

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Estudios Socioculturales

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Economía Social



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J04A: Inteligencia Cultural y Comercial para los Negocios Internacionales

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Karla Joanna Aguilar Angeles

Lic. En Administración y Emprendimiento. Luis Rogelio Gutiérrez González

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Diego Orlando Ibarra Ascencio

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Paul Alexis Gallardo Villanueva

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Jazmine Lizeth Santos

Lic. En Relaciones Internacionales. Alfredo Valenzuela Pontones

Profesor: Dr. Eduardo Antonio Revilla Taracena

Tlaquepaque, Jalisco, noviembre de 2023

Contenido

REPORTE PAP	¡Error! Marcador no definido.
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	¡Error! Marcador no definido.
Resumen	¡Error! Marcador no definido.
1. Introducción	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
1.1.1. Objetivos específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.2. Justificación	¡Error! Marcador no definido.
1.3 Antecedentes	¡Error! Marcador no definido.
1.4. Contexto.....	¡Error! Marcador no definido.
2. Desarrollo	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Sustento teórico y metodológico	¡Error! Marcador no definido.
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
3. Resultados del trabajo profesional.....	¡Error! Marcador no definido.
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
5. Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.
6. Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexos.....	¡Error! Marcador no definido.

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) (coparticipación) 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 estas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, cocrear 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

El PAP de “Inteligencia cultural y comercial para los negocios internacionales” del periodo otoño 2023 tiene como propósito general, lograr la participación exitosa de artistas en una misión, feria o exposición internacional, dotándolos de todos los elementos necesarios para lograrlo. El semestre previo (otoño 2022) se llevó a cabo este PAP con dos artistas diferentes, para esta ocasión los objetivos y propósitos son esencialmente los mismos, sin embargo, se hicieron modificaciones al contenido y los productos a realizar para de esta forma obtener resultados más enriquecedores y beneficiosos.

Entre los principales objetivos y alcances del PAP están: ayudar a artistas a participar en una feria internacional, fortalecer su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales, además de incorporar el análisis cultural del país destino.

La metodología de este proyecto consistió en que se dividió al grupo en dos equipos con el fin de que cada uno elaborará un documento o guía sobre los aspectos importantes a cubrir y que cuyo contenido brindará las herramientas e información necesaria a los artistas para su participación en las ferias seleccionadas para cada uno.

Los resultados y productos más relevantes de este proyecto son dos guías con información relevante sobre temas logísticos, operativos, financieros, culturales, de ocio, apoyos a los artistas e información de las ferias seleccionadas. A partir de estos documentos podrán analizar y evaluar su participación en la feria. Adicionalmente se crearon portafolios para los artistas y se les dio acompañamiento en la búsqueda de alternativas y oportunidades dentro del mercado nacional.

1. Introducción

La experiencia PAP es un proyecto de aprendizaje y servicio comunitario que involucra a estudiantes, profesores, miembros de la sociedad y líderes de organizaciones en la construcción colaborativa de soluciones para problemas específicos en un período de tiempo determinado. Este enfoque de lógica de proyecto fomenta un estilo de trabajo participativo y recíproco entre todos los participantes.

1.1. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto fue la elaboración de un plan donde se ejecute exitosamente la participación de artistas con distintos campos de especialidad en una misión internacional, feria o exposición, dotándola de todos los elementos necesarios para lograrlo e incorporando el análisis cultural como parte del valor agregado. Los beneficiarios de este proyecto fueron el artista Juan Pablo Ramírez y la artista multidisciplinario Luci Williams, siendo Juan originario de Guadalajara, Jalisco y Luci de Ajijic Jalisco. Uno de los retos más importantes fue el elaborar el reporte de una manera en la que estuviera lo más entendible posible ya que por la precepción tan distintas entre los artistas y los involucrados en la elaboración proyecto dieron pie a malinterpretaciones acerca de sus obras y método de trabajo.

La estrategia empleada en este proyecto implicó la participación de dos artistas que deseaban asistir a diferentes ferias internacionales. Para alcanzar este objetivo, se organizó al grupo en dos equipos, cada uno encargado de elaborar una guía detallada y estructurada utilizando una rúbrica, con el fin de abordar los aspectos relevantes y proporcionar a los artistas las herramientas e información necesarias para su participación en las ferias de su interés. Como resultados significativos del proyecto, se obtuvieron dos guías que contienen información crucial sobre los aspectos logísticos, operativos, financieros, culturales, de entretenimiento, apoyo para los artistas e información específica de las ferias a las que desean asistir los artistas. A partir de este análisis, los artistas pueden realizar una evaluación y tomar decisiones más informadas con respecto a su participación en las ferias internacionales y la estrategia comercial para posicionar al artista en el ámbito local.

