

117
29



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**"GUIA PARA CONSTITUIR UNA CASA PRODUCTORA
DE CORTO METRAJES (COMERCIALES,
DOCUMENTALES Y VIDEOCLIPS)"**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION
ADMINISTRATIVA**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A
VICTORIA URUETA ANGELES

ASESOR DEL SEMINARIO:
L.A.E. ALFONSO SUAREZ REBOLLO



MEXICO, D.F.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES Y A MIS HERMANOS,
QUE SIEMPRE HAN VISTO POR MI BIENESTAR,
GRACIAS A ELLOS Y A DOS ES QUE ESTOY EN ESTE LUGAR.

GRACIAS AL L.A.E. ALFONSO SUÁREZ REBOLLO,
QUE ES UN SER HUMANO EXCEPCIONAL.

Y A TI MIGUEL, GRACIAS POR TODO.

GUÍA PARA CONSTITUIR UNA CASA PRODUCTORA
DE CORTO METRAJES (COMERCIALES, DOCUMENTALES Y VIDEOCLIPS).

ÍNDICE GENERAL.

INTRODUCCIÓN		3
CAPITULO I.	DE LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN.	
	1. CONCEPTO GRAMATICAL DE PRODUCCIÓN	4
	2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	5
	3. LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN EN MÉXICO (1934-1985)	5
	4. DE CÓMO LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN REDITÚA UTILIDADES	10
CAPITULO II.	CÓMO CONSTITUIR UNA CASA PRODUCTORA.	
	1. ANTECEDENTES DOCTRINALES DE LA ADMINISTRACIÓN	13
	2. ¿ QUÉ ES UNA EMPRESA ?	20
	3. ¿ QUÉ ES UNA CASA PRODUCTORA ?	22
	4. CÓMO SE CONSTITUYE UNA EMPRESA EN GENERAL.	23
	5. MARCO LEGAL QUE RIGE A LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN (LEGISLACIÓN DEL MEDIO)	31
CAPITULO III.	ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA CASA PRODUCTORA DE CORTO METRAJES (COMERCIALES, DOCUMENTALES Y VIDEOCLIPS)	
	1. PRODUCCIÓN:	
	A) EL PRODUCTOR	37
	a) EL PRODUCTOR EJECUTIVO.	38
	b) EL PRODUCTOR DIRECTOR	39
	B) ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN	
	1) GERENTE DE PRODUCCIÓN.	39
	2) GUIONISTA	39
	3) DIRECTOR DE CÁMARAS	39
	4) ASISTENTE DE CÁMARAS	40
	5) DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	40

6) DIRECTOR DE CASTING	40
7) TALENTOS	40
8) DIRECTOR DE ARTE	40
9) VESTUARIO	40
10) MAQUILLAJE	41
11) ESCENOGRAFIA Y UTILERÍA	41
12) SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	42
C) ÁREA TÉCNICA DE LA PRODUCCIÓN	
1) CAMAROGRAFOS	42
2) STAFFS	42
3) ILUMINACIÓN	42
D) LA PRODUCCIÓN DE CORTO METRAJES.	
a) LA GRABACIÓN EN ESTUDIO	42
b) LA GRABACIÓN EN EXTERIORES (LOCACIÓN)	42
E) POST-PRODUCCIÓN.	
a) EDICIÓN	44
b) MUSICALIZACIÓN O REGRABACIÓN	44
2. ADMINISTRACIÓN.	
A) DIRECTOR O GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	45
B) CONTADOR GENERAL	46
C) TESORERO	46
D) AUXILIAR CONTABLE	46
E) SECRETARÍA	47
F) MENSAJERO	47
3. PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS CORTO METRAJES PRODUCIDOS.	
A) LA PUBLICIDAD	47
B) COMERCIALIZACIÓN DE LOS CORTO METRAJES PRODUCIDOS	48
a) COMERCIALES	48
b) DOCUMENTALES	48
c) VIDEOCLIPS	49
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	55

INTRODUCCIÓN

UNA OPCIÓN MÁS PARA EL ADMINISTRADOR EMPRENDEDOR Y DECIDIDO A LA INVERSIÓN EN ALGO INNOVADOR, PUEDE SER UNA CASA PRODUCTORA DE CORTO METRAJES (COMERCIALES, DOCUMENTALES Y VIDEOCLIPS)

HASTA AHORA SÓLO SE CONTABA CON ALTERNATIVAS COMO UNA EMPRESA INDUSTRIAL O DE SERVICIOS, PERO NUNCA SE HABÍA OBSERVADO LA POSIBILIDAD DE DESEMPEÑO DE UN ADMINISTRADOR EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN, CUYO OBJETIVO PRINCIPAL ES LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

PUEDE RESULTAR UNA INTERESANTE PROPUESTA, QUE NO SÓLO SATISFACERÁ LAS EXPECTATIVAS DEL ADMINISTRADOR A NIVEL ECONÓMICO, SINO TAMBIÉN CULTURAL Y DE RELACIONES SOCIALES INTERNACIONALMENTE, YA QUE EL MEDIO EN QUE SUELE DESENVOLVERSE UNA CASA PRODUCTORA, INVITA A INCURSINAR AL ÁMBITO DEL ARTE EN GENERAL.

EN ESTE CAMPO, EL ADMINISTRADOR PUEDE EJERCER TAN SÓLO COMO TAL LLEVANDO EL CONTROL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA, O PUEDE SER INVERSIONISTA EN LA MISMA; OBTENIENDO ASÍ MAYORES BENEFICIOS Y SIN NECESIDAD DE TENER QUE REALIZAR UN GRAN DESEMBOLO, PUES TIENE LA OPORTUNIDAD DE APOYARSE Y DE EMPLEAR EL PERSONAL QUE REQUIERA POR PROYECTO; ES DECIR, POR HONORARIOS.

ADEMÁS, SABIENDO DE ANTEMANO QUE CUALQUIER OTRO GIRO SUELE ENCONTRARSE MUY SATURADO POR LOS ADMINISTRADORES, ENTONCES SE PUEDE ENCONTRAR ANTE UNA OPCIÓN DE DESARROLLO COMO PROFESIONISTA O INVERSIONISTA.

PERO AÚN CON LAS VENTAJAS MENCIONADAS, SI EL ADMINISTRADOR NO SE ENCUENTRA CONVENCIDO DE INGRESAR A ESTE NUEVO GIRO, SERIA RECOMENDABLE QUE LEYERA ESTA PEQUEÑA GUÍA PARA QUE EL MISMO PUEDA EQUILATAR LOS BENEFICIOS O DESVENTAJAS QUE PUDIERA OFRECER ESTA INDUSTRIA, PUES CON TAL INTENCIÓN SE LLEVO A CABO LA ELABORACIÓN DE ESTA TESIS: ORIENTAR DE UNA MANERA SENCILLA, COMO REALIZAR NUEVAS INVERSIONES O SIMPLEMENTE COMO DESEMPEÑARSE EN ÁMBITOS NUEVOS -SI EL OBJETIVO NO ES EL DE INVERTIR, SINO ÚNICAMENTE EL DE ADMINISTAR.

CAPITULO I

DE LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

1. CONCEPTO GRAMATICAL DE PRODUCCIÓN.

ES IMPORTANTE QUE SIEMPRE, AL QUERER ADENTRARNOS AL ESTUDIO DE ALGO, PARTAMOS DE LO FUNDAMENTAL PARA ASÍ LOGRAR UN ANÁLISIS MAS PROFUNDO CON RESPECTO A NUESTRO TEMA DE INTERÉS

DEL MISMO MODO PODREMOS DESPEJAR NUESTRAS DUDAS ACERCA DEL MOTIVO QUE NOS ORILLO A DESARROLLAR DICHA INVESTIGACIÓN

PRODUCCIÓN (DEL LATIN PRODUCTIO.-ONIS) F ACCIÓN DE PRODUCIR 2. COSA PRODUCIDA 3. ACTO O MANERA DE PRODUCIRSE. 4. CONJUNTO DE LOS PRODUCTOS DE LA TIERRA O DE LA INDUSTRIA. (1)

PRODUCIR (DEL LATIN PRODUCERE) TR. INGENÉRAR, PROCREAR 2. DAR FRUTO LOS TERRENOS, PLANTAS, ETC 3. CREAR, HACER, ELABORAR 4. DAR INTERÉS, UTILIDAD O BENEFICIO UNA COSA. 5. ORIGINAR, OCASIONAR 6. FOR. EXHIBIR, PRESENTAR UNO A LA VISTA Y EXAMEN LAS RAZONES, MOTIVOS O PRUEBAS QUE PUEDAN APOYAR SU PRETENSÓN (2)

ES IMPORTANTE DESTACAR LO QUE JORGE E. TREVIÑO, AUTOR DEL LIBRO " TELEVISIÓN, TEORÍA Y PRACTICA " CONSIDERA COMO PRODUCIR DESDE EL PUNTO DE VISTA CINEMATOGRAFICO " ES UN ORGANISMO QUE FACILITA EL CAPITAL PARA ASEGURAR LA REALIZACIÓN DE UNA PELICULA "

CONTANDO CON BASES GRAMATICALES PARA INICIAR NUESTRA INVESTIGACIÓN, Y ANEXANDO A LO ANTERIOR NUEVAMENTE UNA DEFINICIÓN QUE, JORGE E. GONZÁLEZ TREVIÑO, HACE RESPECTO A LA PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN, DICIENDO QUE SE CONSIDERA " EL ARTE DE PRODUCIR A DISTANCIA UNA IMÁGEN TRANSITORIA VISIBLE DE UNA ESCENA REAL O FILMADA POR MEDIO DE UN SISTEMA ELECTRÓNICO DE TELECOMUNICACIÓN ", TENEMOS ELEMENTOS SUFICIENTES PARA PENSAR QUE ESE TRABAJO DE PRODUCCIÓN LLEGA A LA CULMINACIÓN DE SU REALIZACIÓN NO SOLO GRACIAS A LA AYUDA DE ESE MEDIO DE COMUNICACIÓN MARAVILLOSO QUE ES LA TELEVISIÓN, SINO QUE TAMBIÉN, COMO EN CUALQUIER ORGANIZACIÓN, HAN DE INTERVENIR LOS RECURSOS MATERIALES, TÉCNICOS, Y HUMANOS. LUEGO ENTONCES, PODEMOS DETERMINAR QUE LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN ES UNA

CONJUNCIÓN DE ELEMENTOS, COMO LA CALIDAD DE LOS ACTORES QUE APARECEN EN PANTALLA, LA CANTIDAD DE DINERO INVERTIDO PARA LA ESCENOGRAFÍA, VESTUARIO, MAQUILLAJE; ASÍ COMO LA BUENA COORDINACIÓN Y DIRECCIÓN DEL TALENTO TÉCNICO Y DEMÁS ELEMENTOS QUE AYUDAN AL LOGRO DEL OBJETIVO O META QUE TIENEN TODOS EN COMÚN... LA GRABACIÓN O TRANSMISIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN * *. (3)

2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

EN 1930 SE LLEVA A CABO LA PRIMERA TRANSMISIÓN * EN VIVO*: LA BBC DE LONDRES, AL MANDO DE BAIRD, TRANSMITEN LA TRADICIONAL CARRERA DERSBY

EN 1935, EN INGLATERRA, MARCONI-EMI ANUNCIAN QUE PRODUCIRÁN UNA IMAGEN CON 405 LÍNEAS DE ANÁLISIS.

EN 1937, EL SISTEMA EMI SE RECOMIENDA COMO DE UTILIZACIÓN EN INGLATERRA.

EN 1951, LA COLUMBIA TRANSMITE SU PRIMER PROGRAMA DE TELEVISIÓN EN COLOR

EN 1961 ES LA PRIMERA TRANSMISIÓN EN DIRECTO DE MOSCÚ A EUROPA CON MOTIVO DEL REGRESO DEL PRIMER VUELO ORBITAL, TRIPULADO POR YURI GAGARIN.

EN 1962 SE PONE EN ÓRBITA EL TELESTAR, PARA TRANSMISIONES TRANSATLÁNTICAS.

EN 1967 ES LA PRIMER TRANSMISIÓN DE TELEVISIÓN EN COLOR REALIZADA EN EUROPA POR LA BBC.

EN 1969 ES LA PRIMERA TRANSMISIÓN REGULAR DE TELEVISIÓN EN DIRECTO DESDE LA LUNA, CON 723 MILLONES DE ESPECTADORES.

EN 1976 ES LA TRANSMISIÓN MUNDIAL DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE MONTREAL

3. LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN EN MÉXICO (1934-1985). (4)

EN 1934 SE LLEVAN A CABO LOS PRIMEROS EXPERIMENTOS DEL ING. GUILLERMO GONZÁLEZ CAMARENA EN TELEVISIÓN.

EN 1939 ES LA DEMOSTRACIÓN DE LA PRIMERA CÁMARA DE TELEVISIÓN A COLOR, CONSTRUIDA POR EL ING. GONZÁLEZ CAMARENA

LA PRIMERA PATENTE MEXICANA ES OBTENIDA POR EL ING. GUILLERMO GONZÁLEZ CAMARENA EN 1940, SOBRE UN SISTEMA EN COLOR DE TELEVISIÓN.

EN 1942 SE LLEVAN A CABO TRANSMISIONES EXPERIMENTALES DE TELEVISIÓN A DISTANCIA, REALIZADAS POR EL ING. GONZÁLEZ CAMARENA. TAMBIÉN SE CONSIGUE LA CONCESIÓN DE LA PATENTE NORTEAMERICANA A FAVOR DEL ING. GUILLERMO GONZÁLEZ CAMARENA SOBRE UN ADAPTADOR CRONOSCÓPICO PARA APARATOS DE TELEVISIÓN.

LA INAUGURACIÓN DE LA ESTACIÓN DE TELEVISIÓN EXPERIMENTAL XE 56, CANAL 5, UBICADA EN LA CALLE DE HAYRE 74, EN LA CIUDAD DE MÉXICO, ESTACIÓN PROPIEDAD DEL ING. GONZÁLEZ CAMARENA ES EN 1946.

EL ING. GONZÁLEZ CAMARENA Y SALVADOR NOVO REALIZAN UN VIAJE DE ESTUDIO A EUROPA Y A LOS ESTADOS UNIDOS, CON EL OBJETO DE CONOCER LA TELEVISIÓN EXTRANJERA EN 1947.

EN 1948 SE LLEVA A CABO EL PRIMER CONTROL REMOTO DE LA EXPOSICIÓN OBJETIVA PRESIDENCIAL, TRANSMITIDO POR TELEVISIÓN DESDE AL PALACIO DE MINERÍA.

EN 1949 SE LLEVA A CABO EL SEGUNDO CONTROL REMOTO DE LA EXPOSICIÓN OBJETIVA PRESIDENCIAL, TRANSMITIDO POR TELEVISIÓN DESDE EL ESTADIO NACIONAL.

EL 31 DE AGOSTO DE 1950 ES LA INAUGURACIÓN DEL PRIMER CANAL COMERCIAL DE TELEVISIÓN, CANAL 4, XHTV, EN LA CIUDAD DE MÉXICO. EN ESTE MISMO AÑO SE TRANSMITE POR PRIMERA VEZ EN FORMA OFICIAL DESDE LA CÁMARA DE DIPUTADOS EL INFORME PRESIDENCIAL DEL LIC. MIGUEL ALTMAN VALDÉS. TAMBIÉN SALE EL DECRETO DE LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES QUE Fija LAS NORMAS A QUE SE SUJETARAN EN SU INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO, LAS ESTACIONES DE TELEVISIÓN. FINALMENTE, EN ESTE AÑO SE IMPARTE EL PRIMER CURSO DE TELEVISIÓN POR EL ING. ROBERTO KENNY, AVALADO POR LA COLUMBIA COLLEGE DE CHICAGO, ILLINOIS.

PARA 1951, SE REALIZA LA PRIMERA TRANSMISIÓN TELEVISIVA OFICIAL DEL CANAL 2, XEWTV, DESDE EL PARQUE DELTA DE LA CIUDAD DE MÉXICO. ES LA PRIMERA TRANSMISIÓN EN TELEVISIÓN A COLORES, DE LECCIONES DE ANATOMÍA, DESDE LA ESCUELA NACIONAL DE MEDICINA. DICHA TRANSMISIÓN ESTUVO A CARGO DEL ING. GONZÁLEZ CAMARENA. EN ESTE MISMO AÑO SE INSTALA LA PRIMERA REPETIDORA DEL CANAL 2, CON EL NOMBRE DE XEQ, CANAL 9, UBICADA EN AZCAPOTZALCO EN EL PASO DE CORTES.

EN 1952 SE INAUGURA TELEVICENTRO, SE INICIAN ACTIVIDADES DE XHQ, CANAL 5 DE TELEVISIÓN, PROPIEDAD DEL ING. GONZÁLEZ CAMARENA, Y TAMBIÉN SE REALIZA EL PRIMER CONTROL REMOTO DE LA PROVINCIA AL DISTRITO FEDERAL (CIUDAD DE PUEBLA), ALTISSIMO, AL DF.

EN 1954 SE FUSIONAN EL CANAL 2 Y 5, PROPIEDAD DE LOS SEÑORES AZCARRAGA Y CAMARENA RESPECTIVAMENTE.

EN 1955 SE FUSIONAN LOS CANALES DE TELEVISIÓN 2, 4 Y 5 PARA CREAR TELESISTEMA MEXICANO, S.A. SE FUNDA EL SINDICATO DE TRABAJADORES Y ARTISTAS DE TELEVISIÓN (SITAT). SON

LAS PRIMERAS PRUEBAS EN EL USO DEL KINESCOPIO Y TAMBIÉN SE INICIAN LAS ACTIVIDADES DE LA XEX, CANAL 7, EN EL PASO DE CORTÉS, REPETIDORA DEL CANAL 4.

EL CANAL 11 DE TELEVISIÓN INICIA OFICIALMENTE EN 1959 SUS ACTIVIDADES, SIENDO LA PRIMERA ESTACIÓN CULTURAL Y EDUCATIVA DE AMÉRICA LATINA, Y TAMBIÉN SE REALIZA EN ESE MISMO AÑO LA INTEGRACIÓN DE UN NUEVO SISTEMA NACIONAL DE MICROONDAS CON EL OBJETO DE UNIR AL PAÍS EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES.

EN LA DÉCADA DE LOS SESENTA, ESPECÍFICAMENTE EN 1960, EL ING. RONZALEZ CAMARENA OBTIENE LA PATENTE DE MÉXICO Y EN LOS ESTADOS UNIDOS, DEL SISTEMA DE TELEVISIÓN A COLOR DENOMINADO KALEIDOSCOPIO. LA PROMULGACIÓN DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN ASÍ COMO LA INTRODUCCIÓN DEL SISTEMA DE GRABACIÓN DE LA IMAGEN Y SONIDO DENOMINADO VIDEO- TAPE, SUCEDEN EN ESTE MISMO AÑO.

1962 ES EL AÑO EN EL QUE EL ING. RONZALEZ CAMARENA OBTIENE LA PATENTE EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Y OTROS PAÍSES, DEL SISTEMA DE TELEVISIÓN A COLOR DENOMINADO SISTEMA BICOLOR SIMPLIFICADO.

EN EL AÑO DE 1963 SE LLEVAN A CABO LAS PRIMERAS TRANSMISIONES DE PROGRAMAS A COLOR POR EL CANAL 5 CON LA SERIE "PARAÍSO INFANTIL", QUE SE RECIBE EN APARATOS RECEPTORES INSTALADOS EN CASAS COMERCIALES. SON LAS PRIMERAS TRANSMISIONES VÍA SATELITE, SE TRANSMITE EN MÉXICO A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN, EL PRIMER EVENTO INTERNACIONAL EN VIVO Y EN DIRECTO DEL LANZAMIENTO DEL COSMONAUTA GORDON COOPER EN EL PROYECTO MERCURY IX, Y SE REALIZAN LAS PRIMERAS TRANSMISIONES POR TELEVISIÓN, VÍA SATELITE DE LOS FUNERALES DEL PRESIDENTE NORTEAMERICANO JOHN F. KENNEDY Y DEL PAPA JUAN XXIII.

LAS TRANSMISIONES TELEVISIVAS, VÍA SATELITE, DE LA OLIMPIADA CELEBRADA EN TOKIO, JAPÓN, Y LA CORONACIÓN DEL PAPA PAULO VI FUERON EN 1964.

EL INICIO DE LAS TRANSMISIONES DE LA PROGRAMACIÓN VÍA SATELITE CON EL PÁJARO MADRUGADOR, PRIMER SATELITE ESPACIAL ESTACIONARIO DE COMUNICACIÓN, EN UN PROGRAMA MUNDIAL, LAS TRANSMISIONES TELEVISIVAS DE LOS LANZAMIENTOS ESPACIALES DEL PROYECTO GÉMINIS I Y LA CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN AUDIOVISUAL, ACONTECIÓ EN 1965.

LA TRANSMISIÓN POR TELEVISIÓN DE LOS LANZAMIENTOS ESPACIALES DEL PROYECTO GÉMINIS II Y DEL CAMPEONATO MUNDIAL DE FÚTBOL, CELEBRADO EN INGLATERRA Y EL INICIO DE CLASES DE TELESECUNDARIA, EN CIRCUITO CERRADO, EN FORMA EXPERIMENTAL FUE EN 1966.

EN 1967 SE INICIARON TRANSMISIONES CONTINUAS A COLOR CON LOS PROGRAMAS "TELEMUNDO", "SEPTIEMBRE MUSICAL", "LOS THUNDERBIRDS" (SERIE INGLESA DE MARIONETAS) Y LA COBERTURA DEL INFORME PRESIDENCIAL, EL PRIMER PROGRAMA GRABADO A COLOR FUE "SEPTIEMBRE MUSICAL", Y EL ESPECTACULAR CONTROL REMOTO DE TODO EL MUNDO POR MEDIO DE GINCO SATELITES DE COMUNICACIÓN; EL PROGRAMA INTITULADO "NUESTRO MUNDO" TUVO UNA DURACIÓN DE DOS HORAS.

EN 1968 ES LA COBERTURA POR TELEVISION DE LOS EVENTOS DE LA XIX OLIMPIADA CELEBRADA EN LA CIUDAD DE MEXICO Y SU DIFUSION AL MUNDO A TRAVES DE SATÉLITE ARTIFICIAL INTELSAT LA TRANSMISION TELEVISIVA DE LOS LANZAMIENTOS ESPACIALES DEL PROGRAMA APOLO. EN ESTE MISMO AÑO COMIENZAN SUS ACTIVIDADES LOS CANALES DE TELEVISION B Y 8. Y EL PRESIDENTE DE MEXICO, GUSTAVO DIAZ ORDAZ, ENTREGA LA LEDE DE TELECOMUNICACIONES Y SE INAUGURA LA ESTACION TERRESTRE PARA COMUNICACION VIA SATÉLITE. INICIA SUS ACTIVIDADES LA RED DE TELECATENA MEXICANA, PROPIEDAD DEL SEÑOR MANUEL PARSACHIANO PRINCE Y TAMBIÉN SE INICIAN LAS LECCIONES DE TELESECUNDARIA ABIERTA.

