

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN AMINISTRACION CON MENCIÓN EN GERENCIA
EMPRESARIAL



TESIS

**“MODELO DE GERENCIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO
SOSTENIBLE DE LOS ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS EN LA CIUDAD
DE CHICLAYO”**

Tesis presentada para obtener el Grado Académico de Maestro
en ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL

Autor:

Bach. Mirko Antonio Solis Napanga

Asesor:

Dr. César Augusto Cardoso Montoya

Lambayeque, 2020

“Modelo de gerencia empresarial para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo”.



Bach. Mirko Antonio Solis Napanga
Autor



Dr. César Augusto Cardoso Montoya
Asesor

Aprobado por:

Dr. Oswaldo Mendoza Otiniano
Presidente del jurado

Mag. José Gomez Navarro
Secretario del jurado

Mag. Iván Varías Rodríguez
Vocal del jurado

Lambayeque, 2020

Acta de sustentación (copia)

 UNPRG UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	ESCUELA DE POSGRADO <i>M.Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	29-8-2020
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>		Pág. 1 de 3

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las 12 m. del miércoles 19 de enero de 2022, se dio inicio a la Sustentación Virtual de Tesis soportado por el sistema Google Meet, preparado y controlado por la Unidad de Tele Educación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, con la participación en la Video Conferencia de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución N°1620-2019-EPG, de fecha 18 de noviembre de 2019, conformado por:

Dr. OSWALDO ALBERTO MENDOZA OTINIANO	Presidente
M.Sc. JOSE GOMEZ NAVARRO	Secretario
M.Sc. IVAN RICARDO VARIAS RODRIGUEZ	Vocal
Dr. CESAR AUGUSTO CARDOSO MONTOYA	Asesor

Para evaluar el informe de tesis del tesista MIRKO ANTONIO SOLIS NAPANGA, candidato a optar el grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL con la tesis titulada "MODELO DE GERENCIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS ESTUDIOS FOTOGRAFICOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO".

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes en la Video Conferencia de la Sustentación Virtual ordenó la lectura de la Resolución N°011- 2022-EPG de fecha 10 de enero de 2022 que autoriza la Sustentación Virtual del Informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación Virtual, otorgándole 25 minutos de tiempo y autorizando también compartir su pantalla.

Culminada la exposición del candidato, se procedió a la intervención de los miembros del jurado, exponiendo sus opiniones y observaciones correspondientes, posteriormente se realizaron las preguntas al candidato.

Culminadas las preguntas y respuestas, el Sr. Presidente, autorizó el pase de los miembros del Jurado a la sala de video conferencia reservada para el debate sobre la Sustentación Virtual del Informe de tesis realizada por el candidato, evaluando en base a la rúbrica de sustentación y determinando el resultado total de la tesis con puntos 16 equivalente a BUENO, quedando el candidato apto para optar el Grado de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL.

Formato : Físico/Digital	Ubicación : UI-EPG - UNPRG	Actualización:
--------------------------	----------------------------	----------------

 UNPRG <small>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO</small>	ESCUELA DE POSGRADO <i>M.Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	29-8-2020
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>	Pág. 2 de 3	

Se retornó a la Video Conferencia de Sustentación Virtual, se dio a conocer el resultado, dando lectura del acta y se culminó con los actos finales en la Video Conferencia de Sustentación Virtual.

Siendo las 13.04 p.m. se dio por concluido el acto de Sustentación Virtual.



PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL



ASESOR

Formato : Físico/Digital	Ubicación : UI- EPG - UNPRG	Actualización:
--------------------------	-----------------------------	----------------

Declaración jurada de originalidad

Yo, Mirko Antonio Solis Napanga investigador principal, y César Augusto Cardoso Montoya, asesor del trabajo de investigación “Modelo de gerencia empresarial para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo”, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrara lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 28 de agosto de 2020.

Mirko Antonio Solis Napanga

César Augusto Cardoso Montoya

Dedicatoria

A Aitana, Olivia y Mateo, mis hijos y mi razón de ser.

A Alicia, mi esposa e impulsora de mis acciones.

A Laura, mi extraordinaria madre.

Agradecimiento

Al Creador, el protector de todos los humanos y motor de cada uno de los proyectos trazados. A mi familia por haber sido el eje central de cada uno de los pasos andados en la investigación, por impulsar en cada instante el caminar firme cuando sentía debilitarme con cada cosa novedosa, dificultad o barrera con la que pude encontrarme. A mi asesor por hacer una lectura crítica y por brindarme la oportunidad de ampliar mi comprensión teórica y metodológica de la actividad fotográfica. A los miembros del jurado porque son ellos los principales artífices del perfeccionamiento del trabajo, en tanto el espíritu crítico-constructivo de cada uno de ellos guiara con pautas concretas para seguir el camino de una investigación científica de calidad.

Índice General

Acta de sustentación (copia).....	iii
Declaración jurada de originalidad.....	iv
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice General	viii
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras.....	xi
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción.....	15
Capítulo I. Diseño Teórico	18
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	18
1.1.1. Antecedentes internacionales	18
1.1.2. Nacionales	28
1.1.3. Locales	30
1.2 Base Teórica.....	30
1.2.1. Desarrollo sostenible	30
1.2.2. Modelo de Gerencia Empresarial	35
1.3. Definiciones Conceptuales	40
1.3.1. Desarrollo sostenible	40
1.3.2. Gerencia empresarial	41
1.3.3. Estudio fotográfico	41
1.4. Operacionalización de Variables	42
1.5 Hipótesis	42
Capítulo II. Métodos y Materiales	44
2.1 Tipo de Investigación.....	44
2.2 Método de Investigación.....	45
2.2.1. Método deductivo	45

2.2.2. Método analítico	45
2.2.3. Método sintético	46
2.3 Diseño de Contrastación	46
2.4 Población, Muestra y Muestreo	48
2.4.1. Población	48
2.5 Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos	49
2.6 Procesamiento y análisis de datos	50
Capítulo III. Resultados y propuesta	51
3.1. Análisis de Resultados	51
3.1.1. Análisis de los componentes humano, financiero y material como dimensiones determinantes del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.	51
A) Dimensión humana del desarrollo sostenible	51
B) Dimensión financiera del desarrollo sostenible.....	57
C) Dimensión material del desarrollo sostenible	64
3.1.2. Investigar los componentes social y medioambiental como soporte de su desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.	65
A) Dimensión social del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos	65
B) Dimensión ambiental del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos	73
3.2. Propuesta de un Modelo de gerencia empresarial con acciones que permitan superar las deficiencias y limitaciones del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.....	76
Capítulo IV. Discusión.....	90
Conclusiones	100
Recomendaciones.....	102
Referencias Bibliográficas.....	103
Anexo 1 Propuesta de un Modelo de gerencia empresarial con acciones que permitan superar las deficiencias y limitaciones del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.....	94
Modelo de gerencia empresarial	76
A) Objetivo.....	76
B) Modelo gerencial para estudios fotográficos.....	76
B.1. Actividades Administrativas-sociales:	77
B.2. Actividades asociadas al cuidado del medioambiente.....	83

B.3. Actividades asociadas al financiamiento.....	84
B.4. Actividades asociadas a la tecnología	86

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	42
Tabla 2 Distribución de la población según estudio fotográfico	48
Tabla 3 Materiales, técnicas e instrumentos según momentos de la investigación.....	49

Índice de Figuras

Gráfico 1 Número de personas que integran el estudio fotográfico	51
Gráfico 2 Importancia de la capacitación para el estudio fotográfico	52
Gráfico 3 Modalidad de capacitación para los trabajadores del estudio fotográfico	53
Gráfico 4 Capacitaciones presenciales a las que asistió	54
Gráfico 5 Capacitaciones online en las que participó	55
Gráfico 6 Factor que motivo a contar con un estudio	57
Gráfico 7 Monto de inversión en los estudios, según precio de UIT	58
Gráfico 8 Actividad fotográfica como único medio de vida	59
Gráfico 9 Ingreso promedio mensual de los estudios fotográficos	60
Gráfico 10 Importancia del estudio fotográfico	61
Gráfico 11 Lugar de instalación del estudio fotográfico	62
Gráfico 12 naturaleza del estudio fotográfico	63
Gráfico 13 Equipamiento del estudio fotográfico	64
Gráfico 14 Nivel socioeconómico de los clientes del estudio fotográfico	65
Gráfico 15 Tipos de fotografías realizadas	66
Gráfico 16 Inscripción del estudio fotográfico en la SUNAT	67
Gráfico 17 Elaboración de plan de negocios	68
Gráfico 18 Plan estratégico anual	69
Gráfico 19 Plan de marketing	70
Gráfico 20 <i>Uso de las redes sociales</i>	71
Gráfico 21 Importancia de las redes sociales	72
Gráfico 22 Red social más importante	72
Gráfico 23 Política medioambiental del estudio fotográfico	73
Gráfico 24 Opinión sobre las fotografías impresas	74

Índice de Anexos

Anexo 1 Guía de encuesta Instrumentos de Recolección de Datos	107
Anexo 2 Rúbricas de Expertos de Instrumentos de Recolección de Datos	112

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo central proponer un modelo de gerencia empresarial para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo. La investigación es cuantitativa, básica, no experimental, con diseño descriptivo lineal; se encuestó a 69 personas, los resultados obtenidos fueron: en lo humano 62% de los estudios fotográficos está constituido por más de una persona, 90% considera que la capacitación es muy importante, 54% considera capacitaciones online, 30% asistió por lo menos a una capacitación. En lo financiero 64% dice haber invertido en la constitución del estudio menos de una UIT, 57% vive exclusivamente de los ingresos del estudio fotográfico, 30% señala que su ingreso es 3 sueldos mínimos vitales, por lo que para 84% el estudio fotográfico es un trabajo, 59% instaló su estudio en su casa, 81% considera al estudio fotográfico un proyecto exclusivo. En lo material 55% cuenta con equipos de gama media. En lo social o en relación con la sociedad 73% de los miembros de los estudios fotográficos señala que atiende a clientes de nivel socioeconómico B, 38% realiza todo tipo de fotografías y 62% se ha especializado en servicios de fotografía infantil, moda, bodas, entre otros; 77% no está inscrita en la SUNAT, 65 no cuenta con un plan de negocio, 83% no tiene plan estratégico anual, 52% cuenta con plan de marketing, 94% usa las redes para interactuar con el cliente, 93 considera las redes muy importantes, 57% utiliza Facebook y 42% instagram para sus contactos. En lo ambiental 74% no cuenta con un plan ambiental, 61% está dispuesto a entregar fotografías no impresas para cuidar el medioambiente. Se concluye que la fotografía es una actividad importante para las familias y es necesario implementar mecanismos de intervención para su desarrollo sostenible.

Palabras clave: gerencia empresarial, desarrollo sostenible, estudio fotográfico.

Abstract

The main objective of this research was to propose a business management model for the sustainable development of photographic studios in the city of Chiclayo. The research is quantitative, basic, not experimental, with a linear descriptive design; 69 people were surveyed, the results obtained were: in human terms 62% of photographic studies are made up of more than one person, 90% consider that training is very important, 54% consider online training, 30% attended at least to a training. In the financial field, 64% say they have invested less than one UIT in the establishment of the studio, 57% live exclusively on the income of the photographic studio, 30% say that their income is 3 minimum vital salaries, so for 84% the photographic studio it is a job, 59% installed their studio at home, 81% consider the photographic studio an exclusive project. In terms of material, 55% have mid-range equipment. In the social or in relation to society, 73% of the members of the photographic studios indicate that they serve clients of socioeconomic level B, 38% take all types of photographs and 62% have specialized in child photography services, fashion, weddings, among others; 77% are not registered with SUNAT, 65 do not have a business plan, 83% do not have an annual strategic plan, 52% have a marketing plan, 94% use the networks to interact with the client, 93 consider the networks very important, 57% use Facebook and 42% Instagram for their contacts. Regarding the environment, 74% do not have an environmental plan, 61% are willing to deliver unprinted photographs to protect the environment. It is concluded that photography is an important activity for families and it is necessary to implement intervention mechanisms for its sustainable development.

Keywords: business management, sustainable development, photographic studio.

Introducción

La fotografía, desde su obtención, se ha convertido no sólo en un registro visual que ha sido siempre testigo de hechos y acontecimientos históricos, sino también se trata de una de las manifestaciones artísticas y culturales más grandes con las que cuenta la humanidad. De hecho, en comparación a la pintura, la escultura u otras artes, es bastante nueva, y se considera que se pudo obtener finalmente una imagen grabada en una superficie en el siglo XIX.

Se puede señalar que la fotografía, es tan versátil que permite, perennizar momentos importantes para una persona, una familia, una sociedad o un país. En consecuencia, los que se dedican a la fotografía poseen ciertos conocimientos y habilidades que las adquieren con formación y capacitación. Así como la necesidad de contar con un equipo tecnológico de calidad, para lograr imágenes de calidad. Por ello, el contar con un estudio fotográfico para desarrollar diversos proyectos no representa solo un negocio sino un trabajo complejo. Tal vez se trata de una labor poco convencional, pero esta debe regirse a ciertos parámetros para contar con un desarrollo sostenible como una actividad económica rentable para quien o quienes la ejerzan.

En el mundo, en el Perú y consiguientemente, en Chiclayo, existe un auge en la fotografía y en la cantidad de estudios fotográficos que año a año va en aumento. Esto se debe a la democratización o la mayor accesibilidad a equipos fotográficos. Hace dos décadas era una utopía imaginar que se podía contar con equipo profesional, esto por el elevado precio. Sin embargo, hoy existen diferentes gamas de equipos que permiten emprender un trabajo relacionado a la fotografía, con un estudio fotográfico.

En Chiclayo si bien la fotografía no es un servicio de primera necesidad, existe un gran interés para retratarse, para retratar una etapa de maternidad, a un pequeño recién nacido, una boda, un aniversario, los 80 años del abuelo, o lo que significa muchas veces, un

momento especial o importante en la vida de las personas. Eso hace que la fotografía sea un instrumento necesario en la sociedad. El auge de los estudios fotográficos, trae consigo una serie de deficiencias como el empirismo al no preparar el estudio con un plan de negocio, por ejemplo; la informalidad al no registrarse en SUNAT, la ausencia de una política de precios, etc.

La presente investigación pretende analizar el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos de Chiclayo y proponer un modelo de gerencia empresarial para lograr tal desarrollo sostenible. Entre los objetivos específicos trazados están los siguientes: (1) Analizar los componentes humano, financiero y material como dimensiones determinantes del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. (2) Investigar los componentes social y medioambiental como soporte de su desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. (3) Proponer una guía de gerencia empresarial con acciones que permitan superar las deficiencias y limitaciones del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. La investigación resulta particular, en el sentido que la fotografía y la administración no son temas que se conjuguen y encuentren en otras investigaciones. Para alcanzar el objetivo central se analizó el desarrollo humano, financiero y material de los estudios; del mismo modo se investigó el desarrollo social y políticas medioambientales con las que los estudios cuentan. A partir de allí se determinarán las acciones pertinentes para un modelo de gerencia empresarial.

Esta investigación está estructurada de la siguiente manera: En el Capítulo I, se presentan los antecedentes de la investigación, los cuales están vinculados directamente a la variable llamada desarrollo sostenible. Los resultados fueron analizados y comentados señalando su contribución a la tesis de desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. Del mismo modo, se presentan teorías y especificaciones conceptuales con relación a las variables gerencia empresarial y desarrollo sostenible.

En el Capítulo II, está constituido por el marco metodológico, es decir se describe el enfoque, tipo de investigación, naturaleza, población y muestra, técnicas e instrumentos, así como los procedimientos seguidos para recolectar la información y los seguidos para analizar dicha información.

En el Capítulo III, se presenta los resultados de la investigación, los cuales han sido agrupadas considerando los objetivos específicos y las dimensiones para cada uno de los objetivos establecidos. Los resultados se presentan en gráficos que contienen la distribución de frecuencias en porcentajes.

En el Capítulo IV, se encuentra la discusión de resultados, la cual hace comentarios sobre los encontrado por las encuestas conectados con los antecedentes y el marco teórico; la discusión se hace en función de los objetivos específicos.

El informe final de tesis incluye además las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos, en donde se encuentra ubicado el modelo que propongo y su estructura.

Capítulo I. Diseño Teórico

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales

Se ha considerado importante para el presente trabajo, la comprensión de desarrollo sostenible de la empresa, como la capacidad de mantenerse estable en el tiempo en las dimensiones económica, humana, material, social y medioambiental.

Štrukelj, Nikolic y Zlatanovi (2020) han realizado la investigación: *Un modelo estratégico para negocios sostenibles*, la cual tuvo como objetivo central fue evaluar cualitativa y cuantitativamente un nuevo modelo estratégico necesariamente holístico de los factores blandos que influyen en la innovación de políticas empresariales, que interdependientemente incorpora cambios en los valores organizacionales, la cultura y la ética empresarial, así como en las partes interesadas, reconciliación de intereses, determinando así posibilidades blandas para una política empresarial más sostenible y práctica.

La investigación encontró que la política influye en la práctica y la gestión por lo que para un desarrollo sostenible de las empresas es necesario analizar los factores que afectan a la política empresarial.

De los resultados y conclusiones del trabajo se puede concluir que es importante para los estudios fotograficos analizar la comunicación apropiada, la responsabilidad organizacional o responsabilidad social, la necesidad de innovar los procesos y servicios. Se acentúa el interés del modelo en el estudio de las dimensiones comunicativas, de responsabilidad e innovación de las empresas. En la tesis sobre desarrollo sostenible de los estudios fotográficos se ha incluido

la necesidad de una adecuada comunicación en la dimensión humana, de innovación en los instrumentos tecnológicos y en el ofrecimientos de los servicios a través de las redes sociales, así como la responsabilidad de los estudios fotográficos frente al medio ambiente y actualmente frente al cuidado de la salud, el respecto de las normas de confinamiento y distanciamiento social.

ESADE (2018) realizó la investigación *La contribución de las empresas españolas a los objetivos de desarrollo sostenible*, cuyo informe fue presentado por la Universidad Ramón Llull.

El informe tuvo como propósito facilitar el compromiso del sector privado en la Agenda Global, actuando como punto de referencia y fuente de inspiración, y apoyar en el campo del desarrollo sostenible. La investigación concluye que, para que una empresa tenga desarrollo sostenible debe cumplir con la anticipación, adaptación y reacción. La anticipación es la capacidad de una empresa de querer ir por delante o adelantarse voluntariamente a un acontecimiento o situación mediante su acción. La adaptación es el proceso por el cual una empresa internaliza nuevos modelos o valores, modifica parcialmente sus acciones o se acomoda a los cambios o a las nuevas condiciones de su entorno. Y la reacción es la respuesta empresarial provocada o derivada de otra con un sentido o un efecto contrario o negativo, a la cual se intenta contrarrestar.

De los resultados de la investigación se recoge que la anticipación es un elemento esencial para los estudios fotográficos, puesto que el nuevo escenario de pandemia exige a las diversas empresas adelantarse a los mecanismos de oferta de servicios de calidad usando las plataformas virtuales; sobre el mismo también se puede señalar que esta dimensión no ha sido utilizada por ninguno de los estudios fotográficos puesto que no se adelantó ninguno a implementar

sus espacios virtuales antes de la covid-19. Sin embargo, esta dimensión es importante porque permitirá a los estudios fotográficos adelantarse a los acontecimientos que se han de originar como consecuencias de las medidas de confinamiento, distanciamiento social, etc. El desarrollo sostenible de los estudios fotográficos, por lo tanto, pasa por medidas que deben adelantarse a los acontecimientos que son previsibles.

La dimensión de adaptación y reacción son dimensiones esenciales para que los estudios fotográficos puedan responder al contexto actual de desarrollo de la pandemia y para enfrentar la situación post pandemia. La adaptación permitirá implementar diversos mecanismos tecnológicos, humanos, sociales, familiares, culturales y económicos que se mantengan equilibrados en el tiempo y permita sostenerse a cada uno de los estudios fotográficos sin perder su espacio y sin quedar expuesto a la ruina.

Los resultados de dicho informe permiten entender también que los procesos de los estudios fotográficos que se ejecuten considerando la anticipación, adaptación y reacción permitirán enfrentar el desempleo.

El informe encontró también que las empresas, negocios personales, entre otros a partir de sus dimensiones económicas y repercusiones sociales, cuestiones relativas a la experiencia individual de desempleo ha atraído recientemente una atención creciente. A pesar de que muchos estudios han documentado los efectos positivos de los negocios personales para el bienestar subjetivo, aún no ha estudiado con profundidad el desarrollo sostenible de las empresas. Del mismo modo poco se ha estudiado la relación entre el desarrollo sostenible y las emociones de los miembros de los negocios familiares o empresas.

Sobre los resultados se debe subrayar que el estudio fotográfico para alcanzar la sostenibilidad debe incrementar su participación, adaptarse a los cambios y reaccionar frente a las circunstancias, mediante metas y objetivos concretos. En tanto, los negocios de los estudios fotográficos se ven involucrados en los cambios globales, ahora especialmente por la presencia de la covid-19.

