre todo, ser tenaz y perseverante para lograr el éxito; saber administrar es un esfuerzo adicional necesario, para llegar a la meta.

La investigación que presentamos, a Ustedes, se trata de una idea del y la elaboración de un Plan de Negocio que igualmente consiste en la forma de organización de una empresa y los recursos necesarios para ponerlo en práctica. Actualmente en Panamá existen más de quince empresas de producción audiovisual independiente lo que nos señala que la competencia es **“Brava”** para entrar en el mundo de la tecnología comunicacional y la producción. En inicio, los objetivos de la empresa son simples y claros; en el comienzo, sobrevivir, después obtener beneficios y finalmente, crecer como empresa este es nuestro norte como emprendedora.

El motor de crecimiento en las empresas emprendedoras está en reconocer las oportunidades y moldearlas para que la empresa sea capaz de aprovecharlas y explorarlas. Las metas ambiciosas requieren una gran creatividad. Requieren emprendedores originales. Requieren emprendedores con habilidades especiales para convencer a los clientes y proveedores, a los empleados de la organización; se requieren de gran fuerza mental para organizar una empresa y sobre todo se requieren de sacrificio y coraje.

Summary

The Magisterial qualified Thesis, "***Model of my Company of Audio-visual Production in Panama***", to choose to the Title(Degree) of Teacher in Communication, has as basic aim(lens), the development of the Administrative Management and of Production of an Audio-visual Company in the Republic of Panama. Inside this point, the most important thing is, to indicate that to create a producing company as for communication, his(her,your) function is bear in mind the factors of risks because of the internal and external thing and the responsibility that is necessary to to have, and, be especially tenacious and persevering to achieve the success; to be able to administer is an additional necessary effort, to come to the goal.

The investigation(research) that we sense beforehand, to You, treats itself about an idea of and the production(elaboration) of a Plan of Business that equally consists of the form of organization of a company and the resources necessary to put it into practice. Nowadays in Panama there exist more than fifteen companies of audio-visual independent production what indicates to us that the competition is "Brave" to enter the world of the communication technology and the production. In beginning, the aims(lenses) of the company are simple and clear; in the beginning, to survive, later to obtain benefits and finally, to grow as company this one is our north as(like) enterprising.

The engine of growth in the enterprising companies is in recognizing the opportunities and to mold them in order that the company is capable of taking advantage of them and to explore them. The ambitious goals need a great creativity. Original entrepreneurs need. Entrepreneurs need with special skills to convince the clients and suppliers, to the personnel of the organization; they are needed of great mental force to organize a company and especially they are needed of sacrifice and courage.

RESUMEN.....	1
SUMMARY.....	2
1. CONTEXTO, OBJETIVOS Y ALCANCE	5
1.1. ANTECEDENTES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN PANAMÁ.....	5
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	18
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	18
1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.7. PROYECCIÓN.....	20
2. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LA EMPRESA.....	21
2.1. CREANDO MI EMPRESA.....	24
2.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	25
2.2.1. ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	25
2.3. GESTIÓN DE EMPRESA: VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA.....	27
2.4. EL ORGANIGRAMA EMPRESARIAL	28
2.5. CLASES DE ORGANIGRAMA.....	30
3. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	31
3.1. MÉTODO EMPÍRICO EN PRODUCCIÓN	42
3.2. MÉTODO PLANIFICADO.....	44
3.3. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	45
3.4. LA UBICACIÓN O LUGAR PARA GRABAR UNA PRODUCCIÓN.....	45
3.5. LA POSTPRODUCCIÓN	46
3.6. TIPOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PRODUCCIONES.....	46
3.6.1. <i>Producción Propia o Producción Interna:</i>	46
3.6.2. <i>Coproducciones:</i>	47
3.6.3. <i>Producciones Asociadas:</i>	47
3.6.4. <i>Producción Ajena</i>	48
3.7. ELEMENTOS BÁSICOS-TÉCNICOS DE UNA PRODUCCIÓN.....	48
3.7.1. <i>Fases de la Producción</i>	50
3.7.2. <i>Géneros de la Producción Audiovisual</i>	51
4. ANÁLISIS DE MEDIOS AUDIOVISUALES.....	54
4.1. EL CINE Y LA TELEVISIÓN	55
4.1.1. <i>La Industria Productora de Cine y Televisión</i>	57
4.2. LA RED INTERNET Y LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	66
5. LA PROPUESTA.....	68
5.1. RESUMEN EJECUTIVO.....	68
5.2. LA ORGANIZACIÓN DE MI EMPRESA.....	71
5.3. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	74
5.4. OBJETIVO GENERAL.....	74
5.5. VISIÓN	75
5.6. MISIÓN.....	75
5.7. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	75
5.8. LEGISLACIÓN QUE VINCULA EL ESTUDIO.....	75
5.9. METODOLOGÍA.....	75
5.10. PERFIL ACADÉMICO	75
5.11. CLIENTE POTENCIALES	76

5.12.	CARACTERÍSTICAS DEMANDADAS AL SERVICIO.....	76
5.13.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	76
5.14.	OFERTA.....	77
5.15.	COMPETENCIA.....	77
5.16.	ESTUDIO TÉCNICO.....	77
5.16.1.	<i>Tamaño</i>	77
5.16.2.	<i>Justificación del Tamaño</i>	77
5.16.3.	<i>Localización</i>	78
5.16.4.	<i>Oficinas Administrativas</i>	78
5.16.4.1.	Tecnología.....	78
5.16.4.2.	Equipamiento.....	79
5.17.	ESTRATEGIA DE GASTO.....	80
➤	<i>Costos Directos</i>	80
➤	<i>Costos Indirectos</i>	81
➤	<i>Gastos Directos de Operaciones</i>	81
5.18.	CAPITAL DE TRABAJO.....	82
5.19.	INVERSIONES DIFERIDAS.....	82
5.20.	IMPREVISTOS.....	82
5.21.	ESTRATEGIA DE GASTOS:.....	83
5.21.1.	<i>Gastos Fijos</i>	83
5.21.2.	<i>Inversión</i>	84
5.21.2.1.	Inversión en Activos Fijos:.....	85
5.21.2.2.	Costo de Estudio del Proyecto.....	86
5.21.2.3.	Equipos Varios.....	86
5.21.2.4.	Detalles de las Inversiones en Capital de Trabajo.....	87

1. Contexto, Objetivos y Alcance

1.1. Antecedentes de la Producción Audiovisual en Panamá.

La producción nacional se inició con el nacimiento de la primera televisión panameña, en el año de 1960, cuando nace RPC Televisión- canal 4. Para esa época la programación diaria era enlatados en formatos en vivos. Los comerciales se daban de manera directa en video tape o cintas de grabación, de 35 mm y para noticias en 16 mm.

Las transmisiones eran previamente grabadas en los estudios con la participación de artistas y locutores especializados, quienes deberían memorizar los libretos para dramatizarlos, a fin de ajustarse al tiempo. Estos mismos locutores y artistas participaban en los programas de producción nacional, gracias a la experiencia lograda en la radio.

Es preciso recordar que nos referimos a la década del ´60, cuando la televisión era en blanco y negro y no existía el satélite. Sobre el particular algunos estudiosos del tema, se expresan así:

“Mientras la producción nacional realizaba variados programas para toda la familia: “La Cocina en Televisión” a cargo de la señora Graciela de Wong; las Letras Juegan y Urraca Paga” conducido por Harry Iglesias; “Estudio 1”, un programa dramático que se transmitía los sábados y que contaba con la participación de los más destacados locutores de la época; Juan Antonio Tibeau, Eneida Valdés, Linda Médica, Albis CrossWhite, Harry Iglesias, Ramón García De Paredes y Ernesto Otero, entre otros; “La Mujer Opina”, “Hitazo Royal”; “Juan Carrete y Media Micha”; “Butaca Número 1”, que era un programa de teleteatro con Ramón García De Paredes, Carlos Reyán, Alberto Arbesú, Gladis Vidal, Arcedilia Mosquera, las hermanas Almadey, Rafael Chatreaux y otros; “Cazando Estrellas”, un programas del que salieron artista de la talla de Cutito Larrinaga y Anayansi y que era conducido por “Victor Martínez Blanco”, “Los Alegres del Tres”, que se transmitía todos los mediodía y era conducido por Ramón García De Paredes, Silvia De Grasse y otros animadores; “Algo Bueno”, que se realizaba con el aporte de los cigarrillos Chesterfield y en que participaba la orquesta de Clarence Martín”¹

¹VILLA REAL, E. Alonso. (1990) Producción Televisiva Nacional del Canal 13. Tesis Universidad Santa María La Antigua, Panamá, República de Panamá. 200 páginas

Cabe destacar que las producciones nacionales fueron realizadas por panameños, pero con una gran participación de artistas cubanos que llegaron a Panamá a partir de los años 60, debido a la revolución encabezada por Fidel Castro. Entre los cubanos que dieron un gran aporte a la producción radial y televisiva fueron Alberto Arbesú, Blanquita Amaro, Armando Roblán, Rolando Barral y Leopoldo Fernández (Tres Patines), quienes hicieron un aporte significativo en la producción nacional en los géneros de entretenimiento, novelas radiales y presentaciones musicales.

A raíz de la participación de los artistas internacionales se incorporaron algunos programas como Perry Mason, La Ley del Revolver, Bat Masterson, Yo quiero a Lucy, Bonanza, Héroes de Hogan, Hawai 5-0, Los intocables, Dallas, Yo Claudio, Kojak, El Hombre Increíble, novelas como Viviana, Simplemente María, Angelitos Negros, El Derecho de Nacer, Los Ricos también Lloran, entre otras, y en finalmente en entretenimiento, Chespirito y la Carabina de Ambrosio y otras producciones que dieron a la televisión panameña el primer lugar en audiencia.

En la actualidad la producción de las televisoras panameñas son las siguientes: ***TVN- Canal 2***

- Ellas y Tú con Ana Gabriela – Fashion y cocina.
- Vive la Música 2007-
- Hecho en Panamá
- 100 Panameños Dicen

- Poveda, Show Jo
- La Cáscara
- Qué Tal si te Digo

Producción Nacional de RPC- Canal 4

- Debate Abierto

Producción Nacional de FETV- Canal 5

- Sin Matices
- Contigo
- Cool Zone
- Agro TV
- Crecede Ideas
- Asunto de Todos
- Cuidando el Planeta 3
- La Roca
- La Voz del Pastor

Producción Nacional TELE –7

- Mini TV
- El Show del Zapato Rojo
- K-nes y Algo más

Producción Nacional – Canal 9

- Más Deportes
- El Bunker
- Gol Max

- Béisbol Max

Producción Nacional Canal 11

- Recordar es Vivir
- 3 Veces Joven
- Habla y Te Salvas
- Panamá en el Mundo
- Radar PTY
- Mirada Alternativa
- Arte Calle
- Ecoaventura
- La Carrera
- Cinemanía
- Miradas
- Kerigma de Amor
- Estilo Urbano
- Zona 3 TV
- Grandes en Concierto
- Zona Franca
- Letra Viva
- Q´Sopa
- Sólo buenas noticias
- Todo en Deporte
- Noche de Salsa

- Vive Más
- Sumando Voluntades
- Contamos Contigo
- El Grillo en Pantalla
- Sertv Noticias
- Portada
- Perfiles
 - ***Cápsulas:***
 - Quiero Ser Artista
 - Agenda Cultural
 - Ser Precavido
 - En Plenitud
 - Agenda Estudiantil

Producción Nacional Canal 13

- Tu Mañana
- Código 4
- TV Trastadas
- Así es mi Tierra
- Parecen Noticias
- Los Compadres
- Bailando por un Sueño
- Cuna de Acordeones
- Realmente Bella

Producción Nacional Canal 21

- El Zaperoco
- Noticiero Diario RCM
- En Directo
- Encontremos Soluciones
- Antes la Prensa
- La Otra Cara
- Punto Critico
- Bolsa de Gato
- Al ritmo del Gol
- De Fútbol
- De interés con Marielis García
- Noticiero Chino
- Con Sabor Interiorano

Producción Nacional Canal 23

- En la Chantín
- Los 23 del 23
- Interactivo
- El Spot
- Pronóstico Plus 23

Producción Nacional Canal 37

- Hosanna Visión

1.2. *Planteamiento del Problema*

El crecimiento desproporcionado de la industria televisiva, por un lado, y el desequilibrio existente del recurso humano capacitado en materia tecnológica, por el otro, plantea una real problemática comercial –académica, digna de ser analizada e investigada, a fin de presentar alternativas viables y factibles. Finalmente, se incluye la problemática de producción, de su eficiencia tanto en productividad por el buen uso de los nuevos medios de producción como por la calidad técnica de las producciones.

La República de Panamá, un Estado soberano e independiente con una posición geográfica privilegiada, cuya franja canalera le permite conectarse comercial y culturalmente con el resto del mundo, está en condiciones de dar respuesta a la problemática tecnológica, comercial y de producción audiovisual.

La evolución histórica de la comunicación ubica al istmo de Panamá en una vía obligatoria de conexión entre el viejo mundo-Europa, y el nuevo mundo América. Desde el Camino de las Cruces, en la población de Portobelo, para transportar el oro procedente de la América India, hacia España, hasta la ruta marítima del Atlántico y Pacífico codiciada por franceses e ingleses, Panamá sigue siendo comercial y económicamente el país de América Latina más codiciado para los negocios.

La vía interoceánica, construida en agosto de 1914, tras la separación de Panamá de Colombia el 3 de noviembre de 1903, presenta al mundo nuevas alternativas comerciales, convenios y acuerdos internacionales que permiten inversión de capital privado, apertura de nuevos mercados y una estabilidad democrática.

La República, de acuerdo al Banco Internacional de Desarrollo (BID) y la Unión Europea reúne todos los requisitos para el desarrollo de comercios internacionales, por contar con la estabilidad monetaria y poseer un centro financiero internacional de gran prestigio y seguridad económica.

La formación de una empresa, mas bien micro empresa de orden audiovisual contribuiría enormemente a vincular las bondades de los recursos naturales del país con el mundo internacional que potencia la industria sin chimenea, el turismo, así como cualquier otra que este en la línea de la comunicación.

La producción y la organización de audiovisual en una micro empresa no es diferente en Panamá a la España o cualquier otro país europeo o latinoamericano. La tecnología, en la actualidad considerada de punta es aplicable a todo por igual. En tanto el recurso humano si debe capacitarse y tomar las experiencias logradas de los países más avanzados.

El interés que pueda haber en una producción audiovisual dependerá en gran medida del tipo de cliente que nos solicite y el mercadeo que se haga para la presentación o promoción del producto. El mismo puede ser comercial, noticioso o humano si de política se trata. En todo caso, siempre va a depender del insumo.