LA RECEPCIÓN DE IMÁGENES ENVIADAS POR EL HOMBRE AL LLEGAR A LA LUNA Y SU TRANSMISIÓN POR TELEVISION, ASÍ COMO LA LEY DEL 12.5% DEL TIEMPO DE TRANSMISIÓN POR TELEVISION FUERON ACONTECIMIENTOS DEL AÑO 1969.

PODEMOS APECIAR SEGUN LOS DATOS ANTERIORES QUE LA DÉCADA DE LOS SESENTA ES LA DÉCADA MAS RICA EN LO QUE SE REFIERE A TIENGA Y CALIDAD DE LA TELEVISION MEXICANA. NO SOLO HUBO UNA MEJORA CUALITATIVA Y UN ACENTAMIENTO DE LOS PROGRAMAS, SINO QUE TAMBIÉN SE DIÓ EL AUGE DE LOS GRANDES ADELANTOS TÉCNICOS TALES FUERON LA RED DE MICROONDAS, LA TELEVISION A COLOR, LAS TRANSMISIONES DE LOS JUEGOS OLIMPICOS, ALARDE DE LA TECNOLOGIA MEXICANA Y LAS PRIMERAS TRANSMISIONES POR VIA SATÉLITE. POR OTRA PARTE SE ESTABLECIÓ UNA REGULACIÓN ESTATAL SOBRE LA TELEVISION Y SE DIÓ UNA NUEVA COMPETENCIA AL CREARSE LOS CANALES B Y 8.

SE DIÓ IMPORTANCIA TAMBIÉN EN ESTA MISMA DÉCADA A LA EDUCACION A TRAVÉS DE LA TELEVISION DIDACTICA CON LA INTRODUCCION DE TELESECUNDARIA. TAMBIÉN TUVO LUGAR EL APOGEO DE LAS TELENOVELAS, Y FUE TANTA LA IMPORTANCIA QUE ALCANZARON ESTAS, QUE EN 1966 SE CREÓ TELEPROGRAMAS ACAPULCO S.A., ORGANISMO DEDICADO A LA PRODUCCION MAS VA DE TELENOVELAS. ESTE ENTE ESTABA PRESIDIDO POR EL LIC. MIGUEL ALEMAN VELASCO.

TODOS ESTOS ADELANTOS Y OTROS SE LOGRARON GRACIAS A LA SITUACIÓN ECONÓMICA ESTABLE REINANTE EN EL PAÍS, YA QUE PERMITIÓ LA PROYECCION DE LA IMAGEN DE MEXICO A NIVEL MUNDIAL.

YA PARA LA DÉCADA DE LOS SETENTA, CON EL AUGE DE LA RADIO EN MEXICO, LOS RADIODIFUSORES TUVIERON LA INQUIETUD DE CREAR UN ORGANISMO QUE LOS AGRUPARA. POR ESO, EN FEBRERO DE 1937, SE REUNIERON EN LA CD. DE MEXICO LOS REPRESENTANTES DE SETE RADIODIFUSORAS DE PROVINCIA Y CREARON LA SOCIEDAD MEXICANA DE ESTACIONES RADIODIFUSORAS.

MESES DESPUÉS, EN JUNIO DE 1937, SE AGRUPARON LAS RADIODIFUSORAS COMERCIALES PARA FORMAR LA ASOCIACION MEXICANA DE ESTACIONES RADIODIFUSORAS COMERCIALES (AMERC).

EN SUSTITUCIÓN DE ESTA, EL 15 DE NOVIEMBRE DE 1941 SE CONSTITUYO LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSIÓN, CUYO PRIMER PRESIDENTE FUE EL SEÑOR EMILIO AZCARRAGA VIDALRETA.

UN VEZ QUE SURTIÓ LA TELEVISIÓN EN MÉXICO, LAS TELEVISORAS COMERCIALES SE INTEGRARON EN ESTA CÁMARA, Y NO FUE SINÓ HASTA 1970 CUANDO LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, ADQUIRÓ LA PRESENTE DENOMINACIÓN, ESTANDO AFILIADAS A ELLAS TODAS LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PAÍS.

ALGUNOS DE LOS SUCEITOS IMPORTANTES PARA ESTA DÉCADA FUERON LOS SIGUIENTES:

EN 1970 TRANSMISIÓN POR TELEVISIÓN DE LOS JUEGOS DEL CAMPEONATO MUNDIAL DE FÚTBOL CELEBRADOS EN LA CD. DE MÉXICO. COMENZO A FUNCIONAR LA TELEVISIÓN POR CABLE, Y TELECADENA MEXICANA SE ASOCIA CON TELEVISIÓN INDEPENDIENTE DE MÉXICO, CANAL 8, DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

EN 1972 TRANSMISIONES POR CABLE DE LA XX OLIMPIADA CELEBRADA EN MUNICH, ALEMANIA, Y DE LOS JUEGOS DE INVIERNO REALIZADOS EN SAPPORO, JAPÓN. CREACIÓN DE LA TELEVISIÓN RURAL DE MÉXICO Y EL CANAL 13 DE TELEVISIÓN FUE COMPRADO POR SEMEX.

EN 1973 SE CREA TELEVISIÓN 3-A, CON LA FUSIÓN DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN 2, 4, 5 Y 8.

EN 1974 TRANSMISIÓN POR TELEVISIÓN DEL CAMPEONATO MUNDIAL DE FÚTBOL, CELEBRADO EN ALEMANIA. CELEBRACIÓN DEL PRIMER ENCUENTRO MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN, EFECTUADO EN ACAPULCO, INAUGURADO POR EL SECRETARIO DE GOBERNACIÓN, MARIO MOYA PALENCIA, EN REPRESENTACIÓN DEL PRESIDENTE DE MÉXICO. DURANTE EL ENCUENTRO DE LA COMUNICACIÓN SE DA A CONOCER EL DISCO VISIÓN, QUE CONSTITUYE UNA NUEVA MARAVILLA EN MATERIA DE APARATOS DOMÉSTICOS DE COMUNICACIÓN.

EN 1976 SE INAUGURAN LAS OPERACIONES DE LA RED UNIVISIÓN PARA CUBRIR A LA POBLACIÓN HISPANO PARLANTE EN DIVERSOS PUNTOS DE LA UNIÓN AMERICANA. TAMBIÉN SE TRANSMITE POR TELEVISIÓN LA XXI OLIMPIADA, CELEBRADA EN MONTREAL, CANADÁ, Y LOS JUEGOS DE INVIERNO EN INNSBRUCK, AUSTRIA.

EN 1977 RECONOCIMIENTO OTORGADO A LA TELEVISIÓN MEXICANA POR LA NATIONAL ACADEMY OF TELEVISION, ARTS AND SCIENCES, EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK. FUNDACIÓN DE LA AGRUPACIÓN DE INICIADORES DE LA TELEVISIÓN MEXICANA. CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA. SE EFECTUA LA TRANSICIÓN DE SATÉLITES DEL RCA AL WESTAR.

EN 1978 TRANSMISIONES POR TELEVISIÓN DE LOS FUNERALES Y CORONACIONES PAPALES.

EN 1979 SEGUNDO ENCUENTRO DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO. TRANSMISIONES POR TELEVISIÓN DE LA VISITA DEL PAPA JUAN PABLO II A MÉXICO. EL SECRETARIO DE GOBERNACIÓN, EN EL DISCURSO INAUGURAL DE LA SEMANA NACIONAL DE LA RADIO Y TELEVISIÓN, AFIRMA QUE EL GOBIERNO GARANTIZARÁ EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.

PARA LA DÉCADA DE LOS OCHENTA, EN NUESTRO PAÍS SE DEFINIERON DOS TENDENCIAS EN LA TELEVISIÓN, LA PRIMERA DE ELLAS, LA COMERCIAL QUE DESDE SUS INICIOS HA CONVERTIDO AL MEDIO EN UN PROMOTOR DE VENTA PARA ARTÍCULOS COMERCIALES Y POR EL OTRO EN UNA FORMA MAS SIMPLE Y COMÚN DE HACER LA TELEVISIÓN DE SUS INICIOS CON PEQUEÑOS NOTICIEROS, TELETEATROS Y PROGRAMAS DE CONCURSO, SE HA LLEGADO A LOS NOTICIEROS DE GRAN IMPACTO, Y A TELENOVELAS QUE SE EXPORTAN Y PROGRAMAS CÓMICOS, MUSICALES, ESPECIALES, ETC

POR OTRA PARTE, UNA DE LAS FORMAS MAS PURAS DE TRANSMITIR TELEVISIÓN ES A TRAVÉS DEL CONTROL REMOTO, ES DECIR, FUERA DE ESTUDIO DEL CONTROL REMOTO COBRA SU MAYOR VIGENCIA CUANDO LA TRANSMISIÓN ES EN VIVO Y EN DIRECTO DE ALGÚN RUCESO, EVENTO, CEREMONIA, FESTIVAL, O ENCUENTRO DEPORTIVO

4. DE CÓMO LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN REDITUA UTILIDADES.

TENEMOS BÁSICAMENTE COMO ANTECEDENTE DE ESTA INDUSTRIA A UNA DE LAS CORPORACIONES MAS GRANDES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO Y NOS REFERIMOS A GRUPO TELEvisa S.A., QUE EN A TRAVÉS DE SUS SUBSIDIARIAS PRODUCE, DISTRIBUYE Y TRANSMITE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PARA EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, PUBLICA Y DISTRIBUYE REVISTAS Y UN PERIÓDICO, PRODUCE Y DISTRIBUYE DISCOS, PRESTA SERVICIOS DE TRANSMISIÓN DE SEÑALES VÍA SATELITE, COMERCIALIZA ANUNCIOS EXTERIORES (ESPECTACULARES), PROMUEVE ESPECTACULOS DEPORTIVOS Y EVENTOS ESPECIALES, PRESTA SERVICIOS DE SUBTITULADO Y PRESTA SERVICIOS DE MENSAJE ELECTRÓNICOS PERSONALIZADOS (PAGING)

GRUPO TELEvisa TIENE OPERACIONES CLASIFICADAS EN 5 DIVISIONES QUE SON

- A) TELEVISIÓN,
- B) PUBLICACIONES,
- C) AUDIO,
- D) TELEVISION POR CABLE Y
- E) OTROS NEGOCIOS (PROMOCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS Y DE ESPECTACULOS, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS, ANUNCIOS EXTERIORES Y MENSAJES ELECTRÓNICOS PERSONALIZADOS, INCLUYE TAMBIEN SERVICIOS DE DOBLAJE Y DUPLICACIÓN DE VIDEOCASSETTES) (5)

A NOSOTROS NOS INTERESA EL INCISO A Y D, EN CUYO PRIMER INCISO, INCLUYE LA OPERACIÓN DE GADENAS Y ESTACIONES DE TELEVISIÓN (DE LAS CUALES GRUPO TELEvisa ES PROPIETARIO O TIENE UNA PARTICIPACIÓN MAYORITARIA O MINORITARIA, ADEMÁS DE OTRAS QUE SON INDEPENDIENTES Y SE ENCUENTRAN AFILIADAS A LAS GADENAS DEL GRUPO), EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA Y LATINOAMÉRICA, Y LA PRODUCCIÓN U OTORGAMIENTO DE LICENCIAS DE PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN EN ESPAÑOL. * LOS INGRESOS DE GRUPO TELEvisa S.A. SE DERIVAN PRINCIPALMENTE DE:

- 1. VENTA DE TIEMPO PUBLICITARIO EN TRANSMISIONES DE TELEVISION DEL GRUPO, Y

II. REGALÍAS OBTENIDAS POR DERECHOS DE TRANSMISIÓN OTORGADAS A DIFERENTES EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES * (6)

EN CUANTO AL SEGUNDO inciso, INCLUYE LA OPERACIÓN DE UN SISTEMA DE TELEVISIÓN POR CABLE EN LA CIUDAD DE MEXICO. SUS INGRESOS PROVIENEN PRINCIPALMENTE DE LAS CUOTAS POR SUSCRIPCIÓN Y CARGOS POR INSTALACION DE SUS SERVICIOS, DE LAS CUOTAS POR PAGO POR EVENTO Y LA VENTA DE TIEMPO PUBLICITARIO.

LAS PRODUCCIONES PROPIAS DE LA COMPAÑIA INCLUYEN TELENÓVELAS, NOTICARIOS, PELÍCULAS, PROGRAMAS DE VARIEDAD, SERVICIOS INFORMATIVOS, DEBATES, PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO, PROGRAMAS CÓMICOS Y PROGRAMAS DEPORTIVOS.

LA COMPAÑIA CUENTA CON UNA VIDEOTECA QUE CONSTA DE MAS DE 109,000 MEDIAS HORAS DE PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN, MISMA QUE ES UTILIZADA POR SUS ESTACIONES DE TELEVISIÓN Y POR SUS CANALES DE TELEVISIÓN POR CABLE. ADICIONALMENTE, GRUPO TELEVISÁ CELEBRA CONTRATOS POR LOS QUE AUTORIZA A ESTACIONES DE TELEVISIÓN EN VARIOS PAÍSES A QUE TRANSMITAN CONTRA EL PAGO DE REGALÍAS, LOS PROGRAMAS QUE PRODUCE.

GRUPO TELEVISÁ REALIZA LA MAYOR PARTE DE SUS VENTAS DE TIEMPO PUBLICITARIO TANTO DE TELEVISIÓN COMO DE OTROS MEDIOS, A TRÁVES DE UN PAQUETE DE VENTAS MULTIMEDIOS DENOMINADO "PLAN FRANCÉS", POR MEDIO DEL CUAL LOS ANUNCIANTES PARTICIPANTES RENUEVAN POR ANTIPODADO SU COMPROMISO DE ADQUIRIR SERVICIOS DE PUBLICIDAD POR UN PERIODO FIJO, USUALMENTE DE UN AÑO, MEDIANTE EL DEPÓSITO DEL MONTO TOTAL CONVENIDO. LA MAYOR PARTE DE DICHO DEPÓSITO SE REALIZA EN EFECTIVO, MIENTRAS QUE EL REMANENTE SE HACE A TRÁVES DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR A CORTO PLAZO. AL PARTICIPAR EN EL PLAN FRANCÉS, LOS CLIENTES OBTIENEN BONIFICACIONES DE TIEMPO PUBLICITARIO Y EL DERECHO A QUE NO SE LES APLIQUE NINGUNA MODIFICACIÓN DE TARIFAS DURANTE EL PERIODO CONVENIDO * (7).

PODEMOS NOTAR QUE LOS INGRESOS BÁSICAMENTE DE LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA SE OBTIENEN DE LA VENTA DE ESTE A OTRAS CADENAS DE TELEVISIÓN. POR LO TANTO SI NUESTRO INTERÉS ES EXPLICAR DE QUE MANERA UNA CASA PRODUCTORA DE CORTOMETRAJES OBTIENE SUS UTILIDADES, SE SOBRENTEnde QUE DE LA VENTA DE SUS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN. ADEMÁS ES IMPORTANTE DEFINIR DE QUE MANERA SE LOGRA ESTA VENTA SI SU CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SUELE SER MENOR AL DE GRUPO TELEVISÁ. PUES BIEN, TODO SE MANEJA A TRÁVES DE SUS RELACIONES PÚBLICAS Y LA PROMOCIÓN QUE SE DE A SÍ MISMA. ES UN TEMA QUE MÁS ADELANTE SE HA DE TRATAR.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA
DEL CAPÍTULO I

1. SELECCIONES DEL READERS DIGEST (IBERIA), S.A. "GRAN DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO". T. 1 Y 6. IMPRESO EN PRINTER. INDUSTRIAS GRÁFICAS S.A. Y KUMMERLEY & FREY S.A., ESPAÑA 1972
2. IDEM.
3. GONZÁLEZ TREVIÑO JORGE E. "TELEVISIÓN. TEORÍA Y PRÁCTICA". DEPTO. DE COMUNICACION DEL ITESM. EDIT. ALHAMBRA MEXICANA. MÉXICO, 1983
4. GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ FERNANDO. "HISTORIA DE LA TELEVISIÓN". EDITADO POR TELEvisa. MÉXICO, 1985.
5. GRUPO TELEvisa S.A. "INFORME ANUAL 1994". MÉXICO, 1995
6. IBÍDEM.
7. IBÍDEM.

CAPÍTULO II

CÓMO CONSTITUIR UNA CASA PRODUCTORA

1. ANTECEDENTES DOCTRINALES DE LA ADMINISTRACIÓN

DESDE LOS TIEMPOS EN QUE SE LE DIÓ A LA ADMINISTRACIÓN LA IMPORTANCIA QUE LE CORRESPONDE EN LA AYUDA QUE BRINDA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS TRAZADOS POR EL HOMBRE, EMPEZARON TAMBIÉN A SURGIR UNA SERIE DE OPINIONES QUE HASTA NUESTROS DÍAS NO SE HAN LOGRADO DISCERNIR RESPECTO A QUE SI LA ADMINISTRACIÓN ES UNA CIENCIA, UNA TÉCNICA O UN ARTE. A CONTINUACIÓN SE CITAN ALGUNOS AUTORES QUE DAN SUS PUNTOS DE VISTA SOBRE DICHO TEMA:

FRANCISCO JAVIER LARIS CASILLAS CONSIDERA QUE LA ADMINISTRACIÓN TIENE ALGO DE CIENCIA, YA QUE UTILIZA EL RAZONAMIENTO CIENTÍFICO, CON SUS PRINCIPIOS COMO LA AUTORIDAD, RESPONSABILIDAD, COORDINACIÓN, CENTRALIZACIÓN, DESCENTRALIZACIÓN, NORMALIZACIÓN, DIVISIÓN DE TRABAJO Y ESPECIALIZACIÓN. ASIMISMO, ES UNA TÉCNICA AL UTILIZAR MÉTODOS UNIFORMES DE DESARROLLO PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS (PRUEBAS PSICOTÉCNICAS Y ESTUDIO DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS, ENTRE OTROS).

PERO TAMBIÉN LA CONSIDERA COMO UNA ARTE EN EL MOMENTO EN QUE EL DIRECTOR UTILIZA SU INTUICIÓN, HABILIDAD, EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS PARA ORGANIZAR LOS RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES EN EL LOGRO DEL OBJETIVO COMÚN.

ISAAC GUZMAN VALDIVIA CONSIDERA A LA ADMINISTRACIÓN COMO CIENCIA EN CUANTO A LA ADMINISTRACIÓN DE PERSONAS Y COMO TÉCNICA EN CUANTO A LA ADMINISTRACIÓN DE COSAS. PERO TAMBIÉN DEFINE VARIAS PROPOSICIONES PARA DARNOS UN PANORAMA MAS CLARO DE LA CATEGORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN. PRIMERO DEFINIENDO LO QUE SE ENTIENDE POR SOCIAL: AQUELLO QUE PERMITE A LA ACTUACIÓN DEL HOMBRE, COMO SER DINÁMICO Y MUTABLE. ENSEGUIDA DEFINE LO QUE ES CIENCIA: ES UN CUERPO DE CONOCIMIENTOS SISTEMÁTICOS. CONCLUYE DICIENDO QUE CIENCIA SOCIAL ES EL CONJUNTO DE CONOCIMIENTOS SISTEMÁTICOS PERTENECIENTES A LA ACTUACIÓN DEL HOMBRE. POR LA AFIRMACIÓN ANTERIOR, CONSIDERA QUE LA ADMINISTRACIÓN ES UNA CIENCIA SOCIAL. (8)

YA SE SABE DENTRO DE QUE CATEGORÍA ENTRA LA ADMINISTRACIÓN, PERO AHORA ES IMPORTANTE CONOCER SU SIGNIFICADO GRAMATICAL:

ADMINISTRACIÓN: F. ACCIÓN DE ADMINISTRAR: LA ADMINISTRACIÓN DE UN NEGOCIO. (SINON. ECONOMÍA). CASA DONDE EL ADMINISTRADOR EJERCE SU CARGO. (9)

ADMINISTRAR: V.T. (DEL LAT. A. Y MINISTRARE. SERVIR) GOBERNAR, REGIR: ADMINISTRAR BIENES AJENOS. (SINON. DIRIGIR) (10)

CON ESTOS ANTECEDENTES QUE TENEMOS, PODREMOS DEDUCIR CON TODA FACILIDAD EL MOMENTO INICIAL EN EL QUE EL HOMBRE EMPEZÓ A DIRIGIR O ADMINISTRAR SUS BIENES Y LOS DE LA COMUNIDAD; ESTO FUE DESDE SU APARICIÓN YA QUE PARA PODER SUBSISTIR LE FUE NECESARIO ASOCIARSE, ORGANIZARSE Y REPARTIR EL TRABAJO. PUES DE OTRA MANERA LE HUBIESE SIDO CASI IMPOSIBLE LOGRAR SU OBJETIVO

* ALGUNOS ESTUDIOS DE LA PREHISTORIA, HACEN REFERENCIA A ACTIVIDADES QUE CONSTITUYEN MANIFESTACIONES NEQUÍVOCAS DE ORGANIZACIÓN EL "ARRASTRE", PROCEDIMIENTO EMPLEADO PARA CAZAR LOS ENORMES MAMUTS DE LA EDAD DE LOS GLACIALES, INDICA UNA AUTÉNTICA ORGANIZACIÓN QUE SE MANIFIESTA DESDE EL MOMENTO EN QUE SE EMPLEA UN ESFUERZO COMÚN, COORDINADO, EN FUNCIÓN DEL INSTINTO DE DICHSO ANIMALES, PARA LOGRAR SU OBJETIVO PRELUJADO COMO ERA EL, DE DARLES CAZA PARA APROVECHAR SU CARNE.

TAL PROCEDIMIENTO CONSISTÍA EN ASUSTARLOS ARROJÁNDOLES PIEDRAS, EMITIENDO GRITOS, ETC., Y DIRIGIÉNDOLOS HACIA UN PREGIPIO PROFUNDO, PARA QUE ENCONTRARAN ALLÍ LA MUERTE AL DESPEÑARSE. (11)

PERO NO FUE SIÑO HASTA LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL QUE LA ADMINISTRACIÓN TOMO UNA CATEGORÍA DE CIENCIA, SURGIENDO DESDE ESTOS MOMENTOS VARIAS CORRIENTES, TRATANDO DE EXPLICAR CON ENFOQUES DIFERENTES, LO QUE SIGNIFICABA PARA ELLOS LA ADMINISTRACIÓN, ENTRE DICHSAS CORRIENTES ENCONTRAMOS LAS SIGUIENTES:

ADMINISTRACION CIENTÍFICA (12)

AL PRINCIPIO SE LE LLAMABA ADMINISTRACIÓN CON BASE EN LA INGENIERÍA, YA QUE LOS INGENIEROS FUERON LOS PRIMEROS INTERESADOS EN EL MANEJO DE LOS TRABAJADORES EN EL PROCESO INDUSTRIAL, Y A PESAR DE QUE NOTABAN ALGUNOS PROBLEMAS PSICOLÓGICOS EN LOS TRABAJADORES, LO ÚNICO QUE LES INTERESABA ERA LA PRODUCCIÓN.

