



**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
TECNOLÓGICAS DIGITALES.
SUBSEDE HUIXTLA**

Propuesta para mejorar la competitividad de la empresa Foto Baños JR. de Huixtla
Chiapas, México.

Autor:
MATILDE CITLALI CRUZ GUILLÉN
PABLO SOLORZANO SÁNCHEZ

Tesis para obtener el título de Licenciado en Comercio Exterior

Asesor de Tesis:
LCI. ERIKA SALGADO LARA

Huixtla, Chiapas a **08** de Agosto del 2024.



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARÍA GENERAL

DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES

DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN ESCOLAR

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Lugar: Huixtla, Chiapas
Fecha: 1 de Julio de 2024

C. Pablo Solórzano Sánchez

Pasante del Programa Educativo de: Licenciatura en Comercio Exterior

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado:

Propuesta para mejorar la competitividad de la empresa Foto Baños Jr. de Huixtla, Chiapas

En la modalidad de: Tesis Profesional

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su Examen Profesional.

ATENTAMENTE

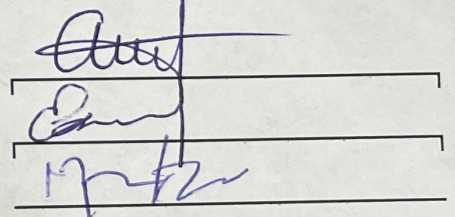
Revisores

Mtra. Andrea Zamora Leal

Mtra. Erika Salgado Lara

Mtra. Marcela López Trujillo

Firmas:



Ccp. Expediente

Agradecimientos

A Dios

Dedico este proyecto de investigación primeramente a DIOS, por la vida, salud, y que con su bendición pude terminar este trabajo.

A mi Esposa

Dedico también este proyecto a mi querida esposa Gabriela, que es mi amiga y compañera agradeciéndole la motivación y el apoyo que me brindo en los años de mi carrera, por ser el pilar que me ayuda a mantenerme firme ante cualquier adversidad y perseguir mis sueños hasta lograrlos.

A mis padres

Por darme la vida, por sus consejos, por su amor y comprensión

A mi tutora de tesis L.C.I. Erika salgado Lara.

Por su tiempo, dedicación, tiempo, conocimiento y paciencia. Que me tuvo durante este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Oficio de Autorización	2
Agradecimientos	3
Índice de Gráficas	5
Índice de Figuras	6
INTRODUCCIÓN.....	7
1. Planteamiento del problema	9
1.1 Justificación	10
1.2 Objetivo general:.....	11
1.3 Objetivos específicos	11
1.4 Hipótesis	11
2. MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Antecedentes de la empresa Foto Baños JR.....	13
2.2 Algunas de las Cámaras con las que cuenta la empresa foto Baños JR.....	15
2.3 ¿Qué es un estudio fotográfico?.....	17
2.4 Los elementos y materiales de un estudio fotográfico.....	18
2.5 Las mejores tecnologías en cámaras fotográficas para profesionales.....	22
2.6 Las tendencias fotográficas que están transformando el 2023.....	24
2.7 Las cinco mejores impresoras fotográficas profesionales del 2023.....	25
2.7.1 Epson Expression Photo HD XP-970.....	25
2.7.2 Canon Pixma 8747B002-Impresora <i>fotográfica</i> profesional.....	27
2.7.3 Epson Multifuncional Fotográfico Ecotank L805.....	28
2.7.4 Canon Pixma G3110.....	29
2.7.5 <i>Brother DCPT420W</i>	30
2.8 Cosas importantes que debes tener en cuenta antes de comprar una impresora fotográfica.....	32
2.9 Competitividad en las PYME	33
2.9.1 La calidad y su relación con la competitividad en las PYME	34
3. METODOLOGÍA	37
3.1 La Muestra	38
3.2 Tipo de investigación.....	50
3.3 Entrevista	51
3.4 Encuesta.....	53
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	56

4.1	Técnica de recolección de información	56
4.2	Interpretación de resultados	64
5.	CONCLUSIONES	68
5.1	Conclusiones	68
5.2	Propuestas y Recomendaciones	69
	Anexos	71
	Bibliografía	72

Índice de Gráficas

Gráfica 1	Resultados de la encuesta sobre la pregunta Genero.	59
Gráfica 2	Resultados de la encuesta ¿Usted ha contratado algún estudio fotográfico?.....	59
Gráfica 3	Resultados de la encuesta ¿Cuál de estos estudios fotográficos conoces?	60
Gráfica 4	Resultados de la encuesta ¿Para qué eventos buscas un estudio fotográfico?.....	60
Gráfica 5	Resultados de la encuesta ¿Cuándo fue la ultima vez que utilizo los servicios de un estudio fotográfico?	61
Gráfica 6	Resultados de la encuesta, Al decir estudio fotográfico ¿En qué piensas?.....	61
Gráfica 7	Resultados de la encuesta ¿Cuáles son los problemas que has encontrado en un estudio fotográfico?.....	62
Gráfica 8	Resultados de la encuesta ¿Qué busca al momento de con tratar un estudio fotográfico?.....	62
Gráfica 9	Resultados de la encuesta ¿Usted toma en cuenta la atención al cliente?	63
Gráfica 10	Resultados de la encuesta ¿Considera que los avances tecnológicos son buenos para una buena fotografía?	63

Índice de Figuras

Figura 1 La Empresa Foto Baños Jr	14
Figura 2 Cámara fotográfica Olympia DI 2000.....	15
Figura 3 Cámara fotográfica canon	16
Figura 4 Video cámara Canon A60	16
Figura 5 Espacio para un estudio fotográfico	18
Figura 6 Estudio fotográfico.....	19
Figura 7 Reflectores.....	20
Figura 8 Tipos de pantallas reflectoras	21
Figura 9 Impresora Epson Expression Photo.....	26
Figura 10 Impresora Canon Pixma.....	27
Figura 11 Impresora.....	28
Figura 12 Impresora cannon Pixma.....	30
Figura 13 Impresora Brother	31
Figura 14 Fotografía de la empresa Foto Baños JR.....	71

INTRODUCCIÓN

Durante el paso del tiempo el comercio ha evolucionado y vender es más que una competencia, las grandes empresas siempre están en constante actualización, y desarrollando nuevas estrategias de ventas día con día, no obstante, también surgen de las necesidades del cliente abrirse paso a otras innovaciones para generar ganancias. Si hablamos de mercado competitivo, serian aquellas empresas que están en constante innovación y que a su vez se preocupa por lo que el cliente quiere.

En esta investigación surge de los conocimientos de acuerdo a la carrera de Comercio Exterior de crear una propuesta donde se hablará sobre la empresa Foto Baños JR. Quienes ya tienen muchos años en el mercado de la fotografía, debido a que un integrante de la familia empezó este trabajo como una forma de generar ingresos, y que con el paso del tiempo paso de generación en generación. Sin embargo, la empresa está comercializando como en un principio, con los mismos modelos de marcos, con las mismas tecnologías, y las mismas publicaciones hacia el mercado, no ha habido avances en el nuevo mercado. Ante todo, esto ha generado clientes insatisfechos. Debido a esto son la razón de esta investigación, se realiza una propuesta en la cual se plantea para la empresa Foto Baños Jr. será parte de un proceso, como también con lleva el estudio de sus materiales tecnológicos, con estos abrirán paso para su crecimiento económico.

Como también abarcaremos los antecedentes de la empresa Foto Baños JR., y podremos ver su misión y visión de ella misma, no obstante, conoceremos un poco sobre esta empresa. Sin duda alguna también hablaremos sobre que es un estudio fotográfico, materiales y elementos que lleva un estudio fotográfico, tecnologías usadas para una buena calidad en la fotografía las innovaciones que se le puedan dar para la mejor atención al cliente.

CAPÍTULO I.

1. Planteamiento del problema

Actualmente en Huixtla, Chiapas México, existen diversas empresas dedicadas a la fotografía las cuales, con la nueva tecnología, han tenido grandes avances y se han destacado por la calidad de imagen y la rapidez que tienen para entregar sus productos, además de contar con personal altamente capacitado para realizar ediciones fotográficas.

Planteamos en este caso a la empresa Foto Baños Jr. Es una empresa también dedicada a la fotografía, que lleva muchos años en el mercado, sin embargo, la principal problemática, que no ha apostado en los nuevos avances hacia la tecnología de su equipo de trabajo para mejorar sus productos, dicho esto la empresa requiere de una propuesta para mejorar su desempeño y competitividad en el mercado, así sobre salir ante su competencia.

Los pequeños inconvenientes que tiene la empresa hacen que no esté a la altura de las demás y que con el paso del tiempo ha venido bajando sus ventas, sin darse cuenta que el motivo ha sido quedarse estancada y no optar por la innovación. Por no tener un conocimiento administrativo que guíe a la empresa a mejorar y poder expandir su mercado, ya que no solo se está viendo afectada por sus herramientas si no por su falta de estrategias promoción, lo que está provocando que estén quedando atrás de la competencia que cuentan con los mejores equipos tecnológicos y mejores campañas publicitarias.

1.1 Justificación

La investigación que se realizara es una propuesta para mejorar la competitividad de la empresa Foto Baños Jr. De Huixtla Chiapas, ya que este es un estudio fotográfico que lleva 22 años en el mercado, fue una de las primeras empresas en dedicarse a la fotografía en Huixtla, y es una empresa muy reconocida debido a sus precios y calidad de sus productos.

Sin duda alguna la competencia incrementó con el paso del tiempo, y la toma de fotos ha ido evolucionando debido a los avances tecnológicos, ya que esto ha desarrollado nuevas cámaras fotográficas y más herramientas de trabajo, lo que implica que los fotógrafos tienen que capacitarse para poder realizar una variedad de servicios con calidad, por esta misma razón han creado nuevos estudios fotográficos en Huixtla que son actualizados y cuentan con lo último en tecnología, además tienen buena imagen ante el público, lo que ha hecho que sean reconocidos en Huixtla aun que tengan poco tiempo en el mercado.

Actualmente esta misma empresa sigue laborando como de costumbre, pero por la misma costumbre no ha sabido como innovarse; la creatividad que ha tenido ante la competencia no ha sido de gran ayuda, para que esta pueda progresar y los aspectos físicos que tiene la empresa no han sido de buena impresión. No obstante, los nuevos mercados, los avances tecnológicos son la evolución para estas nuevas generaciones y que la tecnología es lo más novedoso que hay en la actualidad.

Por esta misma razón sabemos que la empresa foto Baños Jr. aún tiene mucho potencial para que esta crezca más y siga en el mercado, lo único que necesita es apoyo profesional que la ayuden a identificar sus principales debilidades, por lo que nosotros como futuros licenciados en comercio exterior y teniendo conocimientos acerca de la comercialización nos aseguraremos de crear propuestas para mejorar a la empresa.

Objetivos

1.2 Objetivo general:

Diseñar una propuesta de mejora de equipo y herramientas tecnológicas para la empresa Foto Baños, Jr. que se ubica en Huixtla, Chiapas, para su buen desarrollo ante el mercado y que sobre salga ante la competitividad del mercado de la fotografía y logre el incremento de sus ventas.

1.3 Objetivos específicos

- Identificar cuáles son las herramientas y equipo con el que cuenta Foto Baños Jr.
- Dar a conocer cuáles son las herramientas y equipos innovadores necesarios para obtener productos de calidad y competitivos.
- Determinar qué características deberá tener el estudio fotográfico, para que sea útil al mercado.

1.4 Hipótesis

Demostrar que el uso de herramientas y equipos innovadores, lograra que la empresa sea más competitiva y por lo tanto genere más ventas.

CAPÍTULO

2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la empresa Foto Baños JR.

La empresa Foto Baños Jr., dedicada a la fotografía, nació en la ciudad de Huixtla Chiapas el 30 de enero del 2001, con la iniciativa del señor Juan Sánchez Aguilar, y más adelante su hijo, Juan Luis Sánchez Gómez, el cual continuaría el legado. Al principio empezaron tomando fotos infantiles y para credenciales, hasta que un pariente cercano les sugirió enmarcar cuadros de fotografía, mismos que retratarían momentos y eventos especiales, y vender por paquetes. Este pariente les propuso a Juan Sánchez Aguilar y a su hijo que compraran el material y el pondría la herramienta y la mano de obra.

Transcurrido los años, Juan Sánchez Aguilar fallece, y con experiencia adquirida, su hijo Juan Luis se independiza de su pariente formando una empresa familiar, y esmerándose en cada uno de sus trabajos, consiguió prestigio que tanto anhelaba. Fue entonces que además de lo básico en un estudio de fotografía, decidió dar un plus ofreciendo al público filmaciones de bodas, XV años, cumpleaños, graduaciones, y todo aquel evento que el cliente decidiera dejar plasmado en una cinta de video.

Con dinero ahorrado, producto de años de labor, también compró sus propias máquinas especiales para elaborar marcos y bastidores, y amplió la gama de Equipo de edición de fotografía y video con lo mejor en computadoras, cámaras fotográficas, cámaras de video, impresoras, caladoras, sierra cinta y pinturas especiales.

Hoy, Juan Luis Sánchez Gómez se encuentra reunido con su padre, y el legado de la fotografía fue tomado por su esposa, la Sra. Ruby Anel Mejía Beltrán. Su misión es la de brindar al público la mejor calidad de servicio y, además, ha creado empleos para los jóvenes. *De acuerdo con (Sra. Mejía Beltrán) propietaria.*

Ubicación geográfica

La Empresa Foto Baños Jr.” se encuentra ubicado en calle Francisco I Madero Oriente No. 3 con horarios de atención de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 8:00 p.m., sábados de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. y domingos de 9:30 a.m. a 1:00 p.m. Teléfonos: 964 642 3215 / 964 100 06 49.

Figura 1

Imagen de la Empresa Foto Baños Jr.



Nota. *Captura de la imagen de la empresa foto Baños JR. del año 2013. Tomado de (google, 2013)*

La misión y la visión con la que cuenta la empresa Foto Baños Jr.

