

# ¿Cómo comenzar en la fotografía y cobrar mi trabajo?



**Esta obra está protegida por las leyes de derechos de autor de la República Mexicana. © 2017. Queda prohibida su reproducción total o parcial sin autorización por escrito del autor.**

## INTRODUCCIÓN

Mi carrera cómo fotógrafo profesional comenzó hace poco más de 10 años. Al principio, las cosas no me fueron fáciles, de hecho, uno de los aspectos más difíciles no fue consolidarme cómo fotógrafo profesional, sino decidir en que invertir, solventar los gastos de mi negocio y no solo lograr iniciarlo, sino mantenerme y hacerlo crecer.

A pesar de que hace 10 años el mercado de la fotografía no estaba tan competido como en este tiempo, tuve que enfrentarme con los problemas de la época, como la falta de confianza de los clientes para contratarme, lo difícil y costoso para encontrar productos y accesorios fotográficos, poca información disponible para aprender fotografía y muy pocas herramientas para los nuevos emprendedores.

Por ensayo y error aprendí los secretos del negocio de la fotografía y por ello decidí hacer este libro, para tú puedas aprender a través de mi experiencia y así emprender tu negocio como fotógrafo profesional.

Hoy más que nunca en este mundo competitivo debes de estar a la altura de las circunstancias, por eso pongo en tus manos esta herramienta esperando te sea de utilidad y te permita alcanzar el éxito.

**Luis Susunaga**

## INDICE

<b>PRIMERA PARTE:</b> Una triste realidad .....	<b>Pág. 4</b>
<b>SEGUNDA PARTE:</b> Éxito VS Fracaso Empresarial .....	<b>Pág. 6</b>
<b>TERCERA PARTE:</b> Oportunidad de Negocio .....	<b>Pág. 7</b>
<b>CUARTA PARTE:</b> Plan de Inversión .....	<b>Pág. 9</b>
<b>QUINTA PARTE:</b> Plan de Promoción .....	<b>Pág. 14</b>
<b>SEXTA PARTE:</b> Plan de Ventas .....	<b>Pág. 18</b>

## PRIMERA PARTE

### *Una triste realidad...*

La mayoría de nosotros no queremos relacionar el arte con los negocios, queremos pensar en la fotografía como algo que solo se hace por gusto, solo por seguir una pasión. Sería mucho más fácil, hacer lo que nos gusta sin tener que preocuparnos por las cuentas, pero seamos honestos, si quieres dedicarte a lo que te apasiona, pero no puedes vivir de ello, tendrás que dedicarte a otra cosa.

Por lo tanto, debemos de entender que la fotografía profesional es un negocio y como tal debemos de aprender las claves necesarias para poder tener éxito.

En el mundo de los negocios, hay una estadística muy conocida que es la siguiente:

***“De cada 10 negocios que se emprenden en un año 8 no logran mantenerse durante el 1er. año y solo 2 logran llegar al 1er. año de vida.***

***Después de 5 años de los 2 negocios restantes, solo uno llega hasta los 10 años de vida...”***

Esto puede resultar desalentador, de hecho estas cifras pueden asustar tanto a muchos, que hará que se desanimen a seguir su sueño, de convertirse en fotógrafo profesional y con ello no solo dedicarse a algo que aman, como lo es la fotografía, sino a ser dueños de su tiempo, a conseguir la independencia financiera, en pocas palabras a convertirse en un emprendedor exitoso.

Sin embargo, si analizamos con detenimiento la estadística anterior podrás darte cuenta que tiene un parte muy positiva que es la siguiente:

***“...de los 2 negocios restantes, solo uno llega hasta los 10 años de***

**vida...”**

¿Y que quiere decir esto? Pues que si uno de los 2 negocios llega hasta los 10 años de vida, es por que este negocio no solo supero todos los obstaculos para iniciar, sino que ademas logro mantenerse durante 10 años y creeme nadie se mantiene en un negocio durante tanto tiempo, si este no provee de los recursos necesarios para hacerlo, y tu puedes llegar a convertirte en ese negocio exitoso.

Entonces ¿cuál es la diferencia entre un negocio exitoso y 9 negocios que no lograron mantenerse?

Es muy sencillo, de hecho la respuesta la encontrarás en la SEGUNDA PARTE de este libro.



SUSUNAGA

---

FOTOGRAFÍA

## SEGUNDA PARTE

# Éxito VS Fracaso Empresarial

En realidad, la respuesta es más sencilla de lo que piensas y de hecho suele ser un poco incómoda cuando la conoces, ya que a la mayoría de nosotros nos gusta imaginar lo que es tener un negocio exitoso, que podamos ser dueños de nuestro tiempo, vacaciones de más de 2 semanas, etc. etc. pero desafortunadamente muchos no están dispuestos a pagar el precio del éxito; la palabra mágica es: Planeación.

### PLANEACIÓN

Pero incluso esta palabra mágica debe de emplearse de una manera adecuada en un proyecto de negocio, por qué se de muchos emprendedores que planearon mucho, pero aun así no lograron el éxito. ¿Entonces qué tipo de planeación me asegurará el éxito en mi negocio de fotografía profesional?

Precisamente los planes a los que menos tiempo les dedican los emprendedores:

- **Plan de Inversión**
- **Plan de Promoción**
- **Plan de Ventas**

Pero realizar estos planes no es fácil, nos puede llevar mucho tiempo y esfuerzo realizarlos, pero es necesario que los hagamos si deseamos conseguir nuestras metas...

Entonces pasemos a la TERCERA PARTE de este libro.

## TERCERA PARTE

# Oportunidad de Negocio

Pero antes de pasar a la acción me gustaría motivarte un poquito, pienso que es muy importante para cualquier emprendedor saber lo que puede lograr antes de hacerlo, para que tengas una clara idea de adonde puedes llegar; después de todo como podrías alcanzar la meta si ni siquiera la conoces.

La fotografía profesional es un negocio en el que puedes hacer mucho dinero, el problema es que (como todo en la vida) no es fácil lograrlo, para poder alcanzar la meta, primero debes de saber en qué área de la fotografía te vas a desempeñar.

Vivimos en una época en la que aquellos que tienen éxito en cualquier empresa es porque decidieron especializarse, no hay nada peor que alguien que quiera ser el experto de todo, de hecho, aquí es donde debemos de recordar el refrán que dice: “el que mucho abarca poco aprieta”

Entonces si debemos de seleccionar un área de la fotografía en la que debemos de especializarnos, debemos de conocer algunas de las especialidades de fotógrafos que existen en la actualidad:

- 1. Fotógrafos de Sociales.** El fotógrafo de sociales no solo hace sesiones fotográficas, sino que además puede cubrir eventos de los más comunes como son bodas, quinceaños, etc. Es el área más competida de todas, lo que la vuelve muy complicada debido a que la gran mayoría de los fotógrafos profesionales, buscan dedicarse a este segmento.
- 2. Fotógrafos de Niños / Recién Nacidos.** Un segmento relativamente nuevo, pero con mucho futuro por delante, es el de la fotografía de los pequeños, solo date la vuelta por el hospital más cercano y revisa cuantos niños nacen diariamente, ahora solo pregunta a sus mamás, si quieren una

foto hermosa de sus retoños, me imagino ya conoces la respuesta.

- 3. Fotógrafos de Producto.** Un segmento poco aprovechado, principalmente, el de pequeños negocios que desean fotografía profesional para sus productos (ej. Restaurantes) y que generalmente delegan esto a los diseñadores de su publicidad.
- 4. Fotógrafos de Deporte.** Uno de los segmentos con más dinero y peor aprovechados es el de los deportes, pero no te confundas no estoy hablando del deporte profesional, sino de los equipos de niños en las miles de escuelas / colegios de todo el país, que no tienen un fotógrafo oficial para sus eventos.
- 5. Fotógrafos para Diseño:** Otro segmento poco aprovechado es el de la fotografía para diseño publicitario, conocemos muchos diseñadores gráficos, pero pocos fotógrafos que además hacen diseño, esto créeme, es una fórmula ganadora.

Con solo mencionar estos 5 segmentos tendrás una idea de dónde empezar que, aunque no son todos en los que podrías desempeñarte como fotógrafo profesional, sin duda te servirán como punto de partida, para comenzar en el mundo de la fotografía.

