

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología
PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Economía social



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3JO4 Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OBRA DEL ARTISTA EDUARDO
VALDERRAMA: ARGENTINA**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Negocios y Mercados Digitales, Maximiliano Fernandez Mejia

Lic. Relaciones Internacionales, Miguel Alejandro Flores

Profesor PAP:

Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. a 28 de Noviembre 2023

REPORTE PAP	4
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	4
Resumen	5
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	6
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	6
1.2 Caracterización de la organización	6
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	8
1.4. Planeación de alternativa(s)	9
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	10
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	15
1.7. Bibliografía y otros recursos	166
1.8. Anexos generales	20
2. Productos	299
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	101
3.1 Sensibilización ante las realidades	101
3.2 Aprendizajes logrados	102

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (co-participación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Programa desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales, facilitar a artistas emergentes su posicionamiento a nivel nacional e internacional por medio de herramientas y estrategias comerciales como manejo de redes sociales, comunicación con galerías y elaboración de portafolio entre otras.

Maximiliano: Mi PAP anterior fue sobre el apoyo comercial a los locatarios de mercados de Guadalajara, se relaciona en el aspecto de ayudar a generar exposición ya sea a los artistas tanto como a los locatarios de mercados, debimos encontrar una manera de que todo el mundo pudiera ver la delicia de alimentos que se venden en los mercados de Guadalajara por medio de redes sociales y estrategias comerciales, muy similar a lo que trabajamos con los artistas que se encontraban en una posición similar, teniendo un producto excelente pero careciendo de herramientas para darle exposición a su trabajo.

Nuestro objetivo principal fue brindar a Eduardo Valderrama las herramientas para comercializar su trabajo en el extranjero por medio de una propuesta para exponer su obra en Latinoamérica así mismo, proporcionarle de elementos para presentar su trabajo como su portafolio, carpeta integradora de la obra y statement.

Realmente obtuvimos resultados positivos tomando en cuenta las limitaciones del proyecto, los alcances del proyecto se ven limitados tanto en tiempo como en recursos. Le pudimos realizar una sesión fotográfica en la cual se realizaron más de 35 fotografías editadas de Eduardo, las cuales le pueden resultar de gran ayuda al artista para poder presentarse en medios digitales, estas fotografías incluyen en su mayoría retratos de Eduardo Valderrama y algunas fotografías artísticas en las que aparece su obra gráfica. Es muy difícil que un artista emergente tenga recursos para realizar una sesión fotográfica profesional debido a su alto costo. Se desarrolló una propuesta de estuche premium para las cartas de tarot que comercializa Eduardo para que pueda darles mejor presentación, también se hizo una propuesta de un rompecabezas fabricado en mdf cortado en láser para que el pueda venderlo como artículo coleccionable de su obra, ambos proyectos tienen costos aproximados y proveedores de materiales para facilitarle la ejecución de dichos proyectos. Otro producto altamente relevante fue su portafolio de artista en el que realizamos un statement que explica de manera breve y concisa la relevancia de su trabajo, un elemento muy importante para cualquier artista.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construyen sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

La escena emergente artística en Guadalajara es, sin duda, no solo una de las mejores y más importantes en México sino también en Latinoamérica e incluso con proyección intencional fuertemente competitiva. Durante este proyecto fuimos testigos del semillero de artistas que es la ciudad de Guadalajara y el estado de Jalisco. Sin embargo, a través de este proceso de emprendimiento y exploración, también nos dimos cuenta que la originalidad, el talento y la constancia no son sinónimo de éxito, reconocimiento e incluso, estabilidad.

A pesar de su gran talento, los artistas jaliscienses tienen diversos problemas dentro del contexto artístico, que van desde el ámbito económico hasta instancias personales. Suelen no ganar lo suficiente para asegurar su propia producción de arte, se enfrentan a problemas de logística, promoción y publicitarios, además del desconocimiento que mucho de ellos tienen en múltiples áreas importantes para la consolidación de un proyecto así, esto se debe (además de los puntos que ya tocamos) principalmente a un sinnúmero de factores sistémicos ya abordados durante el curso tales como la monopolización del arte por las galerías, la cultura “desleal” entre los mismos miembros de la comunidad artística y un sistema que premia más las relaciones públicas que el talento, pero bueno, en este caso no centraremos en la internacionalización de los proyectos artísticos jaliscienses.

1.2 Caracterización de la organización

A lo largo del semestre trabajamos con Eduardo Valderrama, un artista que nació y creció en Guadalajara, Jalisco, está cumpliendo 25 años trabajando dentro del mundo del arte y actualmente está retomando su carrera con ayuda del impulso que nuestro equipo y la universidad le están brindando.

Eduardo se dedica a pintar escenas cotidianas como autorretratos, rostros, animales, calles y demás escenarios que vemos día con día pero él construye sus obras a través de su perspectiva, juega con la asimetría de las cosas y utiliza una paleta de colores sólida y muy reconocible. Sus pinturas expresan entre muchas emociones, un alivio, un respiro en medio

del andar rutinario, una oleada de aire fresco en medio de la ciudad, algo así como una opción “B” de las cosas, sus trazos y colores suelen ser estéticos y con formas muy definidas.

Escenario del PAP - Desarrollo de Estrategias Comerciales para Artistas Emergentes

Descripción del Funcionamiento y Áreas que lo Conforman:

El escenario del PAP se centra en el ámbito artístico y comercial en Guadalajara, Jalisco, México, con un enfoque específico en el desarrollo de Estrategias Comerciales para Artistas Emergentes. Este entorno abarca diversas áreas, desde la creación artística hasta la comercialización, promoción y posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

Propósito y Razón de Ser:

La razón de ser de este proyecto es abordar las dificultades que enfrentan los artistas emergentes en Guadalajara, proporcionándoles herramientas y estrategias comerciales para potenciar su visibilidad y éxito su carrera como artistas. El propósito es contribuir a la internacionalización de los proyectos artísticos de exponentes mexicanos, superando obstáculos económicos, logísticos y promocionales.

Acciones que Llevan a Cabo:

Las acciones del proyecto incluyen la realización de sesiones fotográficas, visitas de campo a galerías y estudios, asistencia en foros y coloquios además de la creación de propuestas innovadoras que en nuestro caso fueron estuches premium y rompecabezas, y la elaboración de portafolios artísticos. Además, se implementan estrategias de marketing personal, comunicación con galerías y manejo de redes sociales para maximizar la exposición de los artistas.

Personas que Participan y Sus Roles:

- **Estudiantes:** Lideran y ejecutan el proyecto, aplicando conocimientos de marketing y estrategias comerciales.
- **Artistas Emergentes:** Son los beneficiarios directos del proyecto, participando activamente en la creación de propuestas y la promoción de sus obras.
- **Profesores:** Brindan orientación y supervisión, asegurando la calidad y pertinencia de las estrategias implementadas.
- **Proveedores:** Contribuyen proporcionando recursos y materiales para la ejecución de propuestas de productos.
- **Asesores:** Especialistas en diversos temas que fungieron como consultores de los grupos, con ellos tuvimos un par de asesorías y recomendaciones.

Otros Elementos que Comuniquen la Organización:

El proyecto se desarrolla en un entorno colaborativo y participativo, en el que se busca la integración de conocimientos teóricos con la práctica. La organización se caracteriza por su enfoque ético y compromiso social al abordar las desigualdades y retos que enfrentan los artistas emergentes en la escena artística de Guadalajara. La metodología adoptada sigue un ciclo participativo, involucrando a los actores sociales y al equipo PAP en la construcción colaborativa de conocimientos y soluciones.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Desde el primer acercamiento que tuvimos con estos escenarios rápidamente nos encontramos con una serie de problemáticas dentro del mundo artístico jalisciense. Existe un evidente y profundo hueco cultural en la apreciación del arte, desde las instituciones gubernamentales, pasando por los espacios privados y terminando en la sociedad civil. No tenemos una ruta bien definida de cómo interpretar, apoyar o entender las expresiones de los artistas en el espacio público lo que provoca una importante falla de la cultura artística en el estado de Jalisco, esto se refleja en aspectos como la poca y en ocasiones nula existencia de apoyos, becas, financiamiento o programas que busquen beneficiar al gremio artístico.

Así como lo muestra el medio local Reporte índigo, que, por medio de una investigación sobre temas presupuestario en el año 2020, los esclarecimientos muestran que durante la pandemia el Gobierno del estado de Jalisco asignó menos del 1 por ciento al sector arte y cultural de todos los recursos disponibles que ha tenido que destinar de forma extraordinaria. (Herrera, 2020)

Además, la dependencia de Jalisco encargada del sector cultural del estado incrementó su presupuesto para el año de 2023 en comparación a el año 2022, esto en un aproximado de poco menos de 240 millones de pesos mexicanos, no obstante este aumento sería directamente invertido en infraestructura, es decir, en remodelación y mantenimiento de construcciones y edificios, lo cual no significa de acuerdo con Debate, un apoyo directo para los artistas locales. pero no en los creadores, por lo que existe una inquietud en la comunidad. (Debate, 2022)

Agregado a este ya difícil entorno, nos enfrentamos a una serie de dificultades que entorpecieron en más de una ocasión nuestro ritmo de trabajo y por ende, nuestros resultados. La comunicación artista-equipo fue un tema delicado sobre todo al inicio del semestre, una ventaja es que rápido definimos que solo un miembro del equipo se encargaría de estar en contacto con Eduardo (fui yo). Todos tardamos un par de días en entender la forma de trabajo de Eduardo, ya que en tiempo entre sus respuestas eran inconsistentes, podían pasar días o

incluso por momento un poco más, afortunadamente, cerca de la tercera o cuarta semana, sus respuestas comenzaron a ser diarios y la comunicación llegó a buen puerto.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Los rutas planteadas al principio del semestre descansan sobre dos ejes, el primero se trata de un plan de 13 puntos donde se va de lo general a lo particular, explicando cada posible detalle de una hipotética misión comercial en Argentina, en dicho documento desarrollamos una “guía“ en la cual Eduardo pueda resolver todas su dudas.

El plan consta de los siguientes 13 puntos:

1. Fundamentación del trabajo
2. Perfil del artista
3. Protección intelectual de marca y autor
4. Proceso de selección de proyectos
5. Marco Conceptual de referencia: PESTEL/ País destino
6. Análisis de mercado/Segmento/Competencia/Producto/Consumidor del país destino
7. Análisis cultural: Paradigmas y códigos culturales
8. Propuesta de Valor agregado
9. Acompañamiento
10. Logística del punto de venta/Misión comercial
11. Análisis financiero de la misión comercial
12. Oferta de Ocio y entretenimiento
13. Programas de fomento/apoyo y financiamiento para participación en ferias y misiones comerciales

El segundo eje consta de un producto visual denominado Portafolio, en pocas palabras se trata de una ficha informativa muy bien resumida y expuesta que representa la actualidad de Valderrama y que funge como una herramienta publicitaria y comercial.

Ese primer contacto con Eduardo fue dentro de las instalaciones del ITESO, lo cual nos permitió conocerlo como persona, nos escuchamos y nos compartió su visión tanto en la vida como en el trabajo, nuestra segunda reunión ya fue en su casa/estudio, en esta ocasión observamos sus obras, esto nos permitió acercarnos más al artista o al “personaje” a partir de estas dos reuniones logramos definir la ruta de trabajo que el equipo tomaría.

Nuestro siguiente paso fue completar una investigación sobre Valderrama en sus redes sociales, estructuramos las primeras observaciones y fijamos los objetivos en temas de imagen y comunicación pública, tras un análisis, notamos sus posibles áreas de oportunidad en cuanto al ámbito digital.

Tuvimos ciertas complicaciones menores en cuanto a la elección del recinto ferial o en nuestro caso una residencia artística, fueron alrededor de 3 semanas para poder asignar una elección. Tras comprender la situación económica del artista descartamos los destinos más costosos, es decir, la mayoría de las sedes en el norte global (Estados Unidos de América y Europa Occidental) para dar paso a otras alternativas más accesibles pero sin salir del concepto “cosmopolita” que es tan importante para el gremio.

Finalmente elegimos la residencia RARO, organización que tiene una de sus sedes en Buenos Aires, la capital Argentina, el trabajo antes de hacer la elección, se sentía un poco lento y no encontrábamos el ritmo. Ya con la elección definida, pudimos avanzar de manera rápida en la construcción de los demás puntos.

Las 10 o 12 semanas restantes nos dedicamos esencialmente a tres puntos, la construcción del portafolio (presentación del artista), desarrollar una investigación pertinente sobre el país destino, es decir profundizar y sintetizar información sobre rubros económicos, políticos, sociales y culturales de Argentina. Por último, buscar alternativas comerciales para potenciar las obras ya hechas por Eduardo.

Todos y cada una de los pasos anteriormente explicados fueron llevados a cabo por el equipo en su totalidad, guiados por una docente experta en los diversos temas junto a un equipo de consultores especialistas en marketing, arte y relaciones públicas.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

El proceso creativo y logístico de intervención en el documento constó de juntas que involucraron a todos los miembros del equipo, asesorías con expertos, visitas a galerías y exposiciones, además de participación en coloquios y foros sobre la actualidad del arte en Jalisco. Todo esto nos sirvió para conocer el contexto artístico local, estudiar el panorama y construir soluciones adecuadas para Eduardo.

Prototipo de colaboración Hermanos Koumori



Fuente: elaboración propia



Portafolio de obras Valderrama.

PORTAFOLIO
EDUARDO VALDERRAMA
ARTISTA GRAFICO



Fuente: elaboración propia

Prototipo de Rompecabezas



Fuente: elaboración propia

La idea del rompecabezas surgió en una de nuestras reuniones semanales mientras teníamos una lluvia de ideas, propusimos varias propuestas, pero la que finalmente aterrizamos fue la de dividir una de las obras de Eduardo en forma de rompecabezas. Tras consultarlo con nuestra profesora y posteriormente con la experta en marketing concluimos que era una buena idea por varias razones, acercarnos a públicos que no necesariamente fueran consumidores de arte, pero sí de este tipo de productos, su fácil manufactura y además que la simetría mostrada en obras de Eduardo facilita la transición del concepto a esta modalidad.

1. Sesiones Fotográficas:

- Actividades Realizadas:
 - Se visitó la casa de Eduardo con equipo de fotografía profesional.
 - Coordinación de fotografías de retrato conceptuales del artista con su obra.
 - Edición y entrega de fotografías de alta calidad.
- Procedimientos y Técnicas:
 - Selección cuidadosa de luz y fondos para las sesiones dentro de la vivienda de Eduardo.
 - Comunicación con Eduardo para transmitir emociones por medio de las fotografías.
 - Aplicación de técnicas de iluminación para resaltar las obras y los artistas.
- Evidencias:
 - Fotografías antes y después de la edición.

- Comentarios positivos y presentación visual mejorada.

2. Propuestas Innovadoras - Estuches Premium y Rompecabezas:

- Actividades Realizadas:
 - Diseño de estuches premium y rompecabezas.
 - Evaluación de costos y selección de proveedores para la fabricación.
 - Presentación y ajuste de propuestas según comentarios de los colaboradores.
- Procedimientos y Técnicas:
 - Utilización de software de diseño gráfico para la conceptualización.
 - Análisis de costos.
 - Búsqueda de productores locales.
- Evidencias:
 - Imágenes digitales de los diseños finales.
 - Cotización de producción.

3. Portafolios de Artista con Statements:

- Actividades Realizadas:
 - Entrevistas con el artista para recopilar información sobre su obra.
 - Redacción de statements que destaquen la relevancia de la obra de cada artista.
 - Diseño visual del formato del portafolio .
 - Revisión y aprobación por parte de los colaboradores y la maestra.
- Procedimientos y Técnicas:
 - Entrevistas estructuradas para obtener información detallada.
 - Redacción creativa y concisa de statements.
 - Creación de diseños visuales coherentes con la identidad artística.
- Evidencias:
 - Portafolio final.

4. Implementación Continua de Estrategias Comerciales:

- Actividades Realizadas:
 - Coordinación constante para realizar la propuesta de mejora en redes sociales.
 - Comunicación regular con galerías y agentes para explorar oportunidades de exposición.
- Evidencias:
 - Informes de análisis de redes sociales.
 - Correos electrónicos y registros de comunicación con galerías y agentes.

5. Entregable: Proyecto multidisciplinario para el artista

Actividades realizadas

- Recapitulación de registros legales
- Investigación a profundidad sobre el país destino
- Análisis financiero y de riesgo
- Rescate de información turística
- Protocolo de negociación
- Asesoría en redes sociales

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

El plan de trabajo abarcó diversas fases para el desarrollo exitoso de estrategias comerciales destinadas a los artistas, primero hicimos una entrevista con nuestro artista para poder ver de manera clara las problemáticas a las que se enfrentaba Eduardo.

La fase subsiguiente implicó el desarrollo de estrategias comerciales personalizadas para Valderrama abarcando áreas clave como el manejo de redes sociales, la comunicación efectiva con galerías y agentes, así como la implementación de estrategias de marketing personal para promocionar su persona y poder comunicar mejor su labor como artista con clientes potenciales.

El área de manejo de redes fue particularmente compleja al principio ya que Eduardo carecía de un teléfono celular propio, lo que dificultó un poco la comunicación y también dificulta el manejo de sus propias redes sociales de manera correcta. Paralelamente, ejecutamos un plan de trabajo específico para cada alternativa propuesta.

La primera alternativa, fue una sesión fotográfica profesional, se justifica en la importancia de la calidad visual para la promoción efectiva en medios digitales y era muy necesario tener una buena fotografía de Eduardo para el portafolio que le desarrollamos.

El segundo plan de trabajo estuvo relacionado con la búsqueda de una galería donde Eduardo pudiera exponer en el extranjero, esta fue RARO una residencia para artistas emergentes en Argentina y el tercer plan de trabajo tuvo que ver con propuestas de marketing sensorial, para lo que propusimos un rompecabezas fabricado en madera y unos estuches premium para sus cartas de Tarot que el diseño.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Referencias:

AFS Intercultura Familias (2012). Recepción 2: Teoría del Iceberg. Recuperado de <https://afsinterculturafamilias.wordpress.com/2012/11/10/recepcion-2-teoria-del-iceberg/>

Argentina: Economía Y Demografía 2023. Datosmacro.com. (n.d.). <https://datosmacro.expansion.com/paises/Argentina#:~:text=El%20PIB%20per%20c%C3%A1pita%20es,ranking%20de%20PIB%20per%20c%C3%A1pita.>

Argentina - Emigrantes Totales 2020. (s. f.). Datosmacro.com. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/Argentina>

Argentina, nuestro país. (2023, febrero 1). Argentina.gob.ar. Recuperado de <https://www.Argentina.gob.ar/pais>

Argentina - Pirámide de Población 2021. (s. f.). Datosmacro.com. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/Argentina>

BBC News Mundo. (2023, 15 mayo). Inflación en Argentina: cómo se vive con un alza de precios anual que roza el 109% (y uno de los salarios más bajos de América Latina). BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-65553390>

Benavides Segura, B., Herrera Morera, G., & Saborío Pérez, I. (2009). En torno a la Teoría del Iceberg: adquisición real de la cultura meta en el aula de L2. Recuperado de <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/19458>

Buenos Aires | R.A.R.O.. (s. f.). R.A.R.O. Recuperado de <https://www.esR.A.R.O..com/buenosaires>

Casas y centros culturales en Guadalajara, Jalisco: 25 : Sistema de Información Cultural-Secretaría de Cultura. (s. f.). Recuperado de https://sic.gob.mx/lista.php?table=centro_cultural&estado_id=14&municipio_id=39

Cirotto, C. (2022). Consideraciones culturales al hacer negocios en Argentina. www.tmf-group.com.