Misión

Idear y ejecutar apropiadamente la prestación de servicios de fotografía y video conveniente para cada tipo de acontecimiento, vigilando cada detalle y suplir así las necesidades de nuestros clientes, siempre garantizando la mejor calidad, al mejor precio y con el profesionalismo que nos define.

Visión

Ser una empresa líder en la industria de la fotografía y video para eventos sociales, preservando los más altos estándares de calidad, innovando siempre nuestro producto, correspondiendo a las necesidades de nuestros clientes.

De acuerdo con (Sra. Mejía Beltrán) propietaria.

2.2 Algunas de las Cámaras con las que cuenta la empresa foto Baños JR.

Estas son algunas de las cámaras con las que cuenta la empresa Foto Baños Jr.

Figura 2

Cámara fotográfica Olympia DI 2000



Nota: imagen de la cámara fotográfica que utiliza la empresa foto baños JR. *cortesía por parte de la propietaria (Sra. Rubí Anel)*

La empresa Foto Baños Jr. la utiliza para sacar fotografías para tramites, ya sean fotos infantiles, para credencial, fotos para papelería de certificados, etc.

Figura 3

Cámara fotográfica canon



Nota: cámara fotográfica canon D850 Tomado de (Molina, 2021)

Esta video cámara la usan para tomar videos, ya sean de XV años, bodas, clausuras, etc.

Figura 4

Video cámara Canon A60



Nota: imagen de la video cámara Canon A60 Tomado de (Audiovisual, 2012).

2.3 ¿Qué es un estudio fotográfico?

En este punto aclararemos lo que es un estudio fotográfico, dado que es importante conocer de lo que se está hablando en este tema.

Un estudio de fotografía (no, no es estudiar mucho sobre fotos) es un espacio de trabajo en el que se desarrollan diversas actividades relacionadas con la fotografía. Para esto, se acondiciona con todos los implementos necesarios para ejercer labores fotográficas, como la impresión o duplicación de fotografías. (Hanss, 2021)

¿Cómo funciona un estudio fotográfico?

Debes saber que el estudio de fotografía funciona de forma similar a como lo haría un estudio artístico, con la salvedad de que en el primero puedes realizar actividades como las siguientes:

- La toma de fotografías.
- La impresión y duplicación fotográfica.
- El entrenamiento fotográfico.
- La exhibición.

Para abarcar estas actividades, el estudio de fotografía suele estar dividido en los siguientes ambientes:

- Una habitación oscura.
- Un espacio de almacenamiento.
- El estudio como tal (en el que son tomadas las fotografías).
- La sala de exhibición.
- Ambiente para actividades asociadas con la fotografía.

(Hanss, 2021)

2.4 Los elementos y materiales de un estudio fotográfico.

En este tema se podrán observar los elementos y materiales que se requieren para un estudio fotográfico debido a que esto es importante que tiene estar actualizado y tener las herramientas necesarias para que la fotografía se tome con la mejor calidad.

Para muchos tipos de fotografía como la de moda y la de producto, es necesario trabajar en un estudio fotográfico. En la mayoría de ciudades existen estudios que ofrecen todos los elementos que un fotógrafo necesita. Pero también, si es que quieres dedicarte de lleno a hacer fotografías dentro de un espacio cerrado, quizás sería mejor que optes por montar uno propio.

Bueno, ya sea que quieras montar un estudio o rentes uno, es bueno que sepas que éste debe tener ciertos elementos de un estudio fotográfico para que puedas hacer buenas fotos. Aquí te mostraremos qué componentes son esos, así podrás optar por elegir todos o los que te parezcan más necesarios. Recuerda que la belleza de la foto depende más del fotógrafo y no tanto de los demás accesorios, aunque sí son muy necesarios.

- ❖ El estudio fotográfico debe ser un espacio amplio y libre.

Figura 5

Espacio para un estudio fotográfico



Nota: Espacio que puede tener un estudio Fotográfico, Tomado de (Figuroa, 2023)

En primer lugar, antes de nombrar los accesorios fotográficos, tenemos que hablar del lugar donde

se monta el estudio fotográfico. Éste debe ser grande y cómodo para que puedas hacer cualquier tipo de foto y que haya espacio para adaptar todo el equipo de luces y demás. Incluso si sólo se hará fotografía de producto, es mejor que sobre espacio a que falte.

También, es muy importante que este lugar tenga el techo alto para poder colocar sombrillas, trípodes, luces, etc. Igual de importancia se le debe dar al color de las paredes, ésta debe estar pintada de blanco, ya sea todo o sólo una pared. Y se recomienda que esta pared, la cual servirá como fondo para las fotos, tenga una terminación curva.

- ❖ Ten unas buenas luces para estudio fotográfico, con las que lograrás grandes fotos.

Figura 6

Estudio fotográfico



Nota: Ejemplo de la iluminación de un estudio fotográfico. Tomado de (Figuroa, 2023)

Las luces para un estudio fotográfico son básicas para la iluminación fotográfica. Existen varios tipos y puedes elegir la que más te parezca, algunas de ellas calientan mucho por lo que debes estar muy atento y manipularlas cuando se enfríen. Pero también tienes la opción de usar luces LED, éstas no calientan y son muy prácticas.

Figura 7

Reflectores



Nota: *Ejemplo de los reflectores que tiene un estudio fotográfico.* Tomado de (Figuroa, 2023)

- ❖ Utiliza un flash para el estudio fotográfico y colócalo en tu cámara de fotos.

Tener un flash para el estudio fotográfico incorporado a tu cámara fotográfica es fundamental para que las tomas salgan bien iluminadas. Pero no es suficiente para las fotos dentro de un espacio cerrado, menos para hacer tomas profesionales de producto.

- ❖ El kit de flash de estudio fotográfico, cuenta con una potencia muy superior.

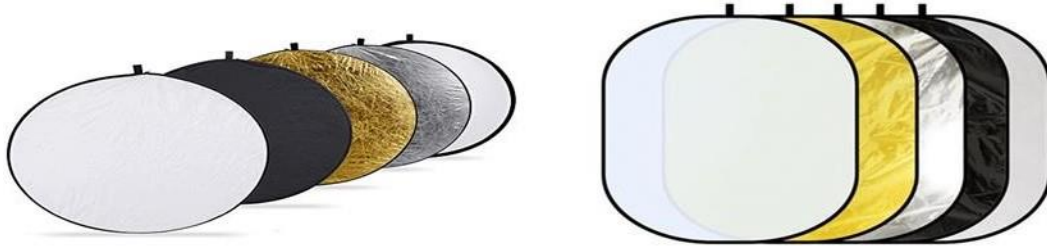
Este tipo de kit de flashes de estudio fotográfico profesionales cuentan con una potencia muy superior a otro tipo de flash, ya que incluso puedes usarlos en un ambiente totalmente oscuro. Para sacarle mayor partido a estos elementos, podemos unirlos a otros accesorios como difusores, anillos, filtros, etc.

- ❖ Pantallas reflectoras en el estudio de fotografía sirve ayudar a controlar la iluminación de una foto.

Las pantallas reflectoras en el estudio de fotografía se utilizan para poder controlar la luz y sus reflejos. Existen varios tipos y modelos: las blancas para dispersar la luz, las doradas o cálidas, las plateadas, etc...todas ellas tienen su propia función.

Figura 8

Tipos de pantallas reflectoras



Nota: *Estos son algunos modelos de pantallas reflectoras para tomar fotografías.* Tomado de (Figueroa, 2023)

- ❖ Sombrilla para estudio fotográfico, ideal para rebotar la luz del flash.

La sombrilla para estudio fotográfico sirve para rebotar la luz del flash, así la luz que llega es más suave; esto también depende de la distancia donde se coloca este pequeño paraguas.

- ❖ Trípode para estudio fotográfico, uno de los elementos fotográficos más básicos.

Un buen espacio de fotografía sí o sí tiene que tener más de un trípode para estudio fotográfico, ya que éste no sólo se utiliza para sostener la cámara, sino también las luces y flashes.

Algunos modelos soportan más peso que otros, así que antes de comprarlos, debes averiguar cuál o cuáles serán de mayor utilidad para el tipo de fotos que harás.

- ❖ Fotómetro en el estudio fotográfico es esencial para poder medir correctamente la luz del lugar.

Tener un fotómetro en el estudio fotográfico, también es básico para lograr una iluminación correcta. Este artículo te ayudará a controlar la exposición de tus fotos. Esto sería lo básico que se necesita para montar un estudio de fotos, ya después se podrían ir adquiriendo más y más elementos como un disparador, más luces, etc. Tomado de (Figueroa, 2023).

2.5 Las mejores tecnologías en cámaras fotográficas para profesionales

Destacaremos algunas de las mejores cámaras que hay en estos últimos años, y que por su actualización son las más apropiadas para una buena imagen.

Los fabricantes de cámaras DSLR que dominan el mercado son Canon y Nikon, aunque también puedes encontrar opciones de buena calidad de Pentax y otras marcas.

Nikon D780 (La mejor DSLR)

Es una DSLR que puede con, prácticamente todo.

- Nikon D780

Una cámara completa con un desempeño sólido en todos los aspectos. Para aquellos aficionados que quieren una cámara potente que pueda hacer muchas cosas.

La D780 no solo es la DSLR más nueva de Nikon; también es la más refinada. Sustituyó a la increíblemente popular D750 (de 2014) y utiliza un sensor full-frame de 24 megapíxeles. Aunque la resolución es la misma que en la D750, la D780 es capaz de alcanzar un ISO de 51,200.

La D780 puede considerarse la versión DSLR de la Nikon Z 6 sin espejo. Esta es la primera DSLR que incorpora autoenfoco por detección de fase en el chip, dándole un buen desempeño tanto con visualización en vivo como al hacer video. El enfoque automático de ojos es particularmente impresionante. Y a diferencia de la Z 6, la D780 incluye dos ranuras para tarjetas de memoria SD. A través del visor, la D780 utiliza el mismo sistema de autoenfoco de 51 puntos de la D750, pero ha sido actualizado con el algoritmo de enfoque automático de la cámara insignia D5 que le da mayor precisión. Y aunque no fue creada específicamente para hacer foto deportiva, la D780 hace una gran labor en este campo, capturando hasta 7 fotogramas por segundo. Si cambias a la visualización en vivo tendrás 12 fotogramas por segundo con el disparador electrónico.

Si la comparamos con las cámaras sin espejo (y con la mayoría de las otras DSLR), la D780 tiene una batería maratónica. Puede trabajar todo el día, produciendo 2,260 disparos por carga, el mejor desempeño que hemos visto. Claro, no todo el mundo necesita esa potencia, pero es una característica muy útil para aquellos que sí, como los fotógrafos de bodas.

El video es otro punto fuerte de la D780. No solo tiene calidad 4K, sino que también ofrece salida

de 10 bits a través de HDMI para grabar en un dispositivo externo. Eso, combinado con el perfil de color plano N-Log de Nikon, la hace apropiada para el uso profesional. Esta es la primera DSLR Nikon con estas características y, por lo tanto, su mejor DSLR para video. La pantalla LCD gira hacia arriba y abajo para poder hacer tomas desde diferentes ángulos.

- Canon EOS 5D Mark IV (La mejor DSLR Canon)

Esta cámara versátil de fotograma completo ofrece un enfoque automático rápido y 4K.

Canon 5D Mark IV

Las cámaras de fotograma completo, o full-frame, tienden a estar bien construidas en todos sus componentes, y hay muchas opciones excelentes, pero la EOS 5D Mark IV de Canon es una de nuestras favoritas. Por su precio, presenta una gran cantidad de la última tecnología de Canon, dentro de un cuerpo de cámara que no es mucho más grande que las cámaras DSLR APS-C de gama alta, lo cual es ideal para los fotógrafos de deportes o actividades de rápido movimiento, que necesitan correr o llevar varias cámaras consigo. En nuestras manos, la cámara se sintió cómoda de sostener, especialmente durante un día completo de filmación, desde la mañana hasta la noche. La 5D Mark IV es una cámara de fotograma completo que atraerá a los profesionales y entusiastas, en particular a aquellos que se adentran en full-frame por primera vez.

Además de un sensor full-frame de 30 megapíxeles recientemente desarrollado, y el último procesador de imágenes (Digic 6+), la 5D Mark IV utiliza un sistema de enfoque automático de 61 puntos y el sistema AF de doble píxel de Canon, que proporciona un enfoque automático rápido cuando se encuentra en el modo de visualización en vivo. La cámara también presenta Dual Pixel RAW, que permite corregir los errores de enfoque. Incluso cuando la probamos en la tenue oscuridad del amanecer y anochecer, vimos que el enfoque automático era rápido y preciso. La cámara también tiene un disparo continuo más rápido, a 7 fps (sin límite cuando se usa JPEG), y es el primer modelo de la serie 5D que incluye Wi-Fi / NFC y GPS. Las ranuras para tarjetas dobles (CompactFlash y SD) permiten guardar las imágenes en formato RAW en uno, y JPEG a otro, simultáneamente.

La cámara 5D Mark II hizo más popular la tendencia del cine DSLR. Aunque la serie 5D ya no es el portador estándar, Canon llevó la captura de video 4K a la 5D Mark IV. La cámara graba videos muy buenos, particularmente a Full HD 1080 a 60 fps, pero el video 4K está recortado y la cámara no admite salidas 4K a través de HDMI, por lo que los videógrafos podrían encontrar la limitación 5D Mark IV para un flujo de trabajo 4K.

La última 5D de Canon es una cámara estelar y versátil de fotograma completo que se adaptará a muchos fotógrafos, ya sea en movimiento o en el estudio. Si bien tiene algunas desventajas en el video, es una cámara fuerte para videografía. Si estás buscando una cámara con una velocidad de ráfaga más rápida, deberías considerar la Canon EOS-1D X Mark II o la Nikon D5. Para imágenes fijas de alta resolución, la Canon EOS 5DS es más adecuada para el trabajos de retrato y fotografías de estudio, pero para todo lo demás, la 5D Mark IV es nuestra elección.