El desarrollo sostenible de los estudios fotográficos centra su atención en el talento adecuado, es decir el perfil de los recursos humanos para los cuales debe desarrollar las capacidades adecuadas, llevar los recursos al lugar correcto en el momento adecuado, mantener el margen, aumentar los ingresos, deleitar a los clientes. Estos desafíos esperados han cambiado en el nuevo contexto, por lo tanto es necesario repensar la realidad a partir de los resultados que ofrece la investigación.

Siguiendo las líneas de los resultados del informe se visualiza que los estudios fotográficos enfrentan amenazas inesperadas o disruptivas que tienden a basarse en un nuevo enfoque, una estrategia disruptiva, que anteriormente no era factible ni viable en un mercado determinado. Ha cambiado el entorno más amplio como tecnología o preferencias del cliente o infraestructura / ecosistema de apoyo. La naturaleza del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos señala a los dueños que deben detectar cambios y responder de manera efectiva al mercado. Para ello los estudios fotográficos buscan patrones que les permitan alcanzar un desarrollo sostenible; para lo cual es necesario analizar los estudios fotográficos considerando su dimensión exponencial de acceso al internet, el ofrecimiento de los servicios virtuales, la diversificación de sus servicios o productos, etc.

Mancipe (2018) ejecutó la investigación *El papel de las empresas en la construcción de los objetivos de desarrollo sostenible. Tesis presentada a la Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano*, cuyo propósito fue analizar el tipo de desarrollo que se promueve desde los objetivos de desarrollo y evaluar si ella responde con mayor ímpetu a las necesidades de la globalización de mercados al haber integrado a las empresas a sus estrategias de desarrollo desde la institucionalidad o, a los desafíos sociales y ambientales actuales. La investigación encontró que, para alcanzar una sostenibilidad adecuada en su desarrollo, la empresa debe articular su desarrollo económico, social, humano, material, tecnológico.

De lo encontrado hasta acá por la investigación, resulta útil para el estudio del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos la articulación del desarrollo económico, social, humano, material, tecnológico. En cuanto a lo económico los estudios fotográficos enfrentan un contexto desafiante con la presencia de la covid 19, por lo que se puede haber afectado de manera significativa los ingresos, por lo tanto, un buen análisis propone también un adecuado modelo de intervención. En lo social, la empresa se ha visto golpeada por el confinamiento, puesto que los clientes al reducir sus ingresos han establecido pocos contactos con los estudios, disminuye el nivel de demandas; sin embargo, en esa misma dimensión se vuelve necesaria trabajar la sostenibilidad social de la mano con los clientes ofertando los servicios a través de aplicaciones tecnológicas, con diversas ofertas y con un adecuado manejo administrativo.

El reto del nuevo contexto ha planteado también una transformación del capital humano, es decir exige mayor capacitación de las personas de los estudios fotográficos. Las capacitaciones en el uso de equipos tecnológicos

propios de la fotografía y de equipos de redes sociales y aplicaciones. De ese modo hay armonía entre lo económico, social, humano y tecnológico.

La investigación referida como antecedente encontró también que la articulación del desarrollo en los negocios familiares o empresas, proporcionan tanto un estímulo como un marco para los esfuerzos de sostenibilidad corporativa: esto se refleja en establecimiento de objetivos de sostenibilidad. Sin embargo, se ha vuelto cada vez más obvio que para enfrentar desafíos sistémicos las empresas y negocios familiares deben trabajar juntas. Las empresas están creando y uniéndose cada vez más a iniciativas de colaboración y de múltiples partes interesadas para revitalizar la asociación global para el desarrollo sostenible. La tendencia hacia la colaboración dirigida por el sector privado es alentadora, pero debe acelerarse, profundizarse y ampliarse. Para un progreso significativo de los negocios familiares y empresas, es necesario tener actores en todas las cadenas de valor para que se unan rápidamente y tomen medidas colectivas sobre los problemas que amenazan el crecimiento empresarial y el desarrollo social.

En ese sentido, en los estudios fotográficos se descubre que las colaboraciones son más efectivas para involucrar y retener a los participantes corporativos cuando resuelven un problema que se considera crítico para la continuidad del negocio. En otras palabras, se descubre que los negocios del sector privado son más impactantes cuando son buenas para la sociedad y para los negocios. Los estudios fotográficos, tienen una gran responsabilidad y oportunidad de demostrar su influencia positiva en la sociedad. Los estudios fotográficos representan un espacio de articulación de los negocios familiares y la empresa, los estudios son espacios en las que están involucradas diversas

familias, por lo tanto, el desarrollo sostenible de las mismas amerita un beneficio económico, social, tecnológico, humano en favor de las personas que forman parte de esa familia.

Alaña, Capa y Sotomayor (2017) realizaron la investigación *Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las Mipymes del Ecuador, el cual se publicó a través de un artículo de investigación por la Universidad Cienfuegos de la República del Ecuador*. El propósito de la investigación fue proponer una revisión conceptual de la legislación ambiental en el Ecuador para el control efectivo sobre las empresas (MIPYMES), para que sus actividades identifiquen herramientas que eviten al máximo la contaminación.

¿Por qué es importante dicho artículo para el análisis del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos? resulta trascendente por su aporte metodológico, puesto que observa una realidad concreta a través de los métodos histórico-lógico, analítico- sintético y análisis de documentos. Estos métodos al ser empleados en el análisis del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos ayudan a visualizar el modo como aparece los estudios fotográficos en Chiclayo, los primeros registros, el modo como está avanzando y el modo como se enfrentará a las consecuencias de la pandemia Covid-19. Del mismo modo ayuda a visualizar el panorama de los estudios fotográficos a través del análisis de conceptos concretos como desarrollo sostenible, recursos humanos, económicos, administrativos, sociales, tecnológicos, etc.

Los resultados de la investigación aportan elementos importantes para el desarrollo sostenible como la legislación medio ambiental, una legislación que resulta muy importante para que las empresas puedan adecuarse a los nuevos sistemas de la realidad y puedan sobrevivir a diversos retos de manera formal.

Este resultado es importante para el análisis del desarrollo sostenible de los espacios fotográficos porque permite visualizar una parte especial que son las normas, las leyes correspondientes tanto a las empresas de manera general como al ejercicio de la fotografía de manera especial. En este punto es importante destacar que los estudios fotográficos se guían por actividades que ciertos aspectos de la norma nacional peruana podrían calificarla como informal; sin embargo, se sujetan a las reglas de las pequeñas y medianas empresas.

La investigación expresada como antecedente concluye que, el país necesita una legislación coherente que permita una producción limpia, responsabilidad empresarial ambiental, actividades sean amigables con el medio ambiente, que tome en cuenta la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. Desde esa conclusión se puede concluir que los estudios fotográficos buscan cumplir con todos estos elementos normativos y prácticos, puesto que al ser empresas o negocios familiares hay mayor cuidado del medio ambiente, del espacio en el que se desarrolla la fotografía. El negocio familiar busca un desarrollo sostenible no solo económico, social, tecnológico, humano, administrativo, normativo, sino también ambiental es por ello que recurre al uso de espacios virtuales (la mayoría hace sus contactos por redes social y no tanto por volantes impresos o avisos físicos). La dimensión señalada por el antecedente revisado es importante para comprender y poder desarrollar en el modelo de gerencia empresarial ajustes legales que garanticen el desarrollo equilibrado del negocio familiar o empresa denominada estudio fotográfico.

Desde la investigación revisada se ha dicho también que la vida en una sociedad competitiva significa que se toman decisiones medioambientales, económicos, políticos, familiares, humanos, materiales cada vez más

importantes en las empresas y negocios familiares, sobre la base de objetivos financieros. Se está volviendo muy compleja la sociedad actual; por lo que según la conclusión es necesario crear nuevos tipos de regulación y normas para poder desarrollar los estudios fotográficos de modo sostenible.

La legislación no es suficiente para el desarrollo sostenible. Las empresas y negocios familiares como los estudios fotográficos han adoptado cada vez más sus propios reglamentos y normas que guían sus operaciones hacia el desarrollo sostenible. Regulación significa que un regulador (norma, estilo) busca controlar el comportamiento del objetivo. Ello implica que la regulación de los estudios fotográficos incluye la autorregulación. La legislación es un elemento importante, pero no el único, de la regulación para alcanzar desarrollo sostenible en los estudios fotográficos. En la toma de decisiones prácticas, es importante conocer el sistema general de regulación, incluida la autorregulación y la legislación. La regulación incluye una estrecha vigilancia sobre los principales competidores con análisis estratégico, tendencias y escenarios de micro y macro mercado, análisis de precios y una visión global de las situaciones del mercado en el período de pronóstico. El crecimiento de este mercado en todo el mundo está sujeto a varios factores; incluyendo el mercado mundial de estudios fotográficos, de consumo de muchos productos para estudios fotográficos, modelos de crecimiento inorgánico de la compañía, volatilidad de precios de las materias primas, innovación de productos y perspectivas económicas tanto en países productores como consumidores.

Celis (2016) en la tesis *El aporte de diferentes empresas al desarrollo sostenible en Colombia, presentada en la Universidad Militar Nueva Granada*, tuvo como propósito analizar el aporte de diferentes empresas al desarrollo

sostenible en Colombia, para ello procedió a analizar diversos documentos teóricos y también propios de las empresas, con los cuales logró determinar que las empresas que tienen un desarrollo sostenible contribuyen al desarrollo sostenible de la sociedad.

Concluye que, una empresa sostenible es generadora de empleo y mayor generador de ingresos al sector, beneficiando mediante proyectos a diferentes entidades o corporaciones. Una empresa sostenible es una empresa líder en la canasta familiar, con posibilidades crediticias y diferentes beneficios crediticios, además de beneficios para fundaciones y por ende beneficios al desarrollo sostenible social. Finalmente, el aporte de las empresas colombianas al desarrollo sostenible es positivo y creciente cada día, ya que la dinámica económica permite ser cambiante y las empresas innovadoras a este factor; sin embargo, existe la necesidad de generar mayores proyectos que mejoren la sostenibilidad económica ya que se está invirtiendo en los aspectos sociales y ecológicos dejando de lado el factor financiero que en ultimas es el mayor aporte al desarrollo sostenible.

Este estudio es importante porque desde punto de vista de la estabilidad económica, se observa tres características del comportamiento para los estudios fotográficos: cambios significativos, continuación de los ciclos económicos "menores", tendencias en las mejoras tecnológicas, económicas y humanas. Los estudios fotográficos tienen mayor capacidad para hacer frente a la inestabilidad económica, debido a la mejora en la información objetiva disponible, los medios tecnológicos. Los tres elementos al ser combinados garantizan el alcance del desarrollo sostenible en los estudios fotográficos.

Hall, Daneke y Lenox (2010), realizaron la investigación Desarrollo sostenible y espíritu empresarial: contribuciones pasadas y direcciones futuras, la cual tuvo como objetivo analizar la investigación emergente relacionada con el desarrollo sostenible y el espíritu empresarial.

La investigación encontró que el espíritu empresarial ha sido reconocido como un conducto importante para productos y procesos sostenibles. De acuerdo a ello las nuevas empresas se están presentando como una panacea para muchas preocupaciones sociales y ambientales. A partir de este resultado se puede desatacar que hay una profunda incertidumbre sobre la naturaleza del rol del espíritu empresarial de los estudios fotográficos en el desarrollo sostenido como empresa.

La investigación concluye que el desarrollo sostenible ha surgido como un concepto influyente para la política, práctica y teoría del emprendimiento empresarial. En consecuencia, aplicado a la investigación de desarrollo sostenible de los estudios fotográficos, se busca que el emprendimiento alcance un equilibrio armónico entre las actividades, recursos humanos, manejo de tecnologías, servicios, ingresos económicos, entre otros factores propios de los estudios fotográficos.

1.1.2. Nacionales

La Embajada Británica en el Perú (2018), realizó la investigación *El sector privado en el Perú y su contribución al desarrollo sostenible, cuyo informe fue publicado por Libélula en la ciudad de Lima*. El propósito de la investigación fue analizar la contribución del sector privado al desarrollo sostenible.

La investigación señala que hay una contradicción entre el crecimiento económico y ser ambientalmente responsable. A pesar que esta idea aún es muy

común en el Perú, cada vez más empresarios entienden que cuidar el medio ambiente ya no es solo una cuestión de responsabilidad social, sino un asunto económico. Se trata de la supervivencia y de los ingresos que puedan generar sus empresas, se trata de “Crecimiento Verde”, que puede ayudar a incrementar las ventas, la inversión, y el interés del consumidor, y a la vez, impulsar las prácticas de negocios sostenibles.

En suma, desarrollo sostenible es más que innovación tecnológica, es innovación en el modelo de negocio en donde las empresas deben mirar más allá de solo crecimiento económico. De esta manera podrán innovar y generar múltiples flujos de caja mediante actividades sostenibles, y al mismo tiempo generar beneficios sociales como oportunidades de empleo para más personas.

Barbachan, M. 2018. La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. Artículo presentado a la revista Inovac.

La investigación tuvo como propósito describir los ámbitos de desarrollo sostenible de las empresas. Precisa, que los ámbitos son ámbito económico – corporativo (la implementación de políticas de RSE resulta beneficiosa para la empresa, no solo en términos económicos, sino también para mayor confianza y buena reputación en el mercado), ámbito social (los lineamientos enfocados para favorecer a la sociedad, sobre todo con las zonas cercanas al giro de negocio de las empresas, son claves para establecer vínculos con la comunidad y generar confianza), ámbito laboral (el talento humano dentro de las organizaciones es un pilar fundamental para el éxito y permanencia en el mercado; por ello, las empresas deberán brindar las mejores condiciones para sus colaboradores), diálogo con grupos de interés (la importancia de los grupos de interés o *stakeholders* se ha incrementado en los últimos años, las empresas poseen

mayor conciencia sobre la necesidad de mantener una comunicación constante y procesos de transparencia con los mismos).

1.1.3. Locales

No se ha identificado estudios sobre desarrollo sostenible de las empresas, solo hay planes de desarrollo sostenible para enfrentar problemas medioambientales, dichos documentos son planes de las municipalidades distritales y provinciales, por lo que no encaja en la presente investigación.

1.2 Base Teórica

1.2.1. Desarrollo sostenible

Desarrollo sostenible, es un concepto que se viene manejando, desde finales de los años sesenta, surgió especialmente para frenar algunas acciones negativas del hombre, no obstante, este término ha tenido giros importantes y hoy se considera como parte esencial del equilibrio a pesar del tiempo. Se considera el desarrollo sostenible como el proceso de desarrollo constante, equilibrado en lo económico, social, político, medioambiental, materiales, humanos.

Para Celis (2016), la sostenibilidad debe considerar las siguientes dimensiones:

Sostenibilidad económica (garantizar el desarrollo económico a las generaciones futuras). Esta sostenibilidad se debe realizar por procesos de asignación y gestión de recursos, mediante inversiones públicas y privadas, generando un impacto social más que impacto rentable, sin descartar que lo social y rentable permite a la vez un criterio económico sostenible.

Sostenibilidad ecológica (garantizar la integridad del entorno a las generaciones futuras). Este componente ecológico y ambiental dentro de la sostenibilidad permite generar iniciativas de uso racional con los recursos naturales, mejorando así, la cultura ciudadana como también el equilibrio de los ecosistemas.

Sostenibilidad social (garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del planeta). Es una de las metas más importantes de desempeño a nivel empresarial, ya que la sociedad es la que permite el desarrollo empresarial, construyendo una sociedad con equidad, que entregue las mismas posibilidades para toda la civilización, mejorando la economía, por lo tanto, creando un desarrollo sostenible.

Por otro lado, según el informe (ESADE, 2018), señala que una empresa es sostenible cuando presenta avances tecnológicos, que, además de ofrecer un gran abanico de posibilidades para mejorar los productos y servicios, permiten mejorar enormemente la productividad de la economía sin perjudicar el medio ambiente ni reducir los recursos existentes. La construcción de alianzas entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil, que, en el marco institucional actual, han demostrado que son las formas más efectivas de provisión de servicios. El aumento del número de consumidores –e inversores.

Leigh Loftus es el fundador de We are Loftus, una empresa de fotografía con sede en Chicago, IL. En 2009 lanzó la primera versión de su compañía llamada Think Leigh Photography. Trabajó junto a muchos líderes de la industria de la fotografía en varias categorías, incluyendo periodismo, retratos, interiores, paisajes y alimentos y bebidas.

Al principio de su carrera, Leigh comenzó a trabajar con hoteles y grupos de restaurantes. Ahora trabaja con algunos de los principales hoteles de Chicago, incluidos The Godfrey, London House, Loews, The Radisson Blu, The Virgin Hotel, el grupo Fifty / 50 y el grupo DMK, por nombrar algunos. A medida que Leigh ha desarrollado su libro de negocios, ha construido con congruencia un equipo de fotógrafos para trabajar con We are Loftus, así como para ayudar a orientar a los profesionales más jóvenes a alcanzar sus objetivos profesionales. 2018 marca el noveno año de Leigh como propietaria de una empresa y emprendedora, como cualquier gran líder que sabe que se necesita más de una persona para causar un impacto, por lo que ha traído a Janessa Gates como su directora de desarrollo comercial. Tienen la intención de escalar el modelo que ha desarrollado en Chicago a nivel nacional creando oportunidades de trabajo para los fotógrafos y convirtiéndose en un recurso fotográfico confiable para sus compradores.

Ante el desarrollo sostenible de estas empresas, la interrogante es ¿qué motiva o inspira a comenzar negocio propio en la fotografía? ¿Cuáles son los primeros pasos que se debe tomar para poner en marcha un estudio fotográfico? Y lo más importante ¿Cómo mantenerse en el tiempo en las dimensiones económicas, sociales, políticas, humanas, materiales y ambientales?

El contexto es clave para plantear y tratar de resolver estas cuestiones, en tanto desde 1970, el crecimiento constante en el extranjero en el mercado internacional de fotografía amateur se ha mantenido. El uso de películas en los países avanzados, particularmente el uso de películas en color, ya está en un nivel alto, y un amplio segmento de la población ya posee cámaras. El mercado

internacional de fotografía amateur es sorprendentemente maduro, frente a ello los retos de los estudios fotográficos es exponencial.

El desarrollo de la tecnología fotográfica desde el siglo dieciocho hasta el presente y la aplicación de esta tecnología en evolución a la explotación ofrece diversos retos a los estudios fotográficos regionales y nacionales. Con el desarrollo de cámaras más eficientes y portátiles alrededor del cambio de siglo, el número de fotógrafos profesionales aumentó dramáticamente. Las imágenes dejadas por estos intrépidos pioneros fotográficos proporcionan una fuente útil de datos sobre las culturas, así como los impactos del rápido cambio social introducido en las diversas dimensiones de la sociedad.

Las mejores empresas y estudios fotográficos del mundo han alcanzado un desarrollo sostenible, esto se muestra en los logotipos corporativos y sobre todo en la articulación del servicio que ofrecen a otras empresas, corporaciones, agencias, vendedores y firmas de fotografía más grandes y rentables del mundo.

Las empresas que han alcanzado desarrollo sostenible, consideran que es básico tener un buen equipo humano y la experiencia adecuada; del mismo modo contar con los recursos económicos y materiales adecuados. Con estos aspectos vitales se puede ofrecer servicios de fotografía a clientes locales e internacionales. Hay muchas oportunidades para alguien con buen ojo para las imágenes, pero es necesario tener estabilidad y equilibrio en todas las dimensiones. Las empresas con desarrollo sostenible ofrecen fotografía de stock, la que es cuando venden sus fotografías a un mercado o plataforma. Toman imágenes numerosas de edificios, personas, naturaleza. Después ven cuáles se venden mejor y ajustan su estrategia de fotografía. De ese modo stock es un mercado donde los fotógrafos de todo el mundo pueden publicar sus

imágenes y recibir un pago cada vez que se vende una. Su imagen permanecerá en el sitio durante el tiempo que desee allí acumulando ingresos pasivos. Querrá que sus imágenes se destaquen de las demás, así que quizás se centre en algo único.

Fotografía de mascotas, es otro de los negocios de desarrollo sostenible para las empresas y estudios fotográficos, a los dueños de mascotas les encanta que les fotografíen a sus familiares peludos. El negocio se especializa en retratos de mascotas y su objetivo es capturar la personalidad y la singularidad de las mascotas de sus clientes. Ella ha diseñado su estudio para acomodar a sus clientes y mascotas y también ha tomado medidas adicionales para garantizar su seguridad y comodidad. Para ello muchos estudios emplean entrenadores profesionales y técnicos veterinarios para ayudar con la sesión de fotografía y garantizar que los animales siempre se sientan seguros y cómodos. Ella también tiene accesorios del tamaño de mascotas, y algunos diseñados específicamente para mascotas.