En Panamá, la situación actual en materia audiovisual y de las empresas productoras de televisión han expresado que requieren tener una mayor participación en los mercados audiovisuales ofreciendo el mejor servicio a sus posibles clientes.

La industria de la producción televisiva en los últimos años ha provocado cambios extraordinarios en cuanto a producción se refiere en telenovelas, programas formales e informales, entretenimiento, educativo entre otros.

Por su calidad debe ser eficiente para salir a competir con grandes empresas nacionales e internacionales, buscando así adaptar las necesidades y deseos de los consumidores, para lograr posicionarse en el mercado meta.

El modelo de una empresa productora audiovisual en Panamá, es una propuesta de comercialización empresarial, con objetivos claros y planes establecidos sabiendo que a ciencia cierta están compitiendo con los grandes mercados audiovisuales, a fin de restarle expansión a los oligopolios y los monopolios.

Antes esa realidad nacional, innovar en un tema como que nos ocupa, abrirá nuevas oportunidades al sector de la comunicación. La amplitud de este mercado incluye, en su teoría el aspecto académico y educativo, mientras que en el campo técnico deja abierto un compás para lo pragmático, lo empírico y la capacitación es decir la educación no formal-continua.

1.3. Justificación de la Investigación

Tras el planteamiento del problema que integra la comunicación audiovisual con la realidad económica de la República de Panamá, por una parte, y la relación internacional del país con sus vínculos de Tratados, Convenios y Acuerdos por el otro, es inminente abordar otros de los tentáculos de la libre economía, la globalización.

La rigidez creciente del sistema que ha contribuido ampliamente a exacerbar las contradicciones socioeconómicas al suprimir la mediación entre el poder económico y la atención a los mas necesitados. Es decir, los países del primer mundo industrializados con su poder de expansión marginan el crecimiento económico de los países mas pequeños.

La puesta en marcha de la globalización, el impacto de las telecomunicaciones, la demanda de la información, y de la ciber información, así como la digitalización han obligado al sistema de comunicación a

transformarse y a mejorar la producción audiovisual utilizando los soportes multimedia e Internet.

Muchas veces hemos subrayados que las tendencias a la programación económica, a la globalización de los problemas económicos y de las reivindicaciones sociales, afectan no solamente a los países pequeños sino igualmente a las pequeñas empresas.

Los constantes cambios en la innovación tecnológica y la reducción del ciclo de reproducción del capital fijo obligan al sistema capitalista amortizar las inversiones y a efectuar autofinanciamientos antes la imposibilidad del Estado.

Productos de los análisis económicos, sociales y políticos surge la nueva tendencia de productividad y competitividad, originarias de la globalización. Justificar esta investigación para llegar a elaborar un proyecto empresarial de comunicación audiovisual conlleva esta en conocimiento de la realidad económica que moviliza economía mundial.

La competitividad y productividad permite la creación y crecimiento de pequeñas empresas, igualmente la generación de nuevos empleos, la puesta en marcha de nuevas inversiones, así como la apertura de mercados innovadores para atender la creciente demanda de servicio. El trabajador asalariado se convierte en mini empresario y a su vez crea oportunidades a compañeros que se convierten en colaboradores.

En Panamá existe en la actualidad un centro nacional de competitividad, creado por el Gobierno Nacional para generar inversiones tanto nacional como internacionalmente, en el que participan los Ministerios de Comercio e Industria, Economía y Finanzas, Educación y Trabajo. A la par de las gestiones gubernamentales se practican los modelos económicos sugeridos por el Banco Interamericano de Desarrollo, la Comunidad Europea y el Fondo de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La actualización de nuestro trabajo de grado magistral, surge con la simultaneidad del Plan de Desarrollo Nacional que incluye los trabajos de Ampliación del Canal de Panamá con su generación de nuevos empleos por un período de siete (7) años y la captación de mayores divisas productos de los fletes de los famosos barcos Panamax.

Otro novedoso sistema de mejoramiento económico lo constituye la creación de un Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano. Este ente tripartita, novedoso reúne a empresarios, trabajadores y representantes del Gobierno Central para trabajar en una agenda de acciones necesarias para facilitar e incrementar la capacitación de panameños y panameñas que han de ingresar al mercado laboral.

Lo fundamental del novedoso sistema, el cual le da autonomía al Instituto, es elevar la productividad, fomentar la microempresa, generar nuevos empleos para el logro de un crecimiento económico del país y hacerle

frente a la competitividad nacional e internacional como respuesta a la globalización.

En términos generales, la investigación presenta los componentes de la realidad nacional de cualquier país, como lo son: su economía, su recurso humano, su relación contractual- laboral con la participación de gobierno, empresa privada y trabajadores organizados.

1.4. Objetivos de la Investigación

Por muchos años la República de Panamá estuvo en la incapacidad de responder a las urgentes demandas de crear empresas en materia de comunicación llámese exclusivamente televisión y agencias de publicidad para la producción de audiovisuales.

El 14 de marzo de 1960, se instala el primer canal de televisión nacional en territorio nacional de una empresa nacional. Surge la Corporación Panameña de Radiodifusión con el denominado Canal 4 de Televisión con transmisión a nivel nacional producto de la experiencia de la radiodifusión llamada RPC- Canal 4.

Las televisoras en Panamá han tenido cambios muy acelerados en materia de corporación audiovisual; es decir, el Canal 4 y 13 forma parte de una Corporación de Medios de Comunicación que recibe el nombre de Medios de Comunicación de Panamá (MEDCOM, S.A.). Este canal lo integra una red de medios audiovisuales radiofónicas de televisión,

televisión por cable, producciones de televisión, servicios de Internet y telefonía residencial.

Es por ello que enunciaremos los objetivos de la investigación:

1.4.1. *Objetivo General*

- Creación, instalación, equipamiento y desarrollo de una empresa de Producción audiovisual en Panamá.

1.4.2. *Objetivos Específicos*

- Conseguir la excelencia en los procesos de producción y en los productos audiovisuales a realizar. Valorando los avances de la tecnología y su impacto en la comunicación social.
- Generar empleo directo o indirecto en el sector audiovisual como alternativa para las nuevas generaciones de profesionales de la producción audiovisual.
- Procurar la satisfacción del cliente apoyándose en medios de producción de alta tecnología y un diseño de productos acorde a sus necesidades y expectativas.
- Desarrollar un plan de negocio empresarial, en el sector de la producción audiovisual, que garantice la sostenibilidad de la empresa y su capacidad competitiva a medio y largo plazo.
- Brindar un amplio abanico de productos y servicios audiovisuales en producción, post-producción, filmación,

fotografías comerciales, documentales, jingles, gacetillas, animaciones 2D, 3D y DVD ´S.

1.5. Hipótesis de la Investigación

- Con la creación de pequeñas empresas de producción se puede mejorar el servicio público audiovisual en Panamá.
- El conocimiento y uso de los avances tecnológicos son condición necesaria para diseñar, crear y explotar una empresa de producción audiovisual en esta sociedad del conocimiento de las ciencias de la comunicación y la tecnología digital.

1.6. Alcance de la Investigación

En este estudio de investigación pretendemos realizar una Propuesta de Creación de una Empresa de Producción Audiovisual en Panamá, siguiendo con los lineamientos y parámetros establecidos por la Ley de la República de Panamá, es decir, estudio de factibilidad, evaluación de personal y equipos tecnológicos – audiovisuales.

Sobre el particular analizar cuántas empresas existen con los mismos servicios que ofrecemos, así como también ofrecer apertura de oportunidades para los nuevos profesionales de la producción, lo que nos permite asumir un reto, partiendo de una idea de negocio.

1.7. *Proyección*

Los resultados de la investigación, permitirá oportunidades empresariales a nuevos emprendedores en materia de audiovisual; hombres y mujeres capaces de asumir riesgos, de ilusionarse y de comprometerse en este apasionante mundo de los negocios, lo que nos permite ser unos de ellos, ser emprendedores con habilidades, destrezas y conocimientos adquiridos durante toda una vida. Aprender para luego ser empresarios de nuestros conocimientos es nuestro norte.

2. Conceptos básicos sobre la Empresa

La referencia teórica del concepto empresa está íntimamente ligada al desarrollo económico de cualquier país, por cuanto su existencia, como pilar fundamental y esencial de una estructura democrática, es el equilibrio para el sostén de la empresa pública. Capital y trabajo, impuestos y lucro son la clave de la organización empresarial.

La sociedad moderna, globalizada e impulsada por la era satelital conducente a la implementación de nuevas tecnología han simplificado el complejo aparato empresarial a tal punto que la utilización de recursos humanos ha ido disminuyendo la progresión aritmética para ser suplantado, geoméricamente, por los recursos técnicos, (Producción- Competitividad).

La creación de una empresa especializada en audiovisual, amén de las necesarias tareas de planeación, organización, ejecución y control como elementos fundamentales del éxito, es determinante tener claro el enfoque del target, el mercadeo para garantizar la solidez de esa organización empresarial. No obstante, pese a su especialidad, una empresa audiovisual no es diferente a otra organización empresarial. Basta cuidar los procedimientos técnicos y humanos que deben utilizarse para que se cumpla con la situación real de sus objetivos y fines, es decir, la Visión y Misión, de la empresa.

La empresa a nivel estatal o pública, mejor conocida organización gubernamental presenta características similares a la empresa privada, por tratarse de las prestaciones de servicios. Propio es dejar sentado que los impuestos pagados al Estado reemplazan el concepto lucro que se persiguen en la empresa privada.

Una interpretación sobre el sentido de empresa en su forma universal la expresa Julio García y Cristóbal Casanova, autores del libro "***Prácticas de la Gestión Empresarial***".

"una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"²

La creación de una empresa, sector privado, dependerá de las leyes, normas y reglamentos de cada gobierno. En Panamá, los nacionales e inversionistas extranjeros representan la diferencia en el desarrollo y la economía nacional de Panamá. En muchos casos se trata de empresas mixtas donde tanto nacionales como extranjeros crean empresas de producción, especializada en audiovisual como parte de su oferta de servicio.

Toda empresa debe cumplir con las leyes administrativas, civiles, comerciales y financieras que establece el Estado Panameño, indistintamente a su realidad organizativa, licencia comercial y capital de inversión.

² García Julio y Otros. *Prácticas de la Gestión Empresarial*. 2000. Edición Impulsa

La Real Academia Española nos dice que *“empresa es una unidad de organización dedicada a actividades individuales, mercantiles o de prestaciones de servicios con fines de lucro.”*³

Es evidente que las definiciones de la máxima autoridades en materia de expresión conceptual corresponde a una época distinta a la de la tecnología actual, sin embargo mantiene la esencia de capital y trabajo.

La estructura de una empresa audiovisual y sus diferentes componentes,- el audio y el video- han sido elevados a la categoría de ciencias como lo son: la ciencia del sonido y de la imagen, y la ciencia de la comunicación; todas ellas integradas por la tecnología de la computadora.

En resumen, tenemos la siguiente ***definición de empresa:***

“La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio”.⁴

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define empresa como una

“unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad”⁵

³ Diccionario de la Lengua Española. Vigésima Segunda Edición. 2001

⁴ Diccionario Enciclopédico de Economía, Finanzas y Empresa. Ma. Cruz Merino Peral y Francisco Javier López García. Universidad Burgos 2006. 575 Páginas

⁵ Diccionario de Marketing Cultural, S.A. 1999. Madrid, España. Calpe.

2.1. Creando Mi Empresa

La iniciativa empresarial consiste básicamente en un enfoque de la empresa que puede definirse como la persecución de una oportunidad de negocio sin tener en cuenta los recursos de que dispone actualmente. El verdadero empresario primero encuentra la oportunidad y después reúne los recursos para explorarla.

Las oportunidades empresariales surgen de muchas maneras, formas y modos diferentes en base a problemas, necesidades y cambios producidos en el mercado. Algunas personas tienen un talento especial para identificar y generar ideas de productos y servicios con una gran facilidad. Otras conciben la manera de hacer dinero a partir de una idea que han leído en un periódico u oído a un amigo o conocido.

El motor de crecimiento en las empresas emprendedoras está en reconocer las oportunidades y moldearlas para que la empresa sea capaz de aprovecharlas y explotarlas.

Las metas ambiciosas requieren una gran creatividad. Requieren emprendedores originales. Requieren emprendedores con habilidades especiales para convencer a los inversores, a los clientes, a los empleados de su organización, a los proveedores. Requieren una gran fuerza mental. Son muchas las personas que están dispuestas a asumir este reto y, partiendo de

una idea de negocio, reflexionar sobre ella para concretarla y analizar sus posibilidades de éxito.

Así, si desarrollas las oportunidades en un sector nuevo o cambiante, será mucho más fácil levantar olas en un sector ya muy desarrollado, que está en decadencia o está ocupado por muchos empresarios. La empresa emprendedora avanza con la innovación como eje.

En los inicios, los objetivos de la empresa cuestan una vida entera. Si la gente que empieza piensa que es una manera rápida para ganar dinero, se equivoca. El entusiasmo de la nueva iniciativa lleva a menudo a los emprendedores a subestimar el tiempo necesario para transformar la necesidad de los consumidores en un volumen de negocio real. Pero, si están dispuestos a trabajar duro, resulta apasionante, ya que permite crear.

2.2. Estructura Organizativa

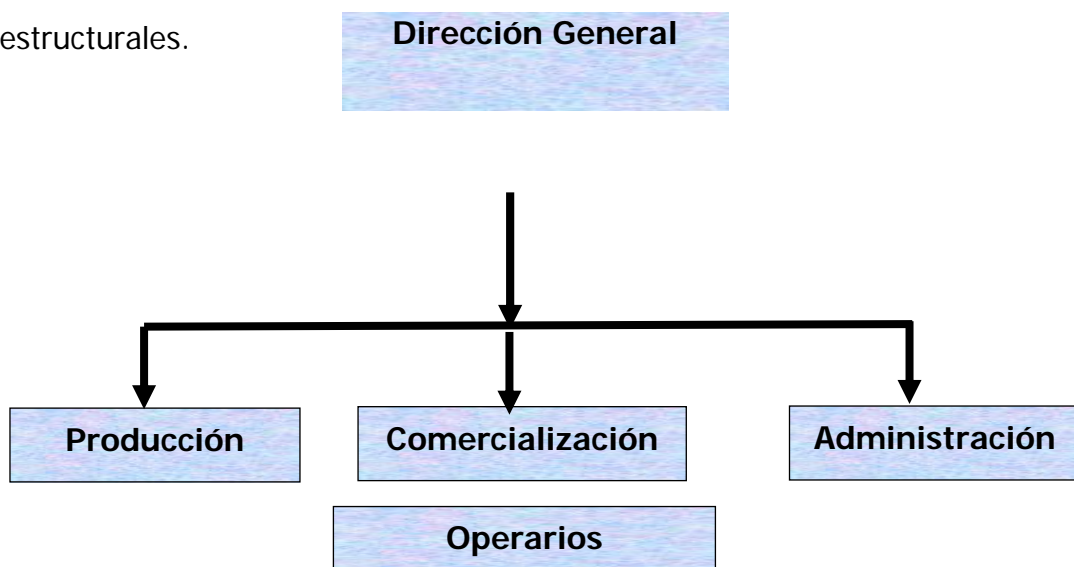
2.2.1. Estructura Funcional

La estructura funcional también conocida como departamentación funcional, predomina la mayor parte de las organizaciones tanto pública como privada. Bajo una estructura funcional, la gerencia diseña una organización basada en la idea de agrupar las especialidades ocupacionales que son similares o relacionadas, la fuerza estructural funcional reside en las ventajas de ahorro de costos que pueden lograrse en virtud de la organización al reunir las especialidades de carácter similar se logra obtener economías de escala, se minimiza la duplicación de personas y equipo y se consigue que los

empleados estén mas cómodos por que pueden alternar con compañeros que hablan el mismo idioma, estas especialidades de carácter similar son llamadas funciones ejemplo: Una organización dividida por funciones puede tener departamentos para producción mercadotecnia y ventas. El gerente de ventas de dicha organización será el responsable de la venta de todos los productos manufacturados por la empresa.