1.1.1. Objetivos específicos

- Identificar las necesidades y requerimientos particulares de los artistas sobre las ventajas de promover de manera local, nacional e internacionalmente su obra plástica.
- Analizar el entorno local, nacional e internacional destacando los riesgos y oportunidades para el mercado de arte.
- Identificar las fortalezas y debilidades del artista para lograr profesionalizar su carrera artística gracias a la curaduría profesional de expertos.
- Desarrollar y/o mejorar la carpeta del trabajo del artista como elemento efectivo de promoción.
- Proponer y desarrollar una estrategia comercial para lograr colocar obra del artista en diferentes escenarios como: Hoteles Boutique, restaurantes gourmet, centros culturales, entre otros.
- Identificar los apoyos nacionales y/o internacionales en donde los artistas puedan participar como son: Becas, estancias, festivales, bienales de arte, colaboraciones entre otros.

- Promover las ventajas de contar con el reconocimiento del derecho de autor y de marca como parte del valor agregado al artista.
- Proponer y desarrollar alianzas y colaboraciones del artista con diferentes marcas y servicios.
- Proponer una línea de artículos y productos de marketing directo como elementos para diversificar los ingresos del artista

1.2. Justificación

El PAP de Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales se desarrolla en el escenario de las ferias y exposiciones internacionales de arte.

Las ferias internacionales son una herramienta para la promoción de productos y/o servicios, considerándose una actividad comercial, que facilita las transacciones comerciales entre países. Estas constituyen una oportunidad para desarrollar e incrementar las exportaciones. Al concentrarse en un lugar y período determinado tiempo: importadores, agentes, traders, distribuidores, representantes, inversionistas, galeristas, entre otros., permiten al empresario ampliar sus contactos con potenciales compradores.

Una feria de arte es un evento en cuyo transcurso, un grupo de galerías acuden a una ciudad y llevan sus mejores obras para la venta al público. Estas ferias son organizadas por las asociaciones de galeristas, en colaboración con otras entidades públicas y privadas, las cuales permiten colocar obra nacional e internacional, resultado un negocio de ganar-ganar para ambas partes, ya que se ayuda a los artistas a expandir su cartera de clientes, así como la feria se posiciona a nivel internacional por sede de eventos de alta categoría que impulsan el arte y cultura.

1.3 Antecedentes

En el contexto actual, la creación artística se enfrenta a desafíos significativos en su camino hacia la visibilidad y reconocimiento. Este proyecto surge como respuesta a la necesidad imperante de proporcionar a los artistas una plataforma eficaz para darse a conocer y compartir sus obras con un público más amplio. Los antecedentes abarcan diversos aspectos sociales, tecnológicos, institucionales, comunitarios y organizacionales que han contribuido a la problemática identificada y han dado forma a la evolución de la iniciativa.

1.4. Contexto

En México, el arte y la cultura se enfrentan a una serie de problemas que dificultan su desarrollo. Uno de los principales problemas es la falta de apoyo financiero del gobierno. Los artistas mexicanos reciben muy poca ayuda económica, lo que les dificulta crear y difundir su obra. A nivel internacional, también existen pocos programas de apoyo al arte, lo que limita las oportunidades de los artistas mexicanos para internacionalizar su trabajo.

Otro problema es la falta de información sobre el mercado internacional del arte. Los artistas mexicanos, tanto emergentes como consolidados, no tienen acceso a información sobre cómo funciona el mercado del arte, lo que les dificulta negociar sus obras y obtener mejores precios. Además, muchas obras de arte se adquieren como inversión, no por su valor estético o cultural. Esto hace que los precios se inflen artificialmente y se alejen de su verdadero valor.

La falta de transparencia en el mercado del arte es otro problema importante. Muchas veces no se conoce el verdadero valor de las obras ni quiénes son los compradores o vendedores. Esto puede llevar a la manipulación de precios y a la creación de monopolios en el sector.

La autenticidad de las obras de arte es un problema recurrente en el mercado. La falsificación de obras de arte es una práctica común, lo que puede afectar seriamente el valor y la reputación de las piezas originales. Además, la falta de regulación y de estándares claros para la autenticidad dificulta la identificación de las obras auténticas.

Por último, el acceso al mercado del arte está limitado a un grupo reducido de personas con altos ingresos. Esto hace que muchas obras de arte estén inaccesibles para el público en general, lo que limita su capacidad para disfrutar de la cultura y la belleza.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Las nociones emergentes de economía social representan una nueva forma de pensar la economía. Estas nociones ponen en valor la dimensión social de la economía y buscan promover un modelo económico más justo y sostenible. La economía social tiene un papel importante que desempeñar en el desarrollo de estas nociones. La economía social puede aportar su experiencia y su conocimiento para ayudar a consolidar estas nuevas formas de economía.

En concreto, la economía social puede contribuir a las nociones emergentes de economía social de las siguientes maneras:

- Promoviendo la innovación social: La economía social tiene una larga tradición de innovación social. Las empresas sociales, las cooperativas y otras entidades de la economía social han desarrollado nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales.
- Desarrollando la economía colaborativa: La economía social puede contribuir a la creación de espacios de colaboración y cooperación entre

- personas. Las empresas sociales y las cooperativas pueden desarrollar plataformas y herramientas que faciliten la economía colaborativa.
- Promoviendo la responsabilidad social empresarial: La economía social puede sensibilizar a las empresas sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial. Las empresas sociales pueden servir de ejemplo a otras empresas en la integración de los valores sociales en la cultura corporativa.
 - Contribuyendo al desarrollo de la economía circular: La economía social puede ayudar a reducir el consumo de recursos y la generación de residuos. Las empresas sociales y las cooperativas pueden desarrollar nuevos modelos de producción y consumo que sean más sostenibles.
 - Promoviendo la economía del bien común: La economía social puede contribuir a la construcción de una economía más justa y sostenible. Las empresas sociales y las cooperativas pueden promover los principios de equidad, justicia social y sostenibilidad ambiental.

La economía social tiene un papel importante que desempeñar en el desarrollo de las nociones emergentes de economía social. La economía social puede aportar su experiencia y su conocimiento para ayudar a consolidar estas nuevas formas de economía.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

Descripción del proyecto

Para dar inicio con la planeación alternativa, el grupo se dividió en 2 equipos para que cada uno de los equipos tuviera una reunión con el artista correspondiente. En las reuniones se dio a conocer el artista, su trabajo, historia, y trayectoria. Después cada uno de los equipos investigaron y crearon diferentes propuestas de ferias para que el artista las conociera y decidiera en cual participar, una vez escogida la feria se empezó a desarrollar la guía estructurada mediante una rúbrica según los objetivos deseados del artista basándonos en información que es importante, por

ejemplo, la logística, operaciones, finanzas y momentos de descanso del país en el cual se llevará acabo la feria seleccionada por el artista, además de apoyos para artistas e información de ferias que los artistas quieran participar. Con esto el artista tendrá mayor conocimiento del lugar al cual asistirá y podrá tomar la mejor decisión para saber si participará en la feria o no brindar apoyo a los artistas en su participación en ferias internacionales ayuda a consolidar su presencia en mercados globales, donde su obra puede ser apreciada y valorada en mayor medida, fortaleciendo así su posicionamiento.

Posterior a esto se trató de involucrar al mercado local a ambos artistas proponiendo en varios lugares dejando la obra en consignación para la venta así también con propuestas de marketing directo en una tequilera y en propuestas de uso en ropa o bisutería así también como marketing digital.

Plan de trabajo

Es el ordenamiento en el tiempo de las acciones que se han realizado para el logro de los objetivos y/o productos diseñados. Por favor referirse a la tabla para las fechas previstas de trabajo. Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas y operativas.

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Desarrollo de proyecto escrito																
Descripción de la obra de los artistas																
Descripción marca personal (redes sociales)																
Descripción oferta de valor y características																
Propuesta de la feria y alternativas																

Desarrollo de propuesta de mejora

Exploramos distintas galerías, consultamos con varios expertos en diferentes ámbitos para lograr obtener una propuesta de mejora acertada para los artistas. Nos reunimos con expertas en valoración de obras, marketing y modas reunimos con el objetivo de adquirir conocimientos sobre los aspectos clave. Esto nos permitió desarrollar 3 distintas propuestas. Primera es un acercamiento a marketing directo, la segunda un diseño de stand que presentamos al artista para la propuesta a colaboración con una tequilera y tercera diseños de propuesta para la colaboración con modas.

Durante estas interacciones, recibimos recomendaciones valiosas y una explicación detallada sobre los elementos que realzan la apreciación de una obra y cómo presentarla eficazmente al público para que puedan disfrutarla plenamente. Aquí podemos observar alguno de los diseños que fueron propuestos.

3. Resultados del trabajo profesional

Juan Ramher

En primer instante, se desarrollaron propuestas de marketing directo basadas en el análisis del trabajo del artista. Bajo la consultoría con Maestra Vanessa Castro Líbano, experta en marketing, para el desarrollo de las mismas. Dado que las obras del artista son bastante comerciales sugerimos el acercamiento a este canal de venta.



Se obtuvo una reunión con la Maestra Blanca Robles Sánchez coordinadora de modas en el ITESO, para fusionar el arte de Juan Ramher con artículos de moda. Interés por ambas partes para la posible colaboración. Posteriormente se llegarán a acuerdos.