Tomado de (ORELLANA, 2021)

2.6 Las tendencias fotográficas que están transformando el 2023

Ante la poca innovación que tiene la empresa Foto Baños JR, de alguna manera hace que afecte los ingresos que esta tiene, por eso mismo debe de estar en constantemente informados de las nuevas tendencias que sale en el mercado, para no quedar en un sistema antiguado.

Según el estudio Visual Networking Index de Cisco, este año el tráfico de imágenes fijas y videos en redes sociales representa el 90% del tráfico total de Internet a nivel mundial. Esto sugiere que la fotografía está siendo una forma importante de comunicación y expresión en el mundo digital desde los últimos años.

Ante esto, es importante conocer cuáles son las tendencias que están transformando el 2023. A continuación, Salem McBunny, artista mexicano que ha llevado su arte a países como Paris, Milán y Nueva York, nos presenta las tendencias que están y terminarán liderando este año.

- **Fotografía minimalista:** Esta tendencia fomenta la exploración de la belleza en la simplicidad y la atención a los detalles más sutiles. Con un enfoque en la composición y el uso inteligente del espacio negativo. Los fotógrafos minimalistas crean imágenes que transmiten

calma, armonía y una estética limpia y elegante.

- **Fotografía documental:** Con imágenes poderosas y emotivas que generen conciencia y provoquen cambios significativos (en temas sociales y políticos), los fotógrafos documentales se sumergen en diversas realidades, capturando imágenes que narran historias impactantes y provocan una reflexión profunda sobre la condición humana y los desafíos que enfrentamos como sociedad.

- **Fotografía surrealista:** Este es un enfoque creativo que busca fusionar elementos aparentemente inconexos, para crear imágenes que desafían la lógica y la razón. Esta técnica combina lo ordinario y lo extraordinario, lo real y lo imaginario, creando composiciones visuales que despiertan la curiosidad y la reflexión. Además, una de las características distintivas de la fotografía surrealista es su capacidad para generar múltiples interpretaciones y significados.

“El objetivo de la fotografía es crear imágenes que plasmen la incógnita y hermosura que genera la vida, y eso transmitirlo al espectador. La idea de estar siempre a la vanguardia con las tendencias en la fotografía es continuar conectando ideas con el público con las nuevas técnicas que van surgiendo a lo largo del tiempo”, comentó Salem McBunny. Tomado de (Copyright, 2023)

2.7 Las cinco mejores impresoras fotográficas profesionales del 2023

En este tema encontraras las mejores impresoras fotográficas, que serán de mucha utilidad, para una buena calidad en fotografías. Todas con diferentes características, que ayudan a elegir mejor. A continuación, tienes mi lista con las impresoras fotográficas de inyección de tinta mejor valoradas en el mercado.

2.7.1 Epson Expression Photo HD XP-970.

La impresora Epson Expression Photo HD XP-970, te proporciona una alta calidad en la impresión de tus fotografías. Es una impresora muy versátil, puedes utilizar su bandeja frontal para imprimir en papel de tamaños hasta A4 y en la bandeja trasera con papel de tamaño A3 y de mayores grosores. También imprime a doble cara y en DVD y CD.

Puedes imprimir de forma inalámbrica con conexión de red, o sin ella a través de Wi-Fi. También

puedes imprimir directamente desde tu Smartphone o tus dispositivos móviles.

Figura 9

Impresora Epson Expression Photo.



Nota: Imagen *Epson Expression Photo HD XP-970*. Tomada de (Ana, 2023).

Si te gusta ser creativo, cuenta con una aplicación propia de Epson (Epson Creative Print) con la que puedes imprimir directamente desde Facebook, crear tarjetas de felicitación, convertir fotos en libros para colorear y puedes imprimir enviando archivos por correo electrónico directamente a la impresora desde prácticamente cualquier lugar del mundo. Tomado de (Ana, 2023).

Lo mejor

- Buena calidad.
- Impresión en tamaños grandes.

Lo peor

- Tinta menos económica ya que utiliza cartuchos.

2.7.2 Canon Pixma 8747B002-Impresora *fotográfica* profesional.

La impresora Canon Pixma 8747B002 es una impresora profesional con una alta calidad de impresión de fotos e imágenes, ya que ha sido diseñada con ese fin. Si eres un profesional de la fotografía o te gusta imprimir tus fotos con una alta definición, esta impresora es una opción perfecta para ti.

Cuenta con dos bandejas de papel, una trasera para utilizar papeles de Arte y fotografía, y una bandeja manual para papeles más gruesos. Puedes introducir cinco colores distintos y tiene una calidad superior a la hora de imprimir en blanco y negro.

Figura 10

Impresora Canon Pixma



Nota: Canon Pixma 8747B002-Impresora fotográfica profesional. Tomada de (Ana, 2023)

Esta impresora es de un tamaño grande, en comparación con las impresoras de inyección de tinta habituales, lo que te proporciona la posibilidad de imprimir fotos de grandes dimensiones, en este caso hasta 13"x19" (33x48 cm aprox.).

Con esta impresora tienes la posibilidad de imprimir directamente desde tu cámara digital, desde una videocámara DV, desde tu Smartphone o desde una memoria USB.

No necesitas un driver para imprimir desde dispositivos Apple, ya sean fotos, correos electrónicos o documentos.

Cuenta con el software Print Studio Pro, especial para los fotógrafos profesionales para facilitar la impresión de fotos de alta calidad desde las principales aplicaciones de edición de fotos.

- Calidad profesional.
- Puede Imprimir en grandes tamaños.

Lo peor

- Tinta cara.
- No cuenta con pantalla que facilite su manejo.
- Grandes dimensiones, ocupa bastante espacio.

2.7.3 Epson Multifuncional Fotográfico Ecotank L805.

La impresora Epson Multifuncional Fotográfico Ecotank L805 cuenta con unos tanques de tinta recargables en vez de cartuchos de tinta, con los que puedes conseguir un ahorro significativo, ya que tienes que tener en cuenta que para imprimir fotos o imágenes se necesita mayor cantidad de tinta. Es multifuncional, por lo que te da la versatilidad de además de imprimir, fotocopiar y escanear.

Figura 11

Impresora



Nota: Epson Multifuncional Fotográfico Ecotank L805. Tomada de (Ana, 2023).

En el caso de la Epson Multifuncional Fotográfico Ecotank L805 cuenta con seis tanques de tinta, de los cuales cinco son de color y uno es negro, estos tanques puedes proporcionar tinta para la impresión de hasta aproximadamente 1900 fotos de 10x15cm, luego está indicado, sobretodo, para profesionales con volúmenes grande de impresión, ya sean fotógrafos, negocios o estudios que

necesitan una calidad alta de impresión en las imágenes, siendo muy versátil para todos tus proyectos profesionales fotografías, bocetos, catálogos, gráficas, CDs/DVDs.

Imprime directamente desde tu cámara de fotos digital o desde tu tarjeta de memoria sin necesidad de computadora. Es muy rápida puede imprimir fotos en 10x15cm en 12 segundos. Tamaño mayor que imprime es A4.

Lo mejor

- Consumo de tinta más económico.
- Velocidad de impresión alta.

Lo peor

- No tiene conexión Wi-Fi.

2.7.4 Canon Pixma G3110.

Esta impresora tiene una buena calidad en la impresión de fotos e imágenes pero no llega a la calidad tan alta de las anteriores, se podría decir que es, más bien, semiprofesional. Es de un tamaño más pequeño, ideal tanto para casa como para la oficina, siempre que no tengas que imprimir grandes volúmenes de documentos. Por otro lado, la impresora Canon Pixma G3110 es una impresora muy asequible si no te quieres gastar mucho dinero.

Si buscas más creatividad, tiene filtros de animación para imprimir y también imprime escenas de video.

Tiene las mismas características básicas que la mayoría, es multifuncional, es inalámbrica y la puedes utilizar desde tus dispositivos móviles.

Figura 12

Impresora cannon Pixma



Nota: *Canon Pixma G3110*. Tomada de (Ana, 2023)

Cuenta con un tubo hermético que evita que la tinta se seque cuando la impresora no está en uso. Los sobres y el papel de alta resolución no son compatibles con la impresión sin bordes.

Es de inyección de tinta pero no lleva cartuchos sino tanques de tinta (6000 paginas en negro y 7000 a color), lo cual te puede suponer un ahorro importante en el consumo de tinta.

Lo mejor

- Buena relación calidad/precio.
- Imprime en modo silencioso.

Lo peor

- Calidad de impresión de fotos ajustada.
- La instalación es un poco compleja sino estás acostumbrado a ello.
-

2.7.5 *Brother DCPT420W*.

Esta impresora, al igual que la anterior, tiene una buena calidad en la impresión de fotos e imágenes pero no tanto como las tres primeras, pero puede ser una buena opción si necesitas imprimir documentos con imágenes que sean nítidas y de buena calidad.

Al igual que las EPSON ecotank, en la Brother DCPT420W la tinta se introduce en unos tanques incorporados en la impresora (con rendimiento de 13000 páginas en negro (con cartucho de alto rendimiento) y 5000 paginas a color).

Figura 13

Impresora Brother



Nota: Brother DCPT420W. Tomado de (Ana, 2023).

También es multifuncional, inalámbrica y se puede accionar desde tus dispositivos móviles. Es recomendable usarla al menos una vez por semana para que no se sequen los cabezales.

Tiene la función N en 1 con la que puedes copiar varias páginas y combinarlas en una sola, si te es útil esta función, puede suponer un ahorro de papel considerable.

Lo mejor

- Buena velocidad de impresión.
- Buena calidad en impresión de imágenes y fotos.

Lo peor

- A veces colores un poco opacos.
- No tiene ningún sistema para que no se sequen los cabezales.

2.8 Cosas importantes que debes tener en cuenta antes de comprar una impresora fotográfica.

Es importante que leas las recomendaciones que te dejo a continuación, pueden ser decisivas a la hora de hacer una buena compra.

Tipo de impresora: lo primero que tienes que decidir es si quieres una impresora portátil que solamente imprime fotografías, pero que te da la opción de imprimir desde cualquier sitio y en cualquier momento, o si quieres una impresora mas profesional, en cuyo caso sería de inyección de tinta, que hoy en día son las que mejor calidad te dan y que además te sirve para realizar otro tipo de impresiones.

Tamaño de impresión: el tamaño de las fotos que vas a imprimir es algo importante que tienes que tener en cuenta, por tanto tienes que saber que tamaños máximos y mínimos necesitas y comprobar los tamaños de fotografía para los que está diseñada la impresora.

Calidad de imagen o resolución: si quieres darle un uso profesional tendrás que buscar una impresora profesional y cuanto mejor calidad necesites o quieras, mejor será la impresora y más cara, con lo cual el grado de calidad y resolución que necesitas es un parámetro muy importante que tienes que valorar.

Conectividad: es una de las cosas que debes tener en cuenta, si se puede imprimir directamente desde tu Smartphone, desde tu cámara de fotos digitales, desde tu tarjeta de memoria, desde una memoria USB o si tiene conectividad via Wi-Fi. La conectividad es muy importante hoy en día porque te ahorra tiempo y esfuerzo.

Precio: el precio siempre es importante, aunque para mi, en este caso, es aún más importante la relación calidad/precio. Tienes que tener claro que rango de calidad vas a necesitar para valorar si te merece la pena gastar más o menos dinero, porque los precios varían mucho de unas impresoras a otras dependiendo de su calidad de imagen. Tomado de (Ana, 2023)

2.9 Competitividad en las PYME

Es importante saber que los problemas que se han dado en la empresa Foto Baños JR., son también por la competitividad que nace de las demás empresas, siendo estas el principal factor para seguir innovándose para fortalecer su crecimiento, no obstante, conocer el nuevo mercado de las nuevas generaciones, es óptimo para su desarrollo.

La competitividad es un fenómeno complejo en el que interactúan múltiples elementos tanto internos como externos. Entre estos se destacan las prácticas productivas, organizacionales y de gestión de las empresas y en el desarrollo de ventajas competitivas adquieren relevancia factores tales como la calidad de los productos y servicios (Braidot, Formento y Nicolini, 2003). En cuanto a la competitividad interna esta es la capacidad de la organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos propios tales como: el capital humano, el capital financiero, los materiales, y los procesos de transformación (Braidot, Formento y Nicolini, 2003).

Por otra parte, la competitividad externa está orientada al cumplimiento de los objetivos de la organización en el contexto del mercado o el sector al que pertenece, por lo tanto, se deberán considerar variables exógenas, como el grado de innovación y dinamismo de la industria y la estabilidad económica, para estimar la competitividad a largo plazo. La empresa debe tener una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica, sin distinción de rubro o tamaño (Braidot, Formento y Nicolini, 2003).

Rubio y Aragón (2009) por su parte, señalan que la competitividad empresarial se puede definir como una capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles, para producir bienes y servicios creando valor, o para actuar adecuadamente como consecuencia de la rivalidad suscitada en su relación con otras empresas. Tomado de (Garcia, 2016).

2.9.1 La calidad y su relación con la competitividad en las PYME

En los últimos años se ha comprobado que la supervivencia de las PYME depende en gran medida de su capacidad de establecer mecanismos que les permitan lograr y mejorar una ventaja competitiva (Ayala, Fernández y González, 2004). Deming (1989) en la siguiente cadena, indica que (ver cuadro1): La competitividad de las PYME se sustenta fundamentalmente en factores internos, siendo la calidad uno de los más importantes. Los planteamientos de calidad están muy correlacionados con la rentabilidad, ya que permite un aumento de precio en el corto plazo y un aumento de la cuota de mercado a largo plazo. La calidad mejora la productividad, la cual aumenta la competitividad.

Fuente: Deming (1989)

Por tanto, las PYME, ante las desventajas en la dimensión respecto a sus rivales, deben basar su ventaja competitiva en otras fuentes para poder sobrevivir. Buscar competencias distintivas, sobre todo recursos y capacidades de naturaleza intangible. La gestión de la calidad es la encargada de generar estos recursos y capacidades, no sólo entendida como calidad en el producto sino como una filosofía aplicable a toda la actividad empresarial.