ES CUANDO FREDERICK W. TAYLOR INICIA LOS ESTUDIOS DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS, QUE AYUDO A PRECISAR LO QUE EL LLAMO ADMINISTRACION CIENTÍFICA PERO NO SOLO TAYLOR FUE DE LOS INICIADORES DE ESTA ESCUELA, TAMBIÉN LOS ESPOSOS GILBRETH Y HENRY L. GANTT FUERON IMPORTANTES APORTADORES DE IDEAS PARA ESTA CORRIENTE, EN LA QUE SE PUEDEN DISTINGUIR LA RACIONALIZACIÓN DE LOS MÉTODOS DE INGENIERÍA APLICADOS A LA ADMINISTRACIÓN DESARROLLANDO INVESTIGACIONES ORIENTADAS AL RENDIMIENTO OBRERO

ESTA FILOSOFÍA SE BASA EN LA BÚSQUEDA CIENTÍFICA DE LOS MEJORES RESULTADOS, PUDIENDO UTILIZAR LOS ENTRENAMIENTOS Y LOS ESTUDIOS DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS. LA ADMINISTRACIÓN CIENTÍFICA SE ORILLABA MÁS POR LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CIENTÍFICO

CORRIENTE ANATÓMICA DE LA ADMINISTRACIÓN

HENRY FAYOL FUE EL CREADOR DE ESTA CORRIENTE. FAYOL DEDICÓ SUS ÚLTIMOS AÑOS AL ESTUDIO DE MÉTODOS ADECUADOS DE GERENCIA Y A DEMOSTRAR QUE CON LA PREVISIÓN CIENTÍFICA SE OBTENDRÍAN RESULTADOS SATISFACTORIOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE UNA EMPRESA.

TRATA AL IGUAL QUE TAYLOR DE INTRODUCIR EL MÉTODO CIENTÍFICO AL ADMINISTRAR. Y CONSIDERABA SEIS FUNCIONES BÁSICAS PARA QUE OPERE UNA EMPRESA.

- A) FUNCIONES TÉCNICAS.
- B) FUNCIONES COMERCIALES
- C) FUNCIONES FINANCIERAS
- D) FUNCIONES DE SEGURIDAD
- E) FUNCIONES CONTABLES
- F) FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

TAMBIÉN DEFINE EL ACTO DE ADMINISTRAR COMO PLANEAR, ORGANIZAR, DIRIGIR, COORDINAR Y CONTROLAR.

LOS CATORCE PRINCIPIOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN QUE FAYOL TOMÓ DE VARIOS AUTORES DE SU ÉPOCA, LOS PLANTEA DE TAL MANERA QUE PUEDAN SER FLEXIBLES PARA QUE SE PUEDAN ADAPTAR A CUALQUIER CIRCUNSTANCIA, TIEMPO Y LUGAR.
ADMINISTRACIÓN EMPÍRICA (13)

ES UNA CORRIENTE QUE CONSIDERA QUE LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS DEBEN SER LLEVADAS A CABO POR LA COSTUMBRE Y LA TRADICIÓN; YA QUE DE ESTA MANERA PODRÍAN EVITARSE ERRORES, PUES SE BASA EN SITUACIONES DEL PASADO.

ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES REPRESENTANTES DE ESTA ESCUELA SON: CHARLES P. MCGORMICK, PETER F. DRUCKER, ERNEST DALE, LAURENCE A. APPELEY, LEE AGOODA, AND MORTA, MIHAL GORBACHEV.

AUNQUE EXISTÍAN MUCHAS APORTACIONES POR PARTE DE ESTOS AUTORES, SE ENCONTRABAN QUE LOS RESULTADOS SOLÍAN SER MEDIANAMENTE SATISFACTORIOS O INCLUSO MEDIOGROS, PUES LO QUE SI FUNCIONABA PARA UNA EMPRESA, NO ERA CONVENIENTE PARA OTRA ORGANIZACIÓN, ADEMÁS SE LIMITABAN DEMASIADO RESPECTO A LOS AVANCES EN ADMINISTRACIÓN.

ADMINISTRACIÓN CON BASE EN LAS RELACIONES HUMANAS

ES OTRA CORRIENTE IMPORTANTE QUE OFRECE ESTUDIOS Y OPINIONES CON EL ÚNICO FIN DE RECONSIDERAR EL VALOR DEL SER HUMANO, YA QUE EXISTÍA GRAN DESHUMANIZACIÓN EN EL TRABAJO. DEBIDO A LA APLICACIÓN DE MÉTODOS RIGUROSOS, CIENTÍFICOS Y PRECISOS.

ESTA DOCTRINA CREE QUE EL DESARROLLO ECONÓMICO DEBE PERMANECER BAJO EL CONTROL DEL HOMBRE, Y NO QUEDAR EN MANOS DE UNOS QUE ECONÓMICAMENTE DOMINAN.

EXISTIERON VARIOS ESTUDIOSOS DE ESTA ESCUELA, DE ENTRE LOS QUE DESTACAN

CHESTER I. BARNARD, QUIEN SE CONCRETA A 4 ASPECTOS QUE EL EJECUTIVO DEBE VIGILAR: A) META A OBTENER, B) ENTENDIMIENTO DE LOS SUBORDINADOS, C) CAPACIDADES Y D) INTERESES DEL GRUPO

ELTON MAYO SE BASA EN LA IDEA DE QUE EL HOMBRE DESEMPEÑA MEJOR SU TRABAJO SI LAS CONDICIONES AMBIENTALES DE SU CENTRO LABORAL ESTÁN EN ARMONÍA CON SU CUERPO. TALES ELEMENTOS PUDIERAN SER LA LUZ, CALOR, HUMEDAD, SONIDO, ETC. ESTA CORRIENTE RECIBIÓ EL NOMBRE DE ESCUELA AMBIENTAL.

OTROS AUTORES NO MENOS IMPORTANTES FUERON FRITZ J. ROETHLISBERGER Y WILLIAM J. DICKSON, EDWIN E. GHISELLI Y CLARENCE W. BROWN, BERNARD H. BASS, MORRIS S. VITELES, NORMAN MAER, ISAAC GUZMÁN VALDIVIA, ETC.

ES DE ESTA ESCUELA QUE LAS DEMÁS CORRIENTES ADMINISTRATIVAS SE BASAN, SE SUSTENTA EN PROPOSICIONES NUEVAS DE MOTIVACIÓN HUMANA, Y PROPONE EL CONCEPTO DEL HOMBRE ADMINISTRATIVO.

ADMINISTRACIÓN CON BASE EN LA SISTEMATIZACIÓN (14)

ES UNA CORRIENTE BASADA EN LA ADMINISTRACIÓN CIENTÍFICA, ADMINISTRACIÓN EN LAS RELACIONES HUMANAS Y EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO.

ESTA ESCUELA SE CARACTERIZA POR SU ÉNFASIS EN LA DETERMINACIÓN DE ESTRUCTURAS FORMALES QUE PERMITAN UNA REGLAMENTACIÓN QUE ASEGURE BUENOS RESULTADOS.

PAUL E. HOLDEN TOMA EN CONSIDERACIÓN ORGANIGRAMAS MANUALES, DEPARTAMENTALIZACIÓN, ORGANIZACIÓN DE COMISIONES Y MEDIOS Y MÉTODOS DE CONTRATO.

POR OTRO LADO MAX WEBER ESTABLECE CIERTOS REQUISITOS PARA EL BUEN LOGRO DE UNA ORGANIZACIÓN:

- A) ÉNFASIS DE LA FORMA DE ORGANIZACIÓN.
- B) CONCEPTO DE LA FORMA DE ORGANIZACIÓN.
- C) ESPECIALIZACIÓN EN LA TAREA.
- D) CAMPO ESPECÍFICO DE COMPETENCIA.
- E) NORMAS DE CONDUCTA ESTABLECIDAS.
- F) REGISTROS E INFORMES.

RENATE MAYNTZ CONSIDERA ELEMENTOS COMO:

- A) ORIENTACIÓN HACIA UN OBJETIVO.
- B) ACCIÓN RECÍPROCA CON EL MEDIO AMBIENTE.
- C) LA AUTOPRESERVACIÓN (PRESUPUESTO PARA QUE LA ORGANIZACIÓN PUEDA LOGRAR SU FIN).
- D) INTEGRACIÓN.

PODEMOS MENCIONAR ALGUNOS CONNOTADOS AUTORES DE ESTA ESCUELA: JAMES G. MARCH, Y HERBERT A. SIMON, DIMOCK, ROBERT N. LEHRER, CARL E. GREGORY, ETC.

ESCUELA DEL SISTEMA SOCIAL (15)

SE ENFOCA EN LAS RELACIONES INTERCULTURALES: ES DECIR, DÁ IMPORTANCIA A LA ORGANIZACIÓN INFORMAL DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS, STATUS Y SÍMBOLOS DE SUS INTEGRANTES, PERO A LA VEZ TRATA DE COMBINAR LA ORGANIZACIÓN FORMAL CON EL ASPECTO HUMANO, Y A LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL CON EL SISTEMA SOCIAL. ESTO ORIGINA LA SOCIOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN.

ESCUELA DE LA TEORÍA DE LAS DECISIONES (16)

POSTULA QUE EL HOMBRE NO ES ALGO QUE SE PUEDA MANIPULAR. ES UN ENTE CAPAZ DE ADAPTARSE Y EVALUAR LAS DIFERENTES CIRCUNSTANCIAS QUE SE LE PRESENTEN.

ESTA CORRIENTE CONSIDERA QUE LOS FACTORES ECONÓMICOS, SOCIALES Y TÉCNICOS ENTRE OTROS, INFLUYEN FUERTEMENTE EN LA PRODUCTIVIDAD DEL HOMBRE Y EN SU CONDUCTA TAMBIÉN. POR ESO MISMO, DESARROLLA MODELOS EXPERIMENTALES EN LOS QUE SE PUEDA REFLEJAR LA CONDUCTA DEL HOMBRE ANTE DIVERSAS SITUACIONES QUE SE PRESENTEN.

CONSIDERA ADEMÁS A LA EMPRESA COMO UNA UNIDAD TOMADORA DE DECISIONES. SUS PRINCIPALES EXPONENTES FUERON BOWMAN, VON NEWMAN Y CHINSON.

RELACIONISMO (NEO-HUMANO) (17)

ES UNA CORRIENTE QUE EMPIEZA A TOMAR IMPORTANCIA EN 1940. POSTULANDO QUE LA ADMINISTRACIÓN DEBE AJUSTARSE A LAS NECESIDADES DE LOS INDIVIDUOS QUE TRABAJAN EN LA EMPRESA. PERO ESTOS AJUSTES DEBEN LLEVARSE A CABO POR MEDIO DE ESTUDIOS PSICOLÓGICOS EN CUANTO A NECESIDADES Y MOTIVACIONES DE ESTOS HOMBRES.

ALGUNOS DE LOS AUTORES SON: ABRAHAM MASLOW, HERZBERG Y DOUGLAS MCGREGOR.

DESARROLLO ORGANIZACIONAL (18)

ES BÁSICAMENTE COMO UNA ESTRATEGIA QUE IMPLICA REESTRUCTURAR LOS SISTEMAS TRADICIONALES DE LA ORGANIZACIÓN Y QUE LLEVA IMPLÍCITA LA IDEA DE PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LAS EMPRESAS.

ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS (19)

SE LLEGA A ESTA CORRIENTE, CUANDO SU REPRESENTANTE QUE ERA DOUGLAS MCGREGOR EMPIEZA A COMPARAR LOS MÉTODOS TRADICIONALES DE DIRECCIÓN, Y CONSIDERANDO QUE LAS ASPIRACIONES, DESEOS Y NECESIDADES DEL INDIVIDUO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN SON UNA Pauta IMPORTANTE PARA CREER QUE SI SE RELACIONAN ESTAS CON LA EMPRESA, ENTONCES SE PUEDE CONSEGUIR UNA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS TRABAJADORES RESPECTO A LOS OBJETIVOS CONCRETOS DE LA EMPRESA.

CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS

- A) ESTABLECIMIENTO CONJUNTO DE LOS OBJETIVOS PARA CADA DEPARTAMENTO
- B) INTERRELACIÓN DE OBJETIVOS DEPARTAMENTALES
- C) ELABORACIÓN DE PLANES TÁCTICOS Y PLANES OPERACIONALES
- D) PARTICIPACIÓN ACTUANTE DE LA DIRECCIÓN
- E) APOYO DE STAFF.

CÍRCULOS DE CALIDAD (20)

SON GRUPOS DE TRABAJADORES QUE PARTICIPAN EN LA TOMA DE DECISIONES DE LA EMPRESA, Y EN EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD. LOS TRABAJADORES TIENEN UNA ÁREA DE

RESPONSABILIDAD DE TRABAJO, EN LA CUAL ELLOS ANALIZAN LOS PROBLEMAS EXISTENTES Y DAN OPCIONES DE SOLUCIÓN AL MISMO TIEMPO QUE AYUDAN EN EL CONTROL DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA. SU AUTOR: DOCTOR ISHIKAWA.

EN MÉXICO ACTUALMENTE LA ADMINISTRACIÓN SE HA DADO DE MANERA POCO SERIA, PUES LAS EMPRESAS NO HAN LOGRADO PERCATARSE DE LAS NECESIDADES NI REQUERIMIENTOS DE SUS ORGANIZACIONES, LOGRANDO DE ESTA MANERA SOLO IMPLANTAR MÉTODOS Y TEORÍAS QUE AYUDEN MEDIANAMENTE AL LOGRO DE SUS OBJETIVOS MAS INDISPENSABLES.

DOS DE LOS PRINCIPALES EXPONENTES DE ADMINISTRACIÓN EN NUESTRO PAÍS SON JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ ARENAS Y AGUSTÍN REYES PONCE, QUIENES EN SU DESTACADA TRAYECTORIA PROFESIONAL, NOS HAN APORTADO IMPORTANTES IDEAS RESPECTO AL PROCESO ADMINISTRATIVO Y CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN PRINCIPALMENTE.

EN EL CASO DEL LIC. JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ ARENAS, TENEMOS QUE SUS PRINCIPALES OBRAS SON " EL PROCESO ADMINISTRATIVO " E " INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN ". EN EL PRIMER LIBRO, PROPONE SU IDEA RESPECTO AL PROCESO ADMINISTRATIVO EN TRES ETAPAS

A) PLANEACIÓN EN DONDE SUGIERE LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, EL ANÁLISIS DEL PROBLEMA, Y SU SOLUCIÓN A TRAVÉS DE UN PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICO.

B) IMPLEMENTACIÓN ES EL MOMENTO EN QUE SE IMPLANTA ALGÚN PROGRAMA O PLAN QUE SE TENIA PENSADO PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA, PERO PREVIAMENTE ESTE PROGRAMA O PLAN DEBE ESTAR ACEPTADO POR LOS INTEGRANTES DE UN EQUIPO DE TRABAJO.

C) CONTROL CUANDO YA ESTÁ NACIENDO EL PROGRAMA SE TIENE QUE ESTAR SUPERVISANDO PARA POSTERIORMENTE EVALUAR LOS RESULTADOS FINALES DE ESTE PROGRAMA CON LO QUE SE TENIA ESTIMADO OBTENER.

ES INTERESANTE EL PLANTEAMIENTO QUE NOS OFRECE RESPECTO AL PROCESO ADMINISTRATIVO, EN DONDE NO SE PUEDE EXPLICAR TAN CLARAMENTE COMO EL LO MANEJA. PLANEACIÓN ES PENSAR EN LO QUE QUEREMOS HACER, IMPLEMENTACIÓN ES LLEVAR A CABO ESE ALGO PENSADO Y CONTROL ES LA EVALUACIÓN DE LAS EJECUCIONES QUE SE LLEVARON A CABO PARA SOLUCIONAR NUESTRO PROBLEMA, Y COMPARAR CON LO QUE PENSÁBAMOS OBTENER.

RESPECTO A AGUSTÍN REYES PONCE, QUIEN ENTRE SUS OBRAS ENCONTRAMOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ANÁLISIS DE PUESTOS, ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL Y ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS, PODEMOS DECIR QUE PARA EL, EL PROCESO ADMINISTRATIVO CONSTA DE LAS SIGUIENTES ETAPAS:

A) PREVISIÓN. PENSAR ANTECIPADAMENTE RESPECTO A LAS SITUACIONES O ACONTECIMIENTOS QUE SE PUDIERAN PRESENTAR.

B) PLANEACIÓN. PLANEAR EL CURSO DE ACCIÓN A TOMAR.

C) ORGANIZACIÓN. ESTRUCTURAR TÉCNICAMENTE LAS FUNCIONES, NIVELES Y ACTIVIDADES DE LOS RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES.

D) INTEGRACIÓN. ES LA COMPAGINACIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA QUE LA ORGANIZACIÓN FUNCIONE ADECUADAMENTE.

E) DIRECCIÓN ES EL GUIAR TODOS LOS RECURSOS PARA QUE SE LLEVE A CABO EFECTIVAMENTE LO PLANEADO

F) CONTROL EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS ACTUALES CONTRA LOS ESPERADOS, INCLUSO CONTRA LOS PASADOS

RESPECTO A LAS CARACTERÍSTICAS QUE EL CONSIDERA IMPORTANTES DE LA ADMINISTRACIÓN SON:

- A) UNIVERSALIDAD
- B) ESPECIFICIDAD
- C) UNIDAD TEMPORAL, Y
- D) UNIDAD JERÁRQUICA

2. ¿ QUÉ ES UNA EMPRESA ?

ES MUY NECESARIO UBICAR CONCEPTUALMENTE LO QUE ES UNA EMPRESA, PUES SE SABE QUE NO SIEMPRE SE UTILIZA SU SIGNIFICADO PARA LOS MISMOS FINES. CIERTAMENTE SE PUEDEN TENER GIROS MUY DRÁSTICOS RESPECTO A SU SIGNIFICADO, Y TAL ES EL CASO DE LOS DICCIONARIOS, EN QUE NOS MUESTRAN CONCEPTOS BASTANTE IMPRECISOS. TENEMOS ENTONCES QUE EMPRESA PUEDE SIGNIFICAR LO SIGUIENTE:

EMPRESA: (DEL LAT. IN-PREHNSA, COSA EMPRENDIDA) F. ACCIÓN DIFÍCIL O ARDUA QUE SE COMIENZA CON VALOR O RESOLUCIÓN 2. SOCIEDAD INDUSTRIAL O MERCANTIL 3. OBRA O DISEÑO LLEVADO A EFECTO 4. LEMA O DIVISA DE LO QUE SE INTENTA CONSEGUIR, O DE LO QUE SE HACE ALARDE. (21)

PERO NUESTRO OBJETIVO ES UBICAR EL SIGNIFICADO DE EMPRESA DESDE EL PUNTO DE VISTA ADMINISTRATIVO. PARA ESTO TENEMOS LA APORTACION QUE GUZMAN VALDIVIA NOS HACE AL RESPECTO DICIENDO: * LA EMPRESA ENTONCES, PODRÍAMOS DEFINIRLA EN LOS SIGUIENTES TÉRMINOS ES LA UNIDAD ECONÓMICO-SOCIAL EN LA QUE EL CAPITAL, EL TRABAJO Y LA DIRECCIÓN SE COORDINAN PARA LOGRAR UNA PRODUCCIÓN QUE RESPONDA A LOS REQUERIMIENTOS DEL MEDIO HUMANO EN EL QUE LA PROPIA EMPRESA ACTÚA * (22)

POR OTRA PARTE, AGUSTÍN REYES PONCE, DICE QUE LA EMPRESA LA INTEGRAN BIENES MATERIALES, HOMBRES Y SISTEMAS. AGREGA QUE SE PUEDE ESTUDIAR EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS: ECONÓMICO, JURÍDICO, ADMINISTRATIVO, SOCIOLOGICO Y DE CONJUNTO (23)

HABLANDO AHORA RESPECTO A LAS ACCIONES QUE DEBE LLEVAR A CABO UNA EMPRESA DESDE EL PRINCIPIO DE SU VIDA ACTIVA COMO PERSONA MORAL, TENEMOS QUE ES IMPORTANTE DARLE PROMOCIÓN A SUS PRODUCTOS O A LOS SERVICIOS QUE OFRECE PARA PODER SUBSISTIR EN EL MERCADO, YA QUE ESTO AYUDA AL AUMENTO DE LA DEMANDA. PUES DE OTRA MANERA SERÍA MUY DIFÍCIL LOGRAR LA VENTA DE ESTOS. SABEMOS ADEMÁS QUE LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS O

SERVICIOS DETERMINAN LAS UTILIDADES DE UNA ORGANIZACIÓN Y POR ENDE EL GRADO DE CRECIMIENTO DE LA MISMA.

TAMBIÉN ES IMPORTANTE QUE LA ORGANIZACIÓN ESTABLEZGA LOS OBJETIVOS QUE HAN DE GUIAR EL CURSO DE SUS OPERACIONES, PERO NUNCA OLVIDANDO QUE EXISTEN TRES TIPOS BÁSICOS DE OBJETIVOS QUE SE DEBEN DE INCLUIR ENTRE LOS OBJETIVOS INTERNOS DE LA EMPRESA, Y TALES SON LOS SIGUIENTES: 1) DE SERVICIO, 2) SOCIAL, 3) ECONÓMICO.

RESPECTO A LOS OBJETIVOS DE SERVICIO, QUE SON EL PUNTO DE PARTIDA PARA QUE UNA ORGANIZACIÓN COMIENZE A SER DEL AGRADO DE LOS CONSUMIDORES, DEBE CUMPLIR CON ESTOS, SATISFACIENDO LAS NECESIDADES QUE PARA LOS USUARIOS DEL PRODUCTO SON DE IMPORTANCIA, A TRAVÉS LÓGICAMENTE DEL OFRECIMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE BUENA CALIDAD, A UN PRECIO QUE ESTE AL ALCANCE DEL COMPRADOR Y FINALMENTE QUE EL PRODUCTO SE PUEDA ENCONTRAR EN EL MOMENTO EN QUE ES NECESITADO.