<https://www.tmf-group.com/es-co/news-insights/articles/2018/april/cultural-considerations-when-doing-business-in-Argentina/>

Cosoy, N. (2023, 23 septiembre). Bajó el desempleo en Argentina, pero también cayó la economía. France 24. Recuperado de <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20230923-baj%C3%B3-el-desempleo-en-Argentina-pero-tambi%C3%A9n-cay%C3%B3-la-econom%C3%ADa>

¿Cuáles son los 11 sitios Argentinos Declarados Patrimonio de la Humanidad?. Ministerio de Cultura de la Nación. (n.d.). <https://www.cultura.gob.ar/cuales-son-los-11-sitios-argentinos-declarados-patrimonio-de-la-humanidad-8562/#:~:text=Los%20Parques%20Ischigualasto%20y%20Talampaya,de%20200%20millones%20de%20a%C3%B1os>.

¿Cuáles son los 26 museos nacionales de Argentina? (s. f.). Ministerio de Cultura | Presidencia de la Nación. recuperado de: https://www.cultura.gob.ar/cuales-son-los-26-museos-nacionales-de-argentina_7609/

David, & David. (2022, 19 abril). Gastronomía argentina: 15 platos típicos que debes probar. Está en tu Mundo - Blog de viajes. Recuperado de: <https://www.estaentumundo.com/america-del-sur/Argentina/gastronomia-Argentina-platos-tipicos.html>

Debate. (2022). Aumento de presupuesto de la Secretaría de Cultura de Jalisco no será para creadores. Debate. Recuperado de <https://www.debate.com.mx/guadalajara/Aumento-de-presupuesto-de-la-Secretaria-de-Cultura-de-Jalisco-no-sera-para-creadores-20221123-0005.html>

Diario AS. (s. f.). Calendario Liga Profesional Argentina 2023 regular - AS.com. AS.com. recuperado de: <https://argentina.as.com/resultados/futbol/argentina/calendario/>

Embajada de México en Argentina. Ubicación y Contacto. (2022, June 24). <https://embamex.sre.gob.mx/Argentina/index.php/la-embajada/ubicacion-y-contacto-submenu>

Escobar, B. (2023, January 11). 5 riesgos clave que enfrenta Argentina desde 2023, según El Foro Económico Mundial. Bloomberg Línea. <https://www.bloomberglinea.com/2023/01/11/5-riesgos-clave-que-enfrenta-Argentina-desde-2023-segun-el-foro-economico-mundial/>

Evangelina Santilli * Instituto de Economía (INECO), Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Argentina. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Economía y Finanzas. (esantilli@uade.edu.ar) (2021) SaberEs. Vol. 14, Núm. 1 (2022). 33-52. Sección Artículos El Riesgo País en Argentina

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. eDreams. <https://www.edreams.es/blog/cosas-que-hacer-en-buenos-aires/>

Herrera, L. (2020). Cultural, el sector olvidado por Jalisco. Reporte Indigo. Recuperado de <https://www.reporteindigo.com/reporte/cultural-el-sector-olvidado-por-jalisco-carencias-afectaciones-economicas/>

Historia de la URBA – URBA – Unión de Rugby de Buenos Aires. (s. f.). recuperado de <https://urba.org.ar/historia>

Hofstede Insights. (s.f.). Country Comparison Tool: Argentina. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=Argentina20>

Infobae. (2017, August 10). Las Cuatro “a” que definen cómo es hoy el consumidor argentino. infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/2017/08/10/las-cuatro-a-que-definen-como-es-hoy-el-consumidor-argentino/#:~:text=No%20es%20oportunista%2C%20impulsivo%20ni,momentos%20de%20crisis%20y%20cautela.>

Información sobre la Canasta Básica. Argentina.gob.ar. (2023, July 18). <https://www.Argentina.gob.ar/eras/subsidio-agua/informacion-sobre-la-canasta-basica#:~:text=Al%>

Jalisco. (s. f.). Jalisco | Gobierno del Estado de Jalisco. Recuperado de <https://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/151398>

Liga Profesional de Fútbol de AFA - LPF. (2023, 2 marzo). Clubes | Liga Profesional de Fútbol de AFA. Liga Profesional de Fútbol de AFA - Esto es Pasión. <https://www.ligaprofesional.ar/clubes>

Mexicanos en Argentina Facebook Group <https://www.facebook.com/groups/209793245795158>

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto Argentina. (2018). Importación / Exportación de obras de arte. Recuperado de <https://emexi.cancilleria.gob.ar/es/importaci%C3%B3n-exportaci%C3%B3n-de-obras-de-arte#:~:text=Env%C3%ADo%20de%20obras%20de%20arte%20mexicanas%20a%20la%20Argentina,de%20obra%20art%C3%ADstica%20del%20s.>

Nartran (2021). Culturas de alto y bajo contexto. Recuperado de <https://nartran.com/culturas-alto-bajo-contexto/>

Ramos, S. R. (2021, 11 diciembre). Crisis educativa: qué porcentaje de los argentinos tienen formación universitaria y por qué enciende las alertas. LA NACION. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/crisis-educativa-que-porcentaje-de-los-argentinos-tienen-formacion-universitaria-y-por-que-enciende-nid11122021/>

Redacción. (2023, 17 julio). Historia: El campo del Buenos Aires Cricket Club. | Palermo Tour Noticias. Palermo Tour Noticias. Recuperado de : <https://palermotour.com.ar/tourdenoticias/historia-el-campo-del-buenos-aires-cricket-club/>

Residencias Buenos Aires | R.A.R.O.. (s.f.). R.A.R.O.. Recuperado de <https://www.esR.A.R.O..com/residencias>

Rodríguez, L. (2023, March 31). Clases Sociales y consumo: Lejos de la “clase media”, Hoy La Argentina es heterogénea. Perfil. <https://www.perfil.com/noticias/economia/clases-sociales-y-consumo-lejos-de-la-clase-media-hoy-la-Argentina-es-heterogenea.phtml>

Secretaría de Economía. (2022, February 10). Embajada de México en Argentina. Económica Comercial. <https://embamex.sre.gob.mx/Argentina/index.php/mexico-Argentina/economia#:~:text=De%20acuerdo%20con%20datos%20recientes,del%20comercio%20bilateral%20en%202018.>

Siicex-Caaarem.(s.f) Tarifa de la LIGIE 2007. Recuperado de <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

Sistema de Monitoreo de Acciones y Programas Públicos (s.f.) Recuperado de: <https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Programa-de-Entrega-de-Estimulos-del-Fondo-Estatal-para-la-Cultura-y-las-Artes/726/2022>

Staff, F. (2022, 20 mayo). México y Argentina ‘Hermanan’ Los Pinos y el Centro Cultural Kirchner. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/mexico-y-argentina-hermanan-los-pinos-y-el-centro-cultural-kirchner/>

Población de Argentina. (2023, 2 febrero). Argentina.gob.ar. Recuperado de <https://www.Argentina.gob.ar/pais/poblacion>

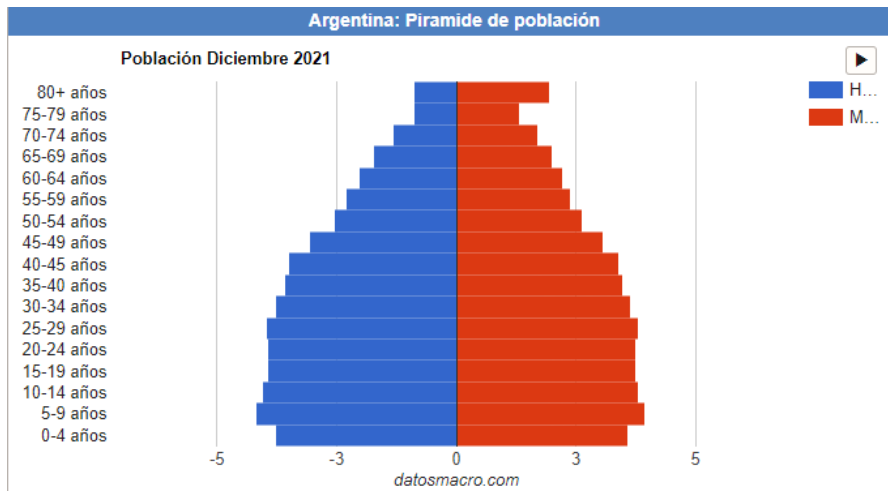
Wikipedia (s.f.). Cultura de Argentina. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Argentina

World Bank Open Data. (s. f.). World Bank Open Data. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=AR>

Yankelevich, P. (2014). Historia mínima de Argentina. El Colegio de México AC.

1.8. Anexos generales

Análisis demográfico y macroeconómico de Argentina



Fuente: [Pirámide poblacional](#), Recuperado el: 29/09/23

Portada de carpeta integradora de la obra.

PORTAFOLIO






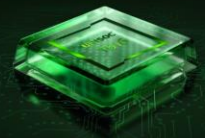

EDUARDO VALDERRAMA

ARTISTA GRAFICO



Fuente: Elaboración propia

Propuesta de recomendaciones para el artista.

<p>Cámara triple de 50 MP con IA</p> 	<p>Pantalla completa FHD de 16.7cm (6.58")</p> 
<p>Ultra fino con 8.1 mm Diseño Dinámico Brillante</p> 	<p>Carga rápida de 18 W</p>  <p>Gran batería de 5000 mAh</p> 
<p>Procesador Unisoc T616</p> 	<p>Certificación TÜV Rheinland Certificado de alta fiabilidad para smartphones</p> 

Fuente: [Realme](https://www.realme.com), Recuperado el 24/09/23

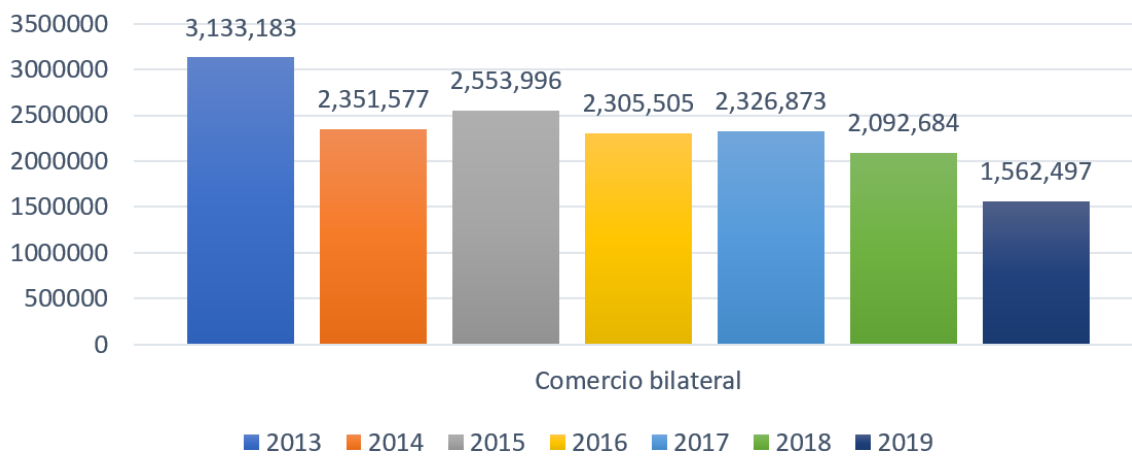
Evidencia de sesión fotografía



Fuente: Elaboración propia

Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.

Comercio Bilateral México-Argentina (Miles de dólares)



Fuente: [Secretaría de Economía](#), recuperado el 30/09/2023

Cajas premium de Tarot para la experiencia del cliente con cotización

Producto	Medidas	Precio (moneda nacional)
Estuche de madera con interior suave	20x15x5	132.99
Caja de cartón reforzado con acabado a color negro	9x9x3	25

Fuente: Elaboración propia



Fuente: [Mazo de cartas](#), recuperado el 25/10/23

Rompecabezas de Madera pintado a mano con cotización

Producto	Medidas	Precio (moneda nacional)
MDF con cortes láser	30CM x 30CM, 3MM grosor	130
Pintura y mano de obra		30

Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Cotización de Empaques


ULINE 1-800-295-5510 My Account | Contact Us | Sign In

Search

Products
Uline Products
Quick Order
Catalog Request
Special Offers
About Us

Home > All Products > Boxes, Corrugated > Indestructo and Literature Mailers > Literature Mailers - White

8 x 8 x 1 1/4" White Literature Mailers



Enlarge

A simple and secure way to send out business forms, binders, catalogs, stationery and magazines.

- 200 lb. test.
- Ships flat - sets up in seconds without tape or staples.

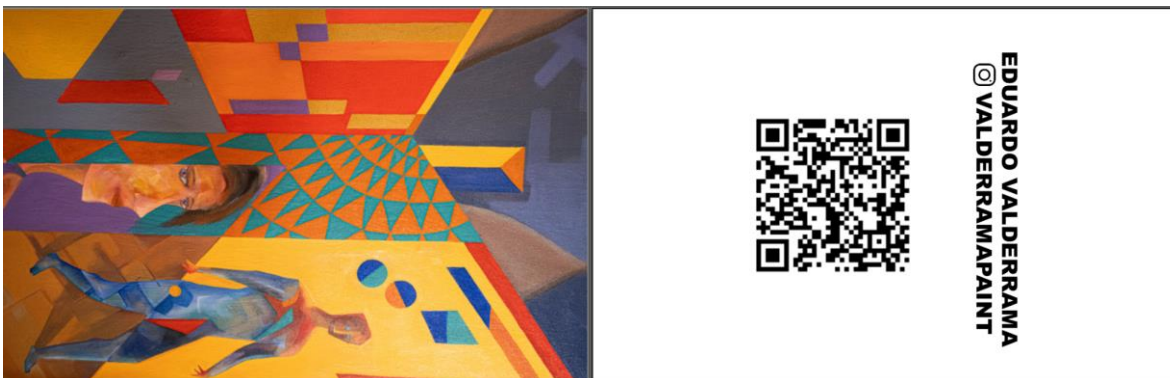
MODEL NO.	INSIDE DIMENSIONS L x W x H	SUGGESTED USE	PRICE PER MAILER				QTY./ BNDL.	IN STOCK SHIPS TODAY
			50	100	500	1,000+		
S-16664	8 x 8 x 1 1/4"	Small Frames	\$.85	\$.82	\$.64	\$.61	50	<input type="text" value="50"/> <input type="button" value="ADD"/>

[Additional Info](#) | [Shopping Lists](#) | [Request a Catalog](#)

Fuente: [ULINE](https://www.uline.com), recuperado el 25/10/2023



Fuente: [Embajada](#), recuperado el 26/10/2023



Fuente: Elaboración propia

Tarjetas de Presentación

Tarjetas de Presentación - Personalizado y al mejor precio

- Impresión de alta calidad y papeles seleccionados
- Diseños e ideas para Tarjetas de Presentación
- Diseñadores disponibles para Tarjetas de Presentación personalizadas

Promoción Económico Premium **Personalizar**

Tamaño: 90 x 50 mm

Tipo de Material: Couché 350 g

Impresión: Colores, Frente y Vuelta

Opciones: Laminado Mate, Frente y Vuelta

Cantidad: 1000

Presupuesto Online: **\$516.00** ~~\$576.00~~
(598.56 c/ IVA)

INICIAR COMPRA >

Garantizamos el precio más bajo.
Si encuentra un precio más bajo, igualamos el precio.

Fuente: [360imprimir](https://www.360imprimir.com), Recuperado el 21/11/23

Costos de transporte público

Tramo (km)	Tarifa	Con Tarifa Social
0 a 3	\$ 52,96	\$ 23,83
3 a 6	\$ 59,00	\$ 26,55
6 a 12	\$ 63,54	\$ 28,59
12 a 27	\$ 68,09	\$ 30,64
más de 27	\$ 72,61	\$ 32,67

Fuente: Elaboración propia



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

Asado

El Asado es un platillo que incluye diferentes tipos de cortes que se cocinan en una parrilla a fuego lento, es considerada una tradición, una ocasión en la que las familias y amigos se reúnen para compartir el almuerzo o cena, en general durante los fines de semana.

**Choripan**

El choripán consiste en un corte de chorizo argentino dentro de un pan, se trata de una de las comidas callejeras más populares del país. Seguramente encontrarás algún puesto por cualquier barrio en donde ofrecen esta deliciosa comida, va acompañada con una salsa de chimichurri y también picante.

**Alfajores**

Aunque los orígenes de este dulce es arabe, Argentina es el mayor consumidor de alfajores. El dulce consiste en dos tapas de masa dulce con algún tipo de relleno en el medio. Los más populares son los chocolates rellenos con dulce de leche. Se pueden comprar en casi cualquier establecimiento del país.

**Milanesa a la napolitana**

Es un trozo de carne de res empanizado, frito o al horno, que se acompaña con queso y rodajas de tomate o en su defecto, salsa de este mismo; suele servirse con una ensalada de lechugas, patatas fritas o puré de patatas.



