

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

(S) H.

T E S I S

126356

ROSAS VILLANUEVA, ANDREA LETICIA

CALVA GONZALEZ CONCEPCION

Lic. Administración

PROFRA. MARIA CRISTINA ESCOBAR ITURBE

ENERO 1990

T E S I N A

126356

E L N E G O C I O F O T O G R A F I C O

y

S U P R O B L E M A T I C A

U A M I

Por medio de la presente, me permito darle gracias a la Universidad Autónoma Metropolitana por haberme brindado la oportunidad de realizar mis estudios.

Doy gracias a mi padre por haberme dado el apoyo durante la realización de mi carrera, así como en memoria de mi madre por todo el esfuerzo e impulso con el que me alento para llegar a la culminación de mis estudios.

Con todo respeto brindo mi agradecimiento hacia mi --
Profra. María Cristina Escobar por la paciencia, esfuerzo y tolerancia para llegar al pináculo de mi tesis.

Concepción.

DOY GRACIAS A MIS PADRES POR TODO EL APOYO NECESARIO -
QUE ME DAN PARA CONTINUAR MI CARRERA.

POR CONSIGUIENTE AGRADEZCO A LA UNIVERSIDAD AUTONOMA -
METROPOLITANA POR DARME LAS FACILIDADES DE ENSEÑANZA, INFOR-
MACION Y CONSULTA PARA LA CONTINUACION DE MIS ESTUDIOS.

EN ESPECIAL APRECIO MUCHO LA AYUDA, DEDICACION Y -
PACIENCIA DE LA PROFRA. MARIA CRISTINA ESCOBAR ITURBE QUE -
TAN AMABLEMENTE ME BRINDO PARA LA REALIZACION DE LA TESINA -
"EL NEGOCIO FOTOGRAFICO Y SU PROBLEMATICA"

ANDREA

I N D I C E

	PAGS.
INTRODUCCION	10
JUSTIFICACION DEL OBJETO DE ESTUDIO	12
HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA	14
ANTECEDENTES DE LA INVENCION DE LA FOTOGRAFIA	15
UN CASO CONCRETO DE ESTUDIO	17
EQUIPO QUE SE UTILIZA DENTRO DEL ESTUDIO	19
HORARIO DEL ESTUDIO FOTOGRAFICO	22
CADENA CAUSA - EFECTO	25
NIVEL DE ADMINISTRACION	27
NIVEL LABORAL	32
NIVEL TECNICO	33
ADMINISTRACION FISCAL	34
ESTILOS DE FOTOGRAFIA	34
ESTILOS DE FOTOGRAFIA QUE SE MUESTRAN	35
ALTERNATIVAS DE SOLUCION	39
SELECCION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION	41
INICIACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA	48
INVESTIGACION DE MERCADO	50
CONOCER EL MEDIO AMBIENTE Y LA CLIENTELA	53
COMPETIR PARA GANAR	56
IMPLEMENTACION Y CONTROL	60
CONTENIDO	67

I N T R O D U C C I O N

Como el objeto de estudio de nuestro trabajo es ver la problemática de una pequeña empresa o negocio mencionaremos en un principio la historia de la fotografía, así como los antecedentes, productos químicos, la evolución técnica de la fotografía, la evolución de la fotografía como medio de expresión.

Daremos un caso concreto de estudio de un negocio ya establecido, así como el equipo que se utiliza dentro del mismo, cámaras, accesorios, material para retoque y fotoacabado, honorario del estudio fotográfico, campaña publicitaria utilizada y tiempo de entrega.

Hablanemos de una cadena causa - efecto, y sus alternativas de solución; el nivel de administración, el cálculo de venta de las fotografías, el nivel laboral, el nivel técnico, la administración fiscal; los estilos de fotografía que se muestran, problemas de los distintos laboratorios y algunos problemas en el diseño fotográfico.

Mencionaremos las alternativas de solución posibles, -- así como la selección misma de éstas para la solución de los problemas antes mencionados, y los tips para fotografía en exterior.

Plantearemos la creación de un negocio, así como el capital necesario para su apertura.

Se hará una investigación de mercado en donde conoceremos cuales son los servicios que se pueden dar al cliente -- así como la demanda que hay dentro del mercado, la situación financiera, algunos programas de mercadotecnia para el mejor manejo de los servicios de los clientes.

Tendremos que conocer el medio ambiente y la clientela con la cual vamos a trabajar.

Para que un negocio tenga éxito es necesario ser competitivos (competir para ganar) para conocer la fuerza y el poder del empresario, para convencer al cliente.

Finalmente, mencionaremos más adelante una serie de estrategias administrativas para el buen control y manejo del

negocio.

JUSTIFICACION DEL OBJETO DE ESTUDIO

Como el objeto de estudio de nuestro trabajo fue analizar una pequeña empresa o negocio así como su problemática - existente dentro de éste.

Se dieron a conocer alternativas de solución a los problemas que pueden darse dentro del negocio.

Para poder justificar dichas alternativas fue necesario implementar un control administrativo dentro del estudio fotográfico.

HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA

La fotografía es un invento tecnológico que se ha convertido en el medio de comunicación y expresión artística - más universal. Por una parte; supera la barrera que suponen las diferencias de lenguas por otra resulta específica y realista, allí donde la música y otros medios de la comunicación afines sólo son generales o abstractos.

En su variante de cine y televisión deja atrás el teatro en diversidad, precisión y complejidad de aquello que - presenta además, como medio de arte visual tiene una gama de expresividad al menos tan amplia como la pintura, finalmente, como medio de investigación científica posee una precisión - inigualable para lograr documentos visuales de fenómenos que superan la percepción de los sentidos humanos.

La historia de la fotografía comprende un desarrollo - técnico y comunicativo. Ambos aspectos se estudian con gran interés.

ANTECEDENTES DE LA INVENCION DE LA FOTOGRAFIA

Al igual que ocurrió con la mayoría de los inventos tecnológicos de los siglos XVIII y XIX, los descubrimientos preliminares y ciertos adelantos se habían realizado mucho antes de que se inventara la verdadera fotografía.

