



# **UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO**



## ***Redacción de caso y mapa de autores***

***Presenta: Equipo 6***

Priego Diaz Estephany Guadalupe

Rodríguez Vichel Karla Roberta

Santiago Flores Natalia Abigail

Turcios Leyva Omar Alberto

## ***Investigación de Mercados***

## ***Licenciatura en mercadotecnia***

Profesora:

Dra. Minerva Camacho Javier

**Ciclo 02-2025**

## **Introducción del caso**

Studio 105 es una empresa con más de veintiséis años de experiencia en el área de fotografía y video, ubicada en Villahermosa, Tabasco, con cobertura de servicios en cualquier parte de la República Mexicana. Su oferta se distingue por la producción de contenidos para eventos sociales y corporativos, incluyendo fotografía y video para XV Años, bodas de destino, sesiones en estudio y en exteriores, tomas con dron, producción de videoclips, animación con bailarines profesionales, diseño de invitaciones digitales, maquillaje, peinado y sonido profesional. El objetivo de esta investigación de mercados es analizar la situación actual de la empresa en relación con sus servicios, consumidores y entorno con la finalidad de detectar áreas de oportunidad que fortalezcan su posicionamiento y competitividad. La importancia del estudio radica en que Studio 105 participa en un mercado altamente competido y en constante transformación, por lo cual resulta necesario evaluar sus procesos, identificar retos y aprovechar las tendencias digitales que influyen directamente en los hábitos de consumo.

## **Contexto del Servicio**

El servicio que actualmente ofrece Studio 105 se caracteriza por una atención al cliente personalizada que acompaña al consumidor desde la planeación del evento hasta la entrega final de los productos. Los horarios de operación son flexibles y se ajustan a la naturaleza de cada evento, ya sea en el día o en la noche. Los principales canales de venta y promoción se desarrollan a través de redes sociales como Facebook e Instagram, además de la recomendación directa de clientes que han experimentado sus servicios.

El perfil del consumidor actual está conformado en gran medida por novios y quinceañeras que buscan un servicio integral que les brinde seguridad, creatividad y confianza en la cobertura de los momentos más importantes de su vida. Los clientes valoran especialmente la calidad de las producciones, la asesoría profesional, así como la rapidez y eficiencia en la entrega de resultados.

## **Análisis del Entorno**

El entorno de Studio 105 está influenciado por diferentes factores externos que determinan el comportamiento de su mercado. En primer lugar, existe una competencia local sólida conformada por estudios de fotografía y productores independientes que ofrecen servicios similares. Asimismo, las tendencias del mercado muestran una clara inclinación hacia la digitalización, la transmisión en vivo de eventos y la integración de contenidos innovadores en plataformas digitales. Los hábitos de consumo también han cambiado, ya que los clientes demandan mayor inmediatez, una experiencia más personalizada y la posibilidad de difundir sus eventos en redes sociales en tiempo real. En cuanto a los factores económicos y sociales, los eventos sociales siguen teniendo gran importancia cultural en la región, aunque la capacidad de contratación de servicios depende de las condiciones financieras de cada familia.

## **Oportunidades del Servicio**

Entre las oportunidades que Studio 105 puede aprovechar se encuentra la implementación de transmisiones en vivo de los eventos tanto en redes sociales como en pantallas dentro de los salones. Del mismo modo, la digitalización de procesos permitiría reducir los tiempos de entrega y optimizar la satisfacción del cliente. Otra posibilidad de expansión consiste en la incorporación de cuadros digitales de bienvenida a los eventos, que representarían un valor agregado para los clientes. Además, resulta viable establecer alianzas estratégicas con proveedores de maquillaje, sonido y locutores con el fin de fortalecer el portafolio de servicios, así como desarrollar programas de fidelización para quienes contratan de manera recurrente.

## **Problemas u oportunidades**

Dentro de los principales retos identificados se encuentra la necesidad de una mayor diferenciación frente a los competidores a nivel nacional e internacional. Asimismo, los tiempos de entrega prolongados constituyen una dificultad que puede afectar la percepción de calidad y eficiencia. A esto se suma la baja visibilidad digital

en comparación con empresas emergentes que utilizan de manera más intensiva las plataformas sociales. Finalmente, Studio 105 enfrenta el desafío de mantenerse a la vanguardia tecnológica en un sector donde la innovación es un factor decisivo para la permanencia en el mercado.

### **Actores Clave**

El equipo de Studio 105 está conformado por un grupo multidisciplinario que desempeña funciones esenciales para la operación del negocio. Entre los integrantes se encuentran dos maquillistas, dos maestros de ceremonia con experiencia como locutores de televisión, tres camarógrafos, dos fotógrafos, un piloto de dron, dos asistentes, dos equipos de sonido operados de manera profesional, dos editores y un director y productor quien es el responsable general de la empresa. Asimismo, se cuenta con proveedores externos de servicios complementarios como maquillaje, locución y sonido, además de la colaboración con socios estratégicos en determinados eventos. El perfil de clientes, principalmente novios y quinceañeras, influye de manera directa en la definición de los servicios y la innovación que la empresa implementa. Finalmente, factores externos como la competencia, las redes sociales y las tendencias del mercado tienen un impacto determinante en las decisiones estratégicas del negocio.

<p><b>Marco de trabajo/reto:</b></p> <p>¿Cómo podríamos mejorar la experiencia en los servicios de fotografía y video Studio 105?</p>	<p><b>Observaciones:</b></p> <p>*La experiencia del cliente en Studio 105 está influenciada por la interacción directa del equipo creativo, desde la planificación hasta la entrega final del producto. Esta relación permite adaptar los servicios a las necesidades de cada evento, así generar confianza y satisfacción.</p>
<p><b>Actores implicados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Cliente</li> <li>*Fotógrafos</li> <li>*Camarógrafos</li> <li>*Piloto de dron</li> <li>*Maquillistas</li> <li>*Maestros de ceremonia(MC)</li> <li>*Editores</li> <li>*Asistentes</li> <li>*Director y productor</li> <li>*Proveedores de maquillaje</li> <li>*Proveedores de sonido</li> <li>*Locutores externos</li> <li>*Socios estratégicos</li> <li>*Redes sociales</li> <li>*Competencia local</li> <li>*Tendencias digitales</li> </ul>	<p><b>MAPEO DE ACTORES</b></p> <p>El diagrama 'MAPEO DE ACTORES' ilustra la estructura de actores involucrados en el servicio. En el centro se encuentra un círculo rojo etiquetado como 'Clientes'. Alrededor de él se sitúan los 'Actores directos' (Fotógrafos, Camarógrafos, Piloto dron, Maquillistas, MC, Asistentes, Director y productor, Editores) y los 'Actores indirectos' (Prov. De maquillaje, Prov. De sonido, Locutores externos, Socios estratégicos, Tendencias digitales, Redes sociales (Facebook, Instagram), Competencia local, Factores económicos y sociales). Las interacciones se representan mediante flechas que conectan los actores entre sí y con el cliente central.</p> <p>*Los proveedores externos, aunque no siempre tienen contacto directo con el cliente, desempeñan un papel importante en la calidad del resultado final. Su coordinación eficiente con el equipo interno es importante para mantener altos estándares de producción.</p>

## Referencias

Sánchez, C. (2020, 24 de enero). *Formato APA. Normas APA (7ma edición)*.

[Referencias APA – Normas APA](#)

Universidad Nacional de Educación. (2023). Normas APA 7ª edición – Casos de estudio. Google Sites. [Normas APA 7ª edición](#)