Después se obtuvo una consultoría con el Licenciado Isaac García para una posible colaboración con Tequilera la Joya en donde se desarrolló la propuesta como tal. La propuesta inicial fue crear etiquetas o empaques atractivos fusionados con la obra del artista y la marca de tequila.

No obstante, el dueño prefirió un acercamiento más auténtico. La propuesta final es un stand donde se muestre una sinergia entre las obras y el tequila. Por consecuencia, habrá una negociación entre el artista y el Licenciado Isaac García. Esto último queda fuera del Proyecto de Aplicación Profesional.



Hubo un acercamiento con Neretta Café para la venta a consignación. El artista decidió no continuar posicionando sus obras en el recinto porque hubo un desacuerdo con el convenio, refiriéndose a la.

Continuando con el acercamiento a espacios para colaboración. Se obtuvo la colocación para venta a consignación de 7 obras en el restaurante Soul & Moon ubicado en calle Juan Manuel #1584, Guadalajara. Se logró negociar con el restaurante para que se cobrará el 15% de la venta de las obras, además se posicionaron las obras de acuerdo a la opinión del artista debido a que fue tomado en cuenta para todas las decisiones respecto a su obra.



Luci Williams

Colocación de obras en el restaurante Soul & Moon ubicado en calle Juan Manuel #1584, Guadalajara.

La negociación culminó en un 15% de comisión por la venta de alguna de las obras en un periodo de 3 meses en el cual se encuentran en exhibición.



Colocación de obras en la cafetería Neretta ubicada en Av. Las Rosas #539 A.

Para la venta a consignación, donde en este caso el local no recibirá comisión por la venta de las obras, las obras permanecerán en la cafetería hasta el fin de año.



Se inició contacto con la tequilera La Joya, la idea original fue la de una colaboración para la creación de una etiqueta diseñada por la artista, sin embargo, la iniciativa fue rechazada por la marca y se planteó en su lugar el diseño de un stand promocional para el tequila con el arte de Luci Williams.



4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

Abordar estas problemáticas podría implicar el desarrollo de políticas culturales que fomenten la diversidad artística, la creación de más espacios de exhibición accesibles y la promoción de programas educativos en arte. Además, el apoyo de la sociedad y la conciencia sobre la importancia de respaldar a los artistas emergentes contribuirían al crecimiento y la vitalidad del arte contemporáneo en México. De las principales problemáticas que pueden existir es la Falta de apoyo institucional. A menudo, los artistas emergentes carecen de recursos y apoyo institucional para desarrollar y exhibir sus obras. La falta de galerías accesibles y espacios de exhibición adecuados dificulta la visibilidad de los artistas no establecidos. Otro problema es que muchos artistas emergentes enfrentan dificultades económicas para financiar sus proyectos y estudios. La inversión en materiales artísticos y la participación en eventos y exposiciones pueden resultar prohibitivas. La competencia en el ámbito artístico también es muy intensa, y los artistas emergentes a menudo luchan por obtener reconocimiento en un mercado saturado. La falta de visibilidad puede afectar negativamente su capacidad para establecerse y progresar en sus carreras. La Falta de educación artística y la falta de programas educativos sólidos en algunas regiones puede limitar las oportunidades para los artistas emergentes. El acceso a una educación artística de calidad es esencial para el desarrollo de nuevas voces en el panorama artístico. Y, por último, La comercialización y venta de obras de arte emergente pueden ser complicadas. La ausencia de una red sólida de agentes y galerías que respalden a estos artistas puede dificultar la entrada al mercado del arte.

Aprendizajes profesionales

Como principales competencias desarrolladas fue el crear y establecer habilidades para comunicarnos de manera clara y ser persuasivos con la visión del artista para diversos públicos, desde entusiastas del arte hasta posibles patrocinadores para los artistas de este proyecto. Así, comprendimos a profundidad cómo se maneja el mercado artístico y el comportamiento de los consumidores de este. Hicimos investigaciones sobre las ferias potenciales, así como lugares estratégicos en Guadalajara para posicionar obras y atraer compradores. Por tanto, practicamos la negociación con aliados estratégicos y la promoción con colaboraciones en diversos artículos físicos. Por otro lado, fomentamos la comunicación asertiva, la distribución de actividades con el manejo de tiempo y sobre todo el trabajo colaborativo y eficiente. El entendimiento profundo de técnicas artísticas, estilos y corrientes contemporáneas, permitiendo una apreciación crítica y una mejor comunicación sobre el trabajo del artista. De la mano de otras áreas como la mercadotecnia, la logística, la negociación, la moda y el diseño. Pudimos enriquecer la experiencia al aportarle al proyecto herramientas y estrategias de cada área del conocimiento, haciéndolo de manera profesional y completa. Adquirimos conocimientos sobre las tendencias económicas en el mercado de arte y las dinámicas del mercado artístico, identificando oportunidades y desafíos para la sostenibilidad financiera del proyecto. Asimismo, aprendimos que las obras artísticas no se devalúan, y al contrario, existe la tendencia a que se subasten y alcancen grandes valoraciones.

La necesidad constante de estar innovando en el mercado y saber adaptarse a las cambiantes dinámicas del arte, nos enseñó la importancia de mantener un enfoque proactivo y orientado a la innovación en nuestra carrera profesional. También rodearse de aliados estratégicos es una gran ventaja, por ejemplo, socios comerciales, asesores, expertos sobre el tema o que ya hayan tenido experiencia, profesionales de otras áreas, etc. Siempre se necesita el apoyo de otras personas

preparadas y gracias al trabajo colaborativo se puede potencializar cualquier desarrollo de proyecto.

Aprendizajes sociales

Logramos como grupo preparar este proyecto en base a que nos planteamos objetivos a cumplir, y con ellos creamos un plan de trabajo donde las actividades se distribuyeron entre el tiempo y las personas que conformamos los equipos. Fuimos dándole seguimiento a la estructura de las metas a alcanzar y se nos revisaron los avances por parte del artista y los asesores. Así pues, pudimos tomar decisiones asertivas que aportaran a este proyecto según se nos presentaban las oportunidades. Nuestra iniciativa incluyó creatividad de cada integrante, originalidad, espíritu emprendedor, y por ello motivó una calidad de vida para el entorno en el que nos enfocamos. Las prácticas sociales que realizamos se enfocaron mayormente en mostrar y promover al mundo las obras de dos talentosos artistas. Que bajo sus piezas buscan transmitir sus propios pensamientos y mensajes con sus admiradores; así pues, un ámbito de la sociedad en la que pudimos innovar fue en la cultura. Además de que se crearon ideas de artículos creativos y novedosos que el mercado pudiera interesarse en comprar. A grandes rasgos, manejamos lo que estuvo a nuestro alcance sobre relaciones públicas de los artistas, ya que conseguimos contactos con futuros socios para colaborar con sus marcas. Por tanto, los grupos sociales que fueron beneficiados a partir de este PAP, fueron los equipos de trabajo relacionados con los dos artistas, así como los dueños de restaurantes, dueño de la marca de tequila, y demás colaboradores. La venta y promoción de arte mejoraron el entorno económico de las personas mencionadas anteriormente. Por otro lado, podemos agregar que el proyecto tuvo algunos cambios debido a condiciones que no se dieron en torno a las ferias internacionales, sin embargo, pudimos modificar algunos puntos y agregar nuevas propuestas. Era probable que el planteamiento inicial girara un poco porque no había tanta certeza sobre las probabilidades de participación. Los resultados

esperados se vieron impactados en cierta medida, pero también pudimos acceder a otros beneficios para el desarrollo de los artistas. En el futuro, se pueden seguir los lineamientos para que los artistas continúen su carrera profesional y puedan promocionarse a diferentes zonas geográficas y con diferentes audiencias. La base está en que continúen enriqueciendo su experiencia y trayectoria. En conclusión, el acompañamiento que les hicimos a los artistas nos invitó a reflexionar sobre la compleja composición del mercado artístico y claramente nuestra visión y supuestos hacia esta expresión cultural humana se conformaron de una manera más valiosa y significativa.

- **Aprendizajes éticos**

Recibimos enseñanzas en cada actividad que realizamos, ya que tuvimos que tomar decisiones donde actuáramos con buena fe y siempre cuidando los intereses de los artistas. Así que, a lo largo del proyecto tuvimos una comunicación honesta tanto con ellos, como con los distintos colaboradores. Como equipo cuidamos que se tomaran en cuenta las opiniones de cada uno de los miembros y por consiguiente llegar a un consenso, asimismo requeríamos la aprobación de los asesores y dueños.

En general, podemos decir que obtuvimos resultados beneficiosos para ambos artistas porque trabajamos en el proyecto de una manera íntegra y transparente. Esta experiencia nos invita a cuestionarnos sobre el impacto que ocasionaremos en una persona que confía en nosotros, por lo que hay que ejercer nuestra labor y profesión de una manera correcta.

- **Aprendizajes en lo personal**

Luis Rogelio:

A nivel personal puedo decir que esta experiencia trabajando con Luci llegué a valorar lo que es el arte y el trabajo que conlleva cada una de sus obras adentrándome hasta en los materiales utilizando así comprendiendo por que valen ese precio ya que al principio del semestre se me hacía que el arte de cualquier artista estaba a mi parecer sobrevalorado por que se me hacían los precios muy altos para las obras de arte pero después de este semestre se me hace bastante justo el precio de las obras debido al proceso tanto creativo como el mismo material y costos del mismo logre comprender como se maneja un poco por encima la industria del arte ya que las conferencias que tuvimos y las visitas de campo que fuimos me hacían reflexionar más del trabajo de estos artistas también así me gustó mucho trabajar en equipo dándole mucha importancia a las diferentes habilidades de mis compañeros pudimos llevar a cabo este proyecto así aportando a mi formación y en mis habilidades de trabajo en equipo y profesionales de negociación y organización empresarial.