Otro rubro de las empresas con mayor desarrollo sostenible son las fotografías de tazas y platos. Muchos clientes quieren sus fotos en tazas, platos, camisetas, bolsos, etc. Con un equipo adecuado, se puede ofrecer este servicio. Cuanta más experiencia y equipo tenga, más objetos podrá personalizar para las personas con sus fotografías. Antes de comenzar a invertir en el equipo adecuado, conozca algunas estrategias del negocio de fotografía. Algunos estudios fotográficos, ofrecen regalos personalizados en línea. Sus clientes pueden tener regalos con fotos personalizadas, fechas, nombres, monogramas, nombres de eventos o mensajes especiales. El estudio fotográfico crea y entrega el artículo, por lo que todo lo que sus clientes deben hacer es diseñarlo en su

plataforma en línea. Estos estudios fotográficos ofrecen servicios de planificación de eventos y ofrecen los extras que sus clientes podrían necesitar para organizar una fiesta o evento especial. Tienen una sala de exposición física para aquellos que desean ver cómo podrían verse los artículos antes de ordenarlos.

La sostenibilidad debe considerar “posicionamiento de la marca, participación en exposiciones, formar parte de una organización, asistir a cursos de formación y capacitación” (Upegui, 2017)

1.2.2. Modelo de Gerencia Empresarial

La Gerencia empresarial desde una perspectiva ergonómica, surgió como teoría que fusiona los principios gerenciales con los fundamentos filosóficos de la ergonomía y la prevención de riesgos laborales (PRL), en el marco de la responsabilidad social que las empresas deben asumir de manera integral. Los enfoques teóricos serán profundizados en el desarrollo de la tesis.

La gerencia empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.

Al tratarse el tema de la acción gerencial, o gerencia empresarial, los teóricos en administración han desarrollado estudios, que han contribuido con el rol de los gerentes, en este caso Henry Fayol (industrial francés) escribió que los gerentes desempeñan cinco funciones básicas: planifican, organizan, ordenan, coordinan y controlan, bajo su experiencia como presidente de una industria minera, se dedicó a profundizar los aspectos que hacen a un gerente tener éxito

en su gestión. Es entonces, que presenta sus principios teóricos, los cuales se han convertido en un punto de referencia para el estudio gerencial. (Medina, 2018)

La gerencia es un nivel directivo que tiene una incidencia expresa en los procesos. En sus funciones debe presentar la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planificación, organización, dirección y control para lograr los objetivos de la empresa u organización. (Miranda, 2019)

En la actualidad se encuentran vigentes cuatro paradigmas o modelos de la gerencia moderna. El paradigma clásico o tradicional; el neoclásico o reformista; el capitalismo industrial; y el capitalismo financiero.

a) Paradigma Clásico o Tradicional: Es un modelo enfocado en el racionalismo económico, en donde se busca la eficiencia y una mayor productividad. Estas eficiencia y productividad son posibles de alcanzar con los principios de la división de trabajo y la especialidad, es decir, ubicando al “hombre correcto en el puesto correcto”.

b) Paradigma Neoclásico o Reformista: Modelo aplicado posteriormente a la gran depresión de 1929, considera al hombre como un ser administrativo. Se busca una mayor productividad que le permita a las organizaciones ser más competitivas en el mercado, pero brindándole importancia al ser humano como medio para lograr los fines establecidos.

c) Paradigma del Capitalismo Industrial, se desarrolla posterior a la segunda guerra mundial. Considera temas más humanos, sociales. Se enfoca en el

trabajador, su empoderamiento, su autonomía en la toma de decisiones y el trabajo en equipo.

d) Paradigma del Capitalismo Financiero: Se enfoca en las nuevas tendencias del teletrabajo, además de la tercerización (*Outsourcing*), el *benchmarking* y la reingeniería. Una nueva visión de las organizaciones en donde prima la globalización, la reducción de costos, competitividad, el uso de nuevas tecnologías de la información y se orienta a contar con un trabajador que cuente con mayores habilidades, dejando de lado al trabajador super especializado. (Universidad de Manizales - Universidad Simón Bolívar, 2014)

Como menciona Romero (2008), la Gerencia Empresarial es el cargo que ocupa el director de una empresa asumiendo múltiples funciones, representando a la sociedad frente a terceros y coordinando todos los recursos a través del proceso de planificación, organización, dirección y control, con la finalidad de lograr objetivos establecidos en un tiempo determinado. Expresado de ello, la gerencia empresarial se define como el desarrollo del proceso completo dentro de una organización para cumplir los objetivos, desde el nivel jerárquico más alto. Para Hernández y Gómez (2010) el concepto de gerencia se ha creado según los antecedentes, por una necesidad del subordinado (trabajador), con el objetivo de ser guiado para realizar con éxito sus actividades. En otras palabras, el trabajador debe tener una guía para el desarrollo de sus actividades de la manera más óptima, es ahí de donde surge el término gerencia. Citado por (Miranda, 2019)

Científicamente se ha demostrado que la creación y mejora en la gerencia, gestión y administración de empresas innovadoras, eficientes y competitivas, con unas ideas de la gerencia y de todos sus colaboradores, de cambio, innovación, liderazgo y de mente abierta; genera una mayor productividad de sus colaboradores y una mayor competitividad de la organización, logrando así una mayor eficiencia, eficacia y permanencia en el mercado, teniendo como meta a mediano o largo plazo, la exportación de sus productos. (Van Den Berghe, 2018)

No importa qué tipo de negocio de fotografía maneje, ya sea fotografía de bodas, fotografía de retratos, editoriales o fotos de viajes, o un poco de todo, algunas cosas son constantes: tiene clientes para encontrar (y realizar un seguimiento), plazos para entregas y facturas para perseguir. Por lo tanto, es una empresa y necesita un gerente, estrategias de gerencia, pautas para las acciones. Requiere “gestión de relaciones con el cliente (actividad que orienta las estrategias de marketing y gerencia)” (Brunetta, 2019), para ayudar a construir la relación entre el cliente y el proveedor de servicios. Es necesario contar con una herramienta crucial para ayudarlo a hacer crecer su negocio de fotografía. Por supuesto, que dirigir un negocio de fotografía no es fácil. Si solo está comenzando su aventura creativa, o es un fotógrafo, camarógrafo, planificador de eventos o empresario experimentado a tiempo completo, realizar un seguimiento de todo, desde correos electrónicos y citas hasta proyectos, clientes potenciales, facturas e impuestos puede ser increíblemente abrumador. Es difícil negar la necesidad y el atractivo de obtener una plataforma que pueda cuidar y automatizar una gran parte de sus tareas y responsabilidades, simplificar su flujo de trabajo y ahorrarle horas, tiempo que podría dedicar al trabajo

creativo, pero para todo ello es vital la gerencia. Si bien hay toneladas de varias aplicaciones y software que pueden quitarte esta pesada carga de encima, no es posible si es que no hay un desarrollo sostenido en el tiempo.

La moderna escena del “comercio electrónico” y el comercio minorista es un mundo interconectado de “innumerables proveedores y vendedores de servicios que agregan valor en un complejo ecosistema de la cadena de suministro” (Caldas, 2019). La naturaleza colaborativa de muchas operaciones significa que cualquier cambio en el rendimiento de un jugador dentro de la cadena de valor también podría afectar a otros en la cadena. Los estudios fotográficos son una parte fundamental del comercio electrónico y las operaciones minoristas, y es común que los estudios grandes trabajen en estrecha colaboración con socios externos que ofrecen servicios de edición fotográfica. Dado el importante papel que desempeña la postproducción y el creciente volumen de creación de contenido visual, cualquier cambio en la productividad de edición de fotos puede tener amplios impactos internos y externos, afectando la calidad, los costos, el tiempo de entrega, el envío y los ingresos.

El gerente de un estudio fotográfico, debe desarrollar diversas habilidades para el manejo de información y aplicación de la misma. Un buen gerente ve “diversas dimensiones, desde el perfeccionamiento o acondicionamiento del entorno” (Christiansen, 2019). Medir la productividad y el rendimiento del contenido requiere los datos correctos. La generación e interpretación de este elemento crítico de la productividad puede ser difícil de llevar a cabo o puede pasarse por alto fácilmente en un entorno típico de estudio fotográfico. La medición de datos relevantes proporciona grandes conocimientos para hacer

que las operaciones de estudio sean más eficientes, revelar la reducción de costos. Oportunidades de gráficos donde no las había antes y aumentar los ingresos, incluidos los beneficios y salarios de los empleados. Un modelo de productividad fuerte y bien implementado influye en todos los "interesados" críticos del estudio. Recopila, informa e interpreta diferentes conjuntos de datos para cada parte interesada para ayudar a la alta gerencia a tomar decisiones más eficientes respaldadas por datos. Las partes interesadas de un estudio fotográfico pueden incluir, entre otros: clientes, fotógrafos estilistas fotográficos, procesadores de imagen, socios externos (por ejemplo, servicios de retoque de imágenes), personal de estudio (gestión, marketing, operaciones, etc.), vendedores, equipamiento tecnológico, y socios de envío.

El “estricto control de calidad que se adhiere a las mejores prácticas de la industria aumenta la productividad” (Christiansen, 2019). Datos relacionados con el control de calidad de diferentes etapas de operaciones, *post-shoot* y *post-processing*, pueden ayudar a identificar acciones para mejorar los procesos y reducir los tiempos de respuesta. Medir y compartir el tipo correcto de datos beneficia a todos los empleados. Los datos ayudan a la alta gerencia a tomar decisiones comerciales generales efectivas, y los datos compartidos también ayudan a todos los empleados a comprender mejor las decisiones de administración basadas en datos y cómo pueden contribuir a una operación de estudio más eficiente y efectiva.

1.3. Definiciones Conceptuales

1.3.1. Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible se ha convertido en un concepto común y se puede adecuar a los estudios de diversas disciplinas según el propósito del

investigador. Sin embargo, para su entendimiento es importante partir de los conceptos de desarrollo y sostenibilidad. El desarrollo según la RAE 2014, es un proceso, una acción que permite ir de un nivel hacia mejores niveles; por lo que para la presente investigación significa procesos de mejora, de ganancia, de fortalecimiento de capacidades, de crecimiento personal, familiar y social. Por otro lado, sostenibilidad es entendido como “capacidad de mantenimiento en el tiempo de una situación o condición” (Gómez, 2020, pág. 26), consecuentemente el desarrollo sostenible es el proceso de incremento de ingresos, fortalecimiento de capacidades y el mantenimiento del mismos a través del tiempo, es decir la satisfacción de necesidades presentes y la garantía de satisfacción de necesidades futuras.

1.3.2. Gerencia empresarial

Para entender de manera adecuada la gerencia empresarial es necesario partir de lo que es gerencia y lo que es empresarial. Por un lado, la RAE (2014) ha definido a la gerencia como una gestión, un cargo o un espacio. Por otro lado, empresarial está asociado a la empresa o a los empresarios, en consecuencia, la gerencia empresarial es la acción o gestión de los empresarios que tienen como finalidad alcanzar la calidad, el éxito. Por lo tanto, la gerencia empresarial vendría a ser la gestión empresarial estratégica, es decir la capacidad de organizar y controlar las actividades orientándolas a fines de estabilidad y ganancias.

1.3.3. Estudio fotográfico

Siguiendo una pauta de análisis de conceptos para entender lo que es el estudio fotográfico partimos de los conceptos de estudio y fotográfico. La RAE (2014) señala que estudio es un lugar de trabajo; mientras que fotográfico es

referente a las fotografías, en consecuencia, el estudio fotográfico es el lugar o espacio donde se concentran los diversos procesos concernientes a la fotografía.

1.4. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variabes	Definición de la Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
V.I Gerencia empresarial	Es la gestión empresarial estratégica o capacidad de organizar y controlar las actividades orientándolas a fines de estabilidad y ganancias.	Objetivo Actividades	Objetivo del modelo Actividades administrativas y sociales Actividades asociadas al cuidado del medioambiente Actividades asociadas al financiamiento Actividades asociadas a la tecnología	Guía
V.D Desarrollo sostenible	Es el proceso de incremento de ingresos, fortalecimiento de capacidades y el mantenimiento del mismo a través del tiempo, es decir la satisfacción de necesidades presentes y la garantía de satisfacción de necesidades futuras.	Humano Económico Material Social Medioambiental	Número de integrantes del estudio fotográfico Capacitaciones Factores que impulsaron a colocar un estudio fotográfico Monto de inversión en el estudio fotográfico Actividades de la que vive la familia Ingresos equivalentes a sueldos mínimos Consideración del estudio fotográfico Espacio en la que se instala el estudio fotográfico Estudio fotográfico como proyecto de vida Tipo de equipos Nivel socioeconómico del cliente Tipo de fotografías que ofrece Inscripción en la SUNAT Elaboración y ejecución de planes Medios de promoción y contacto con los clientes Contribución al medioambiente	Encuesta

Fuente: Elaborado por el autor de la tesis con base en la información de los antecedentes, teorías y conceptos.

1.5 Hipótesis

Hipótesis general

El modelo de gerencia empresarial de ser aplicado contribuiría al desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo.

Hipótesis Específicas

Los componentes humano, financiero y material de los estudios fotográficos son dimensiones determinantes del desarrollo sostenible.

Los componentes social y medioambiental de los estudios fotográficos constituyen el soporte de su desarrollo sostenible.

Capítulo II. Métodos y Materiales

2.1 Tipo de Investigación

La investigación de acuerdo al grado de abstracción es básica, en tanto “descarta las aplicaciones y se concentra en la actualización del contenido teórico” (Olava, Rojas, & Cisneros, 2014, pág. 52). La investigación básica o denominada de otro modo como investigación pura o fundamental, es aquella que se enfoca en avanzar en el conocimiento científico para la comprensión completa de un tema o cierto fenómeno.

La investigación básica es completamente teórica, y se centra en principios básicos, tiende a entender la ley básica. La investigación básica se ocupa de la generalización y formulación de la teoría sobre el tema de estudio, en este caso “desarrollo sostenible de los estudios fotográficos”. Está alineado con la recopilación de información que tiene aplicabilidad universal. Por lo tanto, la investigación básica ayuda a agregar nuevos conocimientos a los ya existentes. Según el sociólogo estadounidense (Babbie, 2019), la investigación básica es “sistemática para describir, explicar, predecir y controlar el fenómeno observado. La investigación implica métodos inductivos y deductivos, en el caso de la aplicada, implica aplicarla para resolver problemas o fortalecer”

Por medio de la presente tesis lo que se busca es un análisis de las variables implicadas, en otras palabras “pretende hacer un breve diagnóstico y profundizar en la comprensión teórica” (Sáenz, 2018). Por otro lado, se puede sostener que la investigación es básica debido a que “su objetivo es recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento científico” (Palomino, Peña, Zevallos, & Orizón, 2015, pág. 110).

De acuerdo a su nivel la investigación es descriptiva debido a que “trata de caracterizar el problema” (Morris, 2019, pág. 85). Para el análisis del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos la investigación toma un carácter descriptivo debido a que hay estudios generales sobre las variables independiente y dependiente; sin embargo, los estudios en concreto sobre los estudios fotográficos asociados a dichas variables son escasas porque lo que podría llamarse un estudio exploratorio descriptivo. La investigación se ha centrado en arrojar conocimientos actualizados sobre las variables con una aplicación práctica en el análisis de los estudios fotográficos de una realidad muy compleja como es Chiclayo.

2.2 Método de Investigación

Para el presente estudio se utilizó los siguientes métodos:

2.2.1. Método deductivo

Para el análisis del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos de la ciudad de Chiclayo se partió de un análisis general identificando e “introduciéndose progresivamente a las premisas que en particular va hacer objeto principal de la investigación” (Sánchez, 2019, pág. 95). Las características generales han sido entendidas a partir de los antecedentes y las teorías revisadas, en consecuencia, las teorías permitieron identificar características particulares de los estudios fotográficos. Así por ejemplo se partió del concepto general de desarrollo sostenible para llegar a comprender desarrollo sostenible de los estudios fotográficos, del mismo modo se partió del concepto general de gerencia empresarial para poder elaborar de modo concreto la guía de la gestión empresarial.

2.2.2. Método analítico

Este método fue utilizado para identificar los componentes concernientes al desarrollo sostenible y a la gerencia empresarial; después de haber identificado los componentes a través de los antecedentes y de manera general a través de las teorías se procedió a evaluar la funcionalidad de cada componente y su aplicación para el análisis de los estudios fotográficos de la ciudad de Chiclayo, en efecto el método analítico facilitó la comprensión de las variables al “aislar sus componentes” (Olava, Rojas, & Cisneros, 2014, pág. 54). El aislamiento de los componentes se concretó en dimensiones e indicadores que originaron la encuesta, mediante el cual fue posible acercarse a la realidad concreta.

2.2.3. Método sintético

Mediante este método se ha logrado construir las ideas de manera lógica interpretando las ideas aisladas de los componentes de las variables. A través del método sintético ha sido posible vincular las ideas teóricas con lo observado en la realidad, en consecuencia, ha permitido “relacionar los hechos con la teoría, asociar los componentes señalados por las teorías con la realidad, es decir se ha unificado diversos elementos” (Rodríguez, 2015, pág. 30)

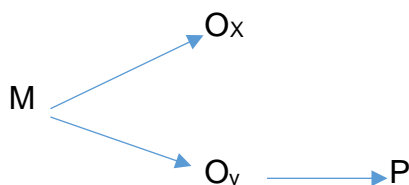
2.3 Diseño de Contrastación

El diseño de la investigación por lo tanto es no experimental u observacional, es decir el investigador no tiene un control directo sobre la variable desarrollo sostenible de los estudios fotográficos, es decir no “manipula las variables, por lo tanto, solo se observa los fenómenos tal como se encuentran en la realidad” (Palomino, Peña, Zevallos, & Orizona, 2015, pág. 126)

Para efectos de graficarlo, el diseño de la investigación fue de tipo trasversal o transversal, esto porque los datos se “recogieron en un solo momento y en un

tiempo determinado” (Palomino, Peña, Zevallos, & Orizona, 2015, pág. 127), en consecuencia, la gráfica que la representa es transversal descriptiva.

De manera gráfica ha sido representada de la siguiente manera:



Donde:

O_x: observación del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos

O_y: observación del modelo de gerencia empresarial

M: Grupo muestral

P: propuesta

Este diseño tuvo por finalidad concretar en una propuesta de solución a los problemas observados en la variable dependiente. La explicación de la gráfica es la siguiente: en primer lugar, sobre una muestra de 69 personas que corresponden a diversos estudios fotográficos se aplicó una encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario de 24 preguntas, de las cuales 23 preguntas son cerradas y 1 abierta. Al observar esta realidad de manera teórica y práctica, se procedió a observar la variable independiente como una forma de solución, de ahí que la O_y indique que se inició observando la variable para proponer una solución que se concreta en el modelo de gerencia empresarial cuyo instrumento es la guía de gerencia empresarial en la que se propone un conjunto de actividades concretas para superar las limitaciones identificadas en la variable dependiente.

2.4 Población, Muestra y Muestreo

2.4.1. Población

Para el presente estudio se ha seleccionado como población de estudio a 28 estudios fotográficos de la provincia de Chiclayo. La suma total del personal, de los estudios fotográficos fue de 69 personas.

Tabla 2 Distribución de la población según estudio fotográfico

Nº	Estudio Fotográfico	Nº de personas
1	Luciérnaga Fotografía – Infantil	2
2	La Menina – Infantil	2
3	Rodas Estudio Fotográfico – Infantil	4
4	Riobau Studio – Variado	3
5	Jorge Alberca Fotografía – Boudoir	2
6	Ruddy Chero Fotografía – Moda.	2
7	Dante Mantero Fotógrafo – Variado	2
8	Luna Studio Fotográfico – Infantil	3
9	Muchik Phoptostudio – Variado	2
10	Añañau Fotografía – Infantil	3
11	Como lo Soñé H&D Photography – Infantil	3
12	Studio 285 – Variado	2
13	Cinthya Karen Fotografía – Infantil	2
14	Cristina Salés Fotografía – Infantil	1
15	La Chira Studio – Variado	3
16	Foto Panda Estudio Fotográfico – Infantil	3
17	Luminos Foto Estudio – variado	3
18	Fiorella Varillas Fotografía . Variado	2
19	Walter Díaz Fotografía – Variado	2
20	Agu Estudio Fotográfico – Infantil.	3
21	Zoom Box – Variado	3
22	Uma Estudio – Variado	2
23	Vico Foto – Variado	2
24	Kevin Sanchez Fotografía – Infantil	1
25	Mini Focus – Variado	2
26	Focus 7 – Variado	3
27	Tu Mejor Angulo - Variado	3
28	Pintage - Variado	1
29	Rymgo Fotografía	3
Total		69

Fuente: Registro elaborado por el autor de la tesis

$$N = n$$

Donde:

N: Población

n: Muestra

Se ha trabajado con toda la población por ser pequeña y homogénea. También se ha seguido un muestreo por conveniencia, en la que a criterio del investigador se ha decidido aplicar el instrumento a cada uno de los miembros de la población.

2.5 Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos

Tabla 3 Materiales, técnicas e instrumentos según momentos de la investigación

Procesos	Material	Técnica	Instrumento
Diseño de la investigación	Material de oficina, Pc, Bibliografía	Análisis documental (libros, tesis, revistas científicas, internet, otros)	Guía de análisis de documentos (fichas bibliográfica y textual)
Ejecución	Material de oficina, Pc, Bibliografía, conexión a internet, Filmadora, cámara digital.	Aplicación de encuesta	Cuestionario
Publicación de resultados	Material de oficina, Pc, recursos informáticos para el diseño del trabajo.	Revisión ortográfica, diseño de presentación.	

Fuente: Elaborado por el autor de la presente tesis

La encuesta

La encuesta es la técnica que ha permitido averiguar y obtener los datos sobre el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos a través de preguntas y respuestas bajo la modalidad de cuestionario. Las preguntas se elaboraron a partir de los indicadores o índices, que constituyeron parte de la operacionalización de las variables que permitieron alcanzar los objetivos específicos y objetivo general. El cuestionario de la encuesta contiene 23 preguntas cerradas o “categorías y alternativas de respuestas que han sido delimitadas” (Quezada, 2019, pág. 153), en efecto se ha presentado a los integrantes de los estudios fotográficos las

posibilidades de respuestas a las cuales se suscribieron, las respuestas han sido de tipo dicotómicas o con dos respuestas y de varias alternativas.

2.6 Procesamiento y análisis de datos

En este caso el investigador produjo datos al traducir sus observaciones e interrogantes a sistemas de notación escrita. En este caso a los datos registrados se le asignó números o códigos. En ese sentido, el investigador produjo datos al contar las respuestas y medir la percepción, la acción de los miembros de los estudios fotográficos respecto al desarrollo sostenible en sus dimensiones humana, financiera, material, social y ambiental.

En esta parte el investigador “sintetizó la información fuente – conocida también como información bruta-, es decir, reunió, clasificó, organizó y presentó la información en gráficas y relaciones de datos con el fin de facilitar su análisis e interpretación” (Rojas, 2006, pág. 333).

El procedimiento concreto para el procesamiento y análisis de datos fue la siguiente:

Vaciado: La información recolectada a través de la encuesta y codificada fue cargada al sistema de análisis SPSS 21.

Análisis: Este proceso puramente estadístico facilitó el tratamiento específico de cada uno de los indicadores a través de representaciones gráficas que permitieron confirmar las hipótesis y lograr los objetivos.

Interpretación: es el proceso mediante el cual se busca una explicación razonable de lo hallado o expresado en cada uno de los gráficos.

Capítulo III. Resultados y propuesta

3.1. Análisis de Resultados

3.1.1. Análisis de los componentes humano, financiero y material como dimensiones determinantes del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.

A) Dimensión humana del desarrollo sostenible

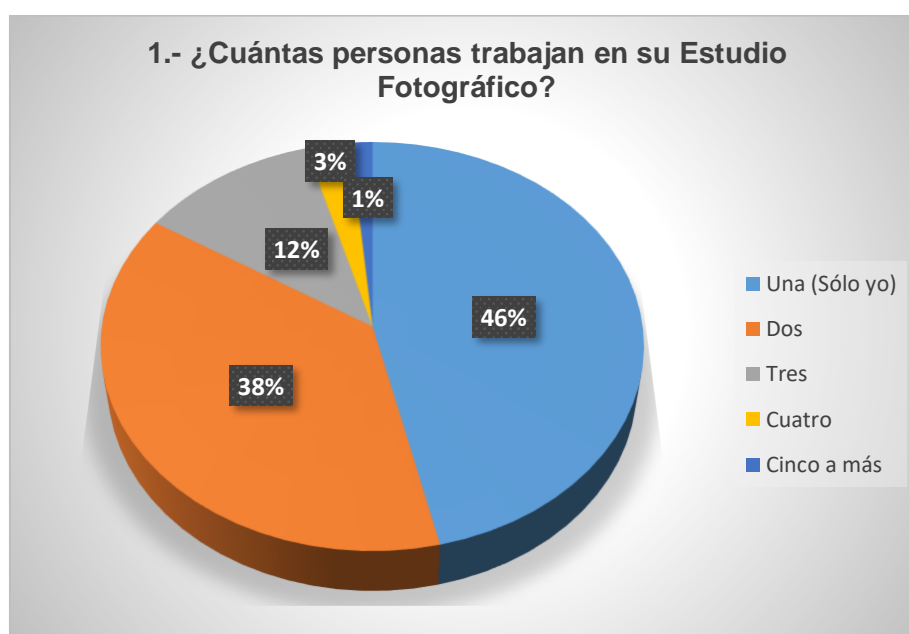


Gráfico 1 Número de personas que integran el estudio fotográfico

Interpretación: Para empezar el análisis del desarrollo humano, es vital empezar señalando cuántas personas integran el equipo en los estudios fotográficos. Se encontró que la mayoría de los estudios fotográficos, señala de dos a más personas; sin embargo, el 46% señala que el estudio fotográfico, está integrado por un solo individuo, eventualmente se podría valer de algún apoyo, pero no se trataría de trabajadores permanentes. El 12% indica que cuenta con tres miembros dentro de su equipo. El 3% cuenta con cuatro integrantes y sólo el 1%

manifiesta contar con más de cinco integrantes. En términos de magnitud de capital humano, se podía indicar que, en Chiclayo, los estudios suelen contar con pocos miembros, esto debido a que se trata de estudios fotográficos pequeños, que no, necesariamente, significa que cuenten con menor preferencia de parte de clientes. Sino, que es posible que se pueda trabajar de manera más cómoda, en un ambiente más íntimo.

En términos financieros, podría tratarse de acatar un menor riesgo a invertir en equipo humano y se prefiere reinvertir los beneficios en otros aspectos.



Gráfico 2 Importancia de la capacitación para el estudio fotográfico

Interpretación: Los miembros de los estudios fotográficos consideran que la capacitación es muy importante. El desarrollo permanente, estable o sostenible de los estudios fotográficos, depende en gran medida de las capacitaciones. Cuanto mayor sea la capacitación del personal; será mayor la capacidad de desarrollo profesional y

empresarial. Así mismo, proporciona la capacidad de definir o refinar un estilo fotográfico que ofrecer a los clientes, generando esto una diferenciación entre estudios fotográficos, siendo una ventaja.



Gráfico 3 Modalidad de capacitación para los trabajadores del estudio fotográfico

Interpretación: Los miembros de los estudios fotográficos aceptan que las modalidades presenciales o virtuales para capacitarse, son similares, en tanto ayudan a tener mejor conocimiento sobre la fotografía, sus ventajas, cambios y usos que se puede dar en beneficio de los clientes.

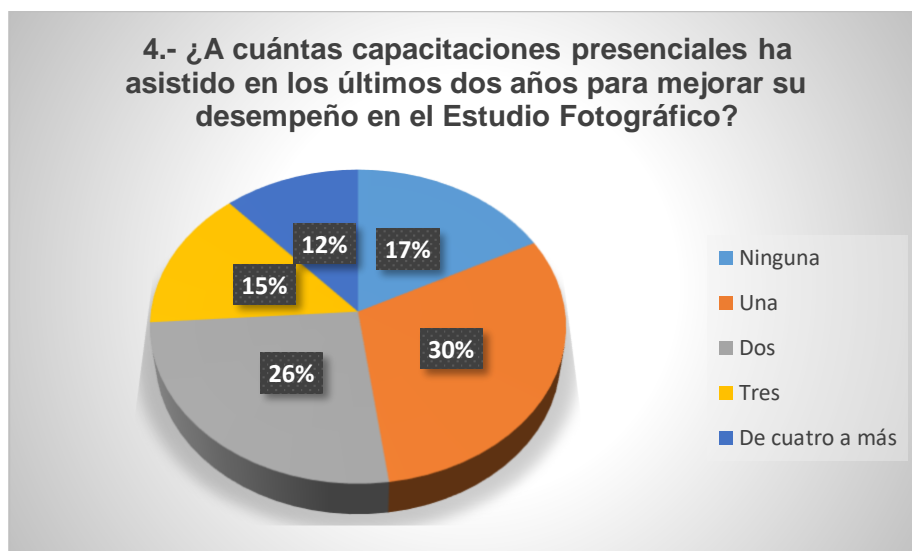


Gráfico 4 Capacitaciones presenciales a las que asistió

Interpretación: La pregunta anterior responde a la importancia o interés por la capacitación presencial en los estudios fotográficos de Chiclayo. Sin embargo, analizando las respuestas en función a la o las capacitaciones presenciales recibidas por parte de los miembros del estudio. Se aprecia que el 17% no ha recibido capacitación alguna, eso podría deberse a que no se cuenta con recursos económicos para costearla. Las capacitaciones fotográficas presenciales: talleres, workshops, conferencias, cursos, etc, suelen ser costosas y eso se asume como parte de la inversión en un estudio fotográfico. Esto, a diferencia de las virtuales, permite practicar junto al instructor o plantear dudas y que estas sean resueltas al instante. Además, el asistente a las capacitaciones puede apreciar los procesos o flujo de trabajo que el fotógrafo instructor desarrolla en su labor, que es precisamente lo que se desea aprender.

El 30% asistió a una capacitación y esto se explica que existe un interés por aprender y mejorar. El 26% ha asistido a dos capacitaciones, el 15% a tres capacitaciones y el 12% de cuatro a más. Esta última cifra, nos indica que existe un gran interés por seguir aprendiendo, mejorando invirtiendo y que todo este esfuerzo es retribuido a, obtener suficientes recursos o beneficios para poder costear las capacitaciones.



Gráfico 5 Capacitaciones online en las que participó

Interpretación: A diferencia de la capacitación presencial, la capacitación online tiene sus pequeñas deficiencias como la direccionalidad de la información, es unidireccional, sólo se informa, no se espera respuesta por parte del usuario, y aunque no es la ideal; esta es válida y se le puede sacar provecho en cuanto a la información brindada. Su costo es bastante menor, y por ello, más asequible a quienes se encuentran interesados en conocer, aprender y mejorar su fotografía desde la comodidad del estudio o casa. Además, esta puede ser apreciada no sólo por un fotógrafo, sino por varios con un solo pago, a diferencia de la presencial, en la que se debe pagar por cada persona.

En el mercado digital, existen una serie de plataformas que brindan diversos cursos, talleres y charlas relacionadas a diferentes tipos de fotografía.

El 39% de los encuestados ha adquirido de uno a tres cursos online. Esto nos indica la intención de buscar conocimiento verídico y formal a través de una plataforma de pago que ofrecerían una garantía de información de calidad más allá de las plataformas gratuitas de video online que no necesariamente, ofrecen una información fehaciente.

23% manifiesta haber adquirido de tres a seis cursos, que podría tratarse de usuarios que, habiendo probado la alternativa digital, valoraría más las capacitaciones presenciales, desencantándose de las plataformas online.

33% indica haber adquirido hasta ocho cursos, lo que supondría una, aun existente, avidez por aprender por parte de quienes no cuentan con recursos para asistir a una capacitación presencial.

El 5% ha adquirido de nueve a más cursos online. Se trataría a fotógrafos que prefieren íntegramente su formación a través de plataformas digitales.

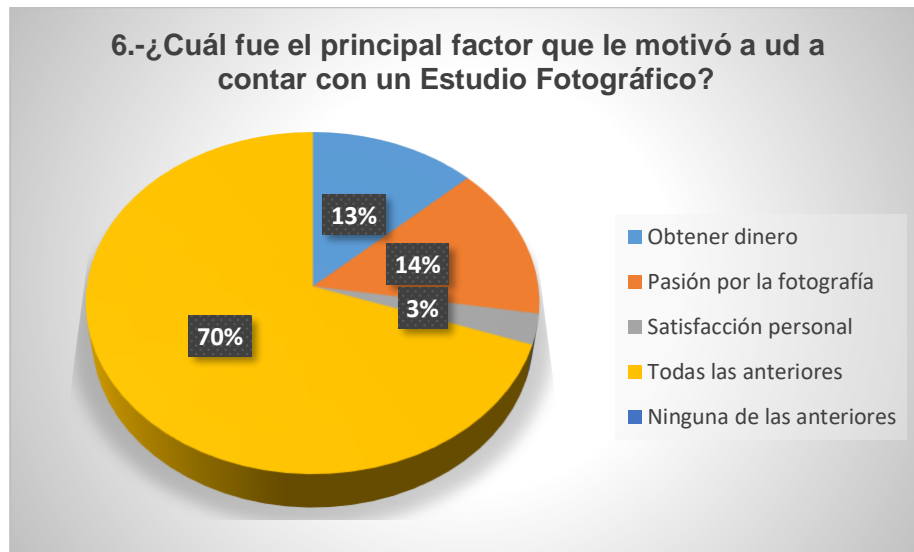


Gráfico 6 Factor que motivo a contar con un estudio

Interpretación: Realizar una labor requiere siempre de motivación, en este caso, se decidió conocer cuál de ellas consideran los estudios fotográficos como la principal. El 13% indica que su motivación es sólo obtener dinero. El 14% manifiesta que su motivación es el amor o pasión por la fotografía. Para el 3% se trataría de una satisfacción personal. Sin embargo, un amplio 70% indica que su motivación es la reunión de las anteriores mencionadas. Lo cual proyecta una filosofía laboral en donde uno ama lo que hace, lo satisface y es remunerado por lo que ama y sabe hacer.

B) Dimensión financiera del desarrollo sostenible

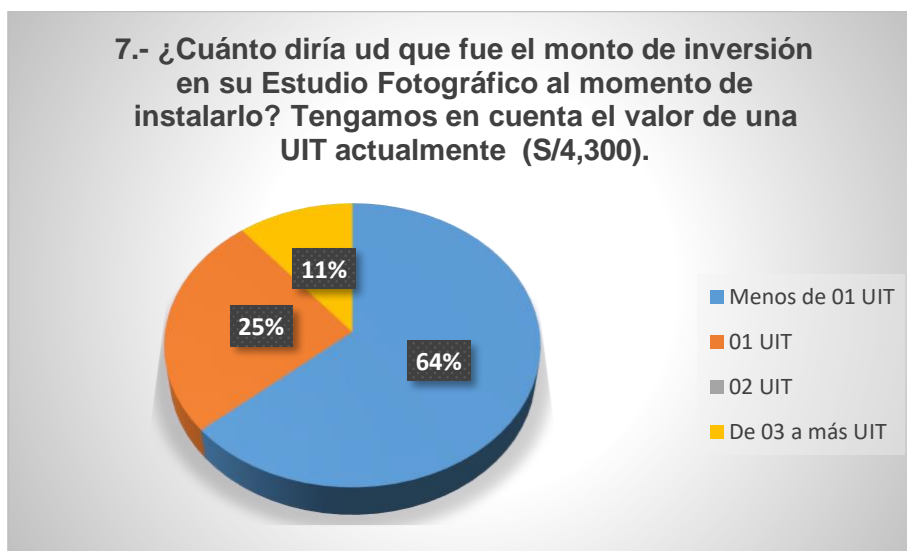


Gráfico 7 Monto de inversión en los estudios, según precio de UIT

Interpretación: La inversión en los estudios fotográficos marca el inicio de la empresa. Para esta pregunta se ha tomado como referencia un monto establecido como una Unidad Impositiva Tributaria (UIT) que, al momento de aplicar la encuesta, se trata de S/4,300.

Un amplio 64% de ellos manifiesta haber invertido un monto pequeño, es decir menos a una UIT en el establecimiento, instalación o montaje del estudio fotográfico. El 25% ha invertido alrededor de 01 UIT, no habiendo mucha diferencia con el grupo anterior. Pero existe una gran diferencia con el 11% restante que ha invertido de 3 a más UITs para instalar e iniciar sus actividades.

Suele pasar que a medida que avanzan las actividades en el mercado, el estudio fotográfico expande su inversión especialmente en equipamiento y capacitación.



Gráfico 8 Actividad fotográfica como único medio de vida

Interpretación: La independencia económica se da en más de la mitad de los estudios fotográficos encuestados en Chiclayo. El 57% señala que su labor en el estudio fotográfico se ha convertido en la única fuente de sus ingresos. Las actividades desarrolladas en este espacio generan un ingreso suficiente para este 57% para poder vivir y costear los gastos familiares. Este grupo, posiblemente, se encuentra compuesto por estudios fotográficos reconocidos o con una trayectoria en el mercado, lo que les permite poder generar estos ingresos y subsistir sin otra ayuda. El 43% de los encuestados, manifiesta que el estudio fotográfico no es su única fuente de ingresos. Posiblemente se trate de un grupo que aún se encuentra en una etapa de nacimiento o crecimiento o que cuenta con una labor principal que le genera la mayor parte de ingresos y al estudio fotográfico como un soporte, o un pasatiempo.

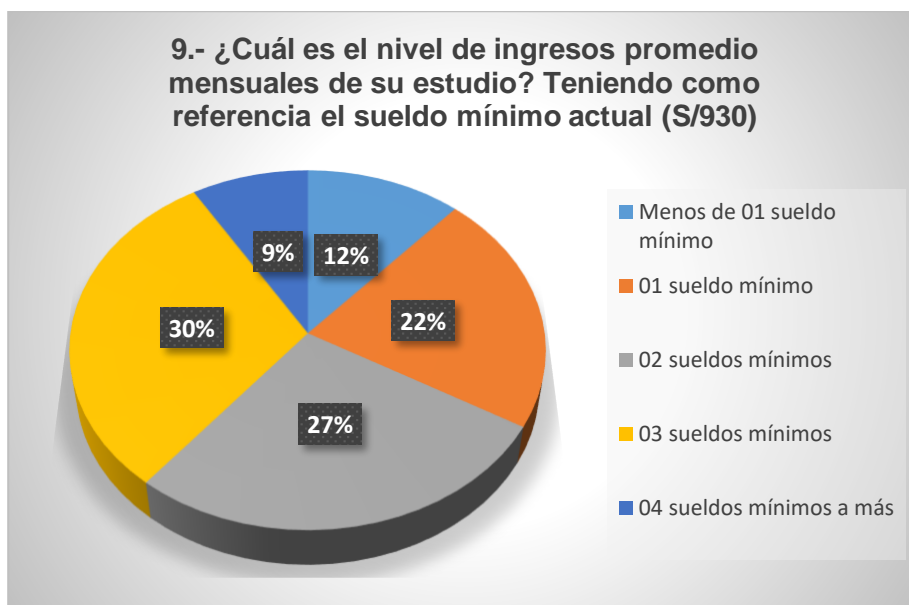


Gráfico 9 Ingreso promedio mensual de los estudios fotográficos

Interpretación: Se tomó el monto del sueldo mínimo en el momento de realizar la encuesta (S/950) como una referencia para saber, en términos generales, los ingresos de los estudios fotográficos.

El haber tomado como referencia el monto de sueldo mínimo, no significa que se obtenga como utilidad, sino como ingresos generales y a partir del ingreso en general, se debería repartir para los diversos costos: fijos y variables. Además de una utilidad obtenida que podría ser ahorrada y ser reinvertida o para gasto o beneficio del o los miembros del estudio fotográfico.

El 12% de los encuestados indica que percibe menos de un sueldo mínimo, que debería ser repartido de la manera explicada líneas arriba. Probablemente no se logra cubrir los costos ni obtener una utilidad, y eso se puede condecir con el gráfico 6, que indica que algunos estudios tienen un ingreso principal y los ingresos del estudio son secundarios o de apoyo o soporte. No los principales.

El segundo grupo, con el 22% percibe alrededor de un sueldo mínimo. Este grupo cuenta con todas las características del grupo anterior. Esto supondría que está compuesto por emprendedores en una etapa inicial de formación del estudio fotográfico.

El 27% cuenta con un ingreso de alrededor de dos sueldos mínimos, siendo un poco más significativo para el estudio y sus miembros, aunque aún se percibe que se encuentra en etapa de crecimiento.

El grupo con el 30% que indica que sus ingresos son alrededor de tres sueldos mínimos, ya podría contar con un leve reconocimiento por parte del mercado.

El grupo más pequeño de los estudios fotográficos encuestados, con el 9%, serían aquellos que cuentan con mayor reconocimiento por parte del mercado y se valen únicamente de sus ingresos por sus labores fotográficas.

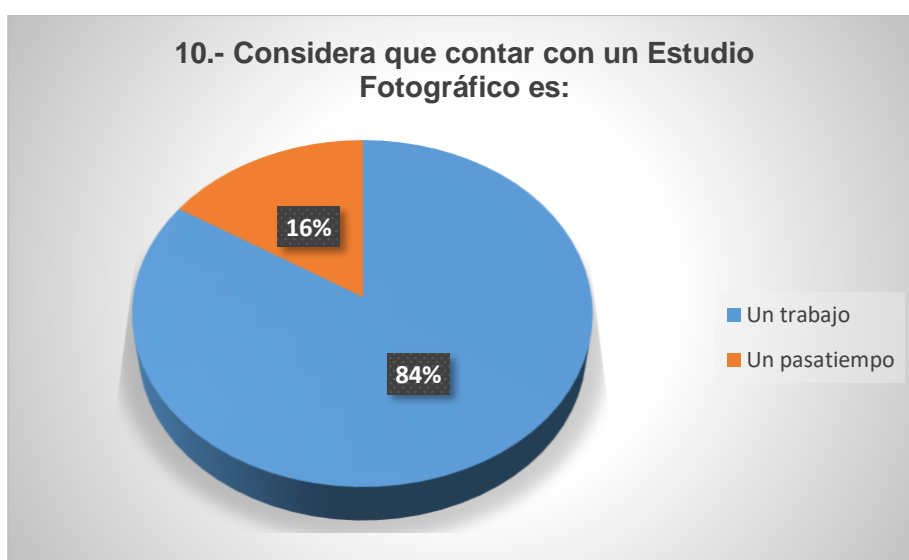


Gráfico 10 Importancia del estudio fotográfico

Interpretación: Para el 84% de los encuestados, el estudio fotográfico es un espacio que se ha convertido en un centro de labores, los hombres y mujeres dedicados a esta actividad consideran que es muy importante porque genera ingresos y empleo. No obstante, hay una profunda necesidad para poder mantener el desarrollo empresarial.

Sólo el 16% considera la actividad como un pasatiempo.

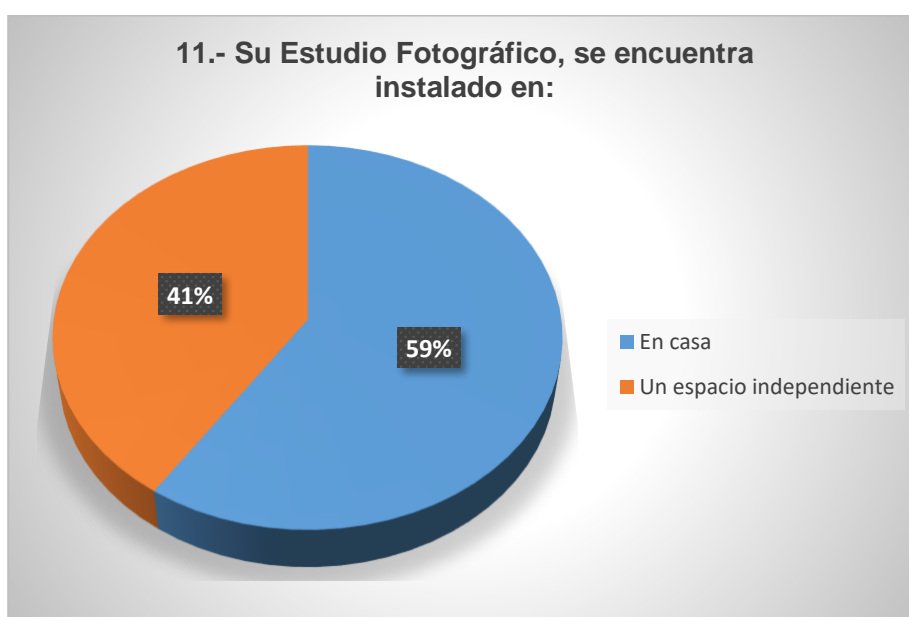


Gráfico 11 Lugar de instalación del estudio fotográfico

Interpretación: Si bien la ubicación del estudio fotográfico podría ser dentro de un espacio en la casa familiar, contar con un espacio fuera de casa, le proporciona independencia y podría proyectar una imagen de empresa y profesionalismo en el público.

Sin embargo, ambos tienen sus pros y contras, y dependiendo del tipo de fotografía que realice el estudio, ambas podrían ser válidas.

Hay un 59% que realiza sus labores en casa, mientras que el 41% se ha independizado en este aspecto, contando este espacio como un centro de labores.

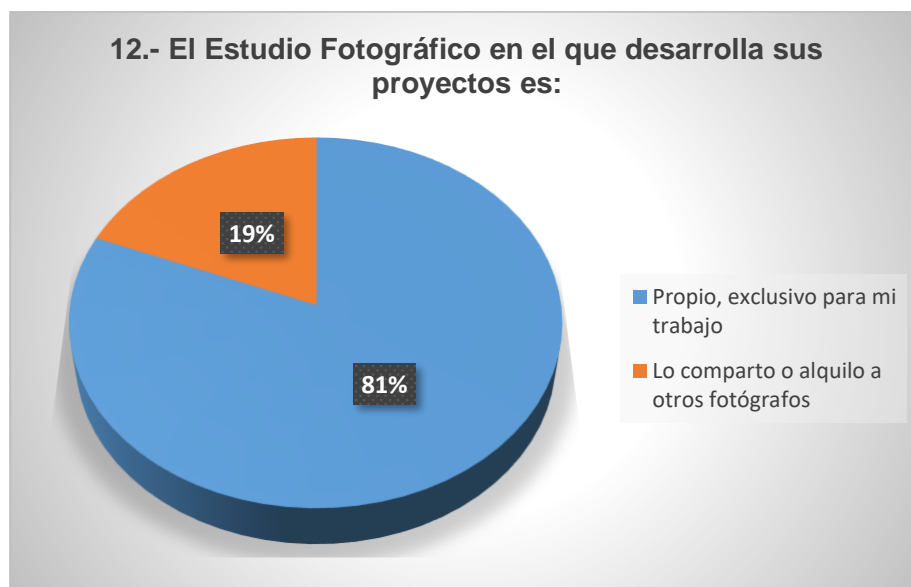


Gráfico 12 naturaleza del estudio fotográfico

Interpretación: La naturaleza o esencia del estudio fotográfico está en relación con su uso y propiedad. La mayoría de los miembros de los estudios fotográficos, señalan que los estudios fotográficos son propios, esto es muy importante porque contribuye a que los ingresos se mantengan estables. El desarrollo es sostenible.

C) Dimensión material del desarrollo sostenible

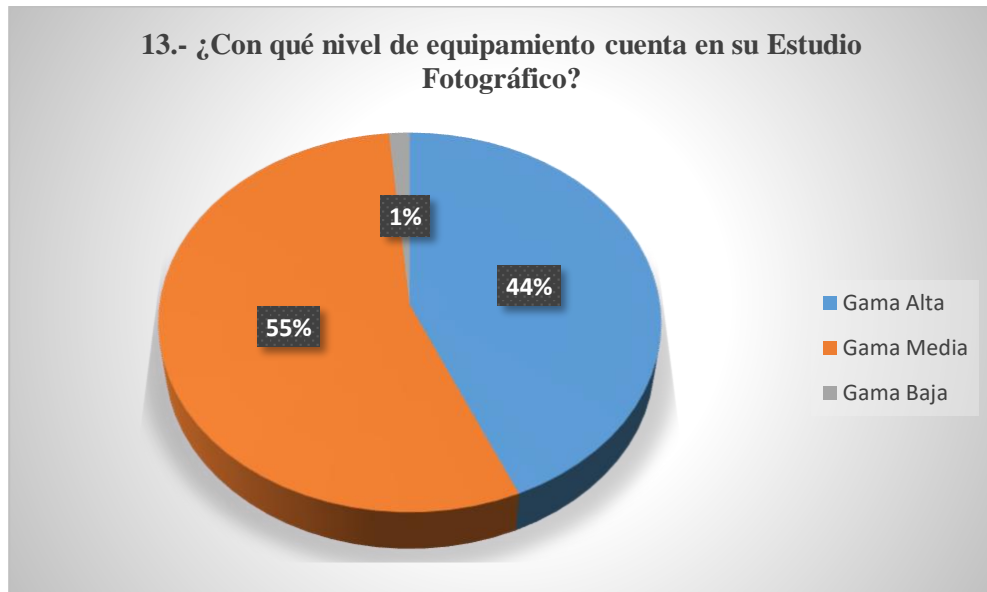


Gráfico 13 Equipamiento del estudio fotográfico

Interpretación: El desarrollo sostenible de los estudios fotográficos pasa también por el equipamiento, la mayoría utiliza gama media y alta. Hay un desarrollo sostenible en tanto cada uno se empeña en obtener buenos equipos para ofrecer mejor calidad de imagen a los clientes.

Esto también refleja el nivel de inversión en el estudio, ya que la relación precio calidad es aplicable en equipos de fotografía.

Por ejemplo, una cámara de gama alta, de nivel profesional y de muy alta calidad, tendrá un precio muy elevado. El 55% de los estudios encontrados se ha preocupado por invertir considerablemente en equipos que proporcionen esta excelente calidad de imagen. El 44% cuenta con equipos de gama media. Los precios son un tanto menores, siendo algunos aún elevados, pero cuenta con una buena calidad de equipos. El 1% cuenta con equipos de gama baja. Posiblemente se trata de estudios que recién empiezan actividades o se encuentran en formación.

3.1.2. Investigar los componentes social y medioambiental como soporte de su desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.

A) Dimensión social del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos



Gráfico 14 Nivel socioeconómico de los clientes del estudio fotográfico

Interpretación: La posición socioeconómica de los clientes, es importante para el desarrollo sostenible de la empresa. En Chiclayo, el público A es escaso y ello se demuestra con el 7% de los estudios que se orientan a atender a este sector. El poco público de NSE A prefiere viajar a Lima para realizar sus fotografías. El 73% de los estudios fotográficos, que, además, se trata de la porción más grande, atienden a una población que se ubica en el nivel B. El público del NSE C es atendido en por el 20% de los estudios fotográficos.

Este indicador permite sostener las empresas y darle y crecimiento sostenible.

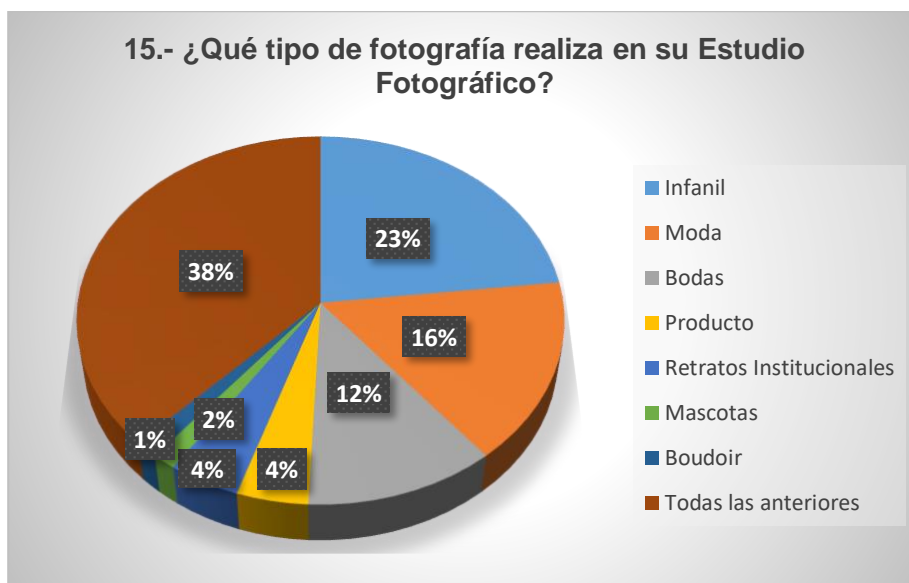


Gráfico 15 Tipos de fotografías realizadas

Interpretación: La diversidad de tipos de fotografías que desarrollan los estudios fotográficos facilita su estabilidad en los ingresos, estabilidad que muchas veces demanda mucho esfuerzo. La mayoría, señala que esta diversidad demanda de mayor especialización e inversión en formación, capacitación y equipos.

La fotografía infantil se encuentra en una especie de boom o auge, por ello el 23% de los encuestados manifiesta dedicarse a ella ofreciendo diversas alternativas y estilos. El 16% indica dedicarse a la fotografía de moda y belleza. Las bodas suelen ser desarrolladas por fotógrafos que no suelen contar con un estudio fotográfico porque no les es necesario. Las fotos de boda se realizan en espacios exteriores casi en todos los casos. Sin embargo, algunos fotógrafos sí cuentan con un estudio dedicado a las bodas.

La fotografía publicitaria de producto en estudio representa el 4% del mercado en Chiclayo. Así mismo, la categoría de retratos institucionales cuenta con el 4%. El 2% realiza fotografía de mascotas y el 1% fotografía

boudoir. Estas últimas son categorías nuevas en nuestro mercado, por lo que podría justificarse las pequeñas porciones por tratarse de fotografía muy especializada.

Cada una de las categorías mencionadas en la encuesta son especializaciones y requieren formación o capacitación orientada a cualquiera de ellas. Sin embargo, suele pasar que, al iniciarse en la actividad fotográfica, al no contar con especialidad por no contar con recursos para formación, algunos estudios se dedican de manera empírica a cubrir todas las categorías. Este grupo es amplio y se representa en el 38% de los estudios.

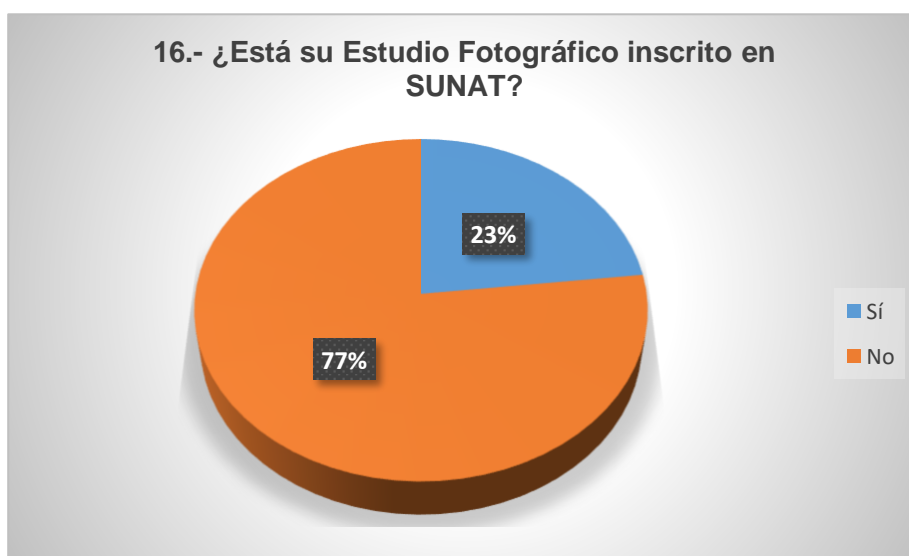


Gráfico 16 Inscripción del estudio fotográfico en la SUNAT

Interpretación: La formalización representa un paso importante para el crecimiento como empresa y para cumplir con la responsabilidad de contribuir con el estado a través del pago de tributos.

Si el estudio fotográfico ha sido constituido como sociedad, es decir, como persona jurídica o como persona natural con negocio, es posible, y hasta necesario, estar inscrito en la SUNAT.

Existen una serie de regímenes a las que se puede acoger el estudio fotográfico. La formalización cuenta con algunas ventajas como la posibilidad de poder ser proveedor del estado, acceder a un mercado formal y también se podrían acceder a créditos financieros para el crecimiento del negocio.

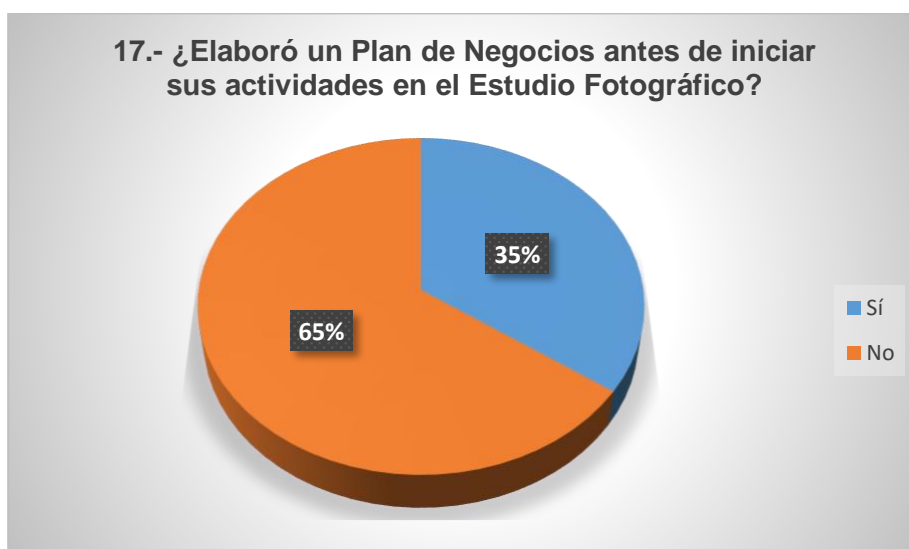


Gráfico 17 Elaboración de plan de negocios

Interpretación: El plan de negocio podría considerarse como los cimientos de un negocio, es una hoja de ruta o una guía de cómo debería desarrollarse un negocio, además cuenta con un análisis del mercado en donde se pretende establecer el negocio, competencia, los riesgos. Un plan de marketing, un plan financiero, política de precios y hasta un estudio de mercado forman parte de un plan de negocio.

El negocio contaría con mayor conocimiento y precisión del terreno donde se piensa ejecutar. Es una de las herramientas más importantes para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. Sin embargo, del total de encuestados, sólo el 35% indica haber elaborado un plan de negocio. Mientras que el 65% manifiesta no haberlo elaborado. Ello brinda un panorama en el que sólo una tercera parte de los estudios fotográficos encuestados tiene claro el entorno de su negocio, así como las acciones que debe tomar en función al mercado. Las otras dos terceras partes corre un riesgo mucho mayor de no lograr el éxito esperado y fracasar al no contar con un desarrollo sostenible.



Gráfico 18 Plan estratégico anual

Interpretación: Si bien un plan de negocio nos brinda los cimientos para emprender el negocio del estudio fotográfico, un plan estratégico es la proyección de acciones que deberán considerarse para el año. Este se sueña desarrollar en los últimos meses del año, de manera que se proyecte para el año próximo. De todos los encuestados sólo el 17% ha

elaborado un plan estratégico en donde se ha previsto mes por mes las acciones a realizar e incluso algunos riesgos que afecten de manera interna y externa al estudio fotográfico. El otro 83% no ha desarrollado su plan estratégico anual.



Gráfico 19 Plan de marketing

Interpretación: Este documento reúne las características del mercado, se establecen objetivos y las estrategias para alcanzarlos. Estos objetivos usualmente se relacionan con promocionar o establecer acciones de promoción de la marca del estudio fotográfico. Actualmente, existe un punto importante y hasta fundamental en los planes de marketing, el marketing digital. La mayoría de estudios fotográficos se promociona por intermedio del internet; sin embargo, no se cuenta con un plan de marketing. De todos los estudios encuestados, el 52% manifiesta sí haber elaborado un plan de marketing, mientras que el 48% no lo ha elaborado.



Gráfico 20 Uso de las redes sociales

Interpretación: En plan de marketing, debe considerar las acciones o estrategias que deben desarrollarse en internet y a través de las redes sociales.

Estas se han convertido en la plataforma más importante para dar a conocer las marcas y trabajos de los estudios fotográficos. De manera que las redes son una suerte de vitrina con múltiples alternativas de precios, estilos, ubicaciones, etc. Los estudios fotográficos han comprendido la importancia del uso de redes sociales y eso se demuestra en el gráfico 19, en el que se demuestra que el 94% hace uso de las redes sociales para promocionar al estudio fotográfico. Mientras que un 6% no utiliza redes.

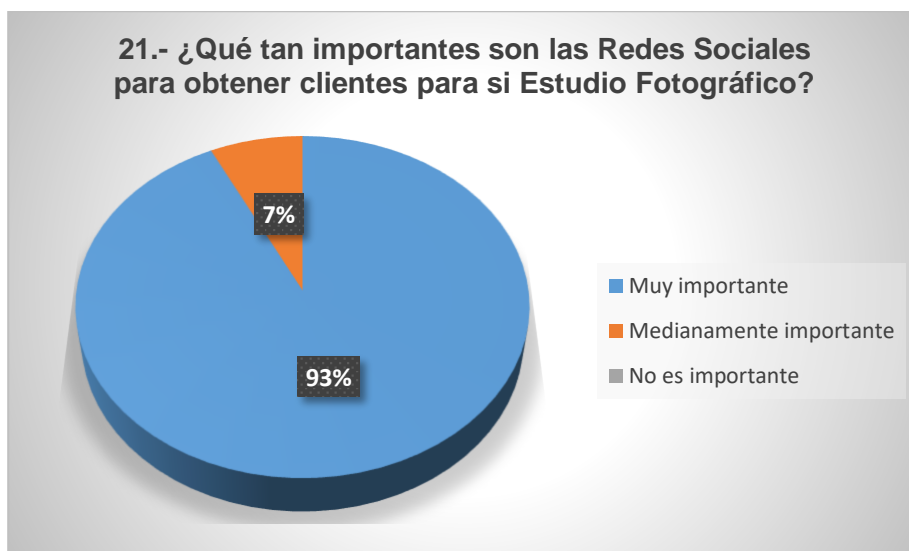


Gráfico 21 *Importancia de las redes sociales*

Interpretación: Los estudios encuestados, consideran la importancia de las redes sociales para promocionar sus actividades y así obtener mayor cantidad de clientes. Para el 93% las redes sociales son muy importantes. Mientras que el 7% tiene cierta reserva para brindarle la importancia a las redes, considerándolas de mediana importancia.