2. Productos

ÍNDICE

1. Fundamentación del trabajo	_____
1.1 Descripción de la obra: marca personal, oferta de valor, características generales.	_____
1.2. Descripción general del contexto de la empresa y de la industria (sector en Jalisco).	_____
2. Artista	_____
2.1. Redes Sociales y Relaciones Públicas del artista.	_____
2.2. Carpeta integradora de la obra.	_____
2.3. Objetivos y recomendaciones.	_____
3. Protección intelectual de marca y autor fundamento	_____
3.1. Proceso de registro de autor	_____
3.2. Proceso de registro de marca	_____
4. Selección de proyectos	_____
4.1. Opciones de ferias, misiones, bienales y exposiciones internacionales.	_____
4.2. Contexto de la exhibición	_____
4.3. Justificación de participación	_____
4.4. Propuesta de feria alternativa	_____
5. Marco conceptual de referencia	_____
5.1. Información general del país destino.	_____
5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.	_____
5.3. Diagnóstico riesgo País y toma de decisiones para la comercialización	_____
5.4. Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.	_____
5.5. Análisis de riesgos país destino (políticos, jurídicos, ambientales, sociales, comerciales/TLC, sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercados)	_____
6. Análisis del Mercado/ Segmento/Competencia/Producto/ Consumidor del país destino	_____
6.1. Segmento NSE	_____
6.2. Características del consumidor	_____
6.3. Segmentación por tribus	_____
6.4. Estructura de la competencia interna	_____
6.5. Requisitos de Ingreso al mercado	_____
6.6. RRNAS	_____
7. Análisis cultural:paradigmas y códigos culturales	_____
7.1 Dimensiones culturales: Hofstede	_____
7.2 Culturas de alto y bajo contexto	_____
7.3 Teoría del Iceberg	_____
7.4 Perfil cultural del país	_____
7.5 Protocolo de negocios.	_____
7.6 Perfil cultural del negociador local	_____

8. Propuesta de valor agregado _____
 - 8.1 Para diplomacia: centros culturales de México en Argentina. _____
 - 8.2 Experiencia del cliente (marketing sensorial y emocional). _____
 - 8.3. Justificación de la Propuesta. _____
 9. Acompañamiento _____
 - 9.1 Características generales del recinto ferial. _____
 - 9.2 Expositores participantes. _____
 - 9.3 Equipaje recomendado. _____
 - 9.4 Emergencias médicas, seguro médico, visado. _____
 - 9.5 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios. _____
 10. Logística de punto de venta/ misión comercial feria comercial _____
 - 10.1 Selección del espacio físico idóneo. _____
 - 10.2 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra. _____
 11. Análisis financiero de la misión comercial _____
 - 11.1 Transportación. _____
 - 11.2 Hospedaje y alimentación. _____
 - 11.3 Seguros médicos. _____
 - 11.4 Gastos de representación. _____
 - 11.5 Presupuesto mínimo y recomendable. _____
 - 11.6 Recomendaciones y sugerencias finales. _____
 12. Oferta de ocio y entretenimiento _____
 - 12.1 Contexto histórico y cultural. _____
 - 12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO. _____
 - 12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico. _____
 - 12.5 Oferta gastronómica. _____
 - 12.6 Museos, galerías y centros culturales. _____
 - 12.7 Turismo de aventura. _____
 - 12.8 Oferta teatral y conciertos. _____
 - 12.9 Oferta de espectáculos /Oferta deportiva. _____
 13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales _____
 - 13.1 Apoyos federales secretaría de Economía. _____
- Referencias: _____

1. Fundamentación del trabajo

En este proyecto buscamos la internacionalización de nuestro artista Eduardo Valderrama con el fin de crear una marca con la que se pueda mejorar exponencialmente el contexto profesional y personal del artista.

1.1 Descripción de la obra: marca personal, oferta de valor, características generales.

Eduardo Valderrama es un pintor abstracto perteneciente al escenario emergente de Jalisco con más de dos décadas de trayectoria, se caracteriza por explorar y plasmar sus emociones a través del color y la forma en sus obras, su trabajo se basa en la pasión por el arte, sus sentimientos y la interpretación personal del espectador.

1.2. Descripción general del contexto de la empresa y de la industria (sector en Jalisco).

Sector artístico en Jalisco:

1. Gobierno

En el contexto artístico las pretensiones del gobierno jalisciense son invertir alrededor de 896 millones de pesos durante el año de 2023 al ámbito artístico tapatío de los cuales 200 millones serán dirigidos específicamente a la rehabilitación y restauración de espacios culturales, espacios escénicos y edificios patrimoniales.

Esto nos habla de una preocupación latente en el eje de la infraestructura estatal, en otras palabras, el estado está aumentando la inversión en el mejoramiento de espacios propicios para el desarrollo cultural. (Gobierno de Jalisco, 2023)

Acorde con el gobierno de Jalisco en el estado existen 171 espacios culturales mientras que la ciudad de Guadalajara cuenta con 25 centros de este tipo. Así como un poco menos de 90 galerías en todo el estado. Dicha actividad representó alrededor del 0.3% del PIB estatal durante el 2021. (Secretaría de Cultura Jalisco)

1.3. Problemática y oportunidades de las industrias culturales.

Las industrias culturales son un sector estratégico para México, pues aportan valor económico, social y político al país. Su principal atractivo es la riqueza y diversidad de la cultura mexicana, que se expresa en múltiples formas y manifestaciones. Sin embargo, este sector enfrenta grandes retos y desafíos en el contexto actual, marcado por la digitalización, la pandemia y la crisis ambiental.

La digitalización ha cambiado radicalmente los modos de producir, distribuir y consumir productos culturales, abriendo nuevas oportunidades, pero también generando nuevas competencias y exigencias. Las industrias culturales deben adaptarse a las nuevas plataformas y públicos digitales, así como a las nuevas formas de financiamiento, gestión y regulación.

La pandemia de COVID-19 ha golpeado duramente a las industrias culturales, sobre todo a aquellas que dependen de la presencia física y la movilidad de las personas, como el teatro, la danza, los museos o los festivales. Estas actividades se han visto afectadas por el cierre de espacios, la cancelación de eventos y la pérdida de ingresos, lo que ha deteriorado el tejido cultural y social del país.

La crisis ambiental también plantea un reto para las industrias culturales, que deben asumir su responsabilidad en la reducción de la huella ecológica y la acción frente al cambio climático. Las industrias culturales deben incorporar criterios de sostenibilidad ambiental en sus procesos y productos, así como sensibilizar y educar a la sociedad sobre esta problemática.

La diversidad y la inclusión son elementos clave para las industrias culturales, que deben reflejar y promover la expresión, identidad y perspectivas de los diferentes grupos y minorías que conforman la sociedad mexicana. Las industrias culturales deben respetar los derechos culturales de todos los ciudadanos, así como fomentar el diálogo intercultural y la cohesión social.

La innovación y la creatividad son los motores de las industrias culturales, que deben aprovechar su potencial para generar nuevos productos, servicios y experiencias que respondan a las necesidades y demandas de la sociedad. Las industrias culturales deben estimular el talento, el emprendimiento y la colaboración entre los agentes del sector, así como incorporar las nuevas tecnologías y tendencias en sus propuestas.

1.4. Validación de las condiciones de participación de la misión comercial/feria comercial: tiempo requerido, beneficios, área de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico y públicos.

Eduardo Valderrama con una trayectoria de 25 años como artista tiene el potencial de atraer la atención del público argentino.

Eduardo Valderrama cumple con las condiciones del proyecto de internacionalización, el tiempo requerido hacia Argentina no es problema para Valderrama ya que tiene experiencia en el ámbito artístico y sabe cómo manejar su tiempo, por lo que cuenta con las habilidades necesarias para llevar a cabo este tipo de proyectos.

Los beneficios que Eduardo Valderrama espera de la internacionalización es expandir su audiencia hispano hablante, aumentar sus ingresos, oportunidades laborales y difundir el talento de la cultura mexicana.

Para el artista el área de oportunidad es muy grande, ya que la toda la población de Argentina son potenciales clientes y podría encontrar público interesado en su obra, tanto en el ámbito de las artes visuales y la música que Eduardo Valderrama es capaz de producir.

Los costos operativos del viaje son diversos y pueden variar dependiendo del estilo de vida del artista, en general, se puede esperar los siguientes costos operativos: Pasajes aéreos, puede variar dependiendo de la temporada y aerolínea, el alojamiento dependiendo de la beca otorgada, alimentación, producción en caso de necesitar material externo al otorgado por R.A.R.O. y otros gastos como entretenimiento.

En el punto 11.5 se menciona que un presupuesto recomendable sería \$35,000.00 pesos mexicanos, Valderrama ha tenido tiempo para generar ingresos y ahorrar para que el siguiente viaje sea un éxito, con este presupuesto mencionado el artista tendría más flexibilidad.

El artista puede encontrar apoyo logístico por medio de embajadas, consulados, centros culturales y asociaciones artísticas, las cuales pueden brindar apoyo para costos operativos, gestión de trámites como la obtención de permisos de trabajo en argentina y la visa necesaria para ello o brindar información acerca de los gustos del mercado artístico argentino para estar actualizado en tendencias culturales y así tener más oportunidades de trabajo. El apoyo público también es una opción para Valderrama, los cuales son personas interesadas en su obra y personas interesadas en promover la expansión de la cultura mexicana en Argentina a través del potencial y talento de Eduardo Valderrama.

1. Artista

En este capítulo se explorará todo lo que Eduardo Valderrama expone ante su público tanto en redes sociales como en su carpeta de artista. Buscaremos oportunidades de mejora y junto con el artista se buscarán oportunidades y opciones a tomar en cuenta que puedan mejorar su marca.

2.1. Redes Sociales y Relaciones Públicas del artista.

Una de las recomendaciones que se le puede hacer es que haga historias de Instagram, ya que es una función que permite a los usuarios publicar fotos y videos temporales que desaparecen después de 24 horas. Para poder crearlas es muy simple ya que solo se abre la aplicación de Instagram se toca la foto de perfil en la parte superior izquierda de la pantalla o desliza hacia la derecha desde cualquier lugar de la pantalla principal.

Funciones principales:

- Puedes tomar una foto o un video en el momento o elegir uno de tu galería.
- Personaliza tu historia con texto, stickers, emojis, dibujos y otros efectos.
- Después de editar tu historia, toca "Tu historia" para publicarla.

Duración y visualización:

- Las Historias duran 24 horas y luego desaparecen automáticamente.
- Tus seguidores pueden ver tus Historias tocando tu foto de perfil en la parte superior de su perfil principal.

Interacciones con Historias:

- Tus seguidores pueden interactuar con tus Historias enviándote mensajes directos (DM) en respuesta o tocando en los emojis deslizantes y encuestas.
- Puedes ver quién ha visto tus Historias y quién ha interactuado con ellas en la lista de visualizaciones.

Destacar Historias:

- Se puede destacar historias específicas en tu perfil, lo que permite que estén disponibles más allá de las 24 horas habituales.
- Estas historias destacadas se organizan en secciones en tu perfil para que tus seguidores puedan verlas en cualquier momento.

Algunas ideas de publicaciones para que Eduardo Valderrama puede hacer son las siguientes:

1. Obras de arte terminadas:

- Puede compartir imágenes de sus obras de arte finalizadas. Se debe de asegurar de mostrar detalles y ángulos interesantes, fotografías con iluminación natural y en ambientes exteriores suelen funcionar mejor.

2. Proceso de creación:

- Publica fotos o videos del proceso de creación de una obra, desde el boceto inicial hasta el producto terminado. A la gente le encanta ver cómo se hace la magia en las obras de arte.

3. Detalles y texturas:

- Es buena opción mostrar primeros planos de los detalles y texturas de las obras para que los seguidores puedan apreciar tu habilidad y atención al detalle, esto requiere de una buena cámara para poder apreciar detalles así como de buena iluminación.

4. Inspiración:

- Puede compartir cosas que lo inspiran como artista. Pueden ser paisajes, libros, música o cualquier cosa que influya en su trabajo.

5. Antes y después:

- Publicar imágenes que muestran cómo ha evolucionado su arte con el tiempo.

6. Colaboraciones:

- Si has colaborado con otros artistas, comparte fotos y detalles sobre esos proyectos. Esto puede ayudar a promocionar el trabajo conjunto.

7. Eventos y exhibiciones:

- Puede anunciar y compartir fotos de las exhibiciones o eventos en los que participas. También puede mostrar su espacio de trabajo o estudio para que las personas que te siguen puedan empatizar contigo.

9. Historias detrás de la obra:

- El acompañar sus obras con historias o descripciones que expliquen su significado, proceso de creación o inspiración es una buena opción para compartir.

12. Arte en la vida cotidiana:

- Muestra cómo tu arte se integra en su vida diaria, ya sea en decoración, moda o productos personalizados.

13. Throwbacks:

- Publicar trabajos anteriores que le sigan gustando es otra opción ya que se puede mostrar cómo ha evolucionado desde entonces.

Objetivos:

- Aumentar la exposición del artista en las redes sociales.
- Mejorar la calidad y consistencia del contenido en las redes sociales.
- Fortalecer las relaciones públicas para obtener cobertura mediática y colaboraciones.

Auditoria en redes sociales:

- Evaluar el rendimiento actual en las redes sociales (seguidores, interacciones, alcance).
- Identificar las fortalezas y debilidades de la presencia en las redes sociales.
- Analizar la demografía y los intereses de los seguidores actuales.

Desarrollo de contenido:

- Destacar la personalidad y la historia del artista
- Establecer un estilo visual coherente y atractivo para los seguidores en redes
- Utilizar tendencias para aumentar la visibilidad
- Investigación Relaciones Públicas: Identificar contactos clave en la industria del arte
- Evaluar la cobertura mediática y las colaboraciones pasadas.
- Analizar la percepción actual del artista en los medios y entre los seguidores.
- Enviar comunicados de prensa y propuestas de colaboración.
- Organizar eventos de lanzamiento en colaboración con galerías
- Establecer conexiones personales con periodistas, bloggers y otros actores clave.
- Enviar comunicados de prensa y propuestas de colaboración de manera estratégica.

Indicadores clave de rendimientos:

- Seguidores nuevos en las redes sociales.
- Interacciones y compromiso (likes, comentarios, compartidos).
- Cobertura mediática y colaboraciones obtenidas.

Propuesta:

- Username:
@VIDA.VALDERRAMA
@E.VALDERRAMA
@SENTIR.VALDERRAMA
para desarrollar su marca personal.
- Nombre: Eduardo Valderrama, para desarrollar su marca personal
- Foto de Perfil: Retrato Blanco y Negro (en plano medio) para desarrollar la marca personal.



Fuente:okchicas, Recuperado el 10/08/23

- Contenidos

Dumps de fotografías del proceso artístico

Es decir fotografías en las que se puede apreciar al artista haciendo su trabajo, pintando y conviviendo con su lienzo. Este tipo de contenido es muy apreciado por el público de redes sociales ya que nos abre una ventana a la vida cotidiana de un artista, se pueden agregar fotografías donde se aprecie su espacio de trabajo, pinceles, materiales etc.

Cuadros en galerías

Fotografías donde podemos apreciar sus fotografías siendo exhibidas en galerías, esto le puede ayudar a generar confianza a potenciales compradores al ver que él es un exponente en importantes galerías.

Fotografías con colaboradores y otros artistas

Esto es a lo que denominamos como fotografías sociales, sirven para generar comunidad en redes al etiquetar personas e incentivar a las personas a interactuar con las publicaciones. Es fácil generar nuevos seguidores cuando alguna persona comparte una publicación en la que aparecen sus amigos.

2.2. Carpeta integradora de la obra.

PORTAFOLIO
 EDUARDO VALDERRAMA
 ARTISTA GRAFICO



Fuente: Creación propia

Statement

Eduardo Valderrama es un artista que nos transporta a un mundo mágico a través de sus obras, algunas de ellas llenas de misteriosos personajes circenses y una paleta de colores ocres y azules cálidos característica en toda su obra. Con 25 años de experiencia en el mundo del arte, Valderrama sigue pintando con la misma ilusión e imaginación que tenía cuando comenzó su carrera. Al contemplar sus obras, indudablemente nos conecta con nuestra infancia interior. La arquitectura del viejo Guadalajara se refleja de manera evidente en su pintura.

Trayectoria

- 1977: Primera exposición profesional
- 1987 - 1987 Instituto de Ciencias
- 1989 - 1993: Etapa Universitaria
- 1994 - 2000: Experiencia de Diseño publicitario.
- 1998 - 2023: Trayectoria dentro del arte

2.3. Objetivos y recomendaciones.

Los objetivos del proyecto son darle visibilidad en mercados internacionales al artista, también posicionarlo en nuestro país como un expositor regular y un artista reconocido. Planeamos lograr este objetivo haciendo una labor de difusión en redes e invitar a Valderrama a exponer en pequeñas galerías en nuestra ciudad. Recomendamos a el artista tener un plan a corto, mediano y largo plazo para exponer sus obras y también de objetivos en redes sociales, esto será posible lograrlo teniendo una estructura y siendo muy constantes a la hora de publicar contenidos.

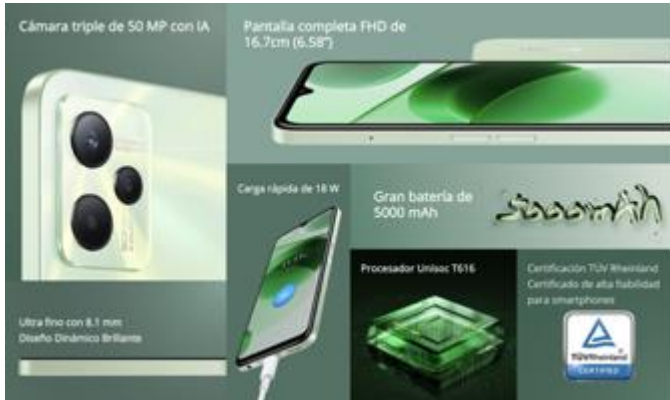
Una recomendación para el artista sería mantener una estética coherente en redes sociales y publicar con regularidad. Una de las cosas más importantes en redes sociales es publicar historias de Instagram de manera regular y usar hashtags relevantes para aumentar la visibilidad de las publicaciones. La consistencia y la autenticidad son clave para atraer y retener seguidores interesados en el arte. Hoy en día, las redes sociales son una herramienta fundamental para que los artistas puedan mostrar su trabajo y conectarse con un público más amplio.

Otro problema que se vio fue que Valderrama no cuenta con un teléfono celular con una cámara buena, y una de las recomendaciones que se le puede hacer es que tenga una buena cámara en su celular ya que puede ser valiosa para diferentes motivos, por ejemplo:

- **Calidad de las imágenes:** Una buena cámara permite capturar imágenes de alta calidad de las obras de arte. Esto es esencial para mostrar los detalles, los colores y las texturas de las creaciones de la manera más precisa posible.
- **Profesionalismo:** Cuando compartes las obras en línea, lo que se quiere hacer es que se vean profesionales, así que una cámara de alta calidad ayudará a lograr esto y a transmitir una impresión más seria y cuidadosa del trabajo.
- **Engagement con tu audiencia:** Las redes sociales son visuales. Las personas tienden a interactuar más con publicaciones que tienen imágenes de alta calidad. Esto significa que se podrá atraer más atención y comentarios en las publicaciones si las fotos son impresionantes.
- **Promoción de exposiciones y eventos:** En el que participe en exposiciones o eventos, una buena cámara le permitirá documentar adecuadamente y compartir momentos especiales con sus seguidores. Esto puede ayudar a promocionar sus actividades artísticas.
- **Facilidad de uso:** La mayoría de los teléfonos celulares modernos con buenas cámaras son fáciles de usar, lo que significa que no se tiene que ser un experto en fotografía para obtener buenos resultados.

En resumen, tener un celular con una buena cámara puede ser una herramienta valiosa para que su trabajo artístico llegue a un público más amplio y le permite conectarse con otros apasionados del arte de manera más constante y con mayor facilidad que desde una computadora.

Una gran recomendación de un celular es el Realme C35, el cual es el mejor celular para fotografía en un rango de precio moderado, este celular tiene un precio de \$3700 pesos y su cámara trasera tiene 50 megapíxeles y su cámara frontal 8 megapíxeles, cuenta con un procesador de imágenes muy avanzado además de tener una vida de batería más larga de lo normal y una interfaz muy fácil de usar.



Fuente: [Realme](#) Recuperado, 24/09/23

1. Protección intelectual de marca y autor fundamento

Buscaremos guiar de la manera más clara al artista durante el proceso de registro y protección de su marca personal, lo cual es algo muy importante para evitar temas de plagio y que el nombre de Valderrama se reconozca a través de su marca.

3.1. Proceso de registro de autor

El proceso de registro de autor en México se refiere al registro de tus obras creativas, como libros, música, obras de arte, software, entre otros, ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). Aquí tienes un resumen de los pasos para registrar tus obras como autor en México:

- Identifica la obra a registrar: Decide qué obra creativa deseas registrar, ya sea un libro, una canción, una obra de arte, un software, etc.
- Reúne la documentación necesaria:
 - Para obras literarias y artísticas: Debes presentar una copia de la obra o una descripción detallada de la misma.
 - Para obras musicales: Puedes proporcionar partituras, letras de canciones y/o grabaciones.
- Llena el formulario de solicitud: Debes completar el formulario de solicitud de registro de autor, que puedes obtener en el sitio web del INDAUTOR o en sus oficinas.
- Paga las tarifas: El registro de autor en México implica el pago de tarifas. Consulta el sitio web del INDAUTOR para conocer las tarifas vigentes.
- Presenta la solicitud: Entrega la solicitud, la documentación y el comprobante de pago de tarifas en la oficina del INDAUTOR correspondiente. Asegúrate de que todos los documentos estén en orden.

- Espera el proceso de registro: El INDAUTOR revisará tu solicitud y los documentos presentados. Este proceso puede llevar tiempo, dependiendo de la carga de trabajo del instituto.
- Recepción del certificado de registro: Si la solicitud es aprobada, recibirás un certificado de registro de autor que confirma la protección de tu obra bajo la Ley Federal del Derecho de Autor en México.

En México, el registro de autor no es necesario para que una obra esté protegida por derechos de autor. Los derechos de autor se otorgan automáticamente cuando una obra original es creada y fijada en un medio tangible. Sin embargo, el registro puede ser útil como evidencia legal en caso de disputas sobre la autoría o la titularidad de los derechos de autor.

3.2. Proceso de registro de marca

El proceso de registro de una marca en México implica varios pasos y requiere de la presentación de documentos y pago de tarifas. Aquí te proporciono un resumen general de los pasos involucrados en el proceso:

- **Búsqueda de disponibilidad:** Antes de registrar una marca, es importante verificar que no esté registrada previamente por otra persona o empresa en México. Puedes realizar una búsqueda de disponibilidad en la base de datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) para asegurarte de que tu marca no esté ya registrada.
- **Presentación de solicitud:** Una vez que te asegures de que tu marca está disponible, debes presentar una solicitud de registro de marca ante el IMPI. Esto se hace llenando el formulario correspondiente, proporcionando la descripción de los productos o servicios que se asociarán con la marca, y adjuntando el comprobante de pago de la tarifa correspondiente.
- **Examen de forma y fondo:** El IMPI revisará tu solicitud para asegurarse de que cumpla con los requisitos de forma y fondo. En esta etapa, se verifica que la marca cumpla con los criterios de registrabilidad, como no ser confundible con marcas previamente registradas.
- **Publicación en el Diario Oficial de la Federación:** Si la solicitud es aceptada, se publicará en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta de la Propiedad Industrial. Esto da lugar a un período de oposición de 30 días hábiles durante el cual terceros pueden presentar objeciones al registro.
- **Concesión del registro:** Si no se presentan oposiciones o se resuelven a tu favor, y si la marca cumple con todos los requisitos legales, el IMPI emitirá una resolución aprobando el registro de la marca. A partir de este momento, la marca estará registrada y protegida en México.
- **Mantenimiento del registro:** Para mantener el registro de tu marca en México, debes renovarlo periódicamente y pagar las tarifas correspondientes. El primer período de renovación es a los 10 años de la concesión, y luego cada 10 años sucesivos.

Es importante destacar que el proceso de registro de marca puede ser complejo y requiere de conocimientos legales específicos. Por lo tanto, es recomendable contar con la asesoría de un abogado de propiedad intelectual o una firma especializada en registro de marcas para asegurarse de que el proceso se realice de manera adecuada y se maximice la protección de tu marca en México.

1. Selección de proyectos

La selección del proyecto a desarrollar se basa en la alineación de los objetivos de Eduardo Valderrama con las oportunidades y características específicas de cada opción. Factores como la diversidad cultural y las oportunidades de colaboración, serán tomadas en consideración. Dadas las limitaciones de ir a una feria o exposición, analizaremos la posibilidad de participación en residencias para internacionalizar la obra del artista.

La duración de las residencias y el prestigio del programa serán elementos importantes a considerar.

4.1. Opciones de ferias, misiones, bienales y exposiciones internacionales.

Se hicieron tres propuestas de galerías internacionales en las que el artista podía participar, entre ellas estaban:

1. [Anderson Center](#), Estados Unidos

El programa de residencia de artistas del Anderson Center at Tower View es una oportunidad en mayo, julio, septiembre y octubre de 2024 para artistas establecidos, en la mitad de su carrera y en sus inicios, que trabajan en todas las disciplinas y residen en cualquier parte del mundo. El programa es interdisciplinario y la organización acepta solicitudes de una amplia gama de géneros creativos e intelectuales, incluidos aquellos que no encajan perfectamente en una categoría.

El Programa de Residencia Anderson está abierto a artistas visuales, escritores, compositores, coreógrafos, artistas multidisciplinarios, músicos, artistas de performance, académicos y traductores de todo el mundo que inician una carrera temprana, a mitad de carrera y establecida. El programa es interdisciplinario y la organización da la bienvenida a solicitudes de una amplia gama de géneros creativos e intelectuales, incluidos aquellos que no encajan perfectamente en la lista anterior.

Los artistas seleccionados reciben espacio para vivir/trabajar, compañerismo e intercambio dentro de un grupo de 5 artistas, comidas preparadas por chefs y más. La fecha límite de solicitud es las 12 p. m. Mediodía, hora estándar central, el 9 de enero de 2024. Los artistas seleccionados, la lista de espera y los finalistas serán notificados antes del 5 de marzo de 2024. Solo hay una fecha límite de solicitud para las plazas de residencia abiertas en 2024.

1. [Proyecto Ace](#), Argentina

Desde micro estancias hasta estancias completas, esta casa de arte propone una metodología diferente a las restantes, a través de sus procesos artísticos regulan el ritmo y narrativa bajo la cual se forma el artista. Se especializan en la producción e investigación del arte contemporáneo, trabajan conforme a las necesidades del artista. Las residencias están orientadas hacia el rubro profesional en conjunto con los artistas emergentes de diversas nacionalidades con la intención de la construcción de relaciones.

1. [R.A.R.O.](#), Argentina

R.A.R.O. se trata de una misión artística localizada en Buenos Aires, Argentina, donde la idea es construir y mantener vínculos regionales e internacionales con representantes artísticos de diversas nacionalidades, explorando las distintas modalidades y expresiones a través de un acercamiento multidisciplinario. Junto a los procesos de trabajo de cada espacio, la estancia construye una agenda de actividades como visitas de campo a talleres, conversatorios y clínicas. Esto permite relacionarse con diferentes espacios y actores en diversos proyectos.

Durante la residencia se trabaja en un mínimo de 2 talleres durante por lo menos 3 semanas y profundizar en una o varias técnicas. Durante su estadía se podrá dar a conocer su obra, tener contacto con miembros de la escena artística locales, curadores, coleccionistas y demás miembros del entorno regional. Se le brindará la oportunidad de generar un registro audiovisual de este proceso, y de mostrar el trabajo final ya sea a modo de estudio abierto o exhibición.

4.2. Contexto de la exhibición

R.A.R.O. fue una de las opciones iniciales, parte de las candidatas para los primeros pasos hacia la internacionalización de Eduardo Valderrama, finalmente fue nuestro proyecto ganador. Esta propuesta artística ubicada en la ciudad de Buenos Aires, en Argentina, parte de la idea de generar vínculos e intercambios de conocimiento entre artistas provenientes de diferentes contextos con distintas técnicas y diversas culturas.

Este programa internacional lleva en operaciones desde 2014 y ha abierto sus puertas a más de 60 residentes tanto nacionales argentinos como extranjeros, desarrollando a través de los años convenios regionales e internacionales además de aportar al fortalecimiento de la producción y el intercambio entre disciplinas artísticas (R.A.R.O.).

4.3. Justificación de participación

En primer lugar, este evento busca construir y mantener vínculos regionales e internacionales con representantes artísticos de diversas nacionalidades, fomentando un acercamiento multidisciplinario a las expresiones artísticas. Esto ofrece a Eduardo Valderrama la

oportunidad de explorar y aprender de perspectivas culturales y artísticas diversas, enriqueciendo su propia práctica artística.

Además, participar en "R.A.R.O." le permite a Eduardo Valderrama expandir su red de contactos a nivel internacional, lo que puede llevar a colaboraciones futuras, exposiciones en otros países y una mayor visibilidad en la escena artística global.

La residencia ofrece la posibilidad de trabajar en talleres durante varias semanas, lo que permite experimentar con nuevas técnicas y modalidades artísticas, enriqueciendo así su obra y desarrollo creativo.

Buenos Aires es un centro artístico importante en América Latina, y exponer allí puede aumentar la visibilidad de Eduardo Valderrama en el entorno regional. Además, al interactuar con miembros de la escena artística local, curadores y coleccionistas, Eduardo Valderrama puede establecer relaciones que pueden ser beneficiosas para su carrera a largo plazo.

La posibilidad de generar un registro audiovisual del proceso de trabajo y mostrar el trabajo final en un estudio abierto o exhibición brinda una plataforma importante para compartir su obra con el público local e internacional, lo que es esencial para la promoción y difusión de su trabajo.

Finalmente, participar en un evento internacional como "R.A.R.O." también brinda a Eduardo Valderrama la oportunidad de promover la cultura mexicana y compartir su perspectiva única a través de su obra, contribuyendo así a la diversidad cultural en el mundo del arte.

Otro de los puntos a tomar en cuenta de la residencia es que "R.A.R.O." ofrece una cantidad de 20 Ateliers con los cuales el artista podrá colaborar con 2 o 3 de los mismos, buscando los que el crea le van a ofrecer más conocimiento de las especialidad que quiera y el mismo Atelier ofrezca.

4.4. Propuesta de feria alternativa

De las tres opciones de galerías internacionales que se tenían en un principio, se escogió la número tres, la residencias Itinerantes R.A.R.O en Argentina. Pero, se tiene una segunda opción, la cual es la del Anderson Center en Estados Unidos.

La residencia del Anderson Center es una gran segunda opción, ya que Estados Unidos es un país con una gran diversidad cultural en el que el Arte de Eduardo Valderrama puede ser muy bien apreciado.

Además, ofrece residencias de dos a cuatro semanas de duración entre el mes de mayo y octubre de cada año para artistas, escritores, músicos; y personas con un gran potencial excepcional y que hayan tenido logros en una rama en específico.

Esta residencia es uno de los programas con más clase del Upper Midwest, donde puedes adquirir experiencia, creatividad y conexiones con otras personas en el entorno de Valderrama.

5. Marco conceptual de referencia

Exploramos las dinámicas de la República Argentina, desde su diversidad geográfica hasta su complejo panorama demográfico y económico. Analizaremos riesgos, oportunidades y su relación con México. Esta sección proporcionará una comprensión profunda, desvelando aspectos clave que influyen en nuestras decisiones comerciales e inversiones.

5.1. Información general del país destino.

Dentro del régimen de derecho internacional la república Argentina es un Estado soberano y como tal, cuenta con un territorio delimitado en el que habita su población. Se ubica al extremo sur del continente americano. Es conocido por su diversidad geográfica y cultural además de su ferviente pasión al fútbol. El país cuenta con una amplia variedad de paisajes, que van desde majestuosas montañas, extensas llanuras y maravillosos atardeceres. (Gobierno de Argentina,2023)

Datos Generales:

- Superficie: 3.761.274 km²
- N° habitantes: 46.044.703 (Resultados provisionales del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022).
- Capital: Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Idioma oficial: español.
- Unidad monetaria: peso argentino.
- Hora oficial: GMT -3h (tres horas menos que la de Greenwich).
- Dominio de Internet: .ar
- Prefijo telefónico: +54. [Códigos telefónicos de área.](#)

5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

Análisis Demográfico

De acuerdo a resultados provisionales del censo nacional (Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022) la población Argentina superó la barrera de los 46 millones de habitantes, siendo 51.76% mujeres y 48.22% hombres.(Gobierno de Argentina, 2023)

La pirámide poblacional Argentina representa de manera gráfica el comportamiento estadístico de las tendencias respecto a los ciudadanos. En este caso podemos notar ciertos escenarios que pueden hablarnos del país desde una perspectiva más analítica (Expansión, 2021).

Hasta 2020 el 5.03% de la población Argentina estaba conformada por personas que inmigran al país, estamos hablando de casi dos millones de habitantes. (2.281.728). Los inmigrantes vienen en su mayoría de países como Paraguay, Bolivia y Chile. (Expansión, 2020)

Educación y Alfabetización:

Acorde con el medio argentino “La Nación” y su nota sobre el informe del Centro de Estudios de Educación (CEA) de la universidad de Belgrano sobre la educación en Argentina en 2021, el país se ubica en el puesto número veinte y seis entre las cuarenta y seis naciones incluidas en el ranking elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

El informe arrojó también que el 36% de la población Argentina entre los 25 y 64 años completó el nivel secundario. El 20% concluyó los estudios universitarios y el 14% tiene estudios técnicos, mientras que un 1% cuenta con un posgrado. (La Nación, 2021)

Macroeconómico

Poder adquisitivo

Desde hace un par de periodos presidenciales Argentina se enfrenta a una declive económica, en consecuencia el poder adquisitivo de la población ha sufrido impactos directos, variantes como la inflación, el casi nulo aumento de ingresos per cápita y un constante estado de crisis han sido los principales causantes de esta situación.

Indicadores de este poco alentador escenario son, en primera instancia los niveles de inflación en el país, que hasta abril de 2023 estaba en niveles cercanos al 109%. El tipo de cambio se encuentra cerca de los 470 pesos argentinos por dólar mientras que hace cinco años para comprar US\$1 se necesitaban 21 pesos. Por lo que podemos concluir, el país se encuentra en una tendencia negativa en términos monetarios y financieros.(CNN,2023)



Fuente: [Pirámide Poblacional](#), Recuperado el 29/09/2023

- Desempleo:

Desde el inicio del presente año, los niveles del país en cuanto al desempleo, mostraron una leve mejora, entre el primer y el segundo trimestre del 2023 las personas sin un empleo redujeron su número de 6,9% a 6,2%. (France 24, 2023). En los últimos años esta racha ha sido constante, ya que en el año 2020 la desocupación registró niveles del 11.5%. (Banco Mundial). Por el comportamiento observado hasta ahora y a diferencias de las demás variantes socioeconómicas ya mencionadas parece que la tasa de empleabilidad es un aspecto positivo (a grandes rasgos) de la economía Argentina.

5.3. Diagnóstico riesgo País y toma de decisiones para la comercialización

El diagnóstico del riesgo país en Argentina y las decisiones comerciales se ven influenciados por una serie de factores clave, como se ha investigado en estudios previos. El riesgo país, que refleja la probabilidad de que un país no cumpla con sus compromisos de pago de deuda, es un indicador fundamental tanto para los inversores como para la planificación de políticas de crecimiento a través de la atracción de inversiones.

En el contexto latinoamericano, se ha observado una variabilidad considerable en el riesgo país en los últimos años en varios países de la región. Esto ha motivado investigaciones en busca de comprender mejor los determinantes de este indicador, que pueden ser tanto internos como externos. En el caso de Argentina, los datos utilizados en el análisis abarcaron el período de 1993 a 2019.

Para llevar a cabo este análisis, se utilizó un panel de datos que incluyó a ocho economías latinoamericanas, con un enfoque específico en Argentina. Los resultados de estas investigaciones han revelado varios factores clave que influyen en el riesgo país en Argentina:

- **Deuda Externa:** Se ha encontrado que un aumento en la deuda externa de Argentina está positivamente relacionado con un mayor riesgo país. En otras palabras, a medida que la deuda externa aumenta, también aumenta el riesgo percibido por los inversionistas.
- **Reservas Internacionales:** Las reservas internacionales son un factor importante. Se ha demostrado una relación inversa entre las reservas y el riesgo país. Cuando las reservas internacionales aumentan, tiende a reducirse el riesgo percibido.
- **Tasa de Interés Internacional:** La tasa de interés internacional desempeña un papel crucial en la determinación del riesgo país en Argentina. Un aumento en la tasa de interés internacional se asocia con un mayor riesgo país.

Los resultados del estudio revelaron la importancia significativa tanto estadística como económica de la tasa de interés internacional, las reservas internacionales y la deuda externa en la determinación del riesgo país en Argentina. En resumen, cuando la deuda externa aumenta, el riesgo país tiende a aumentar también, mientras que un aumento en las reservas internacionales se asocia con una disminución del riesgo país.

Estos resultados están en línea con investigaciones previas realizadas en otros países latinoamericanos y subrayan la importancia de factores tanto internos como externos en la evaluación del riesgo país. Además, se destaca la necesidad de un análisis más profundo de la relación entre la tasa de interés internacional y el riesgo país en futuras investigaciones.

El riesgo país es un indicador crucial para la percepción de los inversores sobre la capacidad de un país para cumplir con sus compromisos financieros, lo que afecta las decisiones comerciales y de inversión. Por lo tanto, comprender los determinantes del riesgo país es fundamental para la planificación de políticas económicas y la atracción de inversiones en Argentina.

Estos hallazgos coinciden con investigaciones anteriores realizadas en otros países latinoamericanos y subrayan la importancia de factores tanto internos como externos en la evaluación del riesgo país. Además, se destaca la necesidad de un análisis más profundo de la relación entre la tasa de interés internacional y el riesgo país en futuras investigaciones.

En resumen, el riesgo país en Argentina se ve influido por factores como la deuda externa, las reservas internacionales y la tasa de interés internacional. Estos factores son esenciales para la percepción de los inversionistas sobre la capacidad del país para cumplir con sus compromisos financieros y, por lo tanto, afectan las decisiones comerciales y de inversión en Argentina.

5.4. Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.

La relación comercial entre México y Argentina, segunda y tercera economías de latinoamérica respectivamente, es estratégica por el tamaño de sus mercados y por los lazos culturales e históricos que nos unen. El Acuerdo de Complementación Económica N°6 (ACE 6) y el Acuerdo de Complementación Económica N°55 (ACE 55), son los mecanismos legales que rigen la relación comercial bilateral entre ambos países.

