

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO

Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

Proyecto:

3J04 Inteligencia Cultural para los Negocios Internacionales

Internacionalización de la obra del artista Paula Toledo, misión Colombia.

PRESENTAN

Lic. en Negocios y Mercados Digitales, Ismael Vázquez Meza.

Lic. en Negocios y Mercados Digitales, Juan Álvaro Espinosa Corona.

Lic. en Arte y Creación, Florencia Arciniega López.

Lic. en Arte y Creación, Tamara Itzel Gutiérrez Saucedo.

Profesora PAP: Mtra. Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. A 14 de mayo del 2026

INDICE

INDICE	2
REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen.....	5
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	5
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto.....	6
1.2 Caracterización de la organización	7
1.3 Identificación de la(s) problemática(s).....	8
1.4. Planeación de alternativa(s)	10
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	12
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	13
1.7. Bibliografía y otros recursos	14
1.8. Anexos generales.....	19
2. Productos.....	55
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	111
3.1 Sensibilización ante las realidades	111
3.2 Aprendizajes logrados	113

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

El presente documento titulado Internacionalización de la obra de la artista Paula Toledo: Misión Colombia, tiene como propósito desarrollar una propuesta estratégica de internacionalización orientada a fortalecer la proyección profesional de la artista en mercados internacionales. El proyecto se centra en la planeación estructurada de una misión comercial a Bogotá, Colombia, con el objetivo de facilitar su participación en escenarios de exhibición y vinculación profesional, considerando tanto su posicionamiento artístico como los requerimientos logísticos, culturales, comerciales y financieros necesarios para su inserción en el mercado colombiano.

Durante el periodo de trabajo se realizó un diagnóstico integral de su presencia de marca, enfocado en el análisis de su identidad digital, posicionamiento en plataformas, áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. A partir de este diagnóstico se diseñó una propuesta de internacionalización alineada con sus objetivos profesionales, particularmente el fortalecimiento de su presencia digital y la expansión de su obra hacia nuevos públicos. La metodología empleada siguió una lógica de planeación estratégica aplicada, integrando análisis de presencia digital, evaluación de mercado, perfil cultural del país destino y proyección de viabilidad logística y financiera.

Como resultado, se generó un documento estratégico que articula recomendaciones de mejora en comunicación digital, proyección internacional y planeación operativa, incluyendo estimaciones de tiempos, costos, rutas y recursos necesarios para facilitar la participación de la artista en escenarios internacionales de exhibición y vinculación profesional.

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.

El desarrollo del presente Proyecto de Aplicación Profesional se estructuró a partir de una lógica de trabajo colaborativa orientada al análisis y planeación estratégica para la internacionalización de la artista Paula Toledo. Al tratarse de un proyecto desarrollado desde cero, el proceso implicó una construcción integral del diagnóstico y de la propuesta, partiendo del entendimiento inicial del contexto profesional de la artista, sus necesidades de proyección y las oportunidades de vinculación en mercados internacionales.

El trabajo se llevó a cabo de manera coordinada entre Paula Toledo como cliente y figura central del proyecto, el equipo PAP como responsable del análisis y desarrollo de la propuesta, y la profesora como guía metodológica durante el proceso. La organización del proyecto siguió una estructura secuencial compuesta por etapas de investigación, diagnóstico, análisis, propuesta, validación y entrega. Esta lógica permitió abordar de manera ordenada tanto la evaluación de la presencia digital y posicionamiento de la artista, como la formulación de una estrategia de internacionalización alineada con sus objetivos profesionales, a partir de este proceso se construyó una propuesta orientada a fortalecer su presencia de marca, optimizar su proyección internacional y facilitar su participación en escenarios artísticos

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

El presente proyecto se sitúa dentro del campo de la internacionalización artística y los negocios internacionales aplicados al arte, entendido como un espacio donde convergen la producción cultural, la gestión estratégica y la circulación global de bienes simbólicos. Desde este enfoque la obra artística no se limita a su valor estético, sino que también se reconoce como un activo cultural con potencial de posicionamiento, comercialización y proyección en mercados internacionales. Esto implica analizar el arte no solo desde su dimensión creativa, sino también desde su capacidad para integrarse a dinámicas de consumo cultural, construcción de marca y expansión hacia nuevos contextos de exhibición y venta.

El proyecto parte del reconocimiento de Paula Toledo como una artista consolidada cuya trayectoria y propuesta artística ya cuentan con una base profesional sólida, pero requieren de una estructura estratégica para facilitar su crecimiento internacional. Su práctica se encuentra en un contexto donde la profesionalización del arte exige no solo producción constante, sino también planeación, posicionamiento y una comprensión clara de los mecanismos que permiten ampliar la presencia de un artista dentro de mercados culturales más competitivos y globalizados.

Abordaje teórico

El abordaje teórico del proyecto se construye a partir de la relación entre las industrias culturales, la gestión del arte y la internacionalización como estrategia de posicionamiento. El arte se comprende como parte de un sistema cultural en el que se combina el valor simbólico, valor económico y el consumo especializado, desde esta perspectiva las obras de arte de Paula Toledo pueden analizarse como un producto cultural dentro de los mercados internacionales, donde su valor no depende únicamente de sus cualidades estéticas, sino también su narrativa, legitimidad y proyección de marca.

El proyecto retoma principios de negocios internacionales aplicados al sector creativo, entendiendo que la expansión de un artista hacia nuevos mercados requiere no solo talento y producción, sino también de análisis de contexto, lectura cultural, planeación logística y estrategias de inserción. Este enfoque permite comprender la internacionalización artística como un proceso estructurado que articula identidad, mercado, consumo y posicionamiento dentro de una lógica profesional y competitiva.

Antecedentes históricos de la comunidad u organización

Paula Toledo ha desarrollado su trayectoria desde una práctica artística independiente que con el tiempo se ha consolidado como una propuesta profesional con identidad propia. A lo largo de su evolución, Paula Toledo ha construido una marca personal reconocible a partir de una producción constante de obra, centrada en una propuesta visual figurativa con una fuerte carga emocional, simbólica y narrativa, su trabajo ha logrado consolidar una línea estética coherente, lo que le ha permitido fortalecer su reconocimiento dentro de espacios expositivos, comunidades digitales y circuitos de comercialización artística.

El crecimiento de la artista ha estado marcado por una evolución orgánica basada en participación continua en exposiciones, vinculación con galerías y desarrollo de una comunidad activa en plataformas digitales. Este proceso le ha permitido posicionarse de manera estable en el mercado local y generar oportunidades de venta tanto en México como en el extranjero, aunque su trayectoria evidencia un proceso de consolidación artística también refleja la necesidad de fortalecer una estructura estratégica que permita traducir ese posicionamiento en una presencia internacional más constante, planificada y sostenible.

1.2 Caracterización de la organización

En el proyecto PAP de *Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales*, el equipo se enfocó en elaborar estrategias y logísticas para fortalecer la presencia internacional de la artista Paula Toledo. Más específicamente, el objetivo principal fue gestionar todo un plan para que la artista pudiese participar en la feria internacional de arte ARTBO 2027 en Colombia, Bogotá. Entre las principales áreas

de trabajo se encuentran la valoración de obra, evaluación de costos, análisis de mercado, misión aduanera, certificados y carpetas de artistas, gastos de viáticos, entre otros. Para una artista ya consolidada y con trayectoria, es importante realizarle una gestión y planeación adecuada para asegurar lo mejor posible el éxito e impacto en el mercado internacional. Además, esto permite seguir con el desarrollo de su carrera como artista plástica y como agente cultural de su propio país.

El equipo PAP estuvo conformado por cuatro estudiantes de ITESO; dos cursando la licenciatura de Arte y Creación quienes llevaron a cabo toda la parte de diseño de carpeta, portafolio, productos promocionales, entre otros documentos de presentación, y dos cursando Mercados Digitales quienes se enfocaron más en la parte de finanzas y mercado. De igual manera, también se contó con el apoyo de la maestra y mercadóloga Mariana Luna Camacho, de la doctora Graciela Velasco Gutierrez en los temas logísticos, la maestra Vanessa Castro Lizano para la investigación de los precios internacionales y artículos de promoción. Para el tema de la investigadora y curadora Talien Corona Ojeda, mismas que nos ayudaron con todas las propuestas tanto de comunicación, diseño y logística artística como de marketing y planes financieros realizados a lo largo del semestre. Además, se trabajó de la mano con la artista Paula Toledo para así estar más ad hoc a lo que ella buscaba en su carrera artística y poderle brindar una buena experiencia y resultado final para su participación en la feria colombiana.

Es importante mencionar que los medios digitales han sido una gran herramienta para la realización de este proyecto ya que ayuda con las conexiones interpersonales, la búsqueda de oportunidades, conocer el arte que se consume, aprender sobre los contextos tanto nacionales como internacionales, conocer competencias, modificar las marcas personales y con el proceso general de investigación. Este medio nos permite hacer una entrega final de todos los elementos necesarios para lograr el objetivo, ARTBO 2027.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Durante la elaboración del proyecto PAP enfrentamos una variedad de problemáticas y/o situaciones que retrasaban el avance de investigación y desarrollo, pero aun así no fue nada que no pudiéramos resolver. La primera dificultad que se nos presentó fue la coordinación entre el equipo y la artista, es decir, requeríamos de bastante información y elementos sobre el trabajo de la artista y sobre ella misma que no

encontrábamos a través de sus redes sociales o su página web. En varias ocasiones no se nos entregaron los datos necesarios o tardó mucho en llegarnos. Entendemos la demanda de trabajo que tiene la artista, pero la información que necesitábamos para la rúbrica PAP no nos dejaba avanzar con los escritos. Un ejemplo es el precio de obra que se requirió desde principios de semestre y nos llegó hasta finales. Estos datos eran importantes para el catálogo, el valor de obra internacional y todo el plan financiero que teníamos que desarrollar. Sin embargo, esto se pudo resolver a tiempo, permitiéndonos seguir adelante.

Otra complicación que se nos presentó y que no teníamos contemplado, fueron las fechas de registro y exhibición para ARTBO 2026. Nuestro plan inicial era que Paula pudiera participar este mismo año en la feria, sin embargo, las fechas de inscripción eran a finales de marzo, dándonos menos tiempo para planear toda la logística u otros elementos necesarios para facilitar el proceso de viaje, tanto de ella como de obra. De igual manera, la feria estaba prevista para septiembre, por lo que mejor decidimos hacer todo el proyecto en torno a la próxima edición en 2027. Esta cuestión no fue un problema de gran magnitud, pero como equipo sí nos hubiera gustado brindarle un objetivo más próximo sin tener que esperar otro año. Aun así, este cambio también le da tiempo a nuestra artista y a su colega (artista 2) a prepararse mejor para el evento.

A pesar de las adversidades, el equipo PAP supo resolver las problemáticas de manera profesional para así no atrasar el resultado y compromiso con la universidad y principalmente con la artista representada.

1.4. Planeación de alternativa(s)

A partir del diagnóstico realizado junto con Paula Toledo, se identificó que la principal necesidad del proyecto no radica en la producción artística ni en la calidad de su propuesta visual, sino en la ausencia de una estrategia estructurada que le permita proyectar su trabajo hacia nuevos mercados de manera planificada. Paula Toledo ya cuenta con una trayectoria, presencia digital activa, participación en exposiciones y experiencia en ventas de obra dentro y fuera de México, su crecimiento internacional se ha desarrollado principalmente de forma orgánica, sin una ruta definida que le permita consolidar su presencia en otros contextos culturales y comerciales. La necesidad central del proyecto consiste en diseñar una alternativa viable que permita su alcance internacional a través de una estrategia más estructurada y alineada con sus objetivos de crecimiento.

Con base en esto, se plantearon distintas alternativas de solución que fueron analizadas y validadas en función de la viabilidad, el nivel de control que la artista puede mantener sobre su obra y el potencial de crecimiento que cada opción representa. La primera alternativa consistía en fortalecer su posicionamiento digital internacional mediante una estrategia enfocada en contenido constante, optimización de presencia digital y comunicación dirigida a públicos fuera de México. Esta opción representa una vía funcional para aumentar visibilidad y reforzar comunidad; sin embargo, aunque fortalece su presencia en línea, no resuelve por sí sola la necesidad de inserción directa en nuevos espacios de comercialización ni facilita el contacto inmediato con compradores especializados o coleccionistas.

La segunda alternativa contemplaba ampliar su presencia internacional mediante intermediarios, ya fuera a través de galerías con mayor alcance comercial, representación externa o plataformas especializadas de comercialización artística. Si bien esta opción podría facilitar el acceso a nuevos mercados y acelerar ciertos procesos de posicionamiento, también implica una menor autonomía sobre la gestión de su obra, una mayor dependencia de terceros y porcentajes de comisión más elevados, lo que reduce el control que la artista mantiene sobre su narrativa, comercialización y posicionamiento de marca.

La tercera alternativa, y la que finalmente fue validada como la más adecuada, consiste en diseñar una estrategia de internacionalización enfocada en la participación planificada en exposiciones y espacios de exhibición en Colombia, considerando a Bogotá como una de las principales opciones de entrada al mercado. Esta alternativa fue seleccionada por ofrecer una ruta más sólida, realista y alineada con el perfil de la artista, ya que permite generar visibilidad internacional, establecer contacto directo con compradores potenciales, validar la recepción de su obra en un nuevo contexto cultural y abrir oportunidades comerciales sin comprometer el control de su marca personal ni depender completamente de intermediarios.

La elección de esta alternativa responde a su viabilidad estratégica y a la compatibilidad entre la propuesta artística de Paula Toledo y el perfil del mercado colombiano. Colombia representa una oportunidad atractiva por su actividad cultural, la presencia de coleccionistas, la existencia de ferias y espacios de exhibición relevantes, así como por la afinidad que existe entre el perfil del consumidor y una propuesta visual centrada en la narrativa, la sensibilidad y el valor simbólico de la obra. Esto permite plantear una ruta de internacionalización con menor riesgo, mayor control y mejores posibilidades de validación comercial y cultural.

La propuesta desarrollada en este proyecto se sustenta en datos reales y rutas viables de implementación, aunque algunas fechas de participación aún no se encuentran confirmadas, la planeación presentada se construye con base en información actual, costos consultados en periodos cercanos a los de operación real y opciones existentes dentro del mercado objetivo, lo que permite plantear una estrategia funcional, aterrizada y aplicable.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

A partir de las problemáticas identificadas durante el desarrollo logístico del proyecto, la propuesta de mejora radica en la organización informativa y la planeación estratégica. Esto con el fin de contribuir a la consolidación de su trayectoria artística y favorecer su proyección en circuitos de visibilidad internacional.

Respecto a las dificultades de organización y sistematización informativa, se propone la elaboración de un protocolo confidencial y exclusivo para futuros procesos de internacionalización. Este documento deberá incluir información específica de la obra (autor, soporte técnico, medidas y año), fecha de inicio, fecha de finalización, costo y el tiempo estimado de inserción en el mercado. Esta información contribuye para generar una valoración económica más precisa de la producción artística y determinar su posible impacto comercial en circuitos internacionales.

Considerando y empatizando con la confidencialidad de determinada información, se sugiere la implementación de herramientas digitales que faciliten su acceso organización. De igual forma, esto contribuye para el resguardo personal y exclusivo de la artista. Por otro lado, se recomienda mayor visibilidad de información referente a su trayectoria profesional: semblanza y currículum actualizados. Contar con esta información organizada y actualizada, favorece la proyección internacional y contribuye el fortalecimiento de la trayectoria profesional de Paula Toledo.

Establecer relación con artistas y otros agentes del campo del arte, le permite mantenerse actualizada mediante el intercambio de conocimientos, diálogos y experiencias. Así pues, la participación de Paula Toledo en eventos artísticos de carácter internacional favorece su desarrollo profesional y simultáneamente, enriquece los procesos conceptuales y personales presentes en su producción artística, por lo que se recomienda considerar mayor presencia en eventos y plataformas de visibilidad internacional.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

Trabajar este PAP con Paula Toledo fue una experiencia que nos dejó aprendizajes muy buenos realmente de las mejores experiencias que hemos tenido en el ITESO al tratarse de un proyecto real, de esos que no se dan en un salón de clases. Desde el inicio quedó claro que el reto no estaba en la obra, Paula ya tiene trayectoria, calidad y presencia sino en construir la estructura que le permitiera llevar ese trabajo a otro nivel de manera ordenada y profesional.

El diagnóstico inicial nos mostró una artista con todo el potencial para internacionalizarse, pero sin un plan concreto que lo hiciera posible. A partir de ahí, el equipo completo se dio a la tarea de desarrollar una estrategia integral para llevar sus pinturas a Colombia. El resultado fue un manual completo que Paula en conjunto con la galería Artisanía puede hacer para ARTBO 2027.

En términos de resultados concretos, logramos construir una estrategia de internacionalización completa. No fue un proyecto teórico es un proyecto con las instrucciones prácticas, cada elemento fue pensado para que Paula lo pueda tomar y ejecutar.

El impacto positivo del proyecto fue evidente desde el momento en que Paula Toledo comenzó a visualizar su proceso de internacionalización como una meta alcanzable y estructurada. Uno de los principales beneficios fue que ahora cuenta con una guía detallada que le permite comprender, paso a paso qué necesita para participar en ARTBO 2027, desde la preparación de su portafolio y estrategia de precios, hasta la logística de exportación, transporte, hospedaje y vinculación con galerías y coleccionistas.

En cuanto al impacto generado, consideramos que el mayor valor de este proyecto no está solo en los documentos entregados, sino en que Paula Toledo cuenta hoy con una ruta clara para un proceso que antes le resultaba desconocido y complejo. El mundo aduanal, la logística internacional y la fijación de precios para mercados externos son temas que pueden parecer intimidantes para un artista independiente y este proyecto justamente lo que buscó fue hacerlo sencillo de ejecutar.

1.7. Bibliografía y otros recursos

- Aeroméxico. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.aeromexico.com>
- Agencia Nacional de Aduanas de México. (2024). *Aspectos aduaneros y fiscales: clasificación arancelaria y peso cargable*. ANAM. <https://www.anam.gob.mx>
- Agencia Nacional de Aduanas de México. (2024). *Aspectos aduaneros y fiscales a considerar para realizar importaciones y exportaciones*. ANAM. <https://www.anam.gob.mx/aspectos-aduaneros-y-fiscales-a-considerar-para-realizar-importaciones/>
- ARTBO. (s.f.). *Feria Internacional de Arte de Bogotá*. Recuperado de: <https://www.artbo.co>
- Artículos promocionales México | Promociona tu marca hoy. (s. f.). <https://smartpromocionales.com/>
- Artsper. (s.f.). *Artsper*. Recuperado de <https://www.artsper.com>
- Badawi, H. (2016). Una veintena de coleccionistas colombianos transitando hacia lo público. ARTEINFORMADO. <https://www.arteinformado.com/magazine/n/una-veintena-de-coleccionistas-colombianos-transitando-hacia-lo-publico-5241>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *Economía naranja: creatividad y cultura como motores de desarrollo*. Recuperado de <https://www.iadb.org/es/sectores/creatividad-y-cultura>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Arte y violencia en Colombia desde 1948*. Recuperado de <https://www.banrepcultural.org>
- Barcú. (s.f.). *Barcú Feria Internacional de Arte Contemporáneo*. Recuperado de <https://barcu.com>
- Bardou, V. (2024, 4 septiembre). Los beneficios de invertir en arte. Vincent Bardou. <https://www.vincentbardou.com/es/post/los-beneficios-de-invertir-en-arte>
- BBVA Research. (2019). Perfilamiento del consumidor colombiano. Situación Consumo. BBVA Research con datos del DANE-ENPH. “Bogotá es la ciudad-región con mayor ingreso promedio por hogar” (p. 29). Recuperado de: <https://www.bbvarresearch.com/wp-content/uploads/2019/04/SituacionConsumo.pdf>
- Bogotá Actions. *Bogotá Actions*. Recuperado de <https://www.bogotaauctions.com>
- Bruin, L. (2017, junio 17). Hofstede’s Cultural DIMensions EXPLAINED with EXAMPLES. B2U - Business-to-you.com; Business-to-you. <https://www.business-to-you.com/hofstedes-cultural-dimensions/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Reglamento de participación ARTBO Feria*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículos 113 al 118: Exportaciones temporales de mercancías nacionales o nacionalizadas*. <https://mexico.justia.com/federales/leyes/ley-aduanera/titulo-cuarto/capitulo-iii/seccion-segunda/>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2009). *Código Fiscal de la Federación — Artículo 32-D*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CFF.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículo 86-A: Cuenta aduanera de garantía*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículo 36-A: Documentos que deben transmitirse en exportación*.
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2026). *ARTBO Feria Internacional de Arte de Bogotá — 22.^a edición, 24 al 27 de septiembre de 2026*. Programa ARTBO.
<https://www.artbo.co/en/noticias/2026/applications-for-artbo-international-art-fair-2026-are-open>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita — Artículo 17, fracción XIV (operaciones vulnerables)*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPIORPI.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2025). *Convocatoria para galerías ARTBO*. Recuperado de:
<https://www.bogota.gov.co>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2026). *ARTBO Feria Internacional de Arte de Bogotá — 22.^a edición, 24 al 27 de septiembre de 2026*. Programa ARTBO.
<https://www.artbo.co/en/noticias/2026/applications-for-artbo-international-art-fair-2026-are-open>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita — Artículo 17, fracción XIV (operaciones vulnerables)*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPIORPI.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. *ARTBO: Feria Internacional de Arte de Bogotá*. Recuperado el 23 de abril de 2026, de <https://www.artbo.co>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *ARTBO: Programa de artes*. Recuperado de <https://www.artbo.co>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>
- Cámara Internacional de Comercio. (2020). *Incoterms® 2020: ICC rules for the use of domestic and international trade terms*. ICC Publishing.
- Challenge validation. (s. f.). <https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/fondo-nacional-para-la-cultura-y-las-artes-fonca>
- Chloetejada. (2025, 7 mayo). Investing in art: What to know about turning a passion into a purposeful wealth strategy. RBC Wealth Management.
<https://www.rbcwealthmanagement.com/en-us/insights/is-artwork-a-wise-investment>
- Copa Airlines. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.copaair.com>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2019). *Decreto 1165 de 2019 — Estatuto Aduanero de Colombia*. DIAN. <https://www.dian.gov.co>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2021). *Oficio 908060 de 2021 — Salida de obras de arte, partidas 9701, 9702 y 9703*. Compilación Jurídica DIAN.
https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio_dian_908060_2021.htm
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2021). *Decreto 360 de 2021 — Modificación al Decreto 1165 de 2019, Estatuto Aduanero*. DIAN.
- European Environment Agency. (2023). *Aviation and climate change — Sustainable Aviation Fuels (SAF)*. EEA. <https://www.eea.europa.eu>
- El Informador. (2023, marzo 24). Exposiciones: Las galerías en Guadalajara brindan mejores apoyos y servicios para artistas y coleccionistas. <https://www.informador.mx/Exposiciones-Las-galerias-en-Guadalajara-brindan-mejores-apoyos-y-servicios-para-artistas-y-coleccionistas-1202303230001.html>

- Firma de Arte. (s.f.). *Firma de Arte*. Recuperado de <https://firmadearte.com>
- Fondo Internacional para la Diversidad Cultural. (2026, 20 abril). Diversidad de las Expresiones Culturales. <https://www.unesco.org/creativity/es/international-fund-cultural-diversity>
- Four Seasons (2026, abril 23). Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. www.fourseasons.com/bogota/
- Fundación Ama Amoedo. (s. f.). Fundación Ama Amoedo. <https://fundacionamaamoedo.org/index.php/es/grants>
- Fundación Ama Amoedo. (s. f.-b). Fundación Ama Amoedo. <https://fundacionamaamoedo.org/index.php/es>
- Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2025, diciembre 4). ¿Qué nos dice la Cuenta Satélite de la Cultura de México 2024? <https://fundar.org.mx/que-nos-dice-la-cuenta-satelite-de-la-cultura-de-mexico-2024/>
- Galería El Museo. (s.f.). *Galería El Museo*. Recuperado de <https://galeriaelmuseo.com>
- Galería La Cometa. (s.f.). *La Cometa*. Recuperado de <https://www.lacometa.com>
- Hernández, E. A. (2022). Mercado de arte en México: una década de cambio. Cubo Blanco. <https://www.cuboblanco.org/revista/mercado-del-arte>
- Henco Global. (2026). *Cotización de servicios logísticos internacionales para embarque aéreo GDL-BOG* [Cotización en proceso]. Henco Global S.A. de C.V.
- Hotel Morrison 84. (2026, abril 23). Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <http://www.hotelmorrison84.com/>
- Ibis budget Bogota Marly. (2026, abril 23). *Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://all.accor.com>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2023. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2025). Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2024. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=9826>
- Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. (s.f.). *Aviso de importación y exportación de obra artística de los siglos XX y XXI*. Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM). https://tramites.inba.gob.mx/INBA_04_001.html
- Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. (s.f.). *Requisitos — Aviso de importación y exportación de obra artística siglos XX y XXI*. VUCEM. <https://www.ventanillaunica.gob.mx/Beta/TramitesyRequisitos/INBA/VUCEM013030>
- International Air Transport Association. (2024). *IATA Dangerous Goods Regulations & Air Cargo Tariff (TACT) — Chargeable weight calculation*. IATA.
- Jalisco. (s. f.). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/etiquetas/proyecta-produccion>
- Jalisco. (s. f.-b). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias>
- Jalisco. (s. f.-c). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/convocatorias-activas-2025/convocatoria-proyecta-produccion>
- Pabellón de México en la Muestra Internacional de Arte de la Bienal de Venecia. (s. f.). Secretaría de Cultura/Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=convocatoria&table_id=1221#:~:text=Las%20personas%20interesadas%20en%20participar,de%20hasta%20tres%20artistas%20visuales.

- Procolombia. (s.f.). *Acuerdos comerciales de Colombia — Alianza del Pacífico*. <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/acuerdos-comerciales-colombia-exportadores>
- Procolombia. (s.f.). *Acuerdos comerciales vigentes Colombia*. <https://procolombia.co>
- Paula Toledo Art - Portafolio. (s. f.). <https://www.paulatoledoart.com/portafolio/completo>
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Arte Frausto. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=271
- Secretaría de Cultura. (2023). Galería Tiro al Blanco. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=1029
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Vértice. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=76
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Páramo. Sistema de Información Cultural. https://sic.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=1568
- Secretaría de Economía. (2024). *Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (TIGIE)*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (s.f.). *Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM)*. Gobierno de México. <https://www.ventanillaunica.gob.mx>
- Servicio de Administración Tributaria. (2024). *Reglas Generales de Comercio Exterior 2024 — Anexo 22*. SAT. <https://www.sat.gob.mx>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2025). *Ley Federal de Derechos 2025 — Tarifas para exportación temporal de monumentos artísticos*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFD.pdf>
- Secretaría de Economía. (2024). *Comercio exterior — Países con tratados y acuerdos firmados con México*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>
- Secretaría de Economía. (2025). Decisión No. 122 de la Comisión Administradora del TLC México-Colombia. Diario Oficial de la Federación. <https://idconline.mx/comercio-exterior/2025/02/25/de-que-trata-la-decision-no-122-del-tlc-mexico-colombia>
- Servicio de Administración Tributaria. (2025). *Portal de trámites y servicios — Artículo 25 Ley del IVA: Importaciones temporales de obras de arte*. <https://www.sat.gob.mx/articulo/03021/articulo-25>
- Secretaría de Economía. (2025). *Decisión No. 122 de la Comisión Administradora del TLC México-Colombia*. Diario Oficial de la Federación. <https://idconline.mx/comercio-exterior/2025/02/25/de-que-trata-la-decision-no-122-del-tlc-mexico-colombia>
- Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC). (2021). Enciplopedia de la Literatura En México. Recuperado 24 de abril de 2026, de <https://www.elem.mx/institucion/datos/3936>
- Sistema Nacional de Creadores de Artes 2026. (s. f.). <https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/convocatorias/detalle/4056/sistema-nacional-de-creadores-de-artes-2026>
- Sistema de Información Arancelaria vía Internet — SIICEX CAAREM. (s.f.). *Fracción arancelaria 9701.91.01.00 — Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano*. <http://www.siicex-caarem.org.mx>
- Tlc.gov.co. (1995). *Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia (TLC G-2)*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-los-estados-unidos>

- The Culture Factor (2026, abril 25). Gain a competitive edge with the culture factor [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.theculturefactor.com/>
- TX-347 Bolsa Kasern. (s. f.-b). MLM Productos.
<https://mlmproductos.com/catalogo/detalles.php?codigo=TX-347&cat=CAT0006>
- UNESCO. (s.f.). *Industrias culturales y creativas*. Recuperado el 23 de abril de 2026, de <https://www.unesco.org/es/culture/creative-industries>
- UNESCO. (2025). Primer Informe Mundial sobre Políticas Culturales. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
<https://www.unesco.org/es/culture/creative-industries>
- Villafañe, M. (2025, 21 octubre). ¿El Arte puede proteger tu dinero de la inflación? Artvia.
<https://artvia.com/el-arte-puede-proteger-tu-dinero-de-la-inflacion/>
- Viva Aerobus. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para fechas del 22 al 28 de febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez].
<https://www.vivaaerobus.com>

1.8. Anexos generales

Valoración de arte

Autor: Paula Toledo
Técnica: Pintura con óleo
Formato: Mediano/Grande
Obra actual: -
Obra disponible/anterior: 60+

	5%	20%	20%	20%	5%	5%	20%	5%	100%
	Relación con pares:	Donde está colocada su obra:	Etapas de producción	Exposiciones	Estadísticas del valor de mercado	Producción	Crítica de arte	Demanda	Total
Variable	- Colaboraciones - Validación de pares	- Coleccionistas privados - Instituciones Públicas - Compradores directos - Compradores indirectos	- Inicial - Consolidado - Final	- Individuales - Colectiva - Nacional - Internacionales - Donde ha expuesto - Formación	- Inicial - Actual - Promedio - Mercado primario (coleccionistas) - Mercado secundario (personas que gustan del arte)	- Actual - En pausa - Finita/ no hay más obra, muerte o abandono	- Favorable - Desfavorable	- Cuanto tarda en colocar una obra - Número de exposiciones al año	
Justificación	Paula ha participado en diversas exposiciones colectivas. 5%	Paula ha participado en una variedad de exposiciones dentro de instituciones públicas. Además su obra ha sido adquirida tanto por compradores directos como indirectos. 15%	Actualmente, Paula Toledo se encuentra en una etapa de producción consolidada ya que su obra se encuentra en una variedad de galerías de México, expone tanto nacional como internacionalmente y la compra de su obra es demandada. 15%	Cuenta con una formación institucional en diseño gráfico y arquitectura y a parte artista plástica independiente. Paula ha tenido exposiciones de todo tipo, individuales, colectivas, nacionales e internacionales. Ha expuesto tanto en la república mexicana como también en Finlandia y Estados Unidos. 20%	El mercado principal de Toledo es el secundario puesto que sus obras se rigen principalmente por lo visualmente estético. Además cuenta con una constante demanda de comisiones personales. 5%	La producción de Toledo es actual, es decir, constantemente sigue produciendo nuevas obras, series y comisiones. 5%	Actualmente, el trabajo de Paula cuenta con poca crítica publicada. Al momento, los comentarios respecto a su trabajo se pueden encontrar a través de sus redes sociales, pero no forman parte de una crítica profesional 10%	La obra de Toledo no tiene un tiempo definido de colocación. Vende obra durante el proceso de creación, ya terminados o después de años. Por otra parte y desafortunadamente, el año pasado Toledo no pudo tener exposiciones individuales debido a situaciones familiares. 2%	77%

Tabla 1. Tabla de valoración plus, elaboración propia con base en el documento creado por el Mtro. Gustavo Alemán.

Concepto	Descripción	Monto mensual MXN
Marketing y promoción digital	Inversión mensual en redes sociales, aplicaciones de creación de contenido, video y herramientas digitales de difusión artística que nos comenta que tiene	\$4,000
Renta de estudio	Paula trabaja desde casa	\$0
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	—	\$4,000 MXN

Tabla 2. Costos fijos de redes sociales, elaboración propia, 2026

Elemento	Costo estimado por obra
Lienzo (base de referencia 100×100 cm)	\$3,500 MXN
Óleos, pigmentos y demas	Variable según obra, depende
Barnices, y diluyentes	Incluido en el rango total, depende
Materiales extras	Incluido en el rango total, depende
RANGO TOTAL MATERIALES POR OBRA	\$13,000 — \$17,500 MXN
PROMEDIO UTILIZADO EN EL ANÁLISIS de la Obra	\$15,250 MXN

Tabla 3. *Variables/costos de la obra*, elaboración propia, 2026.

Concepto	Porcentaje	Cálculo sobre \$96,000 MXN	Total
Comisión Artisanía	30%	$\$96,000 \times 0.30$	\$28,800 MXN por obra vendida
Ingreso neto Paula (antes de materiales)	70%	$\$96,000 \times 0.70$	\$67,200 MXN por obra vendida

Tabla 4. *Comisiones para galería*, elaboración propia, 2026



Imagen #1: *Cultura de Hofstede* (de Bruin, L. 2017)

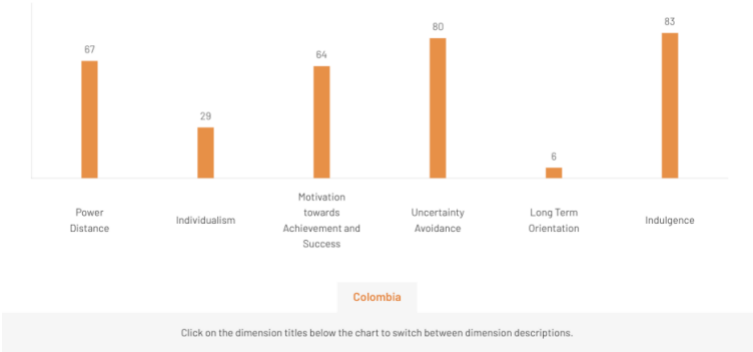


Imagen #2: *The Culture Factor* (2026, abril 23).

Campo	Dato
Capítulo	97 — Objetos de arte, de colección o de antigüedad
Partida	97.01 — Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano
Fracción (México — TIGIE)	9701.91.01.00
Descripción TIGIE	Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collages, mosaicos y cuadros similares — Los demás: Pinturas y dibujos
Fracción (Colombia — DIAN)	9701.91.00.00
Impuesto General de Importación (IGI México)	Exento
Gravamen Colombia (régimen temporal)	Suspendido — no se paga
IVA exportación México	Exento (tasa 0%)
IVA Colombia (si se vendiera definitivamente)	19% sobre valor en aduana
Operación vulnerable (LFPIORPI)	Sí — el Agente Aduanal debe presentar aviso ante la SHCP
Padrón de importadores Colombia	No requerido para admisión temporal ferial

Tabla 5. Datos de la fracción arancelaria 9701.91.01.00, elaboración propia con datos de: SIICEX CAAREM (s.f.) y Secretaría de Economía (2024).

Concepto	Detalle
Nombre del acuerdo	Tratado de Libre Comercio México — Colombia (TLC G-2)
Vigencia	1 de enero de 1995
Marco adicional	Alianza del Pacífico (Colombia, México, Chile, Perú)
Beneficio en régimen temporal	No aplica aranceles — las obras entran con suspensión de impuestos
Beneficio si hay venta definitiva	Posible arancel preferencial 0% con Certificado de Origen
Documento de origen requerido	Certificado de Origen Forma A o declaración en factura comercial
Tramitación	Secretaría de Economía vía VUCEM — el Agente Aduanal gestiona

Tabla 6. Acuerdo comercial México-Colombia (TLC G-2), elaboración propia con datos de: Tlc.gov.co (1995) y Secretaría de Economía (2024).

Elemento	Bajo DAP — ¿Quién es responsable?
Recolección en Guadalajara	Operador logístico (Henco)
Transporte terrestre hasta aeropuerto GDL	Operador logístico (Henco)
Despacho aduanal de exportación en México	Agente Aduanal (Fernando Corona)
Flete aéreo GDL → BOG	Operador logístico (Henco) por definir
Seguro de tránsito internacional	Paula Toledo (debe contratar por separado) capítulo de abajo
Despacho aduanal de admisión temporal en Colombia	Agente Aduanal en destino (Bogotá)
Transporte desde aeropuerto BOG → Ágora Bogotá	Operador logístico (Henco)
Descarga y entrega en stand ferial	Operador logístico (Henco)
Impuestos de importación definitiva (si se vendiera)	Paula Toledo / Comprador (según negociación)

Tabla 7. *Operación Paula Toledo*, elaboración propia con datos de: Henco y Fernando Corona (Agente aduanal)

Característica	Explicación en palabras simples
Suspensión de impuestos	No pagas ningún arancel ni impuesto de importación en Colombia mientras dure la feria. El beneficio desaparece si las obras no regresan a México en el plazo acordado.
Retorno obligatorio	Las obras DEBEN regresar a México antes de que venza el plazo del pedimento. Si no regresan, la exportación se convierte en definitiva automáticamente y se generan obligaciones fiscales.
Identificación individual	Cada obra debe documentarse con fotografías, número de serie o identificación técnica para que la aduana mexicana confirme, al momento del retorno, que son las mismas piezas que salieron.
Plazo típico	Para ferias internacionales, el plazo estándar es de hasta 6 meses, suficiente para la exhibición en ARTBO y el retorno logístico.
Cambio de régimen posible	Si se vende alguna obra, el régimen temporal puede convertirse en exportación definitiva previo pago de impuestos y emisión de factura comercial definitiva.

Tabla 8. *Régimen exportación temporal*, elaboración propia con datos de: Secretaría de Economía (s.f.)

Requisito	Para qué sirve	Quién lo tramita
RFC activo con actividad artística	Identifica a Paula ante el SAT como exportadora	Paula — en SAT o portal sat.gob.mx
e.firma (FIEL) vigente	Firma digital obligatoria para trámites ante VUCEM y SAT	Paula — en cualquier módulo SAT o se deja contacto de un contador de confianza que le recomendamos
Aviso INBAL (INBA) ante VUCEM	Confirma que las obras no son Monumento Artístico Nacional	Paula + Agente Aduanal — vía ventanillaunica.gob.mx
Fotografías a color de cada obra	Identificación individual de las piezas para el retorno	Paula — fotografías profesionales 300 DPI
Fichas técnicas de cada obra	Descripción de materiales, técnica, dimensiones y año	Paula
Factura comercial declarada	Valor oficial de las obras para efectos aduaneros	Agente Aduanal con datos de Paula

Pedimento de exportación temporal	Documento oficial ante el SAT con clave de régimen temporal	Agente Aduanal
-----------------------------------	---	----------------

Tabla 9. *Requisitos para el régimen de exportación temporal*, elaboración propia con datos de: Secretaría de Economía

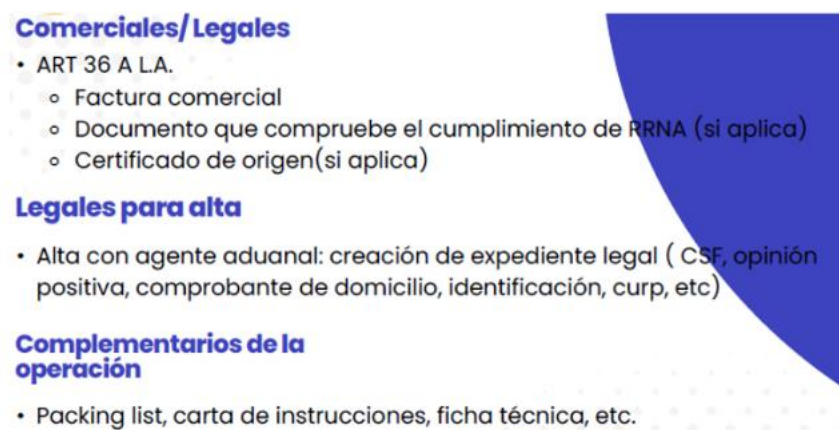


Imagen #3: *Documentos y trámites para exportación*, elaboración por la Mtra. Graciela Velasco.

Fase	Trámite / Documento	Plazo de gestión
PREPARACIÓN (con 8+ semanas de anticipación)	e.firma vigente, RFC activo, Constancia Fiscal, Opinión Cumplimiento, Fotografías y fichas técnicas de las 6 obras	Inmediato — algunos requieren cita SAT
ANTES DE SALIDA (4-6 semanas antes)	Aviso INBAL vía VUCEM, Encargo Conferido al Agente Aduanal, Certificado de Origen	5-7 días hábiles (INBAL) + 3 días (Certificado Origen)
DESPACHO SALIDA México (1-2 semanas antes)	Pedimento Exportación Temporal, Factura Comercial, Lista de Empaque, Carta de Instrucciones	Agente Aduanal — 1-3 días hábiles
EN TRÁNSITO (día de embarque)	Guía Aérea AWB, seguro de tránsito activo	Emite aerolínea al momento del embarque
DESTINO Colombia (llegada a Bogotá)	Despacho de Admisión Temporal en DIAN, entrega en Ágora Bogotá	Agente Aduanal en Bogotá — 1-2 días
RETORNO a México (post-feria)	Pedimento de Retorno, verificación de obras vs. fotografías originales	Agente Aduanal — coordinar con Henco

Tabla 10. *Tiempos aproximados para planeación*, elaboración propia con datos de: Henco y agente aduanal

Concepto del seguro	Tasa estimada	Base de cálculo	Costo estimado
Seguro tránsito All Risk — IDA	0.65% + IVA	\$28,800 USD (valor total obras)	~\$187 USD + IVA
Seguro tránsito All Risk — RETORNO	0.65% + IVA	\$28,800 USD	~\$187 USD + IVA
Seguro exhibición Fine Art (feria)	0.3% - 0.8% sobre valor	\$28,800 USD	~\$86 USD
TOTAL ESTIMADO seguros completos	—	Ida + vuelta + feria	~\$460 USD

Tabla 11. Cotización de seguros de obra, elaboración propia con datos de Henko Global



Henco Global S.A. de C.V.

Cotización no.: 239802

Fecha: 27 de abril de 2026

COTIZACIÓN

Página 1 de 2

Henco Global S.A. de C.V.

Cotización no.: 239802

Fecha: 27 de abril de 2026

Muchas gracias por su interés en los servicios de HENCO. Me es grato presentarle a continuación nuestra propuesta de servicios para los embarques solicitados:

SERVICIO AEREO

Origen	Destino	Ruta	Tarifa	Moneda	Por	TT	Aerolinea	TOTAL
GUADALAJARA AIRPORT / GDL	BOGOTÁ / BOG	GDL-PTY-BOG	1.25	USD	KG/CM	2.4	ADRIANTRANSPORTES DE CARGA UNIVER S.A. DE C.V.	\$ 108.84
TOTAL C/ VNT 496.133.15 USD								

PREZAS

Descripción de mercancía	# Piezas	Largo	Ancho	Altura	CM Total
ARTWORK	8	1.25	1.00	0.12	60.00

Total de Pieses Cargados: 148.00
Pieses y dimensiones expresados en kilogramos/metros.

SERVICIOS ADICIONALES

Tipo de servicio	Cargo en	Descripción	Por	Tarifa	Moneda	IVA
AIR SPECIFIC	ORIGIN	AWB	MANEJ	25.00	USD	51
		ADMINISTRATION FEE	MANEJ	50.00	USD	51
		FREIGHT INSURANCE	MANEJ	140.00	USD	51
		CUSTOMS AGENT	MANEJ	200.00	USD	51
		ADDITIONAL CHARGE/ST	SHENNE ET	100.00	USD	51
AIR SPECIFIC	DESTINATION	CUSTOMS AGENT	SHENNE ET	100.00	USD	NO

SERVICIO TERRESTRE

Origen	Destino	Origen	Servicio	Tarifa	Moneda
GUADALAJARA, MEXICO	GUADALAJARA AIRPORT, MEXICO	1.0TON	Fuero RL	100.00	USD

SERVICIO TERRESTRE DESTINO

Origen	Destino	Origen	Servicio	Tarifa	Moneda
GDL AIRPORT	BOGOTÁ BOGOTÁ	1.0TON	Fuero RL	200.00	USD

TOTAL ESTIMADO: 1,177.84 USD MAS IVA
* SUJETO A CARGAS ADICIONALES
*ADICIONAL CHARGES COMERCIAL/EXHIBITION

NOTAS SERVICIO AEREO

- TARIFAS SUJETAS A DISPONIBILIDAD DE ESPACIO/CONTINER.
- TARIFA VÁLIDA ÚNICAMENTE PARA LAS DIMENSIONES Y CANTIDADES ESPECIFICADAS. SI EL PESO Y/O LAS MEDIDAS CAMBIAN, LA AEROLINEA Y LOS COSTOS PODRÁN VARIAR, FAVOR DE RE-CONFIRMAR PREVIO A SU EMBARQUE.
- LES RECOMENDAMOS QUE EL CARGO SE APLICA SOBRE EL PESO CORRABLE QUE RESULTE MAYOR EN CADA EMBARQUE.
- LOS PALETS DE MADERA DEBEN DE IR PREVIAMENTE FUMIGADOS, FAVOR DE PRESENTAR EL CERTIFICADO QUE LO AVALE.
- LAS PIEZAS DEBEN DE IR SUJETAS Y ENVUELTOS CON PLÁSTICO. SI EL PROVEEDOR NO PUEDE HACERLO, SE PUEDE COTIZAR EL SERVICIO EN BASE A LAS PREZAS.
- NO INCLUYE COSTOS DE DESPACHO ADUANAL, GASTOS E IMPUESTOS EN ORIGEN/ DESTINO.
- COSTO DE REFACTURACIÓN USD 35 + IVA O MIP 500 + IVA POR FACTURA. (SIEMPRE Y CUANDO LA RAZÓN DE LA REFACTURACIÓN SEA POR CAUSAS AJENAS A HENCO).
- LA MERCANCÍA VAIA POR CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE.
- SESTION DE RIESGO DE MERCANCIA (OPCIONAL) 0.05% + IVA SOBRE EL MONTO A ASEGURAR. FAVOR DE CONFIRMAR POR ESCRITO EL REQUERIMIENTO 60 DIAS ANTES DE LA VALIDA DEL EMBARQUE. DEPENDIENDO DEL TIPO Y VALOR DE LA MERCANCIA, PODRÍA APLICAR SERVICIO DE ESCOLTA FÍSICA, ESCOLTA SATELITAL O AMBAS, POR LO QUE LE PEDIMOS CONFIRMAR ESTOS DATOS A SU EJECUTIVO AL MOMENTO DE SOLICITAR EL SEGURO DE CARGA.

Las presentes tarifas aplican de Abril/27/2026 a Mayo/16/2026
En espera de contar con su preferencia, reciba un cordial saludo.

Atentamente:
ULISES BARBA
ulisesb@henco.com.mx

Toda la información descrita en este documento, será suministrada como confidencial, en cumplimiento de sus términos de servicio con el cliente, no debe ser utilizada en cualquier otro documento, servicio, o medio electrónico sin el consentimiento expreso del cliente.

Toda la información que sea proporcionada por terceros, personas físicas, personas morales y/o cualquier tercero a Henko Global, S.A. de C.V. será proporcionada por estos bajo protesta de decir verdad.




Imagen #4-5: Cotización de transporte Guadalajara-Bogotá, elaboración Henco Global, 2026.



AEROMARITIMA INTERNACIONAL

SERVICE QUOTE: Q216288
Quote Date: Apr 27, 2025 04:24 PM
Reference: SOL COT Paula Toledo GDL BOG abr 27

ACCOUNT DETAILS

PAULA TOLEDO
Libertad 1966 Colonia: Americana CP: 44150
Guadalajara, Jalisco
Mexico, 44150

CONTACT DETAILS

PAULA TOLEDO
Phone: +52 1 33 3950 7392
Mobile: +52 1 33 3950 7392
Email: juanespinosa@aspiria.mx

Sl No.	Description Descripción	Price Valor	Qty/Wt. Cant./Peso	Total (USD)
1	Pick up (origin) Recolección de seis Cuadros: Guadalajara (Jalisco) - Mexico Libertad 1966 Colonia: Americana CP: 44150 Medidas: -120 x 4 x 100 peso: de 15 a 20 kilos Incluye transporte de Guadalajara a CDMR	\$ 1,400.00	1	\$ 1,400.00
2	Crating Elaboración de un crate: Medidas Aprox: -145 x 50 x 125 cm - 152 Kg/vol	\$ 520.00	1	\$ 520.00
3	Airline Fee Terminal Fees	\$ 280.00	1	\$ 280.00
4	Origin - Document Fee	\$ 120.00	1	\$ 120.00
5	US Custom Broker Aduana en origen	\$ 550.00	1	\$ 550.00
6	Freight Air rate / Flete Aereo (FARLHR) Cubre ruta MEX - BOG Tarifa para: 152 Kg/vol -Costos sujetos a cambios de la aerolínea según apliquen al momento de hacer el envío	\$ 930.00	1	\$ 930.00



AEROMARITIMA INTERNACIONAL

SERVICE QUOTE: Q216288
Quote Date: Apr 27, 2025 04:24 PM
Reference: SOL COT Paula Toledo GDL BOG abr 27

Sl No.	Description Descripción	Price Valor	Qty/Wt. Cant./Peso	Total (USD)
7	Custom Clearance Aduana en destino	\$ 400.00	1	\$ 400.00
8	Origin - Document Fee Liberación de la AWB (valor aproximado)	\$ 290.00	1	\$ 290.00
9	Duties and Taxes Los impuestos para obras de arte en Colombia rondan el 34% sobre el valor CIF. Se deben pagar antes de la entrega. En este caso se tomara un valor declarado de 7000 USD. Valor de impuestos aproximados.	\$ 2,690.00	1	\$ 2,690.00
10	Storage Deposito Aduanero	\$ 250.00	1	\$ 250.00
11	Inland to Airport (OINLAND) Transporte aeropuerto - WH	\$ 50.00	1	\$ 50.00
12	Delivery Entrega en Bogotá - Colombia Agora centro de convenciones Entrega en planta baja	\$ 190.00	1	\$ 190.00
13	Trade Company NO INCLUDE: *Seguro *Entregas en áreas de difícil acceso *Apertura y desachemiento del crate *Instalación de obras *Cualquier otro item NO descrito en la cotización. Note: -Los valores reflejados en esta estimación están sujetos a cambios.	\$ 250.00	1	\$ 250.00

#1

AEROMARITIMA INTERNACIONAL
BOG - MDE - MEX - ATL - MA - MAD
E: operacionesmde@aeromaritimainternacional.com
www.aeromaritimainternacional.com

This is a computer generated Quote, hence required no signature

#2

AEROMARITIMA INTERNACIONAL
BOG - MDE - MEX - ATL - MA - MAD
E: operacionesmde@aeromaritimainternacional.com
www.aeromaritimainternacional.com

This is a computer generated Quote, hence required no signature

Imagen #6-7: Cotización de transporte Guadalajara-Bogotá, elaboración Aeromarítima Internacional, 2026.



AEROMARITIMA INTERNACIONAL

SERVICE QUOTE Q216288

Quote Date: Apr 27, 2026 04:24 PM

Reference: SOL COT Paula Toledo GDL BOG abr 27

SI No.	Description Descripción	Price Valor	Qty/Wt Cant./Peso	Total (USD)
14	Bank Transfer Fees Aplica solo para pagos en USA. Si va a pagar en Colombia restar este ítem.	\$ 70.00	1	\$ 70.00

Sub. Total	\$ 7,990.00
Tax / IVA	\$ 0.00
Total in USD	\$ 7,990.00

Terminos & Condiciones

SEGURO: Las mercancías viajan por cuenta y riesgo del cliente. Teniendo en cuenta que la actividad del embarcador en caso de siniestro es limitada de acuerdo a las reglas establecidas, y con el propósito de cubrir cualquier riesgo para su empresa, le sugerimos asegurar cada despacho de mercancías a través de un seguro de transporte adecuado. AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. NO tomará ningún seguro de transporte. IN and OUT: En caso de retractor de envío, se aplicará un cargo de USD25 adicionales a los servicios ya prestados por AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. hasta el momento del retiro de las piezas de nuestra bodega. STAND BY: AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. ofrece a sus clientes 15 días de bodegaje sin costo. Al término de estos 15 días, en caso de no haber recibido sus instrucciones de despacho, empieza a correr costo de almacenaje el cual será liquidado y facturado de acuerdo al volumen, cubicaje de la pieza. Este costo de almacenaje, debe ser pagado en su totalidad por el cliente antes del retiro de la pieza. FLETES: Se debe contemplar que los valores de fletes terrestres, aéreos y marítimos están en constante cambio, por tal razón es necesario tener en cuenta estas fluctuaciones de valor, si se generan espacios de tiempo entre la generación de la COTIZACIÓN y el despacho de la mercancía, ya que en este lapso podría variar el valor cotizado o inclusive el valor facturado. PAGOS: Nuestras facturas para procesos desde el exterior se expiden en dólares de los Estados Unidos y se convierten a la TRM (Tasa Representativa del Mercado) vigente al día de la factura o el día de pago, el más alto de los dos. Todos los gastos locales estarán sujetos a la liquidación de IVA según la legislación vigente. DEPÓSITOS: Las demoras o retrasos generados por parte de la aduana que conlleven gastos al trasladar la carga a depósitos aduaneros autorizados, estos cargos deberán ser asumidos por el cliente NO por AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. FORMA DE PAGO: AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. exigirá el 100 % del valor de la cotización por anticipado, y el saldo si existiera por modificaciones en el servicio, contra documentos para la liberación de la mercancía. Cualquier reclamación que se genere por siniestros, pérdidas, daños o retrasos en la entrega de la mercancía, no exime al cliente de su responsabilidad de cancelar a AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. el pago total de su factura y es condición fundamental para presentar la reclamación por el servicio prestado ante el respectivo tercero. AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. le ofrece al cliente la posibilidad de hacer el pago de su factura en Colombia en pesos colombianos con transferencia o consignación en la entidad financiera Bancolombia, si el cliente desea depositar en el exterior, también podrá generar su pago en USD americanos en el Bank of América BOFA, tenga en cuenta que el pago en este banco incrementará en \$5 o en 70 USD su presupuesto dependiendo desde el banco que genere la transacción. AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. tiene libertad de selección del transportista según las reservas y sujeto a disponibilidad de espacio. AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. se limita a la consecución de espacios y reservas actuando como intermediario y bajo mandato del cliente, por lo tanto, no representa a los dueños de la carga ni a los transportadores. Adicionalmente esta situación nos exime de responsabilidad sobre: reservas, itinerarios, aerolíneas o cualquier otro transportador en procesos OTM. Debe ser entendido por el Cliente que los retrasos generados por procesos aduanales en Países de destino NO son responsabilidad de AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. El valor de la liberación en destino es cotizado en valores aproximados si existiera diferencia se facturará este valor antes de la entrega de la mercancía. Todos los servicios prestados por AEROMARITIMA INTERNACIONAL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA S.A.S. están regidos por estas condiciones generales. Por este acto el cliente acepta que se aplique cualquier orden transmitida verbalmente por fax o por correo electrónico, incluso cuando no se haga ninguna

#3

AEROMARITIMA INTERNACIONAL
BOG - MDE - MEX - ATL - MIA - MAD
E. operacionesmde@aeromaritimainternacional.com
www.aeromaritimainternacional.com

This is a computer generated Quote, hence required no signature

Imagen #8: Cotización final de transporte Guadalajara-Bogotá, elaboración Aeromarítima Internacional, 2026.



Imagen #9: OpenAI. (2026). *Mapa del proceso – Cadena logística de obra de arte* [Infografía generada por inteligencia artificial]. ChatGPT (DALL·E).

Eslabón de la cadena	Actor	Función
1. Producción	Paula Toledo — Estudio en Guadalajara	Origen de las obras. Paula decide cuándo y cómo se entregan al operador logístico.
2. Embalaje especializado	Henco Global o proveedor fine art en GDL	Protección física de las obras para el tránsito internacional. Primer punto de riesgo.
3. Transporte terrestre origen	Henco Global	Traslado del estudio/almacén al Aeropuerto GDL.
4. Despacho aduanal México (origen)	Agente Aduanal	Tramita el pedimento de exportación temporal ante el SAT. Nodo de cumplimiento legal.
5. Flete aéreo internacional	Aerolínea seleccionada por Henco (ruta GDL-BOG)	Transporte del embarque completo.
6. Despacho aduanal Colombia (destino)	Agente Aduanal con habilitación DIAN en Bogotá	Tramita la admisión temporal ante la DIAN. (De esto se encarga de igual forma Henco)

7. Transporte terrestre destino	Henco Global	Traslado del aeropuerto BOG a Ágora Bogotá (aprox. 18 km).
8. Exhibición ferial	Paula Toledo + ARTBO	Montaje, exhibición y desmontaje en el stand.
9. Retorno logístico	Misma cadena en sentido inverso	Re-embalaje, despacho Colombia, flete retorno, despacho retorno México.

Tabla 12. *Actores de Cadena de Suministro* (DIAN, 2021)

#	Riesgo	Fase de las que trazamos	Nivel de riesgo
1	Daño físico a obra durante embalaje o carga	Embalaje y handling en GDL	CRÍTICO
2	Retraso o cancelación de vuelo	Flete aéreo	ALTO
3	Retención en aduana (error documental)	Despacho en origen o destino	MEDIO
4	Vencimiento del plazo del pedimento	Posterior a la feria	MEDIO
5	Daño en stand (sin seguro de feria)	Exhibición ARTBO	CRÍTICO
6	Robo o extravío de obras	Cualquier fase de tránsito	MEDIO
7	Incumplimiento INBAL (no tramitar aviso)	Preparación previa	MEDIO
8	Problema con la e.firma de Paula	Trámites VUCEM	BAJO
9	Agrietamiento de obra al enrollar	Embalaje (solo Escenario B)	CRÍTICO (si aplica)
10	Diferencia de tipo de cambio adversa	Pago de servicios en USD	BAJO

Tabla 13. *Evaluación de riesgos operativos y plan de contingencia*, elaboración propia con datos de Juan Alvaro Espinosa; Henco Global (2026)

Riesgo	Acción preventiva	Acción correctiva si ocurre
--------	-------------------	-----------------------------

Daño físico a obra	Embalaje profesional fine art; fotografías pre-embarque; seguro All Risk activo	Activar póliza de seguro inmediatamente; documentar daño con fotografías; contactar a restaurador de arte en Bogotá
Retraso de vuelo	Enviar obras con 2-3 semanas de anticipación mínima; elegir vuelo directo o con conexión corta	Contactar a Henco para vuelo alternativo; notificar a ARTBO; verificar fecha de montaje del stand
Retención en aduana	Documentación completa y revisada; agente aduanal experto en obra de arte; aviso INBAL tramitado con 4+ semanas de anticipación	Agente Aduanal gestiona resolución con autoridad; Paula debe estar disponible para firmar rectificaciones si se requiere
Vencimiento pedimento	Configurar recordatorio 30 días antes del vencimiento; coordinar retorno con Henco al inicio del planning de la feria	El Agente Aduanal si puede solicitar prórroga del pedimento con rectificación; si ya venció, gestiona regularización
Daño en stand sin seguro	Contratar póliza Fine Art & Exhibition antes del embarque; confirmar cobertura con aseguradora	Sin seguro activo: se asume la pérdida; con seguro: documentar el daño y activar reclamación
Robo en tránsito	Seguro All Risk + número AWB para rastreo en tiempo real; never check artworks without documentation	Activar póliza de seguro; reportar a aerolínea y autoridades; el Agente Aduanal coordina con la aduana para reporte oficial
No tramitar INBAL a tiempo	Iniciar trámite INBAL con mínimo 6 semanas de anticipación; verificar que e.firma de Paula esté vigente antes de iniciar	El trámite urgente puede gestionarse con la CNAP directamente — contactar al Coordinador de Artes Visuales del INBAL
Agrietamiento al enrollar	Solo enrollar obras aptas; consultar con restaurador antes de decidir; si hay duda, usar caja con bastidor	Restauración de emergencia en Bogotá (costosa y no garantizada); activar seguro si cubre daño por embalaje inadecuado

Tabla 14. *Plan de contingencia*, elaboración propia con datos de Juan Alvaro Espínosa

Estrategia	Descripción	Ahorro estimado
------------	-------------	-----------------

Anticipación en la contratación	Reservar el espacio de carga con Henco con 8+ semanas de anticipación. Las tarifas de último minuto pueden ser 30-50% más caras, especialmente en temporada de ferias de arte (septiembre).	\$200 a 400 USD potencial
Negociar seguro con el mismo proveedor logístico	En la cotización ya va incluido el tema del seguro con henco. Vale la pena tomarlo con ellos para no tener tanto involucrado	\$50 a 100 USD
Documentación digital completa desde el inicio	Evitar costos de refacturación y retrasos por documentos incompletos preparando todo el expediente con anterioridad.	\$100 USD en penalizaciones y tiempo

Tabla 15. Estrategias de reducción de costo logístico, elaboración propia con datos de: Henco Global (2026). Cotización No. 239802; Secretaría de Economía (2025).

Variable ambiental	Propuesta para la operación de Paula Toledo	Ventaja adicional
Carga útil	Consolidar las 6 obras en un solo embarque en lugar de envíos parciales. Un solo vuelo para todo reduce el consumo de combustible por kilogramo transportado hasta un 30% vs. envíos fraccionados.	También reduce costos aduanales
Embalaje de ciclo cerrado	Diseñar el embalaje para ser reutilizado en el retorno y en futuras ferias. Cartón corrugado reciclable o tubos PVC reutilizables reducen residuos industriales. Evitar plástico de un solo uso donde sea posible.	Reduce costo de embalaje en operaciones futuras
Residuos de embalaje en destino	Coordinar con ARTBO o el recinto ferial (Ágora Bogotá) para conocer los puntos de reciclaje y descarte responsable del material de embalaje que no regresa.	Cumplimiento con regulaciones de gestión de residuos en Colombia
Compensación de carbono voluntaria	Calcular la huella de carbono del flete (estimado: ~2-3 toneladas CO2 en viaje redondo GDL-BOG) y compensarla a través de programas certificados. Costo aproximado: \$20-60 USD.	Narrativa de marca sostenible comunicable en el stand de ARTBO

Tabla 16. Estrategias de reducción de huella de carbono, elaboración propia con datos de: EEA (2023); Procolombia (s.f.); Cámara de Comercio de Bogotá (2026).

Cuando	Acción	Responsable
--------	--------	-------------

Mayo (4 meses antes)	Actualizar RFC y e.firma de Paula; contratar Agente Aduanal; iniciar cotización formal con Henco que esté actualizada ya se adjuntó pero vale la pena tenerla autorizada; fotografías profesionales de las 6 obras	Paula + Agente Aduanal
Junio (3 meses antes)	Tramitar Aviso INBAL ante VUCEM; obtener Certificado de Origen; revisar pólizas de seguro; confirmar embalaje (bastidor vs. enrollado); confirmar espacio en ARTBO	Agente Aduanal + Paula
Julio (2 meses antes)	Confirmar cotización definitiva con Henco; reservar espacio de carga en vuelo; contratar seguro de feria Fine Art & Exhibition; preparar expediente documental completo	Paula + Henco + Agente Aduanal
Agosto (1 mes antes)	Embalaje de prueba (verificar dimensiones reales); revisión final de documentos con Agente Aduanal; confirmar agente en Bogotá; definir logística de montaje en stand	Agente Aduanal + Henco
1-2 semanas antes de ARTBO	Despacho aduanal de exportación temporal (pedimento); embarque en GDL; seguimiento del AWB en tiempo real	Agente Aduanal + Henco
Llegada a Bogotá	Despacho de admisión temporal ante DIAN; transporte BOG → Ágora Bogotá; montaje del stand	Agente Aduanal Bogotá + Henco
Post-feria (sept. 27+)	Desmontaje; re-embalaje; despacho Colombia de retorno; flete BOG → GDL; despacho retorno México (pedimento de retorno)	Henco + Agente Aduanal

Tabla 17. *Calendario planeación*, elaboración propia con datos de: Henco Gobal (2026); Fernando Corona.



Imagen #10: Carpeta de artista, elaboración propia



Imagen #11: Carpeta de artista, elaboración propia



Imagen #12: Carpeta de artista, elaboración propia



Imagen #13: Carpeta de artista, elaboración propia



Imagen #14: Carpeta de artista, elaboración propia



Imagen #15: *Carpeta de artista*, elaboración propia



Imagen #16: *Catálogo*, elaboración propia

Imagen #17: *Catálogo*, elaboración propia



Imagen #18: *Catálogo*, elaboración propia

Imagen #19: *Catálogo*, elaboración propia



Imagen # 20: Mockups de artículos promocionales,
(Open AI, 2026)

Imagen #21: Mockups de artículos
promocionales, (Google Gemini, 2026)

TX-347 / Bolsa Kasern.
Bolsa tote fabricada en algodón y poliéster. Cuenta con dos asas superiores, estas están lo suficientemente largas para cargar como bolsa de hombro. De un solo color con asas color negro.

Color:	BEIGE OSCURO / Serigrafía Tinta(s) 5
Cantidad	200 pzas
Precio Unitario	\$47.95
Precio Unitario Impresion	\$0.00
Precio Unitario + impresion	\$47.95
Total:	\$0.00

Imagen #22: Cotización de Tote Bags en MLM Productos (TX-347 Bolsa Kasern., s. f.-b)

PRIMA MARKETING GROUP S.A. de C.V.
Av. Gustavo Baz Prada 98 plus 4, oficina B1, Alca Blanco, Naulcojapan de Juárez, México. CP 53370
Tel: 01 52 520 8467 | ventas@smartpromocionales.com

Folio: # 41530 Fecha: 2026-04-09 Vigencia: 10 días

*** DATOS DEL CLIENTE**

Empresa: Aspirea
Nombre: Juan Alvarez Espinoza
Teléfono: 3339507392
Email: juan.espinoza@aspirea.mx

*** DATOS BANCARIOS Y FISCALES DEL PROVEEDOR**

Beneficiario: PRIMA MARKETING GROUP S.A. de C.V.
Banco: SANTANDER
Cuenta: 65 02164797-3
CLABE: 014 180 405 076 476 725
RFC: PMG150507422

PRODUCTO	CÓDIGO	NOMBRE	COLOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TÉCNICA	UNITARIO IMPRESIÓN	SUBTOTAL
	GE005	Gorra promocional mosalla	TINTO	50 PZAS	21.13	Impresión 4 tintas	\$ 136.00	7,856.50
	TA079	Taza java	AZUL	50 PZAS	50.40	Impresión 1 tinta	\$ 34.00	4,220.00
	HL949	Libreta promocional click	NEGRO	50 PZAS	30.72	Impresión 1 tinta	\$ 34.00	3,236.00
	PLV08	Playera promocional cuello redondo vicio	NEGRO	50 PZAS	43.17	Bordado	\$ 29.00	3,558.50

PRIMA MARKETING GROUP S.A. de C.V.
Av. Gustavo Baz Prada 98 plus 4, oficina B1, Alca Blanco, Naulcojapan de Juárez, México. CP 53370
Tel: 01 52 520 8467 | ventas@smartpromocionales.com

Subtotal: \$18,871.00
IVA: \$3,019.36
Total: \$ 21,890.36

Imagen #23: Cotización de artículos promocionales en Smart Promocionales (Artículos Promocionales México |

Promociona Tu Marca Hoy, s. f.)



Av. Gustavo Baz Prada 98 piso 6, oficina B1, Aloe Blanco, Naucalpan de Juárez, México, CP 53370.

Folio: # 41529

Fecha: 2026-04-09

Vigencia: 10 días

* DATOS DEL CLIENTE:

EmpresaAspiria

NombreJuan Alvaro Espinosa

Teléfono3339507392

Emailjuan.espinosa@aspiria.mx

* DATOS BANCARIOS Y FISCALES DEL PROVEEDOR

BeneficiarioPIMSA MARKETING GROUP S.A. de C.V.

BancoSANTANDER

Cuenta65-50764797-3

CLABE014 180 655 076 479 735

RFCPMG150507422

PRODUCTO	CÓDIGO	NOMBRE	COLOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TÉCNICA	UNITARIO IMPRESIÓN	SUBTOTAL
	SIN962	Bolsa promocionales para sublimar toulouse	BLANCO	50 PZAS	15.23	Sublimado	\$ 15.00	1,511.50
Subtotal:								\$1,511.50
IVA:								\$241.84
Total:								\$ 1,753.34

Imagen #24: Cotización de artículos promocionales en Smart Promocionales (Artículos Promocionales México | Promociona Tu Marca Hoy, s. f.)

Variable	Elemento Presente	Elemento No Presente	Comentarios Y Análisis Del Contenido
Foto de perfil profesional: ● Imagen clara y atractiva que represente la marca personal o comercial. ● Debe ser reconocible y adecuada a la red social.	Tiktok: Mantiene una imagen con enfoque artístico, lo que aporta cierta coherencia entre plataformas. Instagram: La artista utiliza una foto de perfil artística alineada con su identidad visual, lo cual refuerza su posicionamiento como artista. Facebook: Existe una foto de perfil, esta muestra a la artista en su proceso creativo, lo cual conecta con su esencia.	Tiktok: No está optimizada en calidad ni en intención estratégica. Instagram: No utiliza una imagen pensada específicamente para reforzar el branding. Facebook: La imagen está desactualizada y no proyecta una imagen profesional actual.	Se recomienda unificar la identidad visual en todas las plataformas mediante una misma foto de perfil o una línea visual consistente que permita reconocimiento inmediato. La imagen debe mantener el enfoque artístico, pero con una ejecución más profesional y estratégica, cuidando calidad, encuadre y coherencia con su posicionamiento como artista consolidada.
Biografía o descripción clara y concisa: ● Mensaje directo que explique quién	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram:	Tiktok: No existe una descripción, mensaje ni palabras clave en la biografía de nuestra artista que puedan explicar quién es o qué	Actualizar las biografías de las redes sociales ya que estas actúan como cartas de

eres, qué haces y qué ofreces. ● Incluye palabras clave relacionadas con tu nicho o industria. ● Añade una llamada a la acción clara (ej. "Compra ahora", "Visita nuestro sitio web").	Contiene una breve descripción del tipo de obra que hace, así como un mensaje de invitación a adquirir piezas originales, giclees o comisiones. Además, incluyó links para su sitio web y perfil de Facebook. Facebook: Elementos no presentes. Sitio Web: Su sitio web es el más completo en cuanto a biografía, además de incluir sus técnicas, temas recurrentes, trayectoria artística y fichas técnicas de cada una de sus piezas realizadas.	hace. No hay links o botones de salida que puedan redirigir a un potencial comprador. Instagram: No cuenta con una biografía y/o mensaje en español, considerando que su nicho principal es hispanohablante. Se recomienda cambiar la descripción a español, o en dado caso escribirlo en ambos idiomas. Facebook: No cuenta con una biografía ni mensaje para el espectador. Solo se menciona “artista plástica”, dejando al visitante corto al tratar de conocer cómo y qué trabaja la artista. Sitio Web: Como sugerencia, sería bueno añadir una pestaña de adquisición donde se pueda contactar a la artista vía correo o Whatsapp.	presentación al instante. Esto ayuda a atraer a la audiencia deseada, además de reflejar profesionalismo y confianza con los visitantes. No es necesario escribir una diferente para cada red social, pero sí una única bien desarrollada que se pueda utilizar en todas. Ej. Artista plástica mexicana. Trabajo figurativo enfocado en la emoción, la identidad, la figura humana y la conexión con la naturaleza. Obra original, giclées y comisiones disponibles. DM para adquirir o colaborar.
Enlace destacado (Link in Bio): ● Enlace directo a tu página web, tienda en línea, blog o landing page específica para convertir visitantes en clientes. ● Usa herramientas como Linktree para incluir múltiples enlaces.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista cuenta con enlaces en su biografía que dirigen a su sitio web y a su perfil de Facebook, lo que permite redirigir tráfico y ampliar los puntos de contacto con su comunidad. Facebook: Incluye un enlace hacia su sitio web, funcionando como	Tiktok: Añadir enlace directo al sitio web y/o a otras redes sociales donde exista más presencia (ej. Instagram). Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes. Sitio web: Elementos presentes, solamente actualizar la información de contacto (correo y número telefónico)	El enlace de sitio web dentro de las redes sociales es de gran importancia ya que es el lugar donde se conglomeran todo el trabajo y trayectoria de un artista. Recordemos que las redes sociales pueden funcionar como primera impresión y la visita al sitio web como un espacio de mayor credibilidad e interés. Las redes sociales ayudan a construir la

	acceso a su portafolio digital. Esto indica que existe una intención de centralizar su presencia digital y facilitar el acceso a su trabajo. Sitio web: En la sección de “Contacto” tiene enlaces a su Facebook, Instagram, Twitter, y YouTube. Sin embargo, su número telefónico no se encuentra actualizado, su correo es diferente al que aparece en Facebook y no se ha implementado Tik Tok como otro enlace de salida.		marca Paula Toledo, así como su comunidad, mientras que el sitio web mejora la información de obra y el cierre de ventas.
Contenido visual de alta calidad: ● Publicaciones atractivas con imágenes y videos de alta resolución que reflejen tu marca o Productos. ● Estilo visual coherente y atractivo para generar identidad y reconocimiento.	Tiktok: La artista muestra el proceso de sus obras con transiciones para mantener la retención de atención del espectador el mayor tiempo posible. Instagram: Uso de cámara rápida, close-ups, cambios de perspectivas y alta resolución en sus reels. Facebook: Publicaciones constantes pero repetitivas y carentes de narrativa.	Tiktok: Utilizar menos transiciones en los videos, ya que esto puede causar que se pierda el interés visual. Como recomendación, usar un solo tipo de transición o en dado caso ninguno. El exceso de movimiento afecta el proceso de exploración visual, algo que una obra requiere para su apreciación. Hacer storytelling (estrategia en la que se opta por contar una historia con el fin de informar, motivar, etc. al espectador) del proceso y/o de la fundamentación de la obra para así abrir un diálogo intencionado. Esto permite que el espectador se quede más tiempo visualizando el video, algo que también mejora el algoritmo y tráfico que llega a la cuenta.	Principalmente, atacar el tema del storytelling en los videos, así como la edición. El balance visual que cargan las obras se puede perder debido a la calidad y rapidez de los videos en redes.

		Referencias en Tik Tok de un buen storytelling, grabación y proceso: https://vt.tiktok.com/ZSakbqr31/ https://vt.tiktok.com/ZSakbQjmA/ Los carruseles (serie de fotos en una misma publicación) con algo de texto también atraen al público. Tratar de no mezclar una cuenta profesional de arte con videos “graciosos” o hechos con inteligencia artificial, esto puede afectar al profesionalismo, la credibilidad y al algoritmo. Instagram: Los videos de Instagram han tenido un mayor alcance a comparación con Tik Tok, pues se presentan visualmente más limpios y atractivos. Se recomienda usar la misma imagen en TikTok ya que esta plataforma tiene la capacidad de llegar a muchas más personas. Implementar más el storytelling en los reels para mantener al espectador hasta el final. Tratar de subir todo tipo de contenido: proceso de obra, reflexión sobre obra y el producto final. Mejorar los “hooks” en los reels. Implementar la fotografía de obra a escala real: fotografiar la obra junto a una persona o en un mockup donde se pueda apreciar la medida real. Facebook: Facebook es una gran herramienta de conversión ya que es una	
--	--	--	--

		plataforma en donde muchas personas con rango de edad mayor siguen utilizando como red preferencial. Normalmente son las personas que más consumen arte, por lo tanto, también es importante mantener esta red actualizada. Facebook tiene la ventaja de álbumes de foto, por lo que se recomienda cambiar las fotos sueltas por álbumes de colecciones.	
Publicaciones constantes y relevantes: ● Calendario de contenido regular (diario o semanal) para mantener tu perfil activo. ● Contenido que aporte valor: información, entretenimiento, inspiración, o solución de problemas para tu audiencia.	Tiktok: Existe una presencia más mensual que semanal, es decir, se suben de uno a dos videos semanalmente. El contenido principal dentro de su perfil es de obras en proceso. Predomina la velocidad, transiciones y clips cortos. Instagram: Mantiene publicaciones que aportan valor a su audiencia a través de contenido artístico, mostrando obras terminadas, procesos creativos y participación en exposiciones, lo que genera inspiración y conexión emocional. Facebook: Se publican contenidos relacionados con su obra y mensajes personales que refuerzan su identidad, con una	Tiktok: No se desarrolla contenido variado que aporte valor más allá del proceso creativo, limitando su potencial de alcance. Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes. Sitio web: El contenido es actualizado de forma periódica.	Se recomienda implementar un calendario de contenido estructurado para todas las plataformas, especialmente en Instagram y TikTok, con el objetivo de mejorar la constancia y el alcance. Es importante diversificar el tipo de contenido, integrando no solo inspiración visual, sino también contenido educativo, narrativo y orientado a la conversión.

	menor frecuencia a diferencia de otras plataformas digitales. Sitio web: El valor se encuentra en la exhibición de su portafolio, el cual permite al usuario conocer su trabajo y propuesta artística.		
Uso de hashtags estratégicos: ● Usa hashtags relevantes y populares dentro de tu industria o nicho para mejorar el alcance de tus publicaciones. ● Crea un hashtag de marca propio para mejorar la visibilidad.	Tiktok: Emplea hashtags relacionados a fechas festivas, arte, el mensaje del día que comparte y con temáticas específicas. Instagram: Se utilizan hashtags relacionados con el arte, su disciplina y el entorno de galerías, lo que contribuye a mejorar el alcance. Facebook: Los hashtags son ocasionales en ciertas publicaciones, lo que indica una intención básica de posicionamiento. Sitio web: Elementos no presentes.	Tiktok: Elementos presentes. Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes. Sitio web: No existen hashtags como tal. Se recomienda que las palabras clave utilizadas en otras redes sociales sean implementadas dentro del contenido del sitio, especialmente en encabezados y secciones estratégicas, con el fin de mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda y aumentar el tráfico orgánico.	Se recomienda desarrollar una estrategia de hashtags más estructurada, especialmente en Instagram y TikTok, combinando hashtags de alto alcance con otros más específicos del nicho artístico para mejorar la visibilidad.
Interacción con la comunidad: ● Responde a comentarios y mensajes de manera rápida y amigable.	Tiktok: La interacción es básica al responder algunos comentarios, generalmente de forma de agradecimiento.	Tiktok: Elemento presente. Instagram: Elemento presente. Facebook:	Se recomienda fortalecer la interacción con la comunidad mediante respuestas más constantes y la generación activa de

● Participa en conversaciones y colabora con otros usuarios o influencers del sector.	Instagram: La artista mantiene una interacción activa con su comunidad, respondiendo comentarios y reaccionando a ellos, lo que refleja cercanía y engagement con su audiencia. Facebook: Se observa una interacción limitada en algunas publicaciones.	La interacción es baja, ya que responde pocos comentarios y no participa activamente en conversaciones ni colaboraciones dentro de la plataforma.	conversación, lo que permitirá que la audiencia se sienta más cercana, escuchada y cómoda al participar. En el sitio web, se sugiere integrar un canal de contacto más directo o dinámico que facilite la comunicación con potenciales clientes. Una interacción más estratégica y consistente contribuirá a consolidar una comunidad más comprometida y alineada con la propuesta artística de la autora.
Historias y contenido temporal (Stories): ● Publica historias regulares con contenido atractivo, ofertas, detrás de cámaras o testimonios. ● Usa encuestas, preguntas y stickers interactivos para fomentar la participación de los seguidores.	Tiktok: Elemento no presente. Instagram: La artista utiliza historias para compartir contenido relacionado con su proceso creativo y su día a día artístico, lo que aporta cercanía y autenticidad. Facebook: Elemento no presente.	Tiktok: Elemento no presente. Instagram: No cuenta con historias dinámicas como encuestas, temas o preguntas que abren diálogo con su comunidad. Facebook: No se identifica que se esté aprovechando de reseñas como herramienta de confianza.	Se recomienda integrar testimonios y experiencias reales de clientes como parte de la estrategia de contenido en todas las plataformas.
Testimonios y reseñas de clientes: ● Publica testimonios y opiniones de clientes satisfechos para generar	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista refuerza la credibilidad de su trabajo a través de su	Tiktok: Se recomienda realizar publicaciones enfocadas directamente en testimonios de clientes o experiencias de compradores. Instagram:	Se recomienda integrar testimonios y reseñas de clientes de forma explícita en las plataformas digitales, especialmente en Instagram y el sitio

confianza en los productos o servicios. ● Comparte experiencias de usuarios reales que hayan utilizado tu producto o servicio.	participación en exposiciones, colaboraciones con galerías y presencia en eventos artísticos, lo que funciona como una forma de validación social. Facebook: El contenido refleja su trabajo y experiencia a pesar de no presentarse de una manera estructurada, lo que contribuye parcialmente a su percepción profesional. Sitio web: Elementos no presentes.	La artista no publica ni empuja contenido específicamente sobre las reseñas de los clientes o galerías en las que ha trabajado anteriormente. Facebook: La artista no publica ni empuja contenido específicamente sobre las reseñas de los clientes o galerías en las que ha trabajado anteriormente. Sitio web: Elementos no presentes.	web, para fortalecer la credibilidad y generar mayor confianza en potenciales compradores. Es importante transformar la validación social actual en contenido estructurado que muestre experiencias reales de clientes, lo que puede influir directamente en la decisión de compra y reforzar el posicionamiento profesional de la artista.
Botones de compra directa o contacto: ● Configura botones de compra directa (si la plataforma lo permite) para facilitar las Transacciones. ● Incluye un botón de contacto fácil de acceder, como email o WhatsApp, para posibles consultas de ventas.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista cuenta con dos enlaces en su perfil que permiten a los usuarios acceder fácilmente a su sitio web y a su página de Facebook, facilitando la navegación hacia otros puntos de contacto. Facebook: El perfil incluye botones de contacto como correo electrónico y mensajería directa, lo que permite a los interesados comunicarse de manera sencilla.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: Se pueden aprovechar mejor las herramientas de la plataforma, como la creación de highlights específicos que agrupen enlaces relevantes y faciliten el acceso a sus distintas plataformas digitales. Facebook: Se recomienda optimizar los botones de contacto para dirigir al usuario a una única ruta clara, preferentemente hacia el sitio web, centralizando la información y opciones de contacto. Sitio web: Elementos no presentes.	Se recomienda optimizar los canales de contacto y conversión en todas las plataformas, asegurando que el usuario tenga una ruta clara y directa para interactuar con la artista o realizar una compra. Es importante centralizar los enlaces en una sola dirección estratégica, fortalecer la presencia de botones de contacto visibles y aprovechar herramientas como enlaces en bio y llamados a la acción.

	Sitio web: Elementos no presentes.		
--	--	--	--

Tabla 18. *Valoración de redes sociales*, elaboración propia con datos de: Instagram, Facebook, Tiktok y sitio web Paula Toledo Art.



Imagen #25: *Certificado original de Paula Toledo*, elaborada por Paula Toledo.



Imagen #26: *Propuesta de certificado de autenticidad*, elaboración propia

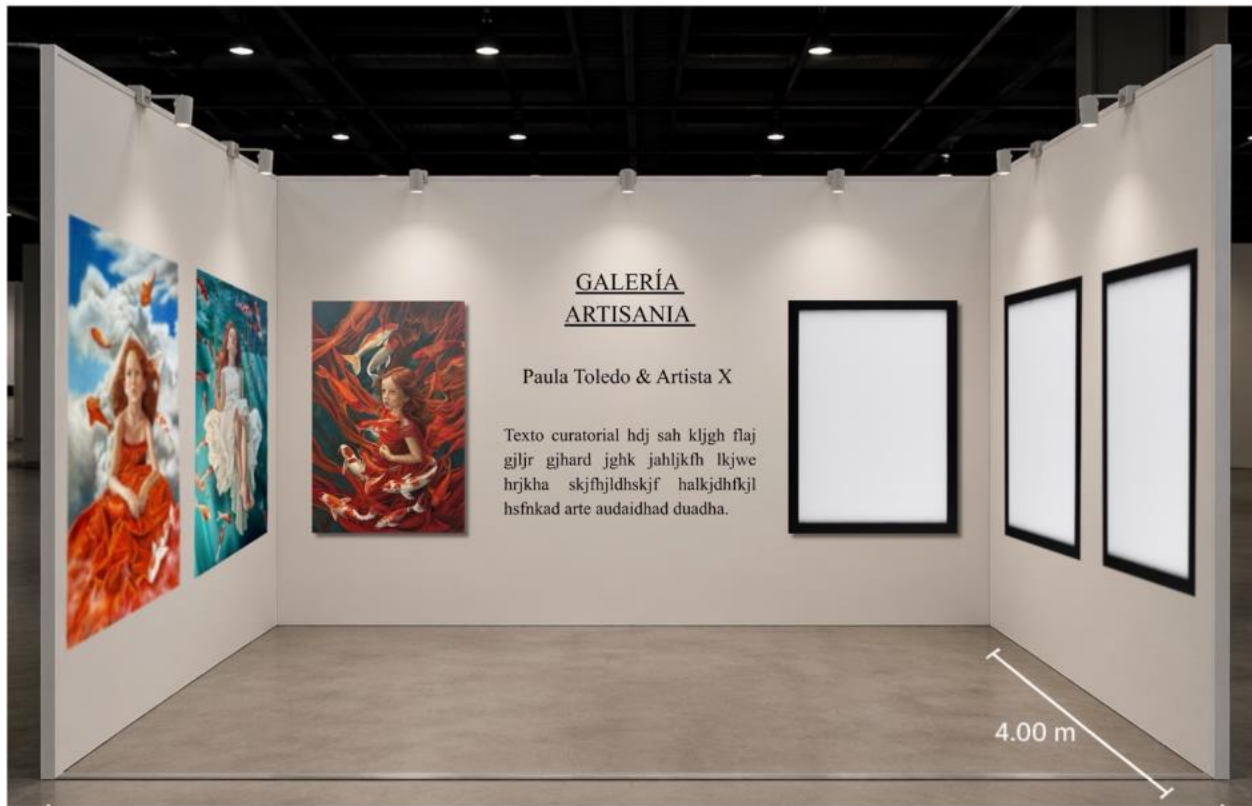


Imagen #27: Propuesta de montaje en ARTBO, elaboración propia con imagen base de Chat GPT, 2026



Imagen # 28: Propuesta de tríptico, elaboración propia

2 asiento(s) disponible(s)							
6:43 AM		Conexión		+1 día		17h 27m duración	
GDL		CUN 11h 15m		BOG		Cambio de avión	
1:10 AM						Detalles ▾	
						Tarifa Zero	
						\$2,120	
						MXN	
7:49 PM		Conexión		+1 día		1d 3h 52m duración	
GDL		MTY 21h 21m		BOG		Cambio de avión	
12:41 AM						Detalles ▾	
						Tarifa Zero	
						\$2,410	
						MXN	
6:25 PM		Conexión		+1 día		1d 5h 16m duración	
GDL		MTY 22h 45m		BOG		Cambio de avión	
12:41 AM						Detalles ▾	
						Tarifa Zero	
						\$2,410	
						MXN	

Imagen #29: Propuesta y cotización de vuelos, (Viva Aerobus, 2026)

Opción Económica - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$3,000
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,000
Total		\$5,000

Tabla 19. Opción Económica – Transporte, elaboración propia con datos de: Viva Aerobus (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Viva Aerobus (2026).

Opción Media - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$5,000
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,250
Total		\$8,250

Tabla 20. Opción Media – Transporte, elaboración propia con datos de: Copa Airlines (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Copa Airlines (2026).

Los precios son por pasajero y para un viaje redondo

05:45
GDL

14:45
BOG

MEX 1h 30m

1 escala, 8h

Conectando en MEX

Operado por Aeroméxico

[Detalles](#)

11:23
GDL

00:30
BOG

MEX 5h 40m

1 escala, 12h 7m

Conectando en MEX

Operado por Aeroméxico

[Detalles](#)

13:05
GDL

00:30
BOG

MEX 3h 50m

1 escala, 10h 25m

Conectando en MEX

Operado por Aeroméxico

[Detalles](#)

Main

Promo

\$6,553
MXN

AM+

Promo

\$8,176
MXN

Premier

Promo

\$10,160
MXN

Promo

\$6,012
MXN

Promo

\$7,636
MXN

Promo

\$9,619
MXN

Promo

\$6,012
MXN

Promo

\$7,636
MXN

Desde

\$16,395
MXN

Imagen #30: Propuesta y cotización de vuelos, captura de pantalla (Aeroméxico, 2026)

Opción Alta - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$7,800
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,500
Total		\$10,300

Tabla 21. Opción Alta – Transporte, elaboración propia con datos de: Aeroméxico (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Aeroméxico (2026).

☒ **TARIFA ANTICIPADA**

No reembolsable

Pago en línea

Ahorra 25,80 € haciéndote **socio**. ¡Es gratis!

[Tarifa para miembros](#)

232,19 €

Precio público 257,99 €

6 noches · 1 adulto · Impuestos y tasas incluidos.

[Condiciones de tarifas](#)

☐ **TARIFA FLEXIBLE**

Cancela sin cargos hasta el 21 feb 23:59

No es necesario ningún pago anticipado

Ahorra 28,67 € haciéndote **socio**. ¡Es gratis!

[Tarifa para miembros](#)

257,99 €

Precio público 286,66 €

6 noches · 1 adulto · Impuestos y tasas incluidos.

[Condiciones de tarifas](#)

☐ **TARIFA ANTICIPADA - DESAYUNO INCLUIDO**

No reembolsable

Pago en línea

Desayuno incluido

Ahorra 30,24 € haciéndote **socio**. ¡Es gratis!

[Tarifa para miembros](#)

272,18 €

Precio público 302,43 €

6 noches · 1 adulto · Impuestos y tasas incluidos.

[Condiciones de tarifas](#)

Imagen #31: Ibis Budget Bogotá Marly. (2026, abril 23)

Opción Económica - Hospedaje

Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$5,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$6,000

Tabla 22. Opción Económica – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Ibis Budget Bogotá Marly (2026).



SUPERIOR

 Capacidad para 2
  1 cama doble
  1 baño

26m² • Vista a la ciudad • No fumadores • Detectores de humo • Teléfono • Artículos de aseo • Ducha • Habitación insonorizada •...

Este tipo de habitación es perfecta para 1 ó 2 personas. Cuenta con una cómoda cama de 1.60

[Más información](#)

No reembolsable

 Reserve ahora, pague después
 Desayuno incluido

[Más información](#)

2.241.000,00 COP

Precio para 6 noches, 1 huésped

Seleccionar

Imagen #32: Hotel Morrison 84. (2026, abril 23).

Opción Media - Hospedaje		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$10,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$11,000

Tabla 23. Opción Media – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Hotel Morrison 84 (2026).

Guest Rooms (3)



Superior Room →

- One queen bed
- 27 m2 (291 sq.ft.)
- 2 adults

[VIEW FLOOR PLAN & DETAILS](#)

Stay Longer – Third Night Free

RATE DETAILS

- Free Night(s) Applied
- Free Cancellation until Feb 15, 2027

Avg. price per night **MXN 6,056**

ADD TO CART

Imagen #33: Four Seasons (2026, abril 23).

Opción Alta - Hospedaje		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$30,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$31,000

Tabla 24. Opción Alta – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Hotel Four Seasons (2026).

Opción Económica - Alimentación	
Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$60 - \$120
Comida	\$120 - \$180
Cena	\$120 - \$180
Transporte	\$1,000
Total (5-6 días)	\$2,500 - \$3,500

Tabla 25. Opción Económica – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Crepes y Waffles, El Coral y La Puerta Falsa (2026).

Opción Media - Alimentación	
Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$120 - \$200
Comida	\$200 - \$350
Cena	\$250 - \$400
Transporte	\$1,000
Total (5-6 días)	\$4,600 - \$6,700

Tabla 26. Opción Media – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Andres DC, Central Cvicheria y BBC bodega (2026).

Opción Media - Alimentación	
Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$200 - \$350
Comida	\$400 - \$800
Cena	\$600 - \$1,200
Transporte	\$1,200
Total (5-6 días)	\$7,200 - \$13,000

Tabla 27. Opción Alta – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Leo, Harry Sasson y El chato (2026).

Aspectos a considerar	
Metros cuadrados del stand	12 mts cuadrados
Ubicación del stand en la feria	Confidencial
Sección	Para Galerías
Galería / artistas que representa	Con trayectoria

Tabla 28. Aspectos para considerar en la renta del stand, elaboración propia con datos de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$523.97
Atención médica por accidente	\$523.97
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$523.97
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$6,986.26
Medicamentos por hospitalización	\$8,732.83
Medicamentos por enfermedades preexistentes	x
Total	\$427

Tabla 29. Opción económica para seguro médico, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV) .

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$1,746.57
Atención médica por accidente	\$349.31
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$349.31
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$8,732.83
Medicamentos por hospitalización	\$17.47
Medicamentos por enfermedades preexistentes	\$2,619.85
Total	\$549

Tabla 30. *Opción media de seguro médico*, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV).

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$3,493.13
Atención médica por accidente	\$1,746.57
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$1,746.57
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$17.47
Medicamentos por hospitalización	\$34.93
Medicamentos por enfermedades preexistentes	\$3,493. 13
Total	\$895

Tabla 31. *Opción alta de seguro médico*, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV)

Especificaciones	
Tamaño	Carta (21, 6 x 27, 9 cm)
CMYK/ B&W	CMYK
Tipo de papel	Couché mate
Gramaje	90 gr
Lateral	Reverso y vuelta
Total	\$ 38. 68 MXN c/u = \$3,868 MXN

Tabla 32. *Especificaciones para los gastos de representación*, elaboración propia con datos de la imprenta 360 imprimir.

Artículo promocional	Costo unitario del artículo	Costo unitario de la impresión
Tote bags	\$15.23	\$15.00
Playeras	\$42.17	\$29.00
Table Books	\$30.72	\$34.00
Total	\$88.12	\$78.00

Tabla 33. *Costos unitarios*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales.

Artículos promocionales	Costo total
Tote bags	\$30.23
Playeras	\$71.17
Table books	\$64.72
Total	\$166.12

Tabla 34. *Costo de impresión individual*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales.

Artículos promocionales	Costo por 50 unidades
Tote bags	\$1,511.5
Playeras	\$3,236
Table books	\$3,558.5
Total	\$8,306

Tabla 35. *Costo total de la producción de los artículos promocionales*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales.

Caracteres de la misión internacional	Opción económica	Opción media	Opción alta
Transporte	\$5,000	\$8, 250	\$10, 300
Hospedaje	\$6,000	\$11,000	\$31,000
Alimentación	\$3,500	\$6,700	\$13,000
Costo del espacio físico	\$2,778	\$2,778	\$2,778
Seguros médicos	\$427	\$549	\$895
Planeacion logística y aduanera	\$73,200	\$73,200	\$73,200
Gastos de representación	\$3,800	\$3,800	\$3,800
Gastos de artículos promocionales	\$8,306	\$8,306	\$8,306
Total	\$103,011	\$114, 583	\$123, 279

Tabla 36. *Costos de la misión internacional*, elaboración propia con datos de Viva Aerobús, Copa Airlines, Aeroméxico, Ibis Budget Bogotá Marly, Hotel Morrison, Hotel Four Season, Crepes y waffles: El Coral y La Puerta

Falsa, Andrés DC, Central Cevichería, BBC bodega, Harry Season, El Chato, Cámara de Comercio de Bogotá,
Seguro Para Viajes (SPV), 360 imprimir y Smart Promocionales

2. Productos

Capítulo 1. Fundamentación del trabajo.

El presente capítulo tiene como finalidad establecer las bases conceptuales y contextuales del proyecto de internacionalización de la artista Paula Toledo a partir del análisis de su trayectoria, propuesta estética y posicionamiento dentro del campo artístico. Se desarrolla una descripción del artista y de su obra, considerando sus características generales, su marca personal y la oferta de valor que la distingue en el panorama contemporáneo. Se identificaron las principales problemáticas que enfrenta su proyecto artístico, así como las oportunidades que surgen en el marco de un proceso de internacionalización.

1.1. Descripción del artista y su obra

Paula Toledo, originaria de Guadalajara, Jalisco, es una diseñadora y artista autodidacta mexicana que se especializa en la pintura al óleo. En sus primeros años de formación los intereses de Toledo se inclinaron hacia el diseño gráfico, estudiando así la carrera en la Universidad Autónoma de Guadalajara. Fue hasta el 2007 cuando le despierta la necesidad de aprender pintura llevándola a investigar y conocer todo sobre ello a través de libros. Toledo cuenta que este interés comenzó por ser un simple hobby puesto que quería poner en práctica esta técnica plástica y tener el resultado en su comedor. A partir de esto, la pintura se convirtió en su verdadera pasión, llevándola cada vez más lejos. Toledo empezó pintando manchas e imágenes abstractas antes de transicionar a lo figurativo. En los años posteriores comenzó a trabajar en una galería de arte en Miami, después formó parte de la asociación de artistas en Turku, Finlandia, participó en concursos dentro de la república mexicana y actualmente forma parte de varias galerías en Guadalajara.

Hoy en día, ya con una trayectoria, Toledo trabaja por colecciones, pintando en ellas personajes que toman el papel principal y elementos simbólicos que rodean a estos; todo en conjunto para crear una intención, un discurso artístico. Si observamos detenidamente, podemos ver que también tiene un gran gusto por los desnudos y del simbolismo de la libertad humana, es decir, retratar que el ser no pertenece a un solo lugar y que puede habitar en cualquier tipo de ecosistema; en el agua, cielo, fuego, etc. Esta libertad y conexión con el mundo también abre las puertas a la posible y casual convivencia con otros seres naturales de la tierra.

1.2. Descripción general del contexto del artista dentro de las industrias culturales.

Sabemos que Paula Toledo ha formado parte de algunas industrias culturales internacionales, como fue el caso en Miami, Estados Unidos, donde trabajó en una galería y además expuso obra, y también en Turku, Finlandia en donde participa activamente en una asociación de artistas y a parte renta su obra para decoración de hoteles. No obstante, también ha formado parte de numerosos eventos, fundaciones y exposiciones dentro de su propio país, México. Enseguida se mencionarán algunos de los muchos proyectos en los que la artista ha participado:

Organizaciones:

- ALTER Arte + Sociedad: Proyecto altruista que busca la promoción de artistas y la recaudación para el beneficio social.
- Mi Gran Esperanza A.C.: Organización que apoya a niños y jóvenes con la lucha del cáncer.
- Hogares Betania A.C.: Organización sin fines lucrativos que busca ayudar a personas de escasos o nulos recursos y a niños con discapacidad.
- Hospital San Juan de Dios
- Fundación Antón Martín: Organización que busca apoyar y patrocinar a grupos vulnerables y desprotegidos.
- Green Peace: Toledo recibe un estímulo que invita a formar parte de programas de apoyo y conciencia ecológica a través del arte.

Eventos artísticos:

- III Bienal de Pintura Pedro Coronel en Zacatecas.
- Sexta Muestra de Arte de Grupo Reforma: La obra de Toledo quedó seleccionada entre las 25 mejores de la ciudad.
- Exposiciones colectivas en Jalisco: Galería Factor Arte, Galería Ajolote, Galería Alejandro Calvillo.
- Exposición en San Miguel de Allende.
- Invitada por el Gobierno del Estado de Jalisco a exponer *Despertarse* en La Barca, Jalisco.
- Invitada por el Poder Judicial al 5to. Festival Jurídico Cultural, Jalisco, participando con una exposición individual titulada *Resplandor*.
- Formó parte de la exposición del Segundo Aniversario de la Estación de Radio Malasangre Extramuros en la Estación Juárez, Jalisco.
- Invitada a ser parte de la colección Pétalos y Espinas, proyecto que recorre los principales museos de México.
- Participó en Arte 40, siendo seleccionada como finalista. Su obra estuvo de gira por todo México durante un año.
- Varias exposiciones colectivas en el Museo del Tequila.
- Galerías principales: Mimi Mendoza, Artesanía y Galería ETRA en Monterrey.
- Exposiciones colectivas e individuales en el foro de arte FX.

1.3. Problemática que enfrenta el proyecto artístico y oportunidades.

Para muchos artistas emergentes, la situación de encontrar espacios en los que exponer se convierte en un verdadero reto además del apoyo económico que se necesita para seguir produciendo. Paula Toledo, como artista ya consolidada, ya ha sobrepasado estos retos iniciales, sin embargo, todavía se le presentan otro tipo de desafíos que desafortunadamente detienen su carrera artística. Al dialogar con la artista conocimos que internacionalmente existen injusticias monetarias en ferias de arte, es decir, los precios de participación son extremadamente altos. Para Toledo no es justo ni de gran agrado trabajar en exposiciones o con personas que piden mucho y devuelven poco. Añadiendo a esto, otros retos que se le presentan a la artista en situaciones internacionales son el idioma, la falta de apoyo, el miedo a la pérdida o daños a la obra y la posible incompatibilidad entre gastos e ingresos. Por otro lado, es importante reconocer que dentro de nuestro propio país también existen una variedad de disconformidades que afectan el avance de los creadores. Lamentablemente, Toledo se ha encontrado en situaciones locales bastante desconcertantes, principalmente con personas que también están en el mundo artístico haciéndole creer que no tiene oportunidad o que no es una persona seria con su trabajo, en otras palabras, temas de discriminación.

1.4. Validación de las condiciones de participación.

La validación de las condiciones de participación en ferias, exposiciones internacionales o misiones comerciales resulta un paso fundamental dentro del proceso de internacionalización del proyecto artístico de Paula Toledo, ya que permite evaluar la viabilidad real de su inserción en nuevos mercados y circuitos culturales. Examinar la coherencia entre la propuesta estética de la artista y las líneas curatoriales de los eventos internacionales a los que se pretende postular es necesario para que su obra dialogue con los discursos contemporáneos del arte global y con las temáticas que predominan en dichos espacios.

La participación de Paula Toledo en exposiciones colectivas e individuales, bienales, muestras nacionales e internacionales y colaboraciones con instituciones culturales constituye un respaldo importante para cumplir con los criterios de selección exigidos en este tipo de plataformas, lo cual fortalece su perfil como candidata para escenarios internacionales. Implica también analizar aspectos operativos y estratégicos, como la producción de obra adecuada para el mercado objetivo, la adaptación de portafolios y dossiers en otros idiomas, la definición de precios competitivos, la protección legal de las piezas y los acuerdos de representación o comercialización.

Estos elementos permiten profesionalizar el proyecto artístico y asegurar que la participación en eventos internacionales no sea únicamente expositiva, sino que se traduzca en oportunidades concretas de

crecimiento, alianzas estratégicas y consolidación dentro de las industrias culturales. Las condiciones de participación no solo respaldan la pertinencia del proyecto, sino que se convierte en un eje estratégico para su desarrollo a mediano y largo plazo dentro del panorama artístico contemporáneo.

Capítulo 2. Mercado del arte: situación y problemática actual

Este capítulo tiene como objetivo analizar el mercado del arte desde una perspectiva económica, cultural y social, con énfasis en el contexto del estado de Jalisco. Se abordarán las características generales del mercado artístico, identificando a los principales actores que intervienen en él, como artistas, galerías, coleccionistas, instituciones culturales y gestores, así como los procesos clave que permiten la producción, difusión y comercialización de la obra artística. Se explora la problemática actual que enfrenta este sector, relacionada con la limitada visibilidad de los artistas y las dificultades de acceso a mercados más amplios, también se considera el valor simbólico del arte y lo económico dentro del mercado contemporáneo.

2.1. Características generales del mercado (Jalisco): actores y procesos clave.

Mercado del arte en Jalisco

El mercado del arte mexicano ha experimentado importantes transformaciones en la última década con una expansión de ferias, galerías y eventos que buscan integrar creadores, coleccionistas, curadores y público en general. (Hernández, 2022).

Principales galerías y espacios de arte en Jalisco

En Jalisco y particularmente en Guadalajara, la escena artística contemporánea ha crecido en diversidad y calidad, con espacios dedicados tanto a artistas emergentes como consolidados. Estos actores son fundamentales para la difusión, promoción y comercialización del arte:

Galerías Establecidas y Relevantes

1. Tiro Al Blanco Art Gallery

Una de las galerías más conocidas en la escena local, dedicada a la promoción de arte contemporáneo con énfasis en artistas emergentes y propuestas innovadoras dentro de Guadalajara. Suele exhibir pintura, escultura y obras en medios mixtos. (Secretaría de Cultura, 2023).

2. Galería Vértice

Espacio enfocado en el arte contemporáneo con exposiciones temporales, charlas, programas curatoriales y eventos que fomentan el diálogo entre artistas y público. Su localización estratégica en Colonia Americana la hace parte del circuito cultural tapatío. (Galería Vértice. s.f.).

3. Galería de Arte Online - Sala-Marte

Galería que mezcla lo presencial con lo digital, ofreciendo tanto exhibiciones físicas como presencia en línea, facilitando el acceso y comercialización de obra desde Jalisco.

4. Galería Arista

Fundada recientemente y con fuerte presencia local, esta galería promueve artistas jóvenes e invita a la comunidad a participar en eventos de arte que integran otras disciplinas como música y literatura.

5. Arte y Diseño Fraustro

Un espacio con trayectoria en el centro de Guadalajara, conocido por su programación constante de artistas visuales y proyectos de diseño, combinando tradición con innovación. (Secretaría de Cultura, s.f.).

6. Blue Space Gallery

Galería con enfoque en exposiciones accesibles y dinámicas en el centro de la ciudad, donde se pueden encontrar desde obra pictórica hasta instalaciones experimentales.

7. Galería Adriana Valdés

Espacio dedicado a promover artistas locales y nacionales con muestras rotativas y un enfoque curatorial que apuesta por la calidad visual.

8. Páramo

Galería con presencia constante en la escena contemporánea tapatía, destacada por su programación diversa y apoyo a artistas emergentes. Secretaría de Cultura. (s.f.).

9. Guadalajara90210

Proyecto cultural activo en Colonia Americana enfocado en arte contemporáneo y emergente, generando eventos de exhibición con diálogo entre artistas y público.

10. Sepia Mx

Galería con propuestas visuales contemporáneas y programación curatorial interesante para artistas experimentales.

11. Plataforma de Arte Contemporáneo

Espacio que funciona como plataforma de exhibición y difusión de arte actual, especialmente de artistas con propuestas innovadoras.

12. El Tartaro Estudio, Galería y Arte Contemporáneo

Galería con horarios extendidos y programación activa que conecta obra con público joven y coleccionistas locales.

13. Estudio Libertad, Galería Ike'ri Arte, GALERIA DE ARTE ROS - STUDIO y GALERIA YURI ZATARAIN ART

Espacios más nicho o boutique que complementan el ecosistema, ofreciendo alternativas de exhibición, promoción y contacto con audiencias específicas.

Actores claves

El mercado del arte en Jalisco se sostiene a partir de una red de actores que participan en la producción, circulación, validación y comercialización de obra artística. Dentro de este ecosistema, las galerías funcionan como uno de los actores más relevantes, ya que operan como intermediarios entre artistas, coleccionistas y compradores potenciales. Las galerías no solo exhiben obras, sino que también ayudan a construir reputación, validar trayectorias y facilitar procesos de venta.

Otro actor clave dentro del mercado son los coleccionistas y compradores privados, quienes representan una parte importante de la demanda y del movimiento económico del sector. En Guadalajara, el consumo de arte está fuertemente vinculado a relaciones personales, círculos culturales y recomendaciones, lo que convierte al networking en un elemento central para la comercialización.

Los museos, ferias y eventos culturales actúan como plataformas de visibilidad y posicionamiento, este tipo de plataformas permite ampliar el alcance de los artistas y facilita su inserción en circuitos más amplios de exhibición y consumo cultural. En conjunto, estos actores conforman un ecosistema dinámico donde el valor de una obra no depende únicamente de su calidad estética, sino también de la red de relaciones, validación institucional y visibilidad comercial que logra construir dentro del mercado en Jalisco. El Informador. (2023, marzo 24)

2.2. Problemática actual.

A pesar de contar con una trayectoria sólida, experiencia en exposiciones nacionales e internacionales y un proyecto artístico activo con producción constante, la artista Paula Toledo enfrenta una serie de retos que limitan la consolidación y expansión sistemática de su presencia en mercados internacionales. Si bien ha logrado vender obra en México y en el extranjero, así como generar ingresos pasivos mediante la renta de piezas, su proceso de internacionalización se ha dado de manera puntual y no como resultado de una estrategia estructurada de posicionamiento digital.

Actualmente la artista forma parte de algunas galerías en la ciudad de Guadalajara, Galería Artesanía y Galería Mimi Mendoza, bajo un esquema de consignación, en el cual sus obras se exhiben y comercializan a cambio de un porcentaje de comisión sobre las ventas. Si bien esta relación le permite contar con un espacio formal de exhibición y venta en el mercado local, no implica una representación internacional ni una estrategia activa de gestión fuera del país. La comercialización de su obra se apoya principalmente en la creación constante de contenido en redes sociales como Instagram y TikTok, en la venta directa a través de espacios físicos y en su participación ocasional en exposiciones y ferias de arte.

Uno de los principales obstáculos identificados es la ausencia de una presencia constante en ferias y exposiciones internacionales, lo que reduce las oportunidades de generar vínculos sostenidos con

coleccionistas en otros países. A esto se suma también la falta de una estrategia de marca personal con enfoque internacional, así como la inexistencia de una estructura de precios adaptada a distintos mercados, particularmente en el caso de Colombia, país de selección para una posible participación en feria de arte y oportunidad de internacionalización. En capítulos posteriores se explicará más a fondo sobre la visita a Colombia, pero brevemente creemos que Paula pudiese tener una gran oportunidad allá debido a los contactos que tiene este PAP además de las similitudes culturales y comerciales que carga con México. Los retos operativos relacionados con la logística de exportación de obra, como el embalaje especializado, el transporte internacional, los seguros y los trámites aduanales, implican costos elevados que dificultan una participación frecuente en eventos fuera del país. La limitada visibilidad digital en otros idiomas también es un factor que restringe la comunicación efectiva con públicos internacionales, a pesar de la actividad constante de la artista en plataformas digitales.

Al analizar estos retos, el proyecto académico propone el diseño de una estrategia integral de internacionalización que permita fortalecer el posicionamiento de Paula Toledo en el ámbito internacional, especialmente en el mercado colombiano. Esta estrategia contempla la planificación de su participación en exposiciones y ferias, el desarrollo de materiales profesionales en otros idiomas, la consolidación de una marca artística orientada a públicos globales, la definición de esquemas de precios internacionales y la organización logística necesaria para su participación en eventos internacionales en el momento más adecuado para la artista.

2.3. El arte como inversión.

Cada vez más la compra de arte se ha estado consolidando como una forma de inversión al igual que muchos otros tipos de activos financieros (Villafañe, 2025). Sin embargo, esta estrategia, a diferencia de otras, posee características positivas que las demás carecen. La inversión de arte no se ve afectada por la inflación, por lo que tiende a conservar o elevar su valor a lo largo del tiempo (Villafañe, 2025). Así mismo, las obras también pueden ir adquiriendo más y más apreciación conforme pasan los años, especialmente cuando pertenecen a artistas con trayectorias consolidadas o fallecidos puesto que la producción se vuelve limitada y escasa, así aumentado el valor dentro del mercado. De igual manera, el arte también ejerce como un tipo de símbolo de estatus social, prestigio y capital. Más allá del margen de valor económico, la adquisición de arte funciona como un potenciador cultural y de conocimiento; presenta ideas, contextos históricos y la visión variada del mundo, siendo así un puente entre el pasado y el presente. Es importante recordar que las obras de arte forman parte del patrimonio cultural de la humanidad, conservando memorias e historias y resguardando el apoyo a presentes y futuros artistas que, para todo lo anterior, fomentan el desarrollo continuo tanto de lo artístico como de lo sociohistórico (Bardou, 2024).

“El arte puede ser un activo que se revaloriza con el tiempo, diversifica una cartera y sirve como una reserva tangible de valor.” - Tricia Heuring, curadora y coordinadora de la colección de arte de Minneapolis para RBC Wealth Management–EE. UU. (Chloetejada, 2025)

“El factor clave para comprar arte es su valor emocional (60 %), seguido de su valor financiero (41 %) y su valor social (36 %).” (Chloetejada, 2025)

“Para la mayoría de los inversores, es importante disfrutar de verdad de la pintura o escultura en la que invierten”. (Chloetejada, 2025)

2.4. Importancia y valor de las industrias culturales.

Las industrias culturales y creativas representan un sector estratégico para el desarrollo económico, social y cultural de las sociedades contemporáneas, ya que integran la creación artística con procesos productivos, comerciales y de difusión. Es innegable su relevancia a una escala global, ya que de acuerdo con el primer Informe Mundial de la UNESCO sobre Políticas Culturales (2025), las industrias culturales y creativas representan el 3.39% del PIB mundial y el 3.55% del empleo total a nivel global. El mercado de las industrias creativas y culturales pasó de representar 118,000 millones de dólares en 2005 a aproximadamente 254,000 millones en 2023, lo que evidencia su crecimiento sostenido como motor económico internacional.

Según la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el sector cultural generó 865,682 millones de pesos en 2024, equivalentes al 2.8% del PIB nacional, y empleó a 1.43 millones de personas. En el año previo, el sector cultura en México

contribuyó con 820 mil 963 millones de pesos al PIB, representando el 2.7% del total de la economía, mientras que en materia de empleo generó 1 millón 439 mil 671 puestos de trabajo, equivalentes al 3.5% del total de la economía nacional.

Las áreas con mayor contribución al PIB cultural fueron las artesanías, con 19.1% los contenidos digitales e internet, con 18.1% los medios audiovisuales con 17.6% y el diseño y servicios creativos con 13.6%. De particular relevancia para el proyecto artístico de Paula Toledo, las artes visuales y plásticas registraron un crecimiento del 5.3% en 2024, posicionándose entre las actividades culturales con mayor dinamismo del año, lo que refleja la vitalidad del mercado en el que se inserta su obra.

En el caso específico de México, la distribución geográfica del PIB cultural revela concentraciones significativas. La Ciudad de México registra la mayor contribución al PIB cultural del país con 36.7% seguida de Jalisco, con una participación de 7.1% el Estado de México, con 6.3% Nuevo León, con 4.9% y Michoacán, con 3.6%. Esta posición de Jalisco como segunda entidad con mayor aportación al PIB cultural nacional no es casual, responde a la consolidación de Guadalajara como un ecosistema creativo con infraestructura galerística, institucional y de eventos que favorece la producción, circulación y comercialización de obra artística a nivel nacional e internacional, condiciones que representan una ventaja estructural para proyectos como el de Paula Toledo en su proceso de internacionalización.

2.5. Impacto social y económico de las industrias culturales (Jalisco).

Las industrias culturales en Jalisco constituyen un sector estratégico para el desarrollo social y económico impulsado por la producción, difusión y comercialización de los bienes culturales, como cine, música, artes escénicas, literatura, diseño, artes visuales y patrimonio cultural.

Además de la dimensión artística, representa un importante aporte en los sectores económico, turístico e identitario. Jalisco se ha consolidado como uno de los principales promotores de la escena cultural y artística a nivel nacional e Hispanoamérica debido a la distribución y condiciones espaciales en ciudades como Guadalajara, que concentra diversos sectores sociales atractivos para las narrativas de los artistas creadores, coleccionistas, productores, así como visitantes nacionales e internacionales.

Su desarrollo integral representa un modelo de crecimiento basado en la creatividad que además de contribuir en la circulación del capital económico, también genera un posicionamiento internacional que continúa enriqueciendo el tejido social y la diversidad cultural del estado.

Capítulo 3. Proceso de selección de proyectos

En este tercer capítulo se analizan las propuestas y selección de proyectos que formaron parte del Programa de Aplicación Profesional; Inteligencia cultural para los negocios internacionales, 3J04. Se destacan eventos artísticos, el entorno de desarrollo artístico-cultural, artistas, etc., bajo un mecanismo de etapas y criterios que vinculan problemáticas con el desarrollo del proyecto.

3.1. Opciones de ferias, misiones, bienales y exposiciones nacionales.

En este apartado se presentan distintas opciones de ferias, galerías y espacios independientes que pueden impulsar el proceso de internacionalización para Paula Toledo. Estas opciones fueron seleccionadas considerando su impacto en el circuito cultural mexicano y las oportunidades que ofrece el mercado del arte en Colombia.

Colombia se ha consolidado como un punto estratégico para el desarrollo profesional de artistas emergentes y con trayectoria por el creciente panorama cultural que concentra una amplia red de conexiones; artistas, coleccionistas, curadores, restauradores, etc. Con la llegada de las dictaduras en Colombia (1946) el país se convirtió en el centro de atención mundial para políticos y artistas (locales e internacionales) forjados por el contexto autoritario que propicio la necesidad de visibilizar las condiciones económicas, políticas y sociales mediante diversos soportes artísticos.

80 años después, Colombia se ha convertido en el punto de encuentro para agentes de la comunidad artística con interés en la diversidad cultural que, a su vez, influye en la demanda turística y favorece la circulación

de flujos económicos. El objetivo es evaluar plataformas, espacios u eventos que contribuyan al fortalecimiento de su presencia en el mercado internacional de manera estratégica y sostenible.

Ferias.

1. Artbo

La Feria Internacional de Arte en Bogotá reúne galerías nacionales e internacionales, coleccionistas, críticos curadores, artistas y público en general en torno al intercambio cultural anual de artes plásticas con mayor influencia en América Latina. Artbo representaría para Paula Toledo una oportunidad estratégica de posicionamiento dentro de un entorno de alto nivel profesional, acceso directo a coleccionistas con capacidad de inversión, visibilidad ante galerías internacionales y fortalecimiento de su imagen como artista. La presencia en este tipo de feria permitiría ampliar su red de contactos estratégicos y aumentar la probabilidad de conversión de venta en un mercado con poder adquisitivo y cultura de coleccionismo establecida

2. Barcú

En el barrio natal de La Candelaria en Colombia, se lleva a cabo la feria de arte Barcú, un evento colectivo entre casonas de 300 años que convierten sus interiores en espacios adaptados para exhibir producciones de arte moderno y contemporáneo con autoría de artistas emergentes y con trayectoria, nacionales e internacionales. Participar en Barcú podría beneficiar a Paula Toledo al facilitar conexiones más personales con coleccionistas interesados en obras con storytelling sólido, además de permitirle destacar en un entorno menos saturado y culturalmente activo.

Galerías.

1. La Cometa

Fundada en 1986, La Cometa se ha consolidado como una plataforma artística con mayor influencia en América Latina con el objetivo de enriquecer la escena artística global, enfocándose en la representación, promoción y exhibición de artistas latinoamericanos con producciones de arte plástico y contemporáneo. Integrarse a una galería de este perfil podría aportar legitimidad, acceso a compradores recurrentes y mayor visibilidad dentro del circuito formal del arte latinoamericano, fortaleciendo la percepción de Paula Toledo como artista consolidada.

2. Galería El Museo

Galería El Museo es un espacio enfocado en promover y contribuir al desarrollo del mercado del arte colombiano a nivel nacional e internacional mediante la mediación entre artistas y otros espacios consolidados de arte contemporáneo con alcance internacional. Para Paula Toledo, colaborar con una galería de este tipo podría facilitar el acceso directo a coleccionistas consolidados, reducir la dependencia exclusiva de ferias y permitir una presencia más constante dentro del mercado colombiano.

3. Bogotá Auctions

Bogotá Auctions es una casa de subastas especializada en la venta transparente de arte moderno y contemporáneo en el mercado secundario de Colombia, cuya venta y circulación de piezas artísticas, pretende contribuir a la expansión de esta categoría mercantil mediante la visibilidad nacional e internacional. Funciona como plataforma de conexión entre artistas, coleccionistas e inversionistas interesados en piezas con potencial de valorización. Participar en este tipo de espacio podría posicionar la obra de Paula Toledo dentro de un mercado secundario formal, ampliar su alcance hacia compradores con enfoque de inversión y fortalecer su percepción como artista con proyección patrimonial y estabilidad en el mercado.

4. Firma de Arte.

Es una galería virtual especializada en la visibilidad de Pop Art, Arte Urbano, Arte Cinético, Arte Figurativo y Graffiti con alcance de público y artistas nacionales e internacionales. La participación de Paula Toledo en esta plataforma generaría mayor visibilidad de su obra en contextos internacionales y el crecimiento de sus vínculos asociados al campo del arte. Estos espacios contribuyen al alcance de la “consolidación” de su carrera profesional debido al posicionamiento de su producción artística en un mercado amplio y competitivo.

5. Artsper

Artsper es una galería virtual que colabora con otros espacios en Miami, Nueva York, París, Londres y Europa con presencia en ferias y exposiciones internacionales de arte contemporáneo. La inclusión de Paula Toledo en una de las plataformas digitales más importantes para el mercado de arte contemporáneo a nivel internacional representa una oportunidad para ampliar su alcance a un público internacional mediante la visibilidad, difusión y comercialización de su producción artística. Asimismo, fortalece la proyección comercial de la artista ya que cuenta con herramientas digitales que facilitan la venta de obras en línea; como asesorías especializadas y un sistema que conecta a galerías y artistas con compradores del mercado secundario.

3.2. Contexto de la exhibición.

Evaluando las opciones en contraste con los discursos que propone Paula Toledo a través del soporte pictórico al óleo y las fechas de postulación para la convocatoria, se consideró su participación en la Feria de Arte ARTBO para la edición 2026.

La feria reúne - de forma anual - una selección de galerías nacionales e internacionales en las secciones Editoriales, Encuentros, Instituciones, Antecámara y Trayectoria. Para la participación de Paula Toledo se consideró la categoría “Para Galerías” que solicita el registro de una galería representante y por la participación de dos artistas.

Siguiendo la logística de registro, las dimensiones de las piezas postuladas determinan las medidas del stand y la cantidad de artistas que podrán postularse por galería, por lo que se consideraron las medidas que maneja Paula Toledo - 100 x 150 cm - para el registro en determinada categoría y cumplir con la solicitud espacial de 4 x 3 mts.

El segundo artista queda a consideración de Artisanía pero se ha recomendado seleccionarlo a partir del estilo y la narrativa de su obra, no deben ser iguales de forma visual y discursiva, pero en términos curatoriales, deben generar un diálogo entre sí para construir una atmósfera temática visible en el stand.

3.3. Justificación de participación.

Colombia atraviesa un contexto cultural contemporáneo interesado en impulsar el talento local artístico, por lo que la inclusión de propuestas artísticas del extranjero es considerada para la diversificación de soportes técnicos y narrativas que contribuyen al crecimiento del panorama cultural colombiano. La Feria Internacional de Arte de Bogotá es un espacio artístico reconocido por la visibilidad que proporciona para su talento local, el alcance internacional, la convergencia discursiva entre obras provenientes de otros contextos sociales y culturales, pero también por su apertura al diálogo entre agentes activos del campo del arte.

Aunque los discursos que caracterizan las obras de Paula Toledo se sustentan desde “lo personal”, ha logrado establecer un segmento de mercado mediante la sensibilidad discursiva y la inclusión de símbolos que representan fortaleza, vulnerabilidad, amor, duelo y pérdida. Introducir estas narrativas en un contexto enfocado en visibilizar la diversidad cultural enriquece su panorama artístico, la experiencia y el alcance de la artista.

3.4. Beneficios de la participación

Exhibir el trabajo de Paula Toledo en Colombia le otorga visibilidad en uno de los mercados de arte con mayor influencia internacional en América Latina, lo que representa un impacto positivo para el desarrollo social, económico y cultural de la región, pero también contribuye al desarrollo profesional de la artista.

Participar en un evento artístico con alcance internacional, es un escenario apropiado para el intercambio cultural y de diálogo entre artistas, curadores, coleccionistas y galeristas, pero también contribuye al enriquecimiento de la práctica artística de Paula Toledo. En este marco, la participación en ARTBO no solo impulsa la visibilidad, sino que favorece su inserción en redes internacionales de colaboración al tiempo que evalúa el recibimiento de su obra en contextos más críticos para continuar enriqueciendo su práctica artística.

La Feria de Arte funge un rol estratégico para el intercambio cultural nacional e internacional en los ámbitos económicos y sociales, así pues, se configura como un espacio que propicia la circulación de saberes técnicos entre artistas a través del diálogo. Este intercambio, incide en la actualización y desarrollo de la

práctica artística de Paula Toledo en términos técnicos, sin mencionar, las altas posibilidades de colaboración.

Capítulo 4. Estrategia de precios internacional.

En este capítulo se abordarán las estrategias y razones por las cuales la obra de arte de la artista seleccionada pasa de un precio base a un precio internacional. Se consideran factores como las exposiciones, premios, becas, colaboraciones, críticas, demanda, estadísticas del mercado, entre otros, para la revalorización de obra.

4.1. Valoración de obra internacional.

El equipo PAP realizó la valoración de la obra de Paula Toledo por medio de esta tabla, creada por el maestro Gustavo Alemán, valuator de arte y restaurador, que considera la formación profesional de la artista para así dar un precio justo y congruente a sus obras en la venta internacional. Dado el caso de que Toledo es una artista actualmente consolidada y con trayectoria, el porcentaje de valoración se eleva.

Tabla 1. Tabla de valoración plus, elaboración propia con base en el documento creado por el Mtro. Gustavo Alemán.

4.2. Estrategia de precios internacionales para el producto: REI, costeo neto.

Uno de los muchos beneficios dentro de la compra de arte es que las obras artísticas no se ven afectadas por la inflación puesto que es un activo tangible, además de que su precio depende mucho de la demanda, la trayectoria y el valor que posee el artista. Sin embargo, cuando la obra sale de su país natal para ser expuesta internacionalmente, el precio sube debido a su expansión, validación y demanda local (Colombia). Una vez que el artista expone internacionalmente, nos da a entender que es un creador consolidado y serio, apto para una revalorización. Para la feria de ARTBO en Colombia se está tomando en consideración el formato más grande que maneja Paula, siendo este de 100 x 150 cm con un precio inicial aproximado de \$93,300 pesos. Como vimos en el capítulo anterior, el precio de la obra de Paula sube un 77% de su valor original, es decir, si una pieza de 100 x 150 cm tiene un precio inicial de \$93,300 pesos, internacionalmente sube a \$165,141 pesos.

Debido a temas de espacio dentro de la feria, se estarán exportando tres obras de Paula y tres obras del segundo artista participante. El costo de exportación por el total de seis obras, previstas a que tengan esta misma medida, es de \$4,258 dólares, aproximadamente \$74,344.68 pesos mexicanos en total o \$37,172.34 pesos por cada artista. También es importante tener en consideración el porcentaje y/o comisión que se le paga a la galería representante que es de un 30%. Tomando todo lo anterior, el precio internacional sugerido, contando precio internacional, logística y margen comercial, sería de aproximadamente \$180,600 pesos. De este precio, se le resta el debido porcentaje que es correspondiente a la galería Artisanía.

Los precios están calculados en pesos MXN según datos del Banco de México, en 17.46 pesos por dólar USD al 30 de abril, 2026.

4.3. Evaluación de costos del producto: costos fijos, variables, precio por unidad, margen contribución por unidad, punto de equilibrio, margen de seguridad, relación costos y volumen.

En esta sección tocamos el tema de toda la parte financiera como artista empresaria, se presenta un análisis financiero completo de la estructura de precios de Paula, se determinan costos fijos y variables de la operación, precios, margen de contribución, punto de equilibrio, etc. Todos estos datos son proporcionados por la artista.

Costos Fijos: Paula Toledo aplica una metodología de precios sobre metro cuadrado por cada obra. En esta estructura refleja el costo de materiales, valor artístico y el mercado objetivo.

Formula que usa Paula Toledo:

$$\text{Precio} = (\text{cm}^2 \text{ de la obra} \times \$62,200 \text{ MXN/m}^2) \div 10,000$$

Ejemplo: Obra de 100×150 cm

$$\rightarrow (100 \times 150 = 15,000 \text{ cm}^2) \times 62,200 \div 10,000 = \$93,300 \text{ MXN}$$

El precio de \$165,141 MXN para la obra de 150×100 cm en ARTBO 2026 corresponde al precio público internacional ajustado por Paula Toledo para la feria.

COSTO FIJO:

Los costos fijos son aquellos que Paula Toledo enfrenta mes a mes independientemente de cuántas obras produzca o venda. Su nivel no cambia con el volumen de producción.

Concepto	Descripción	Monto mensual MXN
Marketing y promoción digital	Inversión mensual en redes sociales, aplicaciones de creación de contenido, video y herramientas digitales de difusión artística que nos comenta que tiene	\$4,000
Renta de estudio	Paula trabaja desde casa	\$0
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	—	\$4,000 MXN

Tabla 2. *Costos fijos de redes sociales*, elaboración propia, 2026

Elemento	Costo estimado por obra
Lienzo (base de referencia 100×100 cm)	\$3,500 MXN
Óleos, pigmentos y demas	Variable según obra, depende
Barnices, y diluyentes	Incluido en el rango total, depende
Materiales extras	Incluido en el rango total, depende
RANGO TOTAL MATERIALES POR OBRA	\$13,000 — \$17,500 MXN
PROMEDIO UTILIZADO EN EL ANÁLISIS de la Obra	\$15,250 MXN

Tabla 3. *Variables/costos de la obra*, elaboración propia, 2026.

Paula Toledo trabaja con la galería Artisanía bajo un esquema de comisión del 30% sobre el precio de venta. Esta comisión solo se genera cuando la obra efectivamente se vende, por lo que es un costo 100% variable.

Concepto	Porcentaje	Cálculo sobre \$96,000 MXN	Total
Comisión Artisanía	30%	$\$96,000 \times 0.30$	\$28,800 MXN por obra vendida
Ingreso neto Paula (antes de materiales)	70%	$\$96,000 \times 0.70$	\$67,200 MXN por obra vendida

Tabla 4. *Comisiones para galería*, elaboración propia, 2026

El precio por unidad es el precio público de venta de cada obra. El margen de contribución es lo que queda de cada venta después de restar los costos variables, ósea lo que cada obra aporta para cubrir los costos fijos y generar utilidad.

La estructura financiera de Paula Toledo es eficiente y con alto potencial la verdad. Con costos fijos de apenas \$4,000 MXN/mes, una comisión del 30% y un precio internacional de \$96,000 MXN, el negocio opera con márgenes de contribución superiores al 54%.

El principal desafío de Paula no es financiero sino comercial: construir cadencia de ventas osea que sea constante y mercado internacional. En ese contexto, ARTBO 2026 es una inversión estratégica de alto valor

Capítulo 5. Análisis del mercado: segmento, competencia, producto, consumidor del país destino.

El presente capítulo tiene como objetivo presentar la propuesta estratégica para la internacionalización del proyecto artístico de Paula Toledo, a partir del diagnóstico desarrollado en los capítulos anteriores sobre su trayectoria, posicionamiento en el mercado y las problemáticas que enfrenta en su proceso de expansión internacional. En este apartado se plantean las acciones concretas que permitirán fortalecer su presencia en mercados externos, específicamente en Colombia, mediante el diseño de un plan de acción que contemple la selección de espacios expositivos adecuados, el desarrollo de una estrategia de marca personal con enfoque internacional, la definición de esquemas de precios para públicos extranjeros, la planificación logística para la exportación y exhibición de obra, así como el uso de plataformas digitales y alianzas estratégicas con agentes culturales.

5.1. Segmentación socioeconómica del país destino.

Para la estrategia de internacionalización del proyecto artístico de Paula Toledo, el destino confirmado de la misión comercial internacional es Bogotá, Colombia. Es una ciudad que concentra el mayor poder adquisitivo del país, así como una alta densidad de estratos socioeconómicos altos, donde se ubican empresarios, altos ejecutivos, inversionistas y coleccionistas privados con capacidad real de adquisición de obra original de alto valor. (BBVA Research, 2019)

El mercado objetivo se enfoca en un segmento de coleccionistas consolidados y profesionales con alto nivel de ingresos. Este perfil valora la exclusividad, el storytelling detrás de la obra y la profundidad conceptual del artista, aspectos que se alinean con la propuesta de Paula Toledo, centrada en el realismo y la expresión emocional a través de la figura humana y la naturaleza.

Este tipo de consumidor suele asistir a exposiciones, ferias internacionales y eventos culturales de alto nivel, entre ellos espacios como ARTBO, la Feria Internacional de Arte de Bogotá, considerada una de las plataformas más relevantes de América Latina para la circulación de arte contemporáneo. ARTBO reúne anualmente a galerías nacionales e internacionales, coleccionistas, curadores y agentes culturales, convirtiéndose en un punto estratégico de encuentro para la compra, venta y posicionamiento de artistas en el mercado regional e internacional.

La segmentación para el mercado colombiano no se orienta hacia un público masivo ni institucional, sino hacia un nicho selecto de alto poder adquisitivo que valora la autenticidad, la consolidación artística y la proyección internacional, elementos coherentes con la etapa de posicionamiento que se busca fortalecer para Paula Toledo. Badawi, H. (2016).

5.2. Características del consumidor de arte.

El consumidor de arte al que se dirige la estrategia de internacionalización de Paula Toledo corresponde a un perfil de coleccionista consolidado que concibe la adquisición artística como una experiencia cultural, emocional y simbólica. No se trata de un comprador ocasional ni de un consumidor motivado únicamente por tendencias decorativas, sino de un consumidor que no solo adquiere un objeto artístico, incorpora a su colección una historia, una visión y una interpretación del mundo que dialoga con su propia identidad.

Este tipo de coleccionista se siente atraído por obras únicas que contienen un storytelling sólido, donde la técnica, el proceso creativo y la perspectiva del artista desempeñan un papel fundamental en la decisión de compra. Suelen descubrir nuevos artistas a través de exposiciones, galerías, ferias internacionales, eventos de networking del sector cultural y plataformas digitales como redes sociales especializadas. Se trata de un público que viaja, asiste a eventos artísticos en distintos países y mantiene un interés constante por ampliar su colección con propuestas que aporten nuevas perspectivas.

Este segmento no se siente atraído por obras masificadas, producciones repetitivas o piezas que carezcan de trayectoria y respaldo artístico. La exclusividad constituye un elemento central en su criterio de selección, así como la autenticidad del discurso y la coherencia estética del artista, la imposibilidad de replicación y la singularidad técnica son factores que fortalecen el valor percibido de la obra.

Las características del consumidor identificado muestran un perfil culturalmente activo y emocionalmente comprometido con el arte, lo cual representa una oportunidad estratégica para posicionar la propuesta de Paula Toledo dentro de un nicho selecto que aprecia la profundidad conceptual, la técnica y la narrativa como ejes centrales de la experiencia artística.

5.3. Segmentación por tribus.

La segmentación por tribus se sustenta en el concepto de neotribalismo desarrollado por Michel Maffesoli en *El tiempo de las tribus* (1988). Maffesoli argumenta que las sociedades posmodernas se organizan en torno a "pequeñas tribus" definidas por emociones compartidas, estéticas y formas de ser en el mundo, no por clase socioeconómica o demografía.

La segmentación por tribus permite identificar grupos de consumidores a partir de sus emociones, valores, intereses y formas de interpretar el mundo, más allá de variables demográficas tradicionales. En el contexto del mercado del arte, esta forma de segmentación resulta especialmente relevante, ya que la decisión de compra está profundamente influenciada por factores emocionales, simbólicos y de identidad. En este sentido, el proyecto artístico de Paula Toledo se vincula con audiencias que no solo adquieren una obra, sino que buscan una conexión personal y significativa con ella.

Una de las principales tribus identificadas es la del coleccionista introspectivo, conformada por individuos que experimentan el arte como un medio de reflexión personal y conexión interna. Este grupo se siente atraído por obras que invitan a la interpretación, que no imponen un significado único, sino que permiten múltiples lecturas desde la experiencia individual. En este sentido, la propuesta de Paula Toledo, basada en la exploración de la mirada, la figura humana y escenarios de la naturaleza con elementos simbólicos, genera una experiencia emocional que impulsa al espectador a construir su propia narrativa.

Otra tribu relevante es la de los buscadores de exclusividad simbólica, integrada por personas que valoran lo único sobre lo masivo y que conciben el arte como una extensión de su identidad. Este grupo está conformado por coleccionistas que viajan, consumen cultura y buscan piezas que representen su visión del mundo y su diferenciación social, para ellos adquirir una obra no solo implica una apreciación estética, sino una declaración de identidad. Las obras de Paula Toledo, al ser originales, con una fuerte carga emocional y una narrativa abierta, se alinea con esta necesidad de exclusividad y significado, posicionándose como una opción atractiva para este segmento.

Estas tribus comparten una característica muy importante, que es la búsqueda de conexión emocional a través del arte. No se trata solo de consumidores que adquieren piezas por tendencia o decoración, sino de individuos que encuentran en el arte una forma de expresión, identidad y pertenencia. Este enfoque no solo fortalece su propuesta artística, sino que le permite integrarse de manera orgánica en tribus que valoran la profundidad, la autenticidad y la experiencia emocional como eje central del consumo cultural.

5.4. Perfil y características de un coleccionista de arte en el país destino.

El perfil del coleccionista de arte en el mercado colombiano no solo consume arte, sino que lo integra como parte de su estilo de vida, identidad y visión del mundo. Se trata de un perfil con alto capital cultural, este tipo de coleccionista percibe el arte como un medio de expresión personal y una extensión de su identidad, lo que influye directamente en la forma en que observa, interpreta y adquiere una obra.

La motivación de compra de este perfil es generada por una combinación de conexión emocional, sentido de identidad y valor de inversión. La adquisición de una obra no responde únicamente a una lógica estética, sino a la capacidad de la pieza de generar una experiencia personal significativa. La conexión emocional se convierte en el primer detonante de interés, ya que la obra debe provocar una reacción inmediata en el espectador, ya sea a través de su composición, su narrativa o su carga simbólica. Factores como la exclusividad, la autenticidad y el potencial de valorización refuerzan la decisión final de compra, de esa manera el arte es percibido tanto como un activo cultural como un elemento de representación personal y diferenciación social.

El proceso de compra suele iniciar a partir del descubrimiento de la obra en distintos canales, como exposiciones en galerías, ferias de arte, subastas o plataformas digitales, especialmente redes sociales donde el artista comparte su proceso creativo.

5.5. Perfil cultural de país destino (Hofstede).

El modelo de dimensiones culturales de Hofstede, desarrollado por Geert Hofstede, es una herramienta ampliamente utilizada en estudios internacionales para analizar cómo los valores culturales influyen en el comportamiento de las personas dentro de una sociedad. Este modelo identifica seis dimensiones clave que permiten comprender diferencias culturales entre países, estas dimensiones ayudan a interpretar cómo se construyen las relaciones sociales, cómo se toman decisiones y cómo se perciben conceptos como la autoridad, el riesgo o la identidad.

Imagen #1: *Cultura de Hofstede* (de Bruin, L. 2017)

En el contexto de las industrias culturales, este modelo resulta especialmente útil para adaptar estrategias de comunicación y storytelling, permitiendo que proyectos artísticos se alineen de manera más efectiva con los valores y expectativas del público objetivo en mercados internacionales. Hofstede, G. (s.f.).

En primer lugar, Colombia presenta un nivel alto de distancia al poder, lo que indica que la sociedad tiende a aceptar estructuras jerárquicas y a valorar figuras de autoridad o reconocimiento. En el contexto artístico, esto se traduce en una mayor relevancia de la trayectoria, la validación institucional y el reconocimiento dentro del sector. Para Paula Toledo, esto implica que su storytelling debe resaltar elementos de su participación en exposiciones, colaboraciones con galerías y presencia en eventos artísticos, ya que estos factores funcionan como señales de legitimidad y prestigio ante el público.

Tomando en consideración el contraste entre el individualismo y colectivismo, Colombia se caracteriza por ser una sociedad más bien colectivista, donde las relaciones personales, la cercanía emocional y el sentido de pertenencia juegan un papel clave. Esto tiene un impacto directo en la forma en que se comunica el arte, ya que el público no solo busca adquirir una obra, sino también conectar con la historia, la emoción y el significado detrás de ella. Por esta misma razón el storytelling de la artista debe enfocarse en generar vínculos emocionales, compartiendo no solo el resultado final de sus obras, sino también los procesos, las inspiraciones y las narrativas personales que dan vida a cada pieza.

En la dimensión de masculinidad versus feminidad, Colombia presenta una tendencia intermedia con inclinación hacia valores más relacionales, donde se valoran aspectos como la calidad de vida, la expresión emocional y las relaciones humanas. Esto favorece una apreciación del arte que va más allá de lo material, priorizando el significado, la sensibilidad y la experiencia estética. Para la artista, esto representa una oportunidad importante, ya que su obra, centrada en la figura humana y la expresión emocional, se alinea naturalmente con estos valores culturales.

En relación con la evitación de la incertidumbre, Colombia muestra un nivel relativamente alto, lo que indica que las personas tienden a buscar seguridad, confianza y claridad antes de tomar decisiones. En el mercado del arte, esto se traduce en la necesidad de reducir el riesgo percibido al momento de adquirir una obra. Por lo tanto, el storytelling debe incorporar elementos que generen confianza, como la explicación del proceso artístico, la coherencia en su estilo, la trayectoria de la artista y la validación social a través de exposiciones o colaboraciones.

Respecto a la orientación a largo plazo, Colombia tiende a inclinarse hacia una visión más normativa o de corto plazo, donde se valoran las tradiciones y los resultados más inmediatos. Sin embargo, en el contexto del arte, esto no limita la posibilidad de posicionar la obra como una inversión, sino que implica que la comunicación debe equilibrar el valor emocional inmediato con el potencial de valorización futura. El storytelling debe ser capaz de transmitir tanto la conexión emocional con la obra como su relevancia dentro de una trayectoria artística en crecimiento.

En la dimensión de indulgencia, Colombia presenta un nivel alto, lo que refleja una sociedad que valora el disfrute, la expresión personal y las experiencias que generan satisfacción. Esto favorece el consumo cultural y la apertura hacia propuestas artísticas que conecten con emociones, identidad y estilo de vida. En

este sentido, la obra de Paula Toledo puede posicionarse no solo como un objeto de colección, sino como una experiencia estética y emocional que forma parte del estilo de vida del comprador.

Imagen #2: *The Culture Factor* (2026, abril 23).

Se observa que Colombia presenta un perfil cultural altamente relacional, estructurado y emocional, lo cual resulta especialmente relevante para la estrategia de internacionalización de Paula Toledo. Colombia no solo representa un destino viable en términos comerciales, sino también un entorno culturalmente compatible con la identidad artística de Paula, donde su propuesta puede integrarse de manera orgánica a través de una comunicación cercana, humana y emocionalmente conectada con su audiencia.

Capítulo 6. Planeación logística y aduanera de la misión.

Llevar seis pinturas al óleo desde Guadalajara hasta el stand de ARTBO en Bogotá no es simplemente subir las obras a un avión. Es una operación de comercio exterior que involucra normativa mexicana, regulaciones colombianas, un agente aduanal en ambos extremos, seguros específicos para obra de arte, embalaje técnico y un manejo presupuestal preciso. Este capítulo te guía por cada elemento de esa operación, paso a paso, con el nivel de detalle que se necesita para llegar a ARTBO 2026 sin contratiempos y con tus obras en perfectas condiciones.

6.1. Operación aduanal del proyecto: ingreso al mercado, clasificación arancelaria, Incoterm propuesto, características y beneficios.

¿Qué es una fracción arancelaria y por qué importa?

Antes de que cualquier mercancía cruce una frontera internacional, la aduana necesita saber exactamente qué es lo que está saliendo o entrando al país. Para eso existe la fracción arancelaria: un código numérico internacional que clasifica cada tipo de producto. Este código determina qué impuestos aplican, qué permisos se necesitan y qué regulaciones hay que cumplir. Usar el código incorrecto puede resultar en retención de las obras, multas o problemas para recuperarlas al volver. (Cámara de Diputados, 2025).

Fracción Arancelaria de las Pinturas de Paula Toledo
Las pinturas al óleo hechas a mano clasifican en la siguiente fracción arancelaria, tanto en México como en Colombia:

Campo	Dato
Capítulo	97 — Objetos de arte, de colección o de antigüedad
Partida	97.01 — Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano
Fracción (México — TIGIE)	9701.91.01.00
Descripción TIGIE	Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collages, mosaicos y cuadros similares — Los demás: Pinturas y dibujos
Fracción (Colombia — DIAN)	9701.91.00.00
Impuesto General de Importación (IGI México)	Exento
Gravamen Colombia (régimen temporal)	Suspendido — no se paga
IVA exportación México	Exento (tasa 0%)
IVA Colombia (si se vendiera definitivamente)	19% sobre valor en aduana

Operación vulnerable (LFPIORPI)	Sí — el Agente Aduanal debe presentar aviso ante la SHCP
Padrón de importadores Colombia	No requerido para admisión temporal ferial

Tabla 5. Datos de la fracción arancelaria 9701.91.01.00, elaboración propia con datos de: SIICEX CAAREM (s.f.) y Secretaría de Economía (2024).

Acuerdo Comercial México — Colombia (TLC G-2)

México y Colombia tienen un Tratado de Libre Comercio vigente desde 1995, conocido como TLC G-2. Este acuerdo es relevante únicamente si alguna obra se vendiera definitivamente en Colombia, ya que bajo un régimen de admisión temporal no se pagan aranceles de importación. Sin embargo, contar con el certificado de origen puede ser útil como respaldo en caso de que alguna obra no retorne a México. (Tlc.gov.co, 1995).

Concepto	Detalle
Nombre del acuerdo	Tratado de Libre Comercio México — Colombia (TLC G-2)
Vigencia	1 de enero de 1995
Marco adicional	Alianza del Pacífico (Colombia, México, Chile, Perú)
Beneficio en régimen temporal	No aplica aranceles — las obras entran con suspensión de impuestos
Beneficio si hay venta definitiva	Posible arancel preferencial 0% con Certificado de Origen
Documento de origen requerido	Certificado de Origen Forma A o declaración en factura comercial
Tramitación	Secretaría de Economía vía VUCEM — el Agente Aduanal gestiona

Tabla 6. Acuerdo comercial México-Colombia (TLC G-2), elaboración propia con datos de: Tlc.gov.co (1995) y Secretaría de Economía (2024).

Incoterm propuesto por el equipo PAP para Paula:

Un Incoterm es una regla internacional, publicada por la Cámara de Comercio Internacional, que define quién paga cada parte de la operación logística: transporte, seguro, aduana de salida, aduana de llegada y entrega final. En pocas palabras, determina en qué punto exacto la responsabilidad sobre las obras pasa de manos.

Para la operación de Paula Toledo hacia ARTBO, el Incoterm recomendado es DAP (Delivered At Place — Entregado en el Lugar de Destino)

Elemento	Bajo DAP — ¿Quién es responsable?
Recolección en Guadalajara	Operador logístico (Henco)
Transporte terrestre hasta aeropuerto GDL	Operador logístico (Henco)
Despacho aduanal de exportación en México	Agente Aduanal (Fernando Corona)
Flete aéreo GDL → BOG	Operador logístico (Henco) por definir
Seguro de tránsito internacional	Paula Toledo (debe contratar por separado) capítulo de abajo
Despacho aduanal de admisión temporal en Colombia	Agente Aduanal en destino (Bogotá)
Transporte desde aeropuerto BOG → Ágora Bogotá	Operador logístico (Henco)
Descarga y entrega en stand ferial	Operador logístico (Henco)

Impuestos de importación definitiva (si se vendiera)	Paula Toledo / Comprador (según negociación)
--	--

Tabla 7. *Operación Paula Toledo*, elaboración propia con datos de: Henco y Fernando Corona (Agente aduanal)

Ingreso al mercado colombiano

Las obras de arte ingresarán a Colombia bajo un régimen de importación temporal para exhibición, lo cual permite que las piezas permanezcan en el país por un periodo determinado sin generar impuestos de importación, siempre que posteriormente regresen al país de origen. (Cámara Internacional de Comercio, 2020).

6.2. Régimen de exportación temporal: características, requisitos y escenarios supuestos.

En México se utilizará el régimen de Exportación Temporal para Retornar en el Mismo Estado, regulado por el Artículo 115 de la Ley Aduanera.

¿Qué es el Régimen de exportación temporal?

El régimen de exportación temporal es una modalidad aduanera que permite sacar mercancías del país sin pagar impuestos de exportación, con la condición de que regresen a México dentro del plazo establecido. En Colombia, el equivalente se llama admisión temporal para reexportación en el mismo estado, y tiene la misma lógica: las obras entran a Colombia sin pagar aranceles de importación para exhibirlas y traerlas de vuelta.

Base legal en México: Artículos 113 al 118 de la Ley Aduanera (Sección Segunda — Exportaciones Temporales de Mercancías Nacionales o Nacionalizadas). (Cámara de Diputados, 2025)

Base legal en Colombia: Decreto 1165 de 2019 (Estatuto Aduanero) y Resolución DIAN 000046 de 2019.

Características principales y todo explicado a detalle:

Característica	Explicación en palabras simples
Suspensión de impuestos	No pagas ningún arancel ni impuesto de importación en Colombia mientras dure la feria. El beneficio desaparece si las obras no regresan a México en el plazo acordado.
Retorno obligatorio	Las obras DEBEN regresar a México antes de que venza el plazo del pedimento. Si no regresan, la exportación se convierte en definitiva automáticamente y se generan obligaciones fiscales.
Identificación individual	Cada obra debe documentarse con fotografías, número de serie o identificación técnica para que la aduana mexicana confirme, al momento del retorno, que son las mismas piezas que salieron.
Plazo típico	Para ferias internacionales, el plazo estándar es de hasta 6 meses, suficiente para la exhibición en ARTBO y el retorno logístico.
Cambio de régimen posible	Si se vende alguna obra, el régimen temporal puede convertirse en exportación definitiva previo pago de impuestos y emisión de factura comercial definitiva.

Tabla 8. *Régimen exportación temporal*, elaboración propia con datos de: Secretaría de Economía (s.f.)

Requisitos para formalizar el régimen

Para que el Agente Aduanal pueda tramitar el pedimento de exportación temporal ante el SAT, Paula debe tener listo lo siguiente : (ANAM, 2024).

Requisito	Para qué sirve	Quién lo tramita
-----------	----------------	------------------

RFC activo con actividad artística	Identifica a Paula ante el SAT como exportadora	Paula — en SAT o portal sat.gob.mx
e.firma (FIEL) vigente	Firma digital obligatoria para trámites ante VUCEM y SAT	Paula — en cualquier módulo SAT o se deja contacto de un contador de confianza que le recomendamos
Aviso INBAL (INBA) ante VUCEM	Confirma que las obras no son Monumento Artístico Nacional	Paula + Agente Aduanal — vía ventanillaunica.gob.mx
Fotografías a color de cada obra	Identificación individual de las piezas para el retorno	Paula — fotografías profesionales 300 DPI
Fichas técnicas de cada obra	Descripción de materiales, técnica, dimensiones y año	Paula
Factura comercial declarada	Valor oficial de las obras para efectos aduaneros	Agente Aduanal con datos de Paula
Pedimento de exportación temporal	Documento oficial ante el SAT con clave de régimen temporal	Agente Aduanal

Tabla 9. *Requisitos para el régimen de exportación temporal*, elaboración propia con datos de: Secretaría de Economía

Preparamos 2 Escenarios posibles y lo que implica cada uno de los escenarios

ESCENARIO 1 Exhibición sin venta / Retorno total a México

Las 6 obras se exhiben en ARTBO y regresan a México sin haberse vendido, antes del vencimiento del plazo del pedimento de exportación temporal.

Implicación aduanera: El Agente Aduanal tramita el pedimento de retorno ante el SAT. La aduana mexicana verifica que son las mismas obras que salieron (usando las fotografías y fichas técnicas). No se paga ningún arancel ni impuesto.

Costo adicional en aduana: Solo honorarios del Agente Aduanal por el pedimento de retorno

ESCENARIO 2— Venta parcial: Algunas obras se venden, otras regresan

Una o más obras encuentran comprador durante ARTBO. Las obras vendidas cambian de régimen (de temporal a definitivo); las no vendidas regresan a México.

Implicación aduanera: El Agente Aduanal en Colombia gestiona un cambio de régimen para las obras vendidas: de admisión temporal a importación definitiva. Esto requiere emitir una factura comercial definitiva y pagar el IVA colombiano (19%) sobre el valor de las obras vendidas. Si se acredita origen mexicano (TLC G-2), el arancel de importación es del 0%.

Costo adicional: IVA 19% (Colombia) sobre el valor de cada obra vendida.

6.3. Documentos y trámites requeridos: ida y vuelta (despacho aduanal).

Basicamente en esta sección está el check-list de lo que se va a requerir para realizar la exportación, aquí viene lo que es obligatorio para que las obras puedan salir de México luego entrar a Colombia y luego regresar a México. (De igual forma el agente aduanal se encarga de pedirte todo, pero vale la pena que entiendas que es cada cosa a detalle y que la pueda entender Paula.

Imagen #3: *Documentos y trámites para exportación*, elaboración por la Mtra. Graciela Velasco.

Documentación de exportación (México)

- Factura comercial
- Aviso INBAL Se tramita en el siguiente link: [vía ventanillaunica.gob.mx](http://via.ventanillaunica.gob.mx)
- Fichas técnicas de cada obra (Paula Toledo)
- Fotos a color de cada obra (Calidad profesional, las pedirá Aduana para su retorno)
- Certificado de autenticidad

¿Qué es el aviso INBAL?

El aviso INBAL es un trámite que es obligatorio que toda empresa o persona haga para exportar una obra artística, que básicamente es una notificación de Bellas artes y Literatura (Cómo lo dicen sus siglas) esta Institución protege el patrimonio artístico nacional y lo que hace es que básicamente el INBAL corrobora que no sea un monumento artístico de la nación. Sirve para que la aduana de México tenga el visto bueno de que las pinturas puedan salir del país, en caso de no tramitarlo el agente aduanal no va a poder completar el pedimento.

Para el alta del agente Aduanal:

Esto básicamente es para que el agente aduanal pueda operar en nombre de Paula, Debe integrar un expediente. Con esos documentos el agente podrá hacer trámites ante el SAT.

- Constancia de Situación Fiscal (CSF)
- Opinión de cumplimiento positiva
- Comprobante de domicilio
- Identificación oficial
- CURP
- Acta constitutiva (si es persona moral)
- E

firma

¿Qué es la opinión de cumplimiento?

Es un certificado que expide el SAT en donde menciona que una persona física o moral está al corriente de sus obligaciones fiscales. En este caso es necesario estar al corriente.

Documentos complementarios para esta operación:

- Pedimento de exportación temporal (Se encarga el agente aduanal)
- Lista de empaque (El operador logístico elegido)
- Carta de instrucciones
- Guía Aérea (Esto es del operador logístico)
- Pedimento de retorno para la vuelta

Resumen de tiempos aproximados con los que hay que planear cada pendiente

Fase	Trámite / Documento	Plazo de gestión
PREPARACIÓN (con 8+ semanas de anticipación)	e.firma vigente, RFC activo, Constancia Fiscal, Opinión Cumplimiento, Fotografías y fichas técnicas de las 6 obras	Inmediato — algunos requieren cita SAT
ANTES DE SALIDA (4-6 semanas antes)	Aviso INBAL vía VUCEM, Encargo Conferido al Agente Aduanal, Certificado de Origen	5-7 días hábiles (INBAL) + 3 días (Certificado Origen)

DESPACHO SALIDA México (1-2 semanas antes)	Pedimento Exportación Temporal, Factura Comercial, Lista de Empaque, Carta de Instrucciones	Agente Aduanal — 1-3 días hábiles
EN TRÁNSITO (día de embarque)	Guía Aérea AWB, seguro de tránsito activo	Emite aerolínea al momento del embarque
DESTINO Colombia (llegada a Bogotá)	Despacho de Admisión Temporal en DIAN, entrega en Ágora Bogotá	Agente Aduanal en Bogotá — 1-2 días
RETORNO a México (post-feria)	Pedimento de Retorno, verificación de obras vs. fotografías originales	Agente Aduanal — coordinar con Henco

Tabla 10. *Tiempos aproximados para planeación*, elaboración propia con datos de: Henco y agente aduanal

6.4. Seguros de transportación: ida y vuelta.

Se recomienda contratar un seguro especializado para arte, en el programa de internalización de obra artística de Paula, la contratación de un seguro especializado es un punto esencial dentro de la planeación, esto por el alto valor de las piezas y la naturaleza del producto.

¿Por qué contratar el seguro para las obras de arte?

Un seguro de transporte no es un gasto opcional: es la diferencia entre perder una obra permanentemente y recuperar su valor económico. Para pinturas al óleo de alto valor como las de Paula, los riesgos en tránsito son reales: golpes durante la manipulación, vibraciones del vuelo, humedad en el bodegón, daños en el aeropuerto de conexión, o simplemente una caída durante el montaje en el stand. El costo de un seguro bien contratado es siempre menor que el costo de reponer o reparar una pieza de arte.

Riesgos que existen:

- Golpes
- Humedad
- Manipulación en el aeropuerto
- Extravío
- Daños de montaje

Por ello nosotros recomendamos un seguro que básicamente cubra toda la cadena de suministro, contratado directamente con Henko Global que cubre desde que se recolecta la obra en el lugar de origen hasta que retorna a su país de Origen.

Seguro “clavo a clavo” el cual cubre:

1. Manipulación
2. Transporte
3. Almacenamiento
4. Exhibición
5. Retorno

Las 6 obras tienen un valor comercial estimado declarado de \$576,000 MXN ($96,000 \times 6$). Al tipo de cambio referencial de \$20 MXN/USD, esto equivale a aproximadamente \$28,800 USD. Es importante mencionar que este precio se divide entre los dos artistas participantes, es decir, 3 obras de Paula y 3 de nuestro segundo participante, siendo así \$288,000 pesos o \$14,400 dólares por cada uno asegurados.

Concepto del seguro	Tasa estimada	Base de cálculo	Costo estimado
Seguro tránsito All Risk — IDA	0.65% + IVA	\$28,800 USD (valor total obras)	~\$187 USD + IVA
Seguro tránsito All Risk — RETORNO	0.65% + IVA	\$28,800 USD	~\$187 USD + IVA
Seguro exhibición Fine Art (feria)	0.3% - 0.8% sobre valor	\$28,800 USD	~\$86 USD
TOTAL ESTIMADO seguros completos	—	Ida + vuelta + feria	~\$460 USD

Tabla 11. *Cotización de seguros de obra*, elaboración propia con datos de Henko Global
La aseguradora que nosotros recomendamos para el seguro Clavo a Clavo es la siguiente:

1. Henko Global

Recomendamos trabajar directamente con Henko Global ya que de esta forma reducimos en la cadena los involucrados. Adicional a que el costo que maneja Henko es preferencial.

Recomendaciones para Paula que nos hace Ulises Barba de Henko Global:

Declara el valor REAL de las obras. Si mandas un seguro subvaluado paga menos de lo que valen tus obras en caso de siniestro.

6. Pide cobertura de (todo riesgo) en lugar de coberturas básicas. La diferencia de precio es menor y la protección es mucho mayor.
7. Guarda el certificado de seguro y los números de póliza junto con las fotografías de las obras cualquier reclamo o cosa que pase requerirá ambos documentos.
8. Solicita que el seguro cubra 'clavo a clavo': desde que las obras salen del estudio desde que salen hasta que regresan.

6.5. Propuesta Landed Cost: ida y vuela. Costos de transporte, seguros, aranceles, servicios aduaneros, manipulación del producto, costos administrativos y costos indirectos.

Cotizaciones reales recibidas el 27 de abril de 2026 — Henco Global (No. 239802) y Aeromarítima Internacional (Q216288). A continuación, se presenta el análisis detallado de ambas cotizaciones, la comparación concepto por concepto, y la recomendación final.

Opción 1 de Henko:

Imagen #4-5: *Cotización de transporte Guadalajara-Bogotá*, elaboración Henco Global, 2026.

Opción 2, Aeromarítima Internacional:

Imagen #6-7: *Cotización de transporte Guadalajara-Bogotá*, elaboración Aeromarítima Internacional, 2026.

Imagen #8: *Cotización final de transporte Guadalajara-Bogotá*, elaboración Aeromarítima Internacional, 2026.

Desglose de costo ida y vuelta

Total IDA

\$1,738

USD · Henco No. 239802

Total VUELTA

\$1,497

USD · estimado 20% menos

Indirectos

\$700

USD · seguro, embalaje, fotos

Contingencia 10%

\$323

USD · imprevistos

TOTAL IDA + VUELTA

\$4,258

USD · ~\$85,160 MXN (TC \$20)

Ida — GDL → BOG Henco No. 239802

Total IDA

\$1,738.15

Vuelta — BOG → GDL -20%

Total VUELTA

\$1,496.51

Costos indirectos y contingencia (Seguro, Fotos, embalaje, Re embalaje, Contingencia)

\$1,023.00

Aerolínea

Aerotransportes de Carga Unión

Ruta GDL-PTY-BOG · 2-3 días

Peso cargable (CW)

160.20 kg

6 obras · 1.26×1.06×0.12 m c/u

Régimen aduanal

Exportación temporal

Arts. 113-118 Ley Aduanera · \$0 aranceles

Tipo de cambio ref.

\$85,160 MXN

TC \$20 MXN/USD · \$4,258 USD total

Fuente: Henco Global S.A. de C.V. — Cotización No. 239802, 27/04/2026 · Retorno estimado con reducción del 20% sobre componentes variables

GRAN TOTAL

\$4,258 USD

Cotización Recomenda final:

Esta es la cotización que se recomienda trabajar. Contempla el régimen de exportación temporal, lo que significa que las obras entran a Colombia sin pagar aranceles de importación. El desglose a continuación refleja exactamente lo cotizado por Ulises Barba (ulisesb@henco.com.mx) el 27 de abril de 2026. (Hay que tomar en cuenta que en ambas propuestas no va incluido el seguro) por ello se muestra desglosado sumando el seguro fuera de la cotización. También es importante mencionar, en el supuesto de venderse alguna obra, se tendrá que pagar el 19% de IVA. Adicional a que el costo del regreso disminuye con Henko.

6.6. Elementos clave y riesgos de cadena de suministros para la internacionalización.

La Cadena de Suministro en este caso de Paula realmente es breve, y relativamente sencillo de controlar, esto hace que sea más simple la operación.
Imagen #9: OpenAI. (2026). *Mapa del proceso – Cadena logística de obra de arte* [Infografía generada por inteligencia artificial]. ChatGPT (DALL·E).

Realizamos un cuadro identificando a todos los actores de la cadena de suministro:

Eslabón de la cadena	Actor	Función
1. Producción	Paula Toledo — Estudio en Guadalajara	Origen de las obras. Paula decide cuándo y cómo se entregan al operador logístico.
2. Embalaje especializado	Henco Global o proveedor fine art en GDL	Protección física de las obras para el tránsito internacional. Primer punto de riesgo.
3. Transporte terrestre origen	Henco Global	Traslado del estudio/almacén al Aeropuerto GDL.
4. Despacho aduanal México (origen)	Agente Aduanal	Tramita el pedimento de exportación temporal ante el SAT. Nodo de cumplimiento legal.
5. Flete aéreo internacional	Aerolínea seleccionada por Henco (ruta GDL-BOG)	Transporte del embarque completo.
6. Despacho aduanal Colombia (destino)	Agente Aduanal con habilitación DIAN en Bogotá	Tramita la admisión temporal ante la DIAN. (De esto se encarga de igual forma Henco)
7. Transporte terrestre destino	Henco Global	Traslado del aeropuerto BOG a Ágora Bogotá (aprox. 18 km).
8. Exhibición ferial	Paula Toledo + ARTBO	Montaje, exhibición y desmontaje en el stand.
9. Retorno logístico	Misma cadena en sentido inverso	Re-embalaje, despacho Colombia, flete retorno, despacho retorno México.

Tabla 12. *Actores de Cadena de Suministro* (DIAN, 2021)

6.7. Empaque y embalaje: criterios para el costeo (peso, volumen y material).

El empaque es uno de los factores más importantes cuando se habla de arte. Un buen embalaje evita que se hagan daños a la pieza que difícilmente se puedan reparar en el extranjero. (IATA, 2024).

Criterios para el costeo:

- Peso de la obra

- Volumen del embalaje
- Material de protección

Material recomendado:

- Cajas de madera tratada (norma internacional)
- Espuma de alta densidad
- Sensores de impacto
- Protección contra humedad

6.8. Evaluación de riesgos operativos y plan de contingencia.

Realizamos un cuadro de los riesgos operativos que pudieran surgir junto con un plan de contingencia para estos riesgos:

#	Riesgo	Fase de las que trazamos	Nivel de riesgo
1	Daño físico a obra durante embalaje o carga	Embalaje y handling en GDL	CRÍTICO
2	Retraso o cancelación de vuelo	Flete aéreo	ALTO
3	Retención en aduana (error documental)	Despacho en origen o destino	MEDIO
4	Vencimiento del plazo del pedimento	Posterior a la feria	MEDIO
5	Daño en stand (sin seguro de feria)	Exhibición ARTBO	CRÍTICO
6	Robo o extravío de obras	Cualquier fase de tránsito	MEDIO
7	Incumplimiento INBAL (no tramitar aviso)	Preparación previa	MEDIO
8	Problema con la e.firma de Paula	Trámites VUCEM	BAJO
9	Agrietamiento de obra al enrollar	Embalaje (solo Escenario B)	CRÍTICO (si aplica)
10	Diferencia de tipo de cambio adversa	Pago de servicios en USD	BAJO

Tabla 13. *Evaluación de riesgos operativos y plan de contingencia*, elaboración propia con datos de Juan Alvaro Espinosa; Henco Global (2026)

Plan de Contingencia que se propone:

Riesgo	Acción preventiva	Acción correctiva si ocurre
Daño físico a obra	Embalaje profesional fine art; fotografías pre-embarque; seguro All Risk activo	Activar póliza de seguro inmediatamente; documentar daño con fotografías; contactar a restaurador de arte en Bogotá
Retraso de vuelo	Enviar obras con 2-3 semanas de anticipación mínima; elegir vuelo directo o con conexión corta	Contactar a Henco para vuelo alternativo; notificar a ARTBO; verificar fecha de montaje del stand
Retención en aduana	Documentación completa y revisada; agente aduanal experto en obra de arte; aviso INBAL tramitado con 4+ semanas de anticipación	Agente Aduanal gestiona resolución con autoridad; Paula debe estar disponible para firmar rectificaciones si se requiere

Vencimiento pedimento	Configurar recordatorio 30 días antes del vencimiento; coordinar retorno con Henco al inicio del planning de la feria	El Agente Aduanal si puede solicitar prórroga del pedimento con rectificación; si ya venció, gestiona regularización
Daño en stand sin seguro	Contratar póliza Fine Art & Exhibition antes del embarque; confirmar cobertura con aseguradora	Sin seguro activo: se asume la pérdida; con seguro: documentar el daño y activar reclamación
Robo en tránsito	Seguro All Risk + número AWB para rastreo en tiempo real; never check artworks without documentation	Activar póliza de seguro; reportar a aerolínea y autoridades; el Agente Aduanal coordina con la aduana para reporte oficial
No tramitar INBAL a tiempo	Iniciar trámite INBAL con mínimo 6 semanas de anticipación; verificar que e.firma de Paula esté vigente antes de iniciar	El trámite urgente puede gestionarse con la CNAP directamente — contactar al Coordinador de Artes Visuales del INBAL
Agrietamiento al enrollar	Solo enrollar obras aptas; consultar con restaurador antes de decidir; si hay duda, usar caja con bastidor	Restauración de emergencia en Bogotá (costosa y no garantizada); activar seguro si cubre daño por embalaje inadecuado

Tabla 14. *Plan de contingencia*, elaboración propia con datos de Juan Alvaro Espínosa

6.9. Estrategias para reducir el costo en la cadena logística y la huella de carbono.

Estrategias de Reducción de Costo Logístico

La operación de Paula tiene varios puntos de optimización que pueden reducir el costo total sin comprometer la seguridad de las obras. Aquí se presentan en orden de impacto económico:

Estrategia	Descripción	Ahorro estimado
Anticipación en la contratación	Reservar el espacio de carga con Henco con 8+ semanas de anticipación. Las tarifas de último minuto pueden ser 30-50% más caras, especialmente en temporada de ferias de arte (septiembre).	\$200 a 400 USD potencial
Negociar seguro con el mismo proveedor logístico	En la cotización ya va incluido el tema del seguro con henco. Vale la pena tomarlo con ellos para no tener tanto involucrado	\$50 a 100 USD
Documentación digital completa desde el inicio	Evitar costos de refacturación y retrasos por documentos incompletos preparando todo el expediente con anterioridad.	\$100 USD en penalizaciones y tiempo

Tabla 15. Estrategias de reducción de costo logístico, elaboración propia con datos de: Henco Global (2026). Cotización No. 239802; Secretaría de Economía (2025).

Estrategias para Reducir la Huella de Carbono

Paula Toledo trabaja con una estética vinculada a la exploración y el viaje, pero la operación logística tiene un impacto ambiental real. Estas estrategias permiten reducirlo sin comprometer la operación:

Variable ambiental	Propuesta para la operación de Paula Toledo	Ventaja adicional
Carga útil	Consolidar las 6 obras en un solo embarque en lugar de envíos parciales. Un solo vuelo para todo reduce el consumo de combustible por kilogramo transportado hasta un 30% vs. envíos fraccionados.	También reduce costos aduanales
Embalaje de ciclo cerrado	Diseñar el embalaje para ser reutilizado en el retorno y en futuras ferias. Cartón corrugado reciclable o tubos PVC reutilizables reducen residuos industriales. Evitar plástico de un solo uso donde sea posible.	Reduce costo de embalaje en operaciones futuras
Residuos de embalaje en destino	Coordinar con ARTBO o el recinto ferial (Ágora Bogotá) para conocer los puntos de reciclaje y descarte responsable del material de embalaje que no regresa.	Cumplimiento con regulaciones de gestión de residuos en Colombia
Compensación de carbono voluntaria	Calcular la huella de carbono del flete (estimado: ~2-3 toneladas CO2 en viaje redondo GDL-BOG) y compensarla a través de programas certificados. Costo aproximado: \$20-60 USD.	Narrativa de marca sostenible comunicable en el stand de ARTBO

Tabla 16. Estrategias de reducción de huella de carbono, elaboración propia con datos de: EEA (2023); Procolombia (s.f.); Cámara de Comercio de Bogotá (2026).

Calendario y una Línea de Tiempo hacia ARTBO

Cuando	Acción	Responsable
Mayo (4 meses antes)	Actualizar RFC y e.firma de Paula; contratar Agente Aduanal; iniciar cotización formal con Henco que esté actualizada ya se adjuntó pero vale la pena tenerla autorizada; fotografías profesionales de las 6 obras	Paula + Agente Aduanal
Junio (3 meses antes)	Tramitar Aviso INBAL ante VUCEM; obtener Certificado de Origen; revisar pólizas de seguro; confirmar embalaje (bastidor vs. enrollado); confirmar espacio en ARTBO	Agente Aduanal + Paula
Julio (2 meses antes)	Confirmar cotización definitiva con Henco; reservar espacio de carga en vuelo; contratar seguro de feria Fine Art & Exhibition; preparar expediente documental completo	Paula + Henco + Agente Aduanal
Agosto (1 mes antes)	Embalaje de prueba (verificar dimensiones reales); revisión final de documentos con Agente Aduanal; confirmar agente en Bogotá; definir logística de montaje en stand	Agente Aduanal + Henco
1-2 semanas antes de ARTBO	Despacho aduanal de exportación temporal (pedimento); embarque en GDL; seguimiento del AWB en tiempo real	Agente Aduanal + Henco

Llegada a Bogotá	Despacho de admisión temporal ante DIAN; transporte BOG → Ágora Bogotá; montaje del stand	Agente Aduanal Bogotá + Henco
Post-feria (sept. 27+)	Desmontaje; re-embalaje; despacho Colombia de retorno; flete BOG → GDL; despacho retorno México (pedimento de retorno)	Henco + Agente Aduanal

Tabla 17. *Calendario planeación*, elaboración propia con datos de: Henco Gobal (2026); Fernando Corona.

RECOMENDACIÓN FINAL

Para una primera participación internacional de Paula Toledo en ARTBO 2026, la prioridad es la certeza operativa sobre la optimización de costos. Un problema aduanal, una obra dañada o una pieza que no llega a tiempo al stand tiene consecuencias que van mucho más allá del costo logístico: afecta años de trabajo artístico, la imagen de marca y la oportunidad comercial que representa una feria del calibre de ARTBO.

Las tres recomendaciones fundamentales son:

1. Contratar a Henco Global con cobertura completa (agente en origen y destino) para tener certeza en ambos extremos de la operación.
2. Tramitar el Aviso INBAL y tener la e.firma de Paula vigente con al menos 6 semanas de anticipación — sin estos elementos, ningún despacho puede iniciarse.

Contratar el seguro de exhibición en feria (Fine Art & Exhibition) — este gap de cobertura es el riesgo más alto de toda la operación y el único que está completamente sin resolver en una cotización estándar de logística.

Capítulo 7. Propuesta de valor agregado internacional (producto).

A continuación, en este capítulo se abordará la estrategia que se implementó para dar a la obra de Toledo un valor superior, esto a partir de su trayectoria y sus logros como artista para así calcular el valor internacional. Así mismo, se proponen nuevos diseños de los elementos profesionales que se le recomienda

a un artista poseer; carpeta de artista, catálogo actualizado, certificado de autenticidad, inscripciones sobre derechos de autor, entre otros.

7.1. Carpeta del artista (bilingüe).

La carpeta de artista es una herramienta que funciona como presentación y currículum profesional. Datos como la biografía, statement (de qué va la obra/declaración), información e imágenes de obra, currículum y contacto, es lo que conforma una carpeta.

Carpeta en español:

Imagen #10: *Carpeta de artista*, elaboración propia

Imagen #11: *Carpeta de artista*, elaboración propia

Imagen #12: *Carpeta de artista*, elaboración propia

<https://drive.google.com/file/d/1ZcnZHc-eXHLOAAzk9J54y7WolTIBQDV3/view?usp=sharing>

Carpeta en inglés:

Imagen #13: *Carpeta de artista*, elaboración propia

Imagen #14: *Carpeta de artista*, elaboración propia

Imagen #15: *Carpeta de artista*, elaboración propia

https://drive.google.com/file/d/1f6NOZOtems_AxaqarxcxkYlJbmEzOGDy/view?usp=sharing

7.2. Catálogo de la obra (bilingüe).

El catálogo de obra es un registro y/o listado de toda la obra que la artista todavía tiene disponible para la venta, funcionando como canal informativo y de oferta. Al igual que la carpeta, aquí también se presenta el statement de la artista y aparte se añade toda la obra que aún está disponible. Es recomendable incluir precios, pero no es obligatorio, al final es decisión de cada artista.

Catálogo en español:

Imagen #16: *Catálogo*, elaboración propia

Imagen #17: *Catálogo*, elaboración propia

<https://drive.google.com/file/d/1vKHibC9s0JQE2hupDjf7uWgL99MsDOnR/view?usp=sharing>

Catálogo en inglés:

Imagen #18: *Catálogo*, elaboración propia

Imagen #19: *Catálogo*, elaboración propia

<https://drive.google.com/file/d/1ShtulkLhPzqDcXjLMzeucZhlf14rCLg-/view?usp=sharing>

7.3. Statement y carta de curadores (bilingüe).

¿Qué es un “statement”?

El statement o también conocido como la declaración de artista, es un breve texto que explica y justifica la finalidad de creación de obras, es decir, desarrolla las temáticas, intereses, historias, experiencias, materiales, etc., con las que trabaja el/la artista. Para el espectador, estos textos sirven como una entrada para la conexión tanto con el artista como con su creación.

Statement Paula Toledo:

Mi intención a través de mi obra artística es explorar y narrar la conexión utópica entre el ser humano y la naturaleza, así como las identidades, emociones y percepciones que configuran nuestra experiencia con el mundo. A través de la pintura surrealista, busco crear imágenes que actúen como espacios de reflexión, donde el espectador pueda reconocerse y meditar sobre su propia relación con la vida y su entorno.

En mis obras construyo personajes atemporales que, a través de lenguajes corporales, transmiten estados emocionales que buscan la plenitud a través de las experiencias vividas. Es de mi gran interés reflejar la capacidad que tiene el rostro humano para comunicar aquello que muchas veces no se logra expresar en su totalidad con palabras. A través del manejo de una iluminación sutil, pinceladas suaves, la armonía de

elementos y el uso de colores vibrantes, intento construir escenarios que despierten la sensibilidad, vulnerabilidad y una profunda emoción del espectador, así como transportarlos a otro universo. Más allá de lo visualmente estético, mi práctica artística se transforma en un ente que persigue la reflexión sobre la condición real y no real del ser humano. Mi trabajo pretende invitar al espectador a cuestionarse la fragilidad y la belleza de la existencia, así como nuestra relación con el mundo natural.

Además, he encontrado un gran gusto por los desnudos como simbolismo de la libertad humana, es decir, retratar que el ser no pertenece a un solo lugar y que puede habitar en cualquier tipo de ecosistema. Esta libertad y conexión con el mundo también abre las puertas a lo imposiblemente posible, que permite la casual convivencia con otros seres naturales de la tierra.

¿Qué es una carta curatorial?

Una carta curatorial es un documento escrito por un curador de arte que presenta tanto al artista como su trabajo. Este sirve para conducir, contextualizar y explicar el porqué de las obras a los espectadores para así crear una conexión y diálogo entre ambos. De igual forma, da a conocer las temáticas y enfoques que se están trabajando, ya sea en proyectos personales o para una exposición.

Carta curatorial elaborada por Talien Corona Ojeda, investigadora y curadora:

A quien corresponda:

La obra de Paula Toledo muestra una exploración a la intimidad, a la memoria y a las emociones que atraviesan las experiencias cotidianas; revela la disciplina de crear composiciones donde convergen el manejo del color, la perfección de la figura humana y las atmósferas contemplativas. Sus pinturas tienen una cualidad narrativa que invita a los espectadores a evocar experiencias sensibles, tal vez de la infancia, o tal vez de un sueño. Toledo cuida la calidad pictórica y cada detalle en sus cuadros, especialmente en la figuración y en el manejo de las luces y los matices de colores. Considero que un aspecto destacado en su producción es la manera en que articula lo emocional con lo visual: genera atmósferas que atrapan, rostros que transmiten estados anímicos y procesos introspectivos. Su lenguaje plástico combina la delicadeza técnica y la expresividad, además de mostrar las múltiples posibilidades de abordar la figura femenina. Esto ha consolidado una propuesta visual coherente, sensible y sólida. Pienso que Paula Toledo aporta una visión singular a la plástica con su impronta personal, bien definida, que está en diálogo con la sensibilidad contemporánea.

Talien Corona Ojeda

7.4. Protección de marca y autor (formato oficial).

Enseguida, se mencionan los dos procesos administrativos, IMPI e INDAUTOR para la protección de marca, Paula Toledo, y de su respectiva obra. Esto con el fin de que se escuden y respeten legalmente los procesos y resultados de nuestra artista para prevenir cualquier situación de plagio o usos indebidos.

¿Qué es el IMPI?

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es un organismo descentralizado que busca administrar, proteger y otorgar derechos de propiedad industrial en el país; patentes, marcas, diseños industriales y modelos de utilidad. La función primordial del IMPI es otorgar seguridad jurídica para los creadores y/o empresas para que así se impulse la innovación, la competencia y el desarrollo económico interno.

¿Por qué es importante el registro para un artista?

- Protección de diseño: Si el/la artista crea piezas con una forma, figura o patrón distintivo que se reproduce comercialmente, el IMPI da el derecho exclusivo de explotación, evitando que terceros copien el diseño.
- Protección de la marca artística: Registrar el nombre artístico, logo o seudónimo como marca en el IMPI garantiza el uso exclusivo nacional. Esto impide que otros comercialicen productos propios; impresiones, ropa u otros artículos decorativos usando tu nombre o marca.
- Activos intangibles: El registro convierte la obra y marca en un activo económico que puede licenciarse, vender, franquiciar, heredar, etc., permitiendo el incremento de su valor.

- Protección contra el plagio y temas legales: En caso de que alguien utilice tu marca o diseño sin autorización, el IMPI permite proceder legalmente. No registrarse también implica un posible riesgo en que alguien más registre tu nombre, obligándote a concederlo por completo.
- Profesionalismo: Contar con el registro profesionaliza al artista y su actividad, lo que genera mayor confianza para cerrar acuerdos comerciales y/o colaboraciones con galerías y empresas.

¿Cómo se realiza?

Presencial:

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos correspondientes.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones.
5. Presenta la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señales para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

<https://www.gob.mx/impi/documentos/registro-de-marcas>

En línea:

1. Ubicar tu producto o servicio en las clases existentes: <https://clasniza.impi.gob.mx/>
2. Investigar que su marca no esté registrada previamente, eso podría reducir las posibilidades de que le sea otorgada. Puede hacerlo en el Acervo de Marcas: <https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcamet/vistas/common/home.pgi>
O en MARCia para revisar que no exista otra imagen como la tuya: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick>
3. Todo el trámite lo puede hacer con Tu PASE, puedes darte de alta con tu CURP, un correo electrónico y una contraseña: <https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/>
Y aquí: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/745083/Guia_de_usuario_MARCA_EN_LI_NEA_04052022.pdf una guía paso a paso para registrar tu marca.
4. La tarifa es de \$2,695.18 + IVA, si se hace en línea. El plazo de respuesta es de 4 a 6 meses.

¿Qué es el INDAUTOR?

El Instituto Nacional del Derecho de Autor es un organismo que se encarga de proteger y fomentar los derechos de autor y derechos conexos en México. Atiende trámites como el registro de obras, contratos de cesión y licencias de uso, autorización de gestión colectiva, reservas de derechos al uso exclusivo, juntas de avenencia, asesorías legales, resoluciones de infracciones, arbitraje, entre otros. El INDAUTOR recomienda el registro de libros, música, ilustraciones, softwares, obras audiovisuales, entre otras áreas creativas.

¿Por qué es importante el registro para un artista?

Algunos de los beneficios incluyen:

- Prueba de autoría: esto favorece la defensa legal en caso de plagio o usos indebidos.
- Seguridad patrimonial: protege los derechos patrimoniales, permitiendo recibir regalías y control sobre la explotación de obra.
- Comercial: crea confianza y facilita contactos comerciales.
- Vigencia: el registro protege la obra durante el periodo de vida del artista más 100 años después de su muerte.

¿Cómo se realiza?

El registro se realiza principalmente en línea a través de un sistema llamado INDARELÍN. Enseguida se especifican los pasos a seguir:

1. Crear una cuenta con CURP, RFC y correo electrónico.
2. Iniciar solicitud y elegir la rama que corresponda al tipo de obra.
3. Captura de datos personales.
4. Adjuntar documentos/archivos requeridos de obra.
5. Pagar el registro (por obra).
6. Firmar y enviar.
7. Finalmente se recibe el certificado de aprobación.

<https://www.indautor.gob.mx/el-instituto.php>

7.5. Artículos promocionales.

Además de la venta de obra, el equipo PAP considera relevante la producción de artículos promocionales, también conocidos como merch, que pudieran ser un ingreso adicional para Paula. Además de lo económico, estos productos también actúan como publicidad y, a su vez, como un artículo más que se puede poseer como apoyo a la artista y recuerdo personal.

La intención es que dichos artículos promocionales se pudieran ofrecer en galerías, exposiciones, ferias u otros eventos artísticos en dónde participe Paula.

Algunos de los productos recomendados para formar parte del proyecto Paula Toledo Art:

- Tote Bags
- Postales
- Table books decorativos para espacios.
- Tazas
- Gorras
- Libretas
- Playeras estampadas

Imagen # 20: *Mockups de artículos promocionales*, (Open AI, 2026)

Imagen #21: *Mockups de artículos promocionales*, (Google Gemini, 2026)

A continuación, se presentan algunas opciones de cotización para artículos promocionales. Todas cuentan con el enlace de empresa en caso de que se quiera modificar la propuesta realizada por el equipo PAP.

Cotización 1:

1. Empresa: MLM PRODUCTOS <https://mlmproductos.com/catalogo/detalles.php?codigo=TX-347&cat=CAT0006>
2. Producto: Bolsas Kasern
3. 200 ejemplares de \$47.95 cada uno con un precio final de \$9,590 pesos sin impresión y \$12,390 pesos con impresión.

Imagen #22: *Cotización de Tote Bags en MLM Productos (TX-347 Bolsa Kasern., s. f.-b)*

Cotización 2:

1. Empresa: Smart Promocionales <https://smartpromocionales.com/>
2. Productos: Tazas, gorras, libretas y playeras, con una propuesta de 50 ejemplares de cada uno.
3. Gorra: \$136 cada uno ya con impresión y por 50 piezas un total de \$7,856.50 pesos.
4. Tazas: \$34 cada una ya con impresión y por 50 piezas un total de \$4,220 pesos.
5. Libretas: \$34 cada una ya con impresión y por 50 piezas un total de \$3,236 pesos.
6. Playeras: \$42 cada una ya con impresión y por 50 piezas un total de \$3,558.50 pesos.
7. Total: \$21,891 pesos.

En caso de optar por cotizar una variedad de productos al mismo tiempo, recomendamos hacer un pedido

máximo de 50 ejemplares por producto como inversión de prueba. En caso de que unas cosas se vendan más que otras o todo se venda, nuestra artista ahora si puede comprar un mayor número de ejemplares.

Imagen #23: Cotización de artículos promocionales en Smart Promocionales (Artículos Promocionales México | Promociona Tu Marca Hoy, s. f.)

Cotización 3:

1. Empresa: Smart Promocionales <https://smartpromocionales.com/>
2. Producto: Bolsas promocionales, 50 ejemplares.
3. Precio: \$15 cada una incluyendo impresión y por 50 piezas un total de \$1,753 pesos.

Imagen #24: Cotización de artículos promocionales en Smart Promocionales (Artículos Promocionales México | Promociona Tu Marca Hoy, s. f.)

Como artista ya consolidada y reconocida, optar por la inversión de artículos promocionales puede ser una gran opción. Además de ser publicitarios, estos artículos permiten que todo tipo de público pueda tener un pedazo de las obras de Paula y poder apreciar su trabajo a través de otros medios visuales y utilitarios.

7.6. Evaluación y recomendaciones de estrategias para el posicionamiento en redes sociales.

Una vez evaluadas las estrategias y contenidos visuales utilizados por Paula Toledo en sus respectivas redes sociales (Instagram, Tik Tok, Facebook y sitio web), el equipo PAP reunió algunas recomendaciones para mejorar el posicionamiento y difusión dentro de las mencionadas redes:

Variable	Elemento Presente	Elemento No Presente	Comentarios Y Análisis Del Contenido
Foto de perfil profesional: • Imagen clara y atractiva que represente la marca personal o comercial. • Debe ser reconocible y adecuada a la red social.	Tiktok: Mantiene una imagen con enfoque artístico, lo que aporta cierta coherencia entre plataformas. Instagram: La artista utiliza una foto de perfil artística alineada con su identidad visual, lo cual refuerza su posicionamiento como artista. Facebook: Existe una foto de perfil, esta muestra a la artista en su proceso creativo,	Tiktok: No está optimizada en calidad ni en intención estratégica. Instagram: No utiliza una imagen pensada específicamente para reforzar el branding. Facebook: La imagen está desactualizada y no proyecta una imagen profesional actual.	Se recomienda unificar la identidad visual en todas las plataformas mediante una misma foto de perfil o una línea visual consistente que permita reconocimiento inmediato. La imagen debe mantener el enfoque artístico, pero con una ejecución más profesional y estratégica, cuidando calidad, encuadre y coherencia con su posicionamiento como artista consolidada.

	lo cual conecta con su esencia.		
Biografía o descripción clara y concisa: • Mensaje directo que explique quién eres, qué haces y qué ofreces. • Incluye palabras clave relacionadas con tu nicho o industria. • Añade una llamada a la acción clara (ej. "Compra ahora", "Visita nuestro sitio web").	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: Contiene una breve descripción del tipo de obra que hace, así como un mensaje de invitación a adquirir piezas originales, giclees o comisiones. Además, incluyó links para su sitio web y perfil de Facebook. Facebook: Elementos no presentes. Sitio Web: Su sitio web es el más completo en cuanto a biografía, además de incluir sus técnicas, temas recurrentes, trayectoria artística y fichas técnicas de cada una de sus piezas realizadas.	Tiktok: No existe una descripción, mensaje ni palabras clave en la biografía de nuestra artista que puedan explicar quién es o qué hace. No hay links o botones de salida que puedan redirigir a un potencial comprador. Instagram: No cuenta con una biografía y/o mensaje en español, considerando que su nicho principal es hispanohablante. Se recomienda cambiar la descripción a español, o en dado caso escribirlo en ambos idiomas. Facebook: No cuenta con una biografía ni mensaje para el espectador. Solo se menciona "artista plástica", dejando al visitante corto al tratar de conocer cómo y qué trabaja la artista. Sitio Web: Como sugerencia, sería bueno añadir una pestaña de adquisición donde se pueda contactar a la artista vía correo o Whatsapp.	Actualizar las biografías de las redes sociales ya que estas actúan como cartas de presentación al instante. Esto ayuda a atraer a la audiencia deseada, además de reflejar profesionalismo y confianza con los visitantes. No es necesario escribir una diferente para cada red social, pero sí una única bien desarrollada que se pueda utilizar en todas. Ej. Artista plástica mexicana. Trabajo figurativo enfocado en la emoción, la identidad, la figura humana y la conexión con la naturaleza. Obra original, giclees y comisiones disponibles. DM para adquirir o colaborar.
Enlace destacado (Link in Bio): • Enlace directo a tu página web, tienda en línea, blog o landing page específica para convertir visitantes en clientes.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista cuenta con enlaces en su biografía que dirigen a su sitio web y a su perfil de Facebook, lo que permite	Tiktok: Añadir enlace directo al sitio web y/o a otras redes sociales donde exista más presencia (ej. Instagram). Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes.	El enlace de sitio web dentro de las redes sociales es de gran importancia ya que es el lugar donde se conglomeran todo el trabajo y trayectoria de un artista. Recordemos que las redes sociales pueden funcionar como primera impresión y la visita al sitio web como un espacio de mayor credibilidad e interés. Las redes sociales ayudan a construir la marca Paula Toledo, así como su

• Usa herramientas como Linktree para incluir múltiples enlaces.	redirigir tráfico y ampliar los puntos de contacto con su comunidad. Facebook: Incluye un enlace hacia su sitio web, funcionando como acceso a su portafolio digital. Esto indica que existe una intención de centralizar su presencia digital y facilitar el acceso a su trabajo. Sitio web: En la sección de “Contacto” tiene enlaces a su Facebook, Instagram, Twitter, y YouTube. Sin embargo, su número telefónico no se encuentra actualizado, su correo es diferente al que aparece en Facebook y no se ha implementado Tik Tok como otro enlace de salida.	Sitio web: Elementos presentes, solamente actualizar la información de contacto (correo y número telefónico)	comunidad, mientras que el sitio web mejora la información de obra y el cierre de ventas.
Contenido visual de alta calidad: • Publicaciones atractivas con imágenes y videos de alta resolución que reflejen tu marca o Productos.	Tiktok: La artista muestra obras con transiciones para mantener la retención de atención del espectador mayor tiempo posible. Instagram:	Tiktok: Utilizar menos transiciones en los videos, ya que esto puede causar que se pierda el interés visual. Como recomendación, usar un solo tipo de transición o en caso ninguno. El exceso de movimiento afecta el proceso de exploración visual, algo que una obra requiere para su apreciación. Hacer storytelling (estrategia en la que se opta por contar una	Principalmente, atacar el tema del storytelling en los videos, así como la edición. El balance visual que cargan las obras se puede perder debido a la calidad y rapidez de los videos en redes.

● Estilo visual coherente y atractivo para generar identidad y reconocimiento.	Uso de cámara rápida, close-ups, cambios de perspectivas y alta resolución en sus reels. Facebook: Publicaciones constantes pero repetitivas y carentes de narrativa.	historia con el fin de informar, motivar, etc. al espectador) del proceso y/o de la fundamentación de la obra para así abrir un diálogo intencionado. Esto permite que el espectador se quede más tiempo visualizando el video, algo que también mejora el algoritmo y tráfico que llega a la cuenta. Referencias en Tik Tok de un buen storytelling, grabación y proceso: https://vt.tiktok.com/ZSakbqr31/ https://vt.tiktok.com/ZSakbQjmA/ Los carruseles (serie de fotos en una misma publicación) con algo de texto también atraen al público. Tratar de no mezclar una cuenta profesional de arte con videos “graciosos” o hechos con inteligencia artificial, esto puede afectar al profesionalismo, la credibilidad y al algoritmo. Instagram: Los videos de Instagram han tenido un mayor alcance a comparación con Tik Tok, pues se presentan visualmente más limpios y atractivos. Se recomienda usar la misma imagen en TikTok ya que esta plataforma tiene la capacidad de llegar a muchas más personas. Implementar más el storytelling en los reels para mantener al espectador hasta el final. Tratar de subir todo tipo de contenido: proceso de obra, reflexión sobre obra y el producto final. Mejorar los “hooks” en los reels. Implementar la fotografía de obra a escala real: fotografiar la obra junto a una persona o en un
---	--	---

		mockup donde se pueda apreciar la medida real. Facebook: Facebook es una gran herramienta de conversión ya que es una plataforma en donde muchas personas con rango de edad mayor siguen utilizando como red preferencial. Normalmente son las personas que más consumen arte, por lo tanto, también es importante mantener esta red actualizada. Facebook tiene la ventaja de álbumes de foto, por lo que se recomienda cambiar las fotos sueltas por álbumes de colecciones.	
Publicaciones constantes y relevantes: ● Calendario de contenido regular (diario o semanal) para mantener tu perfil activo. ● Contenido que aporte valor: información, entretenimiento, inspiración, o solución de problemas para tu audiencia.	Tiktok: Existe una presencia más mensual que semanal, es decir, se suben de uno a dos videos semanalmente. El contenido principal dentro de su perfil es de obras en proceso. Predomina la velocidad, transiciones y clips cortos. Instagram: Mantiene publicaciones que aportan valor a su audiencia a través de contenido artístico, mostrando obras terminadas, procesos creativos y participación en exposiciones, lo que genera inspiración y	Tiktok: No se desarrolla contenido más variado que aporte valor más allá del proceso creativo, limitando su potencial de alcance. Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes. Sitio web: El contenido es actualizado de forma periódica.	Se recomienda implementar un calendario de contenido estructurado para todas las plataformas, especialmente en Instagram y TikTok, con el objetivo de mejorar la constancia y el alcance. Es importante diversificar el tipo de contenido, integrando no solo inspiración visual, sino también contenido educativo, narrativo y orientado a la conversión.

	conexión emocional. Facebook: Se publican contenidos relacionados con su obra y mensajes personales que refuerzan su identidad, con una menor frecuencia a diferencia de otras plataformas digitales. Sitio web: El valor se encuentra en la exhibición de su portafolio, el cual permite al usuario conocer su trabajo y propuesta artística.		
Uso de hashtags estratégicos: ● Usa hashtags relevantes y populares dentro de tu industria o nicho para mejorar el alcance de tus publicaciones. ● Crea un hashtag de marca propio para mejorar la visibilidad.	Tiktok: Emplea hashtags relacionados a fechas festivas, arte, el mensaje del día que comparte y con temáticas específicas. Instagram: Se utilizan hashtags relacionados con el arte, su disciplina y entorno galerías, lo que contribuye a mejorar el alcance. Facebook: Los hashtags son ocasionales en	Tiktok: Elementos presentes. Instagram: Elementos presentes. Facebook: Elementos presentes. Sitio web: No existen hashtags como tal. Se recomienda que las palabras clave utilizadas en otras redes sociales sean implementadas dentro del contenido del sitio, especialmente en encabezados y secciones estratégicas, con el fin de mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda y aumentar el tráfico orgánico.	Se recomienda desarrollar una estrategia de hashtags más estructurada, especialmente en Instagram y TikTok, combinando hashtags de alto alcance con otros más específicos del nicho artístico para mejorar la visibilidad.

	ciertas publicaciones, lo que indica una intención básica de posicionamiento. Sitio web: Elementos no presentes.		
Interacción con la comunidad: • Responde a comentarios y mensajes de manera rápida y amigable. • Participa en conversaciones y colabora con otros usuarios o influencers del sector.	Tiktok: La interacción es básica al responder algunos comentarios, generalmente de forma de agradecimiento. Instagram: La artista mantiene una interacción activa con su comunidad, respondiendo comentarios y reaccionando a ellos, lo que refleja cercanía y engagement con su audiencia. Facebook: Se observa una interacción limitada en algunas publicaciones.	Tiktok: Elemento presente. Instagram: Elemento presente. Facebook: La interacción es baja, ya que responde pocos comentarios y no participa activamente en conversaciones ni colaboraciones dentro de la plataforma.	Se recomienda fortalecer la interacción con la comunidad mediante respuestas más constantes y la generación activa de conversación, lo que permitirá que la audiencia se sienta más cercana, escuchada y cómoda al participar. En el sitio web, se sugiere integrar un canal de contacto más directo o dinámico que facilite la comunicación con potenciales clientes. Una interacción más estratégica y consistente contribuirá a consolidar una comunidad más comprometida y alineada con la propuesta artística de la autora.
Historias y contenido temporal (Stories): • Publica historias regulares con contenido atractivo, ofertas, detrás	Tiktok: Elemento no presente. Instagram: La artista utiliza historias para compartir contenido relacionado con	Tiktok: Elemento no presente. Instagram: No cuenta con historias dinámicas como encuestas, temas o preguntas que abren diálogo con su comunidad. Facebook:	Se recomienda integrar testimonios y experiencias reales de clientes como parte de la estrategia de contenido en todas las plataformas.

de cámaras o testimonios.	su proceso creativo y su día a día artístico, lo que aporta cercanía y autenticidad.	No se identifica que se esté aprovechando de reseñas como herramienta de confianza.	
• Usa encuestas, preguntas y stickers interactivos para fomentar la participación de los seguidores.	Facebook: Elemento no presente.		
Testimonios y reseñas de clientes: • Publica testimonios y opiniones de clientes satisfechos para generar confianza en los productos o servicios. • Comparte experiencias de usuarios reales que hayan utilizado tu producto o servicio.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista refuerza la credibilidad de su trabajo a través de su participación en exposiciones, colaboraciones con galerías y presencia en eventos artísticos, lo que funciona como una forma de validación social. Facebook: El contenido refleja su trabajo y experiencia a pesar de no presentarse de una manera estructurada, lo que contribuye parcialmente a su percepción profesional. Sitio web: Elementos no presentes.	Tiktok: Se recomienda realizar publicaciones enfocadas directamente en testimonios de clientes o experiencias de compradores. Instagram: La artista no publica ni empuja contenido específicamente sobre las reseñas de los clientes o galerías en las que ha trabajado anteriormente. Facebook: La artista no publica ni empuja contenido específicamente sobre las reseñas de los clientes o galerías en las que ha trabajado anteriormente. Sitio web: Elementos no presentes.	Se recomienda integrar testimonios y reseñas de clientes de forma explícita en las plataformas digitales, especialmente en Instagram y el sitio web, para fortalecer la credibilidad y generar mayor confianza en potenciales compradores. Es importante transformar la validación social actual en contenido estructurado que muestre experiencias reales de clientes, lo que puede influir directamente en la decisión de compra y reforzar el posicionamiento profesional de la artista.

Botones de compra directa o contacto: ● Configura botones de compra directa (si la plataforma lo permite) para facilitar las Transacciones. ● Incluye un botón de contacto fácil de acceder, como email o WhatsApp, para posibles consultas de ventas.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: La artista cuenta con dos enlaces en su perfil que permiten a los usuarios acceder fácilmente a su sitio web y a su página de Facebook, facilitando la navegación hacia otros puntos de contacto. Facebook: El perfil incluye botones de contacto como correo electrónico y mensajería directa, lo que permite a los interesados comunicarse de manera sencilla. Sitio web: Elementos no presentes.	Tiktok: Elementos no presentes. Instagram: Se pueden aprovechar mejor las herramientas de la plataforma, como la creación de highlights específicos que agrupen enlaces relevantes y faciliten el acceso a sus distintas plataformas digitales. Facebook: Se recomienda optimizar los botones de contacto para dirigir al usuario a una única ruta clara, preferentemente hacia el sitio web, centralizando la información y opciones de contacto. Sitio web: Elementos no presentes.	Se recomienda optimizar los canales de contacto y conversión en todas las plataformas, asegurando que el usuario tenga una ruta clara y directa para interactuar con la artista o realizar una compra. Es importante centralizar los enlaces en una sola dirección estratégica, fortalecer la presencia de botones de contacto visibles y aprovechar herramientas como enlaces en bio y llamados a la acción.
---	---	--	--

Tabla 18. *Valoración de redes sociales*, elaboración propia con datos de: Instagram, Facebook, Tiktok y sitio web Paula Toledo Art.

Otras sugerencias (sitio web):

- Incluir el catálogo actualizado de venta de obra.
- En la pestaña de artista se recomienda separar en secciones o párrafos la semblanza, el statement y las exposiciones (primero las individuales y luego las colectivas).
- Tratar de añadir fechas a las exposiciones y/o eventos.
- Mantener las exposiciones actualizadas, es decir, estar añadiéndolas conforme pasan.

7.7. Certificado de autenticidad de obra.

A continuación, se presenta el certificado de autenticidad original creado por la artista Paula Toledo. Este certificado es impreso en un papel texturizado especial y al ser entregada la obra, se sella en el espacio blanco con hoja de oro o plata. A pesar de ser un certificado ya asentado, el equipo PAP cree que el diseño de este no es el más fuerte visualmente por lo que se optó por proponer un nuevo diseño.

Imagen #25: *Certificado original de Paula Toledo*, elaborada por Paula Toledo.

A continuación, se muestra el nuevo certificado propuesto por el equipo PAP. Como se mencionó anteriormente, buscábamos realizar un certificado más atractivo y visualmente más grande, así como poco saturado de texto. Al final, se decidió no incluir la justificación de obra porque creemos que parte de la intención de adquirir una obra es porque al espectador/comprador se le permite colocar una sensibilidad y conexión propia. Fuera de esto, se respetó la ficha técnica completa.

Imagen #26: *Propuesta de certificado de autenticidad*, elaboración propia

7.8. Propuesta de intervención del espacio de exhibición.

Tomando en cuenta que el espacio de exhibición de tamaño chico para ARTBO en Colombia mide 4 x 3 metros y así mismo se tiene que dividir para dos artistas, Paula Toledo y artista dos, llegamos a la conclusión de que solo será posible exhibir tres obras por artista. Esto se debe a que Paula trabaja solamente con formatos medianos/grandes, es decir, por arriba de los 100 centímetros. En cuanto a selección de obra, el evento pide una curaduría previa, por lo que las piezas de ambos artistas deben tener un diálogo similar o que se complementen. Por lo tanto, creemos que la mejor opción para las piezas de Paula sería seleccionar las tres de una misma colección. Un ejemplo sería tres obras de la colección *Azul Profundo* que aún tenga disponible y tres de nuestro otro artista participante. Por último, también sería importante considerar un texto curatorial que fundamente y/o justifique las piezas seleccionadas.

Imagen #27: *Propuesta de montaje en ARTBO*, elaboración propia con imagen base de Chat GPT, 2026

7.9. Propuesta de relaciones públicas internacionales: folleto, infografía, tríptico del artista u otros archivos informativos.

A continuación, se presenta una propuesta de tríptico para su uso en relaciones públicas internacionales, también perfectas para formar parte en su debido espacio en ARTBO. A diferencia de un catálogo o carpeta de artista, el tríptico resume la información de nuestra artista, mencionando los puntos más importantes de su biografía y statement artístico para informar y presentar la obra de Paula. Así mismo, utilizamos el mismo estilo y tipografía que hemos estado trabajando en las propuestas de sus documentos profesionales con la intención de mantener la misma estética.

Imagen # 28: *Propuesta de tríptico*, elaboración propia

Cotización:

- Empresa: 360 imprimir
- Especificaciones: Carta (21,6 x 27,9 cm) | Couché Mate 90 g | Frente y Vuelta | Doble en U.
- Precios: 100 unidades = 38.68 c/u | 200 unidades = 15.70 c/u

Todos sus productos se cotizan, ordenan y pagan a través de su sitio web. <https://www.360imprimir.com.mx/folletos-tripticos-6?srsId=AfmBOorNfiWz1qe5xJOYdEnQPr2Saal4jclyFCFWPXF1xx9rfVKggGOB>

7.10. Propuesta para redes sociales

El proyecto COIL (Colaborative Online International Learning) representó una experiencia bastante distinta a cualquier otro proyecto que habíamos trabajado anteriormente, principalmente porque implicó colaborar con estudiantes de la carrera de artes visuales de la Universidad de San Andrés en Venezuela

dentro de un entorno completamente digital e internacional. El objetivo principal del proyecto fue desarrollar una propuesta de creación de contenido para la artista Paula Toledo, enfocándonos en la producción de dos reels cinematográficos para redes sociales que ayudaran a fortalecer su presencia digital y generar una conexión más emocional con su audiencia.

Más allá del resultado final, una de las partes más importantes del proyecto fue todo lo que implicó coordinarse entre equipos de distintos países. Aunque suena sencillo en teoría, en la práctica sí fue complicado lograr que todos permaneciéramos alineados en tiempos, ideas, revisiones y formas de trabajo. Hubo diferencias de horario, comunicación, organización y hasta en la manera en la que cada equipo entendía el proyecto, lo que provocó varios ajustes y cambios durante el proceso.

A pesar de todo, el proyecto COIL nos obligó a adaptarnos constantemente, a aprender a comunicarnos mejor y a encontrar formas de trabajar en equipo aun cuando no compartíamos el mismo espacio físico. También ayudó mucho a entender cómo funcionan proyectos internacionales reales, donde normalmente siempre existen cambios, retrasos, diferencias culturales o complicaciones operativas que se tienen que resolver sobre la marcha.

Como parte de la estrategia de posicionamiento digital y fortalecimiento de marca artística de Paula Toledo, se desarrollaron dos piezas audiovisuales en formato reel. La intención principal de estos videos fue generar una conexión más cercana y emocional con el público, mostrando no únicamente el resultado final de las obras y el proceso, sino también lo que existe detrás, lo que piensa, un poco de ella, etc.

Actualmente, las redes sociales de Paula se enfocan principalmente en mostrar fragmentos del proceso de pintura; sin embargo, buscamos su comunicación digital hacia un contenido más narrativo, artístico y emocional.

Video 1 — “Dentro de la Obra”

Concepto

El video busca que su público no solo observes la obra, sino que “entre” dentro de ella. A través de tomas que te inviten a ver el proceso de obra junto con una explicación.

Video 2 — “Proceso y emoción”

Concepto

Este video se enfoca más en la presencia humana detrás de la obra. El objetivo fue mostrar a Paula Toledo no solamente como artista, sino como persona

Redes sociales sugeridas

Instagram

Reel

TikTok

¿Qué buscamos?

- Diferenciar el contenido visual de Paula respecto a otros artistas. conexión
- Generar emocional con el público.
- Incrementar engagement en redes sociales.

Justificación

Actualmente, gran parte del contenido artístico en las redes sociales de Paula se limita a mostrar procesos rápidos o videos acelerados de pintura. En este caso, se buscó romper con ese formato tradicional y construir un video, donde el espectador pueda sentir cercanía con la obra y con la artista. Nuestros principales hallazgos es que existe una buena oportunidad para que Paula genere conexión con su público, por eso en estos videos buscamos comunicar una experiencia más íntima para su público.

Link Videos: https://drive.google.com/drive/folders/1qWpC3Ag8CxsloibjZy_15wZ7bA15jP6b

Capítulo 8. Análisis financiero de la misión comercial internacional (tablas).

El presente capítulo tiene como finalidad desarrollar una propuesta estratégica integral para la internacionalización del proyecto artístico de Paula Toledo, tomando como base los análisis realizados en los capítulos anteriores sobre el contexto del mercado, el perfil del consumidor, las dinámicas de las industrias culturales y las características del país destino. Se busca estructurar un plan de acción que permita no solo la inserción de la artista en el mercado colombiano, sino también su posicionamiento como una figura consolidada dentro del ámbito artístico internacional.

El capítulo abordará distintas líneas estratégicas orientadas a fortalecer su presencia en el extranjero, considerando aspectos clave como la selección de canales de exposición, la construcción de alianzas, la optimización de su presencia digital y la adaptación de su comunicación al perfil cultural del público objetivo. Se integrarán elementos de storytelling y diferenciación artística que permitan generar una conexión más profunda con el mercado, alineando su propuesta de valor con las expectativas y comportamientos del consumidor identificado.

8.1. Transportación.

El transporte internacional representa uno de los elementos más relevantes dentro de la planeación estratégica para la internacionalización del proyecto artístico de Paula Toledo, ya que no solo implica el traslado de la artista, sino también la posible movilización de obra, materiales y recursos necesarios para su participación en exposiciones o ferias en el extranjero. En este sentido, la elección del tipo de transporte debe considerar factores como costo, tiempo, seguridad, flexibilidad y viabilidad logística, buscando siempre un equilibrio entre eficiencia operativa y optimización de recursos.

Para el presente proyecto, se contempla el traslado desde Guadalajara, México, hacia Bogotá, Colombia, siendo el transporte aéreo la opción más viable debido a la distancia geográfica y la necesidad de garantizar tiempos adecuados para la participación en eventos previamente calendarizados. Asimismo, es importante considerar aspectos adicionales como políticas de equipaje, manejo de obra artística, escalas y condiciones de viaje que puedan impactar directamente en la experiencia y desempeño de la artista durante su estancia. Dentro de este contexto, se plantean tres escenarios de transporte que responden a distintos niveles de inversión:

Opción económica:

Para esta alternativa se consideraron vuelos con una o más escalas, generalmente operados por aerolíneas de bajo costo o mediante combinaciones de rutas que permitan reducir significativamente el precio del boleto. Si esta opción representa una ventaja en términos presupuestales, esta implica mayores tiempos de traslado, menor flexibilidad ante cambios o cancelaciones y en algunos casos restricciones en el equipaje, lo cual puede representar un reto si se requiere transportar materiales adicionales.

Imagen #29: *Propuesta y cotización de vuelos*, (Viva Aerobus, 2026)

La consulta se realizó el 23 de abril de 2026. Las fechas mostradas corresponden al rango más lejano disponible en la plataforma al momento de la búsqueda, debido a limitaciones del sistema de reservación.

Opción Económica - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$3,000
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,000
Total		\$5,000

Tabla 19. Opción Económica – Transporte, elaboración propia con datos de: Viva Aerobus (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Viva Aerobus (2026).

Opción media:

Los precios promedio están aproximadamente entre los 3mil a los 7mil pesos mexicanos en vuelos redondos, dependiendo del tipo de servicio, escalas y anticipación de compra. Esta opción contempla vuelos comerciales, operados por aerolíneas tradicionales que ofrecen un balance adecuado entre costo, comodidad y eficiencia. Este tipo de transporte permite reducir tiempos de traslado en comparación con la opción económica, además de que cuenta con mejores condiciones de equipaje y servicio al cliente.

Imagen #31: *Propuesta y cotización de vuelos*, captura de pantalla, (Copa Airlines, 2026)

Opción Media - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$5,000
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,250
Total		\$8,250

Tabla 20. Opción Media – Transporte, elaboración propia con datos de: Copa Airlines (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Copa Airlines (2026).

Opción alta:

La opción de mayor inversión considera vuelos con mayor nivel de comodidad, preferentemente con menor número de escalas o servicios premium, que incluyen beneficios como mayor espacio, flexibilidad en cambios, prioridad en abordaje y mejores condiciones para el transporte de equipaje especial.

Imagen #30: *Propuesta y cotización de vuelos*, captura de pantalla (Aeroméxico, 2026)

Opción Alta - Transporte		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Vuelo redondo	Vuelo con escala	\$7,800
Equipaje	Equipaje de mano y documentado	\$1,000
Transporte	Uber o taxi al aeropuerto en México y en Colombia	\$1,500
Total		\$10,300

Tabla 21. Opción Alta – Transporte, elaboración propia con datos de: Aeroméxico (2026).

Elaborado por Ismael Vázquez con base en cotizaciones de Aeroméxico (2026).

La selección del tipo de transporte deberá alinearse con los objetivos específicos del proyecto, el presupuesto disponible y el nivel de exigencia del evento que exige ARTBO. Una correcta planeación en este rubro no solo garantiza la movilidad eficiente, sino que también contribuye a minimizar riesgos y maximizar el aprovechamiento de la experiencia internacional.

8.2. Hospedaje.

El hospedaje en Bogotá es un factor clave dentro de la estrategia de internacionalización, ya que influye directamente en la seguridad, movilidad, networking y percepción profesional de la artista. Para este proyecto se priorizan zonas estrategias como Chapinero, Zona T y Parque de la 93, reconocidas por su

actividad cultural, oferta artística y nivel socioeconómico alto, lo que facilita el acceso a galerías, exposiciones y potenciales compradores.

Opción económica:

Una zona cultural, céntrica y conectada es la zona Chapinero, ahí se encuentran los hoteles Ibis Budget Bogotá Marly y Grace Chapinero. El precio es aproximadamente de \$1,000 pesos mexicanos la noche.

Imagen #31: Ibis Budget Bogotá Marly. (2026, abril 23)

Opción Económica - Hospedaje		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$5,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$6,000

Tabla 22. Opción Económica – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Ibis Budget Bogotá Marly (2026).

Opción media:

En esta opción representa el mejor equilibrio entre costo, comodidad y posicionamiento, se toman a considerar las zonas como parque 93 y zona T, ya que es una zona comercial, artística y cuenta con perfiles de alto poder adquisitivo. El precio promedio por noche ronda entre los \$1500 - \$2500 pesos mexicanos.

Imagen #32: Hotel Morrison 84. (2026, abril 23).

Usando un tipo de cambio promedio actual de aproximadamente 1 COP $\approx$ 0.0048 MXN el precio es de \$1,790 MXN por noche.

Opción Media - Hospedaje		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$10,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$11,000

Tabla 23. Opción Media – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Hotel Morrison 84 (2026).

Opción Alta:

Estos hoteles están enfocados en un perfil internacional y de alto nivel, lo que facilita el acceso a espacios de networking con coleccionistas, empresarios y actores clave del sector artístico. El precio por noche \$2,500 – \$5,000 MXN

Imagen #33: Four Seasons (2026, abril 23).

Opción Alta - Hospedaje		
Concepto	Descripción	Costo Estimado (MXM)
Hospedaje	Hotel (5-6 noches)	\$30,000
Transporte	Uber / Transporte	\$1,000
Total		\$31,000

Tabla 24. Opción Alta – Hospedaje, elaboración propia con datos de: Hotel Four Seasons (2026). La elección del hospedaje dependerá del presupuesto y del nivel de posicionamiento que se busque proyectar, mientras que la opción económica permite optimizar recursos manteniendo una ubicación estratégica, la opción media representa el mejor balance entre costo y presencia profesional. La opción alta está orientada a maximizar oportunidades de networking y reforzar una imagen alineada con un posicionamiento internacional consolidado.

8.3. Alimentación.

La alimentación durante la estancia en Bogotá representa un elemento importante dentro de la planeación del proyecto, ya que no solo implica el presupuesto sino también la experiencia cultural y las oportunidades de interacción social. De igual manera en puntos anteriores del capítulo se plantearán tres escenarios de consumo que respondan a distintos niveles de inversión, considerando restaurantes reales ubicados en zonas estratégicas como Chapinero, Zona T y Parque de la 93.

Opción económica:

Opción Económica - Alimentación	
Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$60 - \$120
Comida	\$120 - \$180
Cena	\$120 - \$180
Transporte	\$1,000
Total (5-6 días)	\$2,500 - \$3,500

Tabla 25. Opción Económica – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Crepes y Waffles, El Coral y La Puerta Falsa (2026).

Opción media:

Opción Media - Alimentación	
Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$120 - \$200
Comida	\$200 - \$350
Cena	\$250 - \$400
Transporte	\$1,000
Total (5-6 días)	\$4,600 - \$6,700

Tabla 26. Opción Media – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Andres DC, Central Cvicheria y BBC bodega (2026).

Opción alta:

Opción Media - Alimentación

Concepto	Costo Estimado (MXM)
Desayuno	\$200 - \$350
Comida	\$400 - \$800
Cena	\$600 - \$1,200
Transporte	\$1,200
Total (5-6 días)	\$7,200 - \$13,000

Tabla 27. Opción Alta – Alimentación, elaboración propia en base a base en cotizaciones promedio de Leo, Harry Sasson y El chato (2026).

La planeación de la alimentación para Paula no solo responde la necesidad básica durante el viaje, sino que también representa una oportunidad para complementar su experiencia en Colombia desde un enfoque más cercano y cultural. Considerar la alimentación como parte de su experiencia de viaje permite que Paulina no lo optimice sus recursos, sino que también enriquezca su visita a través de elementos cotidianos que forman parte de la identidad cultural del destino.

8.4. Costo del espacio físico.

Una vez aceptada la solicitud para exhibir el trabajo artístico de Paula Toledo en ARTBO, es necesario realizar una aportación monetaria para cubrir los gastos del servicio de montaje y la renta de stand. En este caso, por la categoría prevista para la inscripción de la artista, el cargo se realiza a la galería representante (Artisanía). El costo para las galerías depende de factores como los siguientes:

- Metros cuadrados del stand.
- Ubicación del stand en la feria.
- Sección (Proyectos, Editoriales, Antecámara, etc.)
- Galería (emergente o consolidada)
- Servicios incluidos (montaje, iluminación y difusión).

En el caso de ARTBO, los

organizadores solicitan cubrir una cota de participación que garantiza la presencia de la artista en la feria de arte. El costo de inscripción es de \$2,778 pesos mexicanos y cubre los gastos del servicio de montaje. El costo del espacio físico o la renta de stand, se determina según el evento cultural o artístico (feria o exposición temporal), el alcance (nacional o internacional) y el tipo de artistas o galerías que promueve (emergentes, con trayectoria o ambas).

Debido a la participación prevista de Paula Toledo para la edición 2027, la información de los costos para la renta de los espacios no se encuentra disponible en sus medios y plataformas informativas. Sin embargo, es importante considerar los siguientes aspectos implicados en el costo de la renta:

Aspectos a considerar	
Metros cuadrados del stand	12 mts cuadrados
Ubicación del stand en la feria	Confidencial
Sección	Para Galerías
Galería / artistas que representa	Con trayectoria

Tabla 28. Aspectos para considerar en la renta del stand, elaboración propia con datos de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Debido a la confidencialidad de la información solicitada para este apartado, únicamente se considerará la cuota de participación para la cotización de la misión internacional.

8.5. Seguros médicos.

Para la cotización del seguro médico, se consideraron 7 días de estancia en las fechas del 22 al 28 de febrero de 2027 con la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV). Los planes consideran las siguientes atenciones, beneficios y servicios:

- Total de asistencia.
- Atención médica por accidente.
- Atención médica por enfermedad (incluye COVID).
- Video consulta.
- Telemedicina.
- Línea de atención 24/7.
- Hospitalización.
- Medicamentos por atención ambulatoria.
- Medicamentos por hospitalización.
- Medicamentos por enfermedades preexistentes.

Opción económica.

El plan considera una cobertura de los siguientes atenciones, beneficios y servicios:

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$523.97
Atención médica por accidente	\$523.97
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$523.97
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$6,986.26
Medicamentos por hospitalización	\$8,732.83
Medicamentos por enfermedades preexistentes	x
Total	\$427

Tabla 29. *Opción económica para seguro médico*, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV) .

A diferencia de las siguientes opciones, este plan no incluye la cobertura de medicamentos por enfermedades y mantiene cobertura total en los servicios de video consulta, telemedicina, línea de atención 24/7 y hospitalización.

Opción media:

El plan considera una cobertura de los siguientes atenciones, beneficios y servicios:

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$1,746.57
Atención médica por accidente	\$349.31
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$349.31
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$8,732.83

Medicamentos por hospitalización	\$17.47
Medicamentos por enfermedades preexistentes	\$2,619.85
Total	\$549

Tabla 30. *Opción media de seguro médico*, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV).

Este plan. mantiene cobertura total en los servicios de video consulta, telemedicinas, línea de atención 24/7 y hospitalización.

Opción alta:

El plan considera una cobertura de los siguientes atenciones, beneficios y servicios:

Plan	Cobertura
Total de asistencia	\$3,493.13
Atención médica por accidente	\$1,746.57
Atención médica por enfermedad (incluye COVID)	\$1,746.57
Video consulta.	Cobertura total
Telemedicina.	Cobertura total
Línea de atención 24/7	Cobertura total
Hospitalización	Cobertura total
Medicamentos por atención ambulatoria	\$17.47
Medicamentos por hospitalización	\$34.93
Medicamentos por enfermedades preexistentes	\$3,493. 13
Total	\$895

Tabla 31. *Opción alta de seguro médico*, elaboración propia con datos de la aseguradora Seguro Para Viajes (SPV)

Este plan, mantiene cobertura total en los servicios de video consulta, telemedicinas, línea de atención 24/7 y hospitalización. Esta es la opción con mayor cobertura para gastos médicos.

8.6. Gastos de representación.

Para las relaciones públicas internacionales de Paula Toledo, se consideró un diseño compacto que visibilizara su propuesta artística e integrara una síntesis de su trayectoria profesional. La elección del tríptico como recurso estratégico, favorece la difusión inmediata y contribuye para ampliar su alcance.

Considerando el alcance social, la durabilidad de la feria y los gastos de otros artículos promocionales, se imprimirán 100 unidades con las siguientes especificaciones;

Especificaciones	
Tamaño	Carta (21, 6 x 27, 9 cm)
CMYK/ B&W	CMYK
Tipo de papel	Couché mate
Gramaje	90 gr
Lateral	Reverso y vuelta
Total	\$ 38. 68 MXN c/u = \$3,868 MXN

Tabla 32. *Especificaciones para los gastos de representación*, elaboración propia con datos de la imprenta 360 imprimir.

El costo total por las 100 unidades es de \$3,68 pesos mexicanos cada uno, con un total de \$3,868 por todos. En caso de realizar cualquier cambio deseado para las especificaciones de la impresión, es posible consultar en el siguiente enlace:

<https://www.360imprimir.com.mx/folletos-tripticos-6?srsId=AfmBOorNfiWz1qe5xJOYdEnQPr2Saal4jclyFCFWPXFlxx9rfVKggGOB>

8.7. Gastos de artículos promocionales.

La siguiente información presenta el costo total derivado de los precios unitarios correspondientes a los artículos promocionales seleccionados y la impresión individual.

Artículo promocional	Costo unitario del artículo	Costo unitario de la impresión
Tote bags	\$15.23	\$15.00
Playeras	\$42.17	\$29.00
Table Books	\$30.72	\$34.00
Total	\$88.12	\$78.00

Tabla 33. *Costos unitarios*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales. La siguiente tabla presenta el total de los costos unitarios y el costo total de la impresión individual.

Artículos promocionales	Costo total
Tote bags	\$30.23
Playeras	\$71.17
Table books	\$64.72
Total	\$166.12

Tabla 34. *Costo de impresión individual*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales.

Para cada artículo se consideró la producción de 50 unidades. La siguiente tabla, presenta el costo total de la producción de los artículos promocionales.

Artículos promocionales	Costo por 50 unidades
Tote bags	\$1,511.5
Playeras	\$3,236
Table books	\$3,558.5
Total	\$8,306

Tabla 35. *Costo total de la producción de los artículos promocionales*, elaboración propia con datos de la empresa Smart Promocionales.

8.8. Gastos de la misión internacional.

La siguiente tabla presenta los costos de la misión internacional estructurado en tres categorías: económico, medio y alto:

Caracteres de la misión internacional	Opción económica	Opción media	Opción alta
Transporte	\$5,000	\$8, 250	\$10, 300

Hospedaje	\$6,000	\$11,000	\$31,000
Alimentación	\$3,500	\$6,700	\$13,000
Costo del espacio físico	\$2,778	\$2,778	\$2,778
Seguros médicos	\$427	\$549	\$895
Planeacion logística y aduanera	\$73,200	\$73,200	\$73,200
Gastos de representación	\$3,800	\$3,800	\$3,800
Gastos de artículos promocionales	\$8,306	\$8,306	\$8,306
Total	\$103,011	\$114, 583	\$123, 279

Tabla 36. *Costos de la misión internacional*, elaboración propia con datos de Viva Aerobús, Copa Airlines, Aeroméxico, Ibis Budget Bogotá Marly, Hotel Morrison, Hotel Four Season, Crepes y waffles: El Coral y La Puerta Falsa, Andrés DC, Central Cevichería, BBC bodega, Harry Season, El Chato, Cámara de Comercio de Bogotá, Seguro Para Viajes (SPV), 360 imprimir y Smart Promocionales

Esta organización presupuestaria, se muestra con el fin de ofrecer un panorama comparativo que le permita a la artista Paula Toledo y a la galería representante Artisanía, evaluar distintas opciones en función de sus necesidades, acuerdos y posibilidades financieras.

Capítulo 9. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias, bienales y misiones internacionales.

Parte de ser una artista consolidada que próximamente expondrá su obra en espacios internacionales, también es entender que estás representando a tu estado y país, en este caso a México. Nuestro país cuenta con una variedad de programas artísticos que tienen el objetivo y necesidad de mantener la herencia e identidad cultural que aún se desarrolla. Es así como nacen entonces las becas, los sistemas de apoyo, las fundaciones, etc.

9.1. Apoyos federales.

Los principales apoyos federales para artistas, gestionados por la Secretaría de Cultura, incluyen la beca de Jóvenes Creadores, el Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico (PECDA), el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), el Sistema Nacional de Creadores de Arte (SNCA), entre otros. Estos funcionan a través de convocatorias, además de que cada uno cuenta con sus propios requisitos y cantidad de apoyo económico.

PECDA:

El Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico es una iniciativa gubernamental que busca impulsar el desarrollo y continua creación de cultura mediante salidas artísticas. Este apoyo se da a través de lo económico, más concretamente, entre \$30, 000 y \$100, 000 pesos de apoyo con una duración de entre 6 a 12 meses, pero esto puede depender del estado y categoría en la que se aplica. Las convocatorias de este estímulo son anuales, entre febrero y julio, con las bases y registros publicados en la página de gobierno (Jalisco, s. f.-b):

<https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/convocatorias-cerradas/pecda-jalisco-2025>

FONCA:

El Fondo Nacional para la Cultura y las Artes es una institución que tiene como objetivo proporcionar becas y financiamientos a artistas y/o creadores mexicanos con el fin de continuar con el desarrollo de producciones culturales. Al igual que el PECDA, este estímulo funciona a través de convocatorias anuales, con registros de enero a abril. El monto varía dependiendo de la categoría a aplicar, por ejemplo, Jóvenes Creadores reciben aproximadamente \$10,000 pesos mensuales por un año. Todos los

requisitos, fechas y especificaciones se pueden encontrar en su página web (Challenge Validation, s. f.): <https://fonca.cultura.gob.mx/>

SNCA:

El Sistema Nacional de Creadores de Arte es otro programa de becas dedicada a la creación, considerara la más prestigiosa de todas en México. A diferencia de las anteriores, esta financia proyectos hasta por tres años con el objetivo de permitir a los artistas/creadores dedicarle más tiempo a sus trabajos. Se considera este estímulo como un pilar para la fomentación del patrimonio cultural mexicano. El SNCA podría ser el más apto para Paula, ya que entre los requisitos se pide una mayoría de edad arriba de los 35 años además de tener una trayectoria consolidada y probada (Sistema Nacional de Creadores de Artes 2026, s. f.).

<https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/convocatorias/detalle/4056/sistema-nacional-de-creadores-de-artes-2026>

9.2. Programa nacional de eventos internacionales.

De igual manera, existen varios programas que apoyan la circulación de arte mexicano en tierras internacionales como sería en el caso de ferias, exposiciones, residencias, etc. El programa principal es el Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC) que financia especialmente los viajes de artista, es decir, transporte y en algunas ocasiones también viáticos. También, la Secretaría de Cultura, junto con la Secretaría de Relaciones Exteriores, seleccionan artistas para representar a México en eventos internacionales como Bienales.

SACPC:

El Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales es un estímulo que da continuidad al FONCA, que tiene como objetivo promover las instancias artísticas-culturales. Ayuda a los artistas con gastos de viajes, especialmente en programas de residencias artísticas. Además, ofrece un seguro de viaje, tanto nacional como internacional. De igual manera, el monto económico dependerá de la categoría a la que se aplique, pero puede variar entre los \$10, 000 y los \$30,000 pesos mensuales (Sistema de Apoyos A la Creación y Proyectos Culturales (SACPC), 2021).

<https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/>

Secretaría de Cultura + Relaciones Exteriores:

Cuando se trata de eventos internacionales importantes, como el caso de la Bienal de Venecia, las dinámicas no funcionan a través de convocatorias, sino a través de selección, empezando por un equipo curatorial. Consiguientemente, es este equipo quien hace la selección de artistas como representantes de México. Ahí es donde ya entra la Secretaría de Cultura y Relaciones Exteriores con lo económico para que esta aparición suceda. También es importante mencionar que durante la selección de artistas se busca que hayan ganado estímulos como el PECDA o el SACPC, ya que estos aportan o aportaron a la visibilidad del artista (Pabellón de México En la Muestra Internacional de Arte de la Bienal de Venecia, s. f.).

9.3. Programas internacionales de apoyo.

Los programas internacionales de apoyo, principalmente conformados por organismos multilaterales, grupos privados o de gobierno, buscan promover la movilidad del arte y sus diferentes disciplinas. Uno de los programas clave es la UNESCO y su programa Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (IFCD), el cual busca apoyar proyectos creativos y de impacto (Fondo Internacional Para la Diversidad Cultural, 2026). También está la Fundación Ama Amoedo que ofrece becas de hasta diez mil dólares por promover y preservar el trabajo de artistas latinoamericanos (Fundación Ama Amoedo, s. f.).

IFCD:

El Fondo Internacional para la Diversidad Cultural es un programa creado por la UNESCO que apoya entidades artísticas y culturales con la tarea de seguir desarrollando este tipo de industrias. Áreas como el cine, artes escénicas, visuales, audiovisuales, diseño, música y edición, entran como prospectos de apoyo. El programa ofrece hasta \$100,000 dólares por proyecto, los cuales deben de realizarse en un periodo de uno a dos años. De igual manera, para formar parte del IFCD, se debe realizar un registro dentro

de la convocatoria establecida (Pabellón de México En la Muestra Internacional de Arte de la Bienal de Venecia, s. f.).

<https://www.unesco.org/creativity/es/international-fund-cultural-diversity>

Fundación Ama Amoedo:

La Fundación Ama Amoedo, organización sin fines de lucro fundada por la mecenas y coleccionista Amalia Amoedo, está dedicada a artistas o colectivos que trabajen con proyectos que aporten a sus trayectorias como artistas. La fundación asigna 4 becas de \$10, 000 dólares con una duración de un año (Fundación Ama Amoedo, s. f.-b).

<https://fundacionamaamoedo.org/index.php/es>

9.4. Apoyos estatales

En Jalisco, estado originario de nuestra artista, ofrece diversos apoyos como es el caso del PECDA Jalisco, el cual abre convocatorias cada año. Proyecto Producción también es una muy buena opción cuando se habla de traslados y producción en general (Jalisco, s. f.). Existen otros apoyos dentro de Jalisco, pero sin duda alguna estos dos anteriores son los más aptos y profesionales para el proyecto Paula Toledo.

Proyecto Producción:

Proyecto Producción es un programa manejado por el Gobierno de Jalisco y ejecutado por la Secretaría de Cultura que ofrece apoyos económicos a artistas, creadores, productoras, promotoras y gestores culturales con el fin de promover y mantener el desarrollo cultural. El programa ofrece hasta \$150, 000 pesos al año por proyecto a personas que residan en Jalisco y que cumplan los requisitos de elegibilidad (Jalisco, s. f.-c).

<https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/convocatorias-activas-2025/convocatoria-proyecto-produccion>

9.5. Referencias

- Aeroméxico. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.aeromexico.com>
- Agencia Nacional de Aduanas de México. (2024). *Aspectos aduaneros y fiscales: clasificación arancelaria y peso cargable*. ANAM. <https://www.anam.gob.mx>
- Agencia Nacional de Aduanas de México. (2024). *Aspectos aduaneros y fiscales a considerar para realizar importaciones y exportaciones*. ANAM. <https://www.anam.gob.mx/aspectos-aduaneros-y-fiscales-a-considerar-para-realizar-importaciones/>
- ARTBO. (s.f.). *Feria Internacional de Arte de Bogotá*. Recuperado de: <https://www.artbo.co>
- Artículos promocionales México | Promociona tu marca hoy. (s. f.). <https://smartpromocionales.com/>
- Artsper. (s.f.). *Artsper*. Recuperado de <https://www.artsper.com>
- Badawi, H. (2016). Una veintena de coleccionistas colombianos transitando hacia lo público. ARTEINFORMADO. <https://www.arteinformado.com/magazine/n/una-veintena-de-coleccionistas-colombianos-transitando-hacia-lo-publico-5241>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *Economía naranja: creatividad y cultura como motores de desarrollo*. Recuperado de <https://www.iadb.org/es/sectores/creatividad-y-cultura>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Arte y violencia en Colombia desde 1948*. Recuperado de <https://www.banrepcultural.org>
- Barcú. (s.f.). *Barcú Feria Internacional de Arte Contemporáneo*. Recuperado de <https://barcu.com>
- Bardou, V. (2024, 4 septiembre). Los beneficios de invertir en arte. Vincent Bardou. <https://www.vincentbardou.com/es/post/los-beneficios-de-invertir-en-arte>

- BBVA Research. (2019). Perfilamiento del consumidor colombiano. Situación Consumo. BBVA Research con datos del DANE-ENPH. “Bogotá es la ciudad-región con mayor ingreso promedio por hogar” (p. 29). Recuperado de: <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2019/04/SituacionConsumo.pdf>
- Bogotá Actions. *Bogotá Actions*. Recuperado de <https://www.bogotaauctions.com>
- Bruin, L. (2017, junio 17). Hofstede’s Cultural Dimensions EXPLAINED with EXAMPLES. B2U - Business-to-you.com; Business-to-you. <https://www.business-to-you.com/hofstedes-cultural-dimensions/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Reglamento de participación ARTBO Feria*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículos 113 al 118: Exportaciones temporales de mercancías nacionales o nacionalizadas*. <https://mexico.justia.com/federales/leyes/ley-aduanera/titulo-cuarto/capitulo-iii/seccion-segunda/>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2009). *Código Fiscal de la Federación — Artículo 32-D*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CFF.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículo 86-A: Cuenta aduanera de garantía*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera — Artículo 36-A: Documentos que deben transmitirse en exportación*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2026). *ARTBO Feria Internacional de Arte de Bogotá — 22.ª edición, 24 al 27 de septiembre de 2026*. Programa ARTBO. <https://www.artbo.co/en/noticias/2026/applications-for-artbo-international-art-fair-2026-are-open>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita — Artículo 17, fracción XIV (operaciones vulnerables)*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPIORPI.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2025). *Convocatoria para galerías ARTBO*. Recuperado de: <https://www.bogota.gov.co>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2026). *ARTBO Feria Internacional de Arte de Bogotá — 22.ª edición, 24 al 27 de septiembre de 2026*. Programa ARTBO. <https://www.artbo.co/en/noticias/2026/applications-for-artbo-international-art-fair-2026-are-open>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita — Artículo 17, fracción XIV (operaciones vulnerables)*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPIORPI.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. *ARTBO: Feria Internacional de Arte de Bogotá*. Recuperado el 23 de abril de 2026, de <https://www.artbo.co>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *ARTBO: Programa de artes*. Recuperado de <https://www.artbo.co>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Aduanera*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LeyAdu.pdf>
- Cámara Internacional de Comercio. (2020). *Incoterms® 2020: ICC rules for the use of domestic and international trade terms*. ICC Publishing.
- Challenge validation. (s. f.). <https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/fondo-nacional-para-la-cultura-y-las-artes-fonca>

- Chloetejada. (2025, 7 mayo). Investing in art: What to know about turning a passion into a purposeful wealth strategy. RBC Wealth Management. <https://www.rbcwealthmanagement.com/en-us/insights/is-artwork-a-wise-investment>
- Copa Airlines. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.copaair.com>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2019). *Decreto 1165 de 2019 — Estatuto Aduanero de Colombia*. DIAN. <https://www.dian.gov.co>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2021). *Oficio 908060 de 2021 — Salida de obras de arte, partidas 9701, 9702 y 9703*. Compilación Jurídica DIAN. https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio_dian_908060_2021.htm
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. (2021). *Decreto 360 de 2021 — Modificación al Decreto 1165 de 2019, Estatuto Aduanero*. DIAN.
- European Environment Agency. (2023). *Aviation and climate change — Sustainable Aviation Fuels (SAF)*. EEA. <https://www.eea.europa.eu>
- El Informador. (2023, marzo 24). Exposiciones: Las galerías en Guadalajara brindan mejores apoyos y servicios para artistas y coleccionistas. <https://www.informador.mx/Exposiciones-Las-galerias-en-Guadalajara-brindan-mejores-apoyos-y-servicios-para-artistas-y-coleccionistas-l202303230001.html>
- Firma de Arte. (s.f.). *Firma de Arte*. Recuperado de <https://firmadearte.com>
- Fondo Internacional para la Diversidad Cultural. (2026, 20 abril). Diversidad de las Expresiones Culturales. <https://www.unesco.org/creativity/es/international-fund-cultural-diversity>
- Four Seasons (2026, abril 23). Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. www.fourseasons.com/bogota/
- Fundación Ama Amoedo. (s. f.). Fundación Ama Amoedo. <https://fundacionamaamoedo.org/index.php/es/grants>
- Fundación Ama Amoedo. (s. f.-b). Fundación Ama Amoedo. <https://fundacionamaamoedo.org/index.php/es>
- Fundar, Centro de Análisis e Investigación. (2025, diciembre 4). ¿Qué nos dice la Cuenta Satélite de la Cultura de México 2024? <https://fundar.org.mx/que-nos-dice-la-cuenta-satelite-de-la-cultura-de-mexico-2024/>
- Galería El Museo. (s.f.). *Galería El Museo*. Recuperado de <https://galeriaelmuseo.com>
- Galería La Cometa. (s.f.). *La Cometa*. Recuperado de <https://www.lacometa.com>
- Hernández, E. A. (2022). Mercado de arte en México: una década de cambio. Cubo Blanco. <https://www.cuboblanco.org/revista/mercado-del-arte>
- Henco Global. (2026). *Cotización de servicios logísticos internacionales para embarque aéreo GDL-BOG* [Cotización en proceso]. Henco Global S.A. de C.V.
- Hotel Morrison 84. (2026, abril 23). Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <http://www.hotelmorrison84.com/>
- Ibis budget Bogota Marly. (2026, abril 23). *Tarifas de hospedaje para 5 noches en Bogotá, Colombia* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://all.accor.com>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2023. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2025). Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2024. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=9826>

- Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. (s.f.). *Aviso de importación y exportación de obra artística de los siglos XX y XXI*. Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM). https://tramites.inba.gob.mx/INBA_04_001.html
- Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. (s.f.). *Requisitos — Aviso de importación y exportación de obra artística siglos XX y XXI*. VUCEM. <https://www.ventanillaunica.gob.mx/Beta/TramitesyRequisitos/INBA/VUCEM013030>
- International Air Transport Association. (2024). *IATA Dangerous Goods Regulations & Air Cargo Tariff (TACT) — Chargeable weight calculation*. IATA.
- Jalisco. (s. f.). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/etiquetas/proyecto-produccion>
- Jalisco. (s. f.-b). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias>
- Jalisco. (s. f.-c). Secretaría de Cultura. <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/convocatorias-activas-2025/convocatoria-proyecto-produccion>
- Pabellón de México en la Muestra Internacional de Arte de la Bienal de Venecia. (s. f.). Secretaría de Cultura/Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=convocatoria&table_id=1221#:~:text=Las%20personas%20interesadas%20en%20participar,de%20hasta%20tres%20artistas%20visuales.
- Procolombia. (s.f.). