

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Verano 2023

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3J04 - Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales

Internacionalización de la obra de artistas emergentes de la ZMG

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OBRA DE PEDRO VEGA VILLASANTE

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Gestión Cultural Mónica Itzel Martínez Zurita

Lic. en Gestión Cultural Sarahí Muñoz Martín

Profesor PAP: Karla Patricia Anaya López

Tlaquepaque, Jalisco, México.

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	0
1. 0	
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	0
1.2 Caracterización de la organización	1
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	1
1.4. Planeación de alternativa(s)	1
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	2
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	2
1.7. Bibliografía y otros recursos	2
1.8. Anexos generales	2
2. Productos	3
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	3
3.1 Sensibilización ante las realidades	3
3.2 Aprendizajes logrados	4

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

Dentro de Economía solidaria y trabajo digno, el PAP Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales introduce Inteligencia Cultural y Comercial para los Negocios Internacionales.

El propósito de este PAP es el de diseñar un manual y/o guía operativa para artistas o empresarios con relación a las industrias culturales que deseen participar en misiones comerciales internacionales. Esto les sirve como apoyo y asesoría para intervenir de forma exitosa en ferias o exposiciones de su interés, ya sea en Jalisco o fuera del país.

Para poder lograrlo, se realiza un análisis del entorno y recursos que implica la participación de las ferias, un análisis logístico y financiero para el acceso a estas, elaborar un documento macro con guía detallada sobre la oferta cultural, gastronómica y de ocio del país en donde será la feria y una lista de sugerencias, ideas y propuestas de valor a los productos y servicios.

Los resultados y productos alcanzados trabajando con Pedro Vega fueron:

- La creación de un portafolio con información relevante sobre él como artista en conjunto de algunas de sus esculturas en bronce.
- Una investigación de galerías en la ZMG donde sea posible exponer sus piezas y empiece a posicionar su nombre como artista.
- Lista de convocatorias en Jalisco y Zapopan, así como programas de fomento, apoyo y financiamiento.
- Una propuesta y gestión de posible participación en la Feria Sant'orso, ubicada en Italia.

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.

Desde las primeras semanas estuvimos involucrándonos en actividades artísticas y culturales para entender el contexto en la ZMG. Para esto, ambos grupos en este programa asistimos a la ruta escultórica del festival cultural de Mayo, en esta pudimos apreciar la obra de diferentes escultores de renombre en Guadalajara. Esto es sumamente importante ya que para apoyar a artistas emergentes es bueno saber que existen este tipo de actividades que impulsan a los artistas a que más gente conozca su obra y sea parte de algo más grande, además que esta actividad llevó un reporte en dónde tuvimos que indagar en la trayectoria de los artistas exponentes de la ruta escultórica, ya que el conocer la trayectoria de artistas de renombre nos da una visión de hacia dónde podemos ir con nuestros artistas emergentes. Días después asistimos a la Subasta Artesanía, esta actividad nos ayuda a entender cómo este tipo de actividades ayudan a los artistas a tener una mejor visibilización de su obra y entender cómo la aprecia el mercado.

En la segunda y tercer semana tuvimos la oportunidad de conocer a los artistas con los que trabajamos a lo largo del verano, cada equipo preparó una entrevista para conocer la visión del artista y hacia dónde le gustaría ir con este proyecto, conocimos al Doctor Pedro Vega Villasante que fue con quien trabajamos nosotras; de Gestión Cultural, tres compañeros de Relaciones Internacionales y un compañero de Comercio Internacional. Pedro Vega es un escultor que desea llevar su obra a Italia. Después conocimos al artista del otro equipo; Jacob Flores, pintor y escultor que estaba dispuesto a que llevaran su obra a dónde más le convendría conociendo su línea artística, el equipo decidió que se llevara a Nueva York. El involucrarnos entre los equipos nos hizo identificar los retos que cada artista conllevaba y sus visiones, como parte de este involucramiento tuvimos la oportunidad de conocer al empresario y apasionado del arte Fermín Álvarez, quién hizo una inversión multimillonaria para la creación del Jardín Escultórico Casa las Limas, en dónde tiene diferentes esculturas de artistas incluyendo Jacob Flores.

Todas estas actividades no sólo nos ayudaron a entender el contexto artístico, a los artistas y a su obra, más allá está el gran valor de tener estas relaciones que en un futuro profesionalmente nos ayudarán.

Durante las próximas semanas tuvimos asesores que nos estuvieron ayudando a la creación del macro documento que se le entrega a los artistas, como parte de este; incluye una carpeta integradora de la obra del artista o portafolio del artista, fue Gabriel Sánchez quien nos estuvo apoyando para la creación de este mismo, mostrándonos qué conlleva y la importancia que tiene, ya que es la presentación del artista y su obra para poder relacionarse ya sea con galerías, subastas, eventos, actividades, marcas y otros artistas. También tuvimos una sesión con el maestro y coordinador de este PAP; Eduardo Revilla, quien nos explicó el análisis cultural desde la teoría de Hofstede. Después tuvimos un par de sesiones enfocadas al marketing del arte con la maestra Vanessa, que nos enseñó a crear el perfil de Buyer persona para cada artista, y cómo podíamos utilizar su arte para comercializarlo de diferentes maneras.

Con nuestro perfil de gestoras culturales tomamos los siguientes puntos para la realización del proyecto para el Artista y Doctor Pedro Vega:

1. 1.2. Descripción general del contexto del artista y de la industria (sector Jalisco). que fue completado durante la segunda y tercera semana, con ayuda de la ya mencionada entrevista con el Dr. y el constante contacto por medio de whatsapp, y nuestro conocimiento e investigación acerca de la industria cultural y creativa del sector Jalisco.
2. 2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista. Este punto fue completado desde la primera semana ya que tuvimos una tarea en donde explicamos el estatus del artista, su posicionamiento en redes sociales y relaciones públicas.
3. 2.2. Carpeta integradora de la obra. Gracias a las sesiones con Gabriel Sánchez y a nuestra experiencia como gestoras culturales que ya teníamos algo de conocimiento acerca de lo que conlleva un portafolio de artista, logramos junto con los otros integrantes del equipo crear desde cero uno para el Dr. Vega, el cuál será de muchísima utilidad para relacionarse en futuros proyectos.
4. 2.2.2 Curaduría. Dado a que durante la carrera estuvimos involucradas en la gestión de exposiciones y galerías, añadimos como propuesta de valor recomendaciones generales de curaduría.

5. 2.3. Objetivos y recomendaciones del artista. En este punto se agregó el marketing con los perfiles de Buyer persona, recomendaciones para sus redes sociales y relaciones.
6. 3. Protección intelectual de marca y autor. Una guía paso a paso para el registro de protección intelectual de marca y autor, el cuál aprendimos en nuestras clases de derechos de autor y marco legal para las organizaciones culturales.
7. 4. Proceso de selección de proyectos. Junto con otros integrantes del equipo, decidimos con el perfil del Dr. Pedro Vega los proyectos y exhibiciones en las que puede participar.
8. 7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales. Nuestros conocimientos como gestoras y la clase que tuvimos con Eduardo Revilla nos ayudaron junto con otros integrantes del equipo a completar este punto.
9. 12. Oferta de ocio y entretenimiento. Apoyándonos en la investigación y considerando que el Dr. Vega es parapléjico añadimos una lista de actividades de ocio y entretenimiento del país de Italia.
10. 13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales. Apoyándonos en la investigación y nuestros conocimientos adquiridos en las clases que Producción de Proyectos culturales y Financiamiento cultural, completamos este punto.

Finalmente tuvimos nuestra presentación final con los resultados de todo lo trabajado durante el verano, completando así nuestro trabajo el cuál fue un éxito, desafortunadamente el Dr. Vega no pudo asistir dado que tenía una cirugía, se grabó la presentación y nuestra maestra se la hará llegar.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

La carencia de apoyo financiero por parte de autoridades y gobiernos tanto locales como federal en cuestión de fomento al arte y atención al sector cultural, en este caso, enfocándonos en las artes plásticas y esculturas que crea Pedro Vega.

Se hace un esfuerzo y existen programas ejecutados por la Secretaría de Cultura, en los cuales realizan convocatorias para artistas residentes de Jalisco, sin embargo, no siempre están

activas o las fechas varían mucho. Es por esta razón que la mayoría de los artistas tienen que recurrir a mecenas que los ayuden económicamente con el fin de que ellos formen su carrera artística y empiecen a ser reconocidos, ya sea nacionalmente o internacionalmente.

Otro punto que va de la mano al momento de pensar en el potencial de los artistas emergentes y su crecimiento es considerar fortalecer las MIPYMES dentro de Jalisco, ya que es necesario atender a empresas que se dedican a la exportación de productos y bienes, las cuales son indispensables para la gestión y ejecución de este tipo de proyectos con el objetivo de poder participar de manera accesible a ferias, misiones o exposiciones que más le convenga al artista.

1.2 Caracterización de la organización

El proyecto de aplicación profesional sobre inteligencia cultural y comercial para los negocios internacionales tiene como prioridad trabajar con micro y pequeñas empresas de la Zona Metropolitana de Guadalajara. En este caso, se gestionó y realizó propuestas de valor para artistas emergentes que residen en Guadalajara.

A partir del documento macro y/o manual creado por los integrantes del equipo, el artista podrá valorar, determinar y tomar decisiones respecto a su posible participación en ferias internacionales.

Así como también tendrá la opción de tomar en cuenta las sugerencias y recomendaciones de la oferta cultural, gastronómica y de ocio que tiene el país donde se lleva a cabo la feria.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Uno de los principales problemas con los que los artistas emergentes se enfrentan, es la búsqueda de los medios para internacionalizar y difundir su obra. No es sorpresa que el apoyo económico hacia el sector cultural y artístico se vea cada vez más afectado con los recortes presupuestales. México cuenta con muchísimo talento artístico que en otros países donde impulsan aún más el sector cultural y artístico puede ser más valorado y mejor pagado. Este proyecto de aplicación profesional está diseñado para brindar las herramientas para que los

artistas emergentes tengan una oportunidad fuera del país y así tener más relaciones que puedan llevar su obra a un reconocimiento internacional.

Una vez realizada la entrevista con Pedro Vega y revisando sus respuestas, fue como armamos poco a poco su portafolio como artista. Siguiendo el proceso de este iban surgiendo dudas en cuanto a medidas o precios de las piezas y esto hacía que la comunicación con Pedro Vega no fuera la más eficiente ya que su agenda como cirujano plástico lo mantenía ocupado y la mayor parte del tiempo no se encontraba disponible para contestar.

No obstante, algo a nuestro favor, es el hecho de que Pedro Vega es un artista emergente, pero tiene años siendo reconocido como cirujano plástico, lo que nos hace detectar con mayor alcance y facilidad quién es su buyer persona. El tipo de público que compraría su merchandise, ya sea algunas de las propuestas que le sugerimos en documento macro u otras que quisiera crear Pedro Vega en un futuro.

1.4. Planeación de alternativa(s)

El Doctor Pedro Vega tiene una gran ventaja al ser un reconocido cirujano plástico, se trata de aprovechar esta gran red donde se mueve, y lo ha hecho a través de sus exposiciones en congresos y en este proyecto puede ir más allá. Las actividades ya mencionadas en el ciclo participativo con las otras que mis compañeros de carreras de comercio y negocios realizamos, ayudaron a la planeación de alternativas para la solución de las problemáticas identificadas. El desarrollo y diseño del documento macro que se le entrega a los artistas va desde cómo el artista se puede ir involucrando en su medio, cómo llevar su obra al país que desea, su presentación y numerosas propuestas de valor que lo llevarán a cumplir el objetivo de este PAP.

Para esto nos organizamos con un cronograma de actividades a realizar que especifican el tiempo y los encargados a realizarla.

SEMANAS	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	SEM	RESPONSA BLES	STATUS
	ANA	ANA	ANA	ANA	ANA	ANA	ANA	ANA		
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1. Fundame ntación del trabajo										
1.1. Descripció n del artista y su obra: características generales, marca personal, oferta de valor.									Miguel, Gigi y Mónica	Completo
1.2. Descripció n general del contexto del artista y de la industria (sector Jalisco).									Gigi y Mónica	Completo
1.3. Problemát ica que enfrenta el proyecto artístico y oportunidades en las industrias culturales.									Luisa y Giovanni	Completo

1.4. Validación de las condiciones de participación: tiempo requerido, beneficios, áreas de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico, apoyos públicos.									Miguel y JP	Completo
2. Artista										
2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.									Miguel, Gigi y Mónica	Completado
2.2. Carpeta integradora de la obra.									JP, Gigi y Mon	Completado
2.2.1 Statement.									JP, Giovani	Completado
2.2.2 Curaduría.									Gigi y Mónica	Completado
2.3. Objetivos y recomendaciones del artista.									Miguel, Gigi y Mónica	Completado

3.										
Protección intelectual de marca y autor										
3.1. Proceso de registro de autor.									Mónica y Gigi	Completado
3.2. Proceso de registro de marca.									Mónica y Gigi	Completado
4. Proceso de selección de proyectos.										Completado
4.1. Opciones de ferias, misiones, bienales y exposiciones internacionales.									JP, Miguel	Completado
4.2. Contexto de la exhibición									Gigi y Mon	Completado
4.3. Justificación de participación.									Miguel	Completado
4.4. Propuesta de eventos alternativos.									Gigi y Mon	Completado

<p>5. Marco conceptual de referencia: PESTEL/ país destino</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	
<p>5.1. Información general del país destino.</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	<p>Completado</p>
<p>5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	<p>Completado</p>
<p>5.3. Diagnóstico o riesgo país y toma de decisiones para la comercialización.</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	<p>Completado</p>
<p>5.4. Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	<p>Completado</p>
<p>5.5. Análisis de riesgos del país destino.</p>										<p>Luisa y Giovanni</p>	<p>Completado</p>

5.5.1. Políticos.									Luisa y Giovanni	Completado
5.5.2. Jurídicos.									Luisa y Giovanni	Completado
5.5.3. Ambientales.									Luisa y Giovanni	Completado
5.5.4. Sociales.									Luisa y Giovanni	Completado
5.5.5. Comercial/TLC.									Luisa y Giovanni	Completado
5.5.6. Sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercado.									Luisa y Giovanni	Completado
6. Análisis del Mercado/ Segmento/Competencia /Producto/ Consumidor del país destino									JP	Completado
6.1. Segmento NSE.										Completado
6.2. Características del consumidor.									Miguel	Completado
6.3. Segmentación por tribus.										Completado

6.4. Estructura de la competencia interna.										Completado
6.5. Requisitos de ingreso al mercado.										Completado
6.6. Barreras arancelarias y no arancelarias.								Miguel		Completado
7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales								Luisa y Giovanni		Completado
7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.								Luisa y Giovanni		Completado
7.2. Culturas de alto o bajo contexto.								Luisa y Giovanni		Completado
7.3. Teoría del iceberg.								JP		Completado
7.4. Perfil cultural del país.								Gigi y Mon		Completado
7.5. Códigos culturales.								Miguel		Completado

7.6. Protocolo de negocios.									Luisa y Giovanni	Completado
7.7. Perfil cultural del negociador local.									Miguel	Completado
8. Propuesta de valor agregado									Luisa y Giovanni	Completado
8.1. Para diplomacia: centros culturales de México en el exterior.									Luisa y Giovanni	Completado
8.2. Embajada de Mexico en Italia									Luisa y Giovanni	Completado
8.3. Propuesta de patrocinios									Luisa y Giovanni	Completado
8.4. Experiencia del cliente (marketing sensorial y emocional).									Luisa y Giovanni	Completado
8.5. Justificación de la propuesta.									Luisa y Giovanni	Completado
9. Acompañamiento										Completado

9.1 Características generales del recinto ferial.										Completado
9.2 Expositores participantes.									Gigi y Mon	Completado
9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.										Completado
9.4 Equipaje recomendado.										Completado
9.5 Emergencias médicas, seguro médico, visado.										Completado
9.6 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.										Completado
10. Logística del punto de venta/ misión comercial feria comercial									Todos	Completado
10.1 Selección del espacio físico idóneo.										Completado

10.2 Prototipo del stand, materiales.										Completado
10.3 Materiales y mano de obra local.										Completado
10.4 Presupuesto del montaje (presupuestos de empresas en el área).									Gigi y Mon	Completado
10.5 Directorio de proveedores locales.										Completado
10.6 Especificaciones del recinto expositor.										Completado
10.6.1 Conectividad.										Completado
10.6.2 Horarios de montaje y desmontaje.									Gigi y Mon	Completado
10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.										Completado

10.7 Facturación y pagos.										Completado
10.8 Espacios de networking y negociación.										Completado
10.9 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.										Completado
11. Análisis financiero de la misión comercial								JP		
11.1 Trasportación.										Completado
11.2 Hospedaje y alimentación.										Completado
11.3 Costo del espacio físico.										Completado
11.4 Seguros médicos.										Completado
11.5 Gastos de representación.										Completado
11.6 Presupuesto recomendable.										Completado

11.7	Recomendaciones y sugerencias finales.										Completado
12. Oferta de ocio y entretenimiento											
12.1	Contexto histórico y cultural.									Gigi y Mon	Completado
12.2	Sitios de interés patrimonio UNESCO.									Gigi y Mon	Completado
12.3	Parques y reservas naturales.									Gigi y Mon	Completado
12.4	Recorridos turísticos y de valor histórico.									Gigi y Mon	Completado
12.5	Oferta gastronómica.									Gigi y Mon	Completado
12.6	Museos, galerías y centros culturales.									Gigi y Mon	Completado
12.7	Turismo de aventura.									Gigi y Mon	Completado

12.8 Oferta teatral y conciertos.									Gigi y Mon	Completado
12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.									Gigi y Mon	Completado
13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales										
13.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía.									Gigi y Mon	Completado
13.2 Programa nacional de eventos internacionales.									Gigi y Mon	Completado
13.3 Programa de asistencia técnica y campañas de imagen.									Gigi y Mon	Completado
13.4 Apoyos estatales/ Instituto de fomento al									Gigi y Mon	Completado

comercio exterior /secretaria de desarrollo económico Cdmex/ Secretaría de Cultura de Jalisco.										
13.5 Apoyos de cámaras industriales.									Gigi y Mon	Completado
13.6 Financiamiento Pyme banca comercial.									Gigi y Mon	Completado

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Dado el escaso suministro de material promocional artístico y la carencia prácticamente generalizada de estrategias en diversas áreas artísticas del Dr. Vega, hemos comenzado a proponer mejoras en diferentes aspectos. En primer lugar, hemos colaborado con el Dr. Vega utilizando la información que nos ha proporcionado para crear un portafolio artístico compuesto por 17 obras seleccionadas en función de su popularidad. Asimismo, hemos actualizado su currículum artístico, incluyendo los distintos eventos y ferias en las que se han expuesto sus obras.

Además, teniendo en cuenta el deseo del Dr. Vega de llevar su trabajo a Italia, hemos elaborado una propuesta de exportación para participar en la reconocida feria de Sant Orso en el Valle de Aosta, la cual cuenta con más de mil años de historia y es reconocida por apoyar a artistas emergentes, más específicamente en el ámbito escultórico, que el Dr. se desarrolla.

Con este objetivo en mente, también hemos incluido diversas convocatorias para solicitar apoyo financiero por parte de los gobiernos locales y federales con el fin de ayudar al Dr. Pedro Vega a cubrir los gastos que puedan surgir en el proceso de exportación y penetración en otro mercado.

Se realizó un registro en la convocatoria para el premio Somos Jalisco, utilizando algunos documentos proporcionados por el Dr. Pedro Vega, ayudándole a crear o completar otros. Esto, una vez más, busca generar un mayor impacto a nivel local.

Además, hemos propuesto la creación de diversos materiales promocionales con los bocetos del Dr. Vega para atraer a potenciales compradores. Entre ellos se encuentran recetarios, uniformes médicos, bolsas de tela, pantuflas, cuadernos y notas personalizadas que podrían utilizarse como material postoperatorio o para compartir con colegas del ámbito médico.

También hemos inscrito al Dr. Vega en el directorio artístico recientemente creado en el estado de Jalisco. Esto permitirá ampliar su alcance de venta y establecer conexiones con más usuarios, no solo compradores, sino también otros artistas y promotores con los que se puedan establecer colaboraciones con talento local y nacional.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

Conforme se fue trabajando el proceso del proyecto, procuramos consultar cada detalle que encontráramos de información que podría servirle a Pedro Vega y se lo compartimos para saber si era factible incluirlo en el documento macro y portafolio.

Al realizar estos productos no solucionamos la problemática general pero si aportamos una propuesta de valor muy completa que será de mucha utilidad para el artista, al menos para el inicio de su carrera artística.

El documento macro sirve como una guía y así él pueda decidir cuál de las opciones, sugerencias o recomendaciones quisiera poner en pie si decide participar en algún momento en la feria de Italia.

En cuanto al portafolio, es una manera visual de mostrar el arte de Pedro Vega y comprender la dimensión creativa que quiere dar a conocer a través de sus obras.

Una herramienta que representa al artista.

Gracias a estos productos, en un futuro Pedro podría exponer en galerías, exposiciones o vender sus obras en subastas, ya sea dentro de Jalisco o en cualquier lugar del mundo.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Albo dei maestri artigiani - Regione Autonoma Valle d'Aosta. (s. f.).

https://www.regione.vda.it/artigianato/albo_dei_maestri_artigiani_i.aspx

Descubre cuál es el precio del montaje de stands. (s. f.).