La importancia de esto radica en que Ayala, Fernández y González (2004) encontraron una relación significativa entre las capacidades tecnológicas y la adopción procesos de certificación de calidad de reconocido prestigio en las PYME de Rioja, España. Así también, Camisón, Boronat y Villar (2010) identificaron como una de las ventajas estratégicas de las PYME, la capacidad de implantar sistemas de control de calidad total, instaurándose incluso de manera más eficaz que en las grandes empresas. Corroborando lo anterior,

García (1997) en una muestra de 53 empresas en Cádiz, España, encontró que la gestión de calidad en pequeñas y medianas empresas tiene enfoque estratégico por lo que la deficiente gestión de la calidad en las pequeñas y medianas empresas constituye un elemento que puede haber frenado y que puede, en el futuro, seguir obstaculizando un mayor desarrollo económico no solo en las PYME, sino en la provincia en su conjunto.

Por su parte, Rubio y Aragón (2008) en una muestra de 542 PYME de la región de Murcia, España, demostraron que los factores de éxito competitivo en las PYME son: su posición tecnológica, la innovación, los recursos comerciales, la calidad y la dirección de recursos humanos. Sin embargo, pese a la importancia de la calidad solo un 20% cuenta con certificación ISO 9000 o similar

mostrando con esto ausencia significativa de interés por parte de las empresas de menor tamaño para adaptarse a las exigencias de los actuales mercados, en los que los consumidores demandan una buena calidad de los productos y servicios que se ofrecen.

Coincidiendo con lo anterior, Rubio y Aragón (2009) con una muestra de 1201 PYME industriales en España, encontraron que existe una relación importante entre la calidad y la competitividad, sin embargo, sólo el 20% de las PYME de la muestra cuenta con una certificación ISO 9000 o similar.

En el contexto mexicano, Rodríguez, Bañuelos, Rubio y Chávez (2010) realizaron una investigación para determinar los factores internos que afectan la competitividad de las PYME, en el sur de Tamaulipas, estudiando una muestra de 100 empresas comprobaron que el éxito competitivo de las PYME se ve influido por factores internos tales como: la planeación estratégica, las habilidades directivas del responsable o gerente de la empresa, la calidad de servicio y la tecnología de información y comunicación.

Por último, Powell (1995) analizó 54 empresas para estudiar el grado de correlación existente entre la implantación de un programa de calidad total en una empresa y la mejora de su rentabilidad financiera. De los hallazgos de su estudio se pudo concluir que: (1) un programa de calidad total tiene un valor económico para las empresas, aunque no para todas por igual; y (2) el éxito de un programa de calidad total parece depender en mayor grado del compromiso directivo, apertura hacia el entorno, autoridad para que los empleados tomen decisiones, y en un menor grado del benchmarking, formación, fabricación flexible, mejora de los procesos y sistemas de medición.

Con base en la revisión anterior, se puede concluir que, aunque se señala la gran importancia que reviste para las PYME implementar sistemas de calidad, es bajo el porcentaje de adopción siendo el principal motivo la falta de visión, capacitación y recursos; por su parte los estudios han encontrado una relación positiva entre la calidad y la competitividad de las PYME, lo que permite fundamentar esta investigación. Tomado de (Garcia, 2016)

CAPÍTULO

3

3. METODOLOGÍA

Breve historia acerca de la ciudad de Huixtla, Chiapas.

Según los datos que investigara el maestro Alberto C. Culebro, a Huixtla se le ubica entre los años 900 a 1100 después de Cristo. Se considera que las primeras casasse ubicaron a las márgenes del río que en esa época tenía otro curso del que se tiene actualmente. Habla el maestro de un kilómetro hacia adentro de donde se observaron túmulos de viejas construcciones de origen mame pero que tenía también la ascendencia maya. El paso de los Conquistadores españoles lo demuestran dos tinajas de bronce que eran envases de aceite y aceitunas que fueron descubiertas por el señor Porfirio Torres Romero en lo que hoy se conoce como la avenida Juárez No. 1, allá por el año de 1941. Otro dato que se ubica de lapermanencia de algunos españoles no sólo en Huixtla sino en todo el Soconusco es un medallón de bronce con el escudo de Felipe VII el cual fue encontrado en el antiguo panteón de Huixtla que se tenía por los años 40 en donde actualmente se encuentra el auditorio municipal. También se cuenta que en 1930 sobre la misma calle Juárez se hallaron monedas extranjeras por donde se ubica la escuela ManuelRea, así como objetos de cerámica. Las primeras noticias de la historia de Huixtla se obtienen del fraile Alfonso Ponce de León, perteneciente a la orden dominica. En las memorias que este personaje de la historia dejó, relata su llegada al Soconusco en el año 1586 pues su destino era llegar a la ciudad real de Guatemala. En ese año, Alfonso Ponce señaló que Huixtla era ya una población “importante con menos de trescientos habitantes entre españoles, mestizos e indios, que como todo soconusco es muy rica en cacao, tabaco y ganado”. (Chiapas, 2023)

Según la INEGI: La población total de Huixtla en 2020 fue 53,242 habitantes, siendo 51% mujeres y 49% hombres. De las cuales el 27,163 son mujeres y 26,079 son hombres.

Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (5,337 habitantes), 5 a 9 años (5,242 habitantes) y 15 a 19 años (4,757 habitantes). Entre ellos concentraron el 28.8% de la población total. (Gobierno, 2022)

3.1 La Muestra

Para determinar nuestro tipo de muestra tenemos que tener en cuenta unos conceptos para llevarla cabo, de esta forma poder elegir la muestra y el tipo investigación que le daremos para obtener los resultados.

Técnicas de recolección

En las ciencias sociales, técnica se define como “Un conjunto de reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos que auxilian al individuo en la aplicación de los métodos”. Las técnicas de recolección varían según el diseño que se elija. Cuando se escoge un diseño experimental se incluyen instrumentos muy tecnificados y sofisticados.

Recolectar datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí: a).- Seleccionar un instrumento o método de recolección de los datos entre los disponibles en el área de estudio de la investigación. b).- Aplicar ese instrumento o método para recolectar datos. c).- Preparar registros, observaciones y mediciones obtenidas para que se analicen correctamente. (Leal, 2023)

Encuesta

La encuesta es la técnica de recolección de datos que permite tener una comunicación directa con las personas o unidades de observación que compongan la muestra y que contestarán las preguntas debidamente formuladas a través de un instrumento de medición denominado cuestionario. El cuestionario es el listado de preguntas que deberán contestar los sujetos de la muestra. Las preguntas o los reactivos que contiene el instrumento se deducen de la hipótesis y de los objetivos de la investigación. El cuestionario debe diseñarse de modo que resulte de fácil comprensión y que no sea necesaria ninguna información adicional. Un cuestionario que requiere aclaraciones será un instrumento deficiente “el cuestionario por definición, es un instrumento rigurosamente estandarizado, en lo que toca tanto al texto de las preguntas como a su orden”. Esto significa que el mismo instrumento debe aplicarse a todos los sujetos sin quitar, poner o modificar el orden, para elevar las posibilidades de control sobre los resultados. Si se actúa de este modo se puede tener la seguridad de que todos se expusieron a los mismos estímulos. Así las variaciones en los resultados no se atribuirán a la manera en que se administró el instrumento. Antes de escribir las preguntas debe decirse si para lograr los objetivos y probar la hipótesis es más conveniente usar preguntas cerradas o abiertas, o bien una combinación de ambas.

Preguntas cerradas. Se llama pregunta cerrada a la que proporciona opciones de respuestas para que el sujeto respondedor elija la que más se acerque a su situación. El investigador puede diseñar varias formas de preguntas cerradas: Opción mutuamente excluyente: El encuestado deberá seleccionar una de las dos o más opciones de respuestas. Las opciones pueden ser: falso, verdadero; sí; no; soltero; casado; divorciado; viudo, etc. Lo importante es que al elegir una se excluyan las demás.

Opción múltiple con más de una elección: En esta el encuestado elige más de una opción, por ejemplo, ante la indicación: “De las siguientes materias, subraya las que le gusten más: Matemáticas, física, química, psicología, economía, español, literatura”. Aquí al responder puede elegir más de una opción.

Elección de un número determinado de opciones: Se puede decir que podrían ser como el segundo, por eso se puede usar el mismo ejemplo, con la diferencia de que se indica la cantidad y el orden en la instrucción; entonces variaría; “Enumere en orden de importancia las tres materias que le gusten más”

Ordenación jerárquica de opciones: Aquí se ofrecen opciones de respuestas que el sujeto debe numerar en orden de importancia según su opinión. La diferencia entre este tipo de ítem y el anterior, consiste que en éste se debe ordenar todas las opciones.

Preguntas abiertas. Las preguntas abiertas son la que se formulan sin escribir opciones de respuestas. En éstas el encuestado contestará lo que le parezca pertinente. Este tipo de preguntas se usan con mayor frecuencia en los estudios exploratorios. Cuando se requiere un análisis fino de la información recabada, se multiplica el trabajo para los investigadores. La razón se debe a que habrá tantas respuestas como personas encuestadas. Sin embargo, es usual clasificar las respuestas en grupo, de acuerdo con un criterio que impone el investigador, según lo requiera su estudio. Este procedimiento recibe el nombre de cerrar preguntas. Ejemplo: ¿Cómo describiría las características de un buen alumno? Ejercicio: ¿Cuál es el instrumento idóneo para recopilar la información

Entrevista

Se define como una conversación entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado) u otra (entrevistados), en este último caso tal vez una pareja o familia en la que se pueden realizar entrevistas de forma individual y en grupo para recolectar datos mediante una o varias sesiones de preguntas y respuestas. Es la técnica más significativa y productiva de que dispone el analista para recabar datos pues se convierte en un intercambio de información que se efectúa cara a cara. La entrevista, se lleva a cabo en todos los niveles de la sociedad o grupo donde se realiza el estudio utilizando diversos procedimientos que pueden variar desde muy formales hasta casuales. Se dividen en estructuradas o cerradas y en no estructuradas o abiertas.

Observación

Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiestos. Puede ser utilizado como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Como técnica de investigación, la observación tiene amplia aceptación científica y se emplea para verificar los resultados de una entrevista.

La observación puede ser participante o no participante. En la primera el observador interactúa con los sujetos observados, pero en la segunda no ocurre tal interacción. El investigador debe demostrar y desarrollar las destrezas de sus conocimientos manifestando su honestidad, imparcialidad, habilidad, objetividad, control, comunicación, comprensión y cortesía para lograr la búsqueda de información a través de las herramientas antes mencionada.

Escala de actitudes

Para medir un objeto se requiere una escala de medida: El consumo de electricidad se mide en kilovatios x hora, la temperatura en grados centígrados. ¿Cómo medir la insatisfacción, la anemia, la actitud de los trabajadores hacia la prevención o hacia el trabajo en equipo? He aquí el gran problema metodológico de las ciencias sociales. ¿Cómo medir los fenómenos sociales? ¿Qué escala usar para medir una actitud? ¿Cómo construirla?

¿Qué es una escala? Definimos una escala como una serie de ítems o frases que han sido cuidadosamente seleccionados, de forma que constituyan un criterio válido, fiable y preciso para medir de alguna forma los fenómenos sociales. En nuestro caso, este fenómeno será una actitud

cuya intensidad queremos medir.

¿Qué es una actitud? Actitud es un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones. Las actitudes no son susceptibles de observación directa sino que han de ser inferidas de las expresiones verbales; o de la conducta observada. Esta medición indirecta se realiza por medio de unas escalas en las que partiendo de una serie de afirmaciones, proposiciones o juicios, sobre los que los individuos manifiestan su opinión, se deducen o infieren las actitudes.

¿Qué es un ítem? Un ítem es una frase o proposición que expresa una idea positiva o negativa respecto a un fenómeno que nos interesa conocer. Por ejemplo, el ítem: "Las normas sobre utilización de carretillas elevadoras dictadas por la empresa, en la práctica cotidiana, son de difícil cumplimiento."

Expresa una opinión sobre un tema: la política normativa de la empresa, y se refiere concretamente al manejo de carretillas. La posición valorativa de tal afirmación hecha por un individuo se puede considerar como un indicador de su opinión sobre dicha política normativa, sobre el uso de carretillas elevadoras, sobre la seguridad en la empresa, etc. Cada ítem debe declarar no sólo las dos posturas extremas, sino también graduar las intermedias. A medida que la escala gane en sensibilidad, ganará también en precisión.

Los ítems deben ser fiables y seguros. La fiabilidad con frecuencia se logra a costa de la precisión. Cuanto más refinada es una medición, más probable es que en dos medidas repetidas obtengamos puntuaciones distintas.

Escalas aditivas: Las escalas aditivas están constituidas por una serie de ítems ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. El interrogado señala su grado de acuerdo o desacuerdo con cada ítem (muy de acuerdo, de acuerdo, indeciso en desacuerdo, muy en desacuerdo). A cada respuesta se le da una puntuación favorable o desfavorable. La suma algebraica de las puntuaciones de las respuestas del individuo a todos los ítems da su puntuación total que se entiende como representativa de su posición favorable-desfavorable con respecto al fenómeno que se mide. La justificación razonada de tales puntuaciones totales, como base para la colocación de los individuos en una escala, es la siguiente: A un ítem que puede ser admitido con diversos grados

de aprobación, se le pueden atribuir diversos "pesos", conforme a las frecuencias aprobatorias que reciba de acuerdo con la curva normal.

Asimismo, y por consiguiente, 1) cada individuo recibe una puntuación proporcional a su aprobación acumulada, y 2) cada ítem recibe diversos pesos según el grado con que es aprobado. La probabilidad de acuerdo o desacuerdo con cualquiera de las series de ítems favorables o desfavorables, con respecto a un objeto, varía directamente con el grado de actitud de un individuo. Un individuo con una actitud favorable responderá favorablemente a muchos ítems (es decir, estará de acuerdo con muchos ítems favorables al objeto y disentirá a los desfavorables); de un individuo ambivalente puede esperarse que responda desfavorablemente a unos y favorablemente a otros; un individuo con una actitud desfavorable responderá desfavorablemente a muchos ítems.