Paul Alexis:

En este semestre se pudieron lograr varias metas y objetivos tanto personales como profesionales, además se pudo implementar y poner en práctica todos los aprendizajes que se han adquirido durante la licenciatura. Cada práctica que se llevó a cabo tenía su propósito y con el cual puedo decir que me ayudo bastante a crecer profesional, abrir nuevas oportunidades que en un futuro me van a servir en la vida laboral. Estar en contacto con el artista que en este caso fue Juan Rahmer fue una experiencia que me llevo como un aprendizaje nuevo y en la cual puedo mejorar algunas cosas que en su momento no salió como se planeó. Además de las reuniones con diferentes profesionistas que nos daban su apoyo y recomendaciones para poder hacer un mejor trabajo que al final nos sirvió bastante para elaborar nuestro proyecto con un nivel de calidad adecuada.

Karla Joanna:

El trabajo durante este semestre me ayudo a entender mejor el mercado del arte. Ahora puedo reconocer que el arte es un negocio que es bastante grande y que no todas las personas lo reconocen. Trabajar junto a mis compañeros además de aprender a crear una sinergia y balance para completar todas las metas de investigación, me ayudo a crecer. Creo que los aprendizajes de experimentar la vida profesional que nos otorgó este proyecto son invaluable y me siento satisfecha con los logros que obtuvimos.

Alfredo:

En mi experiencia personal, durante el semestre y las prácticas realizadas durante el Proyecto, pude dimensionar las áreas de oportunidad que tiene el mercado del arte en Guadalajara, dentro de los aprendizajes más significativos que rescato durante la experiencia es el adentrarme en el mundo del arte en la ciudad y como es el proceso de los artistas para postular su marca y sus obras, el llevar las pinturas de los artistas fuera del lienzo para poder tener una mayor presencia y poder posicionar su huella como artistas emergentes.

De igual manera aprendí del proceso para la colocación de obras en galería y las negociaciones con los galeristas y la importancia del Networking en la industria del arte.

Diego Orlando:

Dentro de este semestre, las prácticas que realizamos como equipo me ayudaron y brindaron un mejor entendimiento sobre un nuevo mercado potencial en México como lo es el mercado del arte, que tiene gran nivel tanto internacional, nacional y local. Considero que obtuvimos grandes experiencias al tener la oportunidad de trabajar con artistas que se desarrollan principalmente dentro de este ámbito y fueron grandes oportunidades que pudimos crear sobre la valoración personal del

arte, buscar oportunidades nuevas de venta en distintos lugares de Guadalajara, y tratar principalmente de agregar mayor valor a las piezas del artista.

Considero que estas prácticas fueron toda una travesía educativa y exitosa que no solo me permitió a mi adentrarme más en el apasionante mundo del arte, sino que también me permitió poner mis habilidades y conocimientos comerciales en situaciones de negocio y así agregar un mayor valor de mercado a las bellísimas piezas de arte de Luci Williams.

Jazmine Lizeth:

Este PAP me aportó a mi formación de una manera fructífera y gratificante ya que reflexioné sobre el gran valor que le podemos aportar a artistas emergentes con los conocimientos y experiencia que nos regala la universidad. Por otro lado, el promover el arte me pareció bastante interesante ya que usualmente no se impulsa tanto esta parte de la cultura (a comparación de la música, por ejemplo). Sin duda alguna, reconozco que ahora tengo una visión distinta sobre esta expresión y veo que su importancia es crucial. El arte me ha invitado a analizar la problemáticas y realidades sociales, a profundizar en pensar más allá de lo que observo, a darle un significado a cada elemento, sensibilizarme, a ser detallista y atenta; en general, a despertar emociones y cuestionamientos. Esto me aporta a mi proyecto de vida porque me hace más consciente sobre mi actual realidad.

También reconocí mis habilidades como gestionar tiempos, adecuar mi comunicación y trabajar con mis compañeros. Por último, me di cuenta de que para lograr cualquier aplicación en la vida real se debe seguir una planeación bajo fundamentos realistas y alcanzables, sobre todo contar con los recursos adecuados y contactos profesionales clave.

5. Conclusiones

Luis Rogelio Gutiérrez González:

Mi conclusión es que el mercado del arte es muy extenso y difícil aun así en Guadalajara existe mucha área de mejora y está en asenso esto hace que artistas con los que trabajamos tengan un área de oportunidad que haga que puedan crecer y que su arte sea valorado internacionalmente me gusto trabajar con Luci Williams debido a su actitud ante el arte y la vida lo hace porque realmente le gusta y a pesar de su edad le sigue emocionando la aventura ya que decidió ir a la feria internacional de sao paulo Brasil con esta ida de Luci a esa feria se podría catapultar a ser una artista muy reconocida.

Me ayudo a desarrollar mucho el trabajo en equipo y también en los tratos con los clientes por lo que teníamos que hacer entendimiento de los contratos y hacerlos valer y me dio un contexto del mercado del arte y como también se puede hacer negocio en él.

Paul Alexis Gallardo Villanueva:

En el presente trabajo se puede destacar y visualizar el trabajo que se llevó a cabo durante el semestre, se tuvo la oportunidad de trabajar de la mano con un artista que en este caso me toco con Juan Rahmer originario de Guadalajara. Este fue mi primer proyecto universitario en el cual pude aprender bastante la manera de trabajar en el mundo real, se aplicó los conocimientos que he adquirido a lo lardo de la carrera. Una cosa que me gusto fue que salimos de nuestra zona de confort, como estudiantes de comercio desconocíamos el tema del arte, como se comercializaba, como se llevaba a cabo el proceso de venta, etc. Puedo concluir afirmando que me llevo estos conocimientos para ponerlos en práctica una vez finalizando mi carrera.

Karla Joanna Aguilar Angeles:

Trabajar en este proyecto durante este semestre me ayudo a reconocer la realidad que es la industria del arte en Guadalajara la cual es amplia y desafiante. Hay muchas áreas de mejora para poder brindar apoyo a artistas emergentes, los cuales no cuentan con el suficiente apoyo institucional. Creo que además hay poco reconocimiento por lo que lo vuelve más difícil para desenvolverse. Este proyecto me ayudo a desarrollar habilidades en trabajo en equipo y negociación, las colaboraciones con distintos restaurantes ayudaron además a enfatizar la importancia en los contratos. Conocer y poder ayudar a Juan Ramírez, quien es un artista emergente con una gran pasión por el arte fue una oportunidad muy buena. Estos aprendizajes me los llevare como una oportunidad valiosa de crecimiento.

Alfredo Valenzuela Pontones:

Durante el transcurso del semestre tuve la oportunidad de observar y aprender de primera mano las condiciones del mercado del arte en Guadalajara y la forma en la que los artistas emergentes trabajan para colocar sus obras y su marca tanto a nivel local como nacional, si bien las condiciones de venta de sus trabajos pueden llegar a ser complicadas en una ciudad como Guadalajara donde muchas veces lograr una venta puede ser complejo. Creo que uno de los aprendizajes más significativos es la importancia que tiene el networking en el ámbito artístico y cultural, en muchas ocasiones en las exhibiciones en galerías no se logra una venta en ese momento, sino que el valor de participar muchas veces recae en la gente que se conoce en el medio, ya sea otros artistas o galeristas que pueden contribuir a mejorar las oportunidades para los artistas. Fue una oportunidad muy gratificante aprender de estos procesos ya que no es un área muy explorada dentro de la carrera de Relaciones Internacionales, la cual veo con bastante potencial y un área de oportunidad en el tema de Diplomacia cultural de nuestro país. Me llevo también una gran experiencia al trabajar con Luci Williams y poder observar su proceso

creativo, visitar su estudio y platicar con ella sobre cómo ha llevado a cabo su proceso de crecimiento como artista.

Diego Orlando Ibarra Ascencio:

Durante este semestre tuve la oportunidad de trabajar con Luci Williams, una artista espectacular que adora pintar. Sus obras son bellísimas y reflejan su gran talento y sensibilidad. Fue una gran experiencia estar apoyando a Luci en darse a conocer más por sus obras. A través de este trabajo, aprendí mucho sobre el arte y el proceso creativo. También tuve la oportunidad de conocer a una persona maravillosa, con una gran generosidad y pasión por su trabajo. Nuestros principales objetivos que nos propusimos durante el inicio de semestre fueron exitosos al lograr obtener un mayor valor sustancial a las piezas de la artista Luci Williams, desde su promoción principal, hasta lograr acuerdos con distintos restaurantes y cafeterías para mostrar las obras de arte.