<https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/montar-stand>

Dr. Pedro Vega Villasante . (s/f). Multiestetica.mx. Recuperado el 1 de junio de 2023, de

<https://www.multiestetica.mx/centros/dr-pedro-vega-villasante>

De Cultura, S. (s. f.). Exhibe México con éxito su arte en diversas partes del mundo durante

2017. gob.mx. [https://www.gob.mx/cultura/prensa/exhibe-mexico-con-exito-su-arte-en-](https://www.gob.mx/cultura/prensa/exhibe-mexico-con-exito-su-arte-en-diversas-partes-del-mundo-durante-2017)

[diversas-partes-del-mundo-durante-2017](https://www.gob.mx/cultura/prensa/exhibe-mexico-con-exito-su-arte-en-diversas-partes-del-mundo-durante-2017)

Gob.mx. (s. f.). gob.mx. [https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-](https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88)

[ante-el-imp/IMPI88](https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88)

La cultura, IP (s/f). Jalisco en cifras – Innovación para la cultura . Recuperado el 3 de julio

de 2023, de <https://innovacioncultura.jalisco.gob.mx/contexto-cultural/>

Galerías en Guadalajara, Jalisco: 34 : Sistema de Información Cultural-Secretaría de

Cultura . (s/f).

Gob.mx. Recuperado el 7 de junio de 2023, de

https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=galeria&estado_id=14&municipio_id=39

Llamazares García-Lomas, O. (2005). *Cómo negociar con éxito en 50 países* (No. 658.804 L791c). Madrid, ES: Global Marketing Strategies.

Secretaría de Economía | Gobierno | Gob.mx. (s. f.). <http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/industria-y-comercio-instrumentos-de-comercio-exterior?state=published>.

Hofstede, G. (2003). Cultural dimensions. *www.geert-hofstede.com*.

Italia: Comercio exterior, inversión, remesas y migración | Data México. (s. f.). Data México. <https://datamexico.org/es/profile/country/italia>

Inkode. (2021, 26 mayo). About us | Genus Bononiae | Museums in the City of Bologna. *Genus Bononiae.* <https://genusbononiae.it/en/chi-siamo/>

La Saint Ours - Fair of Sant'Orso in Aosta - Traditional handicrafts. (2022, 22 diciembre). La Saint Ours. <https://www.lasaintours.it/en/the-millennial/>

Núñez de la Peña, F. J. (2022). Once miradas económicas a la cultura. Guadalajara, México: ITESO.

Prima de riesgo de Italia 2023. (s. f.). Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/italia#:~:text=La%20prima%20de%20riesgo%20en,riesgo%20cotiz%C3%B3%20en%20los%20160.>

Solicitud de registro de marca ante el IMPI . (s/f). gob.mx. Recuperado el 4 de julio de 2023, de <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>

Turismo | Valle de Aosta. (s. f.). <https://www.lovevda.it/es>

Unen a México e Italia una misma visión | UDEM. (2023, 17 mayo). <https://www.udem.edu.mx/es/derecho-y-ciencias-sociales/noticia/unen-mexico-e-italia-una-misma->

	Gobierno del Estado de Jalisco, que se ejecuta a través de la Secretaría de Cultura, que tiene por objetivo incrementar la representación y visibilización de creadores y artistas jaliscienses en actividades nacionales e internacionales vinculadas a su profesión; considerando sus limitaciones para participar en dichas actividades.	nvocatorias/10801
Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico de Jalisco 2024	Es un llamado a las diferentes miradas y voces de la entidad en los ámbitos de la creación artística, la investigación y gestión cultural, y la preservación y difusión de nuestro patrimonio. Invitamos a la comunidad cultural de nuestro estado a desarrollar proyectos que, desde un conocimiento histórico y conciencia del entorno, visibilicen y respondan a situaciones y problemáticas del momento actual. Proyectos que propongan nuevas formas, lenguajes y metodologías para generar en los diversos públicos experiencias significativas que se traduzcan en espacios de reflexión y diálogo.	https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10829
Convocatorias Zapopan		
Zapopan exporta	Personas físicas con actividad empresarial y personas morales que clasifiquen como micro,	https://www.creditozapopan.com/creditos?c=16&v=1

	pequeña o mediana empresa, que operen en el Municipio de Zapopan, Jalisco, de manera formal, que cuenten con capacidad de exportación, y busquen participar en una misión comercial organizada por alguna Cámara Comercial con sede en el estado de Jalisco, o como expositores independientes en una Feria o Exposición comercial internacional.	
Incentivo a la producción cultural y artística de hasta \$100,000 pesos	Ofrecer una oportunidad de financiamiento a aquellos artistas y empresarios de industrias creativas establecidas en el Municipio de Zapopan, que les permitan fortalecer tanto sus modelos de negocios como su impacto económico y social a través de un estímulo económico que tiene como fin activar las diferentes cadenas de suministros del sector cultural.	https://www.creditozapopan.com/creditos?c=19&v=1




Galería	Descripción	Contacto
Galería Arena México. Arte Contemporáneo: “Arena México”	Fundada en 1993 y a partir de su apertura, este espacio rápidamente se estableció como un centro que promueve artistas	Contreras Medellín 288 Centro CP 44200, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3615 3857 info@arenamexico.com Página web:




	<p>emergentes para reunirlos con artistas internacionales contemporáneos ya establecidos. En este tiempo, la galería ha cultivado también la relación entre artesanos y materiales industriales con artistas contemporáneos y prácticas artísticas.</p>	<p>https://coolhuntermx.com/arena-mexico/ Facebook: https://www.facebook.com/arena.mexico/ Instagram: https://www.instagram.com/coolhuntermx/</p>
<p>Galería Curro</p>	<p>Es una galería de arte contemporáneo dedicada a difundir el trabajo de artistas emergentes con proyección, considera una estructura base de seis exposiciones al año, tanto de artistas representados por la galería, como de artistas invitados a proyectos puntuales. Alrededor de este programa giran diversas iniciativas, muchas de las cuales trascienden el espacio físico de la galería.</p>	<p>Calle Andrés Terán 726 Santa Teresita CP 44600, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 1516 3714 info@galeriacurro.com Página web: https://www.galeriacurro.mx/ Facebook: https://www.facebook.com/galeriacurro/ Instagram: https://www.instagram.com/galeriacurro/</p>




<p>Mimi Mendoza Art Gallery</p>	<p>Abrió sus puertas en el año 2000. Hoy en día reúne a grandes artistas, gracias a ellos y a la confianza de los coleccionistas se ha consolidado entre las mejores. La galería cuenta con el talento de más de 20 artistas contemporáneos de prestigio nacional e internacional, hemos destacado en el mercado competitivo, como una galería con atención personalizada.</p>	<p>Av. Chapultepec 480 P.H 16B Horizontes Chapultepec. Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3128 2215</p> <p><u>contacto@mimimendoza.com</u> Página Web: <u>https://mimimendoza.com/servicios/</u> Facebook: <u>https://www.facebook.com/mimimendozaartgallery/</u></p>
<p>Galería Espacio Azul</p>	<p>Difusión de muestras, exposiciones, representaciones y conciertos de la comunidad estudiantil, egresados y artistas invitados.</p>	<p>Centro de Educación Artística José Clemente Orozco/INBA</p> <p>Independencia 947 Centro Histórico CP 44100, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3825 2563</p> <p><u>jco.galeriaazul@gmail.com</u> Página Web: <u>https://www.cedartjco.com/galer%C3%ADa-espacio-azul</u></p>



<p>gama galerías</p>	<p>gama es una asociación civil constituida en julio de 2020, cuyo objetivo principal es trabajar en representación de las galerías asociadas, todas ellas establecidas en la Ciudad de México.</p> <p>Se trata de una plataforma abierta, transparente y horizontal, inclusiva y participativa que pretende incorporar los distintos intereses y sensibilidades del mercado del arte local tanto moderno como contemporáneo.</p>	<p>Colonias 82 Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 2304 2141</p> <p>Página Web: https://www.gamamx.art/ Facebook: https://www.facebook.com/GammaGaleria/?locale=es_LA</p>
<p>Art Mafia</p>	<p>galería de arte contemporáneo, casa de subastas presenciales y digitales, y promotora artística. Su objetivo es estimular la cultura de adquisición como inversión y bien decorativo, a través de la asesoría de compra para los coleccionistas.</p> <p>“Art For All” Es su statement, el cual refiere a la variedad de estilos para distintos tipos de</p>	<p>Pedro Moreno 1099 Centro CP 44160, Guadalajara, Jalisco</p> <p>art4all@artmafia.mx Página Web: https://artmafia.mx/#contact Facebook: https://www.facebook.com/ArtMafiaGallery?_rdc=1&_rdr</p>




	<p>coleccionistas, desde el más conservador hasta el más excéntrico.</p> <p>Crean experiencias en torno al arte plástico, buscando sensibilizar y conmover al contemplante generando experiencias que transmiten la pasión y creatividad de las obras representadas por nuestra casa.</p>	
<p>Galería Páramo</p>	<p>Presenta exposiciones de artistas emergentes y establecidos a través de distintas disciplinas, con la finalidad de generar trabajos e ideas hacia la promoción de un diálogo global, ofrece también una residencia para los artistas en la ciudad de Guadalajara que invita a participar y crear, en el mismo sitio, trabajos experimentales e innovadores.</p>	<p>Av. Hidalgo 1228 Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3825 0921</p> <p><u>info@paramogaleria.com</u> Página Web: <u>https://paramogaleria.com/?lang=es</u> Facebook: <u>https://www.facebook.com/paramogaleria</u> Instagram: <u>https://www.instagram.com/paramogaleria/?hl=en</u></p>



Nombre de la Obra	Imagen	Técnica/Medidas
Flor de Luna		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
Rey Sol		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida. (Negro fibreado pulido)</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
Mujer 1k		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>

<p>Ojo de Teotl</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>El mundo está Loco, loco, loco</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Ojos que tocan, Manos que ven</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>

<p>El Hechicero</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida. (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Curando al Enfermo</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 51x24x34</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>El Cirujano</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 32x21</p> <p>Costo Pendiente.</p>

<p>La Mariposa</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 34x31x26</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Los quiero porque sus manos trabajan por la Justicia</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 190x220</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Ofrenda</p>		<p>Técnica: Cerámica pintada con acrílico.</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>

<p>Somos Cinco</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Apuntando al Cielo</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
<p>Perfecto</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>

Galatea		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida.</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p>
Mujer Toro		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida.</p> <p>Medidas: 33x46x31</p> <p>Costo Pendiente.</p>

Acta constitutiva documento que acredite la existencia de la persona moral	Original y Copia
Documento que acredite la personalidad del representante legal	Original y Copia
Identificación oficial del mandante, mandatario y testigos (en caso de que se presente carta poder)	Original y Copia
Comprobante de pago de derechos	Original

Traducción al español de los documentos que se acompañan en idioma distinto	Original
Dos ejemplares de la obra, identificados con el nombre del autor y título	Original
Documento que acredite la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la obra	Original
Sobres cerrados con los datos de identificación del autor (en caso de ser una obra creada bajo seudónimo)	Original
En caso de un sólo autor presentar la Solicitud de Registro de Obra RPDA-01	Original
En caso de más de un autor, titular, editor y/o productor, adicionar RPDA-01-A1	Original
En caso de registrar obra que derive de más de una obra primigenia presentar adicionalmente la Solicitud de Registro de Obras RPDA-01-A2 (hoja adjunta de obras)	Original

Derechos de recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de cada obra literaria o artística, o de una obra derivada o versión	\$324.00 mxn
Recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de las características gráficas y distintivas de cada obra	\$324.00 mxn
Recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de cada fonograma, videograma o libro	\$324.00 mxn

Solicitud de Protección de Signos Distintivos A (Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial) o Solicitud de Protección de Signos Distintivos B (Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores) (Por	Original
--	----------

duplicado)	
Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas	Original
Comprobante de pago	Original y copia
Documento que acredita la personalidad del mandatario (este documento puede presentarse en copia certificada y su presentación es opcional)	Original
Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional)	Original y copia
Reglas de uso, solo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad)	Original
Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante"	Original
Hoja adicional complementar al punto "Leyendas o figuras no reservables"	Original
Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso	Original
Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso	Original
Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio.	Original

Concepto	Monto
Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. (el costo no incluye IVA)	\$2,457.79 mxn

Galería	Descripción	Contacto	Ubicación
Palazzo dei Diamanti	En el piso inferior se encuentra la galería cívica de arte moderno y contemporáneo, que aloja muestras temporales de alto nivel a partir de 1992	diamanti@comune.fe.it <u>Palazzo dei Diamanti Arte a Ferrara</u> (palazzodiamanti.it) +39 0532 244949	Palazzo dei Diamanti Corso Ercole I d'Este 21 Ferrara, Italia
Villa e Collezione Panza	En la actualidad, Villa e Collezione Panza es un importante centro de arte contemporáneo en el panorama cultural lombardo gracias a sus colecciones y a sus frecuentes exposiciones temporales.	faibiumo@fondoaambiente.it <u>VILLA E COLLEZIONE PANZA Bene FAI</u> (fondoaambiente.it) +39 0332 283960	Piazza Litta, 1 , Varese, Milán, Italia
Scuola Mosaicisti del Friuli	El objetivo es combinar el mantenimiento de la tradición con la innovación. Por lo tanto, el foco está en la experimentación y la investigación para encontrar nuevas soluciones, especialmente en el campo del diseño urbano y de interiores y exporta obras de arte a los lugares más significativos, desde Nueva York a Beijing, desde Tokio a San Antonio (info@scuolamosaicistifriuli.it <u>Scuola Mosaicisti del Friuli – Arte musiva</u> (scuolamosaicistifriuli.it) +39 0427 2077	Via Corridoni, 6, 33097 Spilimbergo PN, Friuli, Italia

	Texas - EE. UU.)		
Casa D'arte futurista Depero	Dividida en 3 plantas, alberga dibujos, pinturas, carteles publicitarios, muebles y marionetas para un total de unos 3000 objetos donados a la ciudad de Rovereto. Las salas recorren su vida, dividida entre el diseño teatral, que se remonta a su etapa neoyorquina, el interiorismo y diversas actividades publicitarias, hasta que se trasladó a Rovereto, donde se dedicó a la realización del museo	info@mart.tn.it <u>Casa d'Arte Futurista Depero</u> <u>(mart.tn.it)</u> +39 0464 431813	Mart Rovereto Corso Bettini 43 38068 Rovereto TN. Casa d'Arte Futurista Depero Via dei Portici 38 38068 Rovereto TN. Galleria Civica Trento Via Belenzani 4438122 Trento
ARTVerona, Verona, Feria de arte	ArtVerona, la feria de referencia para la valorización y el apoyo del sistema de arte italiano, continúa en la dirección indicada por el director artístico Stefano Raimondi, a saber, fortalecer el diálogo entre los operadores nacionales e internacionales. Un evento atento a la actualidad y la historia, capaz de presentar los lenguajes más experimentales de lo	Teléfono: 39 045 8298135 staff@artverona.it Director comercial Raúl Barbieri administrador de evento Ana María Vigilante vigilante@veronafiere.it	Veronafiere, V.le del Lavoro 8, 37135 Verona

	<p>contemporáneo y los maestros del arte moderno, creando, en las numerosas secciones y proyectos que lo animan, espacios para el conocimiento y el intercambio. La 18ª edición está prevista del 13 al 15 de octubre de 2023.</p>	<p>https://artverona.it/</p>	
<p>Florence Biennale dell'Arte Contemporanea 2023</p>	<p>Una feria de arte internacional, unas de la mas importante de Italia la cual ya tendrá su 18 aniversario este año, esta ubicada en Florencia, esta feria e muy buena por que le dan un espacio importante a el arte de otro paises</p>	<p>info@florencebiennale.org</p> <p>Lugar para participar:</p> <p>https://www.florencebiennale.org/en/send-application</p>	<p>Fortezza da Basso viale Filippo Strozzi 1 Florence</p>
<p>ARTISSIMA</p>	<p>Artissima es la feria de arte contemporáneo más importante de Italia. Desde su creación en 1994, ha combinado la presencia de un mercado internacional con un enfoque en la experimentación y la investigación.</p> <p>Casi doscientas galerías de todo el mundo participan cada año. Además de la feria,</p>	<p>+39 011 1974 4106 www.artissima.it</p>	<p>Corso Vittorio Emanuele II, 12, 10123 Torino TO, Italia</p>

	<p>Artissima también está compuesta por cuatro secciones de arte, encabezadas por una junta de curadores internacionales y directores de museos, dedicadas a artistas emergentes, dibujos y redescubrimiento de los grandes pioneros del arte contemporáneo, y para los proyectos de sonido (nueva sección) .</p>		
Arte Padova 2023	<p>Cuatro días dedicados al arte, con más de 15.000 obras expuestas en una superficie de 28.000 m2, la participación de más de 300 expositores y una media de 26.000 visitantes al año, en uno de los distritos expositivos más productivos de Europa, con una fuerte resonancia nacional e internacional. ArtePadova no es solo un escenario importante para artistas consagrados o emergentes, sino también para talentos emergentes que estarán presentes en la sección</p>	<p>giulia@fierenef.com www.nordestfair.com m Tel. (+39) 049 88 00 305</p>	<p>NEF Nord Est Fair srl Via A. Costa, 19 35124 Padova</p>

	<p>Contemporary Art Talent Show, reservada para galerías, asociaciones, artistas independientes y colectivos que presentan obras de arte a un costo menor a 5000 euros, enriquecidos con los dos premios dedicados a las mejores obras de arte accesible: el C.A.T. y el Premio Banca Mediolanum, que confirman una vez más la primacía de ArtePadova en la promoción del futuro del arte.</p>		
--	--	--	--

Población	59 millones de habitantes (2021)
Superficie	302 km2
Forma de estado	República (20 regiones)
PIB per cápita	32,390 euros
Divisa	Euro
Idioma Oficial	Italiano
Religión predominante	Catolica
Capital	Roma
Principales	Nápoles, Roma, Milán, Turín, Génova,

ciudades	Florenca
Fiesta nacional	2 de Julio
Prefijo telefónico	+39


 KLM KL7397| Operado por Delta

3 h 28 min

14:18 GDL Guadalajara

18:46 ATL Atlanta Hartsfield-Jackson

4 h 44 min Escala en aeropuerto Mucho tiempo de espera


 KLM KL2041| Operado por Air France

8 h 25 min

23:30 ATL Atlanta Hartsfield-Jackson

13:55⁺¹ CDG París Charles de Gaulle

2 h 30 min Escala en aeropuerto

 KLM KL2106| Operado por HOP!

1 h 25 min

16:25 CDG París Charles de Gaulle

17:50 TRN Turín

Llegada: vie., 26 de enero de 2024 | Duración del viaje: 20 h 32 min

KLM KL1556 | Operado por KLM Cityhopper

1 h 55 min

11:40 TRN Turín

13:35 AMS Ámsterdam Schiphol

0 h 55 min Escala en aeropuerto

KLM KL685

12 h 05 min

14:30 AMS Ámsterdam Schiphol

19:35 MEX Ciudad de México

2 h 55 min Escala en aeropuerto

KLM KL8918 | Operado por Aeromexico

1 h 28 min

22:30 MEX Ciudad de México

23:58 GDL Guadalajara

Llegada: mar., 6 de febrero de 2024 | Duración del viaje: 19 h 18 min

VISTA GENERAL DEL PRECIO

Volkswagen T-Roc o similar Impuestos y Tasas Incluidos	\$ 513.54
Conductor adicional	\$ 104.30
Total	\$ 617.84
Prepago	\$ 18.04
Total a pagar a la llegada	\$ 599.80

¡Estás consiguiendo una gran oferta en el aeropuerto!

Volkswagen T-Roc o similar

5 personas 4 maletas



Modificación gratuita Cancelamiento gratuito

Italy Car Rent **8.3** Excelente Calificación

Política de combustible: Lleno - Lleno | Kilometraje: Sin límite | Exceso: Ver Condiciones

Impuestos y tasas, Seguro de renuncia de daños por colisión, Seguro contra robo, Seguro de terceros

Torino aeropuerto
Italia
En aeropuerto

Más información

Elija los extras ahora y ahorre tiempo en la recogida

Los precios de los extras adicionales están gestionados por la empresa de alquiler local y se deben pagar en el momento de la recogida.

\$ 104.30 Conductor adicional 1 \$ 104.30

Ayuda

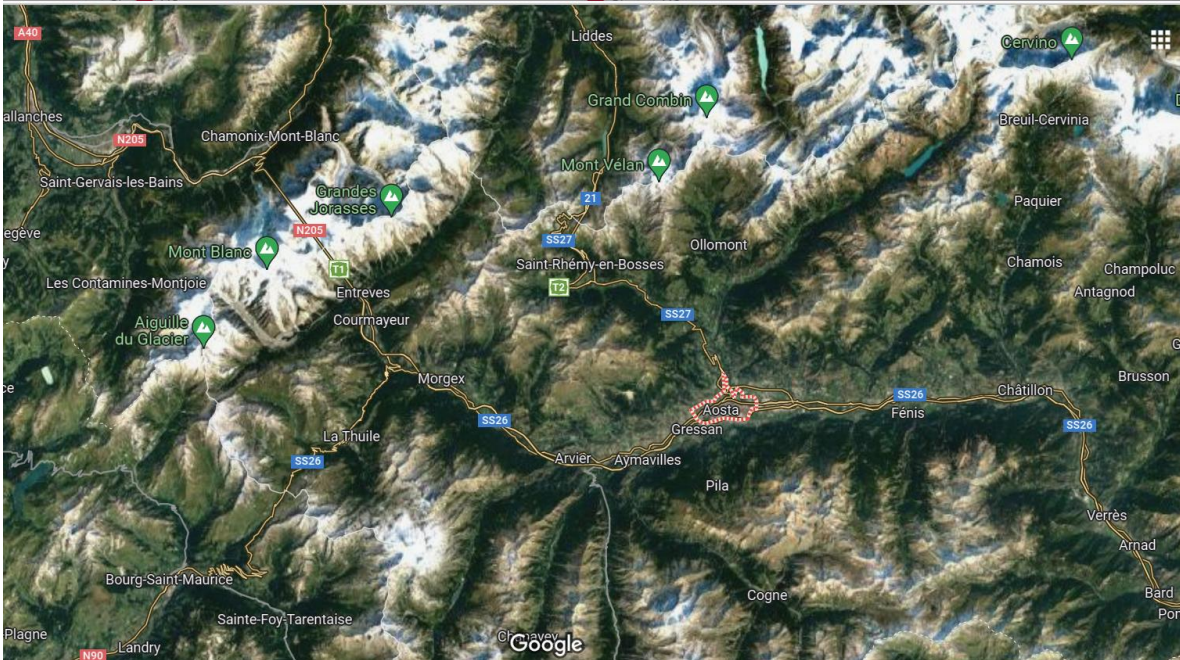
Perfil completado

✓

PV-00252

El perfil pasó a validación, recibirás un correo electrónico informando el resultado de este proceso.