Clasificación de datos.

Cuando un equipo de investigadores ha realizado todas las etapas estudiadas anteriormente, espera con impaciencia por fin ver coronados sus esfuerzos con los resultados de su trabajo. La etapa que inicia suele ser la más gratificante, puesto que entonces si se sabe sí la hipótesis de investigación se confirmó o se rechazó. En el caso de que la hipótesis se rechace, los datos informan acerca de la realidad. Para analizar los datos de una investigación, estos deben haberse recopilado mediante algunas técnicas, de recolección, como: observación, entrevista, escala de actitudes, encuesta, etc. Luego se usa algún sistema de registro de datos (por ejemplo, hojas tabulares) para realizar los diferentes análisis. Antes de desarrollar el análisis descriptivo de los datos, como se dijo, estos deben estar debidamente registrados. Por medio de una hoja tabular; luego se realizan las operaciones matemáticas básicas que más tarde permitirán tomar decisiones respecto a la aceptación o refutación de la hipótesis correspondiente. Las técnicas que se usan en cada caso dependen de la escala de medición que se haya utilizado en el registro de datos. (Leal, 2023)

La Muestra

Conceptos básicos. Universo o población. - Constituye la totalidad de un grupo de elementos u objetos que se quiere investigar, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con lo que se pretende investigar.

Muestra. - Es un subconjunto de la población. La muestra debe ser representativa de la población. Al elegir una muestra, se espera que sus propiedades sean extrapolables a la población lo que permite ahorrar recursos al obtener resultados parecidos que si se realizase el estudio de toda la población. Al conjunto de muestras que se pueden obtener de la población se denomina espacio muestral.

Unidad de la muestra. - Está constituida por uno o varios de los elementos de la población y que dentro de ella se delimitan con precisión.

Cualidades de una buena muestra. - Para que una muestra posea validez técnico-estadística es necesario que cumpla con los siguientes requisitos: a). - Ser elegida al azar b). - Ser representativa o reflejo general del conjunto o universo que se va a estudiar, reproduciendo de la manera más exacta posible las características de éste. c). - Que su tamaño sea estadísticamente proporcional al tamaño de la población. d). - Que el error de la muestra se mantenga dentro de límites aceptables. La teoría de la probabilidad permite tomar a un subgrupo de individuos del grupo total y, después de estudiarlo con detalle, generalizar las características; claro está, que esto implica correr el riesgo de equivocarse.

El cálculo del tamaño de una muestra depende de tres factores:

- El porcentaje de confianza con que se desea generalizar los datos en la población total
- El porcentaje de error que se está dispuesto a aceptar en tal generalización
- El nivel de variabilidad que se calcula para la comprobación de la hipótesis. Tomado de (Leal, 2023)

Selección de la muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población. De la población es conveniente extraer muestras representativas del universo. Se debe definir en el plan, y justificar, los universos en estudio, el tamaño de la muestra, el método a utilizar, y el

proceso de selección de las unidades de análisis. En realidad, pocas veces es posible medir a la población por lo que obtendremos o seleccionaremos y, desde luego, esperamos que este subgrupo sea un reflejo fiel de la población. Básicamente se categorizar las muestras es dos grandes ramas: las probabilísticas y las no probabilísticas. Entiéndase por muestras probabilísticas como el subgrupo de la población en el que todos los elementos de este tienen la misma probabilidad de ser escogidos; por consiguiente, las muestras no probabilísticas es cuando la elección de los elementos no depende la probabilidad, sino con causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. La selección de la muestra también la podemos ver desde dos puntos de vista: muestra cuantitativa y muestra cualitativa. Tomado de (Leal, 2023)

Tamaño de la muestra

El muestreo implica algo de incertidumbre que debe ser aceptada para poder realizar el trabajo, pues aparte de que estudiar una población resulta ser un trabajo en ocasiones demasiado grande: Recursos limitados. Es decir, no existen los recursos humanos, materiales o económicos para realizar el estudio sobre el total de la población. Es como cuando se compra un aparato, un automóvil usado (por ejemplo), que se prueba unos minutos (el encendido, una carrerita, etc.) para ver si funciona correctamente y luego se adquiere, pero no se espera a probarlo toda la vida (encendiéndolo y apagándolo o, simplemente, dejándolo encendida) antes de adquirirlo.

Escasez. Es el caso en que se dispone de una sola muestra. Por ejemplo, para el estudio paleontológico de los dinosaurios (el T. Rex por ejemplo) sería muy bueno contar con, al menos, muchos restos fósiles y así realizar tales investigaciones; sin embargo, hay sólo con una docena de esqueletos fosilizados (casi todos incompletos) de ellos.

Pruebas destructivas. Es el caso en el que realizar el estudio sobre toda la población llevaría a la destrucción misma de la población. Ejemplo, Para saber el conteo exacto de hemoglobina de una persona habría que extraer toda la sangre

El muestreo puede ser más exacto. Esto es en el caso en el que el estudio sobre la población total puede causar errores por su tamaño o, en el caso de los censos, que sea necesario utilizar personal no lo suficientemente capacitado; mientras que, por otro lado, el estudio sobre una muestra podría ser realizada con menos personal pero más capacitado.

Ya que hemos mencionado la necesidad de realizar muestras, continuaremos con algunas

características que deben tener éstas para que, realmente, se puedan realizar inferencias (inducciones) sobre ellas hacia la población total. Para calcular el tamaño de una muestra hay que tomar en cuenta tres factores:

- ❖ El porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total.
- ❖ El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización.
- ❖ El nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis.

La confianza o el porcentaje de confianza es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población. Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de todos los casos, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones sociales se busca un 95%. El error o porcentaje de error equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa: rechazar a hipótesis verdadera por considerarla falsa. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo del error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población, por lo que conviene correr un cierto riesgo de equivocarse. Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 6% como error, tomando en cuenta de que no son complementarios la confianza y el error. La variabilidad es la probabilidad (o porcentaje) con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en alguna investigación anterior o en un ensayo previo a la investigación actual. El porcentaje con que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva y se denota por p , y el porcentaje con el que se rechazó se la hipótesis es la variabilidad negativa, denotada por q . Hay que considerar que p y q son complementarios, es decir, que su suma es igual a la unidad: $p+q=1$. Además, cuando se habla de la máxima variabilidad, en el caso de no existir antecedentes sobre la investigación (no hay otras o no se pudo aplicar una prueba previa), entonces los valores de variabilidad es $p=q=0.5$. Una vez que se han determinado estos tres factores, entonces se puede calcular el tamaño de la muestra como a continuación se expone. Hablando de una población de alrededor de 10,000 casos, o mínimamente esa cantidad, podemos pensar en la manera de calcular el tamaño de la muestra a través de las siguientes fórmulas. Hay que mencionar que estas fórmulas se pueden aplicar de

manera aceptable pensando en instrumentos que no incluyan preguntas abiertas y que sean un total de alrededor de 30. Vamos a presentar dos fórmulas, siendo la primera la que se aplica en el caso de que no se conozca con precisión el tamaño de la población, y es: Donde: n es el tamaño de la muestra Z es el nivel de confianza p es la variabilidad positiva q es la variabilidad negativa E es la precisión o error.

$$n = \frac{Z^2 p q}{E^2}$$

Hay que tomar nota de que debido a que la variabilidad y el error se pueden expresar por medio de porcentajes, hay que convertir todos esos valores a proporciones en el caso necesario. También hay que tomar en cuenta que el nivel de confianza no es ni un porcentaje, ni la proporción que le correspondería, a pesar de que se expresa en términos de porcentajes. El nivel de confianza se obtiene a partir de la distribución normal estándar, pues la proporción correspondiente al porcentaje de confianza es el área simétrica bajo la curva normal que se toma como la confianza, y la intención es buscar el valor Z de la variable aleatoria que corresponda a tal área. En el caso de que sí se conozca el tamaño de la población entonces se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Donde: n es el tamaño de la muestra; Z es el nivel de confianza; p es la variabilidad positiva; q es la variabilidad negativa; N es el tamaño de la población; E es la precisión o el error.

La ventaja sobre la primera fórmula es que al conocer exactamente el tamaño de la población, el tamaño de la muestra resulta con mayor precisión y se pueden incluso ahorrarse recursos y tiempo para la aplicación.

Por ejemplo: En el Colegio de Bachilleres, una institución de nivel medio superior, se desea realizar una investigación sobre los alumnos inscritos en primer y segundo años, para lo cual se aplicará un cuestionario de manera aleatoria a una muestra, pues los recursos económicos y el tiempo para procesar la información resultaría insuficiente en el caso de aplicársele a la población estudiantil completa. En primera instancia, suponiendo que no se conoce el tamaño exacto de la

población, pero con la seguridad de que ésta se encuentra cerca a los diez millares, se aplicará la primera fórmula. Se considerará una confianza del 95%, un porcentaje de error del 5% y la máxima variabilidad por no existir antecedentes en la institución sobre la investigación y porque no se puede aplicar una prueba previa. Primero habrá que obtener el valor de Z de tal forma que la confianza sea del 95%, es decir, buscar un valor de Z tal que $P(-Z < z < Z) = 0.95$. Utilizando las tablas o las funciones de Excel se pueden obtener, o viendo (en este caso) el ejemplo anterior, resulta que $Z = 1.96$. De esta manera se realiza la sustitución y se obtiene:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{0.05^2} = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Esto quiere decir que el tamaño de la muestra es de 385 alumnos.

Supongamos ahora que sí se conoce el tamaño de la población estudiantil y es de 9,408, entonces se aplicará la segunda fórmula. Utilizando los mismos parámetros la sustitución queda como:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(9408)}{(9408)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = \frac{9035.4432}{24.4804} = 369.088\dots$$

Con lo que se tiene una cota mínima de 370 alumnos para la muestra y así poder realizar la investigación sin más costo del necesario, pero con la seguridad de que las condiciones aceptadas para la generalización (confiabilidad, variabilidad y error) se mantienen. (Leal, 2023)

Técnicas de muestreo probabilístico: Las técnicas de muestreo probabilístico son aquellas en las que se determina al azar los individuos que constituirán la muestra. Estas técnicas nos sirven cuando se desean generalizar los resultados que se obtienen a partir de la muestra hacia toda la población. Lo anterior se dice dado que se supone que el proceso aleatorio permitirá la obtención de una muestra representativa de la población. Los muestreos probabilísticos pueden ser con o sin reemplazo. Los muestreos con reemplazo son aquellos en los que una vez que ha sido seleccionado un individuo (y estudiado) se le toma en cuenta nuevamente al elegir el siguiente individuo a ser estudiado. En este caso cada una de las observaciones permanece independiente de las demás, pero con poblaciones pequeñas (un grupo de escuela de 30 alumnos, por ejemplo) tal procedimiento debe ser considerado ante la posibilidad de repetir observaciones. En el caso de poblaciones grandes no importa tal proceder, pues no afecta sustancialmente una repetición a las frecuencias relativas. Los muestreos sin reemplazo son los que una vez que se ha tomado en cuenta un individuo para formar parte de la muestra, no se le vuelve a tomar en cuenta nuevamente. En

este caso, y hablando específicamente para el caso de poblaciones pequeñas, las observaciones son dependientes entre sí, pues al no tomar en cuenta nuevamente el individuo se altera la probabilidad para la selección de otro individuo de la población. Para el caso de las poblaciones grandes (por ejemplo, la población de un país) dicha probabilidad para la selección de un individuo se mantiene prácticamente igual, por lo que se puede decir que existe independencia en las observaciones. Tomado de (Leal, 2023)

Clases de muestras

La muestra cuantitativa es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo en dicha población. Por otra parte, la muestra cualitativa es la unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre la cual se recolectan los datos sin que necesariamente sea representativo.

Cuando ya se conoce la cantidad de la muestra, ¿A quiénes de la población escogerá?

Aquí surgen las técnicas de muestreo. Los muestreos de tipo probabilístico y los no probabilísticos. Los primeros sirven para generalizar los resultados en la población de la que se extraen, en tanto que los no probabilísticos impiden generalizaciones en la población.

Muestreo probabilístico: Consiste en escoger al azar cada uno de los individuos de la muestra. Existen tres técnicas de este tipo: El muestreo aleatorio simple, el muestreo aleatorio estratificado y el muestreo sistemático.

a.- Muestreo aleatorio simple: Permite que todos tengan oportunidad de participar en la selección. Selecciona a los sujetos totalmente al azar y es igual a recortar papelitos del mismo tamaño y sacarlos dentro de un sombrero.

b.- Muestreo aleatorio estratificado: Consiste en la división de la población en grupos que se suponen homogéneos respecto a característica a estudiar. Es similar al anterior, con la diferencia de que la población se subdivide en grupos o estratos más pequeños. Por ejemplo: Encuestar a los trabajadores de una empresa. Podrá dividirse la población en obreros y empleador, de manera que se tendrá la población “trabajadores” dividida en dos subgrupos: Obreros y empleados.

c.- Muestreo aleatorio sistemático: Es el único de los probabilísticos que no requiere marco muestral. Se puede trabajar con un cálculo aproximado. Ejem: Suponiendo que la escuela no proporciona la lista de alumnos, aunque permite realizar el trabajo de investigación, lo recomendable será usar la técnica de muestreo sistemático. Se hace una ronda por los salones para

contar los alumnos, o bien, pedir la información a los maestros, obteniendo con ello el aproximado para calcular la muestra.