- De acuerdo con la Secretaría de Economía (SE), en 2018 Argentina fue el socio comercial número 29° de México con una participación del 2%. Al año siguiente el porcentaje disminuyó al 1.7%.
- La actividad comercial bilateral si bien ha sido importante, ha venido disminuyendo desde el año 2014, con una caída de -24.9% con respecto al año 2013. En el año 2015

se recupera en 8.6%, y para 2018 la dinámica comercial respecto al año anterior, llega a -10.1%, con un comercio bilateral en \$2,092.6 millones de dólares (mdd). De acuerdo con datos recientes de la Secretaría de Economía, el comercio bilateral en 2019 fue de \$1,562.5 mdd, lo que significa una variación porcentual de -25.33% con respecto al valor del comercio bilateral en 2018.



Fuente: [Secretaría de Economía](#), recuperado el 30/09/2023

Relación Social:

Comunidades de expatriados, tanto Argentina como México tienen comunidades de expatriados en el otro país debido a razones laborales y personales. Esto ha contribuido a un intercambio cultural y social entre ambas naciones.

Turismo: Argentina y México son destinos populares para los turistas del otro país. Los argentinos a menudo visitan las playas de México y México atrae a turistas argentinos con su rica herencia cultural y sus sitios históricos.

Relación Cultural:

Cine y Música: La cultura Argentina y mexicana han influido mutuamente en el cine, la música y la televisión. Las películas Argentinas a menudo se proyectan en festivales de cine mexicanos, y la música de ambos países tiene seguidores en ambas naciones.

Gastronomía: La comida Argentina, especialmente los cortes de carne a la parrilla, es muy apreciada en México. Del mismo modo, la comida mexicana, como los tacos y el guacamole, es popular en Argentina.

Relación Política:

Ambos países han trabajado juntos en foros internacionales como las Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos en temas de interés común, como la promoción de la paz y la seguridad regional.

Relación Diplomática:

Argentina y México han mantenido relaciones diplomáticas sólidas a lo largo de los años, colaborando en asuntos internacionales y apoyándose mutuamente en diversos contextos.

Invertir en Argentina siendo mexicano es una opción atractiva que puede abrir puertas a nuevas oportunidades económicas en América Latina. Sin embargo, es esencial comprender el entorno económico y legal del país antes de dar el paso. Argentina ha enfrentado desafíos económicos en el pasado, incluyendo alta inflación y fluctuaciones en su moneda, lo que significa que cualquier inversión conlleva ciertos riesgos.

El tipo de inversión que elijas dependerá de tus objetivos y preferencias. Puedes considerar invertir en bienes raíces, acciones, bonos o proyectos empresariales. Es crucial contar con asesoramiento legal y financiero local para comprender las regulaciones y los impuestos aplicables a las inversiones extranjeras.

Uno de los desafíos principales en Argentina ha sido la volatilidad cambiaria, por lo que debes evaluar cómo proteger tu inversión contra los riesgos de fluctuaciones en la moneda. Además, si planeas una inversión significativa o un negocio en Argentina, es posible que debas considerar establecer una presencia local.

A pesar de los desafíos, Argentina ofrece oportunidades en diversos sectores. Realizar un análisis de mercado exhaustivo y comprender a la competencia te ayudará a tomar decisiones informadas.

5.5. Análisis de riesgos país destino (políticos, jurídicos, ambientales, sociales, comerciales/TLC, sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercados)

Inflación, crisis de deuda y proliferación de actividades económicas ilícitas son algunos de los principales riesgos con los que se enfrenta Argentina según el Foro Económico Mundial.

- Inflación rápida y/o sostenida es la principal amenaza teniendo tasas de hasta el 80%.
- Crisis de deuda, Argentina se encuentra en los mercados emergentes con mayor riesgo de default.
- Delincuencia organizada y actividades ilícitas por parte de las empresas socavan el avance económico del país con estos flujos financieros ilegales tales como evasión fiscal, comercio y tráfico ilícito, trata de seres humanos y comercio de flora y fauna silvestre.

- Colapso del estado debido a la erosión de las instituciones y el estado del derecho dentro del país, además de disturbios civiles internos y/o golpes militares los cuales generan una gran estabilidad regional y nacional.
- Crisis en el suministro de las materias primas del país que incluyen energía, alimentos y agua.

6. Análisis del Mercado/ Segmento/Competencia/Producto/ Consumidor del país destino

En breve, explicaremos el escenario económico de Argentina, resaltando desafíos socioeconómicos, la deuda, clases sociales y algunas de las complejidades en el mercado. La tendencia del consumidor argentino agrega capas a este panorama desafiante así como las dinámicas culturales y protocolos empresariales. Gracias a esta información obtendremos una visión completa para contextualizar la entrada de Eduardo Valderrama en este nuevo entorno.

6.1. Segmento NSE

La deuda del país en el 2021 alcanzó los 332,819 millones de euros con una deuda del 80% del PIB. Con este indicador podemos decir que el nivel de vida de la población es bajo en relación a los 196 países del ranking de PIB.

La pobreza en Argentina subió al 39.2% llegando a los 18 millones de habitantes del país. Dentro de esta estadística podemos ver que solo el 5% conforman la clase alta que percibe al mes millón y medio de pesos argentinos (\$77,902 pesos mexicanos al cambio del día 9 de octubre). Por otro lado la clase media se divide en dos subgrupos que son media alta donde promedian los \$500,000 pesos argentinos (cerca de los 26 mil pesos mexicanos) y la media baja con \$258,000 (\$13,400 pesos mexicanos). La otra mitad de la población que es la clase baja tiene un ingreso que ronda entre los \$185,000 y \$96,000 pesos argentinos (\$9,600 y \$4,985 pesos mexicanos respectivamente).

Para entrar en contexto de esta situación podemos ver el precio de la canasta básica en Argentina que es de \$217,915.79 (\$11,321 pesos mexicanos), este dato nos hace darnos cuenta de la situación del país donde las tasas inflacionarias se ve disparadas y la deuda del país es altísima, si la deuda del país se dividiera entre todos los habitantes rondaría los \$140,000 pesos mexicanos.

6.2. Características del consumidor

El consumidor argentino en la actualidad evita las compras impulsivas y tiende a ser más prudente y conservador, el 30% del segmento tomado en cuenta para esta investigación declaró que no hace un gasto que no se haya programado. También se ha desarrollado una relación más fuerte con el precio de los productos y búsqueda de descuentos y promociones

que el cliente crea convenientes. Con la actualidad del país con tendencia alcista el consumidor busca optimizar gastos durante el mes o el periodo que el mismo establece, se encontró la tendencia de no comprar todo donde mismo por la comodidad si no que se buscan las mejores oportunidades de compra en mercados alternos a los más comunes. Por otro lado, el rubro en el que primero se disminuyen gastos es en el entretenimiento, los argentinos han decidido recortar gastos que consideran innecesarios de esta índole debido a la inestabilidad del país y la alza de precios.

6.3. Segmentación por tribus

Una tribu es un grupo de personas que se identifican entre ellos por su afinidad a algún tema en común y consumen productos del mismo tema o similares.

"Mexicanos en Argentina", es un ejemplo de una tribu, donde el grupo en sí se puede encontrar en línea ([Facebook](#)) donde comparten experiencias de sus estadía permanente o temporal en el país, siendo una fuente valiosa de información y donde se podría explotar el trabajo del artista además de darse a conocer por un medio diferente al presencial.

"Coleccionistas de arte" privados o públicos, es otra tribu la cuál es 100% relacionada con este caso.

"Coleccionistas de arte simétrico" al ser en gran cantidad de las obras del artista acercada a esta corriente es otra de las tribus en las cuales él podría destacar.

"Artistas Mexicanos" o gusto por el trabajo de ellos, personas que tengan afinidad con los artistas mexicanos y de cualquier nacionalidad.

"Galeristas" público argentino que se dedique a la compra y venta de arte, además de la representación de artistas.

"Comunidad R.A.R.O." personas con las que Valderrama va a coincidir durante la residencia.

6.4. Estructura de la competencia interna

No se sabe a ciencia cierta la competencia que se tiene en las residencias en la que puede que Eduardo Valderrama participe, pero si se puede observar en ediciones pasadas las grandes variedad de artistas que han participado o están participando en ellas.

En general, la competencia que se tenga dependerá del tipo de residencia que escoja, el tiempo que dure ahí y la temporada que lo haga, y los cursos que vaya a tomar. Pero en general, se encuentra con una variedad de pintores, artistas plásticos que utilizan barro, arcilla, tejido, y el textil; esto incluye artistas de todas las partes del mundo (desde Argentina, México, Bruselas, Rusia, etc.).

Estos serían lo que es su competencia directa, ya que aparte de artistas visuales como lo es Eduardo, habrá más variedad de artistas que hacen cosas totalmente distintas a lo que él se dedica en específico.

6.5. Requisitos de Ingreso al mercado

Para poder ingresar las diferentes obras que Eduardo Valderrama pudiera llevar con él para la residencia en Argentina se necesita cumplir con ciertos requisitos, por ejemplo:

- Se deberá estar registrada ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (INDAUTOR), y luego se deberá tramitar un “Aviso de Importación y exportación de obra artística del s. XX y XXI” ante la Coordinación de Artes Visuales del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA).
- Se deberá manifestar el carácter temporario de la importación, y los documentos que acompañan la gestión.
- Y en caso de donaciones, deberá contarse con el certificado de donación y acta de aceptación de la donación. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto Argentina, 2018)

6.6. RRNAS

De acuerdo con la fracción arancelaria 9701.10.01 que corresponde al producto (pinturas y dibujos) que se llevará a la residencia internacional tiene ciertos requisitos que se deben de cumplir para poder llevarlo a cabo, entre ellas están:

- Se deberá de presentar a la secretaría de Hacienda y Crédito Público el Aviso correspondiente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 18 fracción VI de la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, ya que su incumplimiento podría originar cancelación de la Patente de A.A, conforme el Art. 59 de la citada Ley (Arts. 17 fracc. XIV de la LFPIORPI y 7 de la Resolución que expide los formatos oficiales de los avisos e informes que deben presentar quienes realicen actividades vulnerables).
- En este sentido, en la Circular T-172/14 se da a conocer una aclaración a los Reportes que les llegan a los A.A cada mes del sistema SIGA, respecto al color verde y rojo de los pedimentos. (SIICEX-CAAAREM, s.f.)

7. Análisis cultural:paradigmas y códigos culturales

A continuación se dará una introducción básica de la cultura argentina, así como las dimensiones culturales que son importantes de conocer para entender las diferencias entre culturas y evitar posibles choques.

También se describe el perfil cultural del país para una mayor comprensión de la cultura argentina en el ámbito de los negocios.

7.1 Dimensiones culturales: Hofstede

De acuerdo con Hofstede Insights las dimensiones culturales de Argentina son las siguientes:

- La distancia de poder es una dimensión la cual nos habla sobre cómo no todas las personas son necesariamente iguales, y nos dice la actitud de la cultura de este país ante lo que es la desigualdad que se vive en la sociedad. La puntuación de Argentina es de 49, lo cual la sitúa en un nivel moderado de poder de distancia. Esto significa que en general, en la sociedad Argentina existe una actitud más flexible hacia las diferencias de poder y autoridad; además, la sociedad tiende a sentirse a gusto al relacionarse con personas que tienen roles jerárquicos diferentes, y se espera que las relaciones sociales y laborales sean más igualitarias.
- El individualismo es una dimensión que se refiere a cuánta independencia o dependencia mutua existe en una sociedad entre sus miembros. Se trata de si las personas definen su propia identidad en términos de "yo" o de "nosotros". En el caso de Argentina tiene una puntuación de 46, esto significa que es una sociedad donde las personas toman en cuenta su autonomía y libertad individual pero esto sin perder en cuenta que si les gusta formar parte de grupos y comunidades (escuchar y considerar ideas de los demás.)
- En la dimensión de masculinidad Argentina tiene una puntuación de 56, esto nos refleja la presencia de elementos ligeramente más masculinos que femeninos; tiene una tendencia hacia lo que es la valoración de comportamientos que se asocian más a lo masculino (como la competencia, la ambición, el éxito, etc.), a que por los femeninos (como lo es el cuidado, y la calidad de vida).
- La dimensión de la evasión a la incertidumbre tiene que ver con el modo en que la sociedad afronta el hecho de que el futuro nunca puede conocerse, lo que lleva a que se genere ansiedad. Argentina en esta dimensión tiene un 86, lo cual es un puntaje alto, esto es muy normal en países de latinoamérica. Este tipo de países necesitan reglas y estructuras claras para evitar situaciones o decisiones que pueden ser ambiguas y no claras.
- La orientación al futuro es una dimensión que describe cómo cada sociedad tiene que mantener ciertos vínculos con su propio pasado a la vez que afronta los retos del presente y el futuro, y las sociedades priorizan estos dos objetivos existenciales de forma diferente. Argentina tiene un puntaje de 20, lo que significa que tienen tradiciones y normas muy históricas y ya hechas por los tiempos; además las personas están más enfocadas en el presente inmediato y menos preocupadas por lo que pase en el futuro a largo plazo.
- Y por último, la dimensión de la indulgencia, nos explica el grado en el que las personas intentan controlar sus deseos e impulsos, basándose en la forma en que fueron criadas. Argentina con un puntaje de 62, nos dice que la gente tiende a ser más flexible y abierta en cuanto a permitir que las personas sigan sus deseos personales y expresan una variedad más amplia de comportamientos individuales en comparación con las culturas que son más restrictivas o menos permisivas en estas áreas.

7.2 Culturas de alto y bajo contexto

Edward T. Hall en su libro *Beyond Culture* (1976) define a las culturas de bajo contexto como aquellas donde los mensajes se transmiten verbalmente de forma clara y directa; mientras que las de alto contexto, son menos directos, y le ponen más énfasis en otros elementos, como lo es el lenguaje corporal, entendimiento implícito, y la amistad que haya con la otra persona.

La cultura de Argentina se considera como una cultura de alto contexto. Ya que no depende exclusivamente de la comunicación verbal para poder comprender plenamente el significado de una determinada interacción. Esto es un patrón común en países ubicados en el Medio Oriente, Asia, África y América del sur; estas culturas suelen tener amplias redes de información y relaciones personales demasiado cercanas.

En el caso de Argentina funciona de la siguiente manera:

- En Argentina, la gente tiende a no decir las cosas de manera directa; y en su lugar, a menudo utilizan palabras y gestos que requieren que los demás lean entre líneas para poder comprender lo que realmente quieren decir.
- Las relaciones personales también son muy fundamentales en la cultura Argentina y pueden influir en cómo la gente se justifica en lo que dice y hace.
- Los gestos corporales tienen un papel importante, ya que su comunicación oral normalmente se le complementa esto para poder afirmar más de lo que en realidad dicen verbalmente.

7.3 Teoría del Iceberg

La teoría del iceberg hace referencia a que la cultura de la sociedad de un país tiene dos componentes, uno que es evidente a simple vista y otro que está oculto.

En el caso de Argentina, la parte evidente o visible incluye cosas como:

- La gastronomía: La cual es una gastronomía informal y sociable, que incluye comidas como el asado, choripán, empanadas, dulce de leche y el mate.
- El idioma: El cual se puede saber muy fácilmente que es el español
- Las costumbres y tradiciones: Esta es una expresión de la identidad cultural del país; y entre las cosas más famosas entran el tango, el fútbol, el día de la tradición, etc.
- La historia: Que esto incluye la conquista española, la independencia, la inmigración masiva, la guerra civil, entre otras cosas
- La cultura: Que se caracteriza por la mezcla de influencias europeas, indígenas y africanas
- La sociedad: La cual es una sociedad diversa y multicultural en todos los sentidos de la palabra

Pero también tienen cosas que no pueden ser vistas a simple vista, como lo es:

- **Composición étnica:** En la que se cuenta Argentina ha experimentado un flujo significativo de personas que han venido a vivir desde Europa, Asia y África. La población actual está mayoritariamente compuesta por italianos y españoles. Y aunque se sabe que es un fenómeno que se sabe, no es muy común el conocerlo desde el primer momento.
- **Inestabilidad política:** A lo largo de su historia, Argentina ha atravesado momentos de inestabilidad política. Esto se ha debido en parte a divisiones políticas intensas, la ausencia de acuerdos y competencias por el control del poder; pero estas son cosas que se pueden ver hasta que se hace una investigación completa, que si solo ves por encima es muy difícil de observar.
- **Desigualdad económica y social:** A pesar de ser evidente la desigualdad en Argentina, las causas fundamentales de este problema normalmente están ocultas y hacen que no se pueda ver a simple vista.

7.4 Perfil cultural del país

Argentina es un país con una cultura muy diversa, mezcla de diferentes culturas europeas, indígenas y africanas. Esta diversidad se ve reflejada en aspectos de la vida cotidiana de los argentinos, desde el arte y la música hasta la gastronomía y el deporte.

Una de las mayores influencias dentro de la cultura Argentina proviene de Europa, principalmente de España, Italia, Francia y Alemania. La cual se puede ver influenciada en el idioma, religión, arquitectura y costumbres.

Los pueblos indígenas de Argentina como los mapuche, tehuelches y los guaraníes, tienen un papel importante en la formación cultural, así como la música, la danza, y la artesanía. Los esclavos traídos a Argentina durante el periodo colonial también influenciaron en la identidad cultural; Los elementos más característicos de la cultura Argentina son el mate: una infusión de hojas de yerba mate catalogada como bebida social que se comparte con amigos y familia, el tango: género que surgió en el país a finales del siglo XIX, el asado; se disfruta en ocasiones especiales preparada con carne de res, cerdo o cordero y el fútbol: deporte más popular en el país

7.5 Protocolo de negocios.

Al viajar a Argentina, es importante conocer las normas y protocolos locales, ya que su cultura puede variar un poco a la mexicana. Estas normas se basan en el respeto, la confianza y la informalidad.

El saludo más habitual es el apretón de manos y es normal que se saluden con dos besos en las mejillas sin importar el sexo del interlocutor.

Es importante referirse a las personas de mayor rango y edad como Señor y Señora; Los títulos profesionales se utilizan pero en menor medida que en otros países Latino americanos y en Argentina sólo se utiliza en primer apellido,

En conversaciones con argentinos es importante evitar temas políticos o situaciones del pasado que puedan ofender a los Argentinos, es común escuchar temas principales como el fútbol.

Es importante ser puntual, ya que suelen ser muy puntuales a las reuniones; La vestimenta suelen vestir informalmente, pero es recomendable vestir de forma profesional en reuniones importantes y el mostrar respeto a desconocidos es muy valorado

7.6 Perfil cultural del negociador local

Argentina es un país muy diverso, es esencial comprender su cultura para tener éxito en los negocios. Como se señala en un artículo informativo de TMF Group, “Argentina es un país enorme; el octavo más grande del mundo y el segundo más grande de América Latina. Como la segunda economía más grande de la región, es un gran centro de negocios y atrae el turismo y el comercio por igual”

Un aspecto clave de la cultura Argentina es su herencia europea, con una gran influencia de inmigrantes de España e Italia en los siglos XIX y XX. Esto ha llevado a que el español sea el idioma oficial del país, y Argentina es el país de habla hispana más grande del mundo. Además, las tradiciones culturales, en su mayoría de origen europeo, desempeñan un papel significativo en la vida cotidiana de los argentinos, con el tango como una de las expresiones artísticas más conocidas.