Para que esta estructura funcione con eficacia se requiere que la empresa tenga un tamaño reducido, o en caso contrario se convierte en un caparazón que impide su desarrollo. La historia está llena de pequeñas empresas dinámicas con éxito, que fracasaron al estimular el desarrollo y la producción en masa, pero no aceptaron la transición hacia otras formas más formalizadas exigidas para tales cambios.

La estructura funcional para ser efectiva se requiere de entornos sencillos pero dinámicos, para que pueda potenciar sus ventajas de máxima flexibilidad y adaptación ante los cambios, frente a otras formas más estructurales.



2.3. Gestión de Empresa: Visión y Misión de la Empresa

La visión de una empresa se define lo que la organización quiere ser, los grandes objetivos a perseguir, cómo espera conseguirlos y el campo de actividad. Permite contestar a la creativa pregunta: ¿por qué hacemos lo que hacemos en la empresa?. Igualmente se define como el conjunto de misión, cultura de empresas, políticas de la empresa, unidades estratégicas de negocios, con sus intereses y sus recursos compartidos; y las restricciones de actuación.

La definición de misión, es la finalidad de la empresa, es decir para qué se crea la empresa, qué necesidades satisface, para quién , etc. Para Hewelett Packard, define la Misión como: "***Crear y ofrecer a nuestros clientes productos tecnológicos de alta calidad***"⁶

Para el autor la misión está en los productos que diseñan y fabrican que son percibidos por los clientes como de muy alta calidad (y alto precio), diferentes a otros fabricantes que ponen el acento en otras bondades del producto como su bajo precio.

⁶ Hewelett Packard, Compañía de Informática (1938)

Lo relevante durante la elaboración de la misión por parte del equipo directivo es el proceso de reflexión en común que se desarrolla; es la única forma de que sea realmente interiorizada. Permite reencontrarse con la esencia competitiva de la empresa, a veces desnaturalizada a lo largo del tiempo.

La misión debe ser comunicada internamente entre el personal; a los directivos les proporciona orientación clara sobre su actuación estratégica y a todo el personal le transmite seguridad y confianza.

En una empresa que pretende gestionar la calidad, la misión hay que definirla en términos de necesidades a satisfacer más que de productos a fabricar y vender.

La misión es bastante estable a lo largo del tiempo; lo que pudiera cambiar es el objetivo a alcanzar o las vías para conseguirlo.

2.4. El Organigrama Empresarial

El organigrama empresarial es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa. Es como una fotocopia de la estructura de la empresa, captada en un momento de su vida.

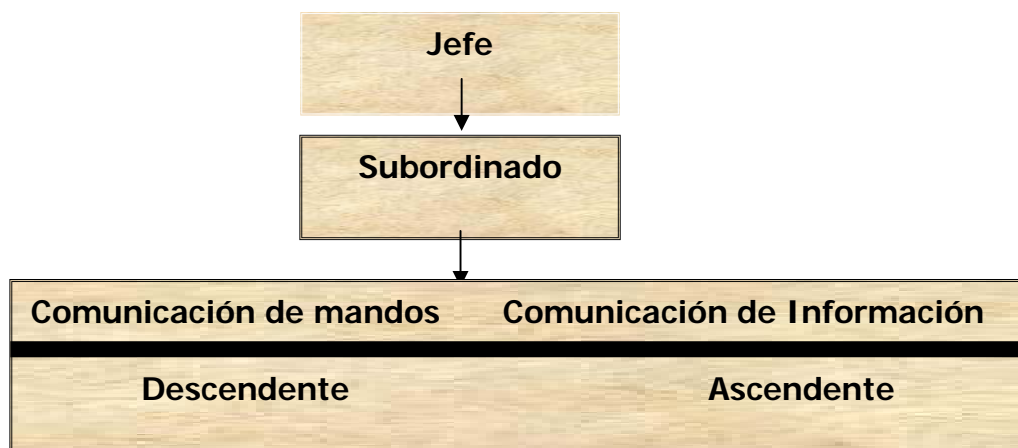
Todo organigrama debe de ser flexible y adaptable, de forma que si hay cambios en su empresa, este organigrama se pueda adaptar, por ejemplo para que se pueda incluir un nuevo puesto o servicio; debe ajustarse a la

realidad; deben ser claros, precisos y comprensibles para las personas a las que se debe informar.

La estructura de organización es como una red de comunicación a través de la cual se transmite información. Estas comunicaciones pueden discurrir en dos sentidos:

- **Horizontal**, entre posiciones o puntos del mismo nivel de la estructura jerárquica.
- **Vertical**, entre rangos diferentes, bien de información o ascendente, o de mando o control o descendente.

Esta dependencia se expresa colocando al superior en un rectángulo inmediatamente encima del que representa al subordinado y la relación entre ambos mediante una línea vertical.



2.5. Clases de Organigrama

➤ Por su finalidad:

- Organigramas informativos: se confeccionan con el objeto de informar al público en general sobre la empresa o institución de que se trate, con el objeto de contar con un esquema simplificado, sin detalle. Por ejemplo un organigrama del Ministerio de Hacienda.
- Organigramas analíticos: debe contener con detalle toda la estructura de una empresa.

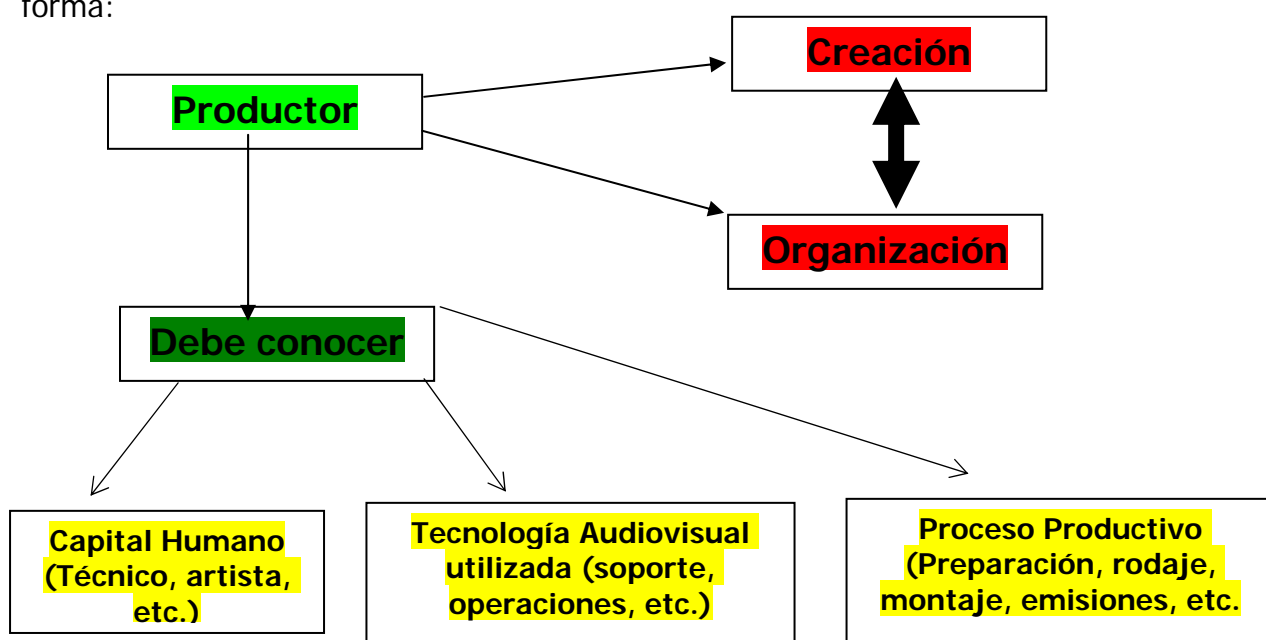
➤ Por su amplitud:

- General: cuando abarca el conjunto completo de la organización de que se trate.
- Parcial: cuando se limita a reflejar una parte o sentir de la estructura.

3. La Producción Audiovisual

La producción es un proceso complejo, que requiere del esfuerzo y la coordinación de todos los que participan en sus diferentes etapas, desde la observación, redacción, captación, el procesamiento de las imágenes y, hasta los sonidos que aparecerán en la pantalla o en las ondas hertzianas de los receptores, impresión literaria, o una obra de arte. El productor, es organizador, debe conocer con profundidad el trabajo que ha de organizar. Esto implica conocimiento de las personas (profesiones) que intervienen y hacen posible el progreso de la producción –los técnicos y artistas que intervienen-, de los equipos que los técnicos manejan –cámaras, películas, unidades móviles, equipos de sonidos, etc.- y de los procesos productivos de una película, serie o programa de televisión – preproducción, postproducción, distribución de productos, etc.

De forma esquemática, podríamos sintetizar la cuestión de la siguiente forma:



Es obvio que las características del productor varían, de forma notable, según el ámbito profesional en el que nos movamos. En el campo de la producción de ficción cinematográfica, el productor es un profesional que ha de tener un fuerte instinto artístico, si bien en otros campos, como en la producción de informativos para televisión, ha de ser sobre todo un profesional con una gran capacidad para conseguir recursos en las situaciones más extremas y para organizar los equipos humanos y técnicos implicados en la producción.

En los medios masivos de comunicación audiovisuales el proceso de producción es un poco complicado, cada programa audiovisual siempre será diferente al anterior, incluyendo nuevas técnicas y elementos que logren captar la atención auditiva y visual de los perceptores y cumplir con los objetivos del programa.

Para Teófilo Marcos es un creativo publicitario muy conocido en España, de la Agencia "Contrapunto" que ha participado en campañas como el cuponazo de la ONCE o la campaña contra el SIDA "Póntelo, pónselo" , manifiesta que la producción audiovisual es la:

“ Organización, control y coordinación de los diferentes procesos de elaboración de un film, programa de televisión o producto audiovisual, en general, con el fin de obtener la mayor calidad con el mínimo tiempo y costes posibles, mediante la correcta gestión de los recursos materiales, técnicos, humanos y financieros, cuyo objetivo es obtener un adecuado equilibrio entre costes e ingresos, con el fin de obtener beneficios”⁷

En la definición anterior, podemos destacar una serie de elementos fundamentales:

- Hablar de organización, control y coordinación lleva implícita la idea de planificación. En este sentido, toda producción implica una planificación, es decir, una previsión y ordenación de los plazos y de los costes de los recursos materiales y humanos implicados en el proceso.
- Cuando se menciona la existencia de procesos de elaboración se hace referencia a la utilización de ciertas rutinas de trabajo que se emplean en la profesión con el fin de obtener el producto audiovisual.
- Finalmente, el objetivo último de cualquier producción audiovisual es la obtención de beneficios, lo que implica conseguir durante el proceso un equilibrio, al menos, entre costes y beneficios: el análisis de resultados a posteriori, de la eficacia en la gestión, es un aspecto clave a la hora de juzgar la calidad de la producción, con el fin de aprender para futuras producciones.

⁷ (1997) Torres Polo, Marco. Análisis y Producción de Mensajes Televisivos. CIESPAL 1997

- La clave del éxito a la hora de buscar el equilibrio entre gastos e ingresos descansa en guardar un cuidado extremo en todos los pasos del proceso de producción.

El autor Marco Polo Torres, en el libro *Análisis y Producción de Mensajes Televisivos*, señala que:

“En el medio televisivo o del video, el aspecto producción es un factor decisivo en la elaboración del mensaje. Cuando tratamos de investigar sobre la formación de los hábitos y los gastos por los programas de televisión nos encontramos con varias circunstancias: por un lado la gran facilidad de cambio de fuentes o de canal que ofrece la televisión que nos habla de la amplia accesibilidad de ofertas y por el otro, el papel preponderante que la vista tiene en esta selección en la que a su vez intervienen los prejuicios creados por la promoción y la fama”⁸

Dicha de otra manera la producción se trata de la grabación propiamente dicha del programa y de todos los procesos que posibilitan la puesta a punto, tales como las comprobaciones preliminares de los aparatos técnicos o de las citas de los actores o invitados. En la fase de producción se contemplan los ensayos, donde se toman las últimas decisiones de realización. Cuando todo está preparado, se realizan todas las tomas, hasta contemplar el programa entero.

La producción audiovisual conlleva gran responsabilidad, mucha creatividad, aptitud-actitud y convicción. El esfuerzo de su realización contiene material que va dirigido a un público desconocido. Su creación debe ser original, agradable y atractiva que logre mantener la atención desde el inicio hasta el final.

⁸ (1995) Webb Young, James. *Técnicas para Producir Ideas*. Edición McGraw Hill.

En los medios audiovisuales para ser una producción se requieren de mucha imaginación y creatividad, no es sólo colocar el micrófono y dirigir el lente de la cámara hacia el sujeto u objeto, de ser así la información estaría incompleta.

Para que exista una buena producción televisiva se requiere de imagen y un contenido literal significativo a la calidad del programa que se esta produciendo.

Por ejemplo en la televisión constituye un excelente recurso para la educación, capacitación, entretenimiento, diversión, orientación e información. Por lo tanto es importante que las personas que participen en este proceso tengan muy claro todos los conceptos teóricos y técnicos que se desarrollan dentro del medio televisivo ya que dependerá de la efectividad de un programa.

En el proceso de producción televisiva, están integrados todos los aspectos, tanto técnicos como artísticos desde el momento que surge como idea, hasta que se complete el material audiovisual.

En la producción audiovisual intervienen muchas personas, es un equipo en el que cada miembro cumple una función específica, entre otros el de editor, camarógrafo, técnicos de sonidos, etc. La producción en si desempeña un papel importante en la estructura, operación y en el proceso de comunicación que se da en el medio televisivo.

Durante la grabación se filma toda la cinta o película necesaria para el proyecto. Todos los programas audiovisuales se graban utilizando uno de los dos métodos básicos: la producción con una sola cámara y en película o la producción con varias cámaras y en video. El método de una sola cámara se usa en la producción de películas para televisión y de la mayoría de las series dramáticas.

El de cámaras múltiples es típico de las comedias de situación, programas de debates, telenovelas, concursos y los magazines informativos, además de ser habitual en espacios en directo, como los acontecimientos deportivos, entregas de premios o telediarios. Algunos tipos de programas, como los de videos musicales o los reality shows (noticias de interés especial presentadas en un formato que tiende al espectáculo), emplean ambos métodos, al múltiples para la grabación en el estudio y el de una sola cámara para los exteriores.

El método de una sola cámara es casi idéntico al utilizarlo en películas teatrales. Se divide el guión en escenas y cada escena se graba desde una serie de ángulos. Se llama plano maestro o de situación al más amplio, el que incluye toda la acción. También se ruedan otros planos con tomas más cercanas de los actores, algunas veces en grupos y casi siempre una toma de cada actor solo. Esa toma puede ser plano medio (de la cintura a los

hombros), en un plano medio corto (cabeza y hombros) o un primer plano (sólo cara).

Muchas veces se incluyen tomas insertadas (como el primer plano de un reloj o una pistola) o cortes (una tomas del cielo, un árbol o cualquier otra cosa relacionada con la escena). El orden de grabación de las escenas no se corresponden con el de la progresión de la historia, sino que se organiza según su conveniencia, para hacer la producción más eficiente. La película se monta durante la postproducción.

El método de varias cámaras es más adecuado para grabar en estudio. Se colocan tres o cuatro cámaras de vídeo alrededor de la acción que tiene lugar en el decorado y las escenas se graban en secuencia. Cada operador trabaja según una lista de posiciones de cámara y encuadres. Todas las cámaras juntas cubren los ángulos para la escena.

Con los auriculares, el director se comunica con el equipo de cámara para ordenar ajustes durante el rodaje o la grabación e indicar al director técnico que cámara utilizar en cada momento. El director técnico se asegura de que la toma quede grabada en una cinta máster. El resultado es un programa completo, que ya sólo necesita efectos de sonido, música, efectos ópticos y títulos sobre-impresionados.

Es por eso para que una producción televisiva tenga éxito se requiere de una coordinación y el equilibrio que exista entre cada uno de los miembros del

equipo, por lo tanto, es necesario tomar en cuenta los aportes y sugerencias de cada uno.

Para James Webb Young, en su libro *Técnicas para producir una idea*, señala que:

*“la producción es el conjunto de técnicas y métodos que permiten desarrollar las diversas estructuras programáticas. Comprende la acción, el modo y efecto de realizar un programa mediante la utilización de recursos que se destinan a todo proceso creativo para llevar a la escena una obra televisiva como radiofónica.”*⁹

La producción es la planificación y la realización de los diversos programas que se transmiten en un canal televisivo. Además se encarga de producir las cuñas comerciales y promociones. En este departamento se cuenta con el equipo necesario para realizar las ediciones por computadora.

En este sentido Herbert Zettl, define la producción como un conjunto de elementos o sistemas que trabajan unidos para alcanzar un propósito específico. Cada uno depende del funcionamiento apropiado de los otros, y ninguno puede hacer el trabajo por sí solo.

La producción audiovisual requiere de un guión- guía- para su visualización y desarrollo. En este trabajo implica planeación, organización y desarrollo o realización. A toda esta tarea se le conoce como **“Producción”**. Todo guión televisivo o radiofónico requiere de un conocimiento del segmento de auditorio al que se va a dirigir, perfil de la programación de la emisora o

⁹ (p.e. Webb James et. Al. 1995)

televisora, así como los recursos materiales, humanos y técnicos de que se dispone para llevarlo a cabo.

Para elaborar un guión audiovisual se requiere de creatividad y talento. Quien o quienes la realizan deben estar convencidos que su misión es comunicar, transmitir ideas y persuadir a un público, por lo tanto, debe estudiarse quien es el público y cual será la forma más efectiva y entendible para que el mensaje sea captado y el programa pueda cumplir con su función y objetivo.

Para Marco Polo Torres refiriéndose a la decisión de los televidentes a ver o no un programa dice lo siguiente:

“ ¿ Qué consideraciones mueven a un televidente a quedarse en un canal, en lugar de otro?. Es un pregunta difícil de contestar. Para intentar una respuesta entendemos que debemos partir de lo visual, la calidad de la producción, esto es, el aspecto estético e impactante del programa percibido en los breves segundos que dura la dubitación, el formato del mismo y todos los diversos componentes de la realización a lo que simplemente se llama producción”¹⁰

Para Herbert Zettl en su libro Manual de Producción de Televisión, define la producción como:

“ Producir significa buscar que una idea que vale la pena sea representada de una manera efectiva en televisión o en radio. El productor es el encargado de coordinar este proceso que implica la presentación de la idea, completar las diversas labores en tiempo y dentro del presupuesto. Es el responsable del concepto, financiamiento, contratación y coordinación general de las actividades desde la generación de producción; lo cual no es un trabajo sencillo. Cada producción posee sus propios requisitos creativos y de organización, existen técnicas o, por lo menos, enfoques que en términos generales se pueden aplicar a la producción de televisión o radio. Estos métodos pueden servir como guía, desde la generación de ideas, hasta las actividades finales de posproducción”¹¹

¹⁰ (p.e.Polo et. Al (1995)

¹¹ Zettl, Herbert. Manual de Producción de Televisión. Editorial Paraninfo Thomson, S.A.

En el proceso de producir se requiere de un guión literario y técnico que describa, dibuje y monte los elementos integrantes de una producción. Este proceso no está sencillo como encender o apagar de radio y televisión, es un mundo para el que se requiere profesionales polivalentes, con destrezas y habilidades, pero igualmente con gran capacidad cognitiva y versatilidad intelectual.

La producción varía conforme a la época; en la década de los cincuenta y sesenta, la producción de los programas importados. Poca o ninguna producción nacional.

Con el nacimiento de las televisoras observamos las innovaciones y estrategias, calidad para la producción de un programa de televisión como para la radio, el desarrollo tecnológico ha permitido que una mejor calidad de los productos.

El productor Max Liebman en el libro ***“El Cine y la Televisión: Productores en Acción”*** , se refiere a las posibilidades que ofrecía la televisión en sus primeras etapas:

“Todo se ajustaba a un criterio básico. En mi época no había programación, porque no existía la cacería de rating. Los ratings fueron resultado del enfoque lucrativo de los productores y entonces las cosas cambiaron por completo. La producción fue registrada por el punto de vista de los que elaboraban la programación, es decir producir y programar. En otras, la cifras se convirtieron en el factor determinante y cuando empezamos eso no existía. Sabíamos que existían los rating, pero nunca conocimos los resultados no sentimos curiosidad por saber lo que realmente era. Y en la actualidad, todo está determinado por los rating”¹²

¹² (1998) Liebman, Max. El Cine y la Televisión: Productores en Acción. Editorial Paraninfo S.A.

De lo anteriormente citado en la actualidad el factor de competencia entre productores (que afectan a otros sectores industriales desde siempre) se hizo fuerte en el sector de producción audiovisual, expresándose en datos de la audiencia como el rating.

Ahora ya no se puede producir y emitir lo que a uno le gustaría (a menos que seas el líder del sector y te lo puedas permitir sino lo que el público demande.

Para los últimos años las producciones se han especializado en temas específicos, de interés general o para un público determinado. Estos tipos de producciones están determinado en turismo, deportes, entretenimientos, animales, religión, música, cocina, bebé, dibujos animados, entre otros que los encontraremos en los canales de la televisión nacional y por cable.

Sobre ese particular en el Manual de Producción de Televisión de Peñaflor, Rivero y Rodríguez destaca que:

“ El método o plan de trabajo que se emplee se verá estrechamente relacionado por el objetivo que persiga y el tipo de público al que será dirigido, determinando la cantidad de trabajo en cada etapa para el equipo de producción en cuestión”¹³

En todo proceso de producción, la planeación así como la coordinación es la etapa delicada del productor, ya que en él tiene la responsabilidad que salga todo bien, desde el uso del lenguaje hasta las imágenes escogidas para el programa que será emitido al público. En toda producción, el método

¹³ (op cit) 1990. Peñaflor y Otros. Manual de Producción de Televisión. Madrid.

empírico o el planificado tiene un propósito y es llegar al. objetivo final, pero tienen diferencias entre sí.

El método empírico, el productor trabaja partiendo de la experiencia y sus metas se basan en la oportunidad y la intuición.

Para el método planificado el productor, primero, estructura, construye y desarrolla un programa, mediante una perfecta y detallada organización en todas las etapas del proceso producción.

3.1. Método Empírico en Producción

Los productores y realizados que utilizan este método se basan en una idea o proyecto para adaptarlo a una historia, acontecimiento, persona o situación. Después de grabar algunas acciones interesantes, elaboran un programa con el material obtenido, sin la presencia de un plan preestablecido, el proyecto llega a partir de las circunstancias y coincidencias o sobre la marcha de la grabación total de la acción.

Para que este método tenga efectividad se recomienda realizar la descomposición de la acción lógica y normal del ser humano que al llegar a un lugar lo recorre con la mirada, se ubica y observa hasta comprenderlo, esto traducido al lenguaje de producción debe ser descompuesto en tomas convertir así la cámara en el ojo que muestre aquello que más importancia tenga y sea lo más oportuno para la acción que está describiendo.

Al tener las variedades de tomas con secuencias interesantes es decir, ubicación, acción o movimiento, detalles, pistas de sonido, entrevistas, entre otros, se observarán y se analizarán su contenido para colocarlas en un orden determinado creando el guión o la estructura. Luego de la observación de todo el material, se elabora el programa de acuerdo al guión, al cual se adapta el material obtenido, y se redacta un texto o comentario con las pista editadas.

Para Daniel Beauvais, en su trabajo Producir en Videos señala que:

“ Algunos cineastas con mucho talento...., por ejemplo; sería inimaginable que Jean Rouch tuviese un guión, pero él, cuando rueda, se identifica con la gente a la que está rodando, sin molestarlos. Fred Wiseman, es también diferente, él no participa en nada. Observa como un garo en un rincón. No tiene ideas preconcebidas y construye su película en el momento de la edición, luego de haber reunido la mayor cantidad de documentos posibles. En esta etapa que él da su punto de vista con imágenes que parecen objetivas.....”¹⁴

Para realizar una producción con este tipo método resulta sacrificado, improvisado ya que requiere de mucha vivencias y experiencias en el campo, porque su resultado puede ser muy falto de estructura y de valor, sin metas o propósitos determinados.

Debido a que este método no es sistemático se puede falsear la información y la edición puede ser difícil, por lo tanto es necesario tener un objetivo preestablecido.

¹⁴ Beauvais, David. Producir en Videos. Edición videos Tell Mode. Montreal.

3.2. Método Planificado.

Para este método, el productor concibe una idea o proyecto seleccionando un tema específico de acuerdo al tipo de público y objetivos o propósitos que persiga. En el guión escribe lo que necesita detallando cada momento del programa. En este método el productor está preparado de manera secuencia y objetivo creando un boceto ilustrativo y detallado de las tomas que se requiere para la producción. Además de su planificación el productor tiene presente las seis preguntas básicas: qué, quién, por qué, cómo, dónde y cuándo.

Otro de los factores más importante que tiene el productor presente dentro de la producción es: el presupuesto, los recursos técnicos y humanos (instalaciones y equipos), el tiempo que es el factor más necesario en toda producción así como también los servicios a la producción (actores, vestuarios, escenografía, iluminación, el audio, los efectos, entre otros que son indispensable en la producción de cualquier programa.

Luego de la coordinación y planificación de la parte técnica, se pasa a la preparación de la idea, que va desde especificar que tipo de género se va a utilizar, determinar el tema, el objetivo, a quién va dirigido el programa, la duración del mismo y el lenguaje que se utilizará en su desarrollo (palabras y sintaxis utilizada para expresar el contenido del programa que se clasificará por categoría formal o culto, técnico o coloquial.

El productor, luego de haber realizado todas las investigaciones de campo, pasa a la realización de la recolección de información, el presupuesto hasta los factores o elementos de la producción que son necesarios para desarrollar la idea, empieza a elaborar el guión o formato literario con imágenes y sonido por secuencias, el cual es entregado al realizador, quien lo adapta al guión de cámara o guión técnico, es aquí donde se desarrollan las técnicas creativas y el tiempo que lleva cada toma.

3.3. Presupuesto de Producción

En toda producción se requiere de un presupuesto o costo. Los principales rubros están señalados así:

- ☞ Recursos humanos suficientes para cada etapa
- ☞ Recursos técnicos; instalaciones y equipos: alquiler, salas de edición, post-producción, musicalización, etc.

3.4. La Ubicación o lugar para grabar una producción

La ubicación del lugar o el espacio para grabar una producción es lo más importante para el productor, realizador, director escénico, el guionista y hasta para los mismos actores. Así que mencionaremos algunas razones que se debe tener en cuenta:

- ✦ Tener el ambiente ideal de acuerdo al contenido del guión.
- ✦ Que los movimientos de los actores sean naturales.
- ✦ La posición y movimientos de las cámaras

- ✦ El tipo de iluminación y tiempo variable de luz y sombras
- ✦ La geografía (condiciones del suelo).
- ✦ El espacio de trabajo, para el equipo de grabación, entre otras.
- ✦ En ocasiones es importante, realizar grabaciones en video, tomas fotográficas o bosquejos, o si es necesario medir el área geográfica en que se va a trabajar.

3.5. La Postproducción

Una vez terminada la grabación, se eligen las mejores tomas y se dotan de unidad en la edición y en la sonorización. Es decir, se da cuerpo a todas las piezas grabadas, se organizan las secuencias y se decide el ritmo de la obra audiovisual. Además, se introduce la sonorización, la música, así como los efectos de audio y video. La postproducción es un concepto que no existe en las emisiones en directo, ya que tras la producción, el siguiente paso es la emisión.

3.6. Tipos y Características de las Producciones.

Se distinguen los siguientes tipos de producción atendiendo a los diversos factores técnico-económicos que intervienen en las mismas:

3.6.1. Producción Propia o Producción Interna:

Son los productos realizados íntegramente con los recursos humanos, técnicos y presupuestarios de la propia empresa audiovisual. Los programas más

representativos de la producción propia son los informativos y los deportivos. También es habitual, en los deportivos, adquirir los derechos de emisión de retransmisiones de otras cadenas.