Muestreo no probabilístico: Este tipo de muestreo no permite generalizar los resultados a la población, por tanto, se usa sólo en estudios exploratorios, de casos o cualquier otro que no requiere generalizar. Ejem: Campañas políticas, Obras sociales, Obra pública, etc. Son dos, muestreo por cuotas y por accidente.

a.- Muestreo por cuotas: En el muestreo por cuotas se determina una cantidad de individuos de una población para que sean miembros de la muestra. El criterio es arbitrario, simplemente puede determinarse encuestar, por ejemplo, a 30 hombres y 30 mujeres que compartan ciertas características específicas según la definición que el estudio señale.

b.- Muestreo por accidente: Consiste en seleccionar de manera arbitraria los individuos para la muestra. Por ejemplo, los investigadores que se van a un parque y, sin ningún otro criterio, encuestan a cualquier persona que se encuentre ahí. Por eso se denomina muestreo accidental. Podría pensarse que este muestreo es aleatorio, pero no lo es. En el aleatorio se cuenta con un marco muestral y en el muestreo por accidente se escogen las personas que acostumbran andar por donde se ubica el investigador. (Leal, 2023)

Para determinar nuestra muestra tenemos que el sector geográfico de Huixtla Chiapas cuenta con 53,242 habitantes, se consideran nivel socio económico medio y medio alto, nuestra muestra se basa en realizar encuestas al público de la zona centro de Huixtla y a escuelas cerca de la misma, ya que realizamos la fórmula para sacar el resultado y una sola entrevista la cual solo se aplicará al dueño de la empresa en este caso Foto Baños JR. Tomando en cuenta que nuestra muestra la basamos hacia esta fórmula.

n =Tamaño de muestra es de 53,242 habitantes

Z = es el nivel de confianza es de 1.96

P = es la variabilidad positiva es de 0.5

Q = es la variabilidad negativa es de 0.5

N =es el tamaño de la población 53,242

E = es la precisión o el error es de 0.05

$$N = \frac{Z^2 p q N}{NE + Z^2 p q}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (53,242)}{(53,242) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{52,177.16}{133.105 + 0.98}$$

$$N = \frac{52177.16}{134.085} \quad (N = 389.35)$$

Se encuestarán a 390 personas.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizara es no experimental ya que nos enfocaremos en hacer una propuesta de mejora del estudio fotográfico Foto Baños JR. y que es una empresa ya establecida, dicha empresa ya está posicionada de forma convencional por lo que únicamente nos basaremos en observar sus pequeñas o grandes debilidades ya que se encuentra en funcionamiento desde hace varios años, por lo que no se requiere crear un estudio de mercado, ni correr riesgos, obteniendo si esta sería un negocio rentable, ya que con sus años en el mercado ha logrado ser un negocio conocido por los ciudadanos de Huixtla Chiapas, sin embargo con el avance de la tecnología se observa que se está quedando obsoleta, por lo que dicha propuesta se basara en mejorarla en todos los aspectos que se consideren necesarios.

En esta investigación se aplicarán el método mixto el cualitativo, y cuantitativo; debido a que se realizará una entrevista al dueño de la empresa, para conocer más acerca de su empresa, y cuantitativos ya que se realizará también encuestas al público, para conocer sus consumidores y que opinan acerca de las innovaciones que ha tenido la fotografía.

Se determina que las herramientas que se utilizaran son las que darán los resultados de que esta empresa aun siga siendo rentable y que se pueda observar las necesidades de los clientes. No obstante, durante la realización de la encuesta, se determinarán también las necesidades de las que carece la empresa, dicho esto las cuales se implementarán para visualizar su problemática.

3.3 Entrevista

Se realiza esta entrevista a la Sra. Ruby Anel Mejía Beltrán quien es la propietaria de la empresa Foto Baños JR. ya que, por medio de este, podremos saber que tanto necesita la empresa para poder innovarse de la forma adecuada. Como también se obtendrá de manera directa cuáles son sus necesidades, y el porqué de la situación actual.

- 1. ¿Cuál es su nombre?**
- 2. ¿Cuántos años tiene?**
- 3. ¿Hace cuánto tiempo tiene trabajando en su empresa?**
- 4. ¿Por qué se dedicó a la fotografía?**
- 5. ¿Tiene estudios acerca de la toma de fotografías?**
- 6. ¿Ha innovado alguna vez su estudio fotográfico?**
- 7. ¿Por qué no ha mejorado sus complementos de las fotos como los marcos, modelo de los cuadros, etc.?**
- 8. ¿Considera que su empresa es rentable?**
- 9. ¿Cuántos clientes tiene a la semana?**

- 10. ¿Qué temporada es más alta en ventas?**
- 11. ¿Usted considera que necesita mejorar su empresa?**
- 12. ¿En qué aspecto?**
- 13. ¿Se considera una empresa competitiva ante de las demás?**
- 14. ¿Maneja usted paquetes promocionales? (Graduaciones, xv años,)**
- 15. ¿Qué medios de comunicación utiliza para su publicidad?**
- 16. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para sus fotografías?**
- 17. ¿Considera usted que le falta el uso de tecnología para mejorar su servicio?**
- 18. ¿Se han promocionado en las escuelas y de qué nivel?**

3.4 Encuesta

Los alumnos de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, de la carrera en Licenciatura en Comercio Exterior realizan una encuesta, para recabar información acerca de la fotografía, y saber cuáles son las necesidades de los clientes, para ello desea solicitarles a ustedes de su valioso tiempo poder llenar esta encuesta.

1. Genero:

Femenino

Masculino

2. ¿Usted ha contratado algún estudio fotográfico?

- Si
- No

3. ¿Cuál de estos estudios fotográficos conoces?

- Foto Baños jr.
- Foto León

4. ¿Para qué eventos buscas un estudio fotográfico?

- Fotos tramite
- Bodas
- XV años
- Cumpleaños
- Graduaciones
- Todas las anteriores
- Otro _____

5. ¿Cuándo fue la última vez que utilizó los servicios de un estudio fotográfico?

- Hace 2 meses
- Hace 4 meses
- Hace 6 meses

- Hace 1 año
6. ¿Cuáles son los problemas que ha encontrado en un estudio fotográfico?
- Mala calidad en las fotografías
 - Incumplimiento en la entrega
 - Precios altos
 - Todos los anteriores
 - Otro _____
7. Al decir ¿estudio Foto grafico en que piensa?
- Foto Baños Jr.
 - Foto León
8. ¿Que busca al momento de contratar un estudio fotográfico?
- Calidad
 - Precio
9. ¿Usted toma en cuenta la atención al cliente?
- Si
 - No
 -
10. ¿Considera que los avances de la tecnológicos también son buenos para una buena fotografía?
- Si
 - No

CAPÍTULO

4

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Técnica de recolección de información

ENTREVISTA

1. ¿Cuál es su nombre?

Sra. Ruby Anel Mejía Beltrán

2. ¿Cuántos años tiene?

58 años

3. ¿Hace cuánto tiempo tiene trabajando en su empresa?

Desde hace 15 años.

4. ¿Por qué se dedicó a la fotografía?

Se dedico a la toma de fotografías porque su difunto suegro y su esposo ejercían ese negocio, ella en la actualidad lo ejerce.

5. ¿Tiene estudios acerca de la toma de fotografías?

No cuenta con ningún título universitario solo cuentan con cursos y capacitaciones que los ha ayudado a mejorar la manipulación digital de las fotografías y al uso de sus herramientas de trabajo.

6. ¿Ha innovado alguna vez su estudio fotográfico?

Si han innovado los equipos tecnológicos, pero desde hace 7 años que no lo hacen. Porque para la propietaria no ha querido generar ese gasto, ya que ella piensa que sería en vano.

7. ¿Por qué no ha mejorado sus complementos de las fotos como los marcos, modelo de los cuadros, etc.?

No lo ha mejorado por que la señora considera que lo tradicional es mejor y piensa que de esta

manera obtendrá los mismos beneficios.

8. ¿Considera que su empresa es rentable?

La Sra. Anel considera que su empresa aún sigue siendo rentable.

9. ¿Cuántos clientes tiene a la semana?

La Sra. Ruby Anel cuenta con menos de 30 clientes a la semana.

10. ¿Qué temporada es más alta en ventas?

La temporada de clausuras escolares, ya que les piden muchas fotos tramites o fotos infantiles.

11. ¿Usted considera que necesita mejorar su empresa?

La Sra. Ruby Anel considera que si necesita mejorar.

12. ¿En qué aspecto?

La Sra. Ruby Anel considera que ha perdido demasiados clientes, y que para ella la publicidad y la falta de nueva tecnología en sus cámaras digitales no es la adecuada.

13. ¿Se considera una empresa competitiva ante de las demás?

La Sra. Ruby Anel se consideraba como la empresa líder aquí en Huixtla, pero con las innovaciones que surgen con los años los clientes prefieren los locales que se ven más llamativos y con más ambiente sin embargo por la falta de conocimientos y de tiempo no ha sabido como mejorar su negocio.

14. ¿Maneja usted paquetes promocionales? (Graduaciones, xv años,)

Si los manejamos de diferentes precios, pero manejamos los mismos diseños.

15. ¿Qué medios de comunicación utiliza para su publicidad?

No cuenta con ninguna publicidad

16. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para sus fotografías?

Cámaras digitales, impresoras, computadoras.

17. ¿Considera usted que le falta el uso de tecnología para mejorar su servicio?

La Sra. Ruby Anel si considera que debe actualizar las cámaras y las computadoras por que ya tienen muchos años que ha trabajado con ellas, pero no solo en la tecnología si no también en la fachada del local, en su publicidad, y otros aspectos más.

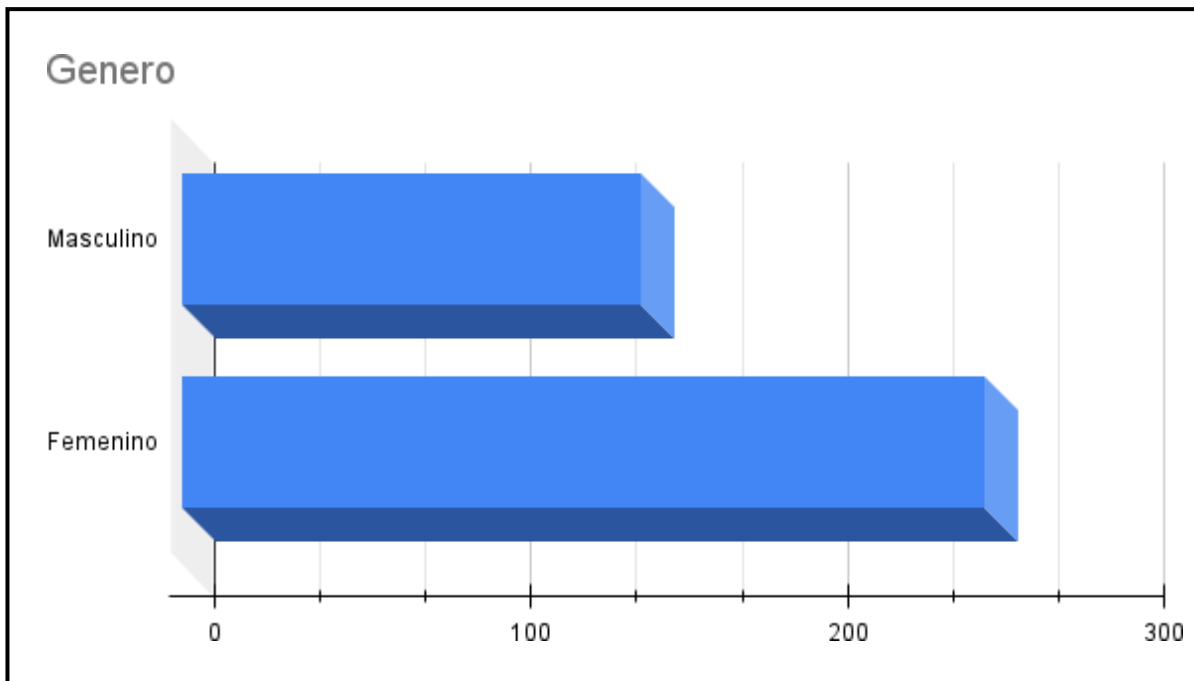
18. ¿Se han promocionado en las escuelas y de qué nivel?

Se promociona en todos los niveles, pero más en primaria, secundaria y preparatoria de comunidades rurales, ya que como son diseños básicos los que manejamos se dan a un precio razonable.

Encuesta

- En esta herramienta de recolección de datos, obtuvimos que de los 390 encuestados 245 son mujeres y 145 son hombres y se representa en la siguiente grafica.

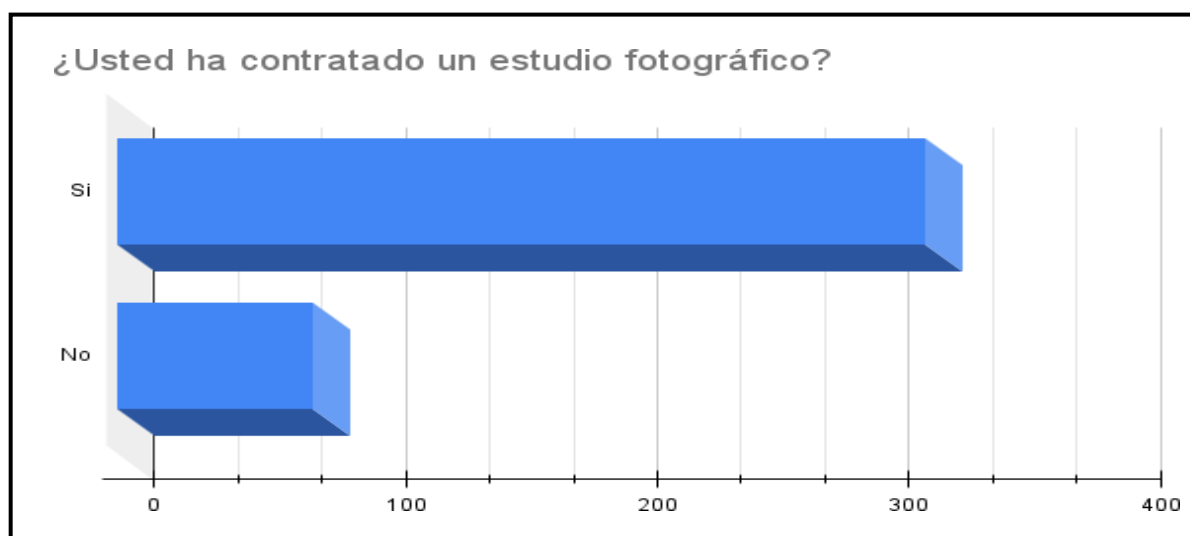
Gráfica 1



Elaboración propia

- En esta grafica de los 390 encuestados 321 que si, 69 que no.

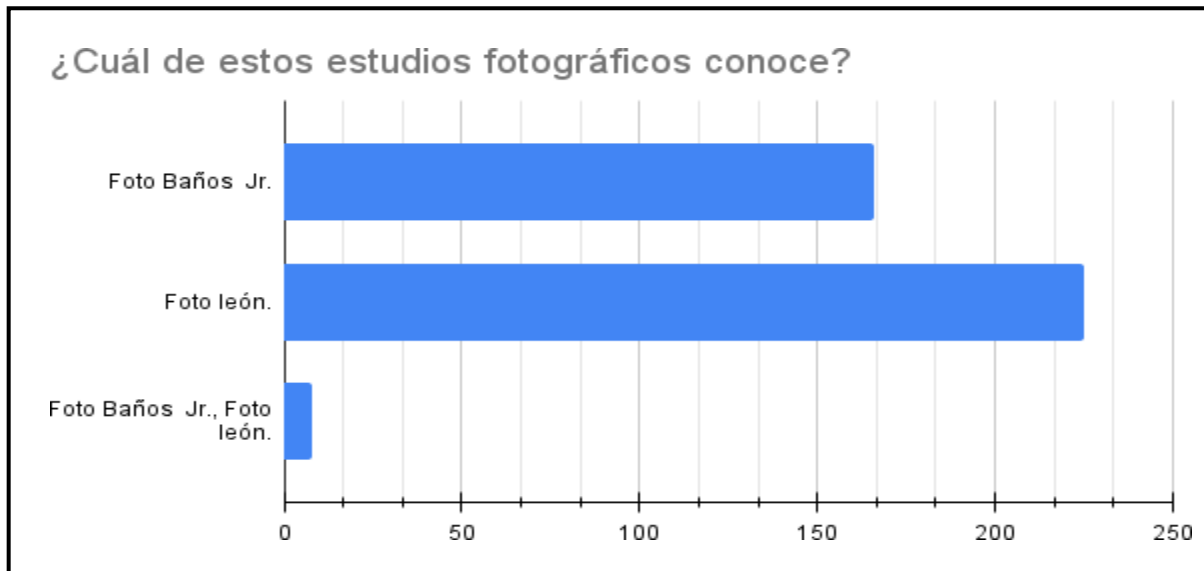
Gráfica 2



Elaboración propia

- En esta grafica nos muestra que, 166 decidieron foto baños jr., 225 foto león 8 ambos

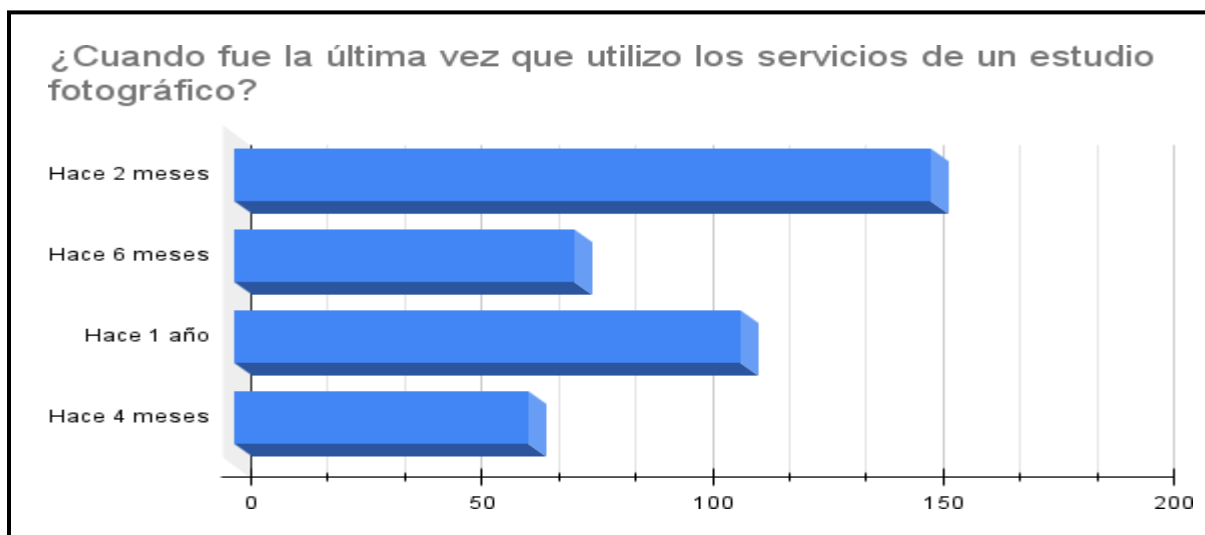
Gráfica 3



Elaboración propia

- En esta grafica nos muestra que 152 personas han requerido de un estudio fotográfico, y que 58 personas han requerido del servicio desde hace 4 meses.

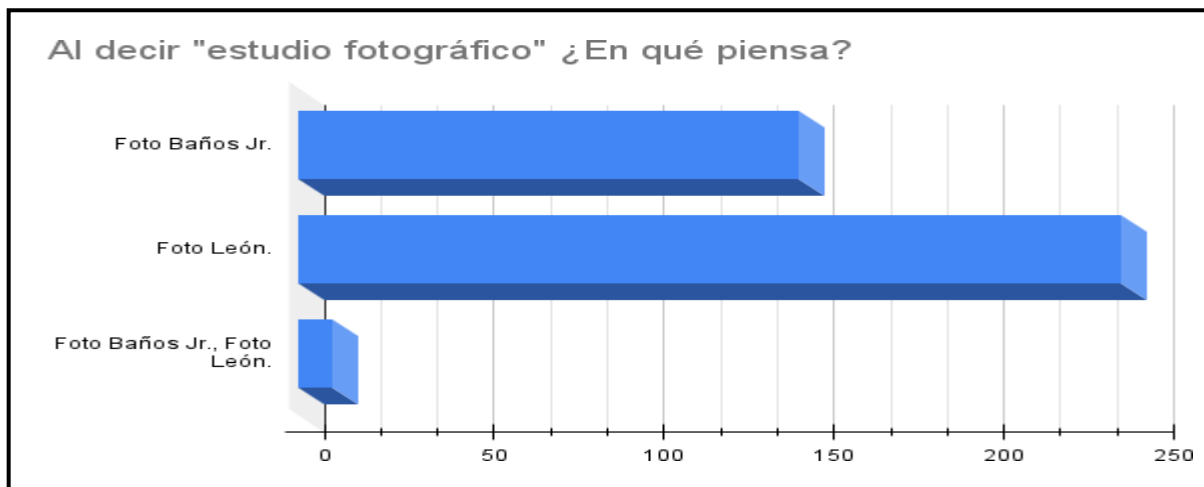
Gráfica 4



Elaboración propia

- En esta grafica encontramos los siguientes resultados, Foto león con 242, Foto baños Jr 147 y ambos 10.

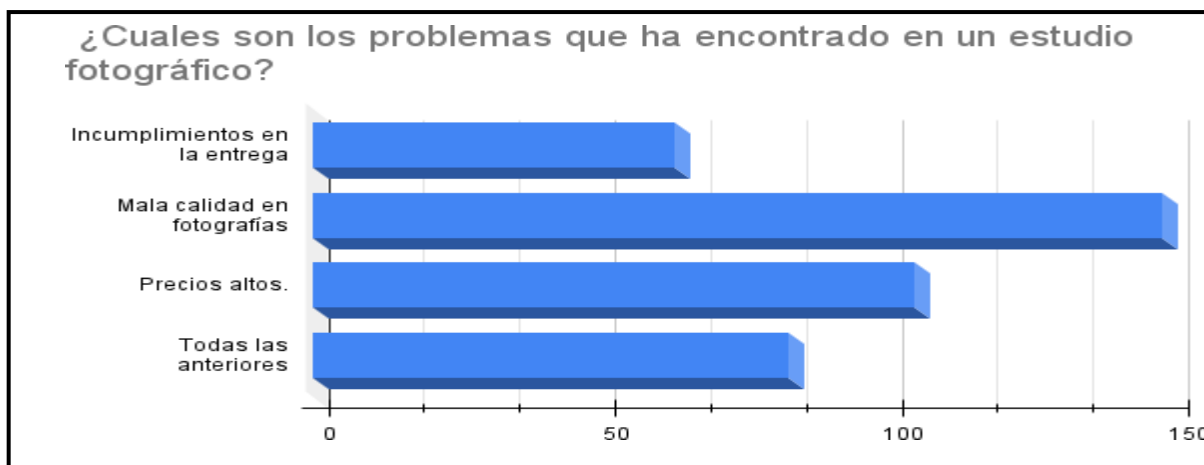
Gráfica 5



Elaboración propia

- En esta grafica encontramos que 148 personas ven como problema la mala calidad en las fotográficas y 58 personas consideran un problema los incumplimientos en la entrega.

Gráfica 6



Elaboración propia

- En esta grafica se presenta que 160 personas buscan un estudio foto grafico por diferentes tramites como cumpleaños, fotos tramite, graduaciones, bodas, XV años.

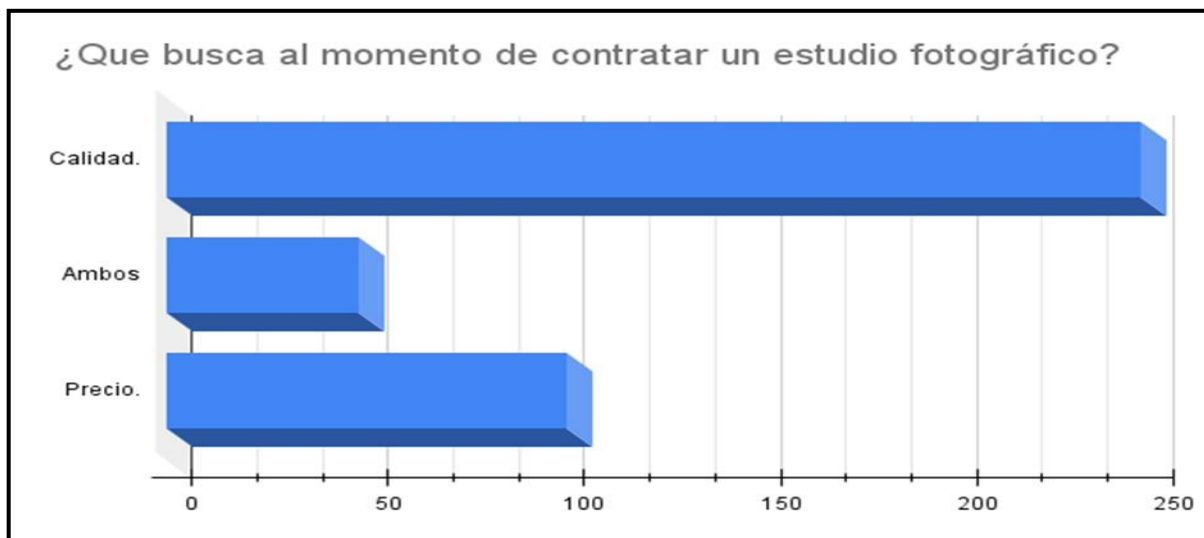
Gráfica 7



Elaboración propia

- En la siguiente grafica 248 personas buscan calidad en una fotografía, 102 personas se fijan en el precio, y 49 ambas cosas, calidad y precio.

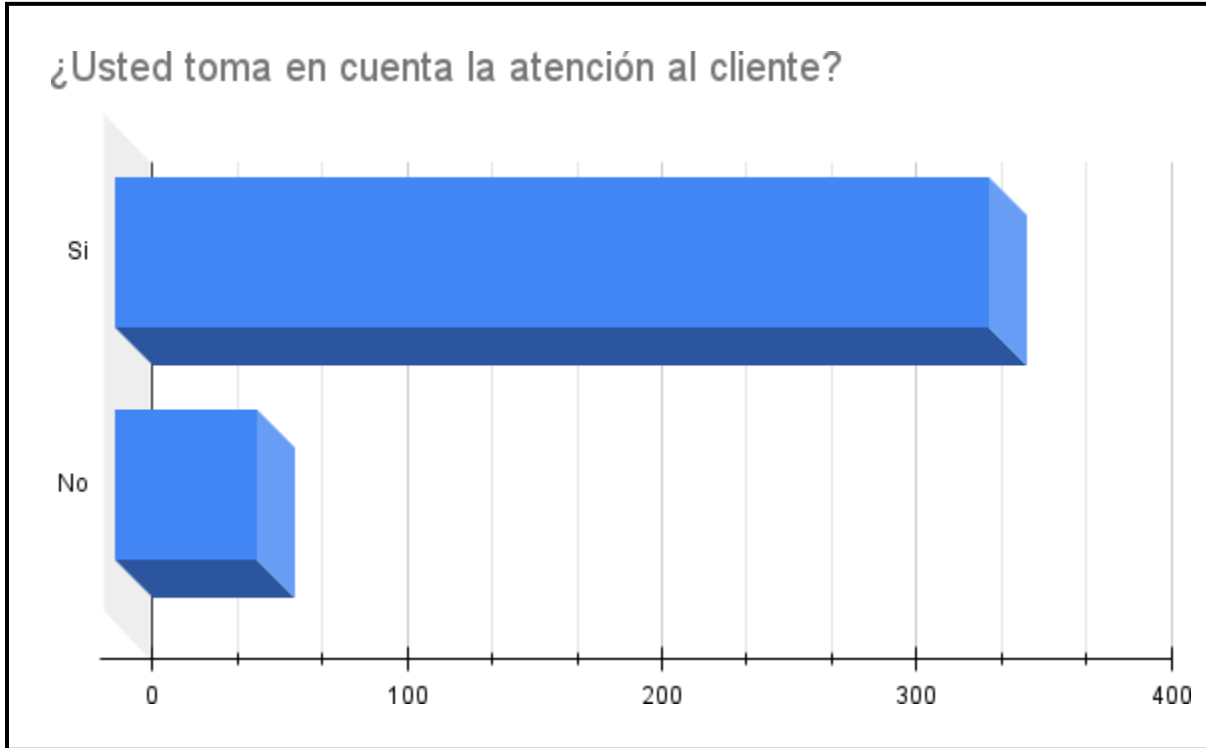
Gráfica 8



Elaboración propia

- En esta grafica se considera que la mayoría de las personas toman en cuenta la atención al cliente.

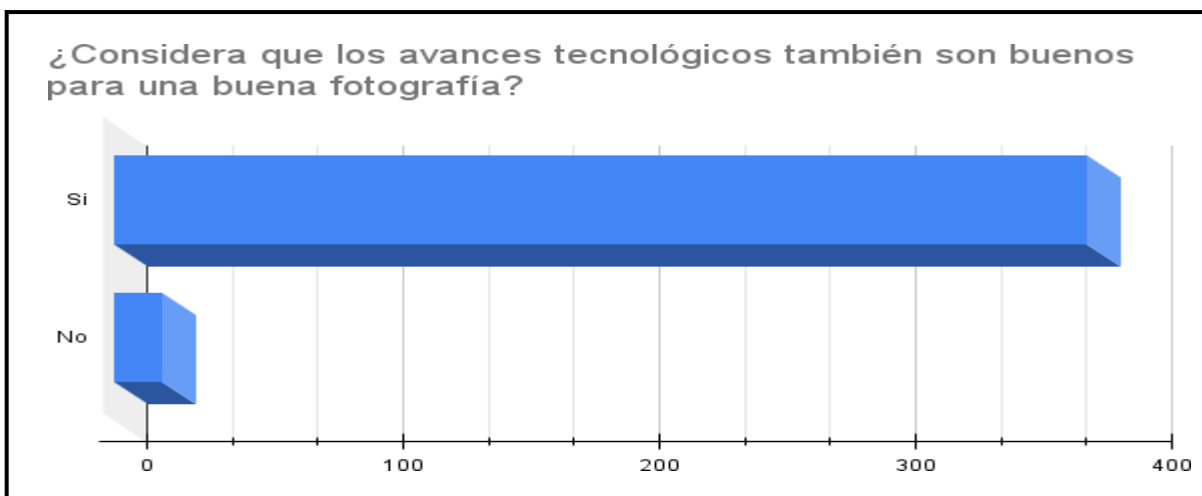
Gráfica 9



Elaboración propia

- En esta grafica se obtuvo que 365 personas, consideran los avances tecnológicos buenos para la toma de fotografías.

Gráfica 10



Elaboración propia

4.2 Interpretación de resultados

Análisis de la Entrevista

Gracias a la información proporcionada por la Sra. Ruby Anel Mejía Beltrán quien es propietaria de la empresa Foto Baños Jr., se ha podido visualizar la problemática que presenta la empresa, ya que son distintas las deficiencias de las cuales se observan, las siguientes, Una de ellas que tiene la empresa son la falta de herramientas de trabajo de última generación, ya que cuenta con cámaras fotográficas de baja resolución, lo que ha ocasionado que ya no sea contratada para cubrir eventos como bodas, XV años, bautizos, entre otros eventos sociales, también las computadoras que manejan para diseñar y modificar las fotografías son igual de años atrás y de baja capacidad de procesamiento, lo que provoca que las fotografías no tengan la suficiente calidad, o cambien de color las imágenes, como también el material con el que elabora los cuadros y los marcos siguen con los mismos modelos y no han creado nuevos.

Todos estos problemas son en el ámbito tecnológico, por otra parte, nos encontramos con la publicidad, de la cual la empresa no cuenta con publicidad por ningún medio, ya sea radio, perifoneo o volanteo, ya que la empresa considera que no es necesario porque siguen creyendo que son el único estudio fotográfico de calidad y que las personas las recomiendan de boca en boca.

Otro de los problemas que enfrenta foto baños Jr. son los nuevos clientes en el mercado, ya que estos son más exigentes, les gusta lo moderno y de calidad, ya que están en una era donde la imagen es importante, y que esta empresa no cuenta con una imagen, ni colores, ni eslogan que la identifique, de igual manera la propietaria cree que no es necesario; por el motivo que su empresa fue la primera en Huixtla y que ya está posicionada en las mentes de los consumidores.

Análisis de la Encuesta

Los resultados obtenidos de la encuesta son definidos de la siguiente manera en la que la primera pregunta que se realizó fue para determinar que género estuvo más interesado en contestar la encuesta. De los 390 encuestados, 245 son mujeres y 145 hombres. Y como podemos ver las mujeres son las que más le llaman la atención al momento de elegir un estudio fotográfico.

- El resultado obtenido de la gráfica, el 36.3 % es del género masculino, y el 63.7 es del género femenino, de acuerdo con la pregunta ¿Usted ha contratado un estudio fotográfico?, se determina que las personas en algún momento contratan algún servicio fotográfico, esto se realizó y con el fin de saber que tan necesario son los estudios fotográficos para las personas y de igual manera si el tener un estudio fotográfico es rentable.
- En la pregunta realizada en la encuesta ¿Cuál de estos estudios fotográficos conoce?, los resultados obtenidos fueron con el fin de saber si Foto Baños Jr. sigue siendo reconocida sobre su competencia (Foto León). No obstante, sabemos que se puede mejorar con publicidad.
- Analizamos las respuestas de esta pregunta ¿Para qué eventos busca un estudio fotográfico? Podemos darnos cuenta cuáles son los servicios más solicitados al momento de contratar un estudio fotográfico y con esto ver con que servicio se obtienen más ganancias.
- De acuerdo con la pregunta establecida en la encuesta ¿Cuándo fue la última vez que utilizo los servicios de un estudio fotográfico? se analiza los resultados para obtener que tiempo es más recurrente que asistan a un estudio fotográfico los clientes; el cual se determina que hay temporadas bajas y altas y en su momento, crear estrategias de ventas para que esto no afecte de manera gradual.
- Al decir "estudio fotográfico" ¿En qué piensa? Analizamos que Foto León aun llevando menos tiempo en el mercado, que la Empresa Foto Baños Jr. y que la mayor parte la reconoce. Y que prácticamente no hay empeño su área de marketing de la empresa Foto

baños jr.

- Analizamos la pregunta ¿Cuáles son los problemas que ha encontrado en un estudio fotográfico? la cual se realizó con el objetivo de identificar los problemas que enfrentan los clientes con los estudios fotográficos y de esta manera poder crear más propuestas de mejora, y se determinó que el principal problema es la mala calidad de la fotografía.
- Se analizó la pregunta, ¿Que busca al momento de contratar un estudio fotográfico? Lo cual se observó, fue que las personas están más interesadas en que la fotografía sea de calidad o precios bajos, y la mayor parte prefieren que sea de calidad sin importar el precio. Sabemos que un trabajo de calidad siempre será bien recomendado.
- ¿Usted toma en cuenta la atención al cliente?, se realizó con el fin de saber si la atención al cliente es tomada en cuenta por las personas o no, sabemos que para la empresa es muy importante que cuente con una buena atención al cliente, de tal manera que este regrese después hacer otra compra, y que lo primordial debe ser el cliente.
- Analizamos la siguiente pregunta ¿Considera que los avances tecnológicos también son buenos para una buena fotografía? Y como podemos darnos cuenta, la tecnología es la nueva en estos tiempos, que es indispensable que un estudio fotográfico cuente con ellas, tanto como las herramientas de trabajo más actualizadas realiza mejor su trabajo y el 80% determino que si es necesario que se trabaje con mejores equipos tecnológicos.

CAPÍTULO

5

5. CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados se concluye este proyecto de Tesis, que las herramientas tecnológicas son de alguna manera importantes pues ha esto, se basa que la empresa genere más ventas, y el objetivo de esta tesis es generarle propuestas a la empresa Foto Baños Jr. de tal manera sea de beneficios para su óptimo desarrollo. Y de acuerdo con los resultados que se realizaron fueron de manera exitosa puesto que lo que se buscaba era obtener prácticamente las opiniones de los clientes.

Como también a lo largo de esta investigación hemos visto lo importante que es la calidad de la fotografía y que para muchas personas marca en sus vidas no solo un recuerdo, sino un momento vivido sin embargo, con el paso del tiempo ha nacido nuevas formas de trabajar y nuevas maneras de pensar, que deben de ser tomas en cuenta por las empresas nuevas y las que ya estén posicionadas, ya que con las nuevas tecnologías se ven obligadas a cambiar de estrategias de trabajo, porque si no están en la constante innovación se quedan sin generar ganancias, por debajo de la competencia.

la empresa Foto Baños Jr. debería innovarse tecnológicamente para futuros clientes, que desean la mejor imagen de su historia, A pesar que fue el primer estudio fotográfico en Huixtla, se está quedando en el olvido, pensó que los tiempos son iguales a cuando se fundó, pero la realidad es otra. Con nuestra investigación desarrollamos encuestas que sirvieron de referencia de que tanto ha decaído la empresa, y este mismo método nos sirvió para descubrir que oportunidades puede tener la empresa si decide actualizarse.

También pudimos observar que al tener una empresa es muy importante tener un distintivo que nos identifique, como un logotipo, colores referentes a nuestro giro empresarial, de igual manera una muy buena publicidad, ya que la falta de todas estas herramientas ha provocado que la empresa foto baños jr. Se esté quedando en el olvido, una buena estrategia puede sacarnos a flote y sobresalir de la competencia.

5.2 Propuestas y Recomendaciones

Las propuestas que le podemos dar a la empresa, con los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas. 1. Mejorar su equipo tecnológico como bien hablamos, las cámaras fotográficas ya que es de las más modernas de última generación cuenta con una gran resolución para fotografías profesionales y además de eso sirve para cubrir cualquier tipo de evento social ya sea bodas XV años, bautizos etcétera. Al igual que las impresoras, con esto se daría mejor calidad en los trabajos; sabemos que es una gran inversión, pero con el paso del tiempo este generaría ganancias.

2. También deberá modificar sus computadoras que maneja para la digitalización y diseño de las fotografías, ya que han salido nuevas con más capacidad de procesamiento y con mejores sistemas operativos ya sea de hardware y software que facilitarán mucho la labor de los fotógrafos y diseñadores.

3. Se le propone actualizar el diseño de Marcos fotográficos ya que esta empresa sigue manejando los únicos que ha tenido desde que se fundó, es de gran importancia estar al pendiente de las nuevas innovaciones.

Recomendación

Se recomienda a la empresa que obtenga algún curso de mercadotecnia, con el fin de que este mas informada con los gustos y necesidades de los clientes. Como también definir el color del local o la empresa, puesto que esta se relaciona o como luce el lugar, también proponemos que se cree un logotipo que le identifique el cual será su imagen permanente ya que esta empresa solo utiliza de logotipo su nombre, también se propone que la empresa cree un slogan para que pueda estar en la mente de sus consumidores y de sus futuros posibles clientes.

En el ámbito publicitario sugerimos que la empresa cree perifoneo, volantes, sin número de teléfono porque se han enfrentado a extorsionadores, de igual manera que se cree una página de Facebook ya que Facebook es la red social con más usuarios y todo el mundo utiliza un celular, también para traer clientes que realice promociones ya sea de descuento en la toma de fotos trámites, o cualquier otro tipo de paquete de fotografía ya que esto ayudará a traer clientes de bajos recursos y clientes que deseen adquirir algún producto, como también esto ayudara en las temporadas bajas.

Hacemos también mención para usar algún tipo de herramienta para la forma de pagar el producto, ya sean con terminales o cuenta bancaria para transferencias, así como también le facilita al cliente y a la empresa. Mejorar sus áreas de trabajos, que cada área de la empresa se distinga para una buena imagen del lugar. Mejorar el espacio de la sala de espera de los clientes.

Anexos

Figura 14

Fotografía de la empresa Foto Baños JR.



Nota: fotografía de la empresa Foto Baños Jr. con la actual propietaria de la empresa.
Elaboración propia

Bibliografía

- Ana. (2023). *Office Cuore • Creado con GeneratePress*. blog: <https://officecuore.com/mejores-impresoras-fotograficas/>
- Audiovisual, P. (19 de Junio de 2012). *Panorama Audiovisual* .
<https://www.panoramaaudiovisual.com/2012/06/19/canon-anuncia-nuevas-funciones-para-su-serie-de-videocamaras-xf/>
- Copyright, E. P. (17 de MAYO de 2023). *PAGINA ZERO*. <https://www.paginazero.com.mx/las-tendencias-fotograficas-que-estan-transformando-el-2023>
- Figuroa, B. (2023). *Los elementos de un estudio fotográfico que sí o sí debes tener*. Mott Centro de Especialización Digital: <https://mott.pe/noticias/8-elementos-basicos-que-debe-haber-en-un-estudio-fotografico/>
- Garcia, M. L. (2016). *calidad para la competitividad en la PYME*, UNAM Pag. 16.
<https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2016/1.03.pdf>
- Gobierno, M. (enero de 2022). <https://datamexico.org/es/profile/geo/huixtla>.
- google. (febrero de 2013). *google maps, FOTOGRAFIA*.
<https://www.google.com/maps/@15.1375501,-92.4650131,3a,75y,13.76h,93.95t/data=!3m6!1e1!3m4!1sQSuoWx04hrLJOi3KClzXw!2e0!7i13312!8i6656?entry=ttu>
- Hanss, B. (16 de NOVIEMBRE de 2021). *crehana*. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/estudio-fotografia/>
- Leal, P. A. (2023). *Seminario de Tesis version (PDF) Pag.19*. UNICACH.
- Molina, J. (21 de marzo de 2021). *blixt.tv*. <https://www.blixt.tv/las-mejores-camaras-reflex-2020-2021/>
- ORELLANA, R. (29 de ABRIL de 2021). *digital trends*.
<https://es.digitaltrends.com/fotografia/mejores-camaras-dslr/>
- Pedro Luis López, c. S.-C. (2004). Artículo. *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO, versión impresa ISSN* (1815-0276). Scielo.org.bo:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012