EL OBJETIVO SOCIAL ES AQUEL QUE SE ENFOCA A LOS TRABAJADORES DE SU EMPRESA, A LAS AUTORIDADES OFICIALES Y EN GENERAL A LA COMUNIDAD CUANDO SU INTERÉS ES RESPECTO A LAS AUTORIDADES O AL GOBIERNO, ES PORQUE ESTE ÚLTIMO AL BUSCAR EL BENEFICIO DE LA SOCIEDAD, SE OBLIGA A LA EMPRESA A QUE COLABORE PAGANDO SUS IMPUESTOS, QUE PERMITEN SOSTENER A LOS GOBIERNOS FEDERALES Y LOCALES, PERO NO SOLO SE VE OBLIGADA A CUMPLIR CON EL GOBIERNO SINO TAMBIÉN CON SUS COLABORADORES DE TRABAJO, AL PAGARLES UN SALARIO JUSTO Y OFRECERLES BUENAS PRESTACIONES O CAPACITARLOS, ENTRE OTRAS TANTAS NECESIDADES QUE PUDIESEN TENER, ADEMÁS TAMBIÉN LA COMUNIDAD EXIGE RESPETO DE PARTE DE LA EMPRESA, CUMPLIENDO CON LAS NECESIDADES ECOLÓGICAS DE LA COMUNIDAD.

EL ÚLTIMO DE LOS OBJETIVOS BÁSICOS DE UNA EMPRESA ES EL ECONÓMICO, YA QUE LA ORGANIZACIÓN DEBE SER CREADORA DE RIQUEZA, LOS INVERSIONISTAS CONSIDERAN PRIORITARIO EL OBTENER DIVIDENDOS PERIÓDICOS Y PARA LA INSTITUCIÓN ES IMPRESCINDIBLE OBTENER FONDOS SUFICIENTES PARA EL SOSTENIMIENTO Y CRECIMIENTO DE LA MISMA.

PODEMOS HACER UNA RÁPIDA REFERENCIA RESPECTO A LOS NIVELES JERÁRQUICOS QUE PUEDEN CONSIDERARSE EN UNA EMPRESA, DEPENDIENDO DESDE LUEGO DEL TAMAÑO DE ESTA O DEL GIRO SIMPLEMENTE, YA QUE PUDIERAN SUPRIMIRSE ALGUNOS NIVELES O AUMENTARSE OTROS TANTOS:

1. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
2. PRESIDENCIA, DIRECTIVO O GERENTE GENERAL
3. GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
4. GERENCIA DE MERCADOTECNIA
5. GERENCIA DE FINANZAS
6. GERENCIA DE PRODUCCIÓN

CADA UNA DE LAS GERENCIAS MENCIONADAS CUENTA CON SUS RESPECTIVAS SUBDIVISIONES, QUE CORRESPONDE ASIGNARLAS A LA ORGANIZACIÓN, YA QUE SUS NECESIDADES DELIMITARAN EL NÚMERO DE NIVELES JERÁRQUICOS QUE REQUIERA PARA SATISFACER ESTAS.

PODEMOS CONCLUIR ESTE PUNTO CON ALGUNOS COMENTARIOS DE JORGE BARRERA GRAF, QUE ENCONTRAMOS EN EL LIBRO DE MARIO BAUCHE G., QUIEN DICE QUE EL SISTEMA ECONÓMICO-CAPITALISTA BAJO EL CUAL VIVIMOS, ES SIN DUDA ALGUNO DE LOS SISTEMAS DE EMPRESA EL CUAL VA DESPLAZANDO LENTAMENTE A LAS PEQUEÑAS NEGOCIACIONES, A LOS TALLERES Y AUN A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES. LAS NECESIDADES CRECIENTES DE UN MERCADO CADA VEZ MAS AMPLIO REQUIEREN LA FORMACION DE CAPITALES Y DE MANO DE OBRA ABUNDANTE, PARA EN QUANTO MAS ESPECIALIZADA QUE EL EMPRESARIO ORGANIZA PARA EL EFECTO DE PRODUCIR MERCANCIAS EN GRANDES CANTIDADES QUE VAYAN A SATISFICER LAS EXIGENCIAS DEL PUBLICO, Y A CREAR NUEVOS HABITOS Y COSTUMBRES EN LOS CONSUMIDORES.

EN MÉXICO, PAÍS SUBDESARROLLADO, ENCONTRAMOS QUE LAS GRANDES EMPRESAS VIVEN AL LADO DE LAS PEQUEÑAS, POR ELLO ES IMPORTANTE REGLAMENTAR UN NEGOCIO (INCLUYENDO ARTESANÍAS, Y COMERCIO AL DETALLE) PARA PROTEGER ESTAS ÚLTIMAS RESPETANDO LA ACTIVIDAD COMERCIAL TRADICIONAL PARA ELLO SE ORIENTA EN LOS SIGUIENTES APARTADOS, EL COMO CONSTITUIR Y REGLAMENTAR UNA EMPRESA.

3. ¿ QUÉ ES UNA CASA PRODUCTORA ?

ES UNA EMPRESA QUE SE ENCARGA DE LA PRODUCCIÓN DE CINE Y VIDEO DE PELÍCULAS, DOCUMENTALES, COMERCIALES PARA TELEVISION, LARGO METRAJES Y CORTO METRAJES, VIDEO INDUSTRIAL, CAPACITACIÓN, VENTAS, ETC. SU OBJETO ES LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

EXISTEN ALGUNOS ORGANISMOS Y ASOCIACIONES QUE PUEDEN AYUDAR A LOGRAR LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS CASAS PRODUCTORAS EN ESTE MERCADO ASI COMO A SU ORIENTACIÓN PARA CUALQUER TIPO DE INFORMACIÓN QUE NECESITEN LAS PRODUCTORAS, Y PUEDEN SER:

- * INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (IMCINE).
- * CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y DEL VIDEOGRAMA C (CANAGINE)
- * ASOCIACIÓN MEXICANA DE FILMADORAS (AMF)
- * CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES. (CONACULTA)

ESTE TIPO DE EMPRESAS COMÚNMENTE LLEVAN UNA ADMINISTRACIÓN SIMILAR AL DE CUALQUIER OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN.

EL PROCEDIMIENTO QUE SIGUE PARA DARSE DE ALTA COMO PERSONA MORAL ES EXACTAMENTE EL MISMO QUE SE UTILIZA PARA TODO NEGOCIO INTERESADO EN PONERSE EN MARCHA, ES DECIR, NECESARIAMENTE TIENE QUE CONTAR CON UN REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, Y CUMPLIR CON TODOS AQUELLOS REQUISITOS ENUMERADOS MAS ADELANTE (CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA EN GENERAL; SIGUIENTE PUNTO), PERO TAMBIÉN NECESITA DE UN REGISTRO ANTE LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y DEL VIDEOGRAMA (CANAGINE), OPCIONALMENTE PUEDE

REGISTRARSE ANTE OTRAS CÁMARAS O INCLUSO TENER UN REGISTRO AL PADRÓN DE IMPORTADORES (POR LOS INSUMOS QUE EVENTUALMENTE DEBE IMPORTAR DEL EXTERIOR).

BÁSICAMENTE EL MERCADO DE LAS CASAS PRODUCTORAS ES DEFINIDO POR LA MODA Y LA CUAL DEPENDE DEL DIRECTOR QUE DIRIGE LOS PROYECTOS, ASÍ COMO DEL EQUIPO DE QUE SE SODEA. POR EJEMPLO, SI UNA PERSONA TIENE UN PROYECTO Y CUENTA CON LOS RECURSOS FINANCIEROS SUFICIENTES PARA LLEVAR A CABO ESTE, ¿CON QUIEN PREFERIRÁ HACERLO? ¿CON ALFONSO ARAUO O CON UN DIRECTOR DESCONOCIDO?, Y LO MISMO SUCEDE CON LOS COMERCIALES PARA TELEVISIÓN Y VIDEOCLIPS, PUES EN EL MEDIO DE LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD, EL STATUS QUE BRINDA HACER VIDEOCLIPS CON PEDRO TORRES ES MUY DIFERENTE A HACERLO CON ALGUIEN MÁS, SIN EMBARGO, EXISTE MERCADO PARA TODO

4. CÓMO SE CONSTITUYE UNA EMPRESA EN GENERAL

COMO NO SE CUENTA CON UN CONCEPTO LEGAL DE EMPRESA, ES NECESARIO FORMARSE UN CONCEPTO PROPIO RESPECTO A ESTA, PUES PARA PODER LLEVAR A CABO SU CONSTITUCIÓN, DEBEMOS TENER BIEN CLARO QUE ES TODO AQUELLO QUE HA DE ABARCAR Y LO QUE HABRÁ DE EXCLUIR.

BÁSICAMENTE LA EMPRESA TIENE OBJETIVOS ECONÓMICOS TIENE ADEMAS RELACIONES EXTERIORES, ESPECIALMENTE LAS QUE PROVENEN DEL INTERCAMBIO COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE A LOS CONSUMIDORES, SATISFACIENDO A TRAVÉS DE ESTAS ACCIONES COMERCIALES NECESIDADES HUMANAS.

CUANDO TODO CENTRO DE TRABAJO ESTÁ OCUPADO POR MÁS DE UN INDIVIDUO, CONSTITUYE UNA ASOCIACIÓN DE HOMBRES Y SOLO DE ESTA MANERA ES CAPAZ DE LLEVAR A CABO SUS FUNCIONES, PERO ¿CUÁL ES EL MOTIVO QUE TIENEN ESTOS HOMBRES PARA CONSTITUIR ESTA ASOCIACIÓN?, BEN, PUES INDEPENDIEMENTE DE TENER EN MENTE EL PONER EN MARCHA UN PROCESO ECONÓMICO-TECNOLÓGICO, ESPERAN CUMPLIR CON SUS PROPIOS INTERESES

COMÚNMENTE, EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS ES SIGNIFICATIVO QUE EL PROPIETARIO SEA EL RESPONSABLE Y DIRIGENTE NATO DE DICHA EMPRESA, PERO ESTO NO QUIERE DECIR QUE AL CONSTITUIR LA EMPRESA SE DEBE DAR MAYORES DERECHOS DE DECISIÓN AL MÁS FUERTE, SINO QUE DEBEMOS SER JUSTOS PARA QUE TODO FUNCIONE A LA PERFECCIÓN Y ADEMÁS TENER DE ESTA MANERA MAYORES OPCIONES AL MOMENTO DE DECIDIR

EN RESUMIDAS CUENTAS, LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA NO ESTÁ SINO FORMADA POR DOS GRUPOS QUE SON: EL APORTADOR DE LOS MEDIOS MATERIALES (CAPITAL) Y LOS DE LA FUERZA DE TRABAJO.

LOS INTERESES DE CADA UNO DE ESTOS GRUPOS ESTÁN BIEN DEFINIDOS, YA QUE POR PARTE DE LOS APORTADORES DEL CAPITAL, SOLO ESPERAN QUE SE CONSERVE Y AUMENTE SU CAPITAL;

MIENTRAS QUE POR LA PARTE TRABAJADORA, SOLO SE ESPERAN BUENAS CONDICIONES DE TRABAJO Y UN TRABAJO SEGURO

LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA SE LOGRA EN PRIMER LUGAR CUANDO EXISTEN RELACIONES INTERNAS EQUILIBRADAS EN PODER PARA AMBOS GRUPOS. ESTO NO ES SUFICIENTE SI NO CONOCEMOS LOS INTERESES DE CADA UNA DE LAS PARTES. ASÍ COMO LOS INTERESES DE LA EMPRESA. ES DECIR, SI ESTOS ÚLTIMOS NO SON AFECTADOS POR LOS INTERESES PERSONALES DEL CAPITAL/FUERZA DE TRABAJO, EXISTE OTRO FACTOR QUE PUDIERA INTERVENIR EN LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA LA POLÍTICA. EN CUANTO A LAS ESTRUCTURAS DE DERECHO QUE IMPONE LA MANERA DE MANEJARSE UNA EMPRESA, ASÍ COMO SU VIDA, ÉXITO O FRACASO.

EN ESTE ÚLTIMO PUNTO EL CÓDIGO DE COMERCIO NOS MUESTRA UN APARTADO REFERENTE A LA " LEY DE SOCIEDADES MERCANTILES " EN DONDE SE CITAN LAS OPCIONES QUE TIENE EL EMPRESARIO PARA CONSTITUIR SU SOCIEDAD DE ACUERDO A LOS FINES PERSEGUIDOS. TAMBIÉN INCLUYE LA REGULACIÓN PERTINENTE PARA LA SOCIEDAD DE QUE SE TRATE. EN CUANTO A LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE QUIENES LA CONSTITUYAN.

ES IMPORTANTE HACER HINCAPIÉ EN QUE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA NO SE BASA EXCLUSIVAMENTE EN EL REVESTIMIENTO JURÍDICO, SINO EN LA REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIOLOGICA.

SEGÚN NUESTRO DERECHO, EXISTEN VARIOS TIPOS DE SOCIEDADES, TRATANDOSE DE PERSONAS MORALES, Y PUEDEN SER LAS SIGUIENTES

- * SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO
- * SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE
- * SOCIEDAD EN RESPONSABILIDAD LIMITADA
- * SOCIEDAD ANÓNIMA
- * SOCIEDAD COOPERATIVA.
- * SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES

CUALQUIERA DE LAS PRIMERAS CUATRO SOCIEDADES PUEDEN CONSTITUIRSE COMO SOCIEDADES DE CAPITAL VARIABLE.

LAS SOCIEDADES SE CONSTITUIRÁN ANTE NOTARIO Y EN LA MISMA FORMA SE HARÁN CONSTAR SUS MODIFICACIONES.

SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO (24)

ES AQUELLA QUE EXISTE BAJO UNA RAZÓN SOCIAL Y EN LA QUE TODOS LOS SOCIOS RESPONDEN, DE MODO SUBSIDIARIO, LIMITADA Y SOLIDARIAMENTE DE LAS OBLIGACIONES SOCIALES. (ART. DE LGSM).

LA RAZÓN SOCIAL SE FORMARÁ CON EL NOMBRE DE UNO O MÁS SOCIOS, Y CUANDO EN ELLA NO FIGUREN LOS DE TODOS, SE LE AÑADIRÁN LAS PALABRAS "Y COMPAÑÍA" U OTRAS EQUIVALENTES. (ART 27 LGSM).

LOS SOCIOS NO PUEDEN CEDER SUS DERECHOS EN LA COMPAÑÍA SIN EL CONSENTIMIENTO DE TODOS LOS DEMÁS, Y SIN EL, TAMPOCO PUEDEN ADMITIRSE OTROS NUEVOS, SALVO EL CONTRATO DISPONGA QUE SERÁ BASANTE EL CONSENTIMIENTO DE LA MAYORÍA (ART 31 LGSM)

LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD ESTARÁ A CARGO DE UNO O VARIOS ADMINISTRADORES, QUIENES PODRÁN SER SOCIOS O PERSONAS EXTRAÑAS A ELLA. (ART 36 LGSM)

SALVO PACTO EN CONTRARIO, LOS NOMBRAMIENTOS Y REMOCIONES DE LOS ADMINISTRADORES SE HARÁN LIBREMENTE POR LA MAYORÍA DE VOTOS DE LOS SOCIOS (ART 37 LGSM).

SIEMPRE QUE NO SE HAGA DESIGNACIÓN DE ADMINISTRADORES, TODOS LOS SOCIOS CONCURRIRÁN EN LA ADMINISTRACIÓN (ART 40 LGSM)

LA CUENTA DE ADMINISTRACIÓN SE RENDIRÁN SEMESTRALMENTE, SI NO HUBIERE PACTO SOBRE EL PARTICULAR, Y EN CUALQUIER TIEMPO EN QUE LO ACUERDEN LOS SOCIOS (ART 43 LGSM)

LOS SOCIOS NO ADMINISTRADORES PODRÁN NOMBRAR UN INTERVENTOR QUE VIGILE LOS ACTOS DE LOS ADMINISTRADORES, Y TENDRÁN DERECHO DE EXAMINAR EL ESTADO DE LA ADMINISTRACIÓN Y LA CONTABILIDAD Y LOS PAPELES DE LA COMPAÑÍA HACIENDO LAS RECLAMACIONES QUE ESTIME CONVENIENTE (ART 47 LGSM)

SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE (25)

ES LA QUE EXISTE BAJO UNA RAZÓN SOCIAL Y SE COMPONE DE UNO O VARIOS SOCIOS COMANDITADOS QUE RESPONDEN, DE MANERA SUBSIDIARIA, ILIMITADA Y SOLIDARIAMENTE, DE LAS OBLIGACIONES SOCIALES, Y DE UNO O VARIOS COMANDITARIOS, QUE ÚNICAMENTE ESTÁN LIGADOS AL PAGO DE SUS APORTACIONES. (ART 51 LGSM)

LA RAZÓN SOCIAL SE FORMARÁ CON LOS NOMBRES DE UNO O VARIOS COMANDITADOS, SEGUIDOS DE LAS PALABRAS "Y COMPAÑÍA" U OTRAS EQUIVALENTES, CUANDO EN ELLA NO FIGUREN LOS DE TODOS A LA RAZÓN SOCIAL SE AGREGARÁN SIEMPRE LAS PALABRAS "SOCIEDAD EN COMANDITA" O SU ABBREVIATURA "S EN C" (ART 52 LGSM)

EL SOCIO O SOCIOS COMANDITARIOS NO PUEDEN EJERCER ACTO ALGUNO DE ADMINISTRACIÓN, NI CON CARÁCTER DE APODERADOS DE LOS ADMINISTRADORES (ART. 54 LGSM)

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (26)

SE CONSTITUYE ENTRE SOCIOS QUE SOLAMENTE ESTÁN OBLIGADOS AL PAGO DE SUS APORTACIONES, SIN QUE LAS PARTES SOCIALES PUEDAN ESTAR REPRESENTADAS POR TÍTULOS NEGOCIABLES, A LA ORDEN O AL PORTADOR, PUES SOLO SERÁN CEDIBLES EN LOS CASOS Y CON LOS REQUISITOS QUE ESTABLECE LA PRESENTE LEY (ART. 8 LGSM)

ESTA SOCIEDAD EXISTE BAJO LA DENOMINACIÓN O BAJO LA RAZÓN SOCIAL QUE SE FORMARA CON EL NOMBRE DE UNO O MAS SOCIOS LA DENOMINACIÓN IRA SEGUNDA DE LAS PALABRAS "SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA" O DE SU ABBREVIATURA "S.R.L."

ESTE TIPO DE SOCIEDADES NO PUEDE TENER MAS DE 25 SOCIOS EL CAPITAL NO PUEDE SER INFERIOR A \$5,000.00 Y AL CONSTITUIRSE DICHA SOCIEDAD EL CAPITAL DEBERÁ ESTAR INTEGRAMENTE SUSCRITO Y EXHIBIDO, POR LO MENOS, EL 50% DEL VALOR DE CADA PARTE SOCIAL ASÍ TAMBIÉN CUANDO EXISTA UN AUMENTO DE CAPITAL NO PODRÁ LLEVARSE A CABO MEDIANTE SUSCRIPCIÓN PÚBLICA.

LA ADMINISTRACIÓN DE ESTE TIPO DE SOCIEDADES ESTARÁ A CARGO DE UNO O MAS GERENTES QUE PODRÁN SER SOCIOS O PERSONAS EXTRANAS A LA SOCIEDAD DESIGNADOS TEMPORALMENTE O POR TIEMPO INDETERMINADO LA ASAMBLEA ES EL ORGANÓ SUPREMO DE ESTE TIPO DE SOCIEDADES Y CUALQUIER SOCIO TIENE DERECHO DE PARTICIPAR EN LAS SESIONES DE LAS ASAMBLEAS

SOCIEDAD ANÓNIMA (27)

EXISTE BAJO UNA DENOMINACIÓN Y SE COMPONE EXCLUSIVAMENTE DE SOCIOS CUYA OBLIGACIÓN SE LIMITA AL PAGO DE SUS ACCIONES LA DENOMINACIÓN SE FORMA LIBREMENTE, PERO DIFERENTE A LA DE CUALQUIER OTRA SOCIEDAD Y QUE AL MOMENTO DE EMPLEARSE DEBE IR SEGUNDA DE LAS PALABRAS SOCIEDAD ANÓNIMA O DE LAS ABBREVIATURAS "S.A." (ART. 25 LGSM)

LOS REQUISITOS PARA FORMAR ESTE TIPO DE SOCIEDAD SE ESTABLECEN EN EL ART. 29 DE LA MISMA LEY

- * QUE HAYA DOS SOCIOS COMO MÍNIMO Y QUE CADA UNO SUSCRIBA POR MÍNIMO UNA ACCIÓN
- * QUE EL CAPITAL SOCIAL NO SEA MENOR DE \$50,000.00 Y QUE ESTE INTEGRAMENTE SUSCRITO
- * QUE SE EXHIBA EL DINERO EFECTIVO CUANDO MENOS EL 10% DEL VALOR DE CADA ACCIÓN
- * QUE SE EXHIBA INTEGRAMENTE EL VALOR DE CADA ACCIÓN QUE HAYA DE PAGARSE TODO O EN PARTE CON BENEFICIOS DEL MONETARIO

LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE PUEDE CONSTITUIR POR LA COMPARECENCIA ANTE UN NOTARIO O POR SUSCRIPCIÓN PÚBLICA EL ACTA CONSTITUTIVA DEBE CONTENER

1. NOMBRES, NACIONALIDAD Y DOMICILIO DE LAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES QUE CONSTITUYAN LA SOCIEDAD
2. EL OBJETO DE LA SOCIEDAD
3. SU RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN

4. SU DURACIÓN.
5. EL IMPORTE DEL CAPITAL SOCIAL.
6. LA EXPRESIÓN DE LO QUE CADA SOCIO APORTE EN DINERO O EN OTROS BIENES, EL VALOR ATRIBUIDO A ESTOS Y EL CRITERIO SEGUIDO PARA SU VALORIZACION CUANDO EL CAPITAL SEA VARIABLE, ASI SE EXPRESARA, INDICÁNDOSE EL MINIMO QUE SE FUE.
7. DOMICILIO DE LA SOCIEDAD.
8. LA MANERA CONFORME A LA CUAL HAYA DE ADMINISTRARSE LA SOCIEDAD Y LAS FACULTADES DE LOS ADMINISTRADORES.
9. EL NOMBRAMIENTO DE LOS ADMINISTRADORES Y LA DESIGNACION DE QUE HAN DE LLEVAR LA FIRMA SOCIAL.
10. LA MANERA DE HACER LA DISTRIBUCION DE LAS UTILIDADES Y PERDIDAS ENTRE LOS MIEMBROS DE LA SOCIEDAD.
11. EL IMPORTE DEL FONDO DE RESERVA.
12. LOS CASOS EN QUE LA SOCIEDAD HAYA DE DISOLVERSE ANTICIPADAMENTE.
13. LAS BASES PARA PRACTICAR LA LIQUIDACION DE LA SOCIEDAD Y EL MODO DE PROCEDER A LA ELECCION DE LOS LIQUIDADORES CUANDO NO HAYAN SIDO DESIGNADOS ANTICIPADAMENTE.

LOS REQUISITOS ESTIPULADOS EN EL ART. 66. DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES Y LAS DEMÁS REGLAS QUE SE ESTABLEZCAN EN LA ESCRITURA SOBRE ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD CONSTITURAN LOS ESTATUTOS DE LA MISMA.

ADEMÁS DE LOS DATOS REQUERIDOS EN EL ART. 66. DE LA LGSM, LA ESCRITURA CONSTITUTIVA DEBE CONTENER LO SIGUIENTE:

- I. LA PARTE EXHIBIDA DEL CAPITAL SOCIAL.
- II. EL NÚMERO, VALOR NOMINAL Y NATURALEZA DE LAS ACCIONES EN QUE SE DIVIDE EL CAPITAL SOCIAL, SALVO LO DISPUESTO EN EL 2º PÁRRAFO DE LA FRACCIÓN IV DEL ART. 125 (EL IMPORTE DEL CAPITAL SOCIAL, EN NÚMERO TOTAL Y VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES CUANDO ASÍ LO PREVENGA EL CONTRATO SOCIAL PODRÁ OMITIRSE EL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES, EN CUYO CASO SE OMITIRÁ EL IMPORTE DEL CAPITAL SOCIAL).
- III. LA FORMA Y TÉRMINOS EN QUE DEBE PAGARSE LA PARTE INSOLUTA DE LAS ACCIONES.
- IV. LA PARTICIPACION DE LAS UTILIDADES CONCEDIDAS A LOS FUNDADORES.
- V. EL NOMBRAMIENTO DE UNO O VARIOS COMISARIOS.

LAS FACULTADES DE LA ASAMBLEA GENERAL Y LAS CONDICIONES PARA LA VALIDAD DE SUS DELIBERACIONES, ASI COMO PARA EL EJERCICIO DEL DERECHO DEL VOTO, EN CUANTO A LAS DISPOSICIONES LEGALES, PUEDEN SER MODIFICADAS POR LA VOLUNTAD DE LA SOCIEDAD.

EN LA ACTUALIDAD, PARA QUE UNA EMPRESA PUEDA SER DADA DE ALTA COMO TAL, ES NECESARIO REALIZAR UNA SERIE DE TRÁMITES ANTE LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES Y QUE SUELEN SER LOS SIGUIENTES:

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (26)

DEBERÁN SOLICITAR TODAS LAS PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, PROPORCIONANDO LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON SU IDENTIDAD, DOMICILIO Y EN GENERAL SOBRE SU SITUACIÓN FISCAL.

LA SOLICITUD DEBE PRESENTARSE EN LA OFICINA FEDERAL DE HACIENDA QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE EN ORIGINAL Y CINCO COPIAS (FORMA HFCO 1) CON SUS RESPECTIVOS LIBROS DE CONTABILIDAD (DIARIO Y MAYOR) PARA QUE SEAN AUTORIZADOS DENTRO DEL MES SIGUIENTE AL DÍA EN QUE SE EFECTUEN LAS SITUACIONES QUE A CONTINUACIÓN SE SEÑALAN:

- A) LAS PERSONAS MORALES RESIDENTES EN MÉXICO, A PARTIR DE QUE LE FERME SU ACTA CONSTITUTIVA, DEBIENDO ACOMPAÑAR LA MISMA A LA SOLICITUD.
- B) LAS PERSONAS FÍSICAS, ASÍ COMO LAS MORALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO, DESDE QUE SE REALICEN LAS SITUACIONES JURÍDICAS DE HECHO QUE DEN LUGAR A LA PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES PERIÓDICAS (APERTURA).

LAS PERSONAS FÍSICAS QUE VAYAN A TRIBUTAR CONFORME AL RÉGIMEN OPCIONAL A LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES, NO ESTÁN OBLIGADOS A PRESENTAR LIBROS PARA SU AUTORIZACIÓN. ESTE TRÁMITE NO GENERA PAGO DE DERECHO.

CONSTANCIA DE ZONIFICACIÓN DEL USO DEL SUELO. (29)

ES EL DOCUMENTO EXPEDIDO POR LA COORDINACIÓN GENERAL DE REORDENACIÓN URBANA Y PROTECCIÓN ECOLÓGICA DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL, POR MEDIO DEL CUAL CERTIFICA SI UN USO DEL SUELO ES PERMITIDO, CONDICIONADO O PROHIBIDO, EFECTIVAMENTE LAS NORMAS TÉCNICAS COMPLEMENTARIAS QUE LE SEAN APLICABLES DE ACUERDO AL PROGRAMA PARCIAL DE DESARROLLO URBANO QUE LE CORRESPONDA.

TAMBIÉN SE PUEDE TRAMITAR ANTE LA DELEGACIÓN POLÍTICA QUE LE CORRESPONDA, SEGÚN SU DOMICILIO, PRESENTANDO LA SOLICITUD DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES Y EL PAGO DE DERECHOS QUE DETERMINE LA LEY DE HACIENDA DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL.

LICENCIA DEL USO DE SUELO. (30)

LO EXPIDEN AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL POR MEDIO DEL CUAL SE AUTORIZA EL USO O DESTINO QUE PRETENDA DARSE A UN PREDIO LOCAL.

PARA LAS PERSONAS QUE EN LA CONSTANCIA DE ZONIFICACIÓN DEL USO DE SUELO, SE LES CONDICIONE A LA OBTENCIÓN DE LICENCIA DEL USO DE SUELO, DESEN REALIZAR EL TRAMITE EN LA DELEGACIÓN POLÍTICA QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO, PRESENTANDO SOLICITUD, PLANOS ARQUITECTÓNICOS, MEMORIA DESCRIPTIVA, ESTUDIO DE MASEN URBANA Y PROYECCIÓN DE LAS SOMBRAS. ESTE TRÁMITE GENERA PAGO DE DERECHOS.

PADRÓN DELEGACIONAL. (31)

OBTENIDA LA CONSTANCIA DE ZONIFICACIÓN O LICENCIA DEL USO DE SUELO, SE TRAMITARA EN LA MISMA DELEGACIÓN, ENVIANDO PARA ELLO EL ORIGINAL Y FOTOCOPIA DEL R.F.C. DONDE LA AUTORIDAD HARÁ CONSTAR QUE QUEDAN INSCRITOS EN EL PADRÓN CITADO. ESTE TRÁMITE NO GENERA PAGO DE DERECHOS.

ALTA ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO. (32)

AQUELLOS COMERCIANTES CUYO CAPITAL EXCEDA DE \$10,000.00 DEBERÁN INSCRIBIRSE ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO QUE LES CORRESPONDA, PRESENTANDO SU SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DEBIDAMENTE AUTORIZADA DENTRO DEL MES SIGUIENTE A LA FECHA DE LA INICIACIÓN DE SUS ACTIVIDADES Y POSTERIORMENTE DENTRO DEL MES DE ENERO CADA AÑO. LAS PERSONAS MORALES DEBERÁN PRESENTAR ACTA CONSTITUTIVA DE LA SOCIEDAD.

LICENCIA SANITARIA. (33)

ES EL DOCUMENTO EXPEDIDO POR LA SECRETARÍA DE SALUD, POR MEDIO DEL CUAL AUTORIZA QUE SU ESTABLECIMIENTO OPERE Y FUNCIONE POR HABER CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS SANITARIOS QUE EXIGE LA LEY Y REGLAMENTO DE LA MATERIA.

LOS NEGOCIOS QUE SE ENCUENTREN OBLIGADOS A TRAMITAR ESTA AUTORIZACIÓN ANTE LA DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA O LA DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES Y SERVICIOS DE LA SECRETARÍA DE SALUD, DEPENDIENDO DEL GIRO, DEBEN REALIZARLO DENTRO DE LOS 30 DÍAS SIGUIENTES A LA FECHA EN QUE SE DIJO DE ALTA EL NEGOCIO PRESENTANDO SOLICITUD ACOMPAÑADA DE SU REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES; LA VIGENCIA DE ESTA AUTORIZACIÓN POR LO GENERAL ES DE DOS AÑOS Y DEBE REVALIDARSE 30 DÍAS ANTES DEL VENCIMIENTO.

ESTE TRÁMITE PUEDE REALIZARSE A TRAVÉS DEL DEPARTAMENTO DE TRÁMITES Y GESTIONES DE LA GERENCIA DE RELACIONES CON GOBIERNO DE ESTA CÁMARA.

DECLARACIÓN DE APERTURA. (34)

ES LA MANIFESTACIÓN QUE SE REALIZA ANTE LA DELEGACIÓN POLÍTICA QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO DEL NEGOCIO DE QUE SE ENCUENTRA BAJO JURISDICCIÓN TERRITORIAL.

DE CONFORMIDAD CON EL REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES Y CELEBRACION DE ESPECTACULOS PUBLICOS EN EL DISTRITO FEDERAL, AQUELLOS GIROS O ESTABLECIMIENTOS QUE NO REQUIERAN LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEBERAN PRESENTAR ESTA DECLARACION CON SOLICITUD ACOMPAÑADA DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

1. CONSTANCIA DE USO DE SUELO
2. EN SU CASO, LICENCIA DEL USO DEL SUELO
3. LICENCIA SANITARIA EN EL NEGOCIO LA REQUIERE
4. VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACION SI EL GIRO LE ENCUENTRA OBLIGADO A TENERLO.
5. TITULO DE PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENTAMIENTO

LA VIGENCIA DE ESTE TRÁMITE ES INDEFINIDA.

TRABAJADORES O EMPLEADOS (RFS)

SE REQUIERE TENER EMPLEADOS, DEBERÁ DE FORMULARSELES CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO.

EL CONTRATO DEBE ELABORARSE POR ESCRITO Y CONTENER CUANDO MENOS LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

1. NOMBRE, NACIONALIDAD, EDAD, ESTADO CIVIL, DOMICILIO DEL TRABAJADOR Y DEL PATRÓN.
2. ESTABLECER SI LA RELACION DE TRABAJO ES PARA GIRA O TIEMPO DETERMINADO, TIEMPO INDEFINIDO, PARA COMISIONISTAS QUE EN EL AMBITO COMERCIAL ES BASTANTE UTILIZADO
3. EL SERVICIO O SERVICIOS QUE DEBAN PRESTAR
4. EL LUGAR O LUGARES DONDE DEBA DESARROLLARSE EL TRABAJO
5. DURACION DE LA JORNADA LABORAL
6. HORARIO PARA CONSUMIR ALIMENTOS.
7. LA FORMA Y MONTO DEL SALARIO
8. DIA Y LUGAR DE PAGO DEL SALARIO
9. ESTABLECER QUE SE CAPACITARA AL TRABAJADOR EN LOS TERMINOS QUE MARCA LA LEY.
10. DEBEN ESTABLECERSE OTRAS CONDICIONES DE TRABAJO COMO SON DIAS DE DESCANSO OBLIGATORIOS, VACACIONES, AGUINALDO, Y TODAS AQUELLAS QUE CONVENGA AL PATRON.

SI EL TRABAJADOR NO TIENE R.F.C., DEBERÁ HACER EL AVISO DE ALTA ANTE LA OFICINA FEDERAL DE HACIENDA QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO DEL TRABAJADOR, ASI COMO EFECTUAR SU INSCRIPCION ANTE EL M.S.S. Y EL I.N.F.O.N.A.V.I.T. ADEMAS DEBE OBTENER SU REGISTRO PATRONAL ANTE LOS INSTITUTOS MENCIONADOS

POR OTRA PARTE, DEBE DAR AVISO A LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA LOCAL DE LA TESORERIA DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO DE SU NEGOCIO DE QUE SERÁ SUJETO DEL IMPUESTO SOBRE NOMINAS

AVISO DE APERTURA. (36)

LOS ESTABLECIMIENTOS QUE NO REQUIEREN DE LICENCIA SANITARIA, DEBERÁN GESTIONAR AVISO DE APERTURA. EL CUAL CONSISTE EN LA COMUNICACIÓN QUE DEBE EFECTUAR EL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DEL NEGOCIO A LA SECRETARÍA DE SALUD, DE QUE HAN INICIADO OPERACIONES EL ESTABLECIMIENTO CON EL OBJETO DE QUE SE REGISTRE, QUEDANDO SUJETO A LA VIGILANCIA DE LA AUTORIDAD

TRASPASO. (37)

CUANDO SE REQUIERA UN ESTABLECIMIENTO MERCANTIL POR TRASPASO, EL ADQUIRIENTE O NUEVO PROPIETARIO DEBERÁ SOLICITAR A LA DELEGACIÓN QUE CORRESPONDA AL DOMICILIO DEL NEGOCIO DENTRO DE LOS 10 DÍAS SIGUIENTES A LA FECHA EN QUE SE HAYA EFECTUADO LA CESIÓN DE DERECHO, EXPONER A SU NOMBRE LA LICENCIA O DECLARACIÓN DE APERTURA O INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DELEGACIONAL, PRESENTANDO PARA TAL EFECTO:

- SOLICITUD

- LICENCIA RESPECTIVA O DECLARACIÓN DE APERTURA O INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DELEGACIONAL PARA AQUELLOS ESTABLECIMIENTOS QUE HAYAN INICIADO OPERACIONES CON ANTELACIÓN AL 6 DE OCTUBRE DE 1989

5. MARCO LEGAL QUE RIGE A LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN (LEGISLACIÓN DEL MEDIO). (38)

A CONTINUACIÓN SE REALIZARÁ UN BREVE RESÚMEN SEGÚN LO ESTIPULADO EN LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, SEGÚN LO INCLUIDO EN "LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN RADIO Y TELEVISIÓN DE RAUL CREMQUEX"

1- LAS EMISORAS DE RADIO Y TELEVISIÓN SOLO PODRÁN FUNCIONAR PREVIA CONCESIÓN POR PARTE DEL EJECUTIVO

2- LA RADIOFUSIÓN CONSTITUYE UNA ACTIVIDAD DE INTERÉS NACIONAL CORRESPONDE AL ESTADO PARTICIPAR EN ELLA Y, A TRAVÉS DEL EJECUTIVO FEDERAL, VIGILAR EL DEBIDO CUMPLIMIENTO DE SU FUNCIÓN SOCIAL.

3- LA RADIOFUSIÓN ES LA ÚNICA EXPLOTACIÓN Y USO ESTABLECIDO COMO VÍA GENERAL DE COMUNICACIÓN EN EL PAÍS QUE NO ESTÁ RECONOCIDA POR LA LEY COMO SERVICIO PÚBLICO, SINO COMO ACTIVIDAD DE INTERÉS GENERAL ESTABLECE PRÁCTICAMENTE UN RÉGIMEN DE EXPLOTACIÓN COMERCIAL.

4- LA RADIO Y LA TELEVISIÓN TIENEN LA FUNCIÓN SOCIAL DE CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA INTEGRACIÓN NACIONAL Y AL MEJORAMIENTO DE LAS FORMAS DE CONVIVENCIA HUMANA. (ART. 5).

5. EL EJECUTIVO FEDERAL POR CONDUCTO DE LAS SECRETARÍAS Y DEPARTAMENTOS DE ESTADO, LOS AYUNTAMIENTOS Y LOS ORGANISMOS PÚBLICOS, PROMOVERÁN LA TRANSMISIÓN DE PROGRAMAS DE DIVULGACIÓN CON FINES DE ORIENTACIÓN SOCIAL, CULTURAL Y CÍVICA (ART. 6)

6. LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES OTORGA LAS CONCESIONES Y PERMISOS PARA RADIO Y TELEVISIÓN, ASÍ COMO SU FRECUENCIA, CADUCIDAD, TARIFAS, ADEMÁS IMPONE LAS SANCIONES, INTERVIENE EN EL ARRENDAMIENTO, VENTA O CUALQUER OTRO ACTO QUE AFECTE A ESTAS, Y VIGILA SU FUNCIONAMIENTO

7. LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN BASICAMENTE VIGILA QUE LAS TRANSMISIONES SEAN ADECUADAS, Y EN CASO DE QUE SE PASE POR ALTO ALGUNO DE SUS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR ESTA LEY, TIENE DERECHO A SANCIONAR

8. LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA PROMUEVE LA TRANSMISIÓN DE PROGRAMAS DE INTERÉS CULTURAL Y CÍVICO, PROTEGE DERECHOS DE AUTOR, EXTIENDE CERTIFICADOS A LOCUTORES

9. LA SECRETARÍA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA AUTORIZA LA TRANSMISIÓN DE PROPAGANDA COMERCIAL DE MEDICAMENTOS COMESTIBLES, BEBIDAS, INSECTICIDAS, INSTALACIONES Y APARATOS TERAPÉUTICOS, PRODUCTOS DE EMBELLECIMIENTO, ETC. TAMBIÉN IMPONE SANCIONES

10. LAS CONCESIONES PARA UTILIZAR COMERCIALMENTE CANALES DE RADIO Y TELEVISIÓN, SE OTORGARÁN ÚNICAMENTE A MEXICANOS.

11. LA SCT SEÑALARÁ AL SOLICITANTE EL MONTO DEL DEPÓSITO O FIANZA PARA ASEGURAR QUE SE CONTINUARÁ CON LOS TRÁMITES HASTA QUE SE OTORQUE LA CONCESIÓN.

12. LAS ESTACIONES NO PODRÁN SUSPENDER SUS TRAMITACIONES SALVO CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR, Y SE DEBE INFORMAR A LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (ART. 47)

13. LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN DEBERÁN EFECTUAR TRANSMISIONES GRATUITAS DIARIAS CON DURACIÓN DE 30 MINUTOS CONTINUOS O DISCONTINUOS, DEDICADOS A DIFUNDIR TEMAS EDUCATIVOS, CULTURALES Y DE ORIENTACIÓN SOCIAL (ART. 59)

14. QUEDAN PROHIBIDAS LAS TRANSMISIONES QUE CAUSEN LA INTERRUPCIÓN DEL LENGUAJE Y LAS CONTRARIAS A LAS BUENAS COSTUMBRES, YA SEA MEDIANTE EXPRESIONES MALICIOSAS, PALABRAS O IMÁGENES PROCACES, FRASES Y ESCENAS DE DOBLE SENTIDO, APOLOGÍA DE LA VIOLENCIA O DEL CRIMEN; SE PROHIBE TAMBIÉN TODO AQUELLO QUE SEA DENIGRANTE U OFENSIVO PARA EL CULTO CÍVICO DE HEROS Y PARA LAS CREENCIAS RELIGIOSAS, O DISCRIMINATORIAS DE LAS RAZAS; QUEDA PROHIBIDO ASIMISMO EL EMPLEO DE RECURSOS DE BAJA COMICIDAD O SONIDOS OFENSIVOS. (ART. 63)

15. QUEDA PROHIBIDO INTERCEPTAR, DIVULGAR O APROVECHAR LOS MENSAJES, NOTICIAS O INFORMACIONES QUE NO ESTÉN DESTINADOS AL DOMINIO PÚBLICO Y QUE SE RECIBAN POR MEDIO DE LOS APARATOS DE RADIOCOMUNICACIÓN. (ART. 66)

16. LA PROPAGANDA COMERCIAL DEBE CUMPLIR CON LO SIGUIENTE: MANTENER EQUILIBRIO ENTRE EL ANUNCIO Y LA PROGRAMACIÓN; NO HACER PUBLICIDAD A CENTROS DE VICIO; NO TRANSMITIR PROPAGANDA A PRODUCTOS INDUSTRIALES, COMERCIALES O DE ACTIVIDADES QUE ENGAÑEN AL PÚBLICO. (ART. 68)

17. CUANDO SE REALICEN ANUNCIOS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON MÁS DE 20 GRADOS, NO DEBEN EMPLEARSE MENORES DE EDAD. TAMPOCO PODRÁN INGERIRSE REAL NI APARENTEMENTE FRENTE AL PÚBLICO. (ART. 69)

18. CUANDO SE HAGA PROPAGANDA A LOTERÍAS, RIFAS Y OTROS SORTEOS, ESTOS DEBEN HABER SIDO AUTORIZADOS POR LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. LA PROPAGANDA A INSTITUCIONES DE CRÉDITO Y ORGANIZACIONES AUXILIARES DE ÉL LAS DEBE CON LA AUTORIZACIÓN DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA. (ART. 70)

18. EN SUS TRANSMISIONES LAS ESTACIONES RADIOFUSORAS DEBEN HACER USO DEL IDIOMA NACIONAL. LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN PUEDE AUTORIZAR EL USO DE OTROS IDIOMAS, SIEMPRE QUE SE HAGA UNA VERSIÓN EN ESPAÑOL A CONTINUACIÓN, ÍNTEGRA O RESUMIDA. (ART. 75)

19. SERÁN RESPONSABLES PERSONALMENTE DE LAS INFRACCIONES QUE SE COMETEN EN LAS TRANSMISIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN, QUIENES EN FORMA DIRECTA O INDIRECTA LAS PREPAREN O TRANSMITAN. (ART. 80)

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA DEL
CAPÍTULO II.

8. GUZMÁN VALDIVIA ISAAC. "LA CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN". EDIT. LIMUSA WILEY MÉXICO, 1966
9. GARCÍA-PELAYO G. FERNANDO Y VIDAL JUAN PABLO. "DICCIONARIO PEQUEÑO LAROUSSE ILLUSTRADO". FRANCIA EDICIÓN 1977.
10. IDEM.
11. PÉREZ Y RINCÓN G. DIONISIO. IMPORTANCIA DE LA ORGANIZACIÓN COMO ELEMENTO DE LA ADMINISTRACIÓN. (TÉSIS). FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN U.N.A.M. MÉXICO, 1964.
12. MÜNCH GALINDO Y GARCÍA MARTÍNEZ. "FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN". EDIT. TRILLAS. MÉXICO, 1985.
13. CHIAVENATO IDALBERT. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. EDIT. MC GRAW-HILL DO BRASIL (CALYPSO S.A.) MÉXICO, 1986.
14. FERNÁNDEZ ARENAS J. ANTONIO. "EL PROCESO ADMINISTRATIVO". EDIT. DIANA. 2ª. EDICIÓN. MÉXICO, 1991.
15. AVALOS RODRÍGUEZ J. ALBERTO Y CALDERÓN GONZÁLEZ JORGE. "GUÍA TÉCNICA PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL RAMO DE ESPECTÁCULOS. (TÉSIS). F.C.A. U.N.A.M. MÉXICO, 1995. P. 15.
16. IBÍDEM. P. 16.
17. IDEM.
18. IBÍDEM. P. 17.
19. IBÍDEM. P. 16.
20. IBÍDEM. P. 17.
21. SELECCIONES DEL READER'S DIGEST (IBERIA) S.A. "GRAN DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILLUSTRADO". T. 6 IMPRESO EN INDUSTRIAS GRÁFICAS S.A. Y KÜMMERLEY & FREY S.A. ESPAÑA 1972.
22. GUZMÁN VALDIVIA ISAAC. "LA CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN". EDITA. L.MAS WILEY. MÉXICO, 1966.

23. REYES PONCE AGUSTÍN. "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS". EDIT. LIMUSA WILEY. MÉXICO, 1966.
24. CÓDIGO DE COMERCIO Y LEYES COMPLEMENTARIAS "LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES". EDIT. PORRÚA 53ª EDICIÓN. MÉXICO, 1989 P.180-184.
25. IBIDEM P.184 Y 185
26. IBIDEM. P. 185-191.
27. IBIDEM. P. 191-195
28. CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO "TRÁMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO". DIRECCIÓN DE COMERCIO INTERIOR. MÉXICO, 1983. P.2.
29. IDEM.
30. IBIDEM. P. 3
31. IDEM.
32. IBIDEM. P. 4.
33. IDEM.
34. IBIDEM. P. 9.
35. IBIDEM P. 13
36. CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO. "TRÁMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO". EDIT. TRILLAS. MÉXICO, 1983. P.22.
37. IBIDEM. P. 28
38. CREMOUX RAUL. "LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN RADIO Y TELEVISIÓN". EDIT. UAM. UNIDAD XOCHIMILCO. MÉXICO, 1987.

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA CASA PRODUCTORA

EL NÚMERO DE PUESTOS EXISTENTES EN UNA CASA PRODUCTORA PUEDE VARIAR DE ACUERDO AL TAMAÑO DE LA MISMA, PUES ES POSIBLE QUE SU MANEJO DEPENDA ÚNICAMENTE DE TRES PERSONAS (COMO MÍNIMO NECESARIAS), QUE SUELEN SER:

- * EL PRODUCTOR, QUE GENERAL MENTE SERÁ EL DUEÑO DE ESTA CASA PRODUCTORA
- * ASISTENTE DE PRODUCCIÓN; QUIEN SE ENCARGA DE FUNCIONES BÁSICAS COMO RECEPCIÓN, HACER LAS VEGES DE SECRETARIA Y TAREAS CONCERNENTES A LA PRODUCCIÓN DE LOS PROYECTOS
- * EL MENSAJERO.

NO ES UNA ORGANIZACIÓN QUE SUELA TENER EMPLEADOS DE PLANTA, YA QUE EL TRABAJO DE UNA CASA PRODUCTORA DEPENDE BÁSICAMENTE DE SU BUENA PROMOCION Y RELACIONES PÚBLICAS ANTE LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD; LO CUAL QUIERE DECIR QUE LOS PROYECTOS ASIGNADOS A LA PRODUCTORA PUEDEN SER EVENTUALES, ESTO MOTIVA A QUE SE TENGAN QUE CONTRATAR SERVICIOS EXTERNOS EVENTUALMENTE Y PAGADOS POR HONORARIOS, MIENTRAS DURE LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO.

EN EL MERCADO ENCONTRAMOS CASAS PRODUCTORAS MUY FUERTES QUE SUELEN TENER UNA ORGANIZACIÓN INTERNA MÁS COMPLETA, YA QUE TAMBIÉN CUENTAN CON PERSONAL DE PLANTA PERO EN ESTE CASO, SE TRATA DE DAR UN PANORAMA MÁS REAL EN CUANTO A LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA EN EL GIRO DE PRODUCCIÓN DE CORTO METRAJES, ES POR ELLO QUE SE INSISTE EN QUE LAS RELACIONES PÚBLICAS SON EL PUNTO DE PARTIDA PARA QUE A UNA PRODUCTORA LE SEAN ASIGNADAS CUENTAS IMPORTANTES COMO LAS DE EMPRESAS COMERCIALES RECONOCIDAS COMO SON COCA-COLA, PEPSI-COLA, BACARDI, BIMBO, AEROLINEAS, INSTITUCIONES BANCARIAS, ETC.

EL PROCEDIMIENTO DEL OTORGAMIENTO DE UN PROYECTO SE LLEVA A CABO DE LA SIGUIENTE MANERA:

- A) PRIMERAMENTE LA CASA PRODUCTORA DEBE SER CONOCIDA POR LA AGENCIA DE PUBLICIDAD
- B) LA EMPRESA INTERESADA EN PROMOVER SUS PRODUCTOS O SERVICIOS, EL ARTISTA QUE DESEA HACER UN VIDEOCLIP O LAS INSTITUCIONES QUE NECESITAN ALGÚN DOCUMENTAL, DEBEN ACUDIR A LA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA QUE REALICE LA CREACIÓN DEL PROYECTO
- C) LA AGENCIA REALIZA LA CREACIÓN DEL PROYECTO Y LO PRESENTA A VARIAS PRODUCTORAS PARA QUE LE COTICEN DE ACUERDO A LA IDEA DEL MISMO

D) LAS PRODUCTORAS ENTREGAN LA COTIZACIÓN DEL PROYECTO A LA AGENCIA.
E) LA AGENCIA ASIGNA A LA CASA PRODUCTORA QUE CONSIDERA MÁS APTA O COMPETENTE EN CUANTO A CALIDAD Y PRECIO OBSERVADO EN LA COTIZACIÓN, PARA QUE ASÍ SE LLEVE A CABO LA PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

A PARTIR DEL MOMENTO EN QUE SE OTORGO A LA PRODUCTORA EL PROYECTO, ÉSTA COMIENZA CON LA BÚSQUEDA DE EQUIPO EXTERNO PARA LLEVAR A CABO ESTE. SE SUELEN CONTRATAR ALGUNOS SERVICIOS, SEGÚN LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS, Y TAMBIÉN TOMANDO EN CUENTA SI SE CUENTA O NO CON EL PERSONAL INDISPENSABLE PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO. EN CASO DE QUE NO SE CUENTE CON EL PERSONAL, SE PUEDE CONTRATAR UN DIRECTOR, UNO O MÁS CAMAROGRAFOS, TALENTOS MUSICALIZADOR EDITOR, MAQUILLISTA VESTUARIO ILUMINACIÓN, DIRECTOR DE ARTE, DE CASTING, SERVICIO DE COMIDA, UTILERÍA, ASISTENTE DE CAMARAS, ENTRE LOS PRINCIPALES

1. PRODUCCIÓN:

PRIMERAMENTE HAY QUE COMPRENDER QUE LA PRODUCCIÓN ES UN PROCESO ARTÍSTICO, FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO QUE CONSTA DE TRES ETAPAS FUNDAMENTALES

i) PRE PRODUCCIÓN O PREPARACIÓN:

ES LA FASE EN LA QUE, CONTANDO CON EL GUIÓN DEL PROYECTO, SE HA DE ESTUDIAR Y DESGLOSAR PARA FIJAR LAS LOCALIZACIONES DE GRABACIÓN, PREPARARLOS MEDIOS TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS, SOLICITAR LOS PERMISOS, ENCARGAR DECORADO, CONTRATAR PERSONAL Y SERVICIOS.

ii) GRABACIÓN -

ES LA PUESTA EN PRÁCTICA DE TODAS LAS IDEAS DE LA ETAPA ANTERIOR.

iii) POST-PRODUCCIÓN -

SE SELECCIONA EL MATERIAL GRABADO, SE EDITA Y REGRABA (O MUSICALIZA), HASTA QUE SE OBTIENE EL MASTER FINAL.

RESPECTO A ESTA ÚLTIMA ETAPA, SE HABLARÁ MÁS ADELANTE.

A) EL PRODUCTOR:

COMO SE COMENTÓ ANTERIORMENTE, EL PRODUCTOR SUELE SER EL DUEÑO DE LA PRODUCTORA, Y SU RESPONSABILIDAD ES ORGANIZAR TODO EL PROCESO DE GRABACIÓN DEL COMERCIAL, DOCUMENTAL, VIDEOCLIP U OTRO.

PARA LLEGAR A SER PRODUCTOR SE REQUIERE PASAR POR VARIAS ETAPAS QUE HAY QUE CUMPLIR SIEMPRE Y CUANDO SE SEPAN APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES, YA QUE GRAN PARTE DEL TRABAJO DEL PRODUCTOR DEPENDERÁ DE SUS RELACIONES CON EL EXTERIOR O SU HABILIDAD PARA LOGRARLAS.

ALGUNAS DE LAS FUNCIONES DEL PRODUCTOR SON: ORGANIZAR, COORDINAR, SUPERVISAR (CONTROLAR). ADEMÁS DEBE ENCARGARSE DE LA ADMINISTRACIÓN Y APLICACIÓN DEL PRESUPUESTO ESTABLECIDO PARA EL PROYECTO. DEBE ESTAR ATENTO A LOS ENSAYOS Y A LA DIRECCIÓN, PERO TAMBIÉN DEBE TENER CONOCIMIENTOS BÁSICOS RESPECTO A ASPECTOS TÉCNICOS, YA QUE SOLO ASÍ PODRÁ CONOCER LAS LIMITACIONES Y ALCANCE DE SU EQUIPO.

DE LO DICHO SE DESPRENDE QUE EL TRABAJO DEL PRODUCTOR BÁSICAMENTE CONSISTE EN:

a) Preparación.

INVESTIGA Y SELECCIONA LAS IDEAS PARA LLEVAR A CABO LA PRODUCCIÓN DE LOS CORTOMETRAJES; REVISLA LOS ELEMENTOS CON QUE CUENTA O LOS QUE REQUIERE, ESTIMA LOS COSTOS DE LLEVAR A CABO ESE PROYECTO Y EVALÚA SI SE TENDRÁ EL ÉXITO ESPERADO. EN ESTE SENTIDO, LA PREPARACIÓN VIENE A SER EQUIVALENTE A LA PLANEACIÓN Y PREVISIÓN QUE SE INCLUYE EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO.

b) Organización.

PONER A FUNCIONAR TODOS LOS ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN. SE DEBE CONTAR CON UNA RUTA CRÍTICA QUE VA SEÑALANDO FECHAS Y HORARIOS PARA COORDINAR TODOS ESTOS ELEMENTOS. DE ESTA ETAPA DEPENDERÁN LOS RESULTADOS Y LA FASE SIGUIENTE.

c) Comunicación.

EL PRODUCTOR HA DE COMUNICAR A SU EQUIPO RESPECTO A SUS DEBIDOS NECESIDADES Y ASPIRACIONES PARA QUE DE ESTA MANERA LE SEA MÁS FÁCIL DIRIGIR LOS ELEMENTOS.

GENERALMENTE EL PRODUCTOR ES UN TRABAJADOR LIBRE O FREELANCE, CONTRATADO PARA LLEVAR A CABO DETERMINADO PROYECTO O PROGRAMA, AUNQUE TAMBIÉN PUDERA SER EMPLEADO DE PLANTA, O BIEN PUEDE ÉL DIRECTAMENTE SEPARAR O COMPRAR TIEMPO PARA LA TRANSMISIÓN DE SUS PROGRAMAS.

RECORDEMOS UNA VEZ MÁS QUE EN EL CASO DE LAS CASAS PRODUCTORAS, EL DUEÑO MISMO PUEDE FUNDIR COMO PRODUCTOR.

UN BUEN PRODUCTOR REQUIERE TENER CONOCIMIENTOS GENERALES DE CONTABILIDAD, DE GESTIÓN BANCARIA, POLÍTICA FINANCIERA, SER PREVISOR, ORGANIZADO, POSEER DOTES DE MANDO, IMPROVISACIÓN Y FACILIDAD PERSUASIVA.

PODEMOS ENCONTRAR DOS MODALIDADES DEL PRODUCTOR COMO LAS SIGUIENTES:

A) EL PRODUCTOR EJECUTIVO.

ES GENERALMENTE EMPLEADO DE LAS GRANDES CADENAS DE TELEVISIÓN. ES LA PERSONA ENCARGADA DE LA ADMINISTRACIÓN DIRECTA DEL PRESUPUESTO CON QUE SE CUENTA PARA EL PROGRAMA.

3) EL PRODUCTOR DIRECTOR

ES UNA MODALIDAD DEL PRODUCTOR, Y GENERALMENTE UTILIZADA EN LAS PEQUEÑAS ESTACIONES DE TELEVISIÓN O CON POCO PERSONAL. ES EL RESPONSABLE DE TODO EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

POR LO GENERAL SE ESPERA QUE UN PRODUCTOR-DIRECTOR SEA CAPAZ DE MANEJAR TRES O CUATRO PROYECTOS SIMULTÁNEAMENTE.

B) ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN

HEMOS DE HACER HINGAPÉ EN QUE EL PRODUCTOR LOS TENEMOS QUE CONSIDERAR COMO EL PRIMER ELEMENTO DE LA PRODUCCIÓN

1) GERENTE DE PRODUCCIÓN

ES EL ENCARGADO DE COORDINAR Y CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DEL DIRECTOR DEL PRODUCTOR PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO (RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES)

2) GUIONISTA

ES LA PERSONA ENCARGADA DE ELABORAR EL ARGUMENTO RESPECTO A LA IDEA ORIGINAL, QUE HABRÁ DE CONVERTIRSE EN TEMA ESPECÍFICO DE LA PRODUCCIÓN

"LA SINOPSIS DESARROLLADA EN FORMA DE NOVELA CORTA, PRECISANDO ALGUNOS DIÁLOGOS Y DETALLANDO SITUACIONES SE DENOMINA TRATAMIENTO, YA QUE INDICA CLARAMENTE EL TRATAMIENTO ESTILÍSTICO Y NARRATIVO DEL ARGUMENTO, CON EL TRATAMIENTO YA RESULTA POSIBLE EFECTUAR UNA VALORACIÓN DRAMÁTICA DEL ARGUMENTO Y FORMARSE UNA IDEA SOBRE COMO SERÁ LA SERIE, PROGRAMA, DOCUMENTAL, O COMERCIAL. EL TRATAMIENTO DESARROLLADO CON CONTINUIDAD Y EN EL QUE SE PRECISAN TODOS LOS DIÁLOGOS, FORMA EL LLAMADO GUIÓN LITERARIO, PIEZA ACABADA QUE EL DIRECTOR CONVERTIRÁ EN GUIÓN TÉCNICO AL INDICAR LAS SECUENCIAS, PLANOS, ENCUADRES Y MOVIMIENTOS DE CÁMARA, Y LOS DIÁLOGOS, MÚSICA Y EFECTOS EN OTRA, DETALLANDO EL "TIEMPO DE CADA UNO DE ELLOS". (39)

PODEMOS DECIR ENTONCES QUE EL GUIONISTA DEBE CONSIDERAR LAS SIGUIENTES ETAPAS:

1. IDEA NÚCLEO INICIAL
2. ARGUMENTO
3. SINOPSIS
4. GUIÓN LITERARIO
5. GUIÓN TÉCNICO

3) DIRECTOR DE CÁMARAS

ES EL QUE DIRIGE LAS CÁMARAS CON QUE CUENTA EN EL MOMENTO DE LA GRABACIÓN O TRANSMISIÓN DEL PROGRAMA. EN MUCHOS CASOS SE CUENTA CON "SWITCHER" O CONMUTADOR DE IMÁGENES, QUE ES DESDE DONDE SE ESCOGEN LAS TOMAS

PARA QUE PUEDA LLEVAR A CABO SU TRABAJO ES IMPORTANTE QUE HAYA ESTUDIADO Y ANALIZADO EL GUIÓN.

4) ASISTENTE DE CÁMARA.

ASISTE AL DIRECTOR DE CÁMARAS TOMANDO LOS TIEMPOS DE GRABACIÓN DE CADA TOMA.

5) DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA (FOTÓGRAFO).

ES EL QUE SE ENCARGA DE BUSCAR LOS MEJORES ÁNGULOS PARA LOGRAR UNA BUENA COMPOSICIÓN DE IMÁGENES.

6) DIRECTOR DE CASTING.

ES EL QUE SELECCIONA A LOS ARTISTAS O MODELOS QUE SE REQUIEREN PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO.

7) TALENTOS.

SON REFERIMOS AL PERSONAL CONTRATADO PARA QUE REPRESENTA EL COMERCIAL, EL VIDEOCLIP O FUNJA COMO LOCUTOR DE UN PROGRAMA O DOCUMENTAL. GENERALMENTE SE CONTRATARÁ ARTISTAS, MODELOS Y EXTRAS (PERSONAS TOMADAS POR LA CÁMARA MOMENTÁNEAMENTE EN FORMA INDIVIDUAL O EN MULTITUD, SIN QUE REPRESENTA EL PAPEL ESTELAR DEL PROGRAMA O PROYECTO DE QUE SE TRATE).

8) DIRECTOR DE ARTE.

ES EL QUE DISEÑA Y SELECCIONA LOS RECURSOS MATERIALES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO.

9) VESTUARIO (40).

EL VESTUARIO CONSTITUYE OTRO DE LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN VISUAL DEL MENSAJE TELEVISIVO Y UN IMPORTANTE ELEMENTO SIGNIFICANTE EN LÍNEA CON EL CONTENIDO DEL PROGRAMA. POR OTRA PARTE, EL TIPO DE VESTUARIO SIRVE PARA AYUDAR A DEFINIR LOS PERSONAJES, SUS COORDENADAS SOCIALES, TEMPORALES Y HASTA CULTURALES. Y EN ESTE SENTIDO HA DE ESTAR EN CONSONANCIA CON EL DECORADO DE LA ACCIÓN.

POR OTRA PARTE, EL VESTUARIO CONTRIBUYE A REALIZAR LA APARIENCIA PERCA DEL ACTOR, A MODIFICARLA O A POTENCIAR LOS RASGOS ESPECÍFICOS DE SU PERSONALIDAD, Y FINALMENTE CONSTITUYE, INDEPENDIEMENTE DE ESTAS FUNCIONES, UN PODEROSO ELEMENTO DECORATIVO QUE SE AÑADE A LOS DE ESCENOGRAFÍA, LUMINACIÓN, ETC.

EL DISEÑADOR ES EL ENCARGADO DE DISEÑAR EL VESTUARIO CUANDO TRABAJA NO DE LÍNEA A COPIAR SERVILMENTE LOS MODELOS DE LA ÉPOCA QUE SE REFLEJA EN LA ACCIÓN CUANDO SE

TRATE DE OBRAS AMBIENTALES EN EL PASADO. SINO QUE PARTIENDO DE LAS INFORMACIONES QUE HAN LLEGADO HASTA NUESTROS DÍAS, LOS REGREA, LOS ESTILIZA DE ACUERDO CON EL CONCEPTO CREATIVO PERSONAL. SUS FUENTES DE INFORMACIÓN SON, SOBRETODO, LAS OBRAS DE ARTE DE TODOS LOS TIEMPOS QUE HAN LLEGADO HASTA NUESTROS DÍAS Y QUE SE CONSERVAN EN MUSEOS Y PINACOTECAS.

EL USO DEL COLOR EN EL VESTIDO, PERMITE TAMBIÉN INFINITAS POSIBILIDADES EXPRESIVAS A LOS FIGURINISTAS (DISEÑADORES) DESDE EL EMPLEO DE LOS COLORES O TONOS QUE ARMONICEN CON EL DECORADO, HASTA SU EXTREMO OPUESTO, ES DECIR, LA APLICACIÓN DE COLORES DISCORDANTES CON SU ENTORNO ESCENICO.

EN ALGUNAS OCASIONES, LA PRODUCCIÓN PIDE A LOS ARTISTAS O ENTAS LA MANERA COMO HAN DE VESTIR PARA LA GRABACIÓN Y UNO O MÁS CAMBIOS DE ROPA SI ESTAS SON NECESARIAS, PERO TAMBIEN PUEDE ALQUILAR ALGUNAS PRENDAS DE VESTIR QUE REQUIERA IMPORTANTES EN CASO DE UNA EMERGENCIA O PARA UN PERSONAJE MUY ESPECIFICO.

10) MAQUILLAJE (41)

EL MAQUILLAJE DE QUIENES ACTÚAN FRENTE A LAS CÁMARAS TIENE VARIAS FUNCIONES. EN EL CASO DE LOS ACTORES CONTRIBUYE A LA CARACTERIZACIÓN EXTERNA DE LOS PERSONAJES, ADECUANDO SU FÍSICO A LAS EXIGENCIAS DEL PAPEL INTERPRETADO. EL MAQUILLAJE, CUANDO LLEGA A TRANSFORMAR TAN DRAMÁTICAMENTE LOS RASGOS DEL ACTOR, MODIFICANDO COMPLETAMENTE SU FÍSICO SE DENOMINA CARACTERIZACIÓN.

AL IGUAL QUE EN EL VESTUARIO, COMÚNMENTE SE CONTRATA PERSONAL EXPERTO EN LA MATERIA, QUE SE ENCARGA DE LOS PERSONAJES QUE SALDRÁN EN LA GRABACIÓN. ESTO SE HACE POR PROYECTO QUE SE TENGA, PERO PUEDE DARSE EL CASO DE QUE UNA MISMA PERSONA CUMPLA CON LOS REQUISITOS DE LA PRODUCCIÓN Y SOLAMENTE PARA CADA UNA DE SUS PROYECTOS SEA LLAMADA, SIN QUE SE TENGA QUE ESTAR NUEVAMENTE EN BÚSCA DE MAQUILLISTAS.

11) ESCENOGRAFÍA Y UTILERÍA

HABLANDO DEL OTRO PUNTO IMPORTANTE QUE INTERVIENE COMO ELEMENTO DE LA PRODUCCIÓN ES LA ESCENOGRAFÍA, QUE "ES EL CREAR SIEMPRE LOS AMBIENTES DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DRAMÁTICOS Y EXPRESIVOS DEL GUION Y DE SU LÍNEA ARGUMENTAL, O CON EL CARÁCTER Y SIGNIFICADO DE LA INTERVENCIÓN QUE SE LLEVA A CABO DELANTE DE LAS CÁMARAS" (42). CONSIDERANDO "EL PERÍMETRO O ESPACIO FÍSICO DENTRO DEL CUAL SE DESARROLLA LA ACCIÓN PRINCIPAL, JUNTO CON LOS DEMÁS ELEMENTOS DE CONSTRUCCIÓN QUE SEAN NECESARIOS PARA DAR LA IMPRESIÓN DESEADA" (43).

EN ESTE PUNTO SERIA EL ESCENÓGRAFO QUIEN DISEÑA ESTOS AMBIENTES, PERO EN EL CASO DE COMERCIALES O VIDEOCLIPS, EL FONDO AMBIENTAL YA SE ENCUENTRA PREESTABLECIDO EN EL STORY BOARD QUE REALIZÓ LA AGENCIA DE PUBLICIDAD, Y ES MUY POSIBLE QUE SOLAMENTE SEA NECESARIO CONSEGUIR TODA LA UTILERÍA PARA AMBIENTAR LA PRODUCCIÓN. "LA UTILERÍA ESTÁ FORMADA POR TODOS AQUELLOS ELEMENTOS QUE SIRVEN PARA LA DECORACIÓN DE LA

ESCENOGRAFÍA. DENTRO DE LA UTILERÍA TAMBIÉN SE PUEDEN CONSIDERAR A LA JOYERÍA QUE EN UN MOMENTO SE PUEDEN NECESITAR, LOS ACCESORIOS EN GENERAL PARA COMPLEMENTAR EL VESTUARIO, EL MAQUILLAJE, Y LOS PEINADOS, LA COMIDA (SI SE REQUIERE) Y TODO LO QUE REFUERCE O RATIFIQUE LA AMBIENTACIÓN REFERIDA (34) SIN EMBARGO EXISTEN ALGUNAS PRODUCTORAS QUE CUENTAN CON SU PROPIO DISEÑADOR DE ESCENOGRAFÍA.

12) SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

ES EL SERVICIO QUE NUNCA HA DE PASAR DESAPERCIBIDO PARA SU CONTRATACIÓN, YA QUE COMO LAS JORNADAS DE GRABACIÓN SUELEN SER MUY PESADAS, ES NECESARIO CORTAR A COMER Y PROSEGUIR MÁS ADELANTE CON ÉSTA, ADEMÁS AYUDA EN EL AHORRO DE PERDIDA DE TIEMPO

C) ÁREA TÉCNICA

1) CAMARÓGRAFOS

SON LAS PERSONAS ENCARGADAS DEL MANEJO O MANIPULACIÓN FÍSICA Y OPERATIVA DE LAS CÁMARAS DE GRABACIÓN, TOMANDO EN CUENTA EL ENCUADRE DE LAS TOMAS QUE EL DIRECTOR DE CÁMARAS SOLICITE

ES IMPORTANTE SU CONOCIMIENTO EN RELACIÓN A LA GRAMÁTICA Y COMPOSICIÓN PLÁSTICA DE LAS IMÁGENES

EL DIRECTOR DE CÁMARAS Y EL CAMARÓGRAFO ESTÁN EN COMUNICACIÓN TOTAL CON AURICULARES, YA QUE DE ESTA MANERA SE SABEN CON PRECISIÓN LAS INDICACIONES TANTO PARA EL COMO PARA LOS DEMÁS Y DE ESTA MANERA SE PUEDEN PREPARAR MEJOR LAS TOMAS

2) STAFFS

PERSONAL ENCARGADO DE FACILITAR AL DIRECTOR DE CÁMARAS TODOS LOS ELEMENTOS TÉCNICOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO, TALES COMO: MANEJO DE GRÍAS, DOLIES, SONIDO, RIELES, LUMINACIÓN, ETC.

3) LUMINACIÓN

ENCARGADO DE CONTROLAR LA PLANTA DE ENERGÍA ELÉCTRICA.

D) LA PRODUCCIÓN DE CORTO METRAJES

A) LA GRABACIÓN EN ESTUDIO

HAY DOS MANERAS DE GRABAR EN ESTUDIO. LA PRIMERA ES SENCILLA, PUES EL PROGRAMA SE GRABA EN VIVO Y SU BUEN DESEMPEÑO DEPENDERÁ DE LA ELABORACIÓN DEL GUION. ESTA FORMA ES PARA GRABAR PROGRAMAS O SERIES DE TELEVISIÓN. LA SEGUNDA ES MÁS COMPLEJA, PERO GARANTIZA MEJOR TRABAJO, ES UNA GRABACIÓN DE SECUENCIAS, O SEA, SEGMENTOS DEL PROGRAMA, O ESCENAS DEL MISMO. ASÍ COMO EL MATERIAL DE APOYO PARA DESPUÉS EDITARLOS. SE PUEDE GRABAR EN LA SECUENCIA QUE SE QUISIERE Y DESPUÉS SE EDITA CONFORME AL GUION O STORY-BOARD, QUE GENERALMENTE SERÁ ELABORADO POR LA AGENCIA DE PUBLICIDAD.

EL PRINCIPAL OBSTÁCULO ES EL TIEMPO, PUES EL TIEMPO EN TELEVISIÓN CUESTA MUCHO DINERO. POR EJEMPLO, EN LAS CASAS PRODUCTORAS EL TIEMPO SE ENCUENTRA LIMITADO, SI ES QUE SE ESTÁ COMPROMETIDO CON OTRAS GRABACIONES, O SI SE COMPRO EL TIEMPO EN ALGÚN ESTUDIO.

ES IMPORTANTE RECORDAR QUE LO PRIMERO QUE SIEMPRE HEMOS DE TOMAR EN CUENTA ES EL TIEMPO, POR LO QUE SE RECOMIENDA CONTROLARLO A TRAVÉS DE UNA HOJA DE TRABAJO CON SUS RESPECTIVAS HOLGURAS DE TIEMPO. EN CADA CASO DE QUE EXISTAN MODIFICACIONES.

DEPENDIENDO DEL LUGAR EN QUE LA PRODUCTORA CONTRATE TIEMPO, SUELEN MANEJARSE O NO, HOJAS DE SOLICITUD DE TIEMPO DE GRABACIÓN.

B) LA GRABACIÓN EN EXTERIORES (LOCALIZACIÓN)

CUANDO SE TRATA DE GRABACIÓN EN LOCALIZACIÓN, ÉSTA SE PUEDE LLEVAR A CABO CON UNA SOLA CÁMARA Y UNA VIDEOGRABADORA PORTÁTIL (DE 3/4 O UNA PULGADA), Y DEJAR EL TRABAJO POSTERIOR A LA EDICIÓN DE MATERIAL.

ESTAS GRABACIONES SE REALIZAN A CAMPO ABIERTO, SE VUELVE CRÍTICO EL HECHO DE TENER TODOS LOS ELEMENTOS EN SU LUGAR, PUES LA LUZ DEL SOL NUNCA VOLVERÁ A ESTAR EN LA MISMA POSICIÓN. PARA QUE LA GRABACIÓN EN EL EXTERIOR SEA EXITOSA, ES TRASCENDENTAL HACER HINGAPIÉ EN LO SIGUIENTE: (1) QUE LA GRABACIÓN DE LA SECUENCIA QUE SEA DE MAÑANA, NO PUEDE SER CONTINUADA EN LA TARDE, (2) UNA VEZ INICIADA LA GRABACIÓN DE UNA SECUENCIA DEBE SER TERMINADA A COMO DÉ LUGAR, Y DENTRO DE UN LAPSO NO MUY GRANDE.

A LA VEZ, EN LA GRABACIÓN EN EXTERIORES, PODEMOS ENCONTRAR LAS GRABACIONES EN INTERIORES NATURALES TALES COMO VIVIENDAS, EDIFICIOS, SALONES, BARES, RESTAURANTES, ETC.

OTRA MANERA DE GRABAR EN EXTERIORES ES CON UNIDADES MÓVILES (U.M.) QUE ES UN PEQUEÑO ESTUDIO DE GRABACIÓN TRASLADABLE DE UN LUGAR A OTRO, Y CONTIENE EL CONTROL DE REALIZACIÓN, DE CÁMARA Y SONIDO.

PODEMOS CONCLUIR DICENDO QUE LA GRABACIÓN EN EXTERIORES REQUIERE DE LA BÚSQUEDA DE LOCALIZACIONES, PERMISOS, DESPLAZAMIENTOS, TRANSPORTES, CONTRATACIÓN DE ALIMENTO PARA EL PERSONAL, ETC. CUANDO ÉSTA SE REALIZA EN UNIDADES MÓVILES, EL PROBLEMA A RESOLVER ES LA UBICACIÓN DE LAS MISMAS.

E) POST-PRODUCCIÓN

LA POST-PRODUCCIÓN ES LA ÚLTIMA ETAPA DE LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA O FILME, Y CONSISTE EN PONER EN PRÁCTICA TODOS LOS PROCESOS OPERATIVOS QUE LLEVAN A LA CONCLUSIÓN DEFINITIVA DE LA OBRA.

LA POST-PRODUCCIÓN COMIENZA EN LA SALA DE EDICIÓN, CONTINÚA EN MUSICALIZACIÓN (DESTINADO AL TRATAMIENTO DEL SONIDO) Y TERMINA CON EL COPIADO FINAL DEL PROGRAMA.

A) EDICIÓN

LA EDICIÓN NARRA Y EXPLICA UNA HISTORIA, TIENE LA CUALIDAD DE MONTAR UN MUNDO IDEAL, UNIENDO LAS MEJORES TOMAS, DESCOMPONIENDO LO GRABADO EN FRAGMENTOS Y ARMARLO NUEVAMENTE TODO.

POR LO ANTERIOR, SE DICE QUE LA EDICIÓN ES CONTINUIDAD NARRATIVA, SE EDITA TANTO EL SONIDO COMO LAS IMÁGENES, Y PUEDE HACERSE CONJUNTAMENTE O POR SEPARADO.

“EL CONCEPTO DE EDICIÓN, SIGNIFICA LA OPERACIÓN DE ENLACE O ENGAZAR UN PLANO TRAS OTRO, CON EL FIN DE CONSTRUIR EL HILLO NARRATIVO O ARGUMENTAL DEL PROGRAMA, CONSISTE EN CORTAR UNA TOMA A LA MEDIDA EXACTA (PLANO), UNIRLA A OTRA, SUALMENTE AJUSTADA, Y ASÍ UN PLANO TRAS OTRO. LA UNIÓN Y EL CORTE SE HACEN EXCLUSIVAMENTE POR MEDIOS ELECTRÓNICOS EN LOS BANCOS DE EDICIÓN” (45)

B) MUSICALIZACIÓN O REGRABACIÓN

“CUANDO LOS PRODUCTOS TELEVISIVOS REQUIEREN SONIDO, SURGE LA NECESIDAD DE UNA POST-PRODUCCIÓN SONORA MUY ELABORADA, MUY COMPLEJA, PUES HASTA LLEGAR A CONTEMPLAR LA INTERVENCIÓN DE ORQUESTA EN VIVO, CUADROS DE VOCELES DE ACTORES, EFECTOS SONOROS ESPECIALES, ETC., SURGE ASÍ LA NECESIDAD DE CREAR UNA INFRAESTRUCTURA TÉCNICA DE POST-PRODUCCIÓN SONORA, CUYA UNIDAD OPERACIONAL ES EL ESTUDIO DE GRABACIÓN CON SUS SERVICIOS ANEXOS, POR EL DEBEN PASAR TODOS LOS PROGRAMAS QUE REQUIERAN UN TRATAMIENTO MUY CUIDADO DE SONIDO, EXCEPTUANDO ALGUNOS MUY SENCILLOS QUE SÓLO EXIGEN UNA LIGERA MANIPULACIÓN DE SUS BANDAS SONORAS”.

“DE ENTRE LOS MUCHOS CAMINOS QUE EXISTEN EN LA POST-PRODUCCIÓN, OFRECEMOS UNO DE LOS MAS COMUNES, EL DEL OFF-LINE O EDICIÓN EN PAPEL. EL SISTEMA OFF-LINE CONSISTE EN QUE UNA VEZ QUE SE HAN GRABADO LAS SECUENCIAS NECESARIAS PARA EL ARMADO DE UN PROGRAMA SE OBTIENGA DE ELLAS UNA COPIA DE TRABAJO, GENERALMENTE EN MEDIA PULGADA O 3/4, QUE CONTENGA LA IDENTIFICACIÓN (TIEMPO CODE) GRABADA DE CADA SECUENCIA EN MINUTOS, SEGUNDOS Y NÚMEROS DE CUADROS, CON ESTA COPIA DE TRABAJO EL PRODUCTOR O EL DIRECTOR REALIZAN UNA HOJA DE DIRECCIONES (IDENTIFICACIÓN INICIAL Y TERMINAL DE CADA SECUENCIA) O HOJA DE EDICIÓN; EN ELLA EL DIRECTOR ANOTA EL NÚMERO SECUENCIAL DE LAS DIFERENTES SICCIONES DE PROGRAMA, SU DURACIÓN, SU DESCRPCIÓN PRINCIPAL Y LA TRANSICIÓN DE UNA A OTRA, AL MISMO TIEMPO

REGISTRA LA ACUMULACIÓN DE TIEMPO PARA SABER SI SU PROGRAMA ESTÁ DENTRO DE LOS LÍMITES DE TRANSMISIÓN. ADEMÁS, VA ANOTANDO LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MÚSICA Y REGRABACIÓN, AUNQUE EN OcasIONES ESTO SE LLEVE A CABO UNA VEZ EDITADO EL PROGRAMA. ESTE SISTEMA FACILITA AL DIRECTOR LA EDICIÓN FINAL DE SU PROGRAMA, YA QUE EL DECIDE SOBRE SU HOJA DE EDICIÓN, COMO QUIERE LA SECUENCIA Y DE QUE CUADRO A QUE CUADRO LE DESEA. CON ESTO AL QUEDAR COMPLETAMENTE SATISFECHO DE SU EDICIÓN, ENTREGA LA HOJA AL EDITOR, EL CUAL SOLO DEBE SEGUIR LO INDICADO SIN POSIBILIDAD DE ERROR, SOBRETOMOS EN TIEMPO REAL, YA QUE EL EDITOR TIENE LOS MASTERS (CINTAS ORIGINALES EN QUE SE GRABARON PRIMERO LAS SECUENCIAS) EL MISMO TIPO DE ANOTACIONES (TIME-CODE) QUE EL PRODUCTOR EN SU HOJA DE TRABAJO. (44)

2. ADMINISTRACION.

EL MANEJO ADMINISTRATIVO DE UNA CASA PRODUCTORA DEPENDE DEL PROYECTO, PERO ESENCIALMENTE LO QUE SE BUSCA ES LA VENTA DE ESTE PROYECTO, SE COTIZA Y SE ESPERA PARA CONOCER LA RESPUESTA DEL CLIENTE O DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD.

UNA VEZ ASIGNADO EL PROYECTO SE INICIAN JUNTAS DE PRE-PRODUCCIÓN ENTRE EL CLIENTE O AGENCIA DE PUBLICIDAD Y LA CASA PRODUCTORA, SE REVISAN Y SE ACUERDAN LOS PUNTOS REQUERIDOS PARA DAR INICIO AL PROYECTO DE PRODUCCIÓN. SE SOLICITA ANTI-COPIA PARA CUBRIR LOS GASTOS INICIALES DE PRODUCCIÓN. SE ASEGURA CON UNA COMPAÑÍA DE SEGUROS LA FILMACIÓN, SE INICIA EL RODAJE EN SET O LOCACIÓN, SE TERMINA LA FILMACIÓN O GRABACIÓN Y SE ENVÍA EL MATERIAL, OSTENDIENDO AL LABORATORIO PARA SU REVELADO Y REVISIÓN, SE INICIA EL PROCESO DE POST-PRODUCCIÓN, SE HACE COPIA DEL TRABAJO, SE EDITA, SE INSERTAN VOCES O EFECTOS ESPECIALES, SE TERMINA Y SE PRESENTA PARA APROBACIÓN DEL CLIENTE O LA AGENCIA. SE ENTREGA EL TRABAJO TERMINADO CONTRA EL COBRO DEL MISMO ADMINISTRATIVAMENTE SE INICIA CON EL PAGO PARA TODAS LAS PERSONAS Y PROVEEDORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

NO SE CONTRATA PERSONAL DIRECTAMENTE A LA NÓMINA DE LA EMPRESA, NI SE REGISTRA EN EL IMSS POR TRATARSE DE PERSONAL EVENTUAL Y FREE LANCE. SE CONTRATARÁ POR OBRAS DETERMINADA Y POR HONORARIOS.

ALGUNOS DE LOS PUESTOS QUE PODREMOS ENCONTRAR COMUNMENTE EN LAS CASAS PRODUCTORAS SON LOS SIGUIENTES:

A) DIRECTOR O GERENTE GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

ES LA MÁXIMA AUTORIDAD QUE DA LUZ VERDE A LOS PROYECTOS QUE SE TENGAN PROPUESTOS, YA QUE DEBE TENER CONOCIMIENTO DEL CAPITAL CON QUE SE CUENTA PARA REALIZAR DICHO PROYECTO Y SI SE PUEDE O NO ABSORBER, ASÍ COMO LO RENTABLE QUE SERÁ CONTRA LO INVERTIDO.

POR OTRA PARTE, TAMBIÉN ES ENCARGADO DE OBSERVAR Y CORREGIR LOS ERRORES DEL MANEJO ADMINISTRATIVO COTIDIANO DE LA EMPRESA.

DEBE PREVER LAS CONTINGENCIAS QUE PUEDAN SURGIR DURANTE LA PROPUESTA DE UN PROYECTO Y SI SERÁ POSIBLE SALIR ADELANTE CON EL MISMO Y DE QUÉ MANERA.

HA DE PLANEAR EL MANEJO APROPIADO DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCTORA, PERO TAMBIÉN DEBE HACER UN PLAN DE ACCIÓN ANTE LAS IRREGULARIDADES Y CONTINGENCIAS, ORGANIZANDO LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA DE LA MEJOR MANERA POSIBLE.

DEBE COORDINAR A SUS ELEMENTOS DE TRABAJO, DELIMITANDO FUNCIONES PARA EVITAR LA DUPLICIDAD DE LAS MISMAS, DIRIGIÉNDOLOS Y LLEVANDO UNA SUPERVISIÓN O CONTROL DE LAS ACCIONES QUE HA TOMADO Y LA EFECTIVIDAD DE ESTAS RESPECTO A SU ADMINISTRACIÓN.

PARA ESPECIFICAR MÁS LAS FUNCIONES QUE TIENEN A SU CARGO, SE PUEDE DECIR QUE SE ENCARGA DE TODA LA ADMINISTRACIÓN, EN CUANTO A QUE EN ÉL SE CONCENTRAN TODAS LAS ÁREAS CON QUE CUENTA UNA EMPRESA CUALQUIERA, LLEVA ACABO EL CONTROL DE LOS MOVIMIENTOS BANCARIOS, CUENTAS POR COBRAR Y PAGAR, PAGO A PROVEEDORES, PAGO POR HONORARIOS, CONTROL DEL PRESUPUESTO DADO AL CLIENTE, PERO SIEMPRE CONSERVANDO LOS NIVELES DE UTILIDAD ESTIMADOS EN CADA PROYECTO. SE ENCARGA TAMBIÉN DE REALIZAR LOS CONTRATOS LABORALES Y TRATAR LOS ASUNTOS NECESARIOS CON LOS ABOGADOS; REALIZA LA ELABORACIÓN DE LA NÓMINA Y REvisa GASTOS EFECTUADOS POR LA PRODUCCIÓN DURANTE CADA PROYECTO Y COMPROBACIÓN SOBRE DOCUMENTACIÓN. TAMBIÉN NEGOCIA OCASIONALMENTE CON LOS PROVEEDORES SOBRE EL ALQUILER DEL EQUIPO A UTILIZAR, RECLUTA, SELECCIONA E INDUCE AL PERSONAL QUE SE NECESITA PARA LA ORGANIZACIÓN.

B) CONTADOR GENERAL.

ES LA PERSONA ENCARGADA DE LLEVAR A CABO TODOS LOS REGISTROS CONTABLES DE LA EMPRESA, ES DECIR, CONTROLA TODOS LOS MOVIMIENTOS TANTO DE EGRESOS COMO DE INGRESOS QUE TIENE LA CASA PRODUCTORA.

TAMBIÉN REALIZA LOS IMPUESTOS Y OBLIGACIONES QUE ESTA EMPRESA TENGA QUE CUMPLIR.

C) TESORERO.

ES LA PERSONA QUE SE OCUPA DE LA ACTIVIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA COMPRENDIENDO LA PLANEACIÓN FINANCIERA, PERCEPCIÓN DE FONDOS, ADMINISTRACIÓN DEL EFECTIVO, DECISIONES DE GASTOS DE CAPITAL, MANEJO DE CRÉDITOS.

TAMBIÉN SE ENCARGA DE LA CUSTODIA FÍSICA DEL EFECTIVO, ADMINISTRACIÓN DE SEGUROS ADMINISTRACIÓN Y VIGILANCIA DE LA DEUDA. EN UNA PALABRA, SE ENCARGA DE LA ESTRUCTURA Y RENDIMIENTO DEL CAPITAL.

D) AUXILIAR CONTABLE.

REALIZA FUNCIONES DE MENOR IMPORTANCIA Y RESPONSABILIDAD QUE LAS LLEVADAS POR CONTADOR GENERAL. ESTA PERSONA SOLO AUXILIA EN TAREAS MENORES DEL CONTADOR.

E) SECRETARIA

HACE LAS VECES DE RECEPCIONISTA Y MECANOGRFA. LLEVANDO A CABO ÚNICAMENTE TODAS LAS TAREAS Y ACTIVIDADES SECRETARIALES Y APOYAR EN LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS AL GERENTE ADMINISTRATIVO.

RECIBE LAS LLAMADAS TELEFÓNICAS, RECIBE Y CANALIZA FAXES; CONTROLA EL ARCHIVO; RECIBE Y ATENDE A LOS CUENTES, LLEVA EL CONTROL DE LA AGENDA DE TRABAJO DEL GERENTE ADMINISTRATIVO; PROPORCIONA AL MENSAJERO LOS NOMBRES, DIRECCIONES Y OTROS DATOS DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS CON LA EMPRESA EN CUESTIONES DE TRABAJO. MANTIENE ABASTECIDA LA CAFETERIA Y LA PAPELERIA DE LA OFICINA.

F) MENSAJERO

SUS FUNCIONES SE LIMITAN A LLEVAR DE LA OFICINA A OTRO LUGAR Y VICEVERSA, LOS DOCUMENTOS QUE SE LE ENCARGAN; ES DECIR, RECOLECTA Y DISTRIBUYE LA DOCUMENTACIÓN Y MENSAJERÍA DE LA EMPRESA. TAMBIÉN REALIZA TAREAS QUE SE DESARROLLAN PRINCIPALMENTE EN EL EXTERIOR DE LA OFICINA, COMO IR AL BANCO, SALIR A COMPRAR INSUMOS QUE SE REQUIERAN EN LA OFICINA ETC.

3. PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS PRODUCCIONES REALIZADAS.

A) LA PUBLICIDAD (47)

LOS SENTIDOS MÁS RECEPTIVOS CON LOS QUE CUENTA EL HOMBRE SON: LA VISTA Y EL OÍDO; POR TAL RAZÓN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA ES LA QUE CUENTA CON MAYOR PENETRACIÓN, YA QUE SU APOYO SE LOGRA ADECUADAMENTE COMBINANDO LA INFORMACIÓN AUDITIVA Y VISUAL. POR ESTAS VENTAJAS Y POR LA GRAN CANTIDAD DE AUDITORIO QUE CUBRE, EL COSTO DE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ES SUMAMENTE ALTO. A ESTO DEBEN AÑADIRSE LOS ALTOS COSTOS DE MANTENIMIENTO DEL MEDIO Y EL HECHO DE SER LA PUBLICIDAD LA FUENTE DE INGRESOS.

LA GRAN MAYORÍA DE LA POBLACIÓN URBANA EN MÉXICO TIENE TELEVISIÓN. POR LO TANTO SON POTENCIALES DE COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS Y SUSCEPTIBLES DE SER MOTIVADOS O ESTIMULADOS PARA SU ADQUISICIÓN.

LA EFECTIVIDAD DEL MENSAJE PUBLICITARIO NO SOLO DEPENDE DE UNA BUENA PRODUCCIÓN, SINO QUE ESTÁ CONDICIONADA TAMBIÉN POR SU COLOCACIÓN DE HORARIOS ADECUADOS, PARA QUE LOS CONSUMIDORES POTENCIALES DE UN ARTÍCULO EN PARTICULAR RECIBAN EL MENSAJE

LOS PUBLICISTAS DEBEN UTILIZAR CON INTELIGENCIA ESTE MEDIO, CREANDO MENSAJES EFICACES CON DEMOSTRACIONES CREÍBLES Y SU FUERZA ESTÁ EN MENSAJES RECORDADOS

B) COMERCIALIZACIÓN DE LOS CORTOS METRAJES.

ESTE ASPECTO DEPENDE DEL TIPO DE PROGRAMA DE QUE SE TRATE YA QUE SI EN OCASIONES LA PRODUCCIÓN SE LLEVA A CABO POR INICIATIVA PROPIA Y NO POR LA PROPUESTA DE UN PROYECTO, ENTONCES SERÁ MÁS DIFÍCIL VENDER EL PROGRAMA COMO LA PRODUCCIÓN PROPIA ES MÁS CARA, DEBE TENERSE EN CUENTA ANTES DE ACOMETERLA SU POSIBLE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE MERCADOS INTERNACIONALES DE DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS.

A CONTINUACIÓN SE DÁN UNOS EJEMPLOS DE COMO COMERCIALIZAR ALGUNAS DE LAS PRODUCCIONES REALIZADAS

a) COMERCIALES

EL COMERCIAL ES UN TIEMPO ÚTIL PARA HACER COSAS AJENAS A VER TELEVISIÓN. EL USO, EN FUNCIÓN DEL ESPECTÁCULO, EL COMERCIAL NO ES UNA CONTINUIDAD SINO UN INTERVALO

LA FUNCIÓN DEL INTERMEDIO, PAUSA O COMO QUIERA LLAMARSELE AL INTERVALO EN LOS ESPECTÁCULOS, ES DARLE AL ESPECTADOR UNA CLASE DE SATISFACCIÓN DE ESPECIE DISTINTA A LA QUE HA VENIDO RECIBIENDO. ES DECIR, QUE REFRIRIÉNDONOS ESPECÍFICAMENTE A LA TELEVISIÓN, SI NO EXISTIERAN LOS COMERCIALES ALGUIEN HABRÍA TENIDO QUE INVENTAR UN PRETEXTO PARA INTERCALAR INTERVALOS EN LOS ESPECTÁCULOS O ENTRE UN PROGRAMA Y OTRO SIN PONER EN NEGRO LA PANTALLA, ES CIERTO QUE ESTO HABRÍA PODIDO HACERSE CON INGENIO, PERO LOS DUEÑOS DE LAS EMISORAS HAN HALLADO QUE EL INTERVALO RELLENO DE COMERCIALES ES FINANCIERAMENTE MÁS JUGOSO QUE NINGUN OTRO INVENTO Y LOS ANUNCIANTES HAN HALLADO QUE SUS COMERCIALES EN TALES INTERVALOS, CUANDO SON EFECTIVOS, ENTRETENEN AL TELEVEDENTE CASI TANTO COMO EL ESPECTÁCULO. (54)

VIENDO LAS VENTAJAS QUE OFRECE EL ANUNCIAR DETERMINADO PRODUCTO EN LA TELEVISIÓN PARA SU PUBLICIDAD, ENCONTRAMOS QUE LA CASA PRODUCTORA NO TIENE NECESIDAD DE OFRECER A LA VENTA LOS COMERCIALES, YA QUE ESTOS SON PRODUCIDOS ÚNICAMENTE PORQUE EL CLIENTE O LA AGENCIA DE PUBLICIDAD LOS SOLICITAN.

b) DOCUMENTALES

EN EL DOCUMENTAL, SE IMPLICAN LOS RIGUROSOS CRITERIOS DE CALIDAD PROPIOS DEL CINÉ. AL SER OBRA MÁS ACABADA Y CON MAYOR VIGENCIA, NO PERMITE LOS BAILES DE LA IMAGEN. LA CÁMARA EN MANO DEBE ESTAR PLENAMENTE JUSTIFICADA POR LAS CONDICIONES DE TOMA.

LA DIRECCIÓN DEL DOCUMENTAL, TESTIMONIAL, ESCAPA AL PERIODISTA. MÁS O MENOS INICIADO EN LA IMAGEN, PARA SER TRABAJO DEL REALIZADOR PROFESIONAL ESPECIALIZADO. EL DOCUMENTAL NO ES AJENO A LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA.

EL DOCUMENTAL CINEMATOGRAFICO, AUNQUE VAYA DESTINADO A SU EXHIBICIÓN EN LA PEQUEÑA PANTALLA, DEBE CONTINUAR FIEL A SUS VIRTUDES Y ESENCIAS, SIN MÁS RECURSOS QUE LOS QUE SE DESPRENDEN DEL MUNDO FÍLMICO. (55)

EN ESTE CASO, NOTAMOS QUE ES UN POCO MÁS DIFÍCIL COMERCIALIZAR LA VENTA DE LOS DOCUMENTALES, PERO ESTO DEPENDE BÁSICAMENTE DE LA LABOR QUE DESEMPEÑE EL PRODUCTOR, PUES ES QUIEN TIENE QUE CONVENCER A LOS COMPRADORES DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN; PERO CUENTA CON UN AMPLIO MERCADO AL CUAL, PUEDE DIRIGIRSE COMO LAS CADENAS PRIVADAS DE TELEVISIÓN, LAS GUBERNAMENTALES, POR CABLE, POR SATÉLITE, DIRECTA, LOCALES, REGIONALES, ETC.

AUNQUE HAY QUE HACER HINCAPIÉ EN QUE GENERALMENTE ES MÁS RECOMENDABLE Y ADEMÁS ES LO MÁS USUAL, QUE LAS CASAS PRODUCTORAS TRABAJEN SOBRE OFRECIMIENTOS DE POSIBLES PROYECTOS, PARA QUE DE ESTA MANERA NO LE SEA DIFÍCIL COMERCIALIZAR CUALQUIER TRABAJO REALIZADO.

6) VIDEOCLIPS

EL VIDEOCLIP NO ES MÁS QUE UN IMAGINATIVO EJERCICIO DE VISUALIZACIÓN DE UNA GRABACIÓN MUSICAL, DE UNA CANCIÓN DE MODA.

LOS VIDEOCLIPS CONSTITUYEN HOY (JUNTO CON LOS SPOTS PUBLICITARIOS) EL REDUCTO DE LA IMAGINACIÓN Y DE LA CREATIVIDAD MÁS DESBORDANTE, ALIADA CON LA TECNOLOGÍA DE MÁS RECIENTE IMPLANTACIÓN. EN ESTE SENTIDO SE ENCUENTRAN MUY DEFINIDAS DOS VERSIONES O ESTILOS DE VIDEOCLIPS: AQUELLOS QUE RECOGEN LA HERENCIA DE CIERTA NARRATIVA TRADICIONALMENTE CINEMATOGRAFICA Y BUSCAN SU EXPRESSIVIDAD EN LA POTENCIACIÓN DEL ARGUMENTO, Y LOS QUE, POR EL CONTRARIO, CONSTITUYEN MEROS JUEGOS VISUALES A PROPOSITO DE UNA MELODÍA O CANCIÓN. EN LOS PRIMEROS SE VALORAN RECURSOS ARGUMENTALES, ASÍ COMO DE ESCENOGRAFÍA, ILUMINACIÓN, AMBIENTACIÓN Y, COMO NO, DE INTERPRETACIÓN. EN LOS SEGUNDOS, LO MÁS IMPORTANTE ES EL ACCESO A LOS COMPUTERS GRAPHICS MÁS SOPISTICADOS Y A LA TECNOLOGÍA ELECTRÓNICA MÁS COMPLEJA. LOS VIDEOCLIPS TIENEN COMO OBJETIVO LA PROMOCIÓN DE VENTAS DE DISCOS QUE LLEVAN A CABO LAS EDITORAS DISCOGRÁFICAS, SON PRODUCIDOS POR ESTAS O POR LOS MANAGERS DE LOS PROPIOS ARTISTAS REPRESENTADOS. SE FACILITAN A LAS EMISORAS GRATUITAMENTE O A MUY BAJO COSTE, COSA QUE REPRESENTA PARA LAS

TELEVISIONES UNA DOBLE VENTAJA, YA QUE, ADEMÁS, ESTOS MINIESPACIOS LLENAN UNOS MINUTOS DE PROGRAMACIÓN DE MODO ESPECTACULAR, CIENTO POR CIENTO VIDEOGRÁFICA". (56)

EN ESTE ÚLTIMO CASO, LA CASA PRODUCTORA TAMPOCO TENDRÁ DE QUE PREOCUPARSE, YA QUE SON TRABAJOS SOLICITADOS POR EL CLIENTE O POR LA AGENCIA DE PUBLICIDAD.

CONCLUSIONES

MI PRETENSÓN AL DESARROLLAR ESTE TRABAJO DE TESIS, ES ORIENTAR A LOS ACTUALES Y FUTUROS LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN SOBRE LA EXISTENCIA DE NUEVOS DE CAMPOS DE ACCIÓN DISTINTOS AL INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS- PARA DESEMPEÑARSE PROFESIONALMENTE. OFRECÍ LA OPCIÓN DE INGRESAR A LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN; SIENDO ESTE UN GIRO POCO EXPLOTADO POR PROFESIONISTAS UNIVERSITARIOS, PUES GENERALMENTE ENCONTRAMOS PERSONAL QUE MANEJA LA ADMINISTRACIÓN DE UNA CASA PRODUCTORA -O INCLUSO DE UNA ESTACIÓN DE RADIO- EN FORMA EMPÍRICA. PODEMOS TAMBIÉN INCLUIR A ESTO, EL QUE SI LLEGA A HABER PERSONAS ESTUDIADAS QUE CONTROLAN LA ADMINISTRACIÓN, COMÚNMENTE ENCONTRAREMOS QUE SON LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PERO AHORA PORQUE NO PREGUNTARNOS ¿LA ORGANIZACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE UNA CASA PRODUCTORA DE CORTO METRAJES PUEDE SER REALIZADA POR UN LIC. EN ADMINISTRACIÓN?. LA INFORMACIÓN OBTENIDA NOS APOYA POSITIVAMENTE AL RESPECTO CON LOS SIGUIENTES FUNDAMENTOS

a) UNA CASA PRODUCTORA DE CORTO METRAJES AL IGUAL QUE CUALQUIER OTRA EMPRESA, CUENTA CON UNA ÁREA ADMINISTRATIVA QUE SUELE ORGANIZARSE DE ACUERDO AL TAMAÑO Y NECESIDADES DE LA MISMA

b) EL ADMINISTRAR UNA EMPRESA DE ESTE TIPO REQUIERE DEL CONOCIMIENTO DE VARIAS AREAS FUNCIONALES Y ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR, EN LAS QUE UN LIC. EN ADMINISTRACIÓN ENCONTRAMOS QUE ES LA PERSONA DÓNEA POR LA VERSATILIDAD DE DICHA LICENCIATURA. ENCONTRAMOS QUE LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE SE LLEVAN A CABO Y PARA LAS CUALES UN LIC. EN ADMINISTRACIÓN ESTA CAPACITADO SON LAS SIGUIENTES:

* LLEVAR UN CONTROL FINANCIERO ADECUADO, YA QUE LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS ES IRREGULAR.

* PLANEAR ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO DE LA PRODUCTORA.

* DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

* DELIMITARON DE FUNCIONES.

* INTEGRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS.

* DAR A CONOCER A LA CASA PRODUCTORA ENTRE LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD O CON LOS CLIENTES DIRECTAMENTE (RELACIONES PÚBLICAS).

* BUSCAR EL LIDERAZGO EN ESTE RAMO POR MEDIO DE LA SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE (OFRECIENDO CALIDAD EN EL TRABAJO REALIZADO)

ESTA GUÍA NO SÓLO SIRVE EN LA ORIENTACIÓN DEL CÓMO ADMINISTRAR UNA EMPRESA DE ESTE GIRO, SINO TAMBIÉN PERMITE TENER UNA ALTERNATIVA MAS EN LA CREACIÓN DE LA PROPIA EMPRESA DE UN ADMINISTRADOR. PARA ESTO TAMBIÉN SE EXPLICO EL PROCEDIMIENTO LEGAL Y ADMINISTRATIVO QUE RIGE A ESTAS PRODUCTORAS Y LAS VENTAJAS QUE TRAE CONSIGO INVERTIR EN UNA EMPRESA DE ESTE RAMO.

RECOMENDACIONES

DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN AQUÍ PRESENTADA, ES IMPORTANTE SUGERIR ALGUNAS RECOMENDACIONES QUE SON NECESARIAS EN EL CASO DE QUE EL INTERÉS DEL ADMINISTRADOR SOLO SERÁ LLEVAR A CABO EL CONTROL ADMINISTRATIVO -VALGA LA REDUNDANCIA- DE LA EMPRESA:

a) PLANEAR UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL QUE PERMITA A CADA UNA DE LAS AREAS DESARROLLARSE SATISFACTORIAMENTE.

b) MANTENER BUEN AMBIENTE DE TRABAJO

c) MANTENER RELACIONES AMISTOSAS CON LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y CON LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, YA QUE DE ESTO DEPENDERÁ LA CANTIDAD DE PROYECTOS OTORGADOS A LA PRODUCTORA

d) ESTABLECER UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA FACILITAR LA COMERCIALIZACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO POR LA PRODUCTORA

PERO TRATÁNDOSE DEL CASO EN QUE SE TENGA LA INTENCIÓN DE CREAR O INVERTIR EN UNA CASA PRODUCTORA DE CORTO MERTRAJES, SE DAN LAS SIGUIENTES RECOMENDACIONES:

a) CONSTITUIRLA COMO S.A. PUES PERMITE TENER LA COLABORACIÓN ECONÓMICA DE VARIOS SOCIOS, EVITANDO ASÍ UNA INVERSIÓN MÁS FUERTE POR PARTE DE CADA INDIVIDUO Y OBTENIENDO UNA UTILIDAD RAZONABLE.

b) PUEDE CONSIDERARSE TAMBIÉN UNA S.A. DE C.V., YA QUE COMO SE COMENTÓ ANTERIORMENTE, LOS PROYECTOS SE DAN DE MANERA IRREGULAR, Y ESTE TIPO DE SOCIEDAD PERMITE ALTERAR EL CAPITAL SOCIAL SIN MODIFICACIÓN DEL ACTA CONSTITUTIVA.

c) QUE LA EMPRESA CONTRATE DE MANERA EVENTUAL Y POR HONORARIOS A SU PERSONAL, TENIENDO COMO PERSONAL DE BASE ÚNICAMENTE A LOS SIGUIENTES:

* CONSEJO DE ACCIONISTAS (ESTE ES RIGUROSO QUE SE ENCUENTRE ESTIPULADO EN EL ORGANIGRAMA, YA QUE SE TRATA DE LOS DUEÑOS O LOS SOCIOS)

* DIRECTOR GENERAL O GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS. (PUEDE TRATARSE DE ALGÚN SOCIO O PUEDE SER CONTRATADO EXTERNAMENTE).

* RELACIONES PÚBLICAS. (SERÍA RECOMENDABLE INCLUIR ESTE DEPARTAMENTO).

* CONTADOR GENERAL

- * TESORERO.
- * AUXILIAR CONTABLE.
- * SECRETARIA.
- * MENSAJERO.

LOS PUESTOS ANTERIORES SON RECOMENDABLES COMO NECESARIOS EN UNA CASA PRODUCTORA, PERO REPITO: TODO DEPENDERÁ DEL TAMAÑO Y NECESIDADES DE LA EMPRESA, PUDIENDO SUPRIMIR ALGUNOS O AÑADIR OTROS.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA DEL CAPÍTULO III

46. IBÍDEM. P. 76
47. IBÍDEM. P. 72 Y 73
48. GONZÁLEZ TREVIÑO JORGE. "TELEVISIÓN, TEORÍA Y PRACTICA". EDIT. ALHAMBRA MEXICANA. MÉXICO. 1983. P. 37.
49. IDEM.
50. QUILADA SOTO MIGUEL A. "LA TELEVISIÓN: ANÁLISIS Y PRACTICA DE LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS". EDIT. TRILLAS. MÉXICO. 1986 P. 32.
51. LLOREC SOLER. OB. CIT. P. 65 Y 66.
52. GONZÁLEZ TRE VIÑO. OB. CIT. P. 45.
53. IBÍDEM. P. 72 Y 73
54. JELILLA MARTÍN DR. "PSICANÁLISIS DEL COMERCIAL DE TELEVISIÓN. 26,000 MINUTOS DE INFLUENCIA". EDIT. HISPANO EUROPEA. BARCELONA. 1970 P 135-137.
55. TORAN I. ENRIQUE. "LA INFORMACIÓN EN T.V.". EDIT. MITRE. BARCELONA, 1982. P. 126-131.
56. LLOREC SOLER. OB. CIT. P. 138.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS.

1. AVALOS, RDGZ., J. ALBERTO Y CALDERON, GONZÁLEZ JORGE.
"GUÍA TÉCNICA PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA
DE SERVICIOS DEL RAMO DE ESPECTÁCULOS".
(TESIS)
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN.
U.N.A.M. MÉXICO, 1995
2. BAUCHE, GARGADIEGO MARIO.
"LA EMPRESA" NUEVO DERECHO INDUSTRIAL,
CONTRATOS MERCANTILES Y SOCIEDADES
MERCANTILES".
EDITORIAL PORRUA
MÉXICO, 1983
3. CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
"TRAMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO".
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO, 1983
4. CHIAVENATO, IDALBERTO.
"INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA
ADMINISTRACIÓN"
TRADUCCIÓN DE MA. ISABEL FITTIPALDI DE RUIZ.
EDITORIAL MC GRAW-HILL
MÉXICO, 1956
5. FERNÁNDEZ, ARENAS JOSÉ ANTONIO
"EL PROCESO ADMINISTRATIVO".
EDITORIAL DIANA. SEGUNDA EDICIÓN.
MÉXICO, 1991
6. GONZÁLEZ, TREVIÑO JORGE E.
"TELEVISIÓN, TEORÍA Y PRACTICA".

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL ITESM.
EDITORIAL ALHAMBRA MEXICANA. PRIMERA EDICIÓN.
MÉXICO, 1983.

7. GONZÁLEZ, Y GONZÁLEZ FERNANDO.
"HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA".
EDITADO POR TELEVISIÓN
MÉXICO, 1985
8. GRUPO TELEVISIÓN S.A.
"INFORME ANUAL 1994".
EDITADO POR TELEVISIÓN.
MÉXICO, 10 DE MARZO DE 1995.
9. GUZMAN, VALDIVIA ISAAC.
"LA CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN".
EDITORIAL LIMUSA WILEY.
MÉXICO, 1966.
10. HERNÁNDEZ, SAMPIERI.
"METODOLOGÍA DE LAS INVESTIGACIONES".
EDITORIAL MC. GRAW-HILL
MÉXICO, 1988.
11. JELLILA, MARTÍN DR.
"PSICOANÁLISIS DEL COMERCIO DE TELEVISIÓN.
26.000 MINUTOS DE INFLUENCIA".
EDITORIAL HISPANO EUROPEA
BARCELONA, 1970.
12. LARIS, CASILLAS FRANCISCO JAVIER.
"ADMINISTRACIÓN INTEGRAL".
EDICIONES CASIS.
MÉXICO, 1970.
13. LLOREC, SOLER.
"LA TELEVISIÓN, UNA METODOLOGÍA PARA SU
APRENDIZAJE".

COLECCIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
ENSEÑANZA
EDITORIAL GUSTAVO GILI S.A.
BARCELONA, 1988

14. MÜCH, GALINDO Y GARCÍA MARTÍNEZ.
"FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN".
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO, 1985
15. NELL-BREUNING, OSWALD VON
"LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA". SOBRE LA CO-
GESTIÓN
TRADUCIDO POR FERNANDO RIAZA.
EDITORIAL HISPANO EUROPEA.
BARCELONA, 1987
16. PÉREZ, Y RINCÓN GALLARDO DIONISIO.
"IMPORTANCIA DE LA ORGANIZACIÓN COMO ELEMENTO
DE LA ADMINISTRACIÓN". (TESIS)
FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN. U.N.A.M.
MEXICO, 1964.
17. QUILADA, SOTO MIGUEL ANGEL.
"LA TELEVISIÓN: ANÁLISIS Y PRÁCTICA DE LA
PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS".
EDITORIAL TRILLAS.
MÉXICO, 1987.
18. REYES, PONCE AGUSTÍN.
"ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS".
EDITORIAL LIMUSA WIL. EY.
MÉXICO, 1966
19. SCHARANK, JEFFREY.
"COMPRENDENDO LOS MEDIOS MASIVOS DE
COMUNICACIÓN".
TRADUCCIÓN DEL LIC. MANUEL ORTIZ STAINES.
EDITADO POR PUBLIGRAFICS S.A. PRIMERA EDICIÓN

EN ESPAÑOL.
MÉXICO, 1989.

20. TORÁN, L. ENRIQUE.

"LA INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN".
TEXTOS DE PERIODISMO
EDITORIAL MITRE.
BARCELONA, 1982.

LEYES Y CÓDIGOS.

21. GREMOUX, RAÚL.

"LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN RADIO Y
TELEVISIÓN".
EDITADO POR UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA.
UNIDAD XOCHIMILCO.
MÉXICO, 1987.

22. CÓDIGO DE COMERCIO Y LEYES COMPLEMENTARIAS.

LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.
EDITORIAL PORRÚA, 53a. EDICIÓN.
MÉXICO, 1989

DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS.

23. GARCÍA-PELAYO, GROSS FERNANDO Y VIDAL, JUAN PABLO.

"DICCIONARIO PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO".
IMPRESO EN FRANCIA.
EDICIÓN, 1977.

24. SELECCIONES DEL READER'S DIGEST (BERA), S.A.

"GRAN DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO".
TOMO I Y 6.
IMPRESO EN PRINTER, INDUS TRIAS GRÁFICAS S.A Y
KUMMERLY & FREY S.A. - BERNA (SUIZA)
ESPAÑA, 1972.