Gráfico 22 *Red social más importante*

Interpretación: De todas las redes sociales utilizadas por los estudios fotográficos de Chiclayo, Facebook e Instagram, con 57% y 42%, respectivamente, son las que se les considera de mayor importancia para mostrar el trabajo de los estudios. Ambas son bastante visuales y permiten una interacción más rápida que Snapchat, que cuenta con el 1% de la preferencia de los estudios encuestados. Quedando fuera twitter y otros.

B) Dimensión ambiental del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos

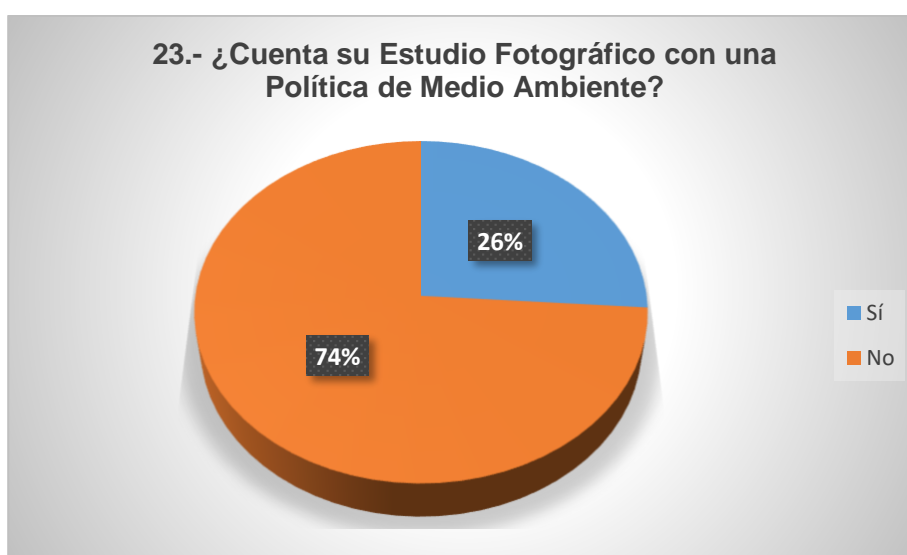


Gráfico 23 Política medioambiental del estudio fotográfico

Interpretación: En la actualidad muchas empresas son socialmente responsables realizando una serie de acciones a favor de la comunidad. Sin embargo, algunas de estas empresas han decidido orientar esta responsabilidad en pro del cuidado del medio ambiente. Los estudios fotográficos de Chiclayo no son la excepción, sin embargo, aunque de todos los encuestados, sólo el 26% ha manifestado que sí cuenta con alguna política de cuidado del medio ambiente, mientras que el 74%

reconoce que aún no cuenta con una política de cuidado del medio ambiente.

Si bien, el trabajo en los estudios fotográficos, es meramente digital en su amplia mayoría. Aún existen, aunque pocos, algunos estudios fotográficos que trabajan de manera analógica, lo que implica utilizar químicos.



Gráfico 24 Opinión sobre las fotografías impresas

Interpretación: Los estudios ahora suelen desarrollar sus proyectos de manera digital por lo que el uso de químicos se ha reducido de manera considerable, sin embargo, sí se suele utilizar papel como fondos, impresiones o hasta empaques. En este caso, el papel es el sustrato que mayor uso tiene en la fotografía. La idea es disminuir el uso progresivamente. Se les consultó a los estudios si estarían dispuestos a tomar una medida, como no entregar fotografías impresas, como una manera de contribuir con el cuidado del medio ambiente. El 61%

respondió que consideraría no entregar material impreso. Mientras que un importante 39% no lo considera.

Existe aún una idea en los estudios y clientes que, si no se entrega el material impreso, el servicio no estaría completo. Sin embargo, es una labor de los estudios fotográficos de Chiclayo “educar” al cliente. De manera que se le haga entender que la importancia de cuidar el medio es fundamental para el desarrollo de esta y otras actividades para nuestro propio beneficio.

24.- ¿Qué otra medida sugerirías para que su Estudio Fotográfico promueva el cuidado del Medio Ambiente?

- Digitales.
- No sé.
- Digitales.
- Reutilizar equipos, entregar material en digital, evitar el uso de plásticos como CDs, bolsas, etc.
- Ni idea.
- Materiales reciclables fondos de tela.
- Procuro no usar fondos de papel, ni luces en el estudio. Sólo Luz natural.
- Evitar el uso de luces o flashes.
- Libros de memorias digitales muy ilustrativos.

Interpretación: Esta pregunta decidió formularse de manera abierta para poder saber qué alternativas podrían proponer los estudios

fotográficos. Entre las respuestas, algunas interesantes alternativas fueron:

- Reducir el uso del papel, tanto el utilizado como fondos como los productos de la entrega final al cliente.
- Entregar papel reciclado.
- Utilizar fondos de tela.
- Utilizar flashes con baterías recargables.
- Utilizar sólo luz natural para evitar energía en los flashes.

3.2. Propuesta de un Modelo de gerencia empresarial con acciones que permitan superar las deficiencias y limitaciones del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos.

Modelo de gerencia empresarial

A) Objetivo

Señalar acciones que permitan superar las deficiencias y limitaciones del desarrollo sostenible de los estudios fotográficos

B) Modelo gerencial para estudios fotográficos.

Los estudios fotográficos son un negocio “tradicional”, si consideramos que este rubro lleva alrededor de un siglo en Chiclayo retratando familias y desarrollando diversos proyectos como publicitarios, periodísticos, documentales, artísticos, etc. Sin embargo, los continuos cambios en estilos, géneros, estética, técnicas, etc; obligan a los fotógrafos a adaptarse o reinventarse constantemente. Muchas veces la parte administrativa queda relegada en un segundo plano, dando prioridad a la técnica, ocasionando que

los estudios fotográficos omitan llevar un orden deviniendo en informalidad, y ocaso empresarial.

Esta propuesta pretende brindar pasos relevantes para el desarrollo empresarial de los estudios fotográficos de la ciudad de Chiclayo, a fin que la formalidad, legalidad y un esperado crecimiento.

Para ello se ha elaborado esta guía que se dividirá en cuatro partes, en las que se orientarán diversos perfiles como: administrativo, social, financiero, técnico.

B.1. Actividades Administrativas-sociales:

- Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es fundamental cuando se desea emprender un negocio porque le permitirá al emprendedor a conocer y analizar la oferta y demanda del servicio que se pretende desarrollar en determinada área o localidad.

Además, resulta importante porque de esta manera se podrá conocer cuáles serían los riesgos y competencias del servicio o producto que se pretende ofrecer. Conocer mejor su servicio o producto, adaptarlo al mercado. Conocer y establecer el perfil de su público objetivo: sexo, edad, NSE, características, ingresos, gustos y preferencias., etc. Podría establecer una política de precios, en función a un análisis de su competencia y entorno socio económico del área donde pretenda desarrollar su proyecto.

Esta investigación será el primer paso que debería darse para contar con un cimiento sólido y será la base para empezar a gestar el siguiente nivel: el Plan de Negocio.

- **Plan de negocio**

Este será el segundo paso para obtener un proyecto seguro. El plan de negocio se enfocará en la rentabilidad del proyecto, así como los riesgos, retorno de inversión y además ayudará a llevar un orden administrativo, legal y financiero del proyecto. Esto podría ayudar, también, a lograr inversionistas que puedan financiar en el proyecto.

Para ello, es importante contar con el conocimiento del mercado, del producto o servicio que se desee brindar. Tener claros los objetivos o visión del negocio; considerar las variables internas o externas que puedan afectar el proyecto de manera positiva o de manera negativa.

- **Plan de marketing**

Este documento, que forma parte del Plan de Negocio, se puede desprender de manera independiente para establecer los objetivos que tiene el proyecto. Conocer la situación del mercado, las estrategias de venta y diseño de campañas. Planificación de presupuestos y objetivos medibles. El plan de marketing debe diseñarse anualmente.

- **Plan estratégico anual**

Un plan estratégico, de igual manera que el Plan de Marketing se desprende del Plan de Negocio para actualizarse anualmente con el objetivo de alcanzar a cumplir su misión y visión. Una definición coloquial podría ser que se trate de una hoja de ruta que comprende lo que se quiere lograr con el proyecto y cómo lograr esos objetivos convirtiéndolos en acciones. Este plan suele proyectarse a cinco años, aunque este debe revisarse mensualmente para llevar el control de

las acciones que se realizaron o se dejaron de realizar. En este documento se descubren las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto.

- **Constitución como sociedad (opcional)**

Este punto constituye el inicio de la formalización, legalmente hablando, del proyecto. En este punto se puede decidir si el comportamiento del proyecto será llevado como una persona natural con negocio, o se constituye como persona jurídica, cuya figura asociativa dependerá de varios factores, como el número de socios, el giro de negocio, las obligaciones y responsabilidades de los socios, etc.

Es importante informarse acerca de qué tipo de sociedad se podría conformar y para ello es necesario acudir a la Ley General de Sociedades.

Si el responsable del proyecto es una sola persona, es recomendable que se registre como persona natural con negocio y se acoja a uno de regímenes que la SUNAT tiene para los negocios.

Si en el proyecto hay de dos a más personas y desean formalizar la sociedad, deberán seguir los siguientes pasos:

Elaborar una minuta de constitución.

En este punto ya se debería tener claro el tipo de sociedad que se constituirá, la cantidad de socios, los aportes de capitales, que podrían ser estos bienes dinerarios o materiales. Si son materiales, estos deberán ser tasados por un contador.

Este documento lo elaborará y firmará un abogado.

Elevar la minuta a escritura pública, vale decir, este documento será autorizado por un notario quien dará fe de los deseos y capacidades de los miembros para constituir una sociedad. Se formaliza la minuta y queda lista para ser llevada a Registros Públicos.

Inscribir la sociedad en Registros públicos (SUNARP). Previo a la inscripción, se deberá realizar una búsqueda para evitar que se inscriba una sociedad con determinada razón o denominación social. En caso hubiera una coincidencia, se deberán modificar la razón o denominación social. En caso no coincida, se reservará la razón o denominación social elegida por los socios para posteriormente elaborar la minuta, elevarla a escritura pública y finalmente inscribirla en Registros Públicos.

Registrarse como persona jurídica en SUNAT y obtener un número de RUC. El RUC, será un número que identificará a la sociedad como persona jurídica. Si no se constituye una sociedad, y el titular desea realizar el proyecto de manera individual, es posible registrarse como persona natural con negocio.

En ambos casos se deberán acoger al régimen tributario que corresponda al giro de negocio y a emitir sus respectivos comprobantes de pago: factura, boleta o recibos por honorarios.

En el caso de persona natural con negocio, si cuentan con empleados en planilla, estos deberán inscribirse en Essalud. En el caso de persona jurídica, los socios, si son los que ejercen labores, deberán cumplir con ser inscritos en Essalud.

En ambos casos, se utiliza un Programa de Declaración Telemática (PDT). Este paso suele efectuarlo un contador, con el que se deberá contar si es que se desea que un tercero lleve el control de compras, ventas, declaraciones y rentas.

Solicitar los permisos o autorizaciones para el funcionamiento del proyecto, como normas de salud, seguridad, infraestructura, entre otras necesarias para que el negocio pueda iniciar sus funciones sin inconvenientes.

La autorización de planillas y la legalización de los libros contables de brindarán la formalidad del caso al negocio.

Finalmente, el trámite de licencia municipal de funcionamiento es el documento que garantiza el óptimo ejercicio del negocio en un espacio.

- Registro de marca – INDECOPI

Muchos estudios fotográficos no suelen registrar su marca en INDECOPI, debido a que no lo consideran algo importante. Sin embargo, el registrar la marca del estudio fotográfico, brindará seguridad y seriedad de ofrecer un servicio de garantía. Evitando que terceros puedan apropiarse o copiar la marca. A menos que se haga con la autorización del estudio o dueños de la marca y con un trato retributivo de por medio.

Para registrar la marca en INDECOPI, estos son algunos puntos a tener en cuenta previos al registro:

Selecciona y elige la marca que desees registrar. Es conveniente contar con una marca con recordación, fácil de leer u oír. Un nombre corto y creativo. Evitar copiar otras marcas existentes dentro o fuera del país de registro.

Selecciona los servicios o productos que desees registrar.

Realiza una búsqueda de antecedentes. Esto sirve para conocer la existencia de terceros u otros signos que podrían generar un conflicto con tu marca.

Llenar el formulario.

Cancelar la tasa de registro.

Los pasos para el trámite de registro son:

Presentación de solicitud:

Esta solicitud es un formulario que deberás descargar en la página de INDECOPI. Llenar los datos requeridos y presentar el documento en mesa de partes.

Examen formal:

Se trata de la verificación de datos que se otorga a INDECOPI, y otros por brindar. Si no se llegaron a brindar todos los datos, cuentas con un tiempo de subsanación de 60 días.

Publicación:

Una vez cumplidos los requisitos, se efectúa la publicación. Se da un plazo de 30 días hábiles para que, si existiese alguien que se oponga, pueda presentar la oposición fundamentada.

Examen de Fondo:

De no existir oposición, INDECOPI procede a realizar el examen de registro.

Resolución:

Posteriormente al examen de registro, se emite la resolución y si se llega a otorgar la marca, se emite la certificación.

- **Licencia de funcionamiento**

Si se cuenta con un espacio dedicado para actividad fotográfica y desea instalar su estudio para atender clientes a puertas abiertas, es necesario contar con una autorización. Para ello también se debe contar con un registro o verificación de ambientes por parte de INDECI.

Dependiendo de la ubicación del estudio, podrían variar los procedimientos y tarifas para la obtención de la licencia de funcionamiento.

En lo referente a los social, se debe realizar eventos que reúnan a la comunidad y se vincule a la marca como proyecto de responsabilidad social. Este evento se debe prever y considerar en su plan estratégico anual.

B.2. Actividades asociadas al cuidado del medioambiente

La preocupación por el cuidado del medio ambiente lleva a considerar a evitar el uso de material impreso en papel. Vale decir, entrega en material digital, a través de correo electrónico o plataformas de envío de documentos online. Así como el uso de material reciclable para los empaques de entrega, si en caso se entregaran.

Así mismo, en los estudios se suelen utilizar fondos de papel. En otras ocasiones también se utilizan fondos de tela, siendo estos más recomendables, ya que, a diferencia del papel, que se utiliza, se ensucia y se debe recortar, haciendo más rápido su desgaste, lo que lleva a adquirir otro. Los fondos de tela suelen ser lavables y en el caso de los fondos con tramas y texturas como los “moteados”, son elaborados con pinturas textiles. Algunos son fondos de tela artesanales, elaborados por los propios fotógrafos, utilizando

pinturas látex para pared. Sin embargo, la opción para contribuir con el medio ambiente podría ser la utilización de material orgánico para teñir la tela. Estos materiales serían, por ejemplo, café, beterraga, azafrán, molle, cochinilla, entre otros productos vegetales. Se puede utilizar, además, la tara como fijador. Existen diferentes procesos y diversos recursos para teñir las telas para utilizarse. Si se trata de telas, también existen telas.

La utilización de aparatos electrónicos es necesaria en un estudio, sin embargo, tratar de reducir su uso, contribuiría con el cuidado del medio ambiente. Por ejemplo, la utilización de flashes, podría ser reemplazado con luz natural. Siempre que el estudio cuente con una entrada de luz como una ventana. Si esta es amplia, mejor aún. De esta manera se puede iluminar de manera natural, al menos algunas horas del día. Con ello se reduciríamos el uso de energía, lo que podría significar un ahorro económico en el pago del servicio de electricidad.

De la misma manera, utilizar baterías recargables para flashes de zapata, además significar un ahorro de energía, sería favorable para evitar utilizar más baterías.

Así mismo, siempre es recomendable que coloquemos nuestros equipos electrónicos en modo de ahorro de energía.

B.3. Actividades asociadas al financiamiento

Este aspecto es importante porque representa la capacidad de recursos económicos con los que se cuenta o podría contar para la adquisición de equipos, alquiler de espacio para el estudio, indumentaria, personal, licencias, etc.

Si, como se tiene planificado, este negocio inicia de cero; es decir, empezará a realizar actividades como un estudio formal y profesional, es muy posible que, al menos en los primeros años, no se obtengan muchos beneficios.

Es recomendable contar con la asesoría de un especialista en finanzas, a quien pueda consultar sus inquietudes en este aspecto y qué le vendría mejor.

El plan financiero, que debería ser considerado en el plan de negocio, deberá incluir las opciones con las que se cuenta para financiar el estudio fotográfico. Estas opciones podrían ser: contar con un presupuesto propio, proveniente de ahorros o patrimonio propio del fotógrafo o familiar o de la sociedad. O contar con un crédito bancario, de una caja o cooperativa.

Si se cuenta con un monto presupuestado destinado al estudio y no cuenta con recursos personales, familiares o ahorros, lo ideal es buscar una entidad financiera que pueda proporcionar el monto requerido con la Tasa Efectiva Anual (TEA) más baja. De esta manera, el nivel de endeudamiento no traería consigo un recargo muy amplio de intereses y se pueda acomodar a sus capacidades.

Si las actividades marchan de acuerdo a lo planificado, es posible que, de los beneficios obtenidos, estos se orienten a cancelar el crédito y reinvertirse, de manera que se pudiera implementar de mejor manera el estudio, ya sea en ampliar o acomodar el espacio, adquirir o mejorar equipos, capacitación, contratación de personal, vestuarios, contratación de un Community Manager, etc. Esta inversión se deberá enfocarse a mejorar las ventas del estudio para el siguiente año.

Siempre es necesario, reservar un fondo en caso de alguna contingencia, temporada baja o alguna situación inesperada que pueda acarrear una mala racha. De esta manera se evitará un fracaso financiero.

B.4. Actividades asociadas a la tecnología

La parte tecnológica de un estudio fotográfico está vinculada al equipamiento técnico, es decir; cámaras, luces, computadoras, etc.

Este equipamiento, dependerá del tipo de fotografía que el estudio tenga destinado a realizar. Cada tipo de fotografía requerirá de diferentes cámaras, iluminación, modificadores, computadores, etc.

Sin embargo, si se desea ofrecer una imagen de calidad, con una excelente resolución, se deberán contar con equipos de un nivel profesional. En este caso, la relación calidad precio está íntimamente vinculada. Por lo que, si se desea una imagen de alta calidad, se deben contar con equipos de alta calidad (cámara, lentes, iluminación).

Ahora, podría iniciar con un equipo de buena calidad, pero adquirido de segunda mano, de manera que, para el siguiente año, con los beneficios obtenidos, se podría invertir en un buen equipo fotográfico, una buena computadora para poder procesar las imágenes y puedan soportar los programas de edición y un buen almacenamiento.

En cuanto a cámaras, las tipo réflex y mirrorless son las más utilizadas para estudios fotográficos. De estas encontramos muchas marcas en el mercado. Cualquiera que se destine para el estudio, la aspiración de contar con una de sensor full frame sería óptimo para brindar una buena calidad de imagen. Así mismo, los objetivos o lentes, también guardan la relación calidad-precio. Vale

decir, un buen objetivo, que le proporcionará la calidad y nitidez adecuada, será aquel que tenga un precio elevado.

En el mercado existen muchas marcas de objetivos, pero es recomendable contar con aquellos que puedan llegar a grandes aperturas teniendo como referencia los lentes que llegar a abrir $f/2.8$ en adelante. Este tipo de lentes son con los que mejor calidad de cristales se cuenta y, evidentemente, lo que mayor precio tienen.

En cuanto a la iluminación, podría bastar con una sola fuente de luz para iniciar, o tal vez dos. Nunca está de más contar con una mayor cantidad de luces, pero todo dependerá el tipo de proyecto que el estudio realice.

Podría ser flash de estudio o un flash de zapata. Un flash de estudio cuenta con un cable de poder y a veces con baterías. Estos suelen contar con mayor potencia, pero debido a ello, también consumen más energía. Además, cuentan con una luz de modelado, que es una luz guía que nos indica por dónde llegaría la luz del flash cuando este destelle. En el mercado se encuentran muchas marcas, y también el precio se establece en función a la calidad del producto.

Los flashes de zapata suelen ser menos potentes, utilizan normalmente baterías pequeñas. También existen múltiples marcas y son más económicos que los flashes de estudio. Tienen el beneficio que, al ser pequeños, son fáciles de transportar.

La recomendación en el caso de los flashes, es que cualquier marca que se desee adquirir, se cuente con las siguientes características: al menos 08 pasos potencia de luz. Así mismo, contar con flashes que permitan disparar a altas velocidades (HSS: High Speed Synchronized),

En cuanto a la computadora que servirá para procesar las imágenes, hay una disputa en el mundo fotográfico: PC o Mac. Ambas son plataformas que soportan los dos sistemas operativos más utilizados, Windows y MacOS, y en los que se pueden desarrollar proyectos fotográficos.

La plataforma PC es, económicamente, más cómoda. Es posible ensamblar una PC a gusto y preferencia de las tareas a desarrollar con ella. Sus repuestos o piezas son de fácil acceso. Sin embargo, es mucho más propensa a ataques de virus.

La plataforma Mac, de la marca Apple, cuenta con varios modelos, suelen ser de apariencia moderna, sofisticada y elegante. Se cuenta con la idea que la marca Apple le brinda “status” o “prestigio” a quien la utilice. Su funcionamiento, en función a Windows, es casi idéntico, excepto en algunos aspectos propios de Apple.

Los artículos de Apple, suelen tener precios elevados. Eso hace que se tenga la idea de exclusividad en su uso. Lo cierto, es que esta plataforma tampoco está exenta de ataques cibernéticos, pero sí en mucho menor proporción, lo que le brinda una etiqueta de mayor “seguridad”. No es posible ensamblar a gusto y preferencia del usuario. Quien esté interesado en adquirir una, deberá buscar las características que mejor se adecúen. Aunque sí es posible hacer cambios, estos son mínimos. Normalmente están constituidas por una sola pieza. Sus repuestos tienen costos elevados.

Ambas opciones son muy buenas, queda al gusto o preferencia del estudio fotográfico y de sus posibilidades económicas, elegir qué plataforma utiliza para

sus

proyectos.

En cuanto al uso de tecnología como internet para contar con presencia de marca y promoción, bien podría necesitarse una computadora. Sin embargo, bien bastaría con una tableta o un celular con acceso a internet.

Capítulo IV. Discusión

Los trabajos diversos que han sido revisados tanto para el contexto internacional como para el nacional han encontrado una realidad que acerca alguna dimensión importante a la sostenibilidad y a los estudios fotográficos. Aquí se discuten los resultados agrupados de acuerdo a las dimensiones y objetivos.

4.1.1. Análisis del desarrollo humano, financiero y material del estudio fotográfico

El desarrollo humano, de acuerdo a lo que se ha podido encontrar entre los estudios de Štrukelj, Nikolic y Zlatanovi (2020) y ESADE (2018), parten de dos aspectos distintos. Para los primeros se ha considerado necesario que la política empresarial es la clave para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos, de ahí que se haya buscado analizar en profundidad el desarrollo sostenible en la dimensión humana, financiera y material.

De acuerdo con la primera perspectiva es esencial las políticas de gobierno, las políticas empresariales, en consecuencia parte de la idea de contar con un sistema de organización, de proyectos y oportunidades para alcanzar el desarrollo humano, financiero y material; sin embargo para ESADE, la respuesta se inicia en el factor humano, es decir la capacitación, la formación continua de los seres humanos conducirá hacia el desarrollo material, financiero, humano y por ende a la formulación de las políticas empresariales. Se evidencia una fuerte contradicción de puntos de partida entre uno y otro antecedente.

Sin embargo, a pesar del modo como se plantee el desarrollo, ambos hallazgos indican que el factor humano es el eje central de los estudios fotográficos y hace

referencia a un factor humano que depende de los lazos familiares, es decir trabajos que se encuentran unidos a familias, por lo que la capacitación depende exclusivamente de una parte de los ingresos, por lo tanto, se ven limitados de acceder a capacitaciones tecnológicas de contexto nacional o internacional que involucre viajes, costos elevados, exigencias que toman tiempo completo entre otras. Bien estas necesidades pueden ser implementadas a través de las políticas empresariales y estatales o también pueden partir de las iniciativas personales para encontrar soluciones oportunas.

Si estas necesidades son una de las razones por la que un gran porcentaje no asiste a las capacitaciones y los que lo hacen prefieren hacerlo de manera virtual y en un rango de asistencia a una o dos capacitaciones, esto limita el desarrollo de las capacidades para conocer procesos, manejo de las tecnologías, novedades, modos de adaptación, cambios económicos, avances y retos. La dimensión humana se ve envuelta en conjunto de cosas que exige el contexto, así para poder establecer un estudio fotográfico por la necesidad de obtener dinero para poder alcanzar los medios para la sobrevivencia, la pasión por la fotografía. El desarrollo sostenible de los estudios fotográficos depende del factor humano, esto porque al estar bien capacitados y al tener adecuadas habilidades van a proporcionar equilibrio y estabilidad a los negocios o trabajos familiares. Por lo tanto se debe integrar la mirada que parte de las políticas empresariales, en las cuales se contemple la satisfacción y el pleno desarrollo de la persona humana; así como se considere esencial las iniciativas personales, las que deben ser impulsadas, incentivadas desde la política y desde la acción individual. En consecuencia, ambos mecanismos propuestos de modo contradictorio, deben complementarse para mejorar las condiciones de vida y el crecimiento económico de los estudios fotográficos teniendo como base el desarrollo humano, financiero y material.

Aquí, se cree que los puntos de vista encontrados, discutibles, contradictorios se complementan y ayudan a entender las necesidades de las personas y a establecer un adecuado desarrollo humano, financiero y material. En lo financiero o económico, los resultados han mostrado que la mayoría de las personas vive solo de las fotografías, es decir se ha convertido en una actividad exclusiva de la cual depende no solo el individuo sino la familia y los miembros que componen dichos estudios. Por lo tanto, el factor económico es central también y de ella depende en gran medida el desarrollo sostenible, es decir equilibrado del estudio fotográfico. Un desarrollo económico que se mantenga en el tiempo solo es posible cuando los ingresos superan a los egresos de manera significativa y aseguran a los miembros del estudio fotográfico la estabilidad e impulsan a cubrir las necesidades básicas y a la adquisición de nuevos equipos, mejoras en el ambiente fotográfico, mayor acceso a las aplicaciones tecnológicas. Por un lado, realizar trabajos desde el espacio de la casa proporciona a los miembros de los estudios fotográficos ciertas ventajas para los ingresos económicos; sin embargo, su exclusividad como proyecto familiar pone en riesgo a sus miembros cuando hay que hacer frente a una crisis económica o la pandemia como sucede actualmente con la presencia de la covid 19. Una limitación en lo financiero es también el acceso a los recursos económicos para implementar equipos y ofrecer servicios a través de novedosas aplicaciones tecnológicas, las razones para explicar ello son diversos; sin embargo, la más importante radica en que el financiamiento bancario es limitado, al ser un proyecto familiar de subsistencia su acceso al financiamiento no resulta fácil.

En lo material, como ha sido señalado sin capacitación adecuada y sin acceso al financiamiento económico la adquisición de equipos tecnológicos se vuelve complejo, de ahí que la mayoría haya optado por equipos de gama media; siendo escaso el acceso a equipos de gama alta y con tecnologías innovadoras. En la fotografía con la exigencia

de nuevos escenarios sociales, políticos, económicos y culturales es vital la presencia de equipos tecnológicos de última generación, por lo tanto, la necesidad para los estudios fotográficos de la ciudad de Chiclayo es inmensa, razón que conduce a sostener que el desarrollo sostenible se ve limitada y sujeta al factor tecnológico, material.

Los resultados aquí obtenidos complementan parte de las dimensiones y también la profundizan. El trabajo precitado ha concluido, tal como se ha señalado que para toda organización es importante la comunicación, responsabilidad e innovación. De hecho, se ha encontrado algo similar, toda vez que se ha señalado que solo mediante un adecuado equipamiento tecnológico acompañado de ideas innovadoras el estudio fotográfico puede perdurar. De igual modo el equipamiento e innovación requieren responsabilidad y adecuada comunicación.

4.1.2. Investigación del desarrollo social y medioambiental del estudio fotográfico

El desarrollo social y medioambiental de los estudios fotográficos responde a una cuestión de origen, proceso y conclusión. Lo importante se define a partir de su origen. Así, Mancipe (2018) señala que es importante la adecuación de la economía, la tecnología y los materiales al medioambiente; mientras que Aleña, Capa y Sotomayor (2017) indican que se debe partir de la normatividad y la producción limpia. La primera parte de los hechos, es decir las prácticas deben ajustarse al desarrollo de la sociedad y del medioambiente, por lo tanto, el cumplimiento del desarrollo debe ser una cuestión de conciencia, de hecho, del ser, de sus acciones; mientras que los segundos plantean que debe partir de una cuestión impuesta, de derecho, del deber ser, ya que las personas en si mismas se resisten a luchar por el adecuado desarrollo del medioambiente y de la sociedad. Ello implica que debe haber un fuerte proceso de sometimiento, imposición de las reglas. En esa línea hay una fuerte discusión entre el origen, proceso y conclusión de

las cuestiones sobre desarrollo social y ambiental a partir de las normas o de las practicas, de lo que es o de lo que debería ser.

Antes de incluir y concluir alguna idea sobre estas perspectivas es importante subrayar que: En la dimensión social, o dimensión que ha sido entendida por el investigador de la tesis como una dimensión que se orienta a la relación del estudio fotográfico con la sociedad se halló lo siguiente: en relación con los clientes, estos dependen mucho de los factores socioeconómicos de los mismos de esa a mayor nivel socioeconómico mayor exigencia en la calidad, lo cual se traduce en mayor ventaja para el estudio fotográfico; sin embargo la mayoría de los estudios fotográficos atiende a personas del nivel socioeconómico B que tiene un promedio de ingresos de 7, 020 soles y representa al 10% de la población. El porcentaje que atiende al 2% de la población del sector A es muy poco, por lo tanto, se distribuye un buen porcentaje también en la atención al sector socioeconómico C.

Con relación a las fotografías que realizan a las familias; la interacción de los estudios fotográficos con los clientes está marcado por el tipo de fotografía que estos últimos exijan y también por el tipo de fotografías que los estudios ofrecen, de ahí que la interacción entre familias y estudio está marcada por actividades generales o especializadas. Los resultados señalan que 62% de los estudios fotográficos tiene alguna especialización llámese en fotografía para bodas, infantil, moda, mascotas, etc. El equilibrio del estudio fotográfico entonces depende en gran medida de las necesidades de este sector socioeconómico B.

En relación con el estado y la banca, la relación o interacción de los miembros de los estudios fotográficos con la banca y las instrucciones del estado debe ser analizado por separado. Con el estado siguiendo la lógica de la formalidad e informalidad se configuraría un problema de informalidad, puesto que los estudios fotográficos no están

inscritos en la SUNAT por lo que la contribución muchas veces es personal o como un negocio personal, razón que limita ofrecer un servicio empresarial. Las exigencias del Estado a la vez representan un límite para los estudios fotográficos debido a que no existe mecanismos que les permitan lograr un desarrollo sostenible como Pyme. En relación con la banca, al ser considerados como negocios personales que no están inscritas en SUNAT el acceso a los créditos es complicado, la mayoría no obtiene financiamiento alguno para desarrollar sus actividades, por el contrario, se ven limitados en diversos aspectos humanos, de equipos y acceso a las tecnologías.

Con relación a los potenciales clientes, la interacción para captar clientes se establece por medio de las redes sociales. Las redes sociales representan para los miembros de los estudios fotográficos los medios pertinentes para promocionar los servicios; sin embargo, ellas requieren también un trabajo planificado, atractivo y dinámico, lo cual parte de la exigencia de un buen logo, buena comunicación, buena estrategia de llegada. A la promoción se suman un conjunto de factores como estrategias de publicidad, estrategias de comunicación, contenidos, tecnologías, servicios, spots. Los estudios fotográficos, por lo tanto, para su desarrollo sostenido requieren de la promoción de sus servicios y dicha promoción de servicios requiere a su vez capacitaciones, financiamiento, equipos.

En relación al equipo humano de trabajo y los planes. Lo que vincula a los humanos al éxito empresarial es la visión compartida, la claridad de los objetivos y las acciones racionalmente planificadas. En ese sentido los estudios fotográficos deberían regirse por planes de diversa índole con un espíritu empresarial; sin embargo, esto no es así. Los resultados muestran que la mayoría no cuenta con plan estratégico anual, tampoco poseen un plan de negocios o un adecuado plan de marketing, la usencia de planes y la limitada aplicación de los existentes se ha convertido en una limitante fundamental. Se

puede sostener que los estudios fotográficos se han convertido en un negocio empírico de sobrevivencia para las familias, pero no hay un rumbo empresarial que oriente las actividades al logro de un equilibrio sostenido para la satisfacción de las necesidades presentes y futuras. Por lo tanto, es necesario proponer acciones y recomendaciones que permitan a los miembros de los estudios fotográficos ampliar su visión hacia la innovación empresarial, así se ha establecido en las actividades propuestas en el modelo de gerencia empresarial.

En la dimensión ambiental se ha encontrado que existe el compromiso de la mayoría de estudios fotográficos para lograr un equilibrio o cuidado del ambiente; sin embargo, no cuentan con un plan para hacerlo. Esta realidad muestra que hay un problema concreto que resolver para lograr el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. Visto las cosas de esa manera es posible decir que el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos depende en gran medida de los planes ambientales, los cual indicaran a su vez los procedimientos a seguir para evitar la contaminación, el uso de equipos ecológicos, la utilización de materiales pertinentes como tinta, papel, etc. Los miembros de los estudios fotográficos han sugerido algunas medidas para lograr un adecuado equilibrio con el medioambiente, entre sus medidas destacan la reducción del uso del papel, tanto el utilizado como fondos como los productos de la entrega final al cliente; la entrega de fotografías en papel reciclado, la utilización de fondos de tela, la utilización de flashes con baterías recargables y la utilización de solamente luz natural para evitar energía en los flashes.

En conciencia de las ideas contrarias discutidas inicialmente ha de concluirse que tanto las acciones o prácticas cotidianas que buscan el desarrollo o las afectan tanto en lo social como en lo ambiental deben ser examinados de manera detallada; así como las normas o el deber ser de las acciones para hacer frente a un verdadero desarrollo en

favor de las personas que trabajan en los estudios fotográficos en relación con su desarrollo social y medioambiental.

4.1.3. Identificación de acciones pertinentes para un modelo de gerencia empresarial.

Nadie puede poner en duda que incluso la identificación de las acciones pertinentes para un modelo debe partir de la discusión de las ideas. Así, es posible partir de las ideas de Alaña, Capa y Sotomayor (2017), quienes plantean la normatividad de formalización, contribución y otras que son necesarias para acceder al crédito financiero, al reconocimiento social y al posicionamiento empresarial. Pero como se ha visto es poco accesible a la formalización debido a los costos de los procesos por lo tanto parece una perspectiva un poco excluyente y que demanda de un conjunto de ajustes para lograr concretarla.

Por otro lado, como ha señalado Celis (2016) es importante que haya una serie de proyectos que ayuden a mejorar los ingresos para poder tener un desarrollo progresivo, estable, sostenible para los estudios fotográficos. Esta perspectiva parece ser la más razonable, aunque directamente opuesta a la primera; sin embargo, parte de la idea de los proyectos progresivos, es decir a medida que crecen los estudios fotográficos pueden ir adoptando comportamientos de formalidad. Esto es posible, pero debe establecerse las oportunidades de acceso a proyectos que ayuden a mejorar sus ingresos y posibilidades. Por lo que a pesar de ser una propuesta viable, su viabilidad depende de múltiples factores.

Aquí se ha ido más allá porque se ha encontrado que las bases para la sostenibilidad de los estudios fotográficos son los estados motivacionales. Estos pueden ser alcanzados a través de la satisfacción por el servicio de calidad, por las oportunidades

en capacitación, por los mayores ingresos económicos, por el reconocimiento. Es a partir de la motivación que se puede alcanzar lo señalado por la Embajada Británica (2018) es decir el beneficio y la oportunidad. Oportunidad y beneficio son los pilares fundamentales para lograr mejores ingresos económicos en relación con la sostenibilidad ambiental.

Después de haber discutido los resultados es importante discutir el contenido del modelo. El contenido del modelo se ha concretado a través de la modelo gerencial para estudios fotográficos. La modelo representa el modelo gerencial y ella contiene un conjunto de procedimientos que debe seguir el estudio fotográfico para superar las limitaciones discutidas y poder lograr el desarrollo sostenido.

El modelo contiene los perfiles que se derivan de las dimensiones analizadas, de ese modo se habla de un perfil administrativo social, el cual incluye el factor humano y social, esto debido a que lo humano es el eje central y de la interacción de los mismos surge lo social, con esa finalidad se ha agrupado la propuesta en dicho perfil. Dicho perfil indica las pautas para el estudio de mercado, para el plan de negocio, para el plan de marketing, para el plan estratégico anual, para la constitución de una sociedad. Así como para el registro de la marca en INDECOPI y las pautas para la obtención del licenciamiento.

Se agrupa en el modelo un perfil medioambiental, el cual contiene algunos lineamientos que deben seguir los estudios fotográficos para lograr un desarrollo sostenido en relación con el medioambiente. Se ha incluido el perfil de financiamiento que responde a lo económico, es decir se agrupa un conjunto de actividades que se debe seguir para la obtención de recursos financieros a fin de superar ciertas limitaciones para acceder a los bancos, créditos, compra de equipos, capacitaciones, entre otros.

El modelo recoge también un perfil tecnológico, el cual señala el camino que se debe ser en la adquisición y acceso a los equipos con la finalidad de brindar un mejor servicio

los clientes y obtener de ese modo las condiciones necesarias para alcanzar el desarrollo sostenible.

Para poner en práctica este modelo es necesario que los estudios fotográficos en contextos de pandemia sigan también los lineamientos encontrados y sugeridos por ESADE (2018), es decir es momento de adaptar las medidas al contexto y es necesario reaccionar con acciones concretas para anticiparse a las consecuencias económicas que el panorama prevé a futuro. Una empresa que cumpla con este modelo e inicie sus actividades pensando en el desarrollo sostenible puede lograr aumentos en su cadena de valor y contribuir al logro de los objetivos de desarrollo sostenible señalados por la OCDE tal como ha sido estudiado por Mancipe (2018). En consecuencia, es importante también que los estudios fotográficos se adapten no solo a los cambios del contexto, sino que se sometan al cumplimiento de la normatividad ambiental tal como lo ha señalado

La estabilidad económica depende entonces de los cambios significativos, la continuación de los ciclos económicos "menores" y las tendencias en las mejoras tecnológicas, económicas y humanas, según lo señalado desde las conclusiones de Celis (2016), esto es fundamental porque ayuda a entender el nuevo contexto social en la que la humanidad se desenvuelve. Frente a la covid 19 es necesario vital que las empresas pongan en práctica un conjunto de medidas y por ende los estudios fotográficos visualicen un conjunto de estrategias para hacer frente a los diversos problemas que genera la pandemia, en efecto en este contexto es muy importante el equilibrio entre los componentes diagnosticados en la presente tesis, tal como concluyeron Hall, Daneke y Lenox (2010).

Conclusiones

Después de un arduo análisis de la realidad sobre el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos y sobre el contenido propositivo del modelo de gerencia empresarial, se arribó a las conclusiones siguientes:

Primera.- Con relación al desarrollo humano, financiero y material del estudio fotográfico se puede concluir que representa un gran potencial de empleo, de la que viven diversas familias que se dedican a exclusividad a la promoción, ejecución y entrega de fotografías. Sin embargo, esta actividad para su sostenibilidad necesita de mayor inversión en capacitaciones, tecnologías, medios de promoción. Lo humano está organizado en función del negocio familiar y se ha convertido en actividad indispensable del cual viven sus miembros, por lo que es vital el desarrollo de las capacidades de cada uno de ellos tanto en los procesos como en el manejo de equipos. Lo financiero representa un punto fundamental que necesita ser atendido porque los estudios fotográficos viven de auto inversiones y la ganancia si bien es estable, no alcanza un desarrollo sostenible en el tiempo, depende de muchos factores como el cliente, la oferta en el mercado, la calidad tecnológica; es por ello que requiere de una guía o soporte para lograr sostenibilidad. Lo material es clave para el desarrollo sostenible, puesto que ella depende la calidad de las fotografías y la apreciación de la gente, la gama media que utilizan los estudios fotográficos demuestra que es necesario implementar los estudios con equipos más avanzados para que el trabajo se mantenga en el tiempo y amplíe sus servicios a otros espacios geográficos en rubros especializados.

Segunda.- En cuanto a lo social y medioambiental, es posible concluir que socialmente o en interacción con la sociedad los estudios fotográficos enfrentan grandes retos de adaptación y reacción, es decir tienen que responder a necesidades de atención a

sectores socioeconómicos distintos, adaptarse a los cambios empresariales y formalizar los estudios mediante inscripción legal como pequeñas empresas para poder acceder a los créditos financieros y obtener reconocimiento social. Del mismo modo los estudios fotográficos tienen que elaborar y articular planes de trabajo que les permitan tener un control racional de las actividades propuestas en función de los clientes, los cambios en las ofertas y demandas, cambios tecnológicos, riesgos económicos y sociales. En lo ambiental, si bien los estudios fotográficos tienen el compromiso de apostar por una adecuada relación con el cuidado del medioambiente, éste no puede cristalizarse sino cuentan con políticas y planes de protección medioambiental; en consecuencia, la sostenibilidad social y ambiental debe adecuarse a los cambios sociales, tecnológicos, económicos, políticos que exige el contexto.

Tercera.- Considerando el diagnóstico en las dimensiones establecidas, surge la necesidad de ofrecer un modelo de gerencia empresarial, el cual sugiere a los dueños de los estudios fotográficos seguir ciertas pautas estratégicas empresariales para superar las limitaciones y barreras a las que están expuestos con la finalidad de superar la idea de que el trabajo es solo para la subsistencia y con el propósito de mejorar las condiciones humanas, financieras, tecnológicas, sociales y ambientales.

Cuarta.- Se ha logrado el objetivo general de proponer un modelo de gerencia empresarial para lograr el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos. La relevancia de este logro radica en la novedad de la investigación al combinar el análisis de los estudios fotográficos, sobre el cual es pionero la tesis y la mirada empresarial para ayudar a los negocios o trabajos familiares en su orientación.

Recomendaciones

Siguiendo las pautas del diagnóstico y la propuesta del modelo, se ha establecido las sugerencias siguientes:

Primera.- Es fundamental la seguridad y solidez de la empresa, por ello es necesario contar y ejecutar un plan de negocio, un plan estratégico y un plan de marketing.

Segunda.- Con relación al desarrollo humano, financiero y material del estudio fotográfico se sugiere articular el capital humano entre los estudios fotográficos a través de asociaciones o sociedades que permita fortalecer la actividad, el reconocimiento y el acceso a créditos financieros en beneficio de las familias, clientes y mejoras tecnológicas.

Tercera.- En cuanto a lo social y medioambiental, se sugiere implementar políticas empresariales medioambientales que permitan lograr un desarrollo equilibrado entre estudio fotográfico y medioambiente. Así como considerar plan un de riesgos ante desastres naturales, pandemia, crisis financiera.

Cuarta.- Se sugiere a los responsables de los estudios fotográficos ejecutar las pautas del modelo de gerencia empresarial y ampliar las unidades de análisis, temáticas y acciones adecuándolas cada una a sus necesidades y posibilidades.

Quinta.- Se sugiere a los investigadores profundizar las investigaciones sobre los estudios fotográficos porque representa un arsenal de potencialidades que pueden ser descubiertas desde diversas dimensiones por diversas disciplinas. La fotografía no ha sido estudiada aun en la Región Lambayeque por lo que exige la presencia de estudios y acercamientos para entender su origen, evolución, modos de hacer frente a los cambios, su adaptación al nuevo contexto, las prácticas que ella involucra, entre otros.

Referencias Bibliográficas

- Municipalidad Provincial de San Marcos. (02 de 2008). *PlanDesarrolloLocal2007_2021DistritoSanMarcos Macrogestión*. Recuperado el 01 de 07 de 2017, de Congreso de la República:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C0ED386942F5113405257D16005A24E8/\\$FILE/PlanDesarrolloLocal2007_2021DistritoSanMarcos.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C0ED386942F5113405257D16005A24E8/$FILE/PlanDesarrolloLocal2007_2021DistritoSanMarcos.pdf)
- Mattos, J. L. (15 de 06 de 2015). *Aprovechamiento económico de los recursos arqueológicos de la costa norte del Perú como alternativa de crecimiento del producto turístico*. Recuperado el 01 de 07 de 2017, de Pontificia Universidad Católica Del Perú:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/594>
- Programa Redes Sostenibles para la Seguridad Alimentaria -REDESA de CARE Perú. (2005). *formación y fortalecimiento de cadenas productivas agrarias en Ancash*. (M. E. Trujillo, Ed.) Lima: SINCO EDITORES. Recuperado el 02 de 07 de 2017, de
<http://www.care.pe/pdfs/cinfo/libro/FormacionFortalecimientoCadenasProductivas.pdf>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (10 de 2003). *"PVPP_Huari Plan Vial Provincial de Huari"*. Recuperado el 07 de 2017, de Ministerio de Transportes y Comunicaciones:
http://www.proviasdes.gob.pe/planes/ancash/pvpp/PVPP_Huari.pdf
- Municipalidad Provincial de Huari. (s.f.). *provincia-de-huari-y-sus-districtos*. Recuperado el 03 de 07 de 2017, de Municipalidad Provincial de Huari:
<http://www.munihuari.gob.pe/web/index.php/provincia/districtos/252-provincia-de-huari-y-sus-districtos>
- Hernández R, Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México., México D.F., México: McGraw-Hill.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (06 de 2004). *Perx_Ancash Plan Estratégico*. Recuperado el 02 de 07 de 2017, de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/avance_regiones/Ancash/PERX_Ancash.pdf
- Avila Macedo, J. J. (2006). *Economía*. México: Lumbral. Recuperado el 2 de julio de 2017
- Castillo, O. (2011). *Economía Agraria: apuntes de clase*. (F. d. Agrícolas, Ed.) Montería, Montería, Colombia: Universidad de Córdoba.

- Chang, J. (2007). Administración de la inversión pública. Recuperado el 02 de julio de 2017, de https://esa.un.org/techcoop/documents/soereform_spanish.pdf
- Chu Rubio, M. (2003). *Fundamentos de Finanzas* (Segunda ed.). Lima, Perú: Colegio de Economistas de Lima.
- Mankiw, G., & Taylor, M. (2014). *Economía*. España: Paraninfo. Recuperado el 02 de julio de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=DV5IDgAAQBAJ&pg=PA104&dq=concepto+de+la+oferta+economia+mankiw&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi19>
- Méndez, J. (2011). *La economía en la empresa*. México, D. F., México: Mc Graw Hill.
- Navarro, S. (2006). *Las TICs y el enfoque de Sen: identificando nuevas capacidades en el medio rural*. Universidad de Piura. Piura: Consorcio de Investigación Económica y Social.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2013). *Microeconomía*. España: Pearson. Recuperado el 02 de julio de 2017
- Entraigas, I., Varni, M., Rivas, R., & Usunoff, E. (1994). *Gestión integral de los recursos hídricos en el partido de Salliquelo Argentina 2. Regionalización ecológica y vulnerabilidad del acuífero*. Buenos Aires.
- Trivelli, C. (1997). *Crédito en los hogares rurales del Perú*. Consorcio de Investigación Económica y Social. Lima: CIES.
- Salas, V. (2016). *El rol de la asociatividad en la participación comercial de los productores agrarios: el caso de Piura*. Universidad de San Martín de Porres, Consorcio de Investigación Económica y Social. Lima: CIES.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2015). *Población 2010-2015 Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Recuperado el 02 de 07 de 2017, de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>
- Alfaro, D., & Guerrero, E. (2013). *Brecha de género en el ingreso: una mirada mas allá de la media en el sector agropecuario*. Consorcio de Investigación Económica y Social, Universidad de San Andrés. Lima: CIES.
- Del Pozo, C. (2016). *Brecha de género en el valor económico de las unidades agropecuarias en el Perú*. Universidad Nacional de la Plata, Departamento de Economía. Lima: CIES.

- Huamani, A., & Franco, Y. (2012). *Plan de desarrollo para el turismo alternativo en Concesión Castañera del sector Santa Julia, distrito de Las Piedras, Tambopata, margen derecha de la carretera interoceánica de Madre de Dios*. Tesis , Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Departamento de Ecoturismo, Puerto Maldonado.
- Echevarría, S. (1994). *Teoría de la economía de la empresa*. España. Recuperado el 02 de julio de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=4Quf0YnWVfYC&pg=PA97&dq=teoria+de+la+produccion+concepto&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwii5I_g2uvUAhXFKi
- Isaza, J. (2008). *Cadenas productivas enfoques y precisiones conceptuales*. Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, Observatorio de Entorno de los Negocios, Colombia.
- Fairlie, A. (2008). *Asociación de pequeños productores y exportaciones de banano orgánico en el valle del Chira*. Consorcio de Investigación Económica y Social, Programa de Comercio y Pobreza de Latinoamerica. Lima: CIES.
- Gavidia, P. (2015). *Determinantes y efectos del riego tecnificado: un análisis económico para la sierra norte de La Libertad*. Universidad de San Martín de Porres - Instituto Perú, Consorcio de Investigación Económica y Social. Lima: CIES.
- Del Pozo, C. (2014). *Transferencias monetarias condicionadas, crédito agropecuario y acumulación de activos productivos de los hogares rurales en el Perú*. Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas, Consorcio de Investigación Económica y Social. Lima: CIES.
- Celis, J. (2016). *El aporte de diferentes empresas al desarrollo sostenible en Colombia*. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- ESADE. (2018). *La contribución de las empresas españolas a los objetivos de desarrollo sostenible*. España: Universidad Ramón Llull.
- Upegui, S. (2017). *Plan de negocios para la creación de una empresa de fotografía*. EAN Universidad.
- Medina, M. (2018). *La acción gerencial en el contexto de los cambios organizacionales*. UCLA .
- Miranda, M. (2019). *La gerencia empresarial y los niveles de competitividad en las empresas del sector carrocero en el Cantón Ambato*. Ecuador: UNA.
- Universidad de Manizales - Universidad Simón Bolívar. (2014). *Gestión del talento*. Manizales - Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.

- Van Den Berghe, E. (2018). *Gestión y Gerencia Empresariales: Aplicadas Al Siglo XXI*. Colombia: Ecoe .
- Brunetta, H. (2019). *La experiencia del cliente*. España: Paidos.
- Caldas, M. (2019). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial 4º ESO (2019)*. España: Editex.
- Christiansen, J. (2019). *Fotografía para principiantes*. Dynamics.
- Babbie, E. (2019). *Metodología de investigación* . Estados Unidos.
- Sáenz, D. (2018). *Investigación académica con apoyo en tecnologías de información*. México: Digital.
- Moya, R. (2017). *Estadística descriptiva*. Lima: San Marcos.
- Rojas, R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdéz.
- Hall, J., Daneke, G., & Lenox, M. (2010). *Desarrollo sostenible y espíritu empresarial: contribuciones pasadas y direcciones futuras*. España: ELSEVIER.
- Štrukelj, T., Nikolic, J., & Zlatanovi, D. (2020). *Un modelo estratégico para negocios sostenibles*. Serbia: University of Kragujevac.
- Embajada Británica. (2018). *El sector privado en el Perú y su contribución al desarrollo sostenible*. Lima, Perú: Informe publicado por Libélula.
- Alaña, T., Capa, L., & Sotomayor, J. (2017). *Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental*. Ecuador: Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos.
- Gómez, I. (2020). *Desarrollo sostenible*. España: Elearning.
- Olava, G., Rojas, I., & Cisneros, M. (2014). *Cómo escribir la investigación académica desde el proyecto hasta la defensa*. Colombia: Ediciones de la U.
- Palomino, J., Peña, J., Zevallos, G., & Orizón, L. (2015). *Metodología de la investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Sánchez, F. (2019). *Tesis desarrollo metodológico de la investigación*. Lima: Normas jurídicas.
- Rodríguez, E. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Morris, C. (2019). *Introducción a la psicología*. Barcelona, España: Livel Sych.
- Quezada, N. (2019). *Metodología de la investigación*. Lima: Editorial Macro.

Anexos

Anexo 1 Guía de encuesta Instrumentos de Recolección de Datos

Emplee un lápiz o un bolígrafo de tinta negra para responder el cuestionario. Al hacerlo, piense en lo que sucede con su estudio fotográfico.

No hay respuestas correctas o incorrectas. Simplemente reflejan su opinión personal. Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piensa usted. Solamente una opción. Marque con claridad la opción elegida con una cruz o tache.

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este instrumento y le explicó la importancia de su participación.

Confidencialidad

Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Los cuestionarios serán procesados por personas externas. Además, como usted puede ver, en ningún momento se le pide su nombre.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

1.- ¿Cuántas personas trabajan en su Estudio Fotográfico?

- a) una
- b) dos
- c) tres
- d) cuatro
- e) cinco o más

2.- ¿Qué tan importante es la capacitación para el desempeño de su Estudio Fotográfico?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Bueno
- d) Regular
- e) No es importante

3.- ¿Qué modalidad de capacitación busca para mejorar su desempeño profesional en el Estudio Fotográfico?

- a) presencial
- b) On line

4.- ¿A cuántas capacitaciones presenciales ha asistido en los últimos dos años para mejorar su desempeño en el Estudio Fotográfico?

- a) Ninguna
- b) Una
- c) Dos
- d) Tres
- e) De cuatro a más

5.- ¿Cuál es el rango de capacitaciones online en las que ha participado en los últimos dos años para mejorar su desempeño en el Estudio Fotográfico?

- a) de 01 a 03
- b) de 04 a 06
- c) de 06 a 08
- d) de 09 a más

6.-¿Cuál fue el principal factor que le motivó a ud a contar con un Estudio Fotográfico?

- a) Obtener dinero
- b) Pasión por la fotografía
- c) Satisfacción personal
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

7.- ¿Cuánto diría ud que fue el monto de inversión en su Estudio Fotográfico al momento de instalarlo? Tengamos en cuenta el valor de una UIT actualmente (S/4,300).

- a) Menos de 01 UIT
- b) 01 UIT
- C) 02 UIT
- d) de 03 a más UIT

8.- ¿Vive únicamente de su actividad en su estudio fotográfico?

- a) Sí
- b) No

9.- ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio mensuales de su estudio? Teniendo como referencia el sueldo mínimo actual (S/930)

- a) Menos de 01 sueldo mínimo
- b) 01 sueldo mínimo
- c) 02 sueldos mínimos
- d) 03 sueldos mínimos
- e) 04 sueldos mínimos a más

10.- Considera que contar con un Estudio Fotográfico es:

- a) Un trabajo

b) Un pasatiempo

11.- Su Estudio Fotográfico, se encuentra instalado en:

a) En casa

b) Un espacio independiente

12.- El Estudio Fotográfico en el que desarrolla sus proyectos es:

a) Propio, exclusivo para mi trabajo

b) lo comparto a otros fotógrafos

13.- ¿Con qué nivel de equipamiento cuenta en su Estudio Fotográfico?

a) Gama Alta

b) Gama Media

c) Gama baja

14.- ¿Cuál dirías que es el nivel socioeconómico de los clientes de su Estudio Fotográfico?

a) A

b) B

c) C

15.- ¿Qué tipo de fotografía realiza en su Estudio Fotográfico?

a) Infantil

b) Moda

c) Bodas

d) Producto

e) Retratos institucionales

f) Mascotas

g) Boudoir

h) Todas las anteriores

16.- ¿Está su Estudio Fotográfico inscrito en SUNAT?

a) Si

b) No

17.- ¿Elaboró un Plan de Negocios antes de iniciar sus actividades en el Estudio Fotográfico?

a) Sí

b) No

18.- ¿Cuenta con un Plan Estratégico Anual en su Estudio Fotográfico?

a) Sí

b) No

19.- ¿Cuenta con un Plan de Marketing en su Estudio Fotográfico?

a) Sí

b) No

20.- ¿Hace uso de Redes Sociales para promocionar su Estudio Fotográfico?

a) Sí

b) No

21.- ¿Qué tan importantes son las Redes Sociales para obtener clientes para si Estudio Fotográfico?

a) Muy importante

b) Medianamente importante

c) No es importante

22.- ¿Qué Red Social considera usted la principal para mostrar el trabajo desarrollado en su Estudio Fotográfico, y le permita así obtener clientes?

- a) Instagram
- b) Facebook
- c) Twitter
- d) Snapchat
- e) Otro

23.- ¿Cuenta su Estudio Fotográfico con una Política de Medio Ambiente?

- a) Si
- b) No

24.- ¿Qué otra medida sugerirías para que su Estudio Fotográfico promueva el cuidado del Medio Ambiente?

Anexo 2 Rúbricas de Expertos de Instrumentos de Recolección de Datos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	
PROFESIÓN	
ESPECIALIDAD	
TIEMPO DE EXPERIENCIA PROFESIONAL	
CARGO	

“MODELO DE GERENCIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO”

DATOS DEL TESISISTA	
NOMBRE	Mirko Antonio Solis Napanga
ESPECIALIDAD	Maestría en Administración con Mención en Gerencia Empresarial
INSTRUMENTO A EVALUAR	Encuesta
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	GENERAL: Proponer un modelo de gerencia empresarial para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo. ESPECÍFICOS:

	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar el desarrollo humano, financiero y material del estudio fotográfico. - Investigar el desarrollo social y medio ambiental del estudio fotográfico. - Determinar acciones pertinentes para un modelo de gerencia empresarial.
<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN APA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO, O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO.</p> <p>SI SE ENCUENTRA EN DESACUERDO, POR FAVOR, ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	

Juez - Experto

ENCUESTA PARA CONOCER LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ESTUDIOS FOTOGRÁFICOS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO.

"Modelo de Gerencia Empresarial para el desarrollo sostenible de los estudios fotográficos en la ciudad de Chiclayo"

PREGUNTA	RESPUESTAS	EVALUACIÓN DE EXPERTO (TA) – (TD)
1.- Considera que contar con un Estudio Fotográfico es:	a) Un Trabajo b) Un pasatiempo	(TA) – (TD)
2.- Su Estudio Fotográfico, se encuentra instalado en:	a) En casa b) En un espacio independiente	(TA) – (TD)
3.- El Estudio Fotográfico en el que desarrolla sus proyectos es:	a) Propio, exclusivo para mi trabajo como fotógrafo. b) Lo comparto o alquilo a otros fotógrafos.	(TA) – (TD)
4.- ¿Qué tipo de fotografía realiza en su Estudio Fotográfico?	a) Producto b) Moda c) Infantil d) Retratos Institucionales e) Bodas f) Mascotas g) Boudoir h) Todas las Anteriores	(TA) – (TD)
5.- ¿Cuántas personas trabajan en su Estudio Fotográfico?	a) Sólo yo b) 02 Personas c) 03 Personas d) 04 Personas e) De 05 a más Personas	(TA) – (TD)
6.- ¿Cuál dirías que es el nivel socioeconómico de los clientes de su Estudio Fotográfico?	a) A b) B c) C d) D	(TA) – (TD)
7.- ¿Vive únicamente de su actividad en su estudio fotográfico?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
8.- ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio mensuales de su estudio? Teniendo como referencia el sueldo mínimo actual (S/930)	a) Menos de 01 sueldo mínimo. b) 01 sueldo mínimo. c) Hasta 02 sueldos mínimos. d) Hasta 03 sueldos mínimos e) De 04 sueldos mínimos a más.	(TA) – (TD)
9.- ¿Elaboró un Plan de Negocios antes de iniciar sus actividades en el Estudio Fotográfico?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)

10.- ¿Cuenta con un Plan Estratégico Anual en su Estudio Fotográfico?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
11.- ¿Cuenta con un Plan de Marketing en su Estudio Fotográfico?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
12.- ¿Hace uso de Redes Sociales para promocionar su Estudio Fotográfico?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
13.- ¿Qué tan importantes son las Redes Sociales para obtener clientes para su Estudio Fotográfico?	a) Muy importante b) Medianamente importante c) No son importantes	(TA) – (TD)
14.- ¿Qué Red Social considera usted la principal para mostrar el trabajo desarrollado en su Estudio Fotográfico, y le permita así obtener clientes?	a) Instagram b) Facebook c) Twitter d) Snapchat e) Otro	(TA) – (TD)
15.- ¿Con qué nivel de equipamiento cuenta en su Estudio Fotográfico?	a) Gama Alta b) Gama Media c) Gama Baja	(TA) – (TD)
16.- ¿Cuenta su Estudio Fotográfico con una Política de Medio Ambiente?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
17.- ¿Consideraría su Estudio Fotográfico NO entregar fotografías impresas, para promover el cuidado del Medio Ambiente?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)
18.- ¿Qué otra medida sugerirías para que su Estudio Fotográfico promueva el cuidado del Medio Ambiente?		(TA) – (TD)
19.- ¿Qué tan importante es la capacitación para el desempeño de su Estudio Fotográfico?	a) Muy importante b) Importante c) Bueno d) Regular e) No es importante	(TA) – (TD)
20.- ¿Qué modalidad de capacitación busca para mejorar su desempeño profesional en el Estudio Fotográfico?	a) Capacitación Presencial b) Capacitación Online	(TA) – (TD)
21.- ¿A cuántas capacitaciones presenciales ha asistido en los últimos dos años para mejorar su desempeño en el Estudio Fotográfico?	a) Ninguna b) 01 c) 02 d) 03 e) De 04 a más.	(TA) – (TD)
22.- ¿Cuál es el rango de capacitaciones online en las que ha participado en los últimos dos años para mejorar su desempeño en el Estudio Fotográfico?	a) De 01 a 03 b) De 04 a 06 c) De 06 a 08 d) De 09 a más.	(TA) – (TD)
23.- ¿Cuál fue el principal factor que le motivó a usted a contar con un Estudio Fotográfico?	a) Obtener dinero b) Pasión por la fotografía c) Satisfacción personal d) Todas las anteriores e) Ninguna de las anteriores	(TA) – (TD)
24.- ¿Cuánto diría usted que fue el monto de inversión en su Estudio Fotográfico al momento de instalarlo? Tengamos en cuenta el valor de una UIT actualmente (S/4300).	a) Menos de 01 UIT b) 01 UIT Aprox c) 02 UIT Aprox d) De 03 UIT a más.	(TA) – (TD)
25.- ¿Está su Estudio Fotográfico inscrito en SUNAT?	a) Sí b) No	(TA) – (TD)