Jazmine Lizeth Santos:

En el transcurso de este proyecto fui aprendiendo bastante sobre lo importante que es el mercado del arte, sus elementos, conformación de precios, la audiencia, etc. Me resultó enriquecedor visitar galerías y exposiciones junto con mi grupo y docentes, ya que en presencia propia logré experimentar sensaciones que no había conocido y creció mi interés por el arte. Por otro lado, puedo mencionar que el trabajar con un equipo reducido de menores miembros de los que acostumbra a tener este PAP fue un reto ya que la carga de trabajo se nos hizo mayor; no obstante, pudimos alcanzar los objetivos. Cabe destacar que nos vimos obligados a hacer unos ajustes sobre el alcance del presente PAP, ya que no se pudo participar en la feria internacional debido a razones fuera de nuestro alcance. Por ejemplo, el artista carecía de una galería que lo representara en el extranjero, por tanto, no pudimos obtener información privada sobre la misma; por otro lado, críticos de arte y demás asesores de la materia nos aconsejaron que este artista emergente

debía tener más trayectoria para que en algún futuro se acercara a una feria de este tamaño. En conclusión, quisiera agregar que resultó gratificante conocer a profundidad al artista con el que trabajamos junto con su concepto de obra. Asimismo, el ayudarlo a desarrollarse junto el equipo de maestros y asesores fue excelente para su formación continua; la constante búsqueda de información también le será de utilidad. Quedo satisfecha de haber contribuido a la profesión y gran talento de Juan, por lo que agradezco que haya confiado en nuestra labor.

6. Bibliografía

1. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.a ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es/arte>> [21 de noviembre de 2022].
2. Álvarez, C. (2021). Análisis estratégico del mercado de arte contemporáneo (tesis de grado). Universidad Autónoma de Madrid. España.
3. Arte Escondido (2020). El paso a paso para dominar tu marketing artístico (Plan de marketing para artistas). Recuperado de <https://www.artescondido.com/marketing-artistico#:~:text=El%20marketing%20art%C3%ADstico%20o%20el,fin%20dentro%20de%20este%20sector>.
4. Azuela, J., Sanzo, M. y Fernández, V. (2010). El marketing de la cultura y las artes. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 23-26.
5. Centro de Comercio Internacional. (2009). *Cómo conseguir financiamiento para el comercio. Guía para PYME exportadoras*. ITC: Ginebra, Suiza.
6. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). "Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos". Chile: Sección Observatorio Cultural.

Anexos

Evidencias de visitas de campo:



Galería de Luci Williams, ubicada en Ajijic Jalisco.



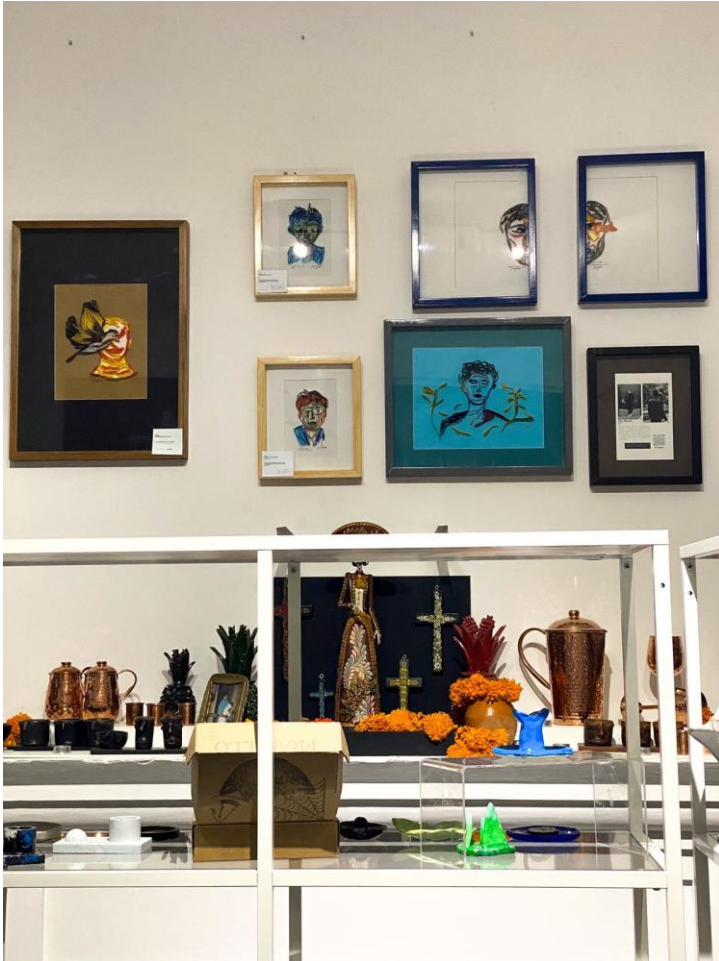
Conferencia en ITESO dirigida por expertos “El mercado del arte”



Galería Manifiesto, ubicada en Av. de la Paz 2133, Guadalajara, Jal.



“Tierra Pródiga” 200 años de pintura jalisciense. Ex convento del Carmen ubicado en Juárez #638 Colonia centro, Guadalajara, Jalisco.



Colectivo "Plop Studio" Colonia Americana