✓ **Aceptar**





BUYER PERSONA

MÉDICOS

OBJETIVOS, MOTIVACIONES, NECESIDADES

- Organización con sus citas y cirugías.
- Presentación.
- Interés por el arte.

HÁBITOS DE CONSUMO (MEDIOS Y MARCAS)

- Apoyo a colegas médicos
- Continua compra de agendas, recetarios, calendarios y scrubs.

EDAD 27-60 años

SEXO Hombres y Mujeres

PROFESIÓN Médicos

UBICACIÓN México

FRUSTRACIONES, PREOCUPACIONES

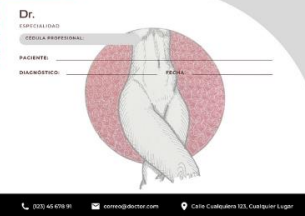
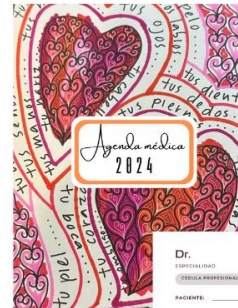
- Tener orden en sus citas y cirugías.
- Tener buena presentación para sus clientes.

FRASE REPRESENTATIVA: "Mis pacientes merecen lo mejor"

DEBEMOS DARLE

Agendas, calendarios y scrubs con los dibujos de Pedro Vega.

Además de recetarios con los bocetos del Dr. Vega, que ayuden a promocionar lo que hace.



GUSTOS Y AFICIONES



ARTE



LEER



MUNDO MEDICO



BUYER PERSONA

PACIENTES

OBJETIVOS, MOTIVACIONES, NECESIDADES

- Atención de primera.
- Interés por el arte.
- Atención personalizada.

HÁBITOS DE CONSUMO (MEDIOS Y MARCAS)

- Imagen personal.
- Bienestar y buena salud.

EDAD 20 - 80 años

SEXO Hombres y Mujeres

PROFESIÓN Indiferente

UBICACIÓN México

FRASE REPRESENTATIVA: "Me siento bien con mi operación"

FRUSTRACIONES, PREOCUPACIONES

- Verse bien, sentirse bien.
- Tener una buena salud.



DEBEMOS DARLE

Un Kit post-cirugía del Dr Vega que incluya una Tote Bag, pantuflas con print del arte con una nota del Dr. con su firma digitalizada, un dibujo y una postal. Un librito con instrucciones post operación. Si son pacientes niños puede ser también un rompecabezas.

GUSTOS Y AFICIONES



ARTE



BIENESTAR Y SALUD



IMAGEN PERSONAL

2. Productos

Producto	Descripción
Macro documento del artista	<p>Dentro de los elementos proporcionados al artista, se incluyen diferentes tácticas de promoción, procesos creativos, estrategias de comercialización y enfoque, tal como se indica en el documento principal adjunto.</p> <p>Adicionalmente, se entregará al Dr. una lista que enumera diversos fondos y apoyos destinados a promover el arte y facilitar su exportación. Asimismo, se digitalizó la firma del Dr. Pedro Vega Villasante.</p> <p>También se presentan posibles diseños de materiales promocionales para traductores dirigidos a compradores y pacientes del Dr., así como la creación de un diseño para tarjetas de contacto.</p> <p>Se elaboraron perfiles de posibles compradores de arte del Dr., los cuales pueden ser de gran utilidad para identificar su mercado objetivo.</p> <p>Además, se procedió a registrar al Dr. Vega en la plataforma del directorio artístico del Estado de Jalisco, así como a inscribirlo en la convocatoria para el Premio de Cultura Jalisco de la edición 2023.</p> <p>Se estableció una alianza estratégica entre el promotor cultural Fermín y el Dr. Pedro Vega.</p> <p>Se entregó una agenda que contiene los diversos contactos obtenidos a lo largo del proyecto en áreas como galerías, promotores, curadores, entre otros.</p> <p>A continuación, se adjunta el documento entregado al Dr. Pedro Vega para su revisión, junto con el diseño del portafolio digital y la presentación ejecutiva</p>

	correspondiente.
Portafolio del artista	Conjunto de las 17 obras más destacadas del artista, statement, currículum y trayectoria, esto se armó desde cero en base a estar en contacto con el Dr. Vega, Este portafolio se diseñó visualmente atractivo.

Macro Documento

1. Fundamentación del trabajo.

1.1 Descripción del artista y su obra.



Pedro Vega Villasant es un cirujano plástico y escultor en bronce, su giro artístico son las manos y rostros caricaturescos. Pedro Vega busca reflejar por medio del arte todo lo que existe dentro de él y su imaginario como artista, el arte para él a diferencia de la cirugía plástica, es que puede extraorbitar de lo establecido acorde al funcionamiento humano.

Como cirujano, las manos son su instrumento y su medio, ya que después de sufrir un accidente que lo deja parapléjico, naturalmente sus manos se vuelven su principal herramienta para moverse, expresarse, trabajar y salir adelante. Para él, las manos es lo que nos diferencia de cualquier otro ser vivo.

“Mis manos, mi cerebro y mi corazón son la parte fundamental de mi trabajo.”

Ha participado en diferentes exposiciones del municipio de Zapopan, individual y colectivamente, en el Congreso de Asociación Mexicana de Cirugía Plástica y Reconstructiva. En exposiciones colectivas con colegas que también se dedican al arte por iniciativa de los mismos artistas, tiene obras en el Hospital Puerta de Hierro, Hotel RIU Guadalajara, Tapalpa y Puerto Vallarta.

Pedro Vega no ve su arte con el fin de monetizarlo, para él, el arte es el medio por el cual se exterioriza lo que existe dentro de él, y se puede ver reflejado en su obra.

Por su actividad como cirujano no le es posible dedicar tiempo a la comercialización de su obra, la cual consideramos habla por sí sola. Actualmente sus pacientes son los que lo buscan para solicitarle obras.

Pedro Vega también realiza dibujo con estilógrafo en sus ratos libres, tiene libros interminables de dibujos que combinan técnicas de mantras con la anatomía humana, con un sin fin de detalles y colores que atraen la mirada de cualquiera.

Vemos una gran oportunidad de comercializar e internacionalizar la obra de Pedro Vega de diferentes maneras, él como artista está interesado en llevar su obra a Italia, creemos que su propuesta como artista se encuentra al nivel para exportar su obra a este país.

El Dr. Pedro Vega Villasante es un médico dedicado a la Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva, es egresado de la Universidad de Guadalajara. Posteriormente se especializó en Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva en el Consejo Mexicano de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva. Atiende a sus pacientes en el Centro Médico Puerta de Hierro de la ciudad de Zapopan, Jalisco y en el Hospital Ángeles Del Carmen de la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Es miembro del Consejo Mexicano de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva A.C., un organismo, que Certifica a los cirujanos plásticos, al término de su especialidad y renueva su certificación cada cinco años sobre la base en la actualización de su Actividad Académica por congresos, cursos, docencia, publicaciones científicas; es decir nunca deja de estar al día, esto lo hace estar vigente académica y científicamente.

1.2 Contexto de la industria cultural en Jalisco

“El valor agregado bruto del área general de Artes visuales y plásticas de la Cuenta Satélite de la Cultura en México representó 1.45% del total del sector cultural en 2019. Las áreas específicas que más contribuyeron a ese valor fueron Comercio de artes plásticas y visuales.” (Núñez de la Peña, F. J. 2022). a través de “Once miradas económicas a la cultura”. Guadalajara, México: ITESO.)

En cuanto a la industria dentro del Sector Jalisco, de acuerdo al Sistema de Información Cultural en México, existen 35 galerías en Guadalajara, Jalisco. Sin embargo, se han seleccionado solo algunas, ya que consideramos que estas siguen una línea más de acuerdo a lo que desarrolla Pedro Vega como artista. A grandes rasgos, estas galerías tienen en común que apoyan y se centran en los artistas emergentes residentes de Jalisco, con el objetivo de formar una conexión nacional e internacional y sean reconocidos.

Galería	Descripción	Contacto
Galería Arena México. Arte Contemporáneo: “Arena México”	Fundada en 1993 y a partir de su apertura, este espacio rápidamente se estableció como un centro que promueve artistas emergentes para reunirlos con artistas internacionales contemporáneos ya establecidos. En este tiempo, la galería ha cultivado también la relación entre artesanos y materiales industriales con artistas contemporáneos y prácticas artísticas.	Contreras Medellín 288 Centro CP 44200, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3615 3857 info@arenamexico.com Página web: https://coolhuntermx.com/arena-mexico/ Facebook: https://www.facebook.com/arena.mexico/ Instagram: https://www.instagram.com/coolhuntermx/

<p>Galería Curro</p>	<p>Es una galería de arte contemporáneo dedicada a difundir el trabajo de artistas emergentes con proyección, considera una estructura base de seis exposiciones al año, tanto de artistas representados por la galería, como de artistas invitados a proyectos puntuales. Alrededor de este programa giran diversas iniciativas, muchas de las cuales trascienden el espacio físico de la galería.</p>	<p>Calle Andrés Terán 726 Santa Teresita CP 44600, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 1516 3714 info@galeriacurro.com Página web: https://www.galeriacurro.mx/ Facebook: https://www.facebook.com/galeriacurro/ Instagram: https://www.instagram.com/galeriacurro/</p>
<p>Mimi Mendoza Art Gallery</p>	<p>Abrió sus puertas en el año 2000. Hoy en día reúne a grandes artistas, gracias a ellos y a la confianza de los coleccionistas se ha consolidado entre las mejores. La galería cuenta con el talento de más de 20 artistas contemporáneos de prestigio nacional e internacional, hemos destacado en el mercado competitivo, como una</p>	<p>Av. Chapultepec 480 P.H 16B Horizontes Chapultepec. Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3128 2215 contacto@mimimendoza.com Página Web: https://mimimendoza.com/servicios/ Facebook: https://www.facebook.com/mimimendozaartgallery/</p>

	galería con atención personalizada.	
Galería Espacio Azul	Difusión de muestras, exposiciones, representaciones y conciertos de la comunidad estudiantil, egresados y artistas invitados.	<p>Centro de Educación Artística José Clemente Orozco/INBA</p> <p>Independencia 947 Centro Histórico CP 44100, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3825 2563</p> <p>jco.galeriaazul@gmail.com</p> <p>Página Web: https://www.cedartjco.com/galer%C3%ADa-espacio-azul</p>

<p>Gama galerías</p>	<p>Gama es una asociación civil constituida en julio de 2020, cuyo objetivo principal es trabajar en representación de las galerías asociadas, todas ellas establecidas en la Ciudad de México.</p> <p>Se trata de una plataforma abierta, transparente y horizontal, inclusiva y participativa que pretende incorporar los distintos intereses y sensibilidades del mercado del arte local tanto moderno como contemporáneo.</p>	<p>Colonias 82 Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 2304 2141</p> <p>Página Web: https://www.gamamx.art/ Facebook: https://www.facebook.com/GammaGaleria/?locale=es_LA</p>
<p>Art Mafia</p>	<p>Galería de arte contemporáneo, casa de subastas presenciales y digitales, y promotora artística. Su objetivo es estimular la cultura de adquisición como inversión y bien decorativo, a través de la asesoría de compra para los coleccionistas.</p> <p>“Art For All” Es su statement, el cual refiere a la variedad de estilos para distintos tipos de</p>	<p>Pedro Moreno 1099 Centro CP 44160, Guadalajara, Jalisco</p> <p>art4all@artmafia.mx Página Web: https://artmafia.mx/#contact Facebook: https://www.facebook.com/ArtMafiaGallery?_rdc=1&_rdr</p>

	<p>coleccionistas, desde el más conservador hasta el más excéntrico.</p> <p>Crean experiencias en torno al arte plástico, buscando sensibilizar y conmover al contemplante generando experiencias que transmiten la pasión y creatividad de las obras representadas por nuestra casa.</p>	
<p>Galería Páramo</p>	<p>Presenta exposiciones de artistas emergentes y establecidos a través de distintas disciplinas, con la finalidad de generar trabajos e ideas hacia la promoción de un diálogo global, ofrece también una residencia para los artistas en la ciudad de Guadalajara que invita a participar y crear, en el mismo sitio, trabajos experimentales e innovadores.</p>	<p>Av. Hidalgo 1228 Col. Americana CP 44160, Guadalajara, Jalisco Tels.: 33 3825 0921</p> <p>info@paramogaleria.com Página Web: https://paramogaleria.com/?lang=es Facebook: https://www.facebook.com/paramogaleria Instagram: https://www.instagram.com/paramogaleria/?hl=en</p>

<p>Manifiesto</p>	<p>Experiencia de arte que acerca artistas y coleccionistas, pero sobre todo célula que mueve grandes espíritus y sus consecuentes obras.</p> <p>Aquí se encuentran los artistas plásticos más importantes de México.</p> <p>Envíos a todo México y a todo el mundo.</p>	<p>Av. de la Paz 2133, Col Americana, Lafayette, 44160 Guadalajara, Jal. Teléfono: 33 3440 3598</p> <p>Página Web: https://manifestomx.com/ Facebook: https://www.facebook.com/manifestomx/?locale=es LA Instagram: https://www.instagram.com/manifesto.mx/?hl=es</p>
-------------------	--	--

1.3 Problemática que enfrenta el proyecto artístico y oportunidades en las industrias culturales.

No es un secreto el saber que en México ni las delegaciones culturales o deportivas, cuentan con algún tipo de apoyo por parte de gobiernos locales o federal, es por ello que muchos recurren a mecenas para así poder crecer artística o deportivamente y poder dar a conocer su trabajo.

Uno de los retos principales que identificamos en esta coyuntura es precisamente, la falta de involucramiento por parte de autoridades y gobierno para poder ayudar a promover el arte y las esculturas, no solo del Dr. Vega, si no de muchos otros artistas que no tienen los medios. Ya que no ha sido hasta hace poco, que el gobierno de Zapopan comenzó a crear más programas para apoyar a artistas locales para poder también darle una mejor imagen a los espacios públicos. aunque esto, solo al interior de la misma demarcación de Zapopan (Gob, Zapopan, 2023).

La problemática principal entonces aquí es la falta de programas y de inversión a los artistas por parte de los gobiernos, al momento, no encontramos algún programa activo o convocatoria para programas culturales por parte de algún gobierno local.

Sin embargo, de la misma manera, lo que para los artistas puede ser problemático, para otros puede ser una oportunidad, ya que ante la falta de atención por parte de un actor político, pueden ser otros actores privados los que a forma de inversión financiera y cultural puedan trabajar con los artistas y puedan ayudarles a alcanzar exposiciones internacionales.

Por otro lado, el artista ya tiene bien en claro sus metas y objetivos y lo que busca hacer en un futuro, eso para nosotros es de gran ayuda, ya que podemos centrarnos en lo que el cliente busca.

En este caso, el enfoque y la meta es buscar una exposición en Italia y poder aterrizar algo de la obra de Pedro Vega en esa parte del mundo. Para lograr esto, también se aprovecharán las herramientas locales, como el recién creado Directorio del Arte del estado de Jalisco. la cual, creemos que servirá para crear mayor difusión del trabajo del Dr.

1.4. Validación de las condiciones de participación: tiempo requerido, beneficios, áreas de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico, apoyos públicos.

Tiempo requerido:

Esta feria tiene una duración de 2 días, se celebra por lo general los últimos días del mes de enero, para aprovechar el invierno, a esto se le tiene que agregar unos días previos para la prospección del lugar y hacer pruebas logísticas, además para aclimatarse y perder el famoso Jetlag.

Calculamos entonces un tiempo de al menos 5 días de preparación previos a la feria, para que con estos, se contemplen los tiempos operativos de montaje y demás.

Beneficios:

1. Visibilidad Internacional del artista.
2. Mejores ingresos económicos.
3. Mayor valor para las obras

4. Se impulsa la competitividad
5. Beneficios en impuestos
6. Reconocimiento en otros países
7. Acaparar en nuevos territorios las obras
8. Mayor cantidad de público

Áreas de oportunidad:

La exposición del artista a nivel internacional busca que el artista tenga un reconocimiento que trascienda el contexto nacional para que sus obras sean mejor valoradas y su firma también. Además de que se promueve la entrada a nuevos mercados con todas las implicaciones que esto conlleva, desde aspectos culturales hasta comerciales.

También se busca que el artista conozca el país de interés para crear contactos nuevos que permitan seguir con el crecimiento del mismo y poder ampliar sus conocimientos en base a la información que se recolecta en el viaje.

Costos operativos:

- **Transporte:** se tiene un estimado de \$60,000 Mxn, para costos de transportación para 1 persona, esto incluye los vuelos y la renta de un vehículo durante el tiempo de estancia.
- **Viáticos:** Se recomienda llevar al menos \$20,000 Mxn por persona para considerar viáticos de alimentación, de viaje, de ocio, etc.
- **Exportación temporal:** Al momento, contamos con una confirmación de precio de \$5,600 Mxn por el pedimento de exportación de las obras, a esto, seguimos esperando la confirmación del presupuesto acorde a las medidas y pesos de las obras.
- **Seguro de la obra:** Se cotizó a través de distintas aseguradoras, en donde no todas trabajan con material artístico debido a que su valor les resulta relativo. Sin embargo, de las pocas respuestas positivas que encontramos, los precios oscilan entre \$800 y \$2000 dólares por pieza, debido al material, las medidas y el peso estimado de los bienes a asegurar.

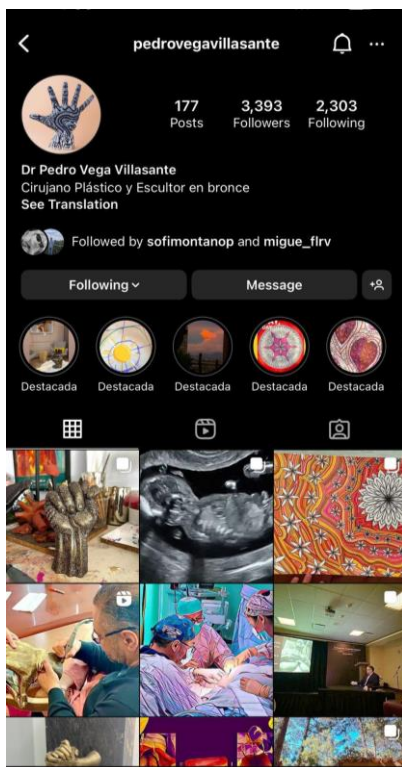
- **Alojamiento:** Encontramos varias opciones de alojamiento, al igual que para la transportación, se verá más a profundidad más adelante.
Sin embargo encontramos opciones con desayuno incluido por alrededor de \$18,000 Mxn precio por la estancia completa.
- **Ocio.** Recomendamos llevar al menos \$20,000 Mxn destinados exclusivamente a ofertas de ocio

2. Artista

2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.

Instagram

Dr Pedro Vega Villasante @pedrovegavillasante









3,367 seguidores (antes de empezar el proyecto)

Cuenta con Facebook privado.




2.2. Carpeta integradora de la obra.




[Portafolio](#)



Nombre de la Obra	Imagen	Técnica/Medidas
Flor de Luna		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
Rey Sol		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida. (Negro fibreado pulido)</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
Mujer 1k		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

<p>Ojo de Teotl</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>El mundo está Loco, loco, loco</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Ojos que tocan, Manos que ven</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

<p>El Hechicero</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida. (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Curando al Enfermo</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 51x24x34</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>El Cirujano</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 32x21</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

<p>La Mariposa</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 34x31x26</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Los quiero porque sus manos trabajan por la Justicia</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas: 190x220</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Ofrenda</p>		<p>Técnica: Cerámica pintada con acrílico.</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

<p>Somos Cinco</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Apuntando al Cielo</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado pulido).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
<p>Perfecto</p>		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida (Negro fibreado).</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

Galatea		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida.</p> <p>Medidas Pendientes.</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>
Mujer Toro		<p>Técnica: Bronce a Cera Perdida.</p> <p>Medidas: 33x46x31</p> <p>Costo Pendiente.</p> <p>Disponibilidad y tiempo de fabricación: Pendiente.</p>

2.2.1 Statement.

El arte es sacar a flote las emociones del ser humano, una posibilidad de escapar, es adentrarse a un mundo sin reglas ni protocolos, donde nuestros sentimientos, mente y alma pueden tomar cualquier forma, en mi pensar el arte evoca y refuerza la idea de que el ser humano es único y a través de mis obras busco profundizar en la belleza de este mismo. Mi trabajo se rodea la anatomía humana, hago uso de una mirada subjetiva que observa a través de una lente que cambia y se salta las leyes naturales del cuerpo humano provocando

imágenes que extraorbitan los mismos límites de nuestros cuerpos, la técnica para la finalización de las obras es bronce a la cera perdida.

Considero que mi arte es en parte consecuencia de mi profesión, el fundamento de mi trabajo son las manos, herramientas que nos diferencia del resto de los seres vivos que habitan este planeta, si lo pensamos bien ese giro en la evolución nos brindó la posibilidad de crear, construir y progresar. Mi arte es único porque es para mí, voy más allá de las cuestiones comerciales, para mí estas pasan a segundo plano, mi arte es resultado de la autosatisfacción, del nombrar y darle significado a las cosas y es por eso que lo hace tan especial.

2.2.2 Curaduría.

En cuanto a la curaduría de las obras de Pedro Vega para futuras exposiciones se recomienda contratar a un curador profesional, ya que depende del espacio, sus facilidades; de la narrativa y contexto que se hagan diferentes procesos curatoriales, pero aquí dejamos unas recomendaciones generales de curaduría.

- Una línea narrativa: En una exposición se busca contar una historia, transmitir un mensaje, para esto hay diferentes herramientas que nos ayudan a traducir esta narrativa que el artista quiere plasmar en una exposición:
 1. Texto de sala: Explica de manera general la exposición, suele ser acompañada con una breve semblanza del artista y cómo fue el proceso de selección de obra, descripción del proceso creativo para poner todo el conjunto de la exposición.
 2. Crear núcleos (depende de la narrativa y el espacio): Crear núcleos dentro de la exposición ayuda a traducir la narrativa, por ejemplo, en un núcleo manos, en otro núcleo rostros, etc., no tienen que ser necesariamente marcados o separados con una distintiva distancia, con colocarlas juntas.
 3. Cédulas: Especialmente si se decide crear núcleos, se pueden hacer textos descriptivos de los núcleos. También pueden ser frases del artista en vinil.
 4. Fichas técnicas: Las fichas técnicas son una descripción de cada obra, se recomienda que no pase de 8cm x 6cm, estas incluyen el título de la obra, medidas, técnica, disponibilidad y precio (disponibilidad y precio opcional

depende del contexto de la exposición) se recomienda una fuente de letra legible, el título en cursiva, un diseño simple; letra negra sobre blanco y puede incluir la marca del artista en una esquina en pequeño.

5. Apoyos audiovisuales: Igual depende del contexto de la exposición, puede ser una videobiografía del artista, video del proceso creativo, música o proyecciones 3D de macro obras, etc.
- Iluminación: Para la obra de Pedro Vega, esculturas de bronce se recomienda una iluminación dirigida, es decir, que enfoque a la escultura directamente, con el bronce se recomienda luz fría y tenue 300 luxes. Depende de la narrativa la dirección de la luz, en rostros, si se busca resaltar ciertos rasgos se dirige la luz a un ángulo que ayude a resaltar esos rasgos, puedes transmitir narrativas diferentes iluminando diferentes partes de la obra. Si el recinto tiene la posibilidad única de rieles en el techo, se recomienda un ángulo de 30° hacia la escultura, tomando en cuenta la altura y la base.
 - Manejo de obra: Se recomienda que el embalaje sea con materiales como papel burbuja o cualquier otro que amortigüe posibles golpes que pueda sufrir en el traslado o desembalaje. Para evitar manchas de manos se recomienda usar guantes de látex, nunca dejar obra sobre piso o donde se pueda golpear o caer.
 - Catálogo: Un documento que incluya las obras que se van a exponer divididas por núcleos, el orden con sus fichas técnicas e indicaciones de montaje (esta obra en esta vitrina con esta iluminación a cierta altura, etc.)
 - Museografía: Un croquis con el orden de las obras, el texto de sala, las cédulas, esto es tan necesario como todo lo demás ya que ayudará a tener un panorama y saber por dónde empezar a montar la exposición.

2.3. Objetivos y recomendaciones del artista.

Pedro Vega aparte de ser artista es un cirujano de gran reconocimiento, su principal canal de relaciones es a través del ámbito médico. Ha participado en exhibiciones colaborativas de artistas dentro del mismo ámbito en los congresos de la Asociación Mexicana de la Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva (AMCPER).

Su objetivo es dar a conocer y llevar su obra a Italia, actualmente Pedro Vega tiene presencia en redes sociales, su canal más usado es instagram, donde tiene al 12 de junio de 2023 3,373

seguidores. En dicho medio Pedro comparte una variedad de contenidos, principalmente sus obras y su labor como médico cirujano, en menor medida hay imágenes de su vida personal.

Objetivos:

1. Incremento de visibilidad
2. Que las redes social se convierta en una presentación de Pedro y su trabajo
3. Que las redes sociales sean un enlace por el cual Pedro pueda tener la posibilidad de relacionarse con galerías, exposiciones y otros artistas.
4. Explorar estrategias de marketing en el ámbito médico.

Recomendaciones:

1. Presentación, completar la información en su bio, una breve reseña de sus proyectos actuales, quién es, qué hace, que está haciendo y donde, su correo electrónico, ubicación (no se necesita ser tan específico).
2. Continuidad de publicaciones, historias y demás contenido, se necesita una mayor continuidad referente a la actividad en esta red social.
3. Organización de las historias, necesita nombre en historias destacadas
4. Orden de temática en el feed.
5. Marketing:

5.1 Productos:

- Agendas, calendarios, recetarios y scrubs con los dibujos de Pedro Vega en estilógrafo para los médicos.
- del arte con una nota del Dr. con su firma digitalizada, un dibujo y una postal. Un librito con instrucciones post operación. Si son pacientes niños puede ser también un rompecabezas.



Scrubs



- Tote BagsUn Kit post-cirugía del Dr Vega que incluya una Tote Bag, pantuflas con print



BUYER PERSONA

PACIENTES

OBJETIVOS, MOTIVACIONES, NECESIDADES

- Atención de primera.
- Interés por el arte.
- Atención personalizada.

HÁBITOS DE CONSUMO (MEDIOS Y MARCAS)

- Imagen personal.
- Bienestar y buena salud.

EDAD 20 - 80 años

SEXO Hombres y Mujeres

PROFESIÓN Indiferente

UBICACIÓN México

FRASE REPRESENTATIVA: "Me siento bien con mi operación"

FRUSTRACIONES, PREOCUPACIONES

- Verse bien, sentirse bien.
- Tener una buena salud.



DEBEMOS DARLE

Un Kit post-cirugía del Dr Vega que incluya una Tote Bag, pantuflas con print del arte con una nota del Dr. con su firma digitalizada, un dibujo y una postal. Un librito con instrucciones post operación. Si son pacientes niños puede ser también un rompecabezas.

GUSTOS Y AFICIONES



ARTE



BIENESTAR Y SALUD



IMAGEN PERSONAL

Conociendo la agenda de Pedro lo ideal para llevar a cabo estas recomendaciones sería contar con un community manager que facilitara la gestión de las cuentas.

3. Protección intelectual de marca y autor

3.1. Proceso de registro de autor.

Para inscribir las obras artísticas de Pedro Vega en el Instituto Nacional de Derecho de Autor (INDAUTOR) se deben registrar siguiendo los pasos, con el fin de tener seguridad jurídica como autor y/o titular de los derechos patrimoniales.

Documentos necesarios

Documento requerido:

Presentación:

Acta constitutiva documento que acredite la existencia de la persona moral	Original y Copia
Documento que acredite la personalidad del representante legal	Original y Copia
Identificación oficial del mandante, mandatario y testigos (en caso de que se presente carta poder	Original y Copia
Comprobante de pago de derechos	Original
Traducción al español de los documentos que se acompañan en idioma distinto	Original
Dos ejemplares de la obra, identificados con el nombre del autor y título	Original
Documento que acredite la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la obra	Original
Sobres cerrados con los datos de identificación del autor (en caso de ser una obra creada bajo seudónimo)	Original
En caso de un sólo autor presentar la Solicitud de Registro de Obra RPDA-01	Original
En caso de más de un autor, titular, editor y/o productor, adicionar RPDA-01-A1	Original
En caso de registrar obra que derive de más	Original

de una obra primigenia presentar adicionalmente la Solicitud de Registro de Obras RPDA-01-A2 (hoja adjunta de obras)	
--	--

Costos

Concepto

Monto

Derechos de recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de cada obra literaria o artística, o de una obra derivada o versión	\$324.00 mxn
Recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de las características gráficas y distintivas de cada obra	\$324.00 mxn
Recepción, examen, estudio y, en su caso, registro de cada fonograma, videograma o libro	\$324.00 mxn

3.2. Proceso de registro de marca.

El registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue los productos o servicios de otros existentes en el mercado, además ayuda a iniciar acciones legales por posible mal uso de la marca y facilita el otorgar licencias de uso o franquicias. En este caso, se podría mandar solicitud para registrar el nombre de Pedro Vega como marca.

Documentos necesarios:

Presentación:

Solicitud de Protección de Signos Distintivos A (Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial) o Solicitud de Protección de Signos Distintivos B (Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores) (Por duplicado)	Original
Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas"	Original

Comprobante de pago	Original y copia
Documento que acredita la personalidad del mandatario (este documento puede presentarse en copia certificada y su presentación es opcional)	Original
Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional)	Original y copia
Reglas de uso, solo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad)	Original
Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante"	Original
Hoja adicional complementar al punto "Leyendas o figuras no reservables"	Original
Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso	Original
Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso	Original
Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio.	Original

Costos

Concepto	Monto
Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. (el costo no incluye IVA)	\$2,457.79 mxn

Opciones para realizar tu trámite: En línea, presencial, buzón en línea y correo o mensajería especializada.

Información obtenida a través de:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI188>

4. Proceso de selección de proyectos.

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

La Feria de Sant’Orso es, fundamentalmente, un gran evento popular y un himno a la creatividad y a la laboriosidad de los habitantes de la montaña.

Cada año, un millar de expositores de entre artistas y artesanos valdostanos presentan con gran orgullo y legítima satisfacción el fruto de su trabajo, que desarrollan a modo de afición o en calidad de actividad productiva propiamente dicha, preservando su más auténtico carácter artesanal.

Contactos del evento.

Teléfono: +39 0165 274742

E-mail: u-artigianato@regione.vda.it

4.2. Contexto de la exhibición

Esta feria ocurre una vez al año, generalmente los últimos días de enero en la ciudad de Aosta, dentro del Valle de Aosta en Turín, Italia. Este festival ancestral ocurre desde hace más de mil años y en ella se puede encontrar vino de la región, trabajo en artesanías y comida típica de la región (Le saint Ours, 2023).

La ventaja de estar en esta feria es que el consulado mexicano que está ubicado en Milán, se encuentra a menos de 2 horas y media en coche. Esto trae grandes ventajas logísticas en caso de crear un lazo con el personal consular, y lograr conseguir un patrocinio artístico que ayude a promover el trabajo del Dr. Vega en la región.

4.3. Justificación de participación.

La Feria de Sant Orso, es un gran evento cultural local, que va muy de acorde a las piezas del Dr. Vega, el poder causar impacto en un evento así, puede ayudar a crear una mayor población de aficionados y coleccionistas en Italia que puedan aprovechar el trabajo del Dr.

Así mismo, creemos que iniciar en una feria así es un primer paso importante, ya que, el Valle de Aosta se encuentra en una región específica que ayudaría a exportar el trabajo a todo el mercado artístico del norte y noreste de Italia, la parte más oriental y central de Francia y la parte sur de Suiza.

Con esto, además de su ventaja estratégica de estar a unas cuantas horas en carro de la dirección del consulado mexicano en Milán.

Creemos entonces que una primera participación en esta feria sería una excelente colocación del trabajo del Dr. Pedro Vega en la zona.

Dejamos sin embargo, más adelante, una serie de opciones alternativas y/o consiguientes a este primer evento, así como una lista de contacto con cada recinto o galería.

4.4. Propuesta de eventos alternativos.

Galería	Descripción	Contacto	Ubicación
Palazzo dei Diamanti	En el piso inferior se encuentra la galería cívica de arte moderno y contemporáneo, que aloja muestras temporales de alto nivel a partir de 1992	diamanti@comune.fe.it Palazzo dei Diamanti Arte a Ferrara (palazzodiamanti.it) +39 0532 244949	Palazzo dei Diamanti Corso Ercole I d'Este 21 Ferrara, Italia
Villa e Collezione Panza	En la actualidad, Villa e Collezione Panza es un importante centro de arte contemporáneo en el panorama cultural lombardo gracias a sus colecciones y a sus frecuentes exposiciones temporales.	faibiumo@fondambiente.it VILLA E COLLEZIONE PANZA Bene FAI (fondambiente.it) +39 0332 283960	Piazza Litta, 1 , Varese, Milán, Italia

<p>Scuola Mosaicisti del Friuli</p>	<p>El objetivo es combinar el mantenimiento de la tradición con la innovación. Por lo tanto, el foco está en la experimentación y la investigación para encontrar nuevas soluciones, especialmente en el campo del diseño urbano y de interiores y exporta obras de arte a los lugares más significativos, desde Nueva York a Beijing, desde Tokio a San Antonio (Texas - EE. UU.)</p>	<p>info@scuolamosaicistifriuli.it</p> <p>Scuola Mosaicisti del Friuli – Arte musiva (scuolamosaicistifriuli.it)</p> <p>+39 0427 2077</p>	<p>Via Corridoni, 6, 33097 Spilimbergo PN, Friuli, Italia</p>
<p>Casa D'arte futurista Depero</p>	<p>Dividida en 3 plantas, alberga dibujos, pinturas, carteles publicitarios, muebles y marionetas para un total de unos 3000 objetos donados a la ciudad de Rovereto. Las salas recorren su vida, dividida entre el diseño teatral, que se remonta a su etapa neoyorquina, el interiorismo y diversas actividades publicitarias, hasta que se trasladó a Rovereto, donde se dedicó a la realización del museo</p>	<p>info@mart.tn.it</p> <p>Casa d'Arte Futurista Depero (mart.tn.it)</p> <p>+39 0464 431813</p>	<p>Mart Rovereto Corso Bettini 43 38068 Rovereto TN.</p> <p>Casa d'Arte Futurista Depero Via dei Portici 38 38068 Rovereto TN.</p> <p>Galleria Civica Trento Via Belenzani 4438122 Trento</p>

<p>ARTVerona, Verona, Feria de arte</p>	<p>ArtVerona, la feria de referencia para la valorización y el apoyo del sistema de arte italiano, continúa en la dirección indicada por el director artístico Stefano Raimondi, a saber, fortalecer el diálogo entre los operadores nacionales e internacionales. Un evento atento a la actualidad y la historia, capaz de presentar los lenguajes más experimentales de lo contemporáneo y los maestros del arte moderno, creando, en las numerosas secciones y proyectos que lo animan, espacios para el conocimiento y el intercambio. La 18ª edición está prevista del 13 al 15 de octubre de 2023.</p>	<p>Teléfono: 39 045 8298135 staff@artverona.it</p> <p>Director comercial Raúl Barbieri</p> <p>administrador de evento Ana María Vigilante vigilante@veronafiere.it</p> <p>https://artverona.it/</p>	<p>Veronafiere, V.le del Lavoro 8, 37135 Verona</p>
<p>Florence Biennale dell'Arte Contemporanea 2023</p>	<p>Una feria de arte internacional, una de las más importantes de Italia la cual ya tendrá su 18 aniversario este año, esta ubicada en Florencia, esta feria es muy buena por que le dan un espacio importante al arte de otros países</p>	<p>info@florencebiennale.org</p> <p>Lugar para participar: https://www.florencebiennale.org/en/send-application</p>	<p>Fortezza da Basso viale Filippo Strozzi 1 Florence</p>

ARTISSIMA	<p>Artissima es la feria de arte contemporáneo más importante de Italia. Desde su creación en 1994, ha combinado la presencia de un mercado internacional con un enfoque en la experimentación y la investigación.</p> <p>Casi doscientas galerías de todo el mundo participan cada año. Además de la feria, Artissima también está compuesta por cuatro secciones de arte, encabezadas por una junta de curadores internacionales y directores de museos, dedicadas a artistas emergentes, dibujos y redescubrimiento de los grandes pioneros del arte contemporáneo, y para los proyectos de sonido (nueva sección) .</p>	<p>+39 011 1974 4106</p> <p>www.artissima.it</p>	<p>Corso Vittorio Emanuele II, 12, 10123 Torino TO, Italia</p>
Arte Padova 2023	<p>Cuatro días dedicados al arte, con más de 15.000 obras expuestas en una superficie de 28.000 m2, la participación de más de 300 expositores y</p>	<p>giulia@fierenef.com</p> <p>www.nordestfair.com</p>	<p>NEF Nord Est Fair srl Via A. Costa, 19 35124 Padova</p>

	<p>una media de 26.000 visitantes al año, en uno de los distritos expositivos más productivos de Europa, con una fuerte resonancia nacional e internacional. ArtePadova no es solo un escenario importante para artistas consagrados o emergentes, sino también para talentos emergentes que estarán presentes en la sección Contemporary Art Talent Show, reservada para galerías, asociaciones, artistas independientes y colectivos que presentan obras de arte a un costo menor a 5000 euros, enriquecidos con los dos premios dedicados a las mejores obras de arte accesible: el C.A.T. y el Premio Banca Mediolanum, que confirman una vez más la primacía de ArtePadova en la promoción del futuro del arte.</p>	<p>Tel. (+39) 049 88 00 305</p>	
<p>Swab Barcelona</p>	<p>La feria presenta un Programa General</p>	<p>https://swab.es/exhibitors-2023/</p>	<p>OFFICES Carrer del Camp 8 bajos,</p>

	<p>conformado por galerías locales y expositores internacionales. En paralelo, fiel a su vocación de ser plataforma de visibilidad para nuevas voces, la feria vuelve a apostar por Swab Emerging, la subsección del Programa General dedicada a las galerías de menos de cinco años que ya apuntan maneras en el contexto internacional.</p>	<p>galleries@swab.es T: +34 660 97 58 96</p>	<p>08021 Barcelona. Spain</p>
<p>Artissima</p>	<p>Internacional de Arte Contemporáneo de la ciudad de Turín, una cita cultural de gran éxito que ofrece una panorámica completa del mundo del arte. El lugar de encuentro ideal para artistas emergentes y</p>	<p>https://www.artissima.art/en/ info@artissima.it T +39 011 197 44106</p>	<p>corso Vittorio Emanuele II, 12 10123 Torino, Italy</p>

	de renombre, galerías de arte y coleccionistas.		
--	---	--	--

5. Marco conceptual de referencia: PESTEL/ país destino

5.1. Información general del país destino.

Italia es una República Parlamentaria con adhesión a la Eurozona, tiene una superficie de poco más de 300,000 km³.

Italia como la conocemos en la actualidad, nace a finales del S. XIX, cuando las diferentes monarquías y ciudades-estado de la región comienzan a seguir un nuevo movimiento político y de nuevos ideales que culmina en la demarcación de la República Italiana como la conocemos hoy en día.

Su capital está instaurada en Roma, y el resto del país se divide en 21 regiones. Existen 2 Estados independientes dentro de Italia: El Vaticano y San Marino.

El mercado artístico en Europa, y en especial en Italia, es muy grande y muy valorado, no solo coleccionistas o museos aprecian y compiten por comprar obras y piezas de artistas de todo el mundo, si no que existe una cultura más allá en donde al arte se le es visto como un bien patrimonial más, en donde una escultura o un cuadro se puede apreciar con el tiempo, y si es necesario venderse como pieza de colección.

Es por eso que cualquier artista buscaría participar en un mercado con estas características, a continuación mostraremos métodos de negociación y el perfil cultural del país para que así, se pueda lograr un mayor engagement con el público.

5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

Actualmente no existen proyectos por parte del gobierno federal ni de gobiernos locales que busquen crear un dinamismo en el sentido del intercambio artístico y cultural. Sin embargo,

es cierto que ya existe en la actualidad un grupo en el senado de la República Mexicana, que busca estrechar los lazos culturales comerciales y sociales, sin embargo, no se han tratado temas de intercambios artísticos.

Por otro lado, la inversión por parte de distintos mecanismos de la UE, como las becas Erasmus, que dan la oportunidad a artistas latinoamericanos a realizar residencias en diferentes destinos europeos, Italia incluida, y con esto, conectar a los artistas, curadores, galerías y coleccionistas.

Ante esta falta de impulso por parte del sector consular o diplomático para exportar cultura a través de las manos y mentes de artistas mexicanos, recomendamos comenzar a crear lazos con el consulado mexicano en Milán, y a su vez con la embajada en Roma, esto debido a que las circunscripciones a las que se atienden a través de esta red, pueden servir como un escalón para impulsar la exportación de la obra del Dr. Vega a otras regiones de Europa.

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

Italia es miembro de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por lo tanto, no se clasifica como un país con alto riesgo para invertir o para comercializar. De hecho, la prima de riesgo en Italia ha descendido por al menos 40 puntos en los últimos 12 meses, y se encuentra actualmente en 162 puntos (Datosmacro, 2023).

Por otro lado, ambos países cuentan con una buena relación comercial y se tiene un Tratado de Libre Comercio con la UE desde el año 2000, y aunque actualmente el arte no figure con altos números en los reportes comerciales bilaterales entre las dos naciones, creemos que es un excelente fomento y una gran herramienta para los consulados y la embajada de México en Italia, para promover programas de inversión, y reconocimiento, además de la creación de nombres de los futuros artistas Mexicanos.

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

México e Italia cuentan con una excelente relación, contando solamente con algunas asperezas que se dieron debido al régimen autoritario presentado en Italia. Sin embargo, al terminar la segunda guerra mundial, México e Italia se convirtieron en aliados estratégicos al ser parte de los miembros fundadores de la Organización de las Naciones Unidas.

“Hablando de un intercambio cultural (...) la historia nos remonta al menos 500 años en donde se pueden empezar a encontrar evidencias de esto” (L, de Chiara. 2021).

Además de esto, como se verá un poco más adelante, México e Italia comparten una enorme similitud social, debido a que comparten la misma raíz latina, sin embargo, con su claras diferencias de las cuales se profundizará más adelante.

Podemos encontrar similitudes culturales en muchos aspectos del día a día y la oportunidad de inversión cultural y artística, no debe de pasar por alto. Pensando en una herramienta para gobiernos locales, y Federal, además de actores privados de poder remunerar y crear lazos con actores extranjeros.

Ambos países cuentan con una riqueza cultural y artística enorme, en donde a nuestro parecer, México tiene más de donde sacar debido a la pluralidad de culturas que existen. y ante esto, como el mismo Luigi de Chiara, el embajador Italiano en México. “México debe tener más audacia, y sacar provecho a sus múltiples virtudes” (L, de Chiara. 2021).

Pensamos que detrás de las palabras del embajador existe una gran sabiduría y que a través de este trabajo se podría impulsar un paquete de inversión para impulsar la exportación del arte mexicano como una herramienta de soft power para crear lazos y mejorar las relaciones

El Estado mexicano ha promocionado una exhibición sobre el arte mexicano, abarcando desde las expresiones prehispánicas hasta conceptos modernos y contemporáneos, dicha exposición se encuentra en exhibición en diversas partes del mundo, entre ellos, Italia. De

acuerdo con el gobierno de México uno de los partes cruciales para llevar a cabo este proceso fue la Fundación Genus Bononiae.

Dicha fundación describe y comprende mejor el "género" y la estirpe de los boloñeses de ayer y de hoy, Genus Bononiae. Museos en la ciudad sigue un recorrido por la ciudad y narra su historia, su vida, sus artes y sus sueños; utiliza las calles de Bolonia como pasillos y los edificios e iglesias como salas, integrándose en la estructura institucional existente y garantizando un vínculo pleno con otros museos, galerías de arte, así como con las demás iniciativas culturales, económicas y sociales que animan la comunidad local.

Arthemisia Group

Arthemisia es la empresa líder en Italia en la producción, organización y organización de exposiciones de arte. Artemisia ha introducido y consolidado una nueva forma de crear exposiciones, y ahora es una organización nacional e internacional. Desde el año 2000 han producido más de 300 exposiciones, muchas de las cuales han lanzado tendencias innovadoras en la organización de exposiciones.

patrocinio del Ayuntamiento de Verona con el apoyo de Arena Museo Opera (AMO), y la producción es de Artemisia Group y Kornice.

Contacto:

Donki Srl

eventi@donki.it

+39 340 3204292

5.5. Análisis de riesgos del país destino.

Como se vio anteriormente, el análisis de riesgo comercial de Italia se encuentra en 162 puntos, y la relación comercial existente entre Italia y México, es muy buena, siendo Italia, uno de los mejores socios comerciales en la Unión Europea para México.

Como tal, no hay establecido un mercado de intercambio artístico entre ambas naciones, o más bien no está bien delimitado, sin embargo, existe un gran potencial para que este sector

se coloque como uno importante dentro de las exportaciones por parte de México hacia Italia. Por esto mismo, creemos que es importante este trabajo y el seguimiento por parte de los cuerpos consulares y diplomáticos, como una estrategia de Soft Power para promover el arte y la cultura mexicana.

5.5.1. Políticos.

Ambos países cuentan con democracias que pueden ser clasificadas como estables, y no existe algún riesgo político real en torno a rompimiento de relaciones, destituciones o golpes de Estado.

Por ello, no vemos un riesgo político latente que pueda generar un riesgo para el intercambio artístico.

El único problema real que se puede identificar es la falta de voluntades públicas y privadas para generar este intercambio. Sin embargo, una vez que se empuje la bola de nieve, será solo cuestión de tiempo para que los actores involucrados puedan empezar a ver los beneficios.

5.5.2. Jurídicos.

En 2022, el Senado aprobó instaurar un grupo de amistad, que procura reforzar las relaciones entre ambos países.

Italia, al ser un país miembro de la UE, tiene que apegarse a las leyes y reglamentaciones arancelarias que el bloque pide, esto para garantizar la libertad de competencia entre todos los miembros. Con esto dicho, y tras los procesos de selección y la curaduría de la exposición, se debería tener bien en claro el proceso de exportación temporal de las distintas piezas que se buscará exportar.

5.5.3. Ambientales.

Las esculturas del Dr. Vega, al ser realizadas en bronce, no existe un riesgo alguno en cuestión a reglamentación o preparación fitosanitaria.

Por otro lado los nichos y las bases de las esculturas, al ser de madera, se tiene que pensar en una estrategia en donde se pueda conseguir los nichos y las bases deseadas en el país destino, en este caso, al llegar a Turín, con esto, se evita realizar alguna reglamentación y bajar los costos de transportación.

5.5.4. Cultural

Al pensar en Italia, automáticamente nos hace pensar en comida, en carros y ropa elegante, además de edificaciones icónicas como el coliseo romano, o la torre de Pisa. o también artistas y obras como Da Vinci, y la Gioconda, o la Capilla Sixtina de Miguel Angel. Todo esto, en un argot globalmente conocido. Los italianos, no solo han sabido exportar sus bienes de primera clase, sino que también con estos, nos han exportado su cultura, a través de una excelente estrategia de soft power.

Ambos países, cuentan con una cultura muy profunda y rica, con costumbres bien arraigadas, y es algo que tenemos en común. Incluso ambas cocinas, son reconocidas internacionalmente y son favoritas para muchos.

5.5.5. Comercial/ TLC.

Las relaciones entre la UE y México se han desarrollado en un gran número de ámbitos, especialmente desde la entrada en vigor del Acuerdo Global UE-México en 2000, que creó un marco de estrecha cooperación. La UE y México comparten fuertes lazos políticos, económicos, culturales y humanos, y estamos trabajando juntos por una asociación aún más cercana y mutuamente benéfica (EEAS. 2023).

Las áreas de inversión para sectores culturales por parte de instituciones públicas europeas hacia México, se han dado en pocas ocasiones, sin embargo han sido ejemplos de inversión cultural muy buenos, entre estos ejemplos podemos encontrar 2 muy importantes:

El Festival Eurojazz, que se celebra cada año en el mes de marzo en el Centro Nacional de las Artes (CENART), refleja la diversidad cultural europea en México. Grupos de diversos países de la UE presentan fusiones musicales y nuevas tendencias jazzísticas (EEAS. 2023).

El Festival de Letras Europeas, celebrado en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (mejor conocida como la FIL), es un encuentro literario en el que participan varios autores europeos de diversas corrientes y géneros literarios. Este evento demuestra que la multiculturalidad es una característica que permite la coexistencia armoniosa en la Unión Europea (EEAS. 2023).

Para el caso específico de Italia, se tiene un tratado bilateral desde 1991. Además del Tratado de Libre Comercio existente desde el año 2000, México y la UE firman un Acuerdo de Libre Comercio, con adhesión de todos los miembros.

Esta buena relación ha hecho que ambos países se vuelvan buenos socios, Italia es el 3 mejor socio comercial en Europa para México, y es su 11º mejor socio comercial global.

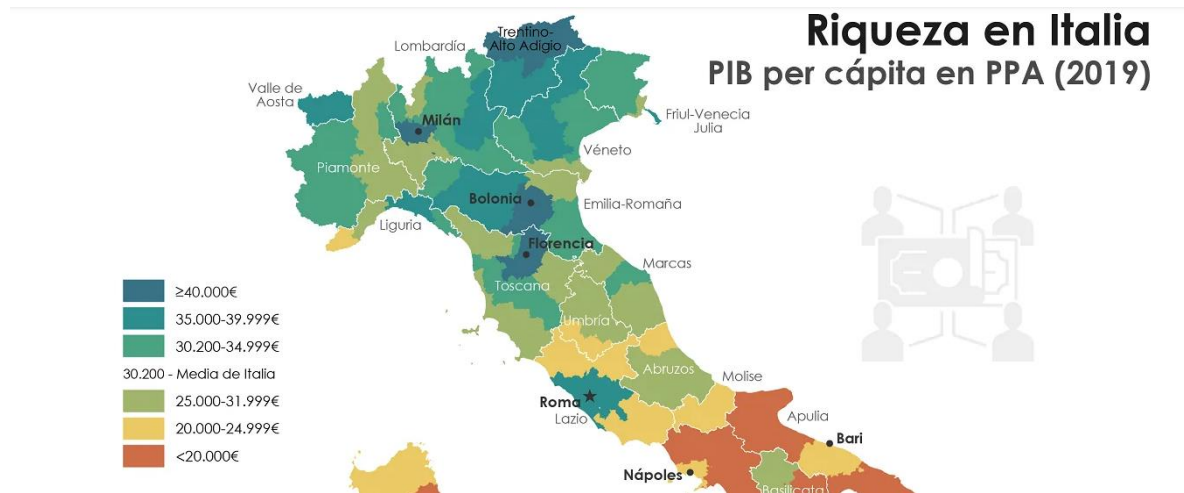
La diferencia en la balanza comercial entre ambos países en 2022 fue de 544 MDD (DataMexico, 2023). Y los principales bienes exportados de México a Italia fueron: Piezas para motores de combustión alterna, piezas de vehículos, maquinaria y unidades de procesamiento de datos, ácidos policarboxílicos y polímeros de cloruro de vinilo, entre otros (DataMexico, 2023).

La balanza es muy similar del lado contrario, ya que entre los principales bienes y servicios que México exporta desde Italia, podemos encontrar: Partes y accesorios de Vehículos, Maquinaria y aparatos Mecánicos, Medicamentos, Pieles, Muebles, entre otros. (DataMexico, 2023).

Ante esto, podemos entender, que México se ha convertido en un hub de armado y de logística para sus socios europeos. Los apartados más pesados y con mayor importancia en este TLC, tratan de mercancías y de beneficios de importación/exportación

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

6.1. Segmento NSE.



Valle de Aosta es una de las ciudades con más crecimiento económico donde tienen un PIB per cápita de más de 40 mil Euros anuales.

6.2. Características del consumidor.

La mayoría de las personas que viven en Italia tienen una tendencia a la apreciación y gran valoración al arte por lo que el mercado paga bien por ellos, además de que casi toda la población tiene posibilidades de gastar su dinero en el mismo.

6.3. Segmentación por tribus.

Existe una marcada diferencia de PIB per cápita entre el norte y el sur del mapa de Italia, también la hay entre las zonas urbanas y las rurales. Y el norte es mucho más urbano que el sur. De este modo, las grandes provincias urbanas del norte (junto con la provincia autónoma alemana de Bolzano) son las regiones más ricas del país (Milán, Bolonia o Florencia), mientras que las regiones más rurales del sur son las más pobres.

Esta división sigue las fronteras que ya existían antes de la unificación italiana, donde las numerosas y pequeñas ciudades-Estado del norte, centradas en el comercio y la innovación para sobrevivir, han ido evolucionando hasta formar los distritos industriales italianos, una de las regiones más innovadoras y competitivas del mundo y casi inmune a las crisis

económicas. En el sur, el antiguo reino agrícola de Dos Sicilias se ha quedado rezagado, con un peso agrícola muy alto y pocas ciudades importantes que dinamicen la actividad económica.

6.4. Requisitos de ingreso al mercado.

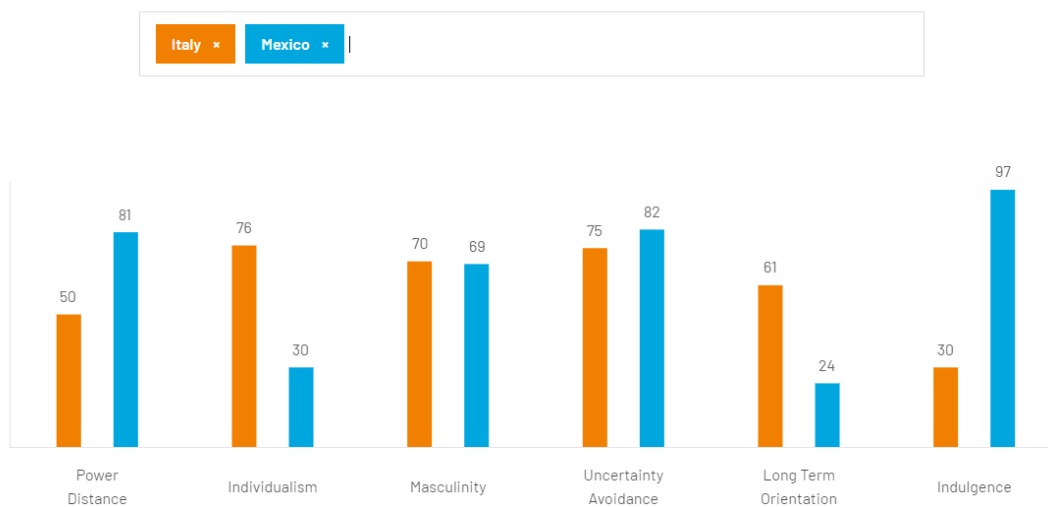
Italia es uno de los países que más importa en la unión europea y básicamente solo se necesita la misma documentación que para cualquier país de la UE. Sin embargo en esta ocasión nosotros haremos una exportación temporal para las obras ya que no sabemos cuales se venden y cuáles no.

6.5. Barreras arancelarias y no arancelarias.

México tiene un tratado de libre comercio con la Unión Europea desde el año 2000 el cual exenta de aranceles las operaciones de exportación entre los dos países.

7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales

7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.



Método Hofstede, Gráfico obtenido de

<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=italy%2Cmexico>

A simple vista, se podría decir que las sociedades Mexicanas e Italianas son muy parecidas si existen diferencias muy grandes y marcadas, no solo en el aspecto social, sino también en el individual, y esto lo podemos comprender más de cerca con un análisis cultural.

Hofstede nos da un parámetro de 6 rangos que nos ayudan a entender mejor la cultura organizacional de un país, y con esto hacer una comparativa y hacer una mejor estrategia de negocios.

Para México, encontramos que tenemos una Distancia al Poder (PDI) valuada en 81 puntos, esto nos indica que la sociedad mexicana comprende los valores jerárquicos establecidos socialmente y los respeta. El Individualismo (IDV), lo coloca en 30 puntos, esto quiere decir, que el mexicano ve por la sociedad más que por el individuo, siendo una sociedad más colectiva. La Masculinidad (MAS), se encuentra en 69 puntos, esto indica que las sociedades en México tienen valores más masculinos. La Incertidumbre (UAI) se coloca en 82 puntos, los mexicanos prefieren evitar incertidumbres y/o temas tabú. Orientación a Largo Plazo (LTD), aquí, México califica con 24, México es más apegado a las tradiciones y más normativo. Por último, la Indulgencia (IND) México se posiciona con 97, esto nos indica que el mexicano busca siempre divertirse y es probable que prefiera divertirse a un momento de trabajo.

Por otro lado, en Italia encontramos el primer valor (IDV) en 76 puntos, esto quiere decir que en las sociedades en Italia son más individualistas, quizá la adhesión social o los valores colectivos son más bajos, Los valores de (MAS) se encuentran en 70 puntos, muy similar a México, teniendo valores culturales muy similares. La (UAI) se posiciona en 75, de nuevo muy similar a como registra México, entendiendo que los Italianos prefieren también evitar temas tabú y la incertidumbre. (LTD) se posiciona en 61 puntos, a diferencia del Mexicano, el Italiano es más orientado a prevenir riesgos o eventos futuros, son más orientados al ahorro y a la prevención. Por último, la (IND) se posiciona en un valor de 30 puntos, en Italia se ve más por la prevención, y esto quiere decir que el Italiano verá más siempre por su trabajo y por lograr sus metas que divertirse.

7.2. Culturas de alto o bajo contexto.

El mecanismo italiano de comunicación es bastante complejo, ya que existen mensajes implícitos y explícitos en el diálogo, y un uso frecuente de la nivelación de voz, algo que no es extraño para un mexicano por ejemplo, sin embargo, a diferencia del mexicano, la comunicación en Italia es un poco más distante y los espacios son más respetados.

El saludo esperado depende del nivel de confianza que se le tenga a alguien, puede ser un apretón de manos firmes, viendo a la otra parte a los ojos, o puede ser un saludo de dos besos a seres más cercanos.

En torno a las diferencias de comunicación entre México e Italia, en Italia se usa más gesticulación y más uso del lenguaje corporal, si bien, no nos es extraño como mexicanos mover las manos, o hacer gestos cuando hablamos, esto es más regular y de más importancia para los Italianos.

La forma de comunicación, en cambio, suele ser muy similar a la de nosotros si hablamos de cómo se comparten los mensajes. Por lo general, los Italianos, lo hacen de una manera indirecta y a través del uso de metáforas o eufemismos, algo muy similar a la forma a la cual estamos acostumbrados. Muchas veces los mensajes se dan en partes y se tiene que leer el lenguaje facial, corporal y verbal para entenderlo.

7.3. Teoría del iceberg.

Cultura de la Superficie:

A pesar de las nuevas tendencias de negocios y de vida, propiciadas a través de la virtualidad creada por la pandemia. En Italia, sigue siendo muy profesional, por algo, el país es conocido por ser creador en tendencias de moda. Además de un ambiente, aunque rápidamente cambiante, sigue siendo predominante el culto a la religión católica, esto independientemente de la región de Italia que se encuentre, siempre habrá infraestructura religiosa que vale mucho la pena visitar.

El aspecto gastronómico al igual que los anteriores es bien marcado en cualquier región italiana en la que se encuentre, pero aquí comenzamos a ver una diferencia más marcada, debido a las condiciones geológicas en la que Italia se encuentra. A partir de Roma hacia el sur, hay en su mayoría valles, y las regiones agrícolas más productivas del país, teniendo una dieta más rica en granos, frutas, verduras, y en general, el acceso a una dieta más rica en variantes y en nutrientes debido a esta misma condición. En el caso del norte, al ser un terreno en gran medida montañoso y muy accidentado, con una carencia de terreno en donde sembrar, las dietas van más en torno a carne, a sopas como la polenta y la influencia de las cocinas suizas, austriacas, y hasta alemanas, aprovechando las papas y el queso para hacer maravillas.

El uso del lenguaje es muy similar a la forma en la que se da en México, en una estructura jerárquica, por edad, por posesión y/o por el nivel que se tiene de confianza a la persona.

Cuando se realizan negociaciones, o cuando se le habla a un directivo o un empleado de otra empresa, siempre se espera la etiqueta más estricta, empezando desde la vestimenta. El lenguaje siempre deberá de ser en forma de usted o (Lei).

Se hace hincapié en la pulcritud, tanto en la ropa como en uno mismo, ya que en Italia esto es fundamental, ir bien vestido, con la ropa bien planchada y en su lugar, y la pulcritud en el corte de cabello, el delineado de barba y en el lenguaje corporal.

Cultura del fondo

La cultura italiana está muy marcada por el respeto, y a diferencia del caso mexicano, la autoridad en Italia es más respetada, aunque sí existe, y cada vez mayor, un sentimiento de desconfianza por parte de la sociedad hacia las autoridades.

La comunicación política es muy fluida y la comunicación a cada ciudadano es muy eficiente a través de figuras políticas de las (comune), dando una estructura política democrática muy sólida, además de la estabilidad estructural de las instituciones, existe una cultura de rendición de cuentas, más sólida que en México

En materia tecnológica, la cercanía a países desarrollados y la atracción de oportunidades a través de diversos tratados regionales, le han dado a Italia, el acceso a tecnología de punta para prácticamente cualquier sector. Para el caso específico del arte, Italia tiene una gran trayectoria en la creación y distribución artística en diferentes sectores, y cuenta con iniciativas privadas que año con año invierten en el desarrollo de nuevas tecnologías para apoyar distintos sectores, como la restauración. como el trabajar con piedras o metales entre muchos otros.

Esto le dará la oportunidad al Dr. Vega de crear lazos con diversos artistas con enfoque similar en donde pueda haber más oportunidades de venta, de aprendizaje y de socializar.

Referente al idioma, los italianos siempre van a preferir negociar en Italiano, y en caso de no contar con un manejo impecable del italiano, ellos siempre preferirán que se use un poco el español para comunicarse, al inglés.

En materia de reconocimiento, el simple hecho de que una pieza de arte salga del mercado italiano, le da un plus. Si se cuenta con la posibilidad de ingresar las piezas del Dr. en alguna galería, feria, exhibición, etc. en el mercado Italiano le dará no solo a la pieza o a la colección un gran salto en el reconocimiento y renombre que tienen, si no también lo hará al nombre de Pedro Vega.

7.4. Perfil cultural del país.

Italia es un país reconocido por su arte, cultura, gastronomía y maravillosos monumentos, es un conjunto de manifestaciones culturales que hacen de este país uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial. Es la cuna del Humanismo y Renacimiento, tiene 51 sitios reconocidos como Patrimonio de la Humanidad ante la UNESCO. Roma es su capital, esta se ha caracterizado por ser epicentro político y cultural de Occidente. Asimismo, alberga un microestado que es el Vaticano considerado ciudad santa, ya que es el centro de operaciones de la Iglesia Católica y donde reside el Papa.

Los italianos son muy creyentes o religiosos. El 90 % de su población practica el catolicismo y lo reflejan en la cantidad de iglesias, santuarios y estatuas que están por todo el país. San Francisco de Asís es el santo patrono de Italia. Tienen un gusto refinado por la pintura que tuvo entre sus máximos representantes a Leonardo da Vinci y Miguel Ángel. Entre los italianos también hay grandes exponentes del cine, el teatro, la literatura y la música.

Festivales y celebraciones en Italia

La Befana

Es un personaje que se encarga de llevar la Navidad. Es una bruja que viaja en su escoba con zapatos rotos y se mete en las casas y deja dulces a los niños.

Capodanno

El Capodanno es la culminación del año viejo. Es común que para celebrarlo las personas se reúnan en las calles a disfrutar de conciertos y espectáculos. En ciudades y pueblos pequeños las familias se reúnen y minutos antes de las 12 de la noche se asoman por los balcones para recibir el año nuevo. El 1 de enero en Roma hay una tradición en donde se lanzan desde el puente Cavour al agua del Tíber.

Carnaval de Venecia

Es una de las celebraciones más populares e importantes de Italia y reconocida a nivel mundial. El carnaval de Venecia se empieza a celebrar días antes del miércoles de Cenizas. la gente se disfraza con trajes victorianos y máscaras. También hay danzas folclóricas, obras de teatro y otros espectáculos tradicionales. Es una experiencia única.

Pascuas

Es una celebración que además de ser la demostración de la fe cristiana. También es un momento de unión familiar. Por lo general, realizan cenas o almuerzos en donde disfrutas de la gastronomía típica de esta festividad que es cordero y pan de paloma. Además, decoran y esconden huevos de pascua.

Fiesta de la republica italiana

Cada 2 de junio se celebra la fiesta de la República Italiana. Para esto hacen un desfile militar.

En *In Praise of Commercial Culture Cowen (2000)* sostiene que Florencia, Ámsterdam, París y Nueva York han desempeñado un papel central en la historia del arte occidental. La demanda y la oferta de pintura y escultura tienden a concentrarse en ciudades; ahí se localizan los compradores ricos, las galerías y las casas de subastas, y los artistas se mudan a las ciudades no sólo para vender sus obras, sino también para aprender de otros creadores.

7.5. Códigos culturales.

Acorde con Olegario Llamazares en su obra titulada cómo negociar con éxito en 50 países los siguientes puntos son muy importantes dentro del contexto comercial italiano, sus rescates sobre este país se centran en protocolos, perfiles y tendencias estructurales dentro de la cultura italiana. (Llamazares, 2005)

1. La puntualidad es un factor a considerar, especialmente en Milán
2. Las conexiones familiares y en segundo término las referencias de estos son muy importantes, se prefieren hacer negocios con quien ya se ha tratado o a quien haya sido recomendado.
3. En la conversación es habitual el uso de “Lei”. o usted en italiano incluso si las personas se conocen desde hace años. }
4. Italia es un país donde cada región se distingue por su historia, comercio y arte, siendo en un sentido simbólico autónomas, se recomienda evitar comparar las regiones y adaptarse a las particularidades de cada zona.
5. El apretón de manos tocando con la otra mano el antebrazo de la persona es la forma más común de iniciar y terminar una conversación de negocios
6. El estilo y la forma de comportarse es esencial para iniciar de la mejor manera una negociación
7. En la primera conversación informal, previa a la negociación lo mejor es no tocar temas políticos, hacer preguntas personales y hablar sobre la segunda guerra mundial, aun así estos hayan inclinado la conversación hacia esos tópicos.
8. Temas de conversación para abrir la charla informal; deportes, cocina, vinos, arte, historia y museos.

9. En la mesa las manos se usan lo menos posible, debe utilizarse tener y cuchillo (siendo las únicas excepciones las uvas o las cerezas)

7.6. Protocolo de negocios.

1. La apariencia en trabajos y presentaciones tiene que ser impecable, en este rubro la apariencia es más importante que el contenido
2. Las negociaciones pueden ser muy largas, generalmente cuanto más se alargue más importante es.
3. Las soluciones ante la problemática se deciden en base a las experiencias anteriores en situaciones similares.
4. La estructura en organizaciones es horizontal, por lo que dentro de estos organismos las decisiones se discuten entre grupos
5. La negociación conlleva una pequeña conversación previa al arranque de las negociaciones
6. Se valora mucho el diseño y la calidad de los productos, esos son los puntos fuertes cuando se expone un proyecto.

A considerar:

Población	59 millones de habitantes (2021)
Superficie	302 km ²
Forma de estado	República (20 regiones)
PIB per cápita	32,390 euros
Divisa	Euro
Idioma Oficial	Italiano

Religión predominante	Catolica
Capital	Roma
Principales ciudades	Nápoles, Roma, Milán, Turín, Génova, Florencia
Fiesta nacional	2 de Julio
Prefijo telefónico	+39

7.7. Perfil cultural del negociador local.

1. Valoran mucho sus propios productos por lo que los hábitos de compra no cambian fácilmente, por esta razón se recomienda evitar la comparación entre productos, en lugar de esto lo ideal es tomar un enfoque de complementariedad e innovación.
2. Son muy buenos en áreas como el marketing y la distribución internacional.
3. Constante actividad y movimiento, el comerciante italiano constantemente se encuentra en medio de algún emprendimiento aunado a que viajan mucho.
4. Su argumentación es muy expresiva, si elevan mucho el tono de voz es por factores pasionales, usualmente esto no debe presentarse como enojo o enfado.
5. Suelen proponer demandas inesperadas, con el fin de desconcertar a la contra parte, hay que mantenerse firme en lo acordado, estas demandas son muestra de que la conclusión de la negociación está cerca.
6. Tienden a no llevar regalos o presentes a las negociaciones a menos que sean a niveles muy altos.
7. La mayoría de las pequeñas y medianas empresas cierran durante el mes de agosto por vacaciones.

8. Propuesta de valor agregado

8.1. Para diplomacia: centros culturales de México en el exterior.

Consulado en Milán.

Dirección: Corso Giacomo Matteotti 1, 20121 Milán, Italia

Teléfono de atención: 276002310. Días de atención: lunes a viernes de 9:00 am - 5:30 pm.

Su facebook es @ConsulMexMILAN, twitter: @ConsulMexMIL, correo electrónico: conmilan@sre.gob.mx.

Circunscripción que atiende: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Liguria y Cerdeña.

8.2 Consulado mexicano en Italia.

Embajada en Roma.

Dirección: Via Lazzaro Spallanzani 16, C.P. 00161, Roma, Italia.

Teléfono de atención: 00 39 06 4416 061. Días de atención: lunes a viernes de 9:00 am - 1:00 pm. Su Facebook es @EmbamexItalia, Twitter: @EmbaMexIta, Correo electrónico:

correoit@sre.gob.mx.

Circunscripción que atiende: Albania, Malta, San Marino y las regiones de Abruzzo, Apulia, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Marche, Molise, Toscana, Umbría y Sicilia, en Italia.

8.3 Propuesta de patrocinios.

Debido a que el Dr. Vega, vive en una realidad rodeada de personal médico, creímos pertinente que se pida un patrocinio a una empresa representativa y presente en este mundo. A esto, pensamos que para este mundo, la indumentaria es esencial, por ende hemos decidido acercarnos a una empresa de uniformes para el sector médico, con base en Guadalajara.

Nos acercamos a uniformes Clinik, para que a través del uso de los bocetos del Dr Vega en sus uniformes, y de un contrato que pueda beneficiar a ambas partes, se puedan incluir en la lista de posibles patrocinadores para este proyecto.

Pensamos que además de un patrocinio, puede salir una oportunidad mercantil a través del uso de los derechos del material del Dr. Vega y la publicidad que le puede traer a Clinik el estar en eventos artísticos nacionales e internacionales.

Dentro del escenario de trabajo, tuvimos contacto con un promotor cultural jalisciense, que entre muchos otros artistas locales, ayudó a posicionar a Jacob en grandes eventos. Pensamos que el conectar al Dr. Vega con Fermin, ayudará también a crear una relación comercial muy fructífera a corto y mediano plazo. La posición social y laboral de Fermin, le han dotado de una cartera de contactos que pueden ayudar enormemente al reconocimiento de las obras y del nombre del Dr.

Si a esto, además se puede agregar una participación en alguno de los fondos presentados con anterioridad, pensamos que se puede tener una buena parte de la inversión cubierta. E incluso se pueda a llegar a contar con mayor momentum a través de la creación de redes entre diversos actores que posiblemente se puedan involucrar.

8.4 Experiencia del cliente (marketing sensorial y emocional).

Como un plus, creemos importante que se debe crear un engagement previo entre el vendedor y el comprador, en este caso, el vendedor siendo el Dr. Vega. Debido a esto, identificamos que su mercado de arte actual puede identificarse en 2 grandes rubros, el primero siendo el personal médico, y el segundo los pacientes del Dr.

Ante esto, identificamos 2 rutas de creación de experiencias diferentes, en donde se incluya un kit a cada comprador, con objetos varios, según a qué segmentación pertenezca. Estos pueden identificarse más a detalle en la sección del buyer persona. Sin embargo, tienen como objetivo crear una mayor atracción a un público más general que puedan acceder a las obras del Dr a través de bocetos, o recetarios , o tote bags, etc.

8.5 Justificación de la propuesta.

Es a través del acompañamiento a las estrategias presentadas hacia el evento presentado, que se puede realizar un salto logístico y aprovechar la región para participar en eventos, exposiciones y galerías en zonas aledañas o regiones más lejanas dentro del viejo continente.

Más adelante se presentarán algunos costos operativos y de transportación importantes a tener en cuenta. Para poder cubrir los gastos necesarios, recomendamos también hacer una postulación a algunas de las convocatorias públicas que mencionamos.

Además de esto, la permanencia de las redes creadas a través de este trabajo, son fomentadoras de impulso artístico. La creación de relaciones entre el Dr. Vega, la Mtra. Karla y el empresario Fermin, son ejemplo entre la relación de fabricación, promoción y distribución.

El registro además del Dr. Vega, en el directorio artístico del Estado de Jalisco, es un enorme plus para crear más visibilidad ante la obra del Dr.

9. Acompañamiento

9.1 Características generales del recinto ferial.

La Feria de Sant’Orso es, fundamentalmente, un gran evento popular y un himno a la creatividad y a la laboriosidad de los habitantes de la montaña.

Cada año, un millar de expositores de entre artistas y artesanos valdostanos presentan con gran orgullo y legítima satisfacción el fruto de su trabajo, que desarrollan a modo de afición o en calidad de actividad productiva propiamente dicha, preservando su más auténtico carácter artesanal.

No es el aspecto comercial lo que lleva a estos expositores a participar en la Feria, sino más bien el deseo de salir del taller para entablar un contacto directo con un público que sabe apreciar la calidad y la creatividad de su trabajo, fruto de tradiciones con raíces seculares. Del mismo modo, quienes se acercan a esta Feria no lo hacen únicamente para realizar una buena compra, que pueda resultarles útil para el día a día, o para adquirir un objeto de calidad para adornar su casa, sino más bien para “respirar” un ambiente único e irrepetible.

9.2 Expositores participantes.

A este festival acuden más de 500 artistas y artesanos locales de toda la región, trayendo una fiesta que ha dado motivo a repetirse una vez al año por más de 1000 años.

Además de la emoción de la fiesta, y el ánimo social, este evento deja una importante derrama económica de la cual se puede sacar un buen provecho si se tiene una buena estrategia de colocación.

Nuestra idea de acción es crear una red de colaboración con artistas y productores locales. A partir de esta

9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.

Los artistas tienen 5 días antes de la feria para armar su stand con sus obras, etc.

Los horarios para las personas serán de 11 am a 1 pm los días 30 y 31 de enero 2024.

No se aplican restricciones a la entrada de nadie.

9.4 Equipaje recomendado.

1. Pasaporte y documentos de viaje: Asegúrate de llevar contigo tu pasaporte válido y otros documentos necesarios, como visas si las requieres.
2. Guía de viaje: Un buen guía de viaje te será útil para familiarizarte con los destinos turísticos, la cultura local, los restaurantes recomendados y las atracciones principales.
3. Ropa y calzado cómodos: Italia tiene una gran cantidad de lugares para explorar a pie, así que lleva ropa y calzado cómodos que te permitan caminar durante largos períodos.
4. Adaptador de enchufe: Italia utiliza enchufes de tipo F, por lo que si vienes de un país con un tipo de enchufe diferente, asegúrate de llevar un adaptador para poder cargar tus dispositivos electrónicos.

5. Medicamentos y artículos de cuidado personal: Si tomas medicamentos recetados, asegúrate de llevar suficiente para la duración de tu viaje. Además, lleva contigo tus artículos de cuidado personal habituales, como cepillo de dientes, pasta dental y cualquier otro artículo que necesites.
6. Cámara y accesorios: Italia tiene una belleza arquitectónica y natural impresionante, así que no olvides llevar tu cámara y los accesorios necesarios para capturar esos momentos especiales.
7. Adaptador de idioma: Aprender algunas frases básicas en italiano puede ser útil durante tu viaje. Lleva contigo un libro o una aplicación de traducción para comunicarte con los locales.
8. Dinero y tarjetas de crédito: Asegúrate de llevar suficiente dinero en efectivo para tus gastos diarios y también lleva contigo una tarjeta de crédito o débito que sea ampliamente aceptada en Italia.
9. Mapas y aplicaciones de navegación: Para moverte fácilmente por las ciudades y pueblos italianos, lleva contigo mapas actualizados y utiliza aplicaciones de navegación en tu teléfono inteligente para encontrar direcciones y puntos de interés.
10. Protector solar y repelente de insectos: Si planeas visitar las playas o pasar tiempo al aire libre, no olvides llevar protector solar para protegerte de los rayos del sol. Además, lleva repelente de insectos para protegerte de los mosquitos, especialmente en las áreas rurales.

9.5 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

Teléfonos del seguro de gastos médicos:

Whatsapp

+34 651 34 86 95

Teléfono

+52 (55) 8526 4044

9.6 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.

Toda la información referente a contactos y servicios consulares se redacta un poco más arriba, favor de consultar punto 8.2, ahí se encuentra toda la información acerca de esto.

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

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

Estimaciones:

Acorde con diversos estándares internacionales los stands institucionales suelen medir 3 m de largo, 3 m de ancho y 2.5 m de alto. Sin embargo esta clase de stands se adapta a la capacidad requerida, la cual se puede calcular al sumar el espacio ocupado y el espacio útil. El espacio que se necesita tiene que responder al espacio de los objetos en el stand (vitrinas, libreros, mesas, sillas, productos), además de es el que está disponible para la circulación de las personas. En general, se necesitan 9 metros cuadrados libres por cada persona que atienda el stand.

<https://www.displayart.com.mx/de-que-tamano-debe-ser-un-stand/>

10.2 Prototipo del stand, materiales.

Propuestas de materiales, esto dependerá de la funcionalidad y objetivo del artista en suma con el contexto y lineamientos de la feria.

1. Madera

La madera es un material clásico y versátil que brinda un aspecto cálido y natural con una personalización total y sencilla. La madera contrachapada, el tablero de fibra de densidad media (MDF) y el aglomerado son algunos de los tipos de madera usados en la fabricación de stands.

2. Metal

Al igual que el aluminio y el acero, son usados por su resistencia y durabilidad, sobre todo para estructuras modulares, marcos, soportes y elementos decorativos, otra alternativa podría ser el aluminio, material muy popular por su ligereza y facilidad de montaje.

3. Vidrio

El vidrio es indispensable si se quiere crear una atmósfera elegante y moderna, puede utilizarse en paneles, vitrinas, mostradores y elementos decorativos. Una variación, el vidrio templado o laminado es una excelente opción debido a su resistencia y seguridad.

4. Plástico

El plástico resalta por su ligereza y versatilidad, puede moldearse en diferentes formas y colores y tiene un uso en paneles, mostradores, rótulos y decoraciones. El policarbonato y el acrílico son los tipos de plásticos más usados en este rubro.

5. Textiles

Opciones viables en revestimientos de paredes, cubiertas de muebles, cortinas, gráficos impresos y banderolas. En este caso el spandex es el de uso más común por su capacidad de adaptación en distintas formas.

6. Cartón

El cartón es uno de los materiales más económicos y ligeros para stands temporales o efímeros. Son usados en paneles o estructuras modulares y pueden reciclarse.

7. Piedra y mármol

Son utilizados para crear elementos de lujo y alta gama como mostradores, revestimientos de paredes o suelos para añadir un toque de elegancia. No tan recomendable en comparación con los otros materiales en factores como precio y peso.

Acabados

1. Pintura

Es uno de los acabados más usados en cuanto a personalización visual y colores. La pintura proporciona una capa protectora que mejora la resistencia a los arañazos y la durabilidad de los materiales.

2. Laminado

El laminado consiste en aplicar una delgada capa de material plástico sobre la superficie de los materiales como la madera o el metal. Proporciona una mayor resistencia ante ciertos inconvenientes frecuentes como lo son la abrasión, los impactos y la humedad, además de mejorar la estética del stand.

3. Melamina

La melamina es un acabado laminado compuesto por papel impregnado con resina de melamina. Este acabado es resistente a los arañazos, las manchas y la humedad además de contar con una amplia gama de colores y estructuras siendo una opción popular para los revestimientos de paneles y muebles.

4. Lacado

El lacado es la aplicación de una capa transparente sobre la superficie de los materiales como la madera o el metal, proporciona un aspecto brillante y suave que optimiza la apariencia estética y protege los materiales de arañazos y desgaste.

5. Barnizado

El barnizado es un tratamiento aplicado principalmente en la madera para realzar su aspecto natural y proporcionar una mejor protección. El barniz puede ser transparente o teñido.

6. Anodizado

El anodizado normalmente es usado en aluminio para mejorar su resistencia a la corrosión y mejorar su estética. Estamos hablando de una capa protectora de óxido que puede colorear para conseguir distintos acabados.

7. Pulido

El pulido es un proceso mecánico con el que se puede conseguir una superficie lisa y brillante en materiales metálicos como el acero inoxidable o el aluminio para un aspecto sofisticado y reflectante.

Recomendaciones sobre el stand con base en su funcionalidad

1. Impacto visual y atractivo

Si quieres causar un buen impacto visual y atraer la atención del público, se recomienda escoger materiales y acabados llamativos como el vidrio, metales brillantes o plásticos translúcidos. Se tienen que tomar en cuenta factores como los acabados reflectantes, la iluminación estratégica o los detalles especiales como las texturas o gráficos impresos, son buenas opciones para atraer la mirada de los visitantes.

2. Funcionalidad y experiencia del visitante

Si quieres proporcionar una experiencia interactiva o educativa a los visitantes, recomendamos optar por alternativas que mejoren la funcionalidad del stand. Incorpora elementos táctiles, pantallas interactivas, muebles ergonómicos o superficies de escritura. Los acabados antideslizantes, resistentes al agua o al tacto también son beneficiosos para garantizar una experiencia segura y cómoda para los visitantes.

3. Durabilidad y resistencia

Si el objetivo es la durabilidad a largo plazo o utilizar el stand en eventos al aire libre, es fundamental escoger materiales y acabados duraderos, materiales que soporten la exposición al sol, lluvia o viento como el aluminio o el acero inoxidable.

4. Identidad de la marca y coherencia visual

Si deseas transmitir y reforzar la identidad de marca, es esencial optar por elementos que reflejen los valores y estética de la firma.

Considera usar colores corporativos, logotipos impresos o grabados y acabados que evoquen los atributos de la empresa.

5. Presupuesto y sostenibilidad

Si quieres optimizar el presupuesto o tener un enfoque más sostenible.

Evalúa las opciones más económicas y respetuosas con el medio ambiente, como los materiales reciclados o reciclables, acabados de bajo coste, y métodos de producción más sostenibles.

<https://www.pro-expo.net/es/blog/materiales-y-acabados-utilizados-en-la-construccion-de-stands/>

Cari organizzatori della Fiera di Sant'Orso

Spero che questo messaggio ti trovi bene. Vi scrivo per richiedere informazioni sulle misure ufficiali degli stand per i partecipanti e gli espositori.

In qualità di rappresentante del medico e scultore messicano Pedro Vega, sono interessato a ottenere dettagli precisi e aggiornati sulle caratteristiche degli spazi assegnati ai partecipanti e agli espositori, mi riferisco a materiali, misure degli stand e qualsiasi altro dato o documento rilevante che possiate fornirmi per aiutarmi nella mia ricerca o nel mio progetto.

Inoltre, vorrei conoscere eventuali scadenze per la consegna di queste informazioni, nonché eventuali requisiti o processi aggiuntivi che potrei dover seguire per ottenerle. Qualsiasi altra indicazione che possiate fornirmi per facilitare la mia richiesta sarà molto apprezzata.

È importante aggiungere che Pedro Vega utilizza una sedia a rotelle nelle sue attività quotidiane, quindi è essenziale conoscere le misure esatte dello spazio di lavoro.

Vi ringrazio in anticipo per l'attenzione e la collaborazione che vorrete dedicarmi. Vi prego di farmi sapere se ci sono costi associati all'ottenimento delle informazioni richieste, nonché i metodi di pagamento accettati.

Rimango in attesa di una vostra risposta e vi ringrazio in anticipo per la vostra cortese attenzione.

Cordiali saluti,
Miguel Alejandro Flores
Internazionalista che rappresenta Pedro Vega

10.4 Presupuesto del montaje (presupuestos de empresas en el área).

Cabe recalcar que el costo de este espacio de trabajo usualmente responde a las necesidades del usuario y/o cliente por lo que el rango del precio tendrá diversas variaciones acorde a los requisitos y características del producto deseado.

Sin embargo los valores generales en el continente europeo para el montaje del stand, salvo ciertas excepciones van entre los 1,400 y 4,800 euros, que al cambio de hoy 13 de julio de 2023 (18.814) serían en pesos mexicanos entre 26.339 y 90.306 unidades de la moneda nacional. (CronoShare, 2023) <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/montar-stand>
mover de aqui

10.5 Directorio de proveedores locales.

Empresa	Página Web	Contacto
Nimlok Italia	https://nimlokitalia.it/#contatti	(+39) 0429.78.35.54 (+39) 0429.78.45.91 info@nimlokitalia.it
Visual Events/ Empresa española con presencia en gran parte de Europa	https://vissualevents.com/disenos-stands-italia/	+34 935049288
Interfiere Design and exhibitions	https://www.interfiere.it/	+39 011 6471780 interfiere@interfiere.it
PIXEL SRL	https://pxxl.it/	+39 0321 625313 info@pxxl.it
Mesti Paolo	http://www.mestipaolo.it/	+39 0536 892009 +39 3294428874 info@mestipaolo.it

10.6 Especificaciones del recinto expositor.

Consideraciones: “De conformidad con la Ley Regional nº 2 de 2003 "Protección y valorización de la artesanía del Valle de Aosta", se ha creado un Registro de Maestros

Artesanos en la Oficina de Artesanía Tradicional del Departamento de Industria, Artesanía y Energía.” (Feria de Sant’ Orso, 2023)

<p>Pueden solicitar la inscripción en el Registro de Maestros Artesanos</p>
<p>a) los titulares de empresas individuales y los socios de empresas constituidas en forma de sociedades, inscritas en el Registro Regional de Empresas Artesanas para la actividad de producción de artesanía y para la transformación específica, incluidas en las categorías enumeradas en el artículo 3</p>
<p>b) socios de cooperativas en virtud del artículo 3 de la Ley Regional 44/1991.</p> <p>Para ser inscritos en el Registro de Maestros Artesanos, los sujetos deberán reunir los siguientes requisitos</p>
<p>a) antigüedad profesional de al menos ocho años como propietario o socio de una empresa inscrita en el Registro Regional de Empresas Artesanas o en una cooperativa de las contempladas en el artículo 3 de la Ley Regional 44/1991, para la producción de objetos de artesanía tradicional de las contempladas en el artículo 3</p>
<p>b) un grado adecuado de capacidad profesional, que puede deducirse de premios, diplomas o certificados de cualificación, incluidos los obtenidos tras la participación en cursos regionales de formación, así como de cualquier otro elemento que pueda demostrar una competencia específica</p>
<p>(c) pericia y capacidad para transmitir conocimientos y técnicas de transformación, que pueden deducirse de haber trabajado como aprendiz o haber recibido enseñanza durante al menos cinco años en cursos de aprendizaje de técnicas de transformación artesanal.</p>

10.6.1 Conectividad.

Italia cuenta con conexión a redes 5g y 4g, además de esto, existe servicio de starlink con el cual se puede hacer uso de red en caso de ser usuario suscriptor.