El momento adecuado para esto llegó el primer cuarto del siglo XIX, cuando los conocimientos acumulados coincidieron con una expectación y preparación cultural adecuadas. Entonces varias personas, trabajando más o menos independientemente en distintos lugares de Europa, inventaron o reinventaron de modo casi simultáneo la fotografía pero sólo algunas de esas personas efectuaron contribuciones que permitieron desarrollar procesos efectivos y a las mismas se les considera como verdaderos inventores del medio.

EQUIPO

La cámara fotográfica, en su forma más primitiva existía ya en 1700. Era la cámara obscura una caja con un objetivo para enfocar y un espejo que reflejaba las imágenes sobre un papel de dibujo colocado sobre una superficie de cristal en la parte superior. Los artistas utilizaban la cámara obscura para hacer dibujos rápidamente y obtener una escala y una perspectiva correcta.

PRODUCTOS QUIMICOS

Entre 1725 y 1777 se descubrió e investigó hasta cierto punto de sensibilidad a la luz de las soluciones de nitrato de plata y cloruro de plata. Por tanto, medio siglo antes de la invención de la fotografía, existían ya los materiales y elementos químicos necesarios para la misma.

EVOLUCION TECNICA DE LA FOTOGRAFIA

Se sabe que los primeros experimentos para obtener imágenes empleando materiales sensibles a la luz llevaron a cabo Thomas Wedwood y Humphry en Gran Bretaña hacia 1800 obtuvieron siluetas como las que hoy se denominan fonogramas, colocando un objeto opaco.

EVOLUCION DE LA FOTOGRAFIA COMO MEDIO DE EXPRESION

En el uso de la fotografía para comunicar información y expresar sentimientos o reacciones suelen distinguirse los estilos o planteamientos directo y los ilustrativos o pictóricos.

Desde el momento de aparición de la fotografía han ido surgiendo innovaciones e inventos técnicos y cada evolución han hecho posible ver más, así como comunicar formas nuevas de lo que se ve. La expresividad de la fotografía ha creci-

do junto a la técnica.

La fotografía es virtualmente única en el alcance de --
las funciones que puede llegar a cumplir con cierta calidad.

UN CASO CONCRETO DE ESTUDIO

El estudio fotográfico ("FOTO REYES") fue fundado en --
abril de 1985, el cual se encuentra ubicado en: calle 20 es-
quina Av. Progreso, Col. Ampliación Progreso Nacional México,
D.F.; cuenta con un espacio de 128 m2.

El personal que trabaja en el es:

Propietario: SEnafín Reyes.

Ocupación: Fotógrafo Profesional, administrador de su propio
negocio.

Empleado: Hugo Alfonso García.

Ocupación: Fotógrafo Profesional.

Empleadas de mostrador: Elsa López.

Andrea Leticia Rosas.

PROPIETARIO

Atiende personalmente los trabajos profesionales (retrato informal: Se refiere a la fotografía totalmente opuesta a la de filiación, glamour, desnudo, modas, etc.)

Capacita a sus trabajadores. (Les proporciona cursos - de capacitación en Kodak Mexicana S.A. de C.V. contando con la ayuda de la tienda FOTOMEX y Foto Productos Optimo).

Es miembro de Fotógrafos Profesionales de la Ciudad de México A. C.

EMPLEADO

Suple las actividades fotográficas del propietario - excepto lo referente a la administración.

Encargado de las tomas de filiación (infantiles, migñon, pasaporte, credencial, etc.)

Encargado del proceso de laboratorio e impresión general final.

EMPLEADAS DE MOSTRADOR

Recepción y entrega de rollos y fotografías.

Venta de material y equipo fotográfico.

Limpieza general.

EQUIPO QUE SE UTILIZA DENTRO DEL ESTUDIO

CAMARAS

- | | | |
|--------------------|-------|-----|
| - Yashica Mat-124G | 6x6 | F80 |
| - Ricoh KR5 Super | 135m. | F50 |
| - Minolta SRT 200 | 135m. | F50 |
| - Praktica MTL 5B | 135m. | F50 |
| - Beirnette BSN | 135m. | F45 |
- Video Cámara Sony CCD - V9 Handy Cam Pro 8m.

ACCESORIOS

- Trípode Hollywood
- Lente Zoom Sakan 35 - 200 F4 macro.
- Flash Nova automático.
- Lente telefoto 1.5x Ambico para video.
- Lente gran angular .5x Ambico para video.
- Cargador de baterías NP - 55 y NP - 77 para video.
- Filtros efectos especiales, conectores de color.
- Cable disparador.
- Cable sincronizador.
- Anillos de extensión.

- Foto lámparas sobre voltadas 500 watts.
- Guillotinas
- Ampliadora Kaiser con cabezal dicróico de color.
- Procesadora Patterson.
- Termodrum.
- Procesadora Proman Optimo.
- Tinajas de revelado.
- Químicos para revelado blanco y negro.
- Químicos para revelado color.
- Químicos para revelado transparencia.
- Fondos fotográficos.
- Videoreproductora Super Betamax Sony.
- Regresadora Solidex.
- Televisión Sony - Trinitron 14''.
- Ciclorama.

MATERIAL PARA MONTAJE DE FOTOGRAFIAS

- Bastidores.
- Cantulinas.
- Papel Tissue.
- Pega Pro
- Brochas.
- Plancha

MATERIAL PARA RETOQUE Y FOTO ACABADO

- Colores de retoque.
- Lapices de retoque.
- Pinceles.
- Lacas.
- Aerografo.

VENTA DE

- Rollos 110, 126, 135.
- Albumes.
- Marcos.
- Bastidores.
- Pilas.
- Flashes.
- Magicubes.

Los trabajos que no se realizan en el estudio fotográfi
co son:

- Ampliaciones de 1m. x 70cms. o mayores.
- Impresión en duratrans y duraflex.
- Transparencia de película de cine y video.
- Laqueado de fotografías.
- Impresiones a partir de positivos (transparencia).

- Reparación de cámaras.
- Reparación de equipos de iluminación.
- Trabajos terminados.
- Trabajos en poliéster.

Con respecto a los seminarios se dan el primer lunes de cada mes en Kodak Mexicana S. A. de C. V., ubicada en Calzada de Tlalpan.

Los miembros de Fotógrafos Profesionales A. C. asisten a reuniones de trabajo (seminarios mensuales) en el Hotel - Royal, Zona Rosa.