3.6.2. Coproducciones:

Se trata de un modo de producción en el que la televisión establece, en colaboración con otras emisoras, productoras de video o cinematográficas, acuerdos de coproducción donde cada una de las partes aporta un porcentaje de la financiación.

Las coproducciones suelen acordarse para producir series de elevados presupuestos, o para producciones cinematográficas que se emiten en televisión por capítulos.

3.6.3. Producciones Asociadas:

La empresa de televisión encarga la realización y producción de un programa a una empresa externa o ajena. La televisión posee la titularidad jurídica y es propietaria del programa. Se desarrollan de forma externa, fuera de las instalaciones del canal y con recursos ajenos, pero financiada, total o parcialmente, por el canal. En esta modalidad de producción, el socio no arriesga económicamente. La televisión suele aportar una parte de los medios humanos, técnicos y presupuestarios y paga a la empresa asociada la infraestructura, dirección, guionista, presentadores, gastos producidos, etc., justificados de forma documental. La empresa productora ejerce producción ejecutiva, pero la televisión nombra un productor delegado que defiende sus

intereses. La televisión aporta normalmente caretas, decorados, música, vestuario, atrezzo, platós, equipos ligeros, unidades móviles postproducción de video y audio, además de los costes de cinta de video, repicados, relaciones públicas y atención al público. La empresa asociada suele aportar la dirección y presentación, el equipo de guionistas, el de coordinación, el de dirección, el productor ejecutivo y su equipo, la contratación de los artistas, el vestuario, los desplazamientos y dietas, etc. Todo ello, por supuesto, sujeto a lo establecido en un contrato.

3.6.4. Producción Ajena

Son programas producidos enteramente con recursos ajenos, fuera de los planes y medios de producción del canal. La cadena se limita a adquirir el derecho de emisión. En este caso, una empresa ajena a la entidad de televisión produce los programas en su totalidad vendiendo después su producto. La televisión paga simplemente los derechos de emisión para emitir esos programas. En este apartado cabe considerar los intercambios de programas entre televisiones. Se trata de una cesión de programas a cambio de otros. Las series de televisión son producidas por productoras, que luego venden sus derechos de emisión a las cadenas de televisión.

3.7. Elementos Básicos-Técnicos de una Producción

Para que una idea llegue a ser una producción se requiere de elementos básicos. Estos elementos básicos se llaman equipo de grabación,

ellos le dan vida al guión literario y técnico, con audio y video o cuando se trata de producción de radio.

El manual de Producción de Televisión de Rivero, López y Peñaflor, definen al equipo de grabación como un:

“ Buen equipo de grabación, es en esencia aquel en el cual los integrantes dan prueba de profesionalismo y solidaridad entre ellos, se esfuerzan en mantenerse presentes y disponibles antes, durante y después de la grabación conscientes del trabajo en equipo respetando el tiempo y el trabajo de los demás, siendo puntuales siempre y respetando el itinerario de trabajo”¹⁵

Para que una producción tenga éxito es recomendable conjugar el equipo humano con los elementos básicos de carácter técnico. La producción suele ser, a primera vista, producto de una creatividad individual, y en cierto modo ajena a la academia y a la intelectualidad. Sus características más sobresalientes radican en sus efectos técnicos, de allí que, precisamente, se hace más énfasis, para la formación académica, en preparar a participantes y/o estudiantes en el manejo de los llamados

instrumentos o herramientas que conforman la televisión. Estos conceptos, finalmente constituyen las asignaturas, módulos o temas de un diseño curricular.

Es necesario conocer los elementos básicos con que cuenta la producción en televisión, y familiarizarse con ellos, tales como el estudio, las

¹⁵ p.e Peñaflor, (op.cit) Pág. 41

cámaras juntos con sus movimientos, lentes y tomas, la consola incluyendo las técnicas de edición, los efectos especiales en video y el sonido.

3.7.1. Fases de la Producción

Presentaremos en forma de cuadro la fase de toda producción audiovisual para el éxito del producto.

<i>Fase de Producción</i>	<i>Características</i>
Redacción del Proyecto	Es proyecto de producción deber tener calidad y ha de ser atractivo.
Elaboración del Guión Literario	La idea del guión debe ser original y habrá de conectar con el público, lo que no implica que deba se "comercial" , en un sentido tradicional. El guión literario habrá de mostrar los conflictos, personajes, espacios, etc., bien descritos, con una profusión de detalles.
Elaboración de Guión Técnico	El guión técnico debe ser imaginario y eficaz, muy detallado y preciso, permitiendo así una cómoda visualización de la puesta en escena.
Desgloses del Guión Técnico	Se debe proceder a un análisis exhaustivo de todas las necesidades de la producción como decorados, atrezzo, figurantes, exigencias técnicas como iluminación, equipos especiales, sonidos, etc., mediante la elaboración de desgloses minuciosos y detallados.
Diseño del Plan de Trabajo	A partir de un minucioso guión técnico se habrá de diseñar un detallado Plan de Trabajo en el que se reflejen todos los plazos de ejecución, incluyendo todas las jornadas de trabajo necesarias para llevar a término la producción, en sus distintas fases.
Elaboración del Presupuesto	A luz de los datos anteriores, es posible realizar una cuantificación del presupuesto de producción. Con este dato es posible buscar fuentes de financiación y la elaboración de un calendario para el proyecto de producción.
Supervisión del Calendario de Ejecución	A lo largo del proceso de rodaje y postproducción del film o programa

	televisivo, el productor debe velar por el cumplimiento estricto del calendario de producción previsto, mediante una organización y vigilancia escrupulosa. Entre otras cosas, se cuidará la confección de órdenes de trabajo, gestiones de permiso, preparación de planes alternativos, contratación de técnicos, alquiler de equipos, comida, transporte, confección del plan de convocatoria a los involucrados de la producción.
Seguimiento del Presupuesto	El productor ejecutivo debe prestar una atención permanente al seguimiento del presupuesto inicial y calcular las desviaciones que van apareciendo en el proceso de producción.
Promoción del Producto	Las gestiones para la distribución, exhibición y emisión del producto, en definitiva, para su comercialización son clave en la actualidad, incluso el diseño de productos, de las campañas de publicidad y promoción de la producción audiovisual.

3.7.2. Géneros de la Producción Audiovisual

Los géneros de la producción audiovisual son: El Documental, el Reportaje, los informativos, telediarios, entretenimientos, concursos, espectáculos y los dramáticos.

- a. El documental audiovisual:** es un género que construye una ficción, partiendo de elementos obtenidos directamente de la realidad. El documento audiovisual es aquel que en un mismo soporte contiene imágenes en movimiento – información visual-y sonido, sin distinción de soporte físico no de forma de grabación, y que requiere un dispositivo tecnológico para su grabación, transmisión, percepción y

comprensión. Se caracteriza pues por su dualidad o carácter mixto, su diacronía que le viene dada por el canal audio, y su opacidad que le hace ser dependiente de la tecnología para el acceso al contenido. Los documentos audiovisuales están constituido por imágenes y sonidos, organizados en un conjunto coherente que constituye la obra audiovisual. Esta obra comprende una o diversas secuencias, cada una de las cuales compuestas de diversos planos o planos-secuencias. Lo que es relevante, desde el punto de vista del análisis documental. El análisis documental precisa segmentar el video jerárquicamente en segmentos, secuencias y planos. Un plano es una toma continua de cámara. Una secuencia está compuesta por uno o más planos que presentan diferentes tomas del mismo acontecimiento con una relación espacial y temporal. Un segmento está compuesto por una o más secuencias relacionadas.

- b. ***El Telediario o programas informativos:*** Contiene diversos reportajes que se analizarán como una unidad independiente cada una de las noticias o reportaje.
- c. ***Concurso:*** Es un género muy flexible que puede encontrarse tanto en el Day Time, como en el Prime Time. Para Charo Lacalle, el concurso se distingue por su carácter "camaleónico" y alude a su capacidad para adaptarse a las tendencias dominantes en cada momento considerándolo un género esencial en el diseño de las parrillas: Lacalle dice:

*“El concurso representa una de las piezas angulares de la programación televisiva, pues la simplicidad de su estructura resulta idónea a la serialización con la que se intenta atrapar al espectador en la parrilla horizontal (diaria o semanal), mientras que su flexibilidad (un mismo formato puede tener una duración diferente o incorporarse en distintos módulos de los programas contenedores que lo albergan en sus distintas versiones) lo convierte en un útil instrumento a la hora de configurar la parrilla vertical por franjas horarias”.*¹⁶

d. **Los géneros dramáticos:** que son las comedias y la tragedia.

La tragedia: hace que el espectador se identifique con ella; produciendo la purificación del alma y el espíritu al ver un hecho sumamente desgraciado, porque eso, causa una empatía con el protagonista u este espectador al ver el hecho desgraciado, también recuerda sus penas y dolores y libera eso con el llanto y la utilización del elemento trágico.

e. **Reportaje:** Es un trabajo periodístico, cinematográfico o de otro género, de carácter informativo. Entre los tipos de reportaje, aparecen:

- **Científico:** Destaca los avances y descubrimiento científico más reciente.
- **Explicativo:** Indaga sobre hechos de trascendencia entre la opinión pública.
- **Investigativo:** Intenta captar detalles desconocidos sobre un hecho en particular.
- **Interés Humano:** Centrado en una persona o en una colectividad.
- **Libre:** Presenta una estructura a elección y suele ser poco extenso.

¹⁶ Tesis de Grado.

4. Análisis de Medios Audiovisuales

La comercialización de los medios audiovisuales comienza con la radio; sus producciones marcan la pauta escénica para llevar al oído las dramatizaciones y los efectos del teatro. Las primeras producciones van dirigidas al entretenimiento, a la información luego a la diversión para posteriormente darle paso a la cinematografía.

En la década del '40 y '50 después de la segunda guerra mundial comienza la empresa audiovisual a recuperar la posición que había marcado la pauta en los inicios del siglo XX. El cine y la radio forman el componente audiovisual que simplifica el inicio de la televisión.

Igualmente se consolida la organización empresarial comercial del sistema audiovisual: producciones más costosas, especializaciones técnicas, mejor preparación y capacitación del arte y su personaje. Todo este sistema audiovisual producto de la producción del hombre en: novelas, anécdotas de ensayos y monografías, etc, es elevado a la pantalla chica lo que hoy conocemos como producción audiovisual, el reemplazo de los discos de acetatos; DVD, CD- ROM, cinta de videos, y los soportes como: Betacam Digital, . SX, SP, DV CAM/, Betacam SX 4:3, Betacam SX 16:9, HD, HDV, Alta Definición, Betacom SP lo que hacen más simple la producción, pero más costosa la empresa.

La proliferación de producciones rompen el esquema de las organizaciones de las grandes industrias y permiten el libre mercado a los productores independientes.

El mejor ejemplo son los documentales para turismo, las producciones internas de los hoteles, la oferta y la demanda para los intelectuales – literatos, obras inéditas que son elevadas a la pantalla chicas, vidas secretas que se convierten en telenovelas y la exportaciones de la idiosincrasia y la cultura de esas producciones recurrentes de los países como: Colombia, Venezuela, México, España entre otros.

4.1. El Cine y La Televisión

A finales de los años veinte, mientras la industria cinematográfica incorporaba sonido a las imágenes, algunos inventores trabajaban en la forma de incorporar imágenes al sonido. Igual o parecida situación ocurría con algunos intelectuales, los cuales serían llamado posteriormente productores. Esos personajes al igual que los directores y todo el equipo técnico simultáneamente con los actores, artistas y demás personajes tuvieron mucho que ver con la primera etapa tanto el cine como la televisión. Estos personajes no podían ser mas diferentes entre sí.

En los inicios la calidad de la producción no era la mejor. Basta remontarse al cine mudo, su evolución y los esfuerzos de esos personajes y todo el componente afanado en llevar una producción a un público ávido de ver algo diferente, especialmente la magia de una imagen unida a un sonido a

través de un espectro diferente al acostumbrado. Totalmente unidireccional e impersonal, pero con un alto contenido de empatía. En sus inicios los medios audiovisuales, tanto el cine como la televisión, la calidad de la imagen e inclusive el propio sonido no eran los mejores. La era de la tecnología se encargo de mejorar esa historia del pasado. Basta hacer referencia a los audiovisuales no profesionales, porque no decirlo, de las producciones independientes en cine y televisión.

La referencia del siglo XX, en materia de cine y televisión, nos ha servido para que en el siglo XXI se enfatice la mayor parte de la producción audiovisual en la computadora. Basta escoger un software y se resuelve cualquier problema de comunicación en materia de producción.

Indistintamente al medio al que tratemos en materia de producción, prevalecerá la parte humano, genéricamente hablando el intelecto del hombre o la mujer.

El abordar el cine, la televisión y en la actualidad la computadora con su red de Internet implica que toda empresa cuya especialización sea la comunicación deberá necesariamente tomar en cuenta estos medios, un análisis de los mismos, sus antecedentes y por supuesto su aporte sociocultural.

4.1.1. La Industria Productora de Cine y Televisión

Las empresas buscan soluciones innovadoras a sus problemas a fin de mejorar su competitividad. Actualmente las soluciones dependen de cambios en la organización de la producción. Un instrumento básico para dicho cambios radica en la utilización intensiva de capital, frente al empleo intensivo de fuerza de trabajo. En la industria audiovisual actual podemos destacar, entre otros, dos importantes problemas:

- ☞ El coste de producción audiovisual es cada vez mayor.
- ☞ La industria se internacionaliza progresivamente.

Frente a estos problemas se aplican por lo general tres tipos de soluciones:

- Invertir en capital para permitir una aumento de la productividad.
- Promover fórmulas organizativas más racionales.
- Promover la cooperación.

Los cambios tecnológicos repercuten en el mundo desarrollado al favorecer comportamientos productivos más eficaces. Al mismo tiempo, estos cambios generan tensiones en todo el sistema económico, social y político. La transformación de los sistema de producción ha motivado un profundo cambio en el trabajo, el cual no ha sido ajeno la empresa audiovisual. Un ejemplo que

siglo XIX, las empresas audiovisuales nacionales e internacionales producían reportajes en soportes cinematográficos, con la incorporación de sistemas ligeros de video, equipo humano necesario disminuyendo su tamaño de tres a dos personas. En la actualidad las cadenas han incorporado sistemas técnicos que permiten desarrollar el mismo trabajo por una sola persona.

A través de la informática las empresas productoras utilizan lo mejor de sus elementos para reemplazar la mano de obra del hombre y al mismo tiempo poner en función lo más avanzado de la tecnología. Ese proceso identificado como los software y programas adecuado para la producción audiovisual. Las empresas buscan soluciones innovadoras a sus problemas a fin de mejorar su competitividad.

De la misma forma logramos, a través de la informática presentar en este trabajo de investigación un directorio de empresas nacionales y de alcance internacional dedicados a la producción audiovisual.