Para el caso de la telefonía, se pueden conseguir chips móviles que le permitan al usuario tener desde 15 gigas al mes, hasta un uso ilimitado como turista. Estos se pueden encontrar en los aeropuertos y/o tiendas de servicio de telecomunicaciones desde los 25 euros.

Vodafone es una de las empresas más grandes en ese sector no solo en Italia, si no que en Europa entera, por eso, recomendamos contratar los servicios de datos de ellos.

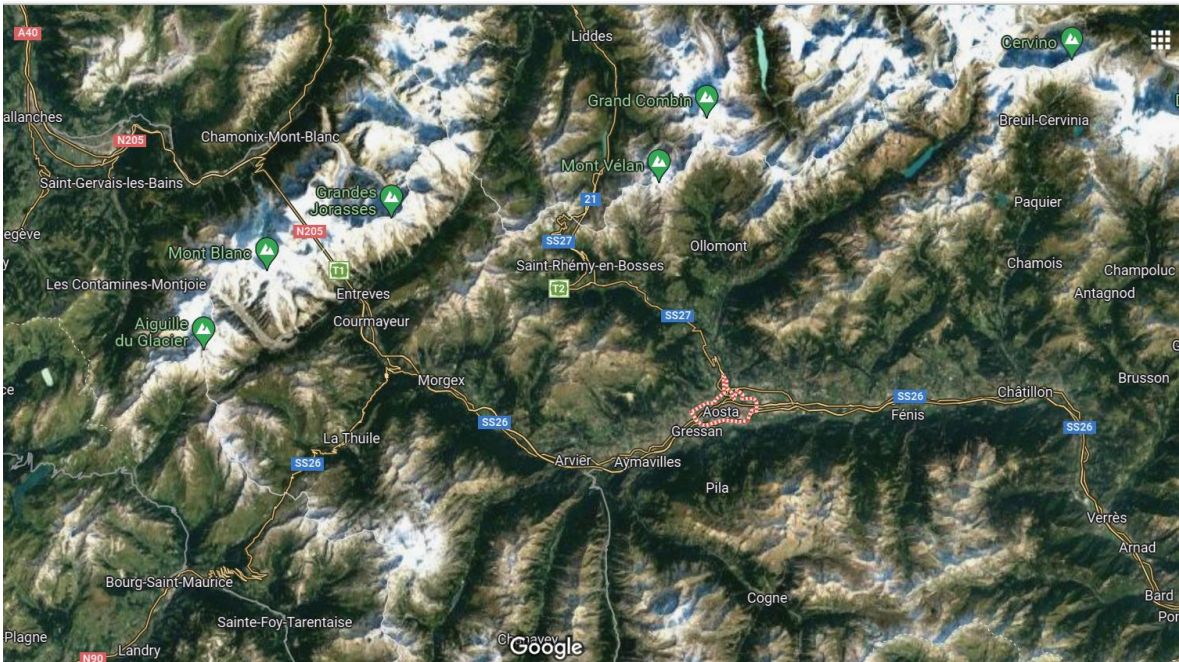
10.6.2 Horarios de montaje y desmontaje.

El evento dura 2 días, en donde los comerciantes montan en la mañana y desmontan en la noche, para el segundo día repetir el proceso. Se comienzan a abrir los stands a eso de las 7:00 de la mañana y por lo general se cierran sobre las 5:00 o 6:00, esto debido a que en esa zona geográfica, en este tiempo del año, el día dura menos.

Es por eso que se recomienda armar el stand temprano ambos días.

10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.

La feria se realiza prácticamente en todo el pueblo y al ser un pueblo pequeño en las montañas, son limitadas las vías de acceso, a continuación mostramos un mapa con las vías principales que van a Aosta.



Desde Turín, el lugar a donde se planea llegar, son aproximadamente 155 kilómetros. Como se aprecia en la imagen, son 3 caminos principales que cruzan por Aosta, y se puede disfrutar mucho del paisaje en este valle, y se pueden practicar deportes como el Ski en esta época del año en zonas aledañas muy cerca del valle.

10.7 Facturación y pagos.

Se recomienda la descentralización en torno a las formas de pago. Se recomienda aceptar todos los medios posibles desde efectivo euros, dólares, e incluso aceptar francos. Además de tarjetas, mediante terminales conectadas a la recepción de datos móviles locales, de los cuales se hace la recomendación en puntos anteriores.

El uso de Paypal, también es recomendado, y además el aceptar pagos con criptomonedas, a través de alguna cartera digital segura.

El uso de medios alternos al internet será solo posible si se cuenta con acceso a la red local, es por ello que es fundamental contar con un plan de datos proporcionado por alguna empresa establecida.

10.8 Espacios de networking y negociación.

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

Como se mencionó en capítulos anteriores, pensamos crear más engagement y llegar a un sector de mercado mucho más amplio a través del uso de promocionales que publiciten el trabajo y las obras del Dr. Vega, a continuación se muestran algunos ejemplos.

Calendarios que puedan servir tanto a la comunidad médica, como a compradores y coleccionistas.

Scrubs con los diseños exclusivos de los bocetos de Dr. Vega.

Recetarios con los diseños exclusivos del Dr Vega.

11. Análisis financiero de la misión comercial

11.1 Transportación.

Transportación personal.

[< Volver](#) Skyscanner

KLM KLM KL7397| Operado por Delta

3 h 28 min

14:18 GDL Guadalajara

18:46 ATL Atlanta Hartsfield-Jackson

4 h 44 min Escala en aeropuerto Mucho tiempo de espera

KLM KLM KL2041| Operado por Air France

8 h 25 min

23:30 ATL Atlanta Hartsfield-Jackson

13:55⁺¹ CDG París Charles de Gaulle

2 h 30 min Escala en aeropuerto

KLM KLM KL2106| Operado por HOP!

1 h 25 min

16:25 CDG París Charles de Gaulle

17:50 TRN Turín

Legada: vie., 26 de enero de 2024 | **Duración del viaje:** 20 h 32 min

Para calcular los costes de transporte desde Guadalajara a Aosta, al día de hoy (3 de Julio del 2023, tenemos que tomar en cuenta las fechas de la próxima feria, el 30 y 31 de enero del 2024. Estas fechas caen en martes y miércoles, si tomamos en cuenta la ocupada agenda del Dr. Vega. calculamos un viaje de 11 días, partiendo el día 25 de enero, y regresando el 2 de

febrero.

Encontramos vuelos desde los \$30,000 MXN, por viaje redondo en clase económica premium, tomando en cuenta algunas de las necesidades del Dr. Vega.

[< Volver](#) Skyscanner

KLM KL1556| Operado por KLM Cityhopper

1 h 55 min

11:40 TRN Turín

13:35 AMS Ámsterdam Schiphol

0 h 55 min Escala en aeropuerto

KLM KL685

12 h 05 min

14:30 AMS Ámsterdam Schiphol

19:35 MEX Ciudad de México

2 h 55 min Escala en aeropuerto

KLM KL8918| Operado por Aeromexico

1 h 28 min

22:30 MEX Ciudad de México

23:58 GDL Guadalajara

Llegada: mar., 6 de febrero de 2024 | Duración del viaje: 19 h 18 min

El primer vuelo sale el día 25 de Enero a las 14:18 horas, hora local de la ciudad de Guadalajara y hace una escala en Atlanta de 4 horas para después llegar al aeropuerto Charles de Gaulle en donde hay otra escala de 2 horas, para finalmente llegar a Turín a las 17:50 hora local,

Estando en el aeropuerto de Turín, recomendamos la renta de un vehículo, encontramos opciones desde 25 dolares al dia. Sin embargo, debido a la naturaleza de este viaje, recomendamos un vehículo un poco más grande que permita poder trasladar al Dr. Vega y a sus piezas más fácilmente.

Encontramos esta Volkswagen T- Roc, una camioneta con mucho volumen para cargar. En este caso, la renta desde el día 26 de enero al 2 febrero, tendría un costo de 513.54 USD, a esto, hay que tener en cuenta que se necesitaría un conductor que le ayude a transportarse al Dr. el costo es de 104.30 USD.

Haciendo la conversión de los costos, constatamos que el costo total en pesos mexicanos, solamente por la renta del vehículo, es de aproximadamente \$10,600 MXN.

Adicionalmente, estamos esperando una respuesta de la empresa para que nos puedan brindar una tarifa por el servicio de chauffer, para el Dr. Vega.

GENERAL DEL PRECIO

Vehículo T-Roc o similar	\$ 513.54
Impuestos y Tasas Incluidos	
Conductor adicional	\$ 104.30
Total	\$ 617.84
Seguro	\$ 18.04
Por pagar a la entrega	\$ 599.80

¡Estás consiguiendo una gran oferta en el aeropuerto!

Volkswagen T-Roc o similar

Italy Car Rent **8.3** Excelente Calificación

Política de combustible: Lleno - Lleno

Kilometraje: Sin límite

Exceso: Ver Condiciones

Impuestos y tasas, Seguro de renuncia de daños por colisión, Seguro contra robo, Seguro de terceros

Torino aeropuerto, Italia, En aeropuerto

Modificación gratuita | Cancelamiento gratuito

Más información

Elija los extras ahora y ahorre tiempo en la recogida

Los precios de los extras adicionales están gestionados por la empresa de alquiler local y se deben pagar en el momento de la recogida.

\$ 104.30 Conductor adicional 1 * \$ 104.30

Hay que tomar en cuenta que el precio de los energéticos actualmente está sufriendo bastante volatilidad debido a distintos eventos internacionales. Es por ello que se recomienda realizar una actualización a los costes energéticos unos días antes de realizar el viaje para estar bien preparados.

El precio por litro de gasolina en el Valle de Aosta al día de hoy 3 de Julio, se encuentra en 1 euro y 64 céntimos al valor más bajo registrado para el tipo “Gazole”, y 1 euro y 79 céntimos al valor más bajo registrado para el tipo “SP95”.

Teniendo en cuenta el tipo de vehículo, que cuenta con un tanque de 50L, llenar el tanque costará 90 euros, algo así como \$1,700 MXN.

Transportación de obras.

El costo de la exportación temporal por pieza tendrá un costo de \$5600 MXN por pedimento el cual se agregara al precio final de la obra y se podrá cambiar por una exportación definitiva por \$5040 MXN por pieza lo cual lo tendrán que cubrir las personas que hagan la compra que será un total de \$270 EUR. La exportación incluye la maniobra y el asesoramiento de documentos necesarios con la empresa Schenker experta en logística. La cual ofreció la

posibilidad de dar de alta la empresa del Dr. Vega como nuevo cliente en vez de el mismo Dr Vega como persona física con el fin de poder otorgarle un crédito.

La transportación de sus obras de su bodega al aeropuerto de GDL tendrá un costo de \$15,000 MXN y del aeropuerto de Turín a la Feria de \$19,000 MXN..

11.2 Hospedaje y alimentación.



Recomendamos realizar la estadía en un hotel de 4 estrellas en Aosta, llamado Duca d' Aosta Hotel, esto debido a que tiene buenas reseñas, se ve espacioso, incluye el desayuno, y está dentro de la misma localidad de Aosta. Este hotel tiene un costo de \$2,623 pesos por persona por noche, tomando en cuenta el tiempo de estadía, el total rondaría en torno a los \$18,357 MXN.

Sumado a esto, recomendamos un presupuesto de al menos 75 euros por día para comidas, aproximadamente \$10,000 MXN repartidos entre los 7 días, solamente para comidas y para cenas, debido a que el desayuno viene incluido en el coste del hotel.

11.3 Costo del espacio físico.

Cada espacio en la obra tiene un total de 2 x 3 mtr² y tiene un costo de \$250 EUR.

11.4 Seguros médicos.

El seguro de gastos médicos recomendado es de Aeroméxico el cual cubre toda el área de Italia por 30 días con un total de \$2710 por persona que cubre hasta 60 mil euros en gastos.

11.5 Gastos de representación.

El Comisario cobra alrededor de \$20,000 Mxn, más viáticos y seguro de gastos médicos.

11.6 Presupuesto recomendable.

Gasto	Cantidad	Precio	Total
Vuelos	2	\$30,000	\$60,000
Vehículo	1	\$10,600	\$10,600
Hospedaje	2	\$19,000	\$38,000
Alimentos	2	\$10,000	\$20,000
Seguro de gastos médicos	2	\$2,710	\$5,420
Exportación temporal	1	\$5,600	\$5,600
Seguro de exportación	1	\$2,200	\$2,200
Logística	1	\$29,000	\$29,000
Espacio y stand	1	\$45,000	\$45,000
Comisario	1	\$20,000	\$20,000
Extra para ocio	1	\$20,000	\$20,000
TOTAL	15	-	\$255,820

11.7 Recomendaciones y sugerencias finales.

Recomendamos llevar \$1000 EUR para el ocio y cualquier tipo de gasto extra que pueda ocurrir durante el viaje, además de llevar alguna tarjeta de crédito visa o mastercard para una emergencia mayor, por último recomendamos que preparen sus paladares.

12. Oferta de ocio y entretenimiento

12.1 Contexto histórico y cultural.

El valle de Aosta es una de las regiones autónomas que conforman Italia, se encuentra colindante con Suiza y Francia, además de algunas ciudades italianas al sur y al este.

En específico, la ciudad de Aosta fue fundada en 1158 a. C. En la ciudad, el italiano, el francés y el dialecto valdostano son idiomas oficiales.

En el último censo realizado, se contabilizan poco más de 34,000 habitantes.

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura o (UNESCO) por sus siglas en inglés, promueve globalmente una lista de sitios de interés para la humanidad.

Aunque en Aosta, específicamente, no exista ningún sitio patrimonial UNESCO, Italia posee una riqueza cultural enorme, y la lista de sitios UNESCO en el país es enorme, contando con al menos 58 bienes y 7 bienes transfronterizos (UNESCO. 2023).

Anexamos a continuación el enlace directo al sitio de la UNESCO para que se puedan apreciar mejor estos bienes culturales y patrimoniales de la humanidad. [Centro del Patrimonio Mundial - \(unesco.org\)](https://www.unesco.org/es/ptm)

12.3 Parques y reservas naturales.

La región montañosa y el carácter de valle en las comunidades de Aosta, le dan un carácter especial a todos aquellas personas aventureras o que simplemente disfrutan dar una caminata o explorar los montes y valles con una bicicleta.

Existe por ejemplo, el parque nacional Gran Paradiso, que fue el primer parque con este estatuto especial en Italia, cuenta con alrededor de 70,000 hectáreas y está a una elevación de entre 800 a 4,061 m.s.n.m.

Está además el parque de Mont. Avic, fundado en 1989, con el fin de preservar los recursos hídricos y naturales del valle. Es un área de alrededor de 500 hectáreas y se distingue por sus series de formaciones geológicas.

La región cuenta además con diferentes lagos y lagunas creados gracias a los ríos que navegan a través de las montañas y los valles, creando ecosistemas de gran importancia para el sustento de todo el sistema del valle.

12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

Se ofrecen en el valle una gran cantidad de actividades recreativas que le dan a los visitantes una forma alterna de percibir esta región.

Están disponibles por ejemplo, paseos en helicóptero por toda la región de Aosta, llegando hasta los castillos de Quart y de Fenis, el Monte Velan. Este paseo está disponible hasta para 7 tripulantes por helicóptero.

Similar a esta experiencia hay también vuelos por medio de parapente o en globo, que permiten no solo al usuario disfrutar de la vista y las maravillas del valle, sino que también le dan oportunidad a algunos acompañantes más de disfrutar esta experiencia.

Además hay muchos experimentados paracaidistas en la región que brindan experiencias de parapente, que permiten al usuario planear a través de las montañas y los valles.

Existe también un observatorio astronómico a 1675 m.s.n.m, que aprovecha los altos factores de visibilidad que ofrece el valle para brindar una observación del cielo tranquila y sin mayor problema.

12.5 Oferta gastronómica.

El valle de Aosta es conocido por su rica oferta gastronómica, además de amplio catálogo de vinos y jamones. Debido a su ubicación geográfica, el valle cuenta con una influencia importante de Francia y a su vez también de Suiza. Esto sumado a su calidad de Valle, le dan a esta región única, una oferta gastronómica amplia para todos los tipos de paladares.

En la ciudad de Arnad, una localidad a 1 hora de transporte de Aosta, durante la primera semana del mes de agosto se celebra el festival del tocino, un espectáculo y fiesta en torno a este corte magro del puerco.

También, en el mes de Julio, por cuatro días enteros, se hace una festividad en torno a otro corte del puerco, el jambon de bosses, típico de la región alpina, esta fiesta le ha dado el certificado de calidad de origen a este tipo a la región del Val d' Aosta.

A su vez con la regiones colindantes de Gressan y Antrey, se da una festividad en torno al fruto más cosechado en el valle. Las manzanas. Esta ocurre durante el primer domingo de la época otoñal.

La fiesta de la marcha al fuerte, crea un festival gastronómico y le da la oportunidad a todos los valdostinos de presentar y vender sus productos dentro de los muros del fuerte en el campo de Champorcher.


Durante el último domingo de octubre, además, se da una festival en torno a las abejas y la producción de miel y cera que generan.



12.6 Museos, galerías y centros culturales.

Nombre	Galería	Contacto
Museo Arqueológico Regional		<p>MAR - Museo Archeologico Regionale Piazza Roncas, 12 11100 AOSTA (AO)</p> <p><i>Telefono:</i> (+39) 0165.275902</p> <p><i>E-mail:</i> mar@regione.vda.it</p> <p><i>Internet:</i> valledaostaheritage.com/mar-museo-archeologico-regionale/</p>

<p>Museo y Parque Regional de Saint Martin de Corleans</p>		<p>Area megalitica di Aosta Corso Saint-Martin de Corléans 11100 AOSTA (AO) <i>Teléfono:</i> (+39) 0165552420 <i>E-mail:</i> beniculturali@regione.vda.it <i>Internet:</i> valledaostaheritage.com/area-megalitica/</p>
<p>Museo de la Artesanía del Valle de Aosta</p>		<p>MAV - Museo dell'Artigianato Valdostano di tradizione Villa Montana - Hameau Chez Sapin 86 11020 FENIS (AO) <i>Teléfono:</i> (+39) 0165 1835120 <i>E-mail:</i> museo@lartisana.vda.it <i>Internet:</i> www.lartisana.vda.it/</p>
<p>Castillo Gamba</p>		<p>Castello Gamba Località Cret de Breil 11024 CHATILLON (AO) <i>Teléfono:</i> +39.0166.563252 <i>E-mail:</i> info.castellogamba</p>

		<p>@regione.vda.it</p> <p><i>Internet:</i></p> <p>https://www.castellongamba.vda.it/</p>
Museo de los Alpes		<p>Museo delle Alpi presso Forte di Bard 11020 BARD (AO) <i>Telefono:</i> (+39) 0125.833811 <i>E-mail:</i> info@fortedibard.it <i>Internet:</i> https://www.fortedibard.it</p>
Las Prisiones del Fuerte		<p>Associazione Forte di Bard 11020 BARD (AO) <i>Telefono:</i> + 39 0125 833811 <i>E-mail:</i> info@fortedibard.it <i>Internet:</i> https://www.fortedibard.it</p>
Museo del Tesoro de la Catedral		<p>Parrocchia della Cattedrale Piazza Giovanni XXIII 11100 AOSTA (AO) <i>Internet:</i> https://cattedraleaosta.it/museo-del-</p>

		<p>tesoro-della- cattedrale-e- affreschi-dellxi- secolo/</p>
<p>Observatorio y Planetario</p>		<p>Fondazione Clément Fillietroz - ONLUS</p> <p>Saint-Barthélemy - Località Lignan, 39, 11020 NUS (AO)</p> <p><i>Telefono:</i></p> <p>(+39) 0165 770050</p> <p><i>E-mail:</i></p> <p>info@oavda.it</p> <p><i>Internet:</i></p> <p>www.oavda.it</p>

<p>Casa de los Antiguos Remedios</p>		<p>La Maison des anciens Remèdes Hameau Les Adam 11020 JOVENCAN (AO) <i>Teléfono:</i> (+39) 333 3589863 <i>E-mail:</i> info@anciensremedesjovencan.it <i>Internet:</i> www.anciensremedesjovencan.it/</p>
<p>Museo Alpino</p>		<p>Società Guide Alpine Courmayeur Strada per il Villair, 2 11013 COURMAYEUR (AO) <i>Teléfono:</i> (+39) 0165.842064 <i>E-mail:</i> info@guidecourmayeur.com <i>Internet:</i> www.guidecourmayeur.com</p>

12.7 Turismo de aventura.

En la época en la que esta feria se realiza, los eventos de ski en toda la región del valle están en su punto máximo, debido a que en estos días es cuando más frío y mejor calidad llega a alcanzar la nieve.

La zona al estar enclavada en un valle, será fácil ver los distintos resorts en las montañas con sus pistas y los patinadores subiendo y bajando.

Dentro de lo que se investigó, con la renta del equipo, la estancia, comida y demás necesidades, requieren un gasto de aproximadamente 250 euros por persona, con los cuales se podría disfrutar todo el día de la montaña, o pasar un día relajante en un resort en la montaña.