Honario del estudio fotográfico

De lunes a sábado se abre al público de las 9:00 a las 20:00 hrs. y los domingos de 9:00 a 12:00 hrs.

Honario de los empleados:

Propietario: Mixto.

Fotógrafo: Mixto.

Empleados de mostrador:

- Elsa López de 9:00 a 15:00 hrs.
- Andrea Leticia Rosas de 14:00 a 20:00 hrs.

Campaña Publicitaria

- Volantes.
- Anuncios colocados en diversas tiendas fotográficas.

Al referirse a los volantes su función es que se contrata a una persona que reparte los volantes en calles cercanas al estudio fotográfico y en diversas colonias.

Tiempo de entrega

- | | |
|----------------------------------|-----------|
| - Revelado e impresión de rollos | 3 días. |
| - Ampliaciones y reprovis | 1 semana. |
| - Fotografías de estudio | 15 días. |
| - Filmación | 1 semana. |
| - Filiación | 24 hrs. |
| - Filiación urgente | 1 hr. |

Algunas veces en lo que se refiere al revelado de rollos el cliente protesta por falta de color, manchas negras, dominantes de color desagradables, etc.

Estas quejas dejarían de serlo si el cliente leyera las instrucciones de sus películas y el instructivo de sus cámaras. De películas en mal estado siempre saldrán fotografías en mal estado.

En ampliaciones el cliente protesta por la presencia de grano, defecto a causas de querer obtener una ampliación demasiado grande a partir de un negativo muy pequeño.

Rayas y puntos problema a causa de negativos maltratados.

También se protesta de la pérdida de calidad que si se pante de un negativo.

En la filmación de eventos sociales varias veces aparece la presencia de grano durante las mismas, problema poco común pero que se debe a la negativa de las iglesias a prestar su instalación eléctrica.

Cuando la pérdida o destrucción del material es culpa del laboratorio el laboratorio devuelve un rollo con película virgen equivalente a la misma cantidad que el cliente entrego, cumpliendo así con el artículo 1840 del Código Civil del Distrito Federal. La empresa no tiene responsabilidad en las pérdidas o daños que resulten por caso fortuito o fuerza mayor. Pasados 90 días de la fecha señalada para su entrega, se podrá disponer libremente del material.

CADENA CAUSA - EFECTO

PROBLEMAS

CAUSA

EFECTO

- 1.- Variaciones del clima al hacer tomas.
Al hacer tomas en exteriores muchas veces se pospone a cambiar de locación, debido a lluvias o días nublados, etc.
- 2.- Variaciones en la temperatura.
Problemas en el proceso de revelados, películas y papeles fotográficos.
- 3.- Variaciones de voltaje en la red eléctrica durante el proceso de impresión en color.
Presencia de dominantes difíciles de corregir.
- 4.- No contar con el equipo apropiado para efectos especiales.
Limita al fotógrafo un solo estilo de fotografía.

CAUSA

EFEECTO

- | | |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.- Falta de conocimientos con respecto al maquillaje. | Provoca el aumento de trabajo en el retoque. |
| 6.- Falta de un laboratorio propio. | Dependen del tiempo y trabajo de un laboratorio profesional. |
| 7.- Falta de publicidad y promoción. | Menores ventas menores ingresos. |
| 8.- Incumplimiento o fallas del laboratorio. | Provoca retrasos, insatisfacciones del cliente produce una mala imagen del negocio. |
| 9.- Destrucción o pérdida del material fotográfico. | Repetición de sesión fotográfica. |
| 10.- Falta de comunicación y confianza con el cliente. | Malos entendidos, renuencia al posado, y la presencia de un ambiente desagradable. |

NIVEL DE ADMINISTRACION

Es de gran importancia analizar diferentes aspectos financieros y administrativos del negocio y en esta ocasión es verdaderamente importante cuidar la manera de como calculamos nuestro precio de venta ya que podemos estar perdiendo dinero y sin percatarnos de ello.

El siguiente procedimiento nos servirá como una guía valiosa para poder determinar el precio adecuado de nuestro trabajo, manteniendo la cifra que realmente establecimos como ganancia.

a) Método tradicional

COSTOS FIJOS

Renta	\$400'000.00
Teléfono	30'000,00
Luz	25'000.00
Sueldos	315'000.00
Mantenimiento	25'000.00
Papelería	10'000.00
	<hr/>
	\$805'000.00

COSTOS VARIABLES

Película	\$ 3'000.00
Papel	2'000.00
Químicos	800.00
Transporte	2'500.00
Servicios	5'000.00
Accesorios	2'500.00
	<hr/>
	\$15'800.00

Suponiendo que tomaremos 40 fotografías, tendríamos:

$$\begin{aligned}\text{Costos fijos} &= 805'000.00 \times \text{mes} \\ &= 805'000.00/4 = 20'250.00 \text{ semanarios} \\ &= 20'250.00/4 = 5'031 \times \text{fotografía}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Costo total} &= \text{Costos fijos} + \text{Costos variables} \\ &= 5'031.00 + 15'800.00 = \underline{\$20'831.00}\end{aligned}$$

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo Total} \times \text{Utilidad}$$

Para nuestro ejemplo consideremos una utilidad del 62%

$$20'831 \times 1,62 = \$33'746.00$$

$$\text{Precio de venta } \$33'746.00$$

b) Nuevo método

Partiendo de los datos anteriores, tenemos:

$$\text{Costo Total} = \$ 20'831.00$$

$$\text{Utilidad} = 62\%$$

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Precio de venta} &= \frac{\text{Costo total}}{1 - \% \text{Ganancia}} \\ &= \frac{20'831.00}{1 - .62} = \frac{20'831.00}{.38} = 54'818.00 \end{aligned}$$

Precio de venta \$ 58'818.00

CALCULO DEL PRECIO DE VENTA DE LAS FOTOGRAFIAS

Esto es solamente una guía y tiene como objetivo el que se familiarice con los costos de producción de las tomas fotográficas.

- 30% películas y proceso
- 20% comisión al asistente.
- 20 % alimentos usados en la toma.
- 20% renta del set
- 20 % accesorios

- 18% locación

- 15% modelos.

- 15% especialistas en arreglar el set

y/o

Estilistas

- 5% comisión a representante con nuevos clientes.

- 10% ante y diseño.