La etiqueta y la comunicación desempeñan un papel crucial en los negocios en Argentina. La puntualidad es importante, aunque se debe estar preparado para esperar en ciertas ocasiones. Las reuniones cara a cara son preferidas, y se deben abordar a las personas por sus títulos profesionales. En las reuniones, la etiqueta Argentina incluye el saludo de mano, y se espera que los invitados sean recibidos y acompañados por el que los está recibiendo. Mantener una conversación amigable antes de abordar los negocios es fundamental, muy parecido a lo que se conoce en México.

El proceso de hacer negocios en Argentina puede ser más lento de lo habitual, ya que a los argentinos les gusta discutir en detalle y negociar. Las relaciones personales son esenciales, y se muestra más lealtad a los individuos que a las empresas. La honorabilidad y el respeto son muy valorados, y la crítica pública a un socio comercial es desaconsejable. La burocracia puede ser complicada, por lo que contar con apoyo y orientación local es una ventaja significativa.

En resumen, para tener éxito en los negocios en Argentina, es crucial comprender y respetar la cultura local y la etiqueta empresarial. Las relaciones personales y el apoyo local son

esenciales para navegar por el entorno empresarial argentino. “Argentina tiene el conocimiento local y la experiencia para guiarlo a través de las complejidades de hacer negocios en el país” por lo tanto, contar con un equipo experimentado y local puede marcar la diferencia en sus emprendimientos en Argentina.

8. Propuesta de valor agregado

Presentamos varias propuestas de valor para que el artista cuenta con diversos productos con gran potencial para crear una experiencia al cliente, atraer nueva audiencia en Argentina y sea capaz de crear una conexión emocional con sus clientes potenciales.

8.1 Para diplomacia: centros culturales de México en Argentina.

Centro Cultural Kirchner de Buenos Aires y el Complejo Cultural Los Pinos en México tienen un acuerdo que fue apoyado por la Secretaría de Cultura de México, Alejandra Frausto, y el Ministro de Cultura de Argentina, Tristán Bauer y que han formalizado un intercambio cultural, enriqueciendo ambas naciones a través de iniciativas de exposiciones de México en Argentina y viceversa.

El Complejo Cultural Los Pinos, antigua residencia presidencial de México, se prepara para albergar próximamente un tributo al caricaturista Quino, creador de Mafalda, como parte de este intercambio cultural. Paralelamente, el Centro Cultural Kirchner ha sido testigo de la exposición "¡Zapata vive!", rindiendo homenaje al icónico héroe Emiliano Zapata de la Revolución de 1910.

Este acuerdo no solo fortalece los lazos entre México y Argentina desde un punto de vista diplomático, sino que también tiene implicaciones significativas para el posicionamiento del arte mexicano en Argentina como nosotros lo estamos analizando. La cooperación cultural internacional subraya la importancia de la diversidad cultural y simboliza el poder unificador del arte. Además, al estudiar la relación entre ambos países, se destaca mucho el papel de los centros culturales como embajadores de la riqueza artística, contribuyendo así al fortalecimiento de la imagen y la presencia cultural de México en Argentina. Este enfoque estratégico no solo refleja la cooperación entre ambos países, sino que también posiciona el arte como un elemento clave en la construcción y consolidación de relaciones entre naciones.

8.2 Experiencia del cliente (marketing sensorial y emocional).

Colaboración Hermanos Koumori

Es una marca mexicana con pocos años de edad y con un enfoque en la vestimenta denominada streetwear, el concepto es el resultado de una tendencia sin pretensiones y cuyo pilar es la comodidad de las prendas que se utilizan. Un estilo que puedes llevar contigo en tu vida cotidiana sin dejar de lado el lujo y las tendencias. Podríamos decir que la idea que se vende es, en realidad, una sudadera que pertenece a un mercado de lujo y que podrás utilizar fuera del gimnasio. Este proyecto es sobre versatilidad.

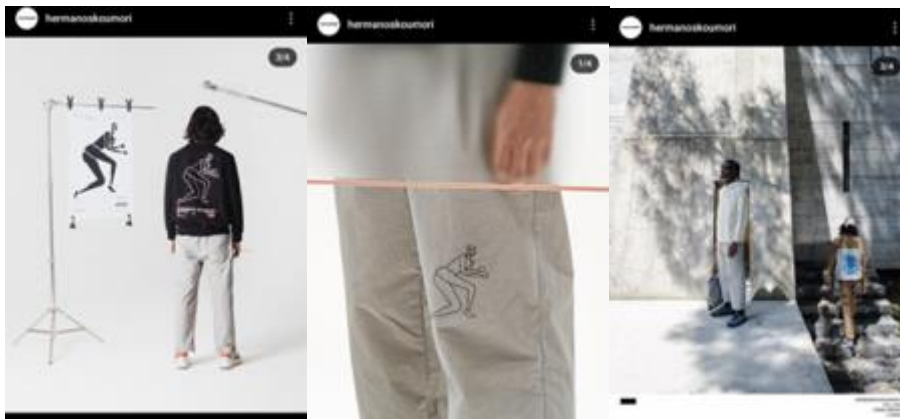
En caso de lograr dicha colaboración, el siguiente paso a realizar sería la apertura de negociaciones, es estas reuniones se dictará los términos y condiciones bajo los cuales esta colaboración podrá suceder, temas como los porcentajes de ganancias, los derechos de imagen y la comunicación pública de ambos actores en dicha sociedad.

Contacto:

Dirección: Calle Dr. Erazo 172, Col. Doctores, C.P. 06720, CDMX

hola@herrmanoskoumori.com

Director creativo: Alex León



Fuente: [Instagram Hermanos Koumori](#), Fecha de recuperación: 25/10/2023

Además de los trazos similares entre marca y artista, la perspectiva o los “lentes” de ambos actores son idénticos, Valderrama y Hermanos Kuomori buscan una estética simétrica en los escenarios en los que nos encontramos todos los días.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia

Tarot

Estado actual:

La pieza basada en el Tarot tradicional hecha por Valderrama consta de un estuche de cartulina negra armado a mano y cartas de plástico con trabajos visuales inspirados en las figuras del tarot, pero construidas desde la lente de Pedro.

Contamos con un empaque un tanto frágil pensando en la preservación del producto, las cartas, además, la lógica de intervención en cuanto al proceso de manufactura podría mejorar, en otras palabras, podríamos tener un resultado más sólido explorando otras posibilidades de impresión.

Intervención

Colección:

La presentación es clave, es por esto que pensamos en un empaque hecho de un material resistente y que brinde una buena apariencia en relación a la calidad del producto.

Un producto elaborado con atención en los detalles, cuidar la calidad de las imágenes, esto con uso de herramientas de diseño gráfico, tanto en el proceso creativo como en la producción del producto.



Fuente: [Estuche](#), Fecha de recuperación: 25/10/23

Fuente: [Mazo](#) , 25/10/23

Fuente: [Estuche](#), Fecha de Recuperación: 25/10/23

Para uso:

Un material más flexible y con diferentes medidas, que brinde la posibilidad de manipular las cartas, sin embargo entendiendo que la materia prima del producto tiene que ser lo suficientemente fuerte para resistir su uso, en conclusión, necesitamos encontrar una solución flexible.



Fuente: Elaboración propia

Cotizaciones al 22/11/23

Producto	Medidas cm	Precio (moneda nacional)
Estuche de madera con interior suave	20x15x5	\$132.99
Caja de cartón reforzado con acabado a color negro	9x9x3	\$25
Mazo de cartas	6.35x 8.90	\$200 a \$420
TOTAL		OPCIÓN 1 \$442.99 OPCIÓN 2 \$335.00

Precios por pieza.

Rompecabezas de Madera pintado a mano

La propuesta implica la creación de rompecabezas de 30 cm hechos de madera MDF de 3 mm con cortes láser que presentarán obras del artista independiente Valderrama.

Cada rompecabezas costará 160 pesos en total, incluyendo los 130 pesos de corte láser y 30 pesos para la pintura.

Para mantener costos bajos y opciones sostenibles, ofreceremos un empaque orgánico hecho de papel de china con listones y etiquetas impresas. Si se realizan más de 500 unidades es posible mandar a fabricar un empaque como el que se muestra a continuación que luce más profesional.

Esta estrategia de marketing se basa en la diferenciación, la participación del cliente y la creación de un producto tangible y coleccionable que se puede exhibir en el hogar.

Complementando esta oferta con estrategias de marketing digital y colaboraciones con galerías locales, esperamos promover eficazmente la obra de Valderrama y atraer a una audiencia más amplia, al tiempo que se logra un margen de beneficio atractivo.

Otra opción para el empaque del rompecabezas es una caja de cartón con las medidas que se ven en la imagen y donde la misma empresa ofrece paquetes para el número de cajas en relación a la producción de rompecabezas.

Producto	Medidas en cm	Precio (moneda nacional)
MDF con cortes láser	30 x 30 x 0.3	\$130.00
Pintura y mano de obra		\$30.00
Caja rectangular	20.32 x 20.32 x 3.17	\$14.60
TOTAL		\$174.60



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

ULINE 1-800-295-5510 My Account | Contact Us | Sign In

Products | Uline Products | Quick Order | Catalog Request | Special Offers | About Us

Home > All Products > Boxes, Containers > Industrial and Literature Mails > Literature Mails - White

8 x 8 x 1 1/4" White Literature Mailers

A simple and secure way to send out business forms, binders, catalogs, stationery and magazines.

- 200 lb. test
- Ships flat - sets up in seconds without tape or staples.

1/2" Average

MODEL NO.	INSIDE DIMENSIONS L x W x H	SUGGESTED USE	PRICE PER MAILER				QTY./BNDL.	IN STOCK SHIPS TODAY
S-16664	8 x 8 x 1 1/4"	Small Forms	\$.85	\$.82	\$.64	\$.61	50	in <input type="button" value="ADD"/>

+ Additional Info + Shipping Info + Request a Catalog

Fuente: [ULINE](https://www.uline.com), recuperado el 25/10/2023

8.3. Justificación de la Propuesta.

Como primer producto, iniciamos planeando un rompecabezas de figuras geométricas fabricado en madera y pintado a mano con los colores originales de la obra, este rompecabezas es divertido y satisfactorio de armar, lo consideramos un souvenir excelente para aquellos que quieren comprar algo del artista para ellos mismos, pero no tienen la posibilidad de adquirir una obra de Valderrama.

Nuestra segunda idea fue una reinención del tarot, a pesar de ser un gran producto con mucha originalidad, encontramos ciertas áreas de oportunidad que podrían brindarle un salto de calidad al proyecto original, nuestra propuesta fue cambiar los materiales del estuche tanto como de las cartas y mejorar el proceso de impresión.

Como tercera propuesta, el equipo decidió explorar la posibilidad de una incursión de Valderrama en el mundo de la moda, concretamente con la marca mexicana Hermanos Koumori. La visión de ambos actores podría llegar a proporcionarnos piezas de moda de corte urbano pero con un extra proveniente del contexto artístico visual.

9. Acompañamiento

En el noveno capítulo se abordará el acompañamiento que tendrá Eduardo Valderrama en su paso por la residencia de R.A.R.O. en Argentina, se abarcará desde las características de la residencia, los expositores participantes que han estado en esta misión y que pueden estar trabajando con el artista, hasta el equipaje recomendado para que pueda llevarse, la información necesaria de emergencias médicas, seguro médicos, visados, servicios consulares. etc.

9.1 Características generales del recinto ferial.

Como se menciona en los puntos 4.1 y 4.2 R.A.R.O. es una una misión del rubro artístico con sede en Buenos Aires, Argentina, esta institución gestiona la construcción de vínculos a niveles regionales e internacionales, esto por medio de representantes artísticos de diversas nacionalidades, donde a través de su trabajo, se explora las distintas modalidades y expresiones del espectro artístico.

9.2 Expositores participantes.

A continuación, algunos de los artistas que han colaborado con R.A.R.O.

Ilana Winderickx: [Obras](#)

Valentina Bacci: [Obras](#)

Ana Kazaroff :[Obras](#)

Sofía Pino: [Obras](#)

9.3 Equipaje recomendado.

Los elementos básicos a considerar para el viaje de un artista: Ropa cómoda para el clima para cualquier ocasión, caminará mucho en Argentina, así que es importante empacar ropa que lo mantenga cómodo, un adaptador enchufe de tipo I necesario para cargar dispositivos electrónicos, seguro de viaje recomendado, también es importante llevar portfolio, materiales de arte, cámara y celular para almacenar información y no estar incomunicado en caso de

emergencia. Empacar lo esencial y no llevar exceso de equipaje puede ayudar a sentir una mayor comodidad al viajar.

9.4 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

A pesar de que en Argentina cuenta con un sistema de salud gratuito, como turista es necesario un seguro médico de viaje para cubrir cualquier imprevisto. Igual que en México llamando al 911 con tu chip argentino puedes llamar a emergencias.

El seguro médico es esencial para cualquier viaje al extranjero, el artista puede tomar nuestra recomendación o puede comparar las diferentes pólizas para el que mejor se adapte a sus necesidades (importante asegurarse que la póliza cubra gastos médicos en Argentina).

Turismo: No requiere visa para estancias de hasta 90 días.

Trabajo: Se requiere visa. Los ciudadanos mexicanos no necesitan un visado especial para viajar a Argentina, sin embargo, el pasaporte es esencial para poder estar en el país por hasta 90 días, como mexicano debes tener un pasaporte vigente y comprobante de regreso a México. En caso de planear quedarse a trabajar en Argentina es necesario obtener una visa de trabajo, presentando una solicitud en la embajada o consulado argentino de su país de origen. La solicitud debe incluir: Pasaporte vigente, formulario de solicitud de visa, dos fotos recientes, prueba de solvencia económica y carta de invitación por parte de empleador argentino.

9.5 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.

La embajada de México en Argentina se encuentra en la ciudad de Buenos Aires.

Dirección: Arcos 1650, Buenos Aires, Argentina Código Postal 1426

Horario de atención: de 9:00 a 14:00 y 16:00 a 19:00 hrs.

Teléfono: (+54 11) 7700-0180

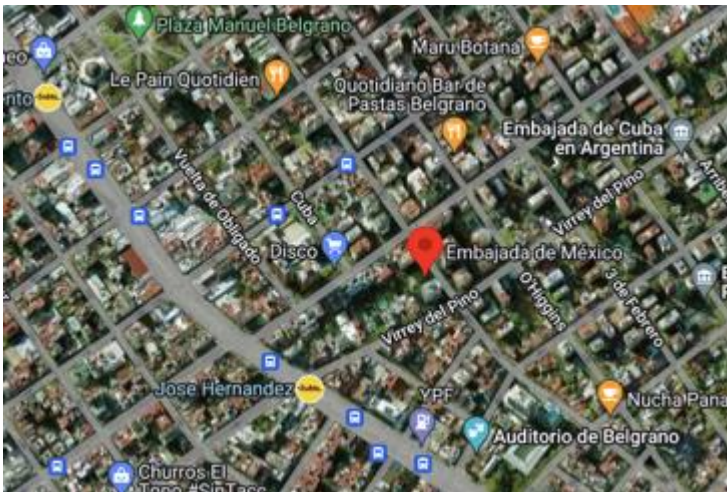
Correo electrónico: embajadaarg@sre.gob.mx

Embajada de México en Argentina. Ubicación y Contacto. (2022, June 24).



Fuente: [Embajada](#), recuperado el 26/10/2023

Embajada de México en Argentina. Ubicación y Contacto. (2022, June 24).



Fuente: [Embajada](#), recuperado el 26/10/2023

[Embajada](#)

10. Logística de punto de venta/ misión comercial feria comercial

En el próximo capítulo, se detallarán los elementos necesarios para llevar al artista, Eduardo Valderrama, a una residencia en Argentina. En su caso, al no ir a una feria internacional no se abordará en específico la logística de punto de venta, ya que no se necesita considerar los espacios idóneos para el montaje de la obra y todo lo que esta conlleva. Pero si se hablará acerca de las tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra que Valderrama necesitará para poder asistir a esta misión comercial.

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

Eduardo Valderrama al ir a la residencia R.A.R.O. no necesita considerar ningún tipo de espacio físico idóneo, prototipos del stand, materiales y mano de obra local, presupuestos para el montaje, directorio de proveedores locales, especificaciones del recinto expositor, espacios de negociación, entre otras cosas relacionadas con lo que es una feria internacional.

10.2 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.

La creación de tarjetas de presentación verticales que presentan una fotografía de una obra del artista Valderrama, junto con su nombre y su usuario de Instagram, es una estrategia donde menos, es más.

Estas tarjetas permiten una presentación visual inmediata de su trabajo, lo que atraerá la atención de las personas con las que se reúna. Además, al incluir su nombre y su usuario de Instagram, se facilita a las personas interesadas en su arte el acceso al perfil que más utiliza en estos momentos.



Fuente: Elaboración propia

11. Análisis financiero de la misión comercial

En este capítulo se abordará todos los aspectos económicos que conlleva el ir a la residencia en Argentina; se desplazará en cuestiones importantes como la transportación transcontinental, el hospedaje y la alimentación, los seguros médicos indispensables, los gastos de representación, personificados en las imprescindibles tarjetas de presentación; finalizando con el presupuesto recomendable que se necesita para garantizar el éxito de este proyecto. Todo esto considerando las necesidades y posibilidades financieras.

11.1 Transportación.

En la ciudad de Buenos Aires hay diferentes redes de transporte, pero las dos principales son los “colectivos” o camiones y el metro, ambas opciones necesitan la tarjeta SUBE para poder utilizar las líneas, misma que se puede comprar en línea y recogerla en cualquier centro de atención SUBE. El precio de la misma es de \$730 pesos argentinos. La tarjeta se debe de recargar, el uso es similar al servicio de metro de Guadalajara, con diferencia que las tarifas son por km de uso del transporte (las tarifas están en pesos argentinos).

Tramo (km)	Tarifa	Con Tarifa Social
0 a 3	\$ 52,96	\$ 23,83
3 a 6	\$ 59,00	\$ 26,55
6 a 12	\$ 63,54	\$ 28,59
12 a 27	\$ 68,09	\$ 30,64
más de 27	\$ 72,61	\$ 32,67

Fuente: [SUBTE](#), recuperado el 3/11/2023

Por otro lado, si se busca un medio más ecológico puedes optar por “BA EcoBici” que es el similar a mibici aquí en Guadalajara, donde debes de descargar una aplicación en el celular donde puedes localizar las bicicletas disponibles y eliges alguna de las opciones de uso (un viaje único, un día, tres días o siete días).