## CUARTA PARTE

### *Plan de Inversión*

Ahora si comencemos, por el principio (valga la redundancia) lo primero y más importante es la inversión para cualquier negocio, pero una falsa creencia (y muy falsa, por cierto) es que dicen que **“Para ganar mucho dinero, tienes que invertir mucho dinero...”** y esto es más falso que un billete de 2 pesos. Si analizamos bien el mundo de los negocios, pienso que la siguiente frase sería mucho más acertada.

**“Para ganar mucho dinero, tienes que invertir la correcto, en la cantidad correcta, en el tiempo correcto...”**

Y aunque suene un poco rebuscado la realidad es que muchos de los empresarios que fracasan en sus negocios invirtieron grandes cantidades sin pensar si su negocio realmente lo necesitaba.

Piensa en un negocio de cualquier tipo como un bebe: como tal tienes que alimentarlo de leche, eso es **lo correcto**, pero no puedes darle más de lo que necesita porque entonces lo enfermarías gravemente e incluso podrías poner su vida en peligro, esto es la **cantidad correcta**, pero una vez que él bebe crezca no puedes seguir alimentándolo de leche ya que entonces estarías limitando su crecimiento, esto es el **tiempo correcto**.

Entonces aplicando la analogía para nuestro negocio debemos de invertir una cantidad justa para que nuestro negocio comience, ni más ni menos, ya que si invertimos en abundancia es probable que nuestro negocio enferme o incluso muera y una vez que comienza a crecer debemos de invertir en diferentes aspectos que se convertirán en los nutrientes que mi negocio necesita para crecer sano y fuerte.

¿Entonces qué es lo correcto para comenzar mi negocio de fotografía profesional?

Observa por favor la siguiente tabla:

**Inversión Correcta:**

Cámara Amateur: \$10,000 MXN  
Rebotador 5 en 1: \$650 MXN  
Tarjeta de Memoria (2): \$500 MXN  
Kit de Flashes para Estudio: \$10,000  
Computadora: \$10,000

**Inversión TOTAL: \$31,150 MXN**

**Inversión Incorrecta:**

Cámara Semi Pro: \$25,000 MXN  
Lentes y Accesorios: \$10,000 MXN  
Rebotador 5 en 1: \$650 MXN  
Tarjeta de Memoria (2): \$500 MXN  
Kit de Flashes para Estudio de Alta Gama: \$25,000 MXN  
Computadora Alta Gama: \$25,000 MXN

**Total de Equipo: \$86,150 MXN**

Renta + Depósito de Local: \$9,000 MXN  
Acondicionamiento del Local: \$5,000 MXN  
Sueldo Asistente: \$5,000 MXN  
Teléfono + Internet: \$550 MXN  
Luz: \$350 MXN  
Mantenimiento: \$250 MXN  
Otros: \$1,000 MXN

**Total de Local Comercial: \$20,800 MXN**

**Inversión TOTAL: \$106,950 MXN**

Y el problema más grande de la **inversión incorrecta**, no es solo el gasto que harías como inversión inicial, sino que además estarías generando gastos fijos de **\$10,650 MXN mes con mes**, lo cual a la larga te perjudicará, pues deberás de cubrir esos gastos independientemente de lo que ganes, lo que te afectará, incluso

emocionalmente pues tendrás que generar una cantidad mensual suficiente, tan solo para solventar dichos gastos.

## **Profesional Independiente**

Todos hemos alguna vez contratado a un profesional independiente, ¿pero que es un profesional independiente? Es aquella persona que presta sus servicios profesionales por honorarios, sin contar con una oficina propia, quien brinda costos más baratos que aquel con un local comercial propio, y que cuenta con la experiencia necesaria para brindar el servicio.

Para iniciarte en el negocio de la fotografía, lo primero que te recomendaría es iniciar como profesional independiente, es decir sin contar con un local comercial como un negocio bien establecido, esto con el fin de evitar gastos fijos que pudieran ocasionar que tu negocio se vaya en picada.

## **Pesimismo VS Optimismo**

Cuando empiezas a interesarte por aprender los conceptos básicos para emprender negocios descubrirás que la mayoría de los gurús de negocios te van a decir que tienes que comenzar a ser positivo, visualizar que vas a ganar en los negocios y que eso te ayudará a ser exitoso.