Muchas de las fotografías publicitarias no llegan al --
público consumidor, ya que se utiliza una sola ocasión o --
forman parte de la decoración de una oficina.

- 19 % ilustraciones.

- 15% catálogos.

- 5% anuarios y reportes de compañías.

- 7% Publicidad en folletos.

- 39% Otros

126356

Recordando que el precio y uso de la fotografía está de terminado por muchos aspectos: región de mercado, economía, tipo de fotografía, margen de ganancia, competencia y productividad.

CONCLUSIONES:

Analizando el método tradicional, tenemos:

Precio de venta	\$33'746.00
Costos	<u>20'831.00</u>
Ganancias	\$12'915.00

Representa 38% del total del precio.

Analizando el método nuevo, tenemos:

Precio de venta	\$ 54'818.00
Costos	<u>20'831.00</u>
Ganancia	\$ 33'987.00

Representa el 62% del total del precio.

La ganancia que se estableció fue del 62% que sólo se obtiene con el nuevo método.

N I V E L L A B O R A L

- Si no se cuenta con un equipo sofisticado de iluminación los cuales cuentan con sistemas de flash electrónico y cajas de luz suave, no obtendremos una calidad aceptable en nuestro trabajo, en este caso se tendrá, que elaborar un -- equipo propio de difusión para poderle dar la calidad tan de seada al trabajo.

- Al empezar es muy importante saber los gustos del cliente, para poder así sobre esta base elaborar un plan de trabajo programando una fotografía ya sea popular o de efectos especiales, en extensiones y en estudio.

- En la elaboración de la fotografía de productos se -- utilizan las cajas suavizadoras, así como pantallas para luz suave, estas son muy importantes porque resalta la textura, el color y el detalle tan importante siempre en los produc-- tos.

Es importante ofrecer nuevas posibilidades creativas para tener mayor versatilidad en el trabajo, y así mismo empezar a jugar con la reflexión de la luz la cual puede ser muy útil para poder iluminar productos por la parte posterior, ayudando con pequeños espejos o así mismo con papel -- aluminio buscando el punto de reflexión y la cantidad de luz deseada.

N I V E L T E C N I C O

Pasamos ahora a la cuestión técnica del retrato. Se trabaja con una luz principal, una caja de luz, una lámpara y dos pantallas plateadas. Se usa además una luz lateral con aletas que servirán para separar al sujeto del fondo.

Cada fotógrafo tiene diferente técnica al tomar sus fotografías.

Ambos usan el equipo electrónico profesional pero cada quien tiene su estilo propio al realizan las tomas, según sus inquietudes y necesidades.

Un problema técnico vendría a ser la falta de colones -

provocado por la absorción de la luz se resuelve con un buen flash, sin embargo la absorción de la luz afecta también a la del flash, y no se puede usar como se haría fuera del agua se debe compensar la pérdida de luz. El recorrido que hace la luz desde el flash al sujeto y de este al lente hará que se pierda buena parte de sus colores más brillantes debido a la absorción de los colores.

ADMINISTRACION FISCAL

Referente a la administración fiscal, el estudio fotográfico está afiliado a la FOCCEN, el cual se encarga de tramitar todo lo referente al permiso estableciendo un impuesto fijo lo más bajo posible con la finalidad de ayudar al negocio.

ESTILOS DE FOTOGRAFIA

Para fotografía de filiación llega el cliente se le hace una cita, y se le muestra los diferentes tipos o estilos de fotografía que se realizan, preguntándole al cliente si son de su agrado o si él tiene otra preferencia.

ESTILOS DE FOTOGRAFIA QUE SE MUESTRAN

- Glamour
- Retrato formal.
- Retrato informal.
- Cándidas.
- Desnudo.
- Modas.
- Comercial o de producto.
- Al aire libre.
- Efectos especiales.

En las fotografías de glamour y belleza una de las iluminaciones más utilizadas es la modelo, con una caja suavizadora. Generalmente en fotografías de belleza hay mayor libertad que las de retrato.

Las reglas de iluminación y posado pueden romperse siempre y cuando tenga un dominio de estas.

La fotografía tiene diferentes aplicaciones, el fotógrafo tiene siempre que combinar el arte con la ciencia en todas sus actividades para lograr ilustrar imágenes técnicamente perfectas y que a la vez sean agradables a la vista al

gunos ejemplos son:

- fotografía industrial.
- Fotografía científica.
- Fotografía fonense.
- Fotografía moderna.
- Fotografía para capacitación y promoción.
- Fotografía de reporte gráfico.
- Fotografía deportiva.
- fotografía de espectáculos deportivos.
- Fotografía comercial.
- Fotografía de ilustración.
- Fotografía de retrato.

EN EL LABORATORIO

En el procesamiento de rollos e impresiones se cuenta con los servicios de laboratorio FOTOMEX.

Para proceso de revelado e impresión de tomas de retrato se cuenta con los servicios de Kodak Mexicana, o se realizan el laboratorio del estudio.

El laboratorio Kodak Mexicana utilizan equipo y productos Kodak.

En el laboratorio FOTOMEX se envían únicamente los rollos de aficionado para revelado e impresión debido a que se especializa en ese tipo de proceso; si hay algún deterioro - en el material y es causa del mal uso que se le ha dado se hace ver su error al cliente, si la causa es del laboratorio se le proporciona al cliente en película virgen un tanto de la cantidad recibida por concepto de pena de conformidad en lo dispuesto por el artículo 1840 del Código Civil.

En Kodak Mexicana se manda para proceso de impresión en las tomas de retrato, producto, etc.

Regularmente en ese laboratorio no hay fallas, debido al profesionalismo con que se trabaja; en caso de algún problema se procede de acuerdo al artículo 1840 del Código Civil.

En el laboratorio del estudio se realizan los trabajos que son urgentes o que requieren de un proceso especial que no lo realizan los demás laboratorios; se hacen también todo tipo de proceso en blanco y negro.

Para evitar los problemas ocurridos en cada laboratorio se requiere un mejor control de calidad.

No importa contar con un estudio chico lo que más importa es lo que se pueda lograr en el pequeño estudio para ser mejor fotógrafo y así ganar más clientes y sobre todo más amigos.

ALGUNOS PROBLEMAS EN EL DISEÑO

El más común es el exceso de información.