12.8 Oferta teatral y conciertos.

Debido al impacto económico que genera esta Feria en la región, parece ser que los itinerarios en los museos y galerías locales comienzan a ser reducidos unas semanas antes, y comienzan a tener exposiciones ya bien entrado el mes de Febrero, esto también pasa con conciertos en la región, no pudimos encontrar ni uno que colinde con los días de exposición.

Sin embargo, los museos y galerías, aunque sin eventos, siguen estando abiertas al público en horario regular, y se puede ver más información anteriormente en el punto 12.6.

12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.

Durante esta época, existen diversas actividades realizadas en torno a la montaña. Las pistas de ski se encuentran en su punto álgido, pero también existen varios grupos que realizan alpinismo en montes cercanos al valle y algunos más alejados. Así mismo como actividades de Trekking realizados con expertos aventureros locales. Además de esto, también puede esperarse un gran flujo de bicicletas de montaña, debido al atractivo natural que el valle tiene. Además de esto, se aprovechan algunos ríos para navegar en balsas y en kayak.

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

13.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía.

Programas de fomento y apoyo a las exportaciones de las empresas mexicanas:

Los programas **IMMEX** y **DRAWBACK** impulsan la productividad y la calidad de los procesos de las empresas para elevar su competitividad y permitir su incorporación al mercado mundial.

Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación IMMEX	Instrumento de fomento a las exportaciones que permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación o a
---	--

	las empresas que prestan servicios destinados a la exportación, importar temporalmente diversos bienes como materias primas, insumos, componentes, envases y empaques, así como maquinaria y equipo, para usarse en la elaboración de productos de exportación, sin pagar el impuesto general de importación, el IVA y el de las cuotas compensatorias, en su caso.
Programa de Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores DRAWBACK	Reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación y posterior exportación de: materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado; por la importación de mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas; y mercancías importadas para su reparación o alteración.

Información extraída de:

<http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/industria-y-comercio-instrumentos-de-comercio-exterior?state=published>.

13.2 Programa nacional de eventos internacionales.

Programa Nacional de Arte Popular

El Programa Nacional de Arte Popular tiene como objetivo general el promover y acompañar procesos de producción, preservación, fortalecimiento, promoción y difusión de esta manifestación cultural, enmarcados en los conceptos contemporáneos de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial.

El Programa tiene como líneas de acción:

- Investigación
- Capacitación y asistencia técnica
- Promoción y difusión
- Proyectos especiales

En relación a la PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Se organizan y realizan ferias artesanales para la promoción y venta de artesanías de los grupos asociados de artesanos atendidos en el Programa y también para otras asociaciones de artesanos y artistas populares.

Se organizan y realizan exposiciones de arte popular, de las diferentes ramas artesanales, de diferentes estados de la República, en acciones conjuntas con las instancias de cultura de los mismos.

Se imparten conferencias y charlas de promoción y difusión del arte popular mexicano, en apoyo o acuerdos interinstitucionales gubernamentales y no gubernamentales y de la empresa privada.

Se desarrollan acciones de investigación propia y de otros particulares, para la publicación de libros referidos al tema.

Se promueve la participación de los artistas populares en eventos internacionales.

Más información:

Amparo de Jesús Rincón Pérez

Coordinación de Arte Popular

Av. Paseo de la Reforma No. 175, piso 12 Col. Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc C.P. 06500, Ciudad de México

Teléfono: 55 41 55 03 65 / 55 41 55 02 00, ext. 9365

icono-mail arincon@cultura.gob.mx

Dirección de Difusión Cultural Internacional - Programa de Apoyo a Festivales Culturales y Artísticos

La Dirección de Difusión Cultural Internacional tiene entre sus objetivos el difundir y promover las expresiones artísticas de México en los principales foros y eventos alrededor del mundo y al mismo tiempo, acercar al público mexicano a lo más destacado del amplio horizonte de la producción artística internacional. Es también la encargada de colocar a la cultura mexicana en diálogo con otros países, para lo cual desarrolla una serie de acciones encaminadas a fortalecer el intercambio de creadores, investigadores y especialistas no sólo en el campo de las manifestaciones artísticas sino también en el de la investigación en torno a la conservación y salvaguarda del patrimonio.

Con el objeto de apoyar la realización de festivales culturales y artísticos que preserven, promuevan y estimulen la cultura en nuestro país, la Secretaría de Cultura Federal a través de la Convocatoria Apoyo a Festivales Culturales y Artísticos PROFEST, trabaja en conjunto con las instancias convocadas.

Apoya a Festivales de Artes Escénicas (teatro, circo, títeres, cabaret, danza, música, etc.), artes visuales y diseño, literatura y gastronomía. El órgano encargado de determinar el monto de apoyo para cada proyecto es la Comisión Dictaminadora del PROFEST, el cual evalúa la programación artística y el presupuesto de cada festival. Los requisitos para solicitar apoyos se obtienen anualmente en la convocatoria, los cuales dependen de las instancias postulantes, así como el número de las emisiones de cada Festival.

La Dirección de Difusión Cultural Internacional en su página de internet posee el catálogo para convocatorias de eventos internacionales. Dependiendo la convocatoria en cuestión serán los requisitos y apoyos que la PROFEST podrá dar a los artistas que deseen asistir. El vínculo para checar el catálogo es el siguiente: <https://www.cultura.gob.mx/dgai/convocatorias>

Lo anterior, basado en el Programa Sectorial Derivado Del Plan Nacional De Desarrollo 2020-2024, que estipula lo siguiente:

Estrategia prioritaria 3.5 Impulsar el intercambio cultural entre México y el mundo	
Acción puntual	
3.5.1	Brindar servicios culturales a las comunidades mexicanas en el extranjero para reforzar sus vínculos identitarios e impulsar el conocimiento y aprecio de la diversidad cultural mexicana.
3.5.2	Impulsar la presencia de grupos, artistas y compañías del Sector Cultura en foros internacionales.
3.5.3	Apoyar a artistas y personas creadoras independientes en la difusión de su obra en el extranjero.
3.5.4	Propiciar el intercambio cultural en el extranjero, con el fin de diversificar la oferta para la población del país.
3.5.5	Promover la cooperación cultural internacional en materia de producción, difusión, circulación de bienes y servicios culturales, así como protección y salvaguardia de patrimonios culturales.

13.3 Programa de asistencia técnica y campañas de imagen.

Programa UNESCO-Aschberg para artistas y profesionales de la cultura.

Creado en 1956, el programa UNESCO-Aschberg continúa apoyando la creatividad y la diversidad artística. Inicialmente dedicado a promover la formación de artistas mediante la concesión de becas para artistas residentes, fue rediseñado en 2017 para apoyar la

implementación de los dos instrumentos normativos de la UNESCO relacionados con la creatividad artística.

Al enfocarse en áreas como el comercio de bienes y servicios culturales o los derechos humanos, el programa brinda asistencia técnica, herramientas y capacidades para favorecer el desarrollo de entornos propicios a la creatividad.

El programa UNESCO-Aschberg promueve la condición del artista proporcionando asistencia técnica para la revisión de marcos jurídicos, políticos y normativos, en particular mediante la convocatoria anual de proyectos "UNESCO-Aschberg para artistas y profesionales de la cultura", que proporciona asistencia técnica y financiamiento a instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil. El programa también ofrece servicios de expertos de vanguardia que cubren todas las regiones, módulos de capacitación sobre la libertad artística, e intercambio de información.

Más concretamente, este programa incluye dos vías:

- Vía 1, abierto a gobiernos e instituciones públicas: asistencia técnica destinada a revisar o diseñar nuevos marcos regulatorios (leyes, políticas, medidas, etc.) que protejan y promuevan la libertad artística, incluyendo el estatus del artista y los profesionales de la cultura.
- Vía 2, abierta a organizaciones de la sociedad civil: asistencia financiera en la implementación de proyectos innovadores destinados a promover el tema de la libertad artística, incluida la condición del artista a nivel local, nacional, regional o internacional. (por ejemplo, creación de capacidad, actividades de promoción, seguimiento e investigación, etc.)

Proceso de solicitud y selección

Para presentar una propuesta de proyecto, los solicitantes deben:

- Lea atentamente la convocatoria de proyectos para comprender sus términos.
- Descargue el formulario de solicitud electrónico correspondiente según su estado (gobiernos/instituciones públicas u organizaciones de la sociedad civil;
- Complete el formulario de solicitud en inglés o francés.
- Adjunte los documentos justificativos solicitados.
- Firme y ponga la fecha en el formulario.
- Envíe el formulario completo por correo electrónico a aschberg@unesco.org.

La Secretaría de la UNESCO confirmará la recepción de las propuestas por correo electrónico. Todos los solicitantes serán informados dentro de dos meses si su solicitud ha sido aprobada o no.

Un panel independiente de expertos evaluará las solicitudes y hará una recomendación a la UNESCO que decidirá sobre los candidatos seleccionados, teniendo en cuenta los criterios de elegibilidad y selección descritos en el documento de la convocatoria.

Contactar

Para más información, escribir a: aschberg@unesco.org

13.4 Apoyos estatales/ Instituto de fomento al comercio exterior /secretaría de desarrollo económico Cdmex/ Secretaría de Cultura de Jalisco.

En referencia al capítulo 1.2 (convocatorias).

Convocatorias Jalisco

Convocatoria	Descripción	Link
Proyecto Traslados 2024	Es un programa del Gobierno del Estado de Jalisco, que se ejecuta a través de la Secretaría de Cultura, que tiene por objetivo incrementar la representación y visibilización de creadores y artistas jaliscienses en actividades nacionales e internacionales vinculadas a su profesión; considerando sus limitaciones para participar en dichas actividades.	https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10801
Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico de Jalisco 2024	Es un llamado a las diferentes miradas y voces de la entidad en los ámbitos de la creación artística, la investigación y gestión cultural, y la preservación y difusión de nuestro patrimonio. Invitamos a la	https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10829

	<p>comunidad cultural de nuestro estado a desarrollar proyectos que, desde un conocimiento histórico y conciencia del entorno, visibilicen y respondan a situaciones y problemáticas del momento actual.</p> <p>Proyectos que propongan nuevas formas, lenguajes y metodologías para generar en los diversos públicos experiencias significativas que se traduzcan en espacios de reflexión y diálogo.</p>	
Convocatorias Zapopan		
Zapopan exporta	<p>Personas físicas con actividad empresarial y personas morales que clasifiquen como micro, pequeña o mediana empresa, que operen en el Municipio de Zapopan, Jalisco, de manera formal, que cuenten con capacidad de exportación, y busquen participar en una misión comercial organizada por alguna Cámara Comercial con sede en el estado de Jalisco, o como expositores independientes en una Feria o Exposición comercial internacional.</p>	https://www.creditozapopan.com/creditos?c=16&v=1
Incentivo a la producción cultural y artística de hasta \$100,000 pesos	<p>Ofrecer una oportunidad de financiamiento a aquellos artistas y empresarios de industrias creativas establecidas en el Municipio de Zapopan, que les permitan fortalecer tanto sus modelos de negocios como</p>	https://www.creditozapopan.com/creditos?c=19&v=1

	<p>su impacto económico y social a través de un estímulo económico que tiene como fin activar las diferentes cadenas de suministros del sector cultural.</p>	
--	--	--

13.5 Apoyos de cámaras industriales.

La Coordinación Estratégica de Crecimiento y Desarrollo Económico del Gobierno de Jalisco, la CONCAMIN e Industriales Jalisco formalizan la alianza por las PYMES industriales.

Esta alianza tiene como objetivo que las empresas del sector industrial puedan mejorar sus capacidades y ser más competitivas ya que de acuerdo con el Estudio Sobre Demografía de los Negocios realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al cierre del 2021 las PYMES industriales tienen una tasa de supervivencia del 30.59%, por lo que es urgente plantear una estrategia que impulse a la permanencia de estos negocios.

El acuerdo contempla que desde la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) se promoverán apoyos productivos así como financiamiento por medio del Fondo Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL) para lograr el crecimiento y desarrollo de más empresas industriales en la entidad.

Entre los alcances que tendrán los trabajos realizados por esta alianza está el crear un programa que permita el encadenamiento productivo; consolidar una red de grandes empresas del sector industrial para impulsar el desarrollo sostenible de las PyMEs; crear un inventario de productos y servicios que puedan ser atendidos por los pequeños negocios industriales de Jalisco.

13.6 Financiamiento Pyme banca comercial.

Crédito a la cultura y el Fondo de Incentivo Social

Con el fin de apoyar a las y los trabajadores de la industria creativa y cultural, el gobierno municipal de Zapopan presentó el Crédito a la Cultura y un fondo de Incentivo Social, que

suman 11.5 millones de pesos, con lo que se ofrece un apoyo económico para la continuación de proyectos artísticos con impacto social.

El Crédito a la Cultura consiste en una bolsa de 10 millones de pesos. Las personas jurídicas podrán solicitar hasta \$500 mil pesos y las personas físicas hasta \$350 mil pesos, con una tasa blanda variable a un plazo de hasta 48 meses, mientras que para el Incentivo Social se dispone de una bolsa de 1.5 millones de pesos a fondo perdido, al que tanto personas físicas como jurídicas podrán acceder a hasta \$100 mil pesos.

“Es que presenten proyectos en la cadena de valor cultural, llámese cualquier tipo de proyecto: artistas escénicos, plásticos, artistas barriales, cuentacuentos. Pueden plantear un proyecto basado en las reglas de operación”, apuntó el coordinador general de Desarrollo Económico y Combate a la Desigualdad, Salvador Villaseñor Aldama.

¿Para qué se puede utilizar el crédito?

- Adquisición de activos fijos y la realización de obras necesarias para el crecimiento e incremento de la producción de la empresa.
- Capital de trabajo cuyo importe se condiciona a ser invertido en compra de mercancías y materias primas, pagos de sueldos, salarios y otros gastos directos de producción y comercialización, indispensables para la operación del negocio.
- De manera justificable incluso para cierto pago de pasivos, sujeto a análisis, por parte del Comité de Cultura y el Fideicomiso Maestro de Fomento Económico para el Municipio de Zapopan (FIMAFEZ).
- Cualquiera que impulse la actividad comercial y el crecimiento de la empresa.
- Adquisición de equipamiento, seguro para equipo e infraestructura: Restauración de bienes muebles o inmuebles, así como Servicios Digitales, Venta, Mercadotecnia y Publicidad.
- No podrá utilizarse para pago de personal.

¿Para qué se puede utilizar el incentivo social?

- Capital de trabajo cuyo importe se condiciona a ser invertido en compra de mercancías y materias primas, así como gastos de producción.
- Servicios digitales, venta, mercadotecnia y publicidad.

- No podrá utilizarse para pago de personal o deudas.

La convocatoria estará abierta desde el 18 de julio hasta el 28 de agosto y podrá encontrarse en la página www.creditozapopan.com

Para más información en el siguiente link:

<https://www.zapopan.gob.mx/v3/noticias/zapopan-presenta-fondo-para-artistas-y-creadores>

Crédito PYME simple con SANTANDER

Accede a un crédito amortizable para cubrir tu capital de trabajo, adquirir activos fijos o invertir en proyectos.

Beneficios de un Crédito Simple

- Aprovecha el máximo de un crédito a cuotas que cubre las necesidades de tu empresa a largo plazo.
- Múltiples opciones de plazo.
- Hasta 60 meses para activo fijo.
- Hasta 36 meses para capital de trabajo.
- Atractivas tasas respecto al mercado.
- Disposición única al inicio del crédito (no revolvente).
- Pago mensual de intereses y capital correspondiente.
- Cobro directo a tu cuenta, para facilitar la operativa y mejorar la planeación de pagos y flujos de tu empresa.

¿Qué necesito para contratar un Crédito Simple?

- Ser personal moral o persona física con actividad empresarial.
- Identificación oficial vigente con fotografía y firma del representante legal(es) y/o accionista principal.
- Solicitud de crédito.
- Acta Constitutiva de la Sociedad y Estatutos Sociales vigentes.
- Poderes de los representantes legales (apoderados).
- Comprobantes de ingresos (estados de cuenta, declaración fiscal, estados financieros, etc.).
- Cédula de Identificación Fiscal (RFC) y alta ante el SAT.
- Cédula del CURP.

Portafolio



Pedro Vega Villasante

PORTAFOLIO PROFESIONAL

Índice



STATEMENT	1
TRAYECTORIA	2
CARPETA INTEGRADORA	3
CONTACTO	4



STATEMENT

Nombre: Pedro Vega Villasante
Fecha de nacimiento: 10 de Octubre de 1962
Estudios profesionales: Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva en la UDG-UNAM.
32 años de experiencia.
Escultura y pintura: Autodidacta.
12 años de experiencia.



Mi trabajo se rodea la anatomía humana, hago uso de una mirada subjetiva que observa a través de una lente que cambia y se salta las leyes naturales del cuerpo humano provocando imágenes que extraorbitan los mismos límites de nuestros cuerpos, la técnica para la finalización de las obras es bronce a la cera perdida.

Mi arte es en parte consecuencia de mi profesión, el fundamento de mi trabajo son las manos, herramientas que nos diferencia del resto de los seres vivos que habitan este planeta, si lo pensamos bien ese giro en la evolución nos brindó la posibilidad de crear, construir y progresar. Mi arte es único porque es para mí, voy más allá de las cuestiones comerciales, para mí estas pasan a segundo plano, mi arte es resultado de la autosatisfacción, del nombrar y darle significado a las cosas y es por eso que lo hace tan especial.

TRAYECTORIA



- Agosto 2012: *Los lengüeteros*. Exposición individual
- Abril 2013: Centro de conversaciones Puerto Vallarta.
- Mayo 2013: Exposición en la Presidencia municipal de Uruapan Michoacán.
- Junio 2016: Centro de convenciones Mazatlán individual.
- Julio 2016: Foro iberoamericano de seguridad en el Riu Guadalajara individual.
- Diciembre 2016: Profesor de taller de moldeado de nariz y párpado en Mexico AMSPER.
- Mayo 2017: Centro de convenciones en Cancún colectiva.
- Febrero 2018: Centro de convenciones Monterrey colectiva.
- Diciembre 2018: Exposición en la Presidencia municipal de Zapopan Jalisco.
- Noviembre 2019: Exposición en el congreso de la Asociación Mexicana de Cirugía Plástica Estética y Reconstructiva.
- Febrero 2019: Polyforum León Guanajuato colectiva.
- Noviembre 2020: Exposición en la Presidencia municipal de Ocotlán Jalisco.
- Marzo 2022: Centro de convenciones de Mazatlán individual.





CARPETA INTEGRADORA



"MIS MANOS, MI CEREBRO Y MI CORAZÓN SON LA PARTE FUNDAMENTAL DE MI TRABAJO."



Flor de luna

Año: Queda Pendiente

Dimensiones: 55x80

Técnica: Bronce a la cera perdida

Disponibilidad: Queda Pendiente

Precio: Queda Pendiente

Forma parte de un conjunto de piezas circulares (Señor Sol, Mujer IK, Ojo de Teotl) Es la parte femenina y representa la belleza de una mujer en el centro, con un gesto de sutil placer. Este rostro rodeado de una luna formada por decenas de ojos, ya que las mujeres ven todo, también la luna como símbolo de sensualidad.



3. 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.

Los artistas emergentes son nuestra definición del arte contemporáneo, el cuál siempre es político y hace que nos sintamos identificados con lo que vivimos actualmente, es de suma importancia buscar y gestionar herramientas para impulsar su obra. El arte como todo en este mundo está catalogado por un sector poblacional minoritario, la consagración de los artistas en cualquier ámbito siempre está relacionado con los privilegios que los rodean.

Nosotros como profesionales tenemos un privilegio, y ese privilegio tiene un compromiso personal y social, es decir, salimos de la carrera teniendo una gran responsabilidad.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Mónica:

Al ser un pap que no forma parte directamente del departamento de Gestión Cultural, hizo que conociera y analizara la problemática también desde un punto de vista más hacia lo comercial, dándome cuenta de que es importante valorar y seleccionar las herramientas y estrategias que más convengan de acuerdo a lo que el empresario o en este caso el artista emergente necesita para empezar a ser reconocido ya sea de manera local, nacional o internacional.

Crear este manual, portafolio y guía vinculados a las industrias culturales abre las puertas a obtener un amplio conocimiento sobre convocatorias, proyectos y ferias en Jalisco, así como en distintas partes del mundo.

Sarahí:

A mi parecer no se le da la misma importancia y valor a cuestiones culturales y artísticas, que un PAP esté dedicado a promover e internacionalizar la obra de los artistas desde un departamento que no tiene nada que ver con artistas lo hace muy valioso. Hay una gran oportunidad de trabajar con este nicho de mercado y poco a poco ir construyendo algo que puede ser un manual general para artistas emergentes o independientes.

Cuando piensas en exportaciones, negocios internacionales y comercio lo último que se te viene a la cabeza es el arte, y abrir las puertas a artistas emergentes es sumamente valioso.

3.2 Aprendizajes logrados

Mónica:

Involucrarme en la creación de este proyecto con relación a la inteligencia cultural y comercial para los negocios internacionales fue una oportunidad para poner a prueba todos los saberes adquiridos durante la carrera y también de aprender de mis compañeros de otras carreras como negocios internacionales o comercio exterior, ya que hicimos un buen equipo y obtuvimos resultados que considero son una propuesta de valor que sí le puede ayudar al artista.

Cuando participamos en este tipo de retos que generan un impacto en la vida real, hace que me sienta más preparada una vez que egrese e inicie trabajando como gestora cultural.

Sarahí:

Temía un poco de no saber de temas de comercio internacional pero mis compañeros me hicieron entender muchas cosas, y ellos también aprendieron de nosotras ya que no es lo mismo exportar un producto en serie que una obra, lleva más cuidados, seguro, comisario, y se vieron muy agradecidos de aprender eso de nosotras. Los asesores que tuvimos nos ayudaron a tener una visión más amplia para el logro de los objetivos, me siento muy satisfecha de lo que logramos en conjunto y sobre todo de las relaciones y aprendizajes que me servirán para un futuro profesional y saber con qué otros perfiles profesionales relacionarme para proyectos a futuro.