Sin embargo yo te voy a decir lo contrario, yo prefiero que seas pesimista y te voy a decir porque.

Uno de los aspectos más importantes a considerar a la hora de comenzar un negocio en el famoso concepto de - *Retorno de la Inversión* -.

Cualquier persona que decida invertir en un negocio, espera una utilidad a cambio de su dinero, eso es un hecho lógico, por lo que si tu esperas lo mismo al emprender un proyecto, debes de realizar un ejercicio para analizar esta información.

Para calcular este dato, debemos de contar con un concepto básico en administración llamado - *Proyección de Ventas* - es decir lo que esperas vender en tu negocio; pero, ¿cómo voy a hacer una proyección de ventas? bueno, aunque este concepto, no resulta ser sencillo vamos a imaginar los siguientes 2 escenarios de ejemplo para que puedas darte una idea de lo que podría suceder:

**Retorno de la Inversión 1er. Año**

**Escenario Pesimista Cómo Profesional Independiente**

**(Sin Gastos Fijos)**

Ventas Mensuales:	\$5,000 MXN
Inversión Inicial en Mensualidades (\$31,500 / 12 Meses):	-\$2,625 MXN
<b>Utilidad Mensual:</b>	<b>\$2,375 MXN</b>

**Retorno de la Inversión 1er. Año**

**Escenario Optimista con Local Comercial**

**(Con Gastos Fijos)**

Ventas Mensuales:	\$20,000 MXN
Inversión Inicial en Mensualidades (\$86,150 / 12 Meses):	-\$7,179 MXN
Gastos Fijos:	-\$10,650 MXN
<b>Utilidad:</b>	<b>\$2,171 MXN</b>

Como podrás observar aun siendo pesimista (pensando que vas a vender una cantidad muy baja) tu estarías ganando, incluso más que si fueras muy optimista y vendieras mucho, que sabemos que para alguien que recién comienza vender una cantidad así sería muy difícil y no estamos incluyendo gastos publicitarios, impuestos y

otros conceptos que incrementarían tus pérdidas.

Como te podrás dar cuenta lo más importante de esta lección no es: “**En que, debes invertir**”, sino por el contrario “**En que NO debes invertir**”, para evitar caer en el bache del fracaso y por el contrario ir en camino rápido hacia el éxito en tu negocio.



## QUINTA PARTE

# Plan de Promoción

### ¿Cómo darme a conocer cómo fotógrafo profesional?

Uno de los problemas principales de aquel que apenas comienza a brindar un trabajo de servicios profesionales, es darse a conocer, por lo que aquí te presentamos algunas formas:

**Tarjetas de presentación.** Una de las maneras más fáciles y conocidas para darse a conocer son las tarjetas de presentación, pero es importante hacer primero algunas observaciones al respecto. En primer lugar, deberás de procurar que tus tarjetas de presentación tengan la mejor calidad, tanto en diseño como en impresión, no hay nada peor, que promocionarte usando tarjetas de presentación de baja calidad, recuerda la primera impresión jamás se olvida.

Otro detalle importante es que la primera idea que se le viene a la mente a alguien que elabora sus primeras tarjetas de presentación es entregarle una cantidad considerable de tarjetas a sus familiares y amigos, las cuales seguramente terminarán olvidadas en algún lugar o en el peor de los casos, en el bote de la basura. Toma en cuenta que nadie va a realizar la labor de promoción de tu negocio, como tú lo harías por lo que esas tarjetas deberás de entregarlas tu mismo.

Pero la pregunta es: ¿y a quien voy a entregarle esas tarjetas entonces? Y la respuesta es muy sencilla: A tus futuros clientes. Pero ¿y en dónde puedo encontrar a futuros clientes? Bueno aquí viene lo mejor. Si hablamos de eventos sociales como bodas, los clientes tienen una cosa en común: "Todos se van a casar", pero espera, no estoy bromeando, si todos se van a casar, me refiero al acto civil o religioso de contraer matrimonio, cuando recién empezaba lo que yo hacía era buscar los lugares en los que se impartían pláticas prematrimoniales y entonces antes de que los novios entraran yo

estaba ahí parado, esperando entregarles una tarjeta de presentación dónde ofrecía mis servicios, y ahí te va un excelente tip: Si quieres que no la tiren, imprime en tu tarjeta un descuento o promoción para que la conserven y te consideren como un posible proveedor para su evento.