11.2 Hospedaje y alimentación.

El programa internacional de residencias artísticas de Buenos Aires incluye estadías de 3 semanas como mínimo y sin tiempo límite, en R.A.R.O. (Residencias Artísticas Raramente Organizadas) funciona como una red formada por 20 talleres de artistas dispuestos a recibir y vincular a otros. El hospedaje por artistas seleccionados tiene un costo de 5,277.83 Pesos mexicanos a la semana por habitación privada que incluye: dos espacios el de trabajo y vivienda, asesoramiento artístico por parte del equipo y la puesta en contacto con el tejido cultural de la zona. Es importante mencionar que el valor de cada residencia varía de acuerdo al tiempo y talleres elegidos, el artista puede aplicar para becas paralelas con opción de beca completa para artistas extranjeros.

Por otra parte, la alimentación en la ciudad varía dependiendo de la zona y de la calidad de los restaurantes que la persona va a elegir siendo el precio promedio de un restaurante de lujo de \$5,105 pesos argentinos y una comida en algún restaurante promedio es de \$3,203 pesos argentinos, en ambas opciones se están contemplando alimentos y bebidas, dejando un promedio entre las dos opciones de \$4,154 pesos argentinos (198 pesos mexicanos).

11.3 Seguros médicos.

Para un seguro de gastos médicos mayores con acceso a una red que brinde atención médica en el extranjero, es importante elegir uno que se adapte a las necesidades del artista, GNP con un costo de hasta \$12,000.00 pesos mexicanos es una buena opción, ya que en caso de accidente o enfermedad cubre todos los gastos de traslado, gastos de inhumación o

cremación, trámites administrativos, gestiones legales, transportación de los restos hasta el lugar de residencia; En caso que la emergencia médica no sea informada de inmediato, se contará con setenta y dos horas para dar aviso a asistencia de viajes.

11.4 Gastos de representación.

Para la representación de Eduardo tenemos una propuesta de tarjetas de presentación, a un costo de \$599.00 pesos por 1000 piezas ya con IVA incluido, más envío de \$169.00 pesos que nos da un costo total de \$795.00.

Estas tarjetas de presentación son una buena inversión para Valderrama ya que puede utilizarlas para promover sus redes sociales, su portafolio de artista y sus datos de contacto. Creemos que es muy importante realizarlas en acabados premium para que el pueda dar una buena primera impresión a clientes potenciales. El sitio web para realizar este pedido es www.360imprimir.com.mx y existe una gran variedad de diseños y modelos aunque en este caso nosotros recomendamos utilizar el diseño que adjuntamos en el punto 10.2 de este documento.

Tarjetas de Presentación

Tarjetas de Presentación - Personalizado y al mejor precio

- Impresión de alta calidad y papeles seleccionados
- Diseños e ideas para Tarjetas de Presentación
- Diseñadores disponibles para Tarjetas de Presentación personalizadas

Tamaño: 90 x 50 mm

Tipo de Material: Couché 350 g

Impresión: Colores, frente y vuelta

Opciones: Laminado Mate, Frente y Vuelta

Cantidad: 1000

Presupuesto Online: **\$516.00** (incluye \$169.00 de envío)

Garantizamos el precio más bajo. Si encuentra un precio más bajo, igualamos el precio.

Fuente: [360imprimir](http://360imprimir.com.mx), Recuperado el 21/11/23

11.5 Presupuesto mínimo y recomendable.

De acuerdo con los factores como la duración, forma de transporte, actividades turísticas y comidas, es recomendable tener un presupuesto mínimo de \$20,000.00 pesos Mexicanos. Este presupuesto cubriría los gastos básicos tomando en cuenta el financiamiento en el alojamiento y transporte.

Un presupuesto recomendable sería aproximadamente \$35,000.00 pesos mexicanos, este presupuesto permitiría al artista tener mucha más flexibilidad y comodidad en su viaje,

incluyendo alojamiento en el hotel de preferencia o un hostel de calidad, transporte público o privado, comidas en restaurantes y actividades turísticas más variadas.

Producto	Precio
Vuelo	\$20,000 a \$23,000
Seguro	\$12,000
Alimentos	\$12,000
Hospedaje	\$21,111.32
Transporte	\$127
Gastos de representación	\$795
TOTAL	\$67,033.32

Recomendaciones: Los precios de alojamiento y actividades turísticas suelen bajar cuando se viaja fuera de temporada, las temporadas más caras para viajar a Argentina son en verano (de Diciembre a Febrero) y en invierno (de Junio a Agosto); Durante estas temporadas, los precios de vuelos, alojamiento, turismo y restaurantes suelen ser más altos.

Las temporadas más baratas de Argentina son en primavera (de septiembre a Noviembre) y en Otoño (de Marzo a Mayo). Para ahorrar dinero es importante tomar en cuenta las temporadas bajas de Argentina, alojamientos en hostel, comer en restaurantes locales, utilizar transporte público (utilizar app Google Maps para conocer rutas) y atracciones turísticas gratuitas.

11.6 Recomendaciones y sugerencias finales.

Es importante saber que para poder ingresar a Argentina se requiere firmar una declaración jurada electrónica de ingreso-egreso 48 horas antes de partir en el sitio web de migraciones Argentina.

Contar con un seguro que cubra atención de COVID 19 que incluyan aislamiento y traslado en caso de contagio dentro del país.

Instalar la App CUIDAR 48 Horas antes de ingresar al país y verificar el visado si es necesario para poder ingresar por turismo.

Tenemos que advertir a Eduardo Valderrama que, para lograr tener éxito, es crucial que se adapte a las tendencias artísticas en Argentina y así poder tener éxito en la misión comercial, también recomendamos a Valderrama crear un sitio web que incluya portfolio, manifiesto y trayectoria, para así promocionar su arte y conectar con el público argentino.

Por último es importante que Valderrama conozca las expresiones básicas del lenguaje coloquial en Argentina, esto los ayudará a tener una mejor comunicación con las personas y dará una buena impresión.

12. Oferta de ocio y entretenimiento

Eduardo Valderrama en su estancia en Argentina tendrá diversos momentos de ocio en los cuales podrá visitar sitios de interés social y cultural, así que se le ofrecerá una serie de lugares (incluyendo sitios patrimonio de la humanidad, maravillas naturales, restaurantes, etc.) y eventos a los cuales podrá ir durante su visita en la residencia. Lo cual le otorgará una experiencia en la que la cultura, la historia y el entretenimiento serán la clave para que su estancia sea buena.

12.1 Contexto histórico y cultural.

Argentina es uno de los países más espectaculares del mundo, es una nación repleta de historia, folklore y tradiciones. Cuenta con un sin fin de atractivos para quien viva o viaje a este país. Tan solo conocer su proceso histórico y su formación como estado nación hace que el viaje haya valido la pena.

El país de la plata ha recorrido un amplio camino desde su fundación hasta nuestros días. Desde sus orígenes, ubicados al final del virreinato de la Plata (como se le conocía en aquel entonces al país de Argentina) la historia argentina ha experimentado una constante tendencia errática, esto gracias a distintas variantes tales como el crecimiento económico, la inestabilidad política, la migración y los conflictos bélicos. Argentina nace con un complicado periodo de independencia iniciado en mayo de 1810, esto tras la evidente inestabilidad política del imperio español y culmina con la declaración de independencia de las “Provincias de Sud América” emitida en julio de 1816. Este precedente ponía fin a poco más de tres siglos bajo el yugo español.

A lo largo del siglo XVIII la nación naciente se dedicaría a estructurar su maquinaria gubernamental, esto con el objetivo de definir su sistema central para poder así construir su modelo económico, político y social. Durante este lapso se redactaron dos cartas magnas, la constitución centralista de 1819 y la constitución federal de 1853, se libraron campañas de guerra con países vecinos por el control de recursos y la delimitación de las fronteras, además se abrió el comercio exterior y se adopta la lógica capitalista de los nuevos mercados.

Para inicios del siglo XX Argentina se convirtió en un estado con solvencia económica, una fuerte inversión extranjera en vías de ferrocarril, un programa educativo de calidad para su población y la idea de implementar el sufragio universal. Sin embargo, existía un problema que aún no se resolvía, la sensación de fraude hacia las elecciones.

Dicho sentimiento provocaría un levantamiento cívico-militar que terminaría en un golpe de estado en el año de 1930 para dar paso a uno de los partidos políticos más famosos en la

historia de Argentina, el peronismo, llamado así por el militar Juan Domingo Peron. El régimen se caracterizaba por su ferviente catolicismo, un muy marcado anticomunismo y un rechazo por el liberalismo laico y agnóstico.

La fuerza laboral era uno de sus pilares junto con el mejoramiento de los servicios de educación y salud públicos, lo que en consecuencia crearía a la clase media argentina, única en latinoamérica, tras tres mandatos consecutivos, el presidente Peron concluye sus funciones como líder de la nación. Lo que seguiría para el estado argentino a partir de 1955 serían intentos democráticos o directamente autoritarios teniendo como principal acompañante la inestabilidad. En 1980 se daría un giro en las administraciones gubernamentales argentinas hacia la democracia pero inestabilidad política y crisis económicas de por medio. Hoy en día la premisa principal en Argentina es el desastre económico, las tendencias hacia la ultraderecha política y un futuro cada vez menos prometedor (Yankelevich, 2014).

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

Existen 11 sitios naturales declarados por la UNESCO los cuales están conformados por los siguientes lugares:

1.- “Parque nacional los Glaciares” se encuentra en la provincia de Santa Cruz, declarado en 1981 y además es una fuente de agua dulce muy poco apreciada.

Ministerio de Cultura de la Nación. Parque nacional los Glaciares.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

2.- “Misiones Jesuíticas Guaraníes” provincia de Misiones y frontera con Paraguay declarado patrimonio UNESCO en 1984. Su atractivo reside en el valor testimonial, cultural e histórico, del vínculo entre los pueblos originarios guaraníes y los jesuitas.

Ministerio de Cultura de la Nación. Misiones Jesuíticas Guaraníes.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

3.- “Parque Nacional Iguazú” este parque está en la provincia de Misiones y frontera con Brasil, este parque además de ser patrimonio UNESCO es una de las 7 maravillas del mundo y se declaró en 1984.

Ministerio de Cultura de la Nación. Parque nacional Iguazú.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

4.- “Cueva de las Manos”, Río Pinturas, Santa Cruz, la cueva se incorporó a este listado en el año 1999. Se caracteriza por albergar un conjunto excepcional de arte rupestre, único en el mundo, por su antigüedad, su grado de conservación y su entorno.

Ministerio de Cultura de la Nación. Cueva de las Manos.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

5.- “Península Valdés”, Chubut. Designada parte del Patrimonio de la Humanidad en 1999, es un lugar de preservación de mamíferos marinos de importancia mundial visitada por turistas de todas las latitudes. Las ballenas francas, pingüinos y leones marinos, además de orcas, habitan las costas de esta península.

Ministerio de Cultura de la Nación. Península Valdés.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

www.cultura.gob.ar

6.- “Parque Ischigualasto”, San Juan; y “Parque Talampaya”, La Rioja. Los parques Ischigualasto y Talampaya fueron declarados Patrimonio de la Humanidad en 2000. Estos dos parques naturales contiguos se caracterizan por albergar un registro excepcional y completo de la vida animal y vegetal en un período geológico de más de 200 millones de años.

Ministerio de Cultura de la Nación. Parque Ischigualatso.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

7.- “Parque Nacional Los Alerces”, Chubut (2017). El Parque Nacional Los Alerces forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de la Argentina. Las características geomorfológicas espectaculares del paisaje fueron moldeadas por las glaciaciones sucesivas en forma de lagos, valles de altura y cumbres rocosas. Su rasgo más emblemático es el bosque de Alerce. El Alerce, conífera endémica de América del Sur, es la segunda especie de árbol más longeva del mundo. Su promedio de vida es de 3600 años.

Ministerio de Cultura de la Nación. Parque nacional los Alerces.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

8.- “Manzana y Estancias Jesuíticas”, Córdoba. La Manzana y Estancias Jesuíticas son un ejemplo excepcional de experiencia religiosa, social y económica sin precedentes, que se llevó a cabo entre los siglos XVII y XVIII siendo declarada patrimonio en el año 2000.

Ministerio de Cultura de la Nación. Manzana y Estancias Jesuíticas.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

9.- “Quebrada de Humahuaca”, Jujuy. La Quebrada de Humahuaca es un imponente valle montañoso estrecho y árido. Ofrece cientos de sitios arqueológicos y arquitectónicos que dan testimonio de su larga y rica historia siendo el 2003 el año donde se le da este reconocimiento.

Ministerio de Cultura de la Nación. Quebrada de Humahuaca.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

10.- “Qhapaq Ñan”, Sistema vial andino (2014). El Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino, fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO el 21 de junio de 2014. Qhapaq Ñan (Gran Camino) es un extraordinario Sistema Andino de Carreteras construido por las comunidades prehispánicas andinas, principalmente en el siglo XV. Los diferentes pueblos originarios trazaron caminos y rutas, que luego los incas incorporaron y articularon en su propio sistema caminero.

Ministerio de Cultura de la Nación. Qhapaq Ñan.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

11.- “Obra arquitectónica de Le Corbusier”. Parte de la obra arquitectónica de Le Corbusier fue caracterizada por la UNESCO como una contribución excepcional al Movimiento Moderno. Inscrito como Patrimonio de la Humanidad en 2016, corresponde a la Argentina la casa del Dr. Curutchet en La Plata.

Ministerio de Cultura de la Nación. Obra arquitectónica de Le Corbusier.



Fuente: www.cultura.gob.ar, recuperado el 5/11/2023

12.3 Parques y reservas naturales.

En Buenos Aires, Argentina, hay numerosos parques y reservas naturales que brindan a los visitantes la posibilidad de apreciar la hermosura natural y la riqueza de la vida silvestre de la zona. Eduardo Valderrama podrá visitar los siguientes lugares:

- Reserva Ecológica Costanera Sur: Ubicada en la ciudad de Buenos Aires, esta reserva se encuentra a lo largo de la costa del Río de la Plata y ofrece un espacio verde en medio de la metrópolis. Es un lugar ideal para hacer caminatas, observar aves y disfrutar de la naturaleza en un entorno urbano.
- Reserva ecológica Lago Lugano: Está ubicada en el límite entre los barrios de Villa Soldati y el Riachuelo. Los visitantes pueden disfrutar de la observación de aves, la práctica de senderismo y actividades al aire libre mientras exploran la belleza de este entorno natural dentro de una zona urbana.
- Parque 3 de febrero: Es también conocido como Bosques de Palermo, es un enorme parque urbano ubicado en el barrio de Palermo. El parque alberga una variedad de atracciones, incluidos jardines, un lago, un zoológico y un planetario.
- La Reserva Ecológica de Vicente López: Abarca 3.5 hectáreas con ocho hábitats naturales diferentes, como pantanos y lagunas. Alberga una variada vida silvestre, incluyendo aves y nutrias. Ofrece instalaciones para visitantes, senderos y un mirador con vistas panorámicas, así como un parque público junto al río para actividades al aire libre. Es un lugar ideal para disfrutar de la naturaleza en un entorno accesible.

12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

Dentro de este listado pusimos los lugares más visitados por los turistas y al mismo tiempo los más apreciados por los argentinos, todos dentro de la ciudad de Buenos Aires.

1. Plaza de Mayo, escenario de los grandes acontecimientos que han dejado huella en la historia del país. Cada jueves se reúnen aquí las conocidas como “Madres de la Plaza de Mayo”, quienes perdieron a sus hijos durante la dictadura militar.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Plaza de Mayo.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

2. La Casa Rosada, situada en la Plaza de Mayo, es la sede del poder ejecutivo de la República Argentina. Para poder entrar tendrás que reservar hora con antelación en su página web. Así podrás conocer más acerca de su arquitectura e historia y visitar algunos de sus impresionantes salones, el Patio de las Palmeras o asomarte al balcón que da a la Plaza de Mayo.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. La Casa Rosada.

3. Mercado de Pulgas de San Telmo. Su núcleo está en la Plaza Dorrego y se extiende por las calles vecinas. El mercado se anima todavía más con actuaciones musicales, estatuas vivientes y muchos cafés y restaurantes.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Mercado de Pulgas.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

4. Pasaje Caminito. En el barrio La Boca se encuentra este callejón muy popular por sus casas de colores, sus locales de tango y su alto valor cultural. Se hizo famoso porque inspiró el conocido tango Caminito, compuesto por Juan de Dios Filiberto en 1926.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Pasaje Caminito.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

5. Parque 3 de Febrero. Popularmente se conoce este conjunto de parques como “bosques de Palermo”, ya que se encuentran en el barrio con el mismo nombre. Con una extensión total de 40 hectáreas, es el pulmón de la ciudad y un lugar de ocio especialmente los fines de semana. Cuenta con tres lagos artificiales en los que pasear en bote y, en uno de ellos, en el parque El Rosedal, hay un impresionante puente blanco. Además, aquí podrás visitar el jardín botánico, el zoo de Buenos Aires y el Planetario.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Parque 3 de Febrero.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

6. Planetario Galileo Galilei. El Planetario de Buenos Aires es una visita obligada una vez estés en el Parque 3 de Febrero. El edificio está inspirado en Saturno y sus anillos y fue construido en 1962. Hay proyecciones de astronomía y también actividades interactivas.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Planetario Galileo Galilei.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

7. La Bombonera. Una de las mejores opciones es asistir a un partido en el Estadio Alberto J. Armando. Este es más conocido como “la bombonera” propiedad del Club Atlético Boca Juniors. Maradona lo definió como “el templo del fútbol mundial”.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. La Bombonera.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

8. Obelisco de Buenos Aires. De casi 70 metros de altura. Está situado en la Plaza de la República y fue construido en 1936 para conmemorar el cuarto centenario de la fundación de la ciudad por Pedro de Mendoza. El Obelisco solo se puede ver desde fuera, ya que para acceder a su cima hay que subir por una escalera marinera de 207 escalones.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Obelisco de Buenos Aires.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

9. Galerías Pacífico. Este es el centro comercial más concurrido de Buenos Aires y no solo por sus tiendas de marcas internacionales, sino también por la arquitectura del edificio. Las Galerías fueron diseñadas en 1888 y han sido declaradas Monumento Histórico Nacional. Su gran atractivo reside en la cúpula de su interior, donde pueden admirarse frescos de artistas prestigiosos como Antonio Berni, entre otros.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Galerías Pacífico.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

10. Recoleta. Es un barrio en el centro de Buenos Aires muy conocido por su arquitectura de estilo francés, se le llama también el París argentino. Es la zona con los precios inmobiliarios más elevados de la ciudad y también con los comercios más caros.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Recoleta.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

11. Librería El Ateneo. El antiguo teatro Grand Splendid fue reconvertido en librería. Conserva todos los detalles del esplendoroso teatro: el telón, las barandillas originales, los frescos de la cúpula y el escenario es ahora un café.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Librería el Ateneo.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

12. Puerto Madero. Es la zona más moderna de la ciudad y contrasta con la autenticidad del centro de Buenos Aires. Aquí se han construido en los últimos años algunas de las torres residenciales más altas del país, como las Torres Renoir, con 175 metros de altura.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Puerto Madero.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

13. Teatro Colón. El Teatro de la Ópera de Buenos Aires está considerado como uno de los cinco mejores del mundo por su tamaño, acústica y trayectoria. Al mismo nivel que la Ópera de Viena o la Scala de Milán. Sobre el patio de butacas de terciopelo rojo destaca la cúpula art decó, en el centro de la cual se encuentra una lámpara de araña de más de una tonelada.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Teatro Colón.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

14. Barrio Chino. El Barrio Chino se fundó a partir de la llegada de inmigrantes procedentes de China y Taiwán durante las últimas décadas del siglo XX. La entrada al barrio es un arco tradicional decorado con dragones. Ahí podrás encontrar todo tipo de tiendas y restaurantes con productos de importación asiática.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Barrio Chino.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

15. Museo de Arte Latinoamericano (MALBA). Fundado en el año 2001 para difundir las obras de los autores latinoamericanos modernos desde el siglo XX hasta la actualidad. Incluye cuadros de Frida Kahlo, Diego Rivera o Tarsila do Amaral, entre muchos otros.