- ***Alkymia Cinematográfica:*** Casa productora orientada a emplear su talento para proveer a sus clientes de soluciones audiovisuales.
- ***Alter Producciones Audiovisuales:*** Empresa que ofrece servicios en el área de producciones audiovisuales.
- ***Arcorentv Producciones, C.A.:*** Empresa que ofrece servicios en las áreas de producciones, post producción y animación digital en 2D y 3D.

- ***Arkhan Producciones, C.A.***: Compañía dedicada a la producción de videos institucionales, comerciales para televisión, videos musicales, animaciones en 2D y 3D.
- ***AS-3 Comunicaciones***: Servicios especializados en producción y post producción de videos, CD Rom, interactivos, páginas web, animaciones 3D, organización de eventos y comunicaciones.
- ***Blanco y Negro Films***: Empresa dedicada a la pre, pro y post producción de comerciales, videoclips y cortometrajes para televisión y cine.
- ***Bolívar Films, C.A.***: Industria pionera de cine y la publicidad en Venezuela fundada en 1940, para producir largometraje venezolanos.
- ***Cámara Films***: Productora de documentales y films de todos los géneros y para todas las audiencias. Ubicada en Caracas.
- ***Cine en la ULA***: Cine es un espacio que le ofrece varias alternativas en enlace con los websites cinematográficos más importantes de la red.
- ***Clic Epost***: Compañía de producción de comerciales de televisión, documentales y multimedia, pre-producciones y co producciones internacionales en Venezuela.

- ***Cooperativa Icono II***: Su objetivo es dar a conocer los valores culturales, naturales y humanos de la nación a través de la producción audiovisual.
- ***Diamond Light Productions, C.A.***: Ofrecen servicios de iluminación móvil, sonido, audiovisuales, efectos especiales, casting y más.
- ***Digital Memory***: Empresa dedicada fundamentalmente a la edición de videos profesionales para televisión.
- ***El Chico de la Tapa Films***: Productora cinematográfica de comerciales, cortometraje, documentales y programas de televisión ubicados en la ciudad de Caracas.
- ***El Universo del Espectáculo***: Empresa orientada hacia la producción y transmisión de programas radiales en el área de variedades, novelas, miniseries, audio y más
- ***Espiral Creativo***: Compañía que se encarga de ejecutar proyectos audiovisuales, musicales, digitales y gráficos para las empresas a nivel nacional e internacional.
- ***Estudios Backstage***: Sitio web que presta servicios de post producción de medios para video a planta de televisión agencias de publicidad, pre producción, grabación y más.

- ***Explorart Media:*** Empresa que ofrece servicios de producción audiovisuales e impresas.
- ***Explorart Pro & Post:*** Compañía que presta servicios de producción y post producción para la industria cinematográfica, televisiva, publicitaria y corporativa.
- ***Film Venezuela:*** Guía de servicios y links de interés para productores audiovisuales extranjeros que deseen realizar proyectos de películas, videos y fotografías en Venezuela.
- ***Gainnenground Productions, Inc.:*** Servicios de producción de cine y videos, servicios fotográficos y diseños multimedia.
- ***Grupo Cinesa:*** Empresa dedicada a la producción de comerciales, micros, series y documentales, para las más importantes empresas e instituciones nacionales e internacionales.
- ***Kaleidoscopio Producciones:*** Equipos de profesionales enfocados en el mercado audiovisual.
- ***Katara:*** Enfocados a prestar servicios audiovisuales. Ubicados en la Ciudad de Caracas.
- ***Kinnard:*** Enfocados hacia la formación de actores de cine, teatro y televisión, producciones y más.

- ***La Junta Music & Sound Design:*** Estudio de grabación dedicada a la producción de música original para cine y televisión, cable, radio y multimedia.
- ***Latina Producciones:*** Equipo de profesionales dedicados a la realización de producciones audiovisuales.
- ***Le Post Producciones, C.A.:*** Compañía de producciones independientes, especializada en comerciales de televisión, documentales, comunicaciones corporativas y prestaciones.
- ***Línea Visual Comunicaciones, C.A.:*** Productora de comerciales de televisión y audiovisuales.
- ***Lucompa Producciones, C.A.:*** Empresa especializada en producciones audiovisuales. Realización de comerciales, micros, cortos, programas de televisión y más.
- ***Luna Creciente Studios:*** Estudios de producciones musicales, arreglos, composiciones, mezcla, mastering, música para publicidad, temas originales para programas de televisión y más.
- ***Makinando Producciones, C.A.:*** Elaboran productos y prestan servicios en áreas relacionados al video.
- ***Motion Video Media, C.A.:*** Productora audiovisual de comerciales, lanzamientos documentales y más. Ubicadas en Caracas.

- ***Nebraska Producciones***: Asociación de talentos cuya finalidad es apoyar la creación, formación y difusión audiovisual.
- ***Nexus Productora Cinematográfica***: Especialista en comerciales y proyectos audiovisuales, capaces de transformar sus ideas en imágenes utilizando herramientas de graficación y post producción y un equipo humano creativo.
- ***OM Films Oscar Montanti Producciones C.A.***: Productora cinematográfica con 15 años de experiencias en el medio publicitario nacional e internacional, con una completa infraestructura y post producción y un equipo humano creativo.
- ***Oruga Films, C.A.***: Empresa productora de audiovisuales.
- ***Pantalla Naranja Producciones***: Empresa de servicios audiovisuales de videos y producciones de cine.
- ***Primetime Productora***: Productora de comerciales para televisión y cine.
- ***Proadie, C.A.***: Empresa dedicada de diseño y producción de videos y documentales.
- ***Producciones ARG Orinokya Films, C.A.***: Compañía dedicada a la producción, desarrollo y realización de contenidos audiovisuales y publicitarios para radio y televisión.

- ***Producciones Integrales***: Grupos de profesionales que se encarga d atender a las demandas audiovisuales del mercado corporativo local en cuanto a videos, compañías, lanzamientos y más.
- ***Producciones Proartim, C.A.***: Casa productora dedicada a brindar servicios en el área de la comunicación, audiovisual, impresa y radiofónica.
- ***Pro Fit Producciones***: Le ofrecen servicios de contratación, manejo de artistas nacionales e internacionales, organización de eventos, producciones de giras, conciertos y más.
- ***Radio y Televisión Producciones***: Se encargan de ofrecer servicios de pre- producción, producción y post producción de videos y audio a la medida de sus necesidades.
- ***Representaciones Artísticas, C.A.***: Empresa especializada en representación artísticas y producciones de eventos corporativos.
- ***RSG Revolution Studios Group***: Jóvenes profesionales especializados en las diferentes áreas del mercado audiovisual.
- ***Ruge Visión, C.A.***: Empresa productora audiovisual dedicada a la creación de programas y comerciales.

- **Scorpion Productions FP:** Productora independiente que ofrece servicios de producción audiovisual, alquiler de equipos, edición de audio y videos, diseño gráfico y más.
- **Sueños Digitales, C.A.:** Empresa de servicios dedicada a la producción audiovisual, la publicidad y la comunicación social.
- **Sunset Cinema:** Productora cinematográfica de comerciales y películas.
- **Tápeles Cine Digital:** Productora audiovisual de cine y video comerciales, videos musicales y más.
- **Tepey Films:** Distribuidora de programas para la televisión, cable y home videos especializados fundamentalmente en telenovelas, dibujos animados y documentales.
- **TV Net:** Servicios audiovisuales, corporativos comerciales en televisión y animación en 2D y 3D.
- **Víctor Multimedia:** Especializado en post producción de video, animación 3D y 2D edición no lineal, montaje, efectos visuales, multimedia, diseño, páginas web y más.
- **Video 4 Internet:** Productora que se dedica a la concepción de guiones, grabación, edición, post producción y musicalización de piezas audiovisuales.

- ***Warn Weather Filmco, S.,A:*** Servicios de producción de filmación en Venezuela.
- ***Xtreme Pictures:*** Productora de comerciales que se encuentra ubicada en la ciudad de Caracas.
- ***Wild Track Productions:*** Pioneros en la producción de documentales de la naturaleza y situaciones externas para películas, propagandas, comerciales, expediciones científicas, etc.

En esta fase del trabajo de investigación es fácil advertir que el punto siguiente es la presentación de nuestra propuesta. Se trata de un proyecto teórico-académico que ha de convertirse en una realidad una vez sea comprobada los objetivos y las hipótesis de investigación. En el capítulo siguiente especificaremos el alcance de nuestra propuesta.

4.2. La Red Internet y la Producción Audiovisual

Con el Internet se ahorra tiempo y dinero. No solo para la empresa sino para el mismo cliente. La facilidad que da el Internet es enviar los documentos a cualquier parte del mundo a precio de una llamada local, o mantener videoconferencias con sus clientes, conocer que ofrece la empresa entre otras cosas.

Mediante el e- mail el empresario y la empresa, podrá disfrutar de una comunicación más rápida, viable y económica, en comparación con los medios tradicionales, y además sin limitaciones horarias.

Las ventajas de anunciarse en Internet es vender el producto y darse a conocer; y llegar a un alto nivel de clientela la cual se podría beneficiar con las ventajas que proporciona el lenguaje de programación de la empresa realizando un portafolio de aplicaciones a cualquier plataforma.

El Internet es uno de los medios publicitarios más productivos y económicos. La empresa 3s Cyber Productions S.A., ofrecerá sus productos y servicios a la "audiencia" de Internet, con los más altos niveles de confiabilidad y profesionales.

5. La Propuesta

5.1. Resumen Ejecutivo

La comunicación empresarial ha sufrido una importante transformación en la última década. La gestión actual de comunicación estratégica y asuntos públicos implica cambios relevantes en el perfil profesional de los especialistas del área, así como una redefinición de la relación entre las empresas y su entorno para alinear la estrategia de comunicación con las realidades sociales y los objetivos de negocios. Las empresas tienen la responsabilidad de dar respuestas oportunas y transparentes al escrutinio público, nacional e internacional, que existe sobre ellas. Las actitudes públicas sobre las empresas están cambiando aceleradamente y se evidencian a través de una mayor participación e intervención de las comunidades y grupos organizados, la democratización de los medios de comunicación social y el acceso de los ciudadanos a poderosos medios digitales que difunden una información a todo el planeta, nuevos marcos regulatorios, una mayor conciencia sobre el medio ambiente y una fuerte presión sobre las empresas para implantar ecoeficientes. Por ello, la autonomía de las empresas está condicionadas por su entorno y trasciende las legislaciones vigentes.

Nuestra empresa denominado 3s Cyber Productions, S.A., está considerada de acuerdo a las leyes panameñas como una micro empresa. Su rango socioeconómico, enmarcado en el grupo de emprendedores, está en

capacidad de generar un máximo de cinco (5) posiciones de trabajo y un mínimo de tres (3). Su mercado de competencia y mercadeo debe permitirle un ingreso anual mínimo de B/.150.000.00 (ciento cincuenta mil balboas).

Al considerarnos emprendedores cumplimos con el interés que tiene toda persona que aspira a tener su propio negocio. Generamos nuestro propio trabajo, porque es nuestra empresa y al ser mi propio jefe no dependo de un empleo que hoy existe, pero posiblemente mañana no exista. La creación de mi propia empresa significa, además, seguridad, estabilidad laboral y ganancias.

Montar mi propia empresa es poner en evidencia mis conocimientos, mi talento así como mis habilidades y destrezas personales para producir un bien o un servicio.

El modelo de iniciar una empresa en nuestro país, fundamentalmente tiene 3 aspectos, los cuales nosotros hemos desarrollado y hoy lo plasmamos como una propuesta académica. No obstante hacemos la salvedad que no contamos con la experiencia básica en Administración de Empresa.

Lo fundamental, en primer lugar, la iniciamos con la idea de tener un negocio propio en la línea audiovisual. Al ingresar a la Facultad de Comunicación Social, hacer contacto con entendidos y especialistas en el sector televisivo y radial se despertó nuestra curiosidad en el mercado. Al

transcurrir los años fundo una sociedad que nace de la idea original de tener mi propia empresa.

En segundo lugar, me asocio con profesores, asesores y terceras personas que me ayudan a elaborar un plan de negocios, el cual me serviría de guía para el desarrollo de la empresa. Dicho plan contemplan, por primera vez una propuesta precisa de lo fundamento de mi empresa y una explicación paso a paso de los objetivos, visión y misión que espero desarrollar de esta empresa.

En tercer lugar, hemos tomado la decisión de presentar esta investigación como una propuesta académica de mi propia empresa. Se incluye en la misma la forma de organización con la que cuenta la empresa, un estimado de los recursos tanto humanos como técnicos con los cuales debe contar una microempresa.

Siguiendo las normas de una guía administrativa para negocios de emprendedores intentamos poner en marcha la empresa 3s Cyber Productions, S.A., con recursos propios. Estos recursos propios provienen de ahorros personales y familiares, apoyo directo de sus familiares o amigos y no empezar el negocio con deuda, de forma que pueda trabajar con mayor holgura y tranquilidad. La guía para jóvenes empresarios aconseja no mortificarse por deudas o tener que pagar.

Al presentar esta propuesta de manera formal se intuye que pretendemos poner en marcha esta pequeña empresa, que necesita crecer,

presentando un mercado de servicio a los consumidores transformándolos en clientes. Si logramos a corto plazo esos objetivos nos haremos socios de la Unión de Micro Empresas para que nos faciliten los recursos necesarios para que este plan de negocios que hoy presentamos académicamente, se convierta en una entidad financiera económicamente rentable.

Según el empresario Gustavo Manrique Salas, Director de Stratego Communications, señala que:

"Hoy las empresas requieren una licencia social para operar, pero pocas están dispuestas y preparadas para asumir con convicción esta realidad. Este esfuerzo implica desarrollar una "inteligencia de negocios" basada en conocer, comprender y administrar aquellos aspectos del entorno que pueden favorecer o afectar la rentabilidad y viabilidad de la empresa".¹⁷

5.2. La Organización de mi Empresa

Esta propuesta esta inspirada en una microempresa preparada para entrar en un mundo competitivo y globalizado. La sometemos a su consideración homologando el funcionamiento de fundaciones que promueven el emprendedurismo en el sector de la radio, televisión, internet, página web, blogs y software y ediciones; los cuales se resumen en el sistema moderno audiovisual.

La empresa 3s Cyber Productions, estará estructurada de manera funcional, contará con el siguiente recurso humano:

Director Ejecutivo:

¹⁷ Recorte Periódico "La Prensa" mayo 2007 Gustavo Manrique Salas, Director de Stratego Communications,

Estará a cargo de los Departamentos de:

- Producción (Camarógrafo, periodista, iluminación, audio, grabaciones, planeación de preproducción, diseño,)
- Edición (posproducción)

El objetivo de nuestra empresa es poderles brindar un servicio acorde a los requerimientos y exigencias del cliente, pudiendo asumir la tarea de realizar una producción de manera integral a la idea. Es por ello, que contaremos con un recurso necesario; humano y tecnológico.

Los procesos de admisión de personas constituyen las rutas de acceso de éstas a la organización, representan la puerta de entrada, abierta solo a los candidatos capaces de adaptar sus características personales a las características predominantes de la organización. Podemos señalar la descripción del puesto con sus requisitos mínimos para ocupar los cargos en

3s CYBER PRODUCTIONS, S.A.

<i>Nombre del Cargo</i>	<i>Responsabilidad</i>
<p><i>Gerente:</i></p> <p><i>Su grado académico:</i> Profesional de Comunicación o afines.</p> <p><i>Requisitos:</i> Capacidad e Dirección, Organización, liderazgo, proactivo, comunicación y trabajo en equipo.</p>	<p>Es la autoridad máxima de la organización para la buena marcha de la empresa. Planifica, organiza, dirige y controla. Es la persona que organiza los contratos con los clientes. Mucha relaciones humanas. Igualmente tiene a su cargo el marketing, la</p>

	planificación y la dirección del recurso humano.
<p>Producto Ejecutivo:</p> <p>Grado Académico: Profesional de la Producción audiovisual</p> <p>Requisitos: Productor audiovisual.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años</p>	<p>Es la persona que administra los fondos destinados a la producción. Para esto, es él quien tiene el primer contacto con la agencia de publicidad para realizar el presupuesto de un trabajo audiovisual. Es la persona que está al tanto de todo lo disponible en el mercado para realizar la cotización y de mantener en contacto, mediante reuniones a ambas empresas. Responsable directo de la selección y ubicación de la producción audiovisual, con el propósito de forma un todo uniforme y balanceado.</p>
Editor	Asigna a los camarógrafos, operadores una agenda específica de los que se va a producir.
<p>Reportero</p> <p>Requisito: <i>Licenciado en Periodismo</i></p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años</p>	<p>Recopila las historias. Con frecuencia reporta a cuadro desde la locación.</p>

<p><i>Camarógrafo</i></p> <p><i>Experiencia:</i> 2 años</p>	<p>Opera la cámara grabadora, realiza la iluminación, así como el montaje de imagen. En ausencia del reportero, decide qué partes de la nota debe cubrir.</p>
---	---

De esta manera, sabe que puede contar con nuestros servicios a la producción de los siguientes géneros:

- Documentales
- Videos Corporativos- Institucionales
- Programas para Televisión
- Cortometraje
- Periodismo investigativo

5.3. Identificación de la Empresa

3s Cyber Productions, S.A. es una empresa audiovisual que ofrece servicios audiovisuales como: producción, post producción, filmación, fotografía, documentales, reportajes, boletines, entre otros.

5.4. Objetivo General

Brindar servicio acorde a los requerimientos y exigencias del cliente.

5.5. *Visión*

Ser una empresa audiovisual modelo en Panamá de la más alta calidad, utilizando métodos activos modernos.

5.6. *Misión*

Proporcionar soluciones audiovisuales integrando tecnologías de vanguardia a las diversas propuestas de trabajo, con estándares de calidad y fidelidad de alto nivel, prestando asesoría y servicio técnico permanente a nuestros clientes.

5.7. *Descripción del Proyecto*

Ubicación: Panamá, Ciudad de Panamá, Nuevo Reparto El Carmen.

5.8. *Legislación que Vincula el Estudio.*

Dependencias: Ministerio de Gobierno y Justicia, Ministerio de Economía y Finanzas, Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME).

5.9. *Metodología*

El proyecto se desarrollará con una metodología participativa empresa-cliente.

5.10. *Perfil Académico*

El personal de 3s Cyber Productions, S.A. estará conformado un alto nivel de profesionales en el área de la producción audiovisual.

5.11. Clientes Potenciales

Demanda cautiva: Serán los clientes que estaremos visitando y ofertando nuestro producto. Tales como: Lotería Nacional de Beneficencia, Ricardo Pérez, entre otros.

5.12. Características Demandadas al Servicio.

- Personal Idóneo
- Instalaciones adecuadas
- Transporte
- Tecnología de Punta
- Aseo
- Equipos Audiovisuales

5.13. Proyección de la Demanda

La industria de la producción audiovisual panameña, sus protagonistas son menos de 15 empresas que están dedicadas a realizar trabajos comerciales a nivel nacional y regional, prestar apoyo a canales como Discovery Channel o la National Geographic, cuando vienen a filmar a Panamá y a hacer programas para el consumo local e, incluso, algunos de exportación, así que "**el barco está lleno**" es de allí que han surgido más productoras independientes, que con equipos básicos como cámara digitales que graban en formato de video, realizan cuñas de 500 a 2,000 dólares.

5.14. Oferta

3s Cyber Productions, S.A. ofrece un servicio de alto servicio de producción, con el personal idóneo calificado para la satisfacción de los clientes. Se ofrece el servicio audiovisual en horario flexible de lunes a viernes laborales todo el año con un costo de B/. 500.00 dólares por trabajo realizado.

5.15. Competencia

En nuestro estudio detectamos 15 empresas de producción audiovisual y más de 10 pequeñas productoras independientes que compiten con nuestro proyecto

5.16. Estudio Técnico

5.16.1. Tamaño

Contaremos con un espacio de 68 metros cuadrados para la atención del cliente.

5.16.2. Justificación del Tamaño

En el área de 68 metros cuadrados se ofrecerá los servicios de:

- En el Departamento de Producción: El espacio será de 34 metros cuadrados.
- En el Departamento de Edición: El espacio será de 34 metros cuadrados.

5.16.3. Localización

3s Cyber Productions, S.A. estará ubicada en la Provincia de Panamá, Distrito de Panamá, corregimiento Bethania, Nuevo Reparto El Carmen.

5.16.4. Oficinas Administrativas

Las oficinas administrativas de 3s Cyber Productions, S.A. estará conformada de una estructura organizacional en: Tecnología - Producción audiovisual. A continuación su justificación:

5.16.4.1. Tecnología

La empresa 3s Cyber Productions, S.A. contará con siguiente tecnología: equipos audiovisuales, (grabadoras, reproductores de películas, DVD, televisor a colores) computadoras con programas especializado de producción, edición no lineal, edición en línea, edición fuera de línea, lámparas, trípodes, micrófonos, musicalización, entre otros. La cámara a utilizar tendrá una especificación de PAQ 1c Video Alta Definición HDV-HUR-HD1000U con tripié electrónico, Dollies y trípodes, monitores, discos duros, equipos de edición, tarjeta de captura, tituladotas, VTRS, conversores, apples (equipo) software, switchers y generadores de efectos. Entre otros.

5.16.4.2. Equipamiento

El mobiliario tiene las dimensiones adecuadas para el desarrollo del servicio, se cuenta con anaqueles, sillas, mesas y equipos audiovisuales.

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>
Aires Acondicionados	2
Televisor	1
Escritorios	5
Sillas de visitas	5
Mesas	5
Tablero Magnético	1
Papelería	
Computadoras con programas de edición	2
Iluminación	2
Cámara Filmadora	3
Trípodes	3
Micrófonos	3
Teléfonos	2
Escritorio de Secretaria	1
Archivador	1
Impresora	1
Fax	1

Caja Fuerte	1
Silla de Secretaria	1
Silla de Ejecutiva	1
Cortinas	2 juegos
Regletas	2
Sumadoras	1
Útiles de Oficina	1

Cuando las organizaciones son exitosas tienden a crecer, como mínimo a sobrevivir. El crecimiento exige mayor complejidad en los recursos necesarios para ejecutar las operaciones; ya que aumenta el capital, se incrementa la tecnología, las actividades de apoyo, además aumenta el número de personas y genera la necesidad de intensificar la aplicación de conocimientos, habilidades, destrezas, indispensables para mantener la competitividad del negocio.

5.17. Estrategia de Gasto

➤ *Costos Directos*

Nuestro estudio de factibilidad nos indica que el mercado panameño permite presentar proyectos cuyos costos proporcionan ganancias directas por el producto o servicio que estamos brindando. El costo de los materiales a utilizar con los clientes son los mismos que se utilizan en toda producción audiovisual para citar un ejemplo: La cámara de filmación, los CD ´S, DVD, los

softwares de las computadoras y los micrófonos. Los costos de mano de obra directo de nuestra empresa son: los sueldos del personal de planta, salarios y beneficios sociales del personal (2 ó 3), los otros costos directos son los calculados del presupuesto del proyecto para la subcontratación del producto solicitado por el cliente.

➤ ***Costos Indirectos***

Los costos indirectos son aquellos que no participan directamente el producto o el servicio solicitado por el cliente. Son permanentes y deberán estar siempre presupuestados anualmente.

El inicio de operaciones de la empresa 3s Cyber Productions, S.A., tiene para su ejecución una serie de necesidades que al ser agrupadas asciende a un monto de 10.000.00 (diez mil balboas) para el primer año de operaciones. Estas necesidades se han subdividido en cinco (5) puntos para analizarse en su totalidad en la siguiente manera:

➤ ***Gastos Directos de Operaciones***

El volumen inicial de operaciones consiste fundamentalmente en colocar en el mercado el producto, durante los primeros seis (6) meses, la suma de B/.5,000.00 lo que nos da una clara visión del recurso humano requerido para poder atender a los clientes. Este local tiene un área de 68 metros cuadrados aproximadamente; lo que resulta un alquiler mensual de B/.350.00.

5.18. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es calculado en una de B/. 10.000.00 (diez mil balboas) de los cuales B/.500.00, es utilizado como efectivo en caja calculado para un mes de operación, considerados prudentes para la operación de la empresa 3s Cyber Productions. El saldo de B/.1,500.00 para inventario y mantenimiento calculado para los tres (3) primeros meses aproximadamente.

5.19. Inversiones Diferidas

En este renglón se incluyen los gastos que serán amortizados durante los primeros años de funcionamiento de la empresa, y que serán realizados antes de entrar en operación entre los que incluyen:

- Estudio de factibilidad
- Economía
- Licencia Comercial
- Gastos Notariales
- Gastos Profesionales
- Otros gastos relacionados con la apertura de la empresa.

5.20. Imprevistos

Estimados en B/1,000.00, los cuales cubrirá cualquier otra inversión que sea necesaria para la apertura y/o puesto en marcha de la Empresa 3s Cyber Productions, S.A. y para cubrir las posibles variaciones de los gastos que se presentan y la cual se detallan a continuación (ver cuadro No.1)

5.21. Estrategia de Gastos:

La estrategia se fundamentará en la distribución que se realice del capital con que cuente la empresa para el inicio de sus operaciones durante el primer año de existencia.

El capital inicial con que contará es de B/.10,000.00, de los cuales B/.5,000.00 destinado a actividades principales: compra de equipos tecnológicos – programas o software especializados calculados en AB/.3,000.00 igualmente un total de B/.500.00, para la compra de materiales y equipos de oficina . El gasto de imprevistos o contingencias la suma de B/.1000.00 , el resto o sea el B/.500.00, corresponderá a los gastos diferidos como Estudio de Factibilidad, gastos profesionales, notariales, licencia comercial u otros gastos relacionados con la apertura de la empresa. De tal manera que los gastos en que incurrirá la Empresa 3s Cyber Productions,S.A. en este primer período cubrirá los siguientes renglones:

5.21.1. Gastos Fijos

- **Alquiler:** Con el monto total de **B/.4,200.00** al año, por el cual se pagará la suma de **B/. 350.00** mensuales.
- **Salarios:** Este punto cubre los salarios que se les pagará al personal que labora en la Empresa.
- **Presentaciones Sociales:** Consisten en el pago del seguro social, seguro educativo, riesgos profesionales y décimo tercer mes estimado en el 30% del monto de los salarios.

- **Energía Eléctrica:** Es el servicio de luz que se le da a la empresa. **B/. 1,800.00 al año**, por lo cual se pagará de al mes **B/. 150.00**.
- **Teléfono-cable e internet:** Son los servicios de comunicación que se utiliza en la empresa. **B/. 1,800.00 al año**, por lo cual se pagará al mes **B/. 150.00**
- **Agua:** Es el servicio de agua que se da en la misma. **B/. 240.00 al año**, por lo cual se pagará al mes **B/. 20.00**
- **Impuesto Municipal:** Es la tarifa de **B/.480.00** mensuales que cobrará por Ley en este tipo de negocio.
- **Impuesto de Tasa Única:** Es la tasa de **B/.150.00** que pagan las sociedades anónimas para su funcionamiento en el país.
- **Gastos Variables:** Producción audiovisual. **B/.2000.00** como un aproximado.

5.21.2. Inversión

Las decisiones que se refieren a la implementación de un proyecto científico, requiere para su realización inversión de capital y una variedad de recursos. Estos recursos se agruparon en dos partes fundamentales: El primero abarca todo lo relativo a la instalación de proyectos como tal, o sea el montaje para la producción o venta del producto. La segunda abarca los recursos que se asignan a la etapa del financiamiento del proyecto propiamente dicho.

En el primer grupo se refiere a lo que constituye el capital fijo o inmobiliario del proyecto, el segundo se refiere al capital de trabajo o circulante.

La manera como se enfoca la inversión representa una información esencial desde el punto de vista del desarrollo práctico y de la mecánica financiera del proyecto. (Ver cuadros)

5.21.2.1. *Inversión en Activos Fijos:*

Son aquellos bienes que no son transacciones corrientes por parte de la empresa, es decir que una vez que se adquiere durante la etapa de instalaciones del proyecto, se utilizan a lo largo de su vida útil. Este valor monetario es el capital fijo de la empresa.

Dentro de esta clasificación tenemos los que son tangibles e intangibles. Los componentes del activo tangibles son: El capital del equipo, la maquinaria tecnológica y los productos. Entre los recursos intangibles tenemos: El estudio de factibilidad, patentes, gastos de organización y de la puesta en marcha de la empresa. A continuación presentamos los principales rubros en la inversión fija que son:

- Infraestructura
- Equipos tecnológicos / varios
- Gasto de organización (ver cuadros)

5.21.2.2. Costo de Estudio del Proyecto

Este costo es intangible, por lo general se incluye, dentro del proyecto del presupuesto por formar parte de el. En algunos casos, estos gastos son costeados por instituciones financieras que están interesadas en que se invierta en ese proyecto por lo cual suministran información que refleja las ventajas y desventajas del mismo y sus condiciones del costo.

5.21.2.3. Equipos Varios

La inversión para este rubro asciende a la suma de B/.5,000.00 que son fundamentales para el buen funcionamiento de la empresa, este total aparece desglosado en el resumen de la inversión con los precios actuales.

- **Equipos tecnológicos:** La inversión para este renglón asciende a la suma de B/.3,000.00 los cuales serán invertidos en la compra de cámaras filmadoras, consolas, editoras, micrófonos, lámparas, switcher de producción y monitores.
- **Gastos de Organización:** Estos gastos son necesarios en cualquier empresa de este tipo que comienza a funcionar debidamente ya que existen una serie de gastos, tales como los salarios del personal que labora al momento de iniciar operaciones, honorarios profesionales, seguros, etc. El tiempo estimado para la organización de la empresa es de un (1) año.
- **Otros activos fijos:** Bajo esta denominación se agruparon los costos dispersados de menos importancia. La inclusión de estos costos es

debido a su naturaleza de reconocimiento de las limitaciones prácticas que existen para presupuestar las inversiones con exactitud. Este porcentaje es completamente arbitrario y en esencia depende de la exactitud con que se haya preparado el presupuesto de inversión de los principales rubros y del grado de incertidumbre respecto al futuro inmediato, de la facilidad o dificultad para obtener fondos adicionales de financiamiento si la estimación es insuficiente. Para estos fines estimamos un 100% de la inversión total, la cual alcanza la suma de B/.10,000.00

- ***El Capital de Trabajo:*** El capital circulante o capital de trabajo es el patrimonio en cuenta corriente que tiene que tener cualquier empresa para atender las operaciones de producción o distribución de bienes o servicios de ambos. En esta clase de actividad, no basta con tener las instalaciones y el equipo para entrar en funcionamiento sino que es imprescindible mantener el mínimo para la compra de los productos. Para disminuir la cuantía del capital de trabajo consideramos al costo de producción para unos seis (6) meses. El capital de trabajo alcanza la suma de B/10,000.00.

5.21.2.3 Detalles de las Inversiones en Capital de Trabajo

- ***Materiales Directos:*** Se tienen los servicios de: Producción, Post-Producción, Filmación, Fotografía, Comerciales, Documentales,

Jingles, Gacetillas, Animaciones 2D-3D y DVD ´S. Para los primeros seis meses de operaciones sería un total de B/. 10,000.00

- **Mano de Obra:** En este renglón solo se incluye la mano de obra directa y la mano de obra indirecta cuyos salarios ascienden a unos B/. 38,700.00 correspondiente a los primeros seis (6) meses de operaciones.
- **Gastos Administrativos:** Estos gastos incluyen al salario de seis meses del personal profesional como: el productor, director, camarógrafo, editor entre otros, compra de oficina. Debido a que el capital de trabajo está programado para seis (6) meses de operaciones, los gastos administrativos para este período es de ***B/.38,700.00 salarios; Prestaciones Sociales: B/.11.061.00 y décimo tercer mes B/. 3,700.00***
- **Otros Gastos:** se incluye en este renglón, el impuesto municipal que se paga por esta clase de actividad, el cual asciende a ***B/.480.00***
- **Inversión Estimada:** La inversión total estimada es la suma que cubre todos los costos en que se incurren al instalar el proyecto hasta que se alcanza el funcionamiento normal. Este total de inversión viene fijado por la suma de la inversión fija y el capital de trabajo. No se incluye el pago de intereses durante el período de organización, pero está considerado en el capital propio de la empresa expuesto en el capítulo de financiamiento.

- **Fuente de Financiamiento de la Empresa:** Para la realización de un proyecto cada actividad presenta cualidades diferentes y especiales por lo cual se considera que su fuente de financiamiento debe ser definida con prioridad ya que todo negocio, ya sean grande o pequeño requiere de un capital para el alquiler de apartamento, equipos tecnológicos y maquinarias. De tal forma que es necesario determinar la empresa o banco que será la fuente financiera con la que se contará para llevar a cabo el proyecto. El financiamiento de un negocio es de gran importancia para su éxito; por lo tanto el estudio cuidadoso y el análisis para determinar el mayor sistema de financiamiento es de suma importancia; ya que se espera que la Banca Comercial proporcione un financiamiento de 10% del monto de las necesidades de la empresa el cual representa la suma de B/.5,000.00, de los que serán utilizados una cantidad para la actividad principal de la empresa y la otra parte para la organización de la misma en los seis (6) primeros meses de vida de la empresa. También cabe agregar que uno de los primeros requerimientos es de asegurar fondos adecuados para operar con el negocio en forma económica.
- **Auto Financiamiento:** El grado de independencia que tenga toda empresa, se basa en la capacidad que tenga el empresario por suministrar su propio capital o la ayuda de otros que deseen formar parte de la sociedad. Toda persona, al establecer una empresa, lo

hace con el objetivo de poder satisfacer sus propias habilidades y ambiciones personales. El propietario de un negocio busca obtener utilidades y mantenerlas, ya sea, por medio de manufactura, venta de un producto o realización de un servicio. Esta inversión inicial en el negocio constituye al capital contable, que forma parte obligada de la estructura financiera, que resulta ser una inversión en el negocio, por motivo de expansión, necesite un capital adicional, debe solicitar el crédito correspondiente, el cual traerá como consecuencia contactos con fuentes adecuadas de financiamiento que culminarán en una inversión o un préstamo.

Cuadro No. 1
ESTRATEGIA DE GASTOS

Gastos Fijos	Balboas
1. Salarios	B/. 38.700.00
2. Prestaciones Sociales	B/. 11.061.00
3. Décimo Tercer Mes	B/. 3,700.00
4. Alquiler	B/. 4,200.00
5. Servicios de Seguridad	B/. 3,600.00
6. Luz, Agua y Teléfono	B/. 3,840.00
7. Servicios de Contabilidad	B/. 200.00
8. Impuestos Municipal	B/. 480.00
9. Impuesto de Tasa única	B/. 150.00
TOTAL DE GASTOS FIJOS	B/. 65.931.00
Gastos Variables	
1. Materiales y Suministros	B/. 500.00
2. Publicidad	B/. 500.00
3. Impuestos de timbres	B/. 200.00
TOTAL DE GASTOS VARIABLES	B/. 1,200.00
TOTALES	B/. 67.131.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	B/. 2,000.00
INVERSIONES Y EQUIPOS TECNOLÓGICOS	B/. 3,000.00
IMPREVISTOS	B/. 1,000.00

FUENTE: La Autora

Cuadro No. 2
GASTOS DE ORGANIZACIÓN

DETALLES	CANTIDAD	SALARIO
DIRECTOR	1	900.00
PRODUCTOR	1	800.00
ASISTENTE DE PROD.	1	400.00
OPERADOR DE	1	400.00
CAMARA		
EDITOR	1	600.00
PERIODISTA	1	500.00
SECRETARIA	1	350.00
PRESTACIONES LABORALES		11,061.00
DECIMO TERCER MES		3,700.00
COMBUSTIBLES		500.00
SEGURO,		500.00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS TECNOLÓGICOS		
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	1	400.00

Fuente: La Autora

Cuadro No. IV-1
Presupuesto de la Empresa
COSTO DE INVERSION
(Valores en Balboas)

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
ACTIVO FIJO	
- Mobiliario y equipo tecnologico	2,000
- Computadoras	2,000
- Equipo de Mantenimiento	2,000
- Television	5,000
- Mobiliario y Equipo de Oficinas	5,000
- Vehículos (1)	12,000
Aire Acondicionado	3,000
- Imprevistos de mobiliario y equipo (5%)	1,550
	2,000
TOTAL DE ACTIVO FIJO	34,550
AC Patente y Licencia	
Gastos de organización	1,500
Honorarios Profesionales	3,000
Estudio de factibilidad	7,000
Intereses durante la ejecución del proyecto	4,000
	0
TOTAL DE ACTIVOS NOMINALES	16,275
CA Gastos Administrativos y Generales de 6 meses	
Imprevistos (5%)	78,960
	3,948
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	82,908
T O T A L	133,733

Cuadro No. IV-2
0
CALCULO DE LOS INTERESES DURANTE LA EJECUCION DE LA EMPRESA
(Valores en Balboas)

AÑOS	INVERSION ESTIM. POR MES	ECUACION DEL FACTOR DEL VALOR FUT.	FACTOR DE MULTIP.	ESTIMACION DEUDA FUTURA	ESTIMACION GASTO FINANCIERO
1 MES (50%)	0	(1.00833)^7	1.0598	0	0
2 MES (10%)	0	(1.00833)^6	1.0510	0	0
3 MES (10%)	0	(1.00833)^5	1.0423	0	0
4 MES (10%)	0	(1.00833)^4	1.0337	0	0
5 MES (10%)	0	(1.00833)^3	1.0252	0	0
6 MES (5%)	0	(1.00833)^2	1.0167	0	0
7 MES (5%)	0	(1.00833)^1	1.0083	0	0
	0		7.2372	0	0
TOTAL	0			0	0
	0		2	0	0
	0		1.8093	0	0

El monto del financiamiento representa el 70% de la inversión (sin incluir los intereses durante la ejecución) con un costo de capital bancario del 10% anual.

0
SERVICIO DE LA DEUDA 1/
(Valores en Balboas)

AÑOS	SALDO DEL PRINCIPAL INICIO/AÑO	AMORTIZAC. DEL PRINCIPAL	PAGO DE LOS INTERESES	AMORTIZAC. MAS INTERESES	SALDO DEL PRINCIPAL FINAL/AÑO
1	93,613	5,874	9,361	15,235	87,739
2	87,739	6,461	8,774	15,235	81,278
3	81,278	7,107	8,128	15,235	74,171
4	74,171	7,818	7,417	15,235	66,353
5	66,353	8,600	6,635	15,235	57,753
6	57,753	9,460	5,775	15,235	48,293
7	48,293	10,406	4,829	15,235	37,887
8	37,887	11,446	3,789	15,235	26,441
9	26,441	12,591	2,644	15,235	13,850
10	13,850	13,850	1,385	15,235	0

1/ El costo de capital por financiamiento bancario es del 10% anual, pagadero en 10 años. El financiamiento representa el 70% de la inversión total.

0

Cuadro No. IV-4
Propuesta de la Empresa Audiovisual
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS
(Valores en Balboas)

Detalle	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS EN OPERACIONES	70,775	70,775	70,775	70,775	70,775.48					
GASTOS ADMINIST., VENTAS Y GRALES										
Sueldos	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
Prestaciones laborales (35% de los Sueldos)	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250	26,250
Tasa Única	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Agua	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Teléfono	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Electricidad	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Útiles de oficina	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Material de aseo	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Publicidad	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación de Mobiliario y eq. (5 años)										26,250
Seguros	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Mantenimiento y reparación	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Amortización - activos nominales	3,255	3,255	3,255	3,255	3,255	0	0	0	0	700
Imprevistos (5%)	7,683	7,683	7,683	7,683	7,683	7,520	7,520	7,520	7,520	600
										500
UTILIDAD EN OPERACION										6,000
										5,000
Menos: Gastos financieros	9,361	8,774	8,128	7,417	6,635	5,775	4,829	3,789	2,644	0
										0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-9,361	-8,774	-8,128	-7,417	-6,635	-5,775	-4,829	-3,789	-2,644	10,000
										25,000
Menos: Impuesto sobre la renta (0%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
										7,520
										157,920
UTILIDAD NETA	-9,361	-8,774	-8,128	-7,417	-6,635	-5,775	-4,829	-3,789	-2,644	26,320

BALANCE GENERAL
(Valores en Balboas)

Detalle	AÑOS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ACTIVO											
Activos Corrientes											
Caja o banco	70,928	58,948	46,968	34,988	23,007	7,772	(7,463)	(22,698)	(37,933)	(211,088)	
Total de activos corrientes	70,928	58,948	46,968	34,988	23,007	7,772	(7,463)	(22,698)	(37,933)	(211,088)	
Activos Fijos (Propiedad, Planta y equipo)											
Activos fijos	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total de Activos Fijos	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	34,550	
Activos Nominales (Activos intangibles)											
Activos nominales	16,275	16,275	16,275	16,275	16,275						
Amortización acumulada	-3,255	-6,510	-9,765	-13,020	-16,275						
Total de Activos nominales	13,020	9,765	6,510	3,255	0	0	0	0	0	0	
TOTAL DE ACTIVOS	118,498	103,263	88,028	72,793	57,557	42,322	27,087	11,852	(3,383)	(176,538)	
PASIVO Y CAPITAL											
Pasivos corrientes											
Préstamo por pagar (porción corriente)	6,461	7,107	7,818	8,600	9,460	10,406	11,446	12,591	13,850	0	
Impuesto sobre la renta por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pasivos a largo plazo											
Préstamo por pagar (porción a largo plazo)	81,278	74,171	66,353	57,753	48,293	37,887	26,441	13,850	0	0	
Total de pasivos	87,739	81,278	74,171	66,353	57,753	48,293	37,887	26,441	13,850	0	
Capital											
Capital Social	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	40,120	
Utilidades retenidas	-9,361	-18,135	-26,263	-33,680	-40,315	-46,091	-50,920	-54,709	-57,353	-57,353	
Total de Capital	30,759	21,985	13,857	6,440	-196	-5,971	-10,800	-14,589	-17,233	-17,233	
TOTAL DE PASIVOS Y CAPITAL	118,498	103,263	88,028	72,793	57,557	42,322	27,087	11,852	-3,383	-17,233	

Cuadro No. IV-10
0
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO
(Valores en Balboas)

Cuentas	INVERSION "AÑO 0"	AÑOS DE OPERACIONES									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTE DE EFECTIVO											
Ingresos de capital	133,733										
Aporte de los socios	40,120										
Préstamo bancario	93,613										
Ingresos corrientes	-										0
Ventas	-										0
TOTAL DE FUENTE	133,733	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
USO DE EFECTIVO											
Desembolsos de capital	50,825										
Inversión:	50,825	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Activos fijos	34,550										
Activos nominales	16,275										
Desembolsos de operación	-	(3,255)	(3,255)	(3,255)	(3,255)	(3,255)	-	-	-	-	157,920
Costos y gastos operativos l	-	(3,255)	(3,255)	(3,255)	(3,255)	(3,255)	-	-	-	-	157,920
Impuesto sobre la renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicio de la deuda	-	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235	15,235
Amot.del préstamo bancario	-	5,874	6,461	7,107	7,818	8,600	9,460	10,406	11,446	12,591	13,850
Intereses sobre préstamo ban	-	9,361	8,774	8,128	7,417	6,635	5,775	4,829	3,789	2,644	1,385
TOTAL DE USOS	50,825	11,980	11,980	11,980	11,980	11,980	15,235	15,235	15,235	15,235	173,155
CAMBIO EN CAJA	82,908	(11,980)	(11,980)	(11,980)	(11,980)	(11,980)	(15,235)	(15,235)	(15,235)	(15,235)	(173,155)
SALDO EN CAJA	82,908	70,928	58,948	46,968	34,988	23,007	7,772	(7,463)	(22,698)	(37,933)	(211,088)

1/ No incluye los gastos de amortización ni depreciación.