**Participación en festivales o eventos sin fines de lucro.** Una manera muy sencilla de conseguir clientes en participar en cualquier evento de forma gratuita, existen muchas organizaciones y empresas, que realizan eventos gratuitos tales como conferencias, talleres, reuniones, etc. a las que no les caería nada mal que un fotógrafo cubra su evento de forma gratuita, pero ojo esto es muy importante, si realmente deseas conseguir clientes de esta forma deberás de asegurarte que el evento atraiga al tipo de clientes a los que tu pretendes llegar, por ejemplo si te dedicas a la fotografía de recién nacidos busca algún evento que se realice para mamás embarazadas o mujeres jóvenes recién casadas que podrán verte en acción y considerarte como una opción para retratar a sus bebés.

**Referencias.** Las referencias son una técnica usada por miles de empresas para atraer futuros clientes y pueden ser de 2 tipos. El primer tipo son las referencias de tus clientes actuales, por ejemplo, si ya cubriste un evento de boda, toma en cuenta que la novia muy probablemente tenga por lo menos 2 o 3 amigas que se casan en el mismo año o en el año siguiente y si tu realizas un buen trabajo, podrás pedirle que te recomiende con sus amigas, esto se convierte en una bola de nieve perfecta, para hacer crecer tu negocio, ya que cada vez que cubres un evento tienes la posibilidad de que te recomienden, pero ojo: solo si haces un buen trabajo, por lo que deberás de esforzarte para dar lo mejor de ti con cada cliente. El segundo tipo son las referencias de cualquier persona aún sin ser tu cliente y funciona de una manera similar. Lo primero que debes de hacer es pedirle a cualquier persona que conozcas, que te recomiende con algún amigo, que pudiera interesarse por tus servicios, si esa persona realmente desea ayudarte te proporcionará los datos de su amigo para que tú lo contactes y aunque no es fácil

conectar con personas que no conoces, el hecho de que tengan un amigo en común lo facilita más. Una vez que contactes a esa persona y le ofrezcas tus servicios, deberás de ser paciente porque probablemente no esté interesada, pero de hecho aquí viene lo mejor si esa persona no muestra interés, le puedes pedir que te recomiende a alguien que si podría estar interesado y así sucesivamente. Esta técnica ha sido utilizada por las compañías de seguros, durante años y créeme funciona y funciona muy bien. Claro que debes de tener mucha paciencia, pero nadie dijo que fuera fácil hacerlo.

**Redes Sociales.** Por último, una de las maneras más actuales de promocionarte son las redes sociales y también una de las más efectivas, pero es importante considerar que las redes sociales son una herramienta perfecta para hacerte publicidad, pero solo si las usas adecuadamente. He visto con tristeza que muchos fotógrafos crean su página y esperan que por sí sola, les genere clientes y esto no es así. La gente busca en redes sociales cosas interesantes y si tú no eres una de ellas, serás ignorado por completo. Mi recomendación es que seas creativo y busques maneras de interesarle a tus posibles clientes. Volviendo al mercado de los recién nacidos, si tu deseas conectar con las futuras mamás, deberás de ofrecerles contenido interesante a través de tu página, por ejemplo, consejos para el embarazo o una guía de los primeros pasos para alimentar a un bebé, el hecho de que tú te dediques a la fotografía, no te impide que subas contenido diferente a tu experiencia, pero interesante para tu mercado y eso te garantizará el éxito en redes sociales.

## **La importancia de un portafolios**

Contar con un buen portafolios permitirá a nuestros clientes sentirse cómodos con nuestra experiencia profesional. Pero la cuestión importante cuando comienzas en la fotografía profesional es ¿cómo lograr tener un amplio portafolios si aún no tengo experiencia y cómo voy a tener experiencia, si no poseo un amplio portafolios? Si deseas ampliar tu portafolios lo primero que puedes

hacer es ofrecer de manera gratuita tus servicios como fotógrafo profesional a:

- Organizaciones sin fines de lucro
- Familiares
- Amigos
- Empresas establecidas

Pero antes de lanzarte a ofrecer gratis tus servicios como fotógrafo (en especial con familiares y amigos) deberás de establecer ciertos límites para la prestación de ese servicio, ya que, si no lo haces te saldrá más caro el remedio que la enfermedad, por lo que deberás de realizar una especie de reglamento, en el que establecerás las condiciones bajo las cuales prestarás el servicio gratuito, algunos ejemplos de estas serían:

- Se pide puntualidad para la sesión de lo contrario esta será cancelada.
- El servicio no incluye impresiones.
- Solo se otorgará un servicio gratuito por cliente.
- Las fotografías realizadas podrán ser utilizadas con fines publicitarios.
- Se deberá de incluir el nombre del fotógrafo y un enlace a su página, en cualquier publicación de las fotografías que sean entregadas.
- Queda prohibido retirar la firma del fotógrafo en las fotografías realizadas.

Esto te servirá para que realmente te sea de provecho el trabajo que hayas realizado y contribuya al crecimiento de tu negocio como fotógrafo profesional.

## SEXTA PARTE

# Plan de Ventas

### ¿Qué vender y a qué precio?

Si deseas consolidar tu negocio cómo fotógrafo profesional, es muy importante que sepas exactamente de dónde provendrán tus ingresos y es por eso que una de las claves de un negocio exitoso, es una buena planeación de ventas. Y esto para nada es lo que tu quisieras vender, porque para hacer eso, cualquier lo podría hacer, por el contrario, para hacer una buena planeación de ventas debes de hacerte antes una pregunta fundamental:

### ¿Cuánto debo vender para mantenerme a flote?

Es decir, debes de analizar tu - Análisis de Retorno de Inversión - y saber exactamente, cuánto debes de vender para lograr un equilibrio y actuar en consecuencia, en otras palabras, debes de conocer cada uno de los productos que deberás ofrecer a tus clientes para poder generar ingresos.

Otra cosa a considerar muy importante para aquellos que empiezan en la fotografía (y de hecho en cualquier negocio), es que deben de dar un valor justo y suficiente a sus productos, para obtener ganancias, toma en cuenta que, si no ganas, **no habrá ni dinero para continuar con tu negocio, ni motivación para hacerlo crecer...**

Una cosa más que debes de tomar en cuenta es que los productos que ofrecerás deberán de satisfacer, en un 100% a tus clientes, es decir deberás de buscar aquellos productos que vayan de acuerdo a tu mercado y ser tan flexible como puedas.

Un error que cometen muchos emprendedores es el de querer adaptarse al mercado, en lugar de innovar en nuevos productos que puedan satisfacer a sus futuros clientes.

## Digital vs impreso

Una de las preguntas más frecuentes que me hacen es la de si vender productos digitales vs impresos.

La respuesta de hace 10 años sería: "vende productos impresos solamente, es un error vender fotografías en digital." Sin embargo, la respuesta actual es que: Todo depende de ti; y ya que tú eres quien debe tomar una decisión me encargaré de darte las ventajas y desventajas de cada producto.

**Fotografías Impresas:** La ventaja de vender fotografías impresas, es que son un producto tangible que tus clientes pueden tener. Un error es pensar que las fotografías impresas son del pasado y nada más lejos de la verdad hoy más que nunca las fotografías impresas son algo de mucho valor para tus clientes, debido a que en la actualidad ya casi nadie imprime algo por su cuenta es más simplemente no saben ni siquiera en dónde podrían imprimir. Además, existen productos muy novedosos como los libros impresos que en la actualidad llaman, mucho la atención de los clientes.

**Ventajas:** Son un producto tangible, real a la vista, difícil de conseguir por cuenta propia.

**Desventajas:** En la decoración moderna las fotografías impresas son cada vez, más pequeñas, por lo que su valor disminuye, en relación al tamaño.

**Fotografías Digitales:** La ventaja de vender fotografías digitales es que no representan ningún gasto adicional al de ir y tomar la fotografía (tomando en cuenta que no es la única inversión que hiciste, ya que para poder hacerlo debiste invertir en equipo, conocimientos, experiencia, publicidad, etc. de esto se hablará más adelante) por lo que su costo prácticamente en dinero, es de \$0 y si la sabes vender podrás darle un valor justo que te permita obtener ganancias.

**Ventajas:** No representan un gasto en dinero.

**Desventajas:** Son fáciles de robar, en la actualidad casi cualquier fotografía que se suba a internet puede ser utilizada por un cliente sin tu consentimiento.

## **Marca de Agua**

Una de las recomendaciones que hago siempre es la de usar marcas de agua en tus fotos, para evitar que sean usadas sin tu autorización, sugerencia, que me ha sido criticado en múltiples ocasiones por mis colegas. ¿Por qué hago entonces esta recomendación? Simplemente porque, creo que si vives de algo tienes derecho a protegerlo, yo no he visto a nadie que se enoje, porque los productos en las tiendas tienen un dispositivo para que alguien se los lleve “por error”, por lo que yo no veo nada de malo en que un fotógrafo, proteja su trabajo. Y por si no quedo claro, repito:

**“USA MARCAS DE AGUA TAN GRANDES Y VISIBLES COMO PUEDAS PARA PROTEGER TU TRABAJO”**

## **Precios y Paquetes**

Llegamos a la parte más interesante de este libro: como armar un paquete fotográfico y que se debe de tomar en cuenta para hacerlo.

Lo primero que debes de hacer al elaborar un paquete es saber cuánto te estas gastando para prestar el servicio, el costo de tu trabajo, así como la utilidad que deseas obtener, que irá en función de la categoría de fotógrafo de acuerdo a tu trayectoria y experiencia.

**Gastos derivados de la prestación del Servicio:** Es muy importante que analices los gastos que vas a realizar producto del servicio que vas a prestar, por ejemplo, la gasolina o el transporte que utilizarás para realizar la sesión, ir a imprimir o entregar el trabajo. Debes de

ser muy minucioso a la hora de analizar los gastos ya que no deberás de pasar por alta el más mínimo gasto que pudieras realizar por que deberás incluirlo en el costo final de tu paquete, deberás de considerar, el tiempo aire para hablar con tu cliente, el uso de internet y evidentemente el costo de las impresiones que pretendas entregarle.

**Costo de Trabajo.** Tienes que entender que tu trabajo cuesta, para esto debes imaginar que en lugar de hacerlo tu mismo tuvieras un empleado para hacerlo, deberás de asignarte un sueldo mensual o un pago por hora (es más fácil hacerlo sobre un pago por hora trabajada) de esa manera tendrás claro que el tiempo que inviertes en prestar un servicio fotográfico, debe de ser pagado y de esa manera saber cuánto puede costar un paquete. Un buen punto de partida es que tu costo por hora trabajada sea de \$100.

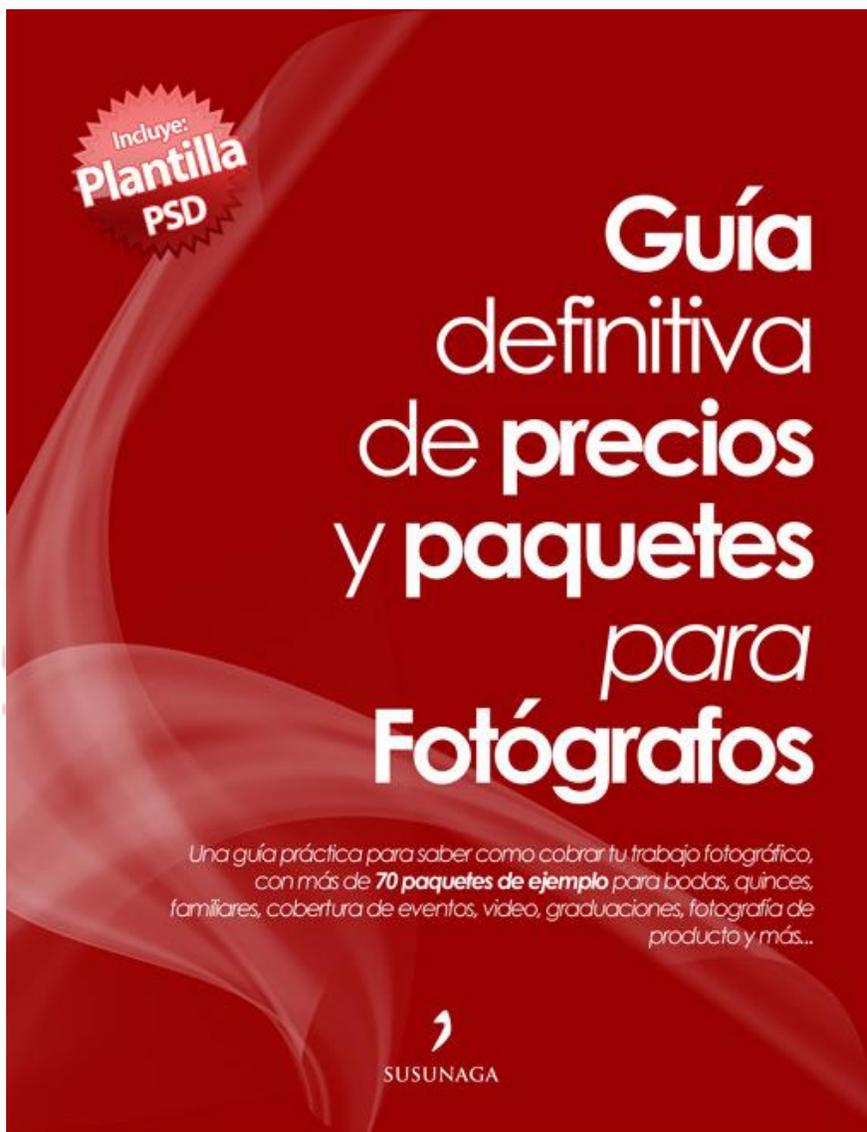
**Utilidad.** Como cualquier empresario deberás de incluir en el precio final un margen de utilidad para ti, cuánto será el margen de utilidad eso depende de ti, conozco fotógrafos que pueden añadir un margen de utilidad de entre un 300% a %500 y algunos que simplemente no lo manejan pues consideran su ganancia solo el costo de trabajo, mencionado en el párrafo anterior.

## FOTOGRAFÍA

**¿Te gustaría tener más de 70 paquetes de ejemplo para todo tipo de eventos tales como, bodas, quince, familiares, cobertura de eventos, video, graduaciones, fotografía de producto y mas...?**

[www.escueladefotografia.mx](http://www.escueladefotografia.mx)

P R E S E N T A



**¡ADQUIERELO YA A UN PRECIO ESPECIAL!**  
<http://www.escueladefotografia.com.mx/guia>



# PROMO: ¡Inversión \$597 MXN solamente para las primeras 5 personas!

(Costo Regular de \$2,302 MXN) \*

(Tendrás soporte para resolver tus dudas en todo momento)

\*Pesos Mexicanos. Puedes pagar mediante Oxxo, 7 Eleven o Tarjeta de Crédito o Débito a través de nuestra plataforma segura de pagos en línea.

## ADEMÁS, TU LIBRO INCLUYE:

Todos estos regalos, si eres de los primeros 10 en adquirirlo:



Plantilla de  
Tamaños de  
Impresión



Plantilla de Lista de  
Precios



Contrato de  
Prestación de  
Servicios  
Fotográficos



Colección de  
Elementos para  
Firmas

# Conoce los temas que contiene este libro:

- **PRIMERA PARTE:** Categorías de fotógrafos de acuerdo a su trayectoria y experiencia
- **SEGUNDA PARTE:** ¿Cómo se estructura un paquete de acuerdo al tipo de evento?
- **TERCERA PARTE:** Paquetes para Bodas
- **CUARTA PARTE:** Paquetes para Quinces
- **QUINTA PARTE:** Paquetes Familiares
- **SEXTA PARTE:** Paquetes para Graduaciones
- **SEPTIMA PARTE:** Paquetes para Fotografía de Producto
- **OCTAVA PARTE:** Precios de Impresiones
- **NOVENA PARTE:** Preguntas Frecuentes de los clientes

**¡ADQUIERELO YA A UN PRECIO ESPECIAL!**  
<http://www.escueladefotografia.com.mx/guia>



**Esta obra está protegida por las leyes de derechos de autor de la República Mexicana. © 2017. Queda prohibida su reproducción total o parcial sin autorización por escrito del autor.**

SUSUNAGA

---

FOTOGRAFÍA