Gisela. (2023, January 26). Los 25 imprescindibles Que Ver en buenos aires. Museo de Arte Latinoamericano.



Fuente: [EDREAMS](#), recuperado el 5/11/2023

12.5 Oferta gastronómica.

La gastronomía Argentina ofrece un sin fin de deliciosos platillos, cuya identidad es resultado de la amalgama de sabores y tradiciones culinarias del país, como sabemos la gastronomía Argentina es un fiel reflejo de la diversidad cultural del país.

<p>Asado El Asado es un platillo que incluye diferentes tipos de cortes que se cocinan en una parrilla a fuego lento, es considerada una tradición, una ocasión en la que las familias y amigos se reúnen para compartir el almuerzo o cena, en general durante los fines de semana.</p>	
<p>Choripan El choripán consiste en un corte de chorizo argentino dentro de un pan, se trata de una de las comidas callejeras más populares del país. Seguramente encontrarás algún puesto por cualquier barrio en donde ofrecen esta deliciosa comida, va acompañada con una salsa de chimichurri y también picante.</p>	
<p>Alfajores Aunque los orígenes de este dulce es arabe, Argentina es el mayor consumidor de alfajores. El dulce consiste en dos tapas de masa dulce con algún tipo de relleno en el medio. Los más populares son los chocolates rellenos con dulce de leche. Se pueden comprar en casi cualquier establecimiento del país.</p>	
<p>Milanesa a la napolitana Es un trozo de carne de res empanizado, frito o al horno, que se acompaña con queso y rodajas de tomate o en su defecto, salsa de este mismo; suele servirse con una ensalada de lechugas, patatas fritas o puré de patatas.</p>	

12.6 Museos, galerías y centros culturales.

De acuerdo con el ministerio de cultura del gobierno Argentino estos son algunos de los mejores museos en exhibición en Buenos Aires.

Museo Mitre, San Martín 336, Buenos Aires.

Se trata de una casa museo de invaluable valor patrimonial, histórico y cultural. La propiedad fue habitada por Bartolomé Mitre y su familia desde 1859 hasta su muerte a inicios del siglo XX. Tras este suceso, alrededor de 1907 la casa fue comprada por el Estado Nacional y posteriormente declarado monumento histórico, esto en 1942. Es un museo de ambientación histórica, representativo de costumbres y modos de vida de la sociedad Argentina en la segunda mitad del siglo XIX y un importante centro bibliográfico, documental y numismático.



Fuente: [Museo](#) , Fecha de recuperación, 19/11/23

Museo Nacional de Arte Decorativo, Avenida del Libertador 1902, C1425AAS, CABA.

Museo dedicado al diseño y las artes, entre sus exhibiciones podrás encontrar esculturas, pinturas, tapices, armas, cerámicas y miniaturas de origen europeo y oriental, hechos entre los siglos XVI al XX. Un vistazo a los testimonios artísticos de eras anteriores.



Fuente: [Ministerio Cultura Argentina](#) , Fecha de recuperación, 19/11/23

El Museo Histórico Nacional del Cabildo de Buenos Aire, Bolivar 65, CABA

Este recinto tiene un valor histórico incalculable, fue escenario de la Revolución de Mayo de 1810, es símbolo de la construcción de la Argentina moderna. Idea para adentrarse en la historia argentina y hacer un recorrido por el período colonial y el proceso revolucionario que le puso fin. Su patrimonio está conformado por documentos, pinturas y objetos de los siglos XVII al XX.



Fuente [Historical Museum of the Cabildo](#), recuperado el 19/11/23

Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur, Libertador 8151, Núñez

Museo ideal para conocer la geografía, de las Islas Malvinas y su contexto político-cultural, se enfoca en las recuperaciones de las distintas experiencias sociales en torno a la guerra que se libró en las Islas en el año de 1982. Así, el Museo ofrece numerosas experiencias que vinculan a las islas con los procesos históricos de la región del Atlántico Sur.



Fuente: [Museo](#), recuperado el, 19/11/23

12.7 Turismo de aventura.

- Trekking y senderismo: Argentina cuenta con muchas rutas de trekking que atraviesan una variedad de paisajes asombrosos, desde las majestuosas montañas de

la Patagonia hasta las selvas subtropicales en el norte del país. Uno de los destinos más notables es el Parque Nacional Los Glaciares en la Patagonia, que alberga el famoso Glaciar Perito Moreno. Se pueden disfrutar de caminatas en medio de la belleza natural.

- **Montañismo y escalada:** Los Andes argentinos son un paraíso para los alpinistas de la alta montaña y la escalada. El Cerro Aconcagua, la montaña más alta de América del Sur, es un desafío que atrae a escaladores de todo el mundo. La región de Mendoza es conocida por sus impresionantes paredes de granito y oportunidades de escalada en roca.
- **Rafting:** Los ríos de Argentina, en particular en la región de la Patagonia y la provincia de Mendoza, ofrece experiencias emocionantes de rafting. Rápidos, turbulentos y paisajes impresionantes.
- **Buceo y snorkel:** La costa atlántica argentina, con destinos como Puerto Madryn, es un lugar perfecto para meterse al mar a nadar y ver vida marina. El buceo y el snorkel te permiten conocer la vida submarina, incluyendo ballenas, pingüinos y lobos marinos. Las aguas cristalinas y la abundante vida marina hacen que esta experiencia sea única.
- **Parapente y ala delta:** Si buscas emociones en el aire, Argentina ofrece oportunidades para volar en parapente y ala delta. Las regiones de Córdoba, Mendoza y Bariloche son ideales para estas actividades. Disfrutarás de vistas panorámicas impresionantes mientras surcas los cielos.

12.8 Oferta teatral y conciertos.

Obras teatrales

Votemos, Teatro Metropolitan (Buenos Aires), 15 nov al 26 nov

La Última Sesión de Freud Teatro Picadero (Buenos Aires), 18 nov al 26 nov

El Cuarto de Verónica, Teatro Metropolitan (Buenos Aires), 14 nov al 21 nov

[El Beso de la Mujer Araña, en Buenos Aires](#)

[Teatro Buenos Aires](#) (Buenos Aires) Teatro, 16 nov al 09 dic

Conciertos:

Kakush, sábado 20 enero 2024

Maldito Veneno, viernes 02 febrero 2024

Ellen Allien, jueves 08 febrero 2024

Blanco White, domingo 25 febrero 2024

JONAX, miércoles 28 febrero 2024

Laura Pausini, sábado 02 marzo 2024

Bora Uzer, domingo 10 marzo 2024

Lebanon Hanover, viernes 15 marzo 2024

Karamelo Santo, viernes 15 marzo 2024 – domingo 17 marzo 2024

[Lollapalooza 2024](#), sábado 23 marzo 2024

Maria Becerra, viernes 05 abril 2024

Russian Circles, sábado 06 abril 2024

12.9 Oferta de espectáculos /Oferta deportiva.

Liga Profesional Argentina LPF

El fútbol es parte importante de la vida del argentino, tanto o más que el asado o el mate, este deporte se vive de una manera totalmente diferente en esta parte del mundo, si quieres vivir adrenalina pura, tan solo tienes que asistir a un partido en estas tierras.

Acorde con el diario deportivo AS, la temporada normalmente inicia a principios de enero y termina a finales de julio, según la LPF (Liga profesional Argentina) algunos de los equipos que juegan como local en la ciudad de Buenos Aires son Argentinos Juniors, Arsenal, Banfield, Atletico Barracas Central y Boca Juniors, este último es parte del mito histórico argentino y una de las principales imágenes de Argentina a nivel mundial. Tendrás la posibilidad de contemplar algunos de los recintos más emblemáticos del contexto futbolero en el plano internacional, tales como “La Bombonera”, el Diego Armando Maradona o el Florencio Sola.

Criquet

La sede de la liga nacional se encuentra en Buenos Aires, por lo que asistir a los eventos deportivos relacionados a esta disciplina será una gran opción. De acuerdo con el diario local Redacción y su recopilación histórica, este deporte se juega en la Argentina desde la década de 1830. The British Packet, medio impreso que solía publicarse en ese entonces en Buenos Aires, hacía referencia a un partido de cricket jugado en las inmediaciones de la ciudad. Por lo que ser participa de un encuentro entre los clubes de criquet argentinos será vivir una de las tradiciones deportivas del país.

Rugby

Otro deporte histórico y que mueve a las masas. Acorde con Unión de Rugby de Buenos Aires (URBA) La historia del rugby en Argentina inicia en los comienzos del siglo XX cuando se funda “The River Plate Rugby Union”, uno de los primeros organismos deportivos enfocados a este deporte. Con el paso del tiempo, dicha disciplina cobró fuerza a lo largo de Argentina y sus países vecinos, ganando popularidad hasta convertirse en uno de los principales deportes del país de la plata. En la actualidad el deporte ha sido formalizado a nivel profesional, en consecuencia la liga local de Buenos Aires está integrada por 91 clubes que participan en seis diferentes categorías.

13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales

En el capítulo número 13 se abordará un tema en específico que es el de los programas de fomento y apoyos de los cuales Eduardo Valderrama puede apoyarse para poder ir a la residencia de R.A.R.O en Argentina y para que él pueda crear y producir aquí en México. En este caso, se analizarán las opciones disponibles en las que el pueda participar para poder obtener estos fomentos.

13.1 Apoyos federales secretaría de Economía.

Uno de los apoyos económicos que Valderrama puede utilizar es el programa llamado “Programa de Entrega de Estímulos del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes” (PECDA, [PECDA en Línea - Inicio \(cultura.gob.mx\)](http://cultura.gob.mx)). Este programa se enfoca en ayudar a las personas relacionadas en el desarrollo de proyectos culturales y artísticos en Jalisco, considerando que las personas presentan limitaciones en la creación, producción y distribuciones de bienes y servicios. Se otorgan apoyos económicos como becas para disciplinas como: Artesanías, artes plásticas, arte público efímero, cine y video, cultura indígena, cultura popular, danza, letras, música, teatro, y patrimonio edificado. Los montos que se otorgan pueden ir desde los 10,000 pesos a los 100,000 según las características del proyecto y el jurado.

Por otra parte un apoyo económico del cual se puede aplicar a Proyecta Traslados que es un programa del gobierno del estado de Jalisco por medio de la Secretaría de Cultura, es importante mencionar que se tienen dos periodos de aplicación al año ambos semestrales los cuales se pueden encontrar en la misma página de Traslados.

Informes Proyecta: proyecta.sc@jalisco.gob.mx

Página Proyecta: <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10801>

PORTAFOLIO

EDUARDO VALDERRAMA
ARTISTA GRAFICO



Fuente: Creación propia

STATEMENT

Eduardo Valderrama es un artista que nos transporta a un mundo mágico a través de sus obras, algunas de ellas llenas de misteriosos personajes circenses y una paleta de colores ocres y azules cálidos característica en toda su obra. Con 25 años de experiencia en el mundo del arte, Valderrama sigue pintando con la misma ilusión e imaginación que tenía cuando comenzó su carrera. Al contemplar sus obras, indudablemente nos conecta con nuestra infancia interior. La arquitectura del viejo Guadalajara se refleja de manera evidente en su pintura.



Fuente: Creación propia

TRAYECTORIA

- 1983: Comienza a estudiar animación con Guillermo del Toro y realización de primer cortometraje.
- 1983-1987: Participación en el Festival de la expresión.
- 1987-1989: Primera incursión en la música.
- 1989-1993: Estudia Ciencias de la Comunicación en ITESO.
- 1994-2000: Trabaja como diseñador publicitario, Comienza a experimentar con arte digital, Tiene sus primeras exposiciones en galerías.
- 2000-2003: Se dedica principalmente a la pintura; Participación en múltiples exposiciones, subastas y logra posicionarse en la industria artística de forma autodidacta.



*Fuente:
Creación
propia*



Mago abstracto
Óleo sobre papel opalina
106 x 76 cm
2011

Fuente: Creación propia

Fuente: Creación propia

Fuente: Creación propia

Figura en azul y rojo
Acrílico sobre papel
55 x 45 cm
2016



55 x 45 cm

Fuente: Creación propia

El explorador
Óleo sobre tela
120 X 80 cm
2016



Fuente: Creación propia

Autorretrato con Disfraz de arlequín
Acrílico sobre madera
60 x 52 cm
2018



Toro
Xilografía sobre papel secante
43 x 43 cm
2020

Fuente: Creación propia



Mago con las llaves de la ciudad
Mixta sobre tela
100 x 100 cm
2022

Fuente: Creación propia



Metáfora urbana II
Mixta sobre tela
126 x 84 cm
2022

*Fuente:
Creación
propia*



Metropolis
Mixta sobre tela
80 x 67 cm
2023

Fuente: Creación propia

*Fuente:
Creación
propia*

El Juramento
Acrílico sobre papel
196 x 80 cm
2023



Figuras africanas
Mixta sobre papel
110 x 120 cm
2023



Fuente:



Virgen IA
Mixto sobre madera
80 x 60 cm
2023

Creación propia

CONTACTO

3.

© @valderramapaint

Reflexión crítica y ética de la experiencia

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Maximiliano Me extraña mucho el hecho de que un artista que tiene más de 25 años de trayectoria aún no ha podido posicionarse a nivel nacional y mucho menos ser un exponente a nivel internacional, aun teniendo obras con fundamentos artísticos tan profundos. Este hecho me hace darme cuenta de la realidad de vivimos no solo en nuestro país sino en la vida como tal, pues tener un excelente producto no nos garantiza el éxito sobre los demás. Realmente nadie tiene garantizado el éxito. Me encantaría ver a Eduardo siendo un exponente de su arte como se merecen sus obras, esto me incentivó a crear un proyecto competente para apoyar a nuestro artista. Yo tengo un punto de vista en los temas laborales con un fin muy económico, debido a mi formación y a una participación activa en ambientes laborales desde mi entrada a la universidad, es por esto que me causó tanta impresión ver su carrera artística muy profesional pero carente de frutos económicos después de un periodo de tiempo tan largo, pero al convivir con Eduardo me di cuenta que no todo en la vida es lo económico y tampoco es la fama, sin duda alguna la finalidad de Eduardo más que estos dos aspectos va más allá hacia su trascendencia en su obra y para mi fue un gran golpe y una gran realización ver que hay personas que dedican su vida al arte puro, a la religión, a su familia o otros fines trascendentales más allá del dinero.

Miguel: Como lo vengo diciendo desde mi primer proyecto de aplicación profesional, ya había estado cerca de contextos “de arte” pero nunca en mi vida me veía rodeado de todo lo que conforma el mundo artístico, o al menos el de Guadalajara y el de Jalisco.

Por lo que incluir todos estos factores como la gestión, las relaciones públicas y el comportamiento de mercados locales entre otras variantes hicieron que mi percepción de este proyecto cambiará por completo.

El primer abordaje con Eduardo me permitió notar cualidades de una cotidianidad completamente diferente a todo lo que había visto, la forma en que trabaja y cómo lo trabaja era inconcebible para mi, pensando en un sistema capitalista donde la producción laboral a cambio de pagos programados es indispensable para la estabilidad de los grupos humanos. Su forma de vivir y en este caso, “ganarse la vida” es un fenómeno que nunca vi de tan cerca. A través del semestre fui comprendiendo poco a poco el entendimiento con el que Eduardo trabaja y se relaciona, tras un par de pláticas, foros y visitas a galerías, supe que su modo de “sobrevivir” es el de cientos de personas en esta ciudad, pero tras haber visto un poco más del mercado, las legislaciones al respecto y la manera en que se llegan a acuerdos en este ámbito, concluí que no era una situación tan alarmante como yo lo pensaba en un principio.

3.2 Aprendizajes logrados

Maximiliano: Yo personalmente tuve una experiencia muy positiva, me gusto mucho la parte de conocer a los artistas y tuve la oportunidad de convivir y conversar un poco con Eduardo quien es una gran persona, totalmente entregado a su trabajo como artista que yo creo fue lo que más me impresionó a mi personalmente. Aprendí mucho del proceso por el que pasa una obra de arte hasta que llega a comercializarse y de cómo algunas pinturas pueden durar hasta décadas para que un artista las exhiba de manera pública, realmente el tema del arte sobre todo en México es muy complejo y tiene varios obstáculos para poder llegar a la excelencia comercial. Este proyecto fue retador para mi por que yo nunca me había involucrado en el arte, este es un mundo totalmente nuevo para mi y me sentí expuesto y susceptible a nuevas experiencias y aprendizajes. El PAP cumplió con mis expectativas, se relaciona directamente con mi carrera ya que es muchos temas de marketing pero marketing personal, es decir de cómo promocionar a una persona, lo que me resultó muy interesante.

Miguel: Mas que aprendizaje, yo lo llamaría contextualización, al final del día es un rubro que funciona como todas las estructuras sistemáticas en las sociedades actuales, cuenta con un marco jurídico delimitado desde el estado, un mercado con variantes como la valoración, especulación o incluso la inflación, está sustentado por la fuerza laboral y también y se rige bajo un sistema de monopolios y transacciones, traducidos a intermediarios o galerías.

Por lo tanto, tanto mi equipo como yo tuvimos que implementar prácticas pertinentes a todos estos aspectos, y creo que justo en ese proceder, todos los integrantes del equipo obtuvimos un aprendizaje de cómo desenvolverse en este tipo de entornos, que hacer antes diversos escenarios, como reaccionar si nuestros supuestos no se cumplen, en esencia, como dirigir desde lo publicitaria, lo social y lo público una campaña o un pequeño proyecto, eso me llevo yo de este PAP.