Cuando una transparencia "dice demasiadas cosas", los puntos que realmente interesan destacan se pierden en el conjunto lo recomendable es usar las palabras claves.

Los letreros que se diseñan sólo deben expresar las características sustanciales de alguna idea. Normalmente unas cuantas palabras bien escogidas logran comunicar convenientemente una idea.

Este problema también se presenta cuando se tiene que hacer alguna toma de una hoja mecanografiada. Para resolverlo es conveniente limitar las áreas en un formato.

Otro problema es la falta de legibilidad por el tamaño de letras.

ALTERNATIVAS DE SOLUCION

- 1.- Acondicionar artificialmente un lugar por medio de proyecciones, fotomurales, fotomontajes, utilería, etc.
- 2.- Contar con un equipo estabilizador de temperatura.
- 3.- Contar con un equipo regulador de voltaje.
- 4.- Improvizan con los recursos que se disponga, fabricación de sus propios fondos fotográficos, utilización de sedas, papel, celofán, pantalla de unisel.
- 5.- Tomar un curso de maquillaje con algún especialista o - contar con un maquillista.
- 6.- Hacen el esfuerzo de instalar un laboratorio ya que tendrá los beneficios de mayor rapidez en la entrega de sus trabajos y el desarrollo de una técnica propia de impresión y calidad técnica y calidad propia.
- 7.- Contratan los servicios de una Compañía especializada.

8.- Cambian a otro laboratorio más serio y profesional ó hacen el trabajo uno mismo.

9.- Tienen un mejor control y organización del trabajo - a realizar.

10.- Mejorar las relaciones humanas.

11.- Proponcionar a los clientes imagenes creativas que no sean superadas, en cuanto al impacto visual.

12.- Ser eficaz y eficiente en la entrega de fotografías.

13.- Elaborar servicios y productos de alta calidad.

14.- Crecimiento y desarrollo en fotomunales.

15.- Proponcionar mejor calidad en revelado e impresión de las fotografías.

SELECCION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION

Mencionaremos algunas alternativas de solución (factibles) de las cuales se eligieron las necesarias para la realización de nuestro trabajo.

Debido a que las alternativas deben ser elegidas acertadamente para una buena realización del estudio fotográfico.

También es importante tocar el punto de la publicidad, es indispensable darnos a conocer por medio de ésta.

Por lo que respecta a la puntualidad es un punto muy importante que debemos tomar en cuenta con gran interés ya que es esencial que un fotógrafo tenga puntualidad y buena imagen en el negocio.

El buen manejo del negocio hará que obtengamos buenas relaciones tanto como los empleados como los clientes, si estos puntos se siguen correctamente se logrará el éxito y buen prestigio del estudio.

La primera alternativa es factible ya que siempre se requerirá de una escenografía por muy sencilla que sea, la cual puede ser fabricada con objetos y piezas a los que ya no se les da ninguna utilidad, los cuales aprovechados con arte y buen gusto nos pueden ser útiles.

La segunda alternativa no es indispensable porque podemos mantener el nivel de temperatura estable por medios menos sofisticados pero igual de prácticos.

La tercera alternativa es factible ya que en nuestra ciudad las variaciones de voltaje son continuas y afectan a nuestros trabajos.

La cuarta alternativa al igual que la primera es factible y necesaria.

La quinta alternativa es cara pero indispensable, ya que garantiza mejor calidad y mejores ventas.

La sexta alternativa nunca se debe abstener de un laboratorio de blanco y negro, ya que realmente el laboratorio es la principal rama o fuente del negocio, no así con el laboratorio de color que por razones de tiempo recurrimos a un

profesional.

La séptima alternativa no es indispensable ya que uno puede hacer su propia publicidad aunque siempre es mejor ser asesorado por un especialista.

La octava es necesaria ya que una de las mayores preocupaciones es la de entregar trabajos con excelente calidad y puntualidad.

La novena alternativa es necesaria el cuidado que se debe dar ya que una película tiene grabados momentos únicos e imágenes que no se pueden recuperar y que su pérdida o destrucción significan un desprestigio para la empresa.

La décima es necesaria porque la forma en que manejamos las relaciones será la imagen que el público tenga de nuestra empresa.

Una solución es el uso adecuado de una toma fotográfica como puede ser un acercamiento a la parte más importante de

lo que se quiere demostrar también se puede reducir el contenido de una transparencia, siguiendo una secuencia que describa paso a paso.

Algunas sugerencias para el control de la temperatura son: Contar con algún calentador para poder incrementar la temperatura; para enfriarlos, un consejo práctico es el de introducir unos cubos de hielo en un bolsa de plástico y cerrarla herméticamente, o bien meten al congelador alguna botella plástica pequeña para formar un hielo y después introducirlo en el producto a enfriar, en lugares de alta humedad se deberá lavar la película por espacio de un minuto antes de iniciar el proceso de revelado.

Para las tomas difíciles los expertos recurren a la calidad profesional de las películas Kodak, calidad muy apreciada por sus ventajas ante la toma más difícil desde cualquier ángulo y con esta película se encuentra una solución perfecta.

Para ofrecen un servicio profesional con la mejor calidad de mercado.

Las ventajas ante la toma más difícil son:

- Alta resolución.
- Sensibilidad mejorada.
- Calidad tonal.
- Grano extremadamente fino.
- Gran nitidez.
- Riqueza de color.
- Perfecta definición de imagen.
- Variedad de sensibilidades.

TIPS PARA FOTOGRAFIA EN EXTERIOR

- Conocen perfectamente el lugar (locación) donde se va a retratar.
- Tener localizada una "buena dirección de luz" para utilizarla como luz principal.
- Contar con áreas de sustracción como serían árboles y muros de gran altura.
- Buscar varios planos, para que el fondo se vea agradable.

- Luz y hora apropiada.

- Si se esta en época de buena luz, por la mañana la hora -- apropiada será desde las 7:00 hasta las 10:00 ó 10:30 A.M., no más tarde, ya que después de este rango tenemos el sol en el "Zenit" y está luz provoca una sombra desagradable alrededor de los ojos.

- Por la tarde después de las 4:00, siendo la luz ideal justo cuando el sol empieza a caer un poco antes de metense por completo, ya que a esta hora se considera que la luz es más cálida y muy agradable.

Al realizar fotografías en exterior, se tiene la oportunidad de hacer retratos diferentes, los cuales serán tan buenos dependiendo de la calidad para visualizar "la luz -- ideal" así como la "locación adecuada".

El consejo más importante que debe seguir el fotógrafo es la seriedad en trato con el cliente.

El respeto es primordial y además profesional el trabajo.

Queremos plantear la creación de un nuevo negocio en el campo de la fotografía donde daremos a conocer aproximadamente los gastos que se hacen para su apertura.

Se hará una investigación de mercado donde se veán los servicios que tienen más demanda.

A través de volantes y anuncios se dará publicidad al negocio con la finalidad de atraer clientela y así conocer el medio ambiente para el cual trabajamos.

Se hablará de una competencia en la que el lema será siempre el de ganar, y para lograrlo es necesario que continuamente se este perfeccionando, actualizando y capacitando.

INICIACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA

Para la apertura de un estudio fotográfico se necesita conocer el capital para comprar el equipo necesario, el alquiler del local, los materiales a utilizar y la capacitación necesaria.

PRECIO APROXIMADO

Capacitación: Curso de un año en la escuela de fotografía.	\$ 1'440'000.00 anuales.
Cámara de gran formato.	\$ 5'000'000.00
Cámara reflex 35 mm.	\$ 1'500'000.00
Accesorios para las cámaras.	\$ 1'500'000.00
Equipo de iluminación.	\$ 2'000'000.00
Ampliadora de color blanco y negro.	\$ 3'000'000.00

PRECIO APROXIMADO

Equipo y material para procesar película y papel.	\$ 5'000'000.00
Mobiliario y decoración.	\$ 1'000'000.00
Renta del local.	\$ 450'000.00 mensuales.
Material (películas, papeles, químicos, etc.)	\$ 500'000.00

C O S T O T O T A L

Capacitación	\$ 1'440'000.00
Cámara	5'000'000.00
Cámara	1'500'000.00
Accesorios	1'500'000.00
Equipo de iluminación	2'000'000.00
Ampliadora	3'000'000.00
Equipo de procesamiento	500'000.00
Mobiliario y decoración	1'000'000.00
Renta	450'000.00
Material	500'000.00
	<hr/>
	\$ 16'890'000.00

INVESTIGACION DE MERCADO

Lo importante para un fotógrafo es el cuidado y presentación de sus apunados, la notación de fotografías. Se debe motivar al cliente con exhibición de diferentes estilos de fotografía, tener directorios actualizados para mantenernos en contacto con ellos, tener impresiones en folletería para regalar y dar a conocer nuestros servicios.

Haciendo una investigación de mercado conoceremos cuáles son los servicios que tienen más demanda cuidemos detalles en nuestro estudio y procuremos estar en él, no dejan que los empleados tomen las fotografías.

El cliente paga porque lo retrate el fotógrafo y no es ético, delegar éste a los empleados.

Tengamos interés en conocer el movimiento en iglesias donde hay frecuentes bodas.

Dejemos literatura de obsequio para dar a novios, quinceañeras ó familias.

Hagamos relaciones públicas promoviendo no sólo las fotografías, sino video del banquete.

Algo que dará resultado es tomar una foto antes de la boda a los novios, para que tengan un recuerdo. En fin, hay infinidad de recursos que debemos utilizar pues en esta profesión es increíble la respuesta del público.

Algo que se recomienda en el estudio, es el contar con personal capacitado, para que la sesión de la fotografía sea ágil y profesional.

Tener una persona encargada de retoque, de maquillaje, consejos para peinados, etc. Son elementos de soporte muy importantess. Contar con una buena retocadora, diseñan un estilo de marcos según el caso, en fin, todo esto hace que nuestro trabajo sea más profesional.

La puntualidad es una cualidad que todos los fotógrafos deben tener, tanto en la sesiones como en la entrega de previas y ampliaciones.

La sección financiera debe ser manejada hábilmente con respecto a todo lo económico.

Se contará también con una tienda de marcos para todos los servicios que se requieran. Esto facilitará la presentación del trabajo, pues el cliente tiene la opción de escoger la moldura que más le guste. Se creará publicidad impresa con mejores promociones y se entregan cada día más la creatividad y el ingenio de venta también danán mejores divi dendos. Otro aspecto técnico que será de provecho es el ma terial fo to gr áf ico que cuenta ahora con una gran variedad de películas, papeles y químicos que servirán de tanta de pre sentación.

En la búsqueda de mejores programas de mercadotecnia no sólo se debe buscar atraer a nuevos clientes, pues el mantener aquellos que ya han llegado también es importante.

Según algunas estadísticas, el 91% de los clientes no satisfechos no regresan. Pero además de no regresar cuentan a otros sus quejas acerca del servicio y esto seguramente hará que posible clientela también deje de venir.

Para mantener una imagen de calidad y buen servicio, no todo debe recaer en nosotros.

Para mantener una imagen de calidad y buen servicio, no todo debe recaer en nosotros.

Debemos hacerlos saber a nuestros proveedores como laboratorios, fabricantes de marcos y de álbumes, lacas de retoque, etc.

CONOCER EL MEDIO AMBIENTE Y LA CLIENTELA

El medio ambiente es un campo de fuerzas, algunas de estas se unen y se vuelven más fuertes, otras chocan unas contra las otras, luchan o se destruyen entre sí, anarrando todo aquello que se encuentra a su paso. De alguna manera estas fuerzas impactan en la empresa influyen en sus operaciones cotidianas.

Así el medio ambiente se componen de fuerzas que pueden apoyar las operaciones y el crecimiento de la empresa, o bien, pueden en algún momento obstruir las actividades o inclusive destruir a la empresa misma.

Por ello es muy importante identificar cuales son estas fuerzas, el hacerlo permite saber que puede afectar las operaciones de la empresa, y saberlo permite a la empresa de su

medio ambiente amenazante.

Algunas de estas fuerzas amenazantes son:

El aumento de sueldo, aumento en los impuestos, creaciones de sindicatos, revaluaciones de la moneda, prohibiciones de exportación o importación, nuevas reformas fiscales, reglamentos comerciales, y otros.

Son fuerzas que podrían perjudicar a la empresa.

Anticiparse a resolver estos problemas es una labor que todo empresario debe hacer. La obligación es crear acciones que contengan la fuerza del impacto en la empresa. Tratar tecnificar su poder y es prácticamente imposible, más si se puede controlarse para que se haga el menor daño posible.

Afortunadamente no todas las fuerzas del medio ambiente son amenazantes. Existen otras al crecimiento de la empresa, y son fenómenos que ocurren en el medio ambiente empresarial tales como la quiebra un competidor, apertura de nuevos mercados, ser distribuidores exclusivos o usuarios de productos de alta calidad (por ejemplo Kodak) y otros.

La clave esta en aprovechar estas fuerzas positivas que se llaman "oportunidades", que pueden ser usadas de dos maneras, la primera es tomarla en cuanto se presenta, la segunda es investigar conocer y profundizar en el medio ambiente, -- buscando señales o indicios de futuras oportunidades, para -- que en cuanto se vislumbre su aparición, puede ser aprovechado.

Una parte importante de este medio ambiente, sobre el -- cual descansan en gran parte de los resultados de la empresa, son los clientes.

Los clientes nunca deben ser engañados, amenazados, -- coaccionados. Si bien es cierto que con tretas podremos venderles más, también es cierto que si somos honestos con -- ellos y tratamos de ayudarles en sus necesidades, podremos -- obtener magníficos resultados de ventas.

Conocen el mercado a través de los clientes, la mejor manera de conocerlos es preguntándoles acerca de sus gustos, de su preferencia, de sus necesidades, conocer a los clientes es un modo distinto de hacer negocios.

COMPETIR PARA GANAR

Normalmente todo mundo se esmera continuamente en alcanzar una meta la que bien puede ser lograr un grado académico, comprarse un automóvil, ir de vacaciones y otros. Sin embargo el hablar de negocios, todo negocio desea alcanzar el éxito, que se traduce a todo aquello que le propicie bienestar y prosperidad.

Para lograrlo, debemos prepararnos para perfeccionar las facultades, habilidades y conocimientos. De este modo, se puede lograr una posición más competitiva, ser más y mejor que los competidores.

"El secreto del éxito de un negocio es llegar a ser más competitivos", pero, ¿qué es ser más competitivo? Ser más competitivo significa tener un negocio que sea negocio. Que abra a sus horas, que se tenga personal suficiente, que siempre se tenga el producto que se necesita, que se preocupe por las necesidades de sus clientes, que su personal este perfectamente entrenado y sea capaz de enseñar y asesorar a sus clientes, tener un negocio que ofrezca otras cosas que los demás competidores no tienen, como entrega a domicilio, ventas por teléfono, ventas especiales, promociones, descuentos, capacitación, asesoría y también ¿porqué no? amistad.

Para ser más competitivo, necesita analizar que es lo que hacen los demás, buscar alternativas para ofrecer lo mismo pero en forma diferente, o si se puede, ofrecer cosas diferentes. La originalidad es parte importante de la competitividad.

Cuando un atleta de maratón va a participar en una competencia, realizará su preparación no para participar, sino que buscará ganar a todos sus competidores.

Logrará su meta siempre y cuando se entrene y capacite en resistencia y velocidad poniendo empeño, esfuerzo y constancia a sus entrenamientos, tratará de desarrollar una técnica que le permita tomar ventaja sobre los demás competidores, lo que llevará a buscar resultados sonantes al hacer cosas de modo diferente.

Así cuando logra su propósito está consiguiendo "ventaja competitiva". Sus posibilidades de ganar aumentan considerablemente. Porque se ha preparado con una sola idea -- "competir para ganar".

En los negocios hay que enamorar a la clientela para que esta venga a nuestro negocio. Una clave importante antes de empezar las ventas, es pensar en como hacer para que la gente venga a nuestra tienda. Es decir, tenemos que generar tráfico en la tienda, hay muchos modos de hacerlo, primero investigar algo que la gente le haga falta o alguna necesidad general de la comunidad, por ejemplo ahora que están tan de moda las acciones en contra de la contaminación ambiental, se puede elaborar un instructivo para combatir la contaminación, y así anunciarlo en el negocio, ofreciendo el instructivo gratuitamente a toda aquella persona que lo solicite, esa idea hace que la gente al percatarse esta oportunidad de estar informado acuda a nuestro negocio en un fuerte volumen así se genera tráfico en el negocio. Producir ideas como estas con el propósito único de que la gente vaya al negocio. Esto tiene como trasfondo que las personas en primer lugar sepan que nuestro negocio existe, estando en el negocio podrán observar lo que tenemos para comprobarlo en ocasión futura, nos da oportunidad de que la gente nos conozca personalmente y finalmente pueda necesitar en ese momento de nuestros servicios.

Otra idea que ayuda es hacer amigos antes que hacer - clientes, porque los amigos no nos recomendarán con sus amigos y así podemos hacer amigos de los amigos si hacen más - amigos ellos no necesitarán ofertas ni promociones, acudirán a nuestro negocio, se preocuparán por nuestra situación y podrán ayudarnos a superar nuestras dificultades. Recondando hacen amigos, no clientes, así ellos vendrán solitos.

IMPLEMENTACION Y CONTROL

Como ya sabemos el estudio fotográfico (FOTO REYES) es un negocio que se maneja con la ayuda de distintos laboratorios y tiendas fotográficas (FOTOMEX, KODAK MEXICANA S.A. DE C.V. Y FOTOPRODUCTOS OPTIMO).

De los cuales llegaron a surgir pequeños problemas en el proceso de revelado o impresión de las fotografías pero todas se amparaban de acuerdo al artículo 1840 del Código Civil.

Dentro del estudio fotográfico mismo detectamos otros problemas correspondientes a las tomas y procesamiento de las fotografías, así como la falta de equipo apropiado para dichas tomas.

También nos percatamos de la falta de conocimiento con respecto al maquillaje para evitar el retoque, otros problemas fueron provocados muchas veces por el cliente ya que en varias ocasiones llevan negativos y fotografías maltratadas.

Por consiguiente dimos varias alternativas de solución de las cuales rechazamos algunas por no ser indispensables o

porque podían ser sustituidas por otras que si eran necesarias.

Para poder dejar funcionando dichas alternativas de solución (factibles) fue necesario implementar una administración estratégica en la cual halla organización desarrollo y crecimiento del negocio mismo.

Para el control y buen manejo del negocio es necesario llevar a cabo todas las soluciones factibles a los problemas antes mencionados de los cuales se procurará no ocasionar otros.

Por lo tanto daremos una serie de pasos o estrategias administrativas para el buen logro y éxito del negocio.

El método empresarial que daremos a continuación es de gran importancia ya que consta de 8 puntos los cuales nos darán referencia de como debe marchar la empresa o negocio en este caso el estudio fotográfico.

El punto esencial es la buena administración del mismo.

Para lograr estas soluciones eficientes se ha creado el método de administración (estrategias de la competitividad y desarrollo empresarial), es un método de administración para empresas mexicanas y latinoamericanas.

El método consta de 8 fases que son expuestas a continuación:

1.- Diagnóstico empresarial :

Este primer punto es de los más importantes, es el pilar para el desarrollo empresarial, aquí se debe tomar una fotografía de la empresa y detener su marcha, se determina que está bien y que está mal.

Para tener mayores probabilidades de éxito se debe definir lo que realmente será el negocio. La determinación que productos y servicios se va a ofrecer.

Los negocios buenos (en este caso el estudio fotográfico) por lo tanto tienen pocos productos y clientes.

Es importante que se va vender (rollos, flashes, cámaras, álbumes, etc.).

2.- Creación de una cultura empresarial:

Relacionarnos con los clientes, los proveedores, la comunidad, y el mismo personal del estudio.

3.- Determinación de un sistema de administración:

La buena selección y aplican algún método de administración para el estudio. Porque todo negocio, para realizar sus actividades, se lleva algún método en especial, algunos son conocidos.

Entre los conocidos tenemos que existen métodos como - administración por objetivos, círculos de calidad, administración por proyectos, gerencia perspectiva, etc.

4.- Integración de los niveles gerenciales:

Es muy importante lograr integrar a los empleados del negocio.

Tener una adecuada integración entre los dueños y el personal se pondrá en una posición de crear un agradable clima organizacional para resolver todo tipo de problemas en el estudio.

5.- Diagnóstico de la gerencia:

Desarrollan un diagnóstico individual de trabajo, porque cada empleado debería determinar su propio diagnóstico e informar de ello a su jefe inmediato para que este a su vez labore el de su área y posteriormente el análisis y conclusión de estos tipos de diagnóstico, permite la integración de un plan por unidad de negocios o gerencia.

6.- Planeación del desarrollo gerencial a largo plazo:

Aquí se deberá elaborar las estrategias para cada unidad de negocios en el estudio fotográfico. Se deberá elaborar a 5 años dos tipos de estrategias a corto y largo plazo.

Los primeros 2 años se formularán estrategias con el propósito de generar competitividad es decir hacer más eficientes

te, productivo y competitivo el estudio.

Los restantes 3 años deben incluir estrategias con la firme y deliberada intención de provocar el crecimiento, expansión y desarrollo del estudio.

El propósito del negocio es triunfar (mentalidad evolucionista), y no llegar y mantenerse (mentalidad conformista).

7.- Organización e integración del plan gerencial:

El conjunto de planes por unidad de negocios, que se obtuvo en la fase previa, debe ser integrada para crear un plan único y global de la empresa.

Este plan constituirá el plan estratégico para la competitividad y desarrollo del negocio.

En el método de administración nos ayudará a hacer un plan que es cuidadoso y profundamente diseñado donde es difícil cometer errores.

8.- Aplicación, evaluación y seguimiento:

126356

*Aplicar literalmente sin error todo aquello que fue --
planeado.*

Se debe evaluar y monitorear para irse por buen camino.

*Así cada mes, trimestre y semestre vaya dando seguimiento
al avance de sus estrategias y así se lograrán buenos re-
sultados.*

C O N T E N I D O

	PAGS.
<i>INDICE</i>	8
<i>INTRODUCCION</i>	10
<i>JUSTIFICACION DEL OBJETO DE ESTUDIO</i>	12
<i>HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA</i>	14
<i>ANTECEDENTES DE LA INVENCION DE LA FOTOGRAFIA</i>	15
- <i>EQUIPO</i>	15
- <i>PRODUCTOS QUIMICOS</i>	16
- <i>EVOLUCION TECNICA DE LA FOTOGRAFIA</i>	16
- <i>EVOLUCION DE LA FOTOGRAFIA COMO MEDIO DE EXPRESION</i> ..	16
<i>UNCASO CONCRETO DE ESTUDIO</i>	17
- <i>PROPIETARIO</i>	18
- <i>EMPLEADO</i>	18
- <i>EMPLEADAS DE MOSTRADOR</i>	18
<i>EQUIPO QUE SE UTILIZA DENTRO DEL ESTUDIO</i>	19
- <i>CAMARAS</i>	19
- <i>ACCESORIOS</i>	19
- <i>MATERIAL PARA MONTAJE DE FOTOGRAFIAS</i>	20
- <i>MATERIAL PARA RETOQUE Y FOTOACABADO</i>	21
- <i>VENTAS</i>	21
<i>HORARIO DEL ESTUDIO FOTOGRAFICO</i>	22
- <i>CAMPAÑA PUBLICITARIA</i>	23
- <i>TIEMPO DE ENTREGA</i>	23

C O N T E N I D O

	PAGS.
CADENA CAUSA - EFECTO	25
* ALTERNATIVAS DE SOLUCION	39
NIVEL DE ADMINISTRACION	27
- CALCULO DEL PRECIO DE VENTA DE LAS FOTOGRAFIAS	29
NIVEL LABORAL	32
NIVEL TECNICO	33
ADMINISTRACION FISCAL	34
ESTILOS DE FOTOGRAFIA QUE SE MUESTRAN	35
LABORATORIOS	36
*PROBLEMAS EN EL DISEÑO	38
SELECCION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION	41
- TIPS PARA FOTOGRAFIA EN EXTERIOR	45
INICIACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA	48
- COSTO TOTAL	49
INVESTIGACION DE MERCADO	50
CONOCER EL MEDIO AMBIENTE Y LA CLIENTELA	53
COMPETIR PARA GANAR	56
IMPLEMENTACION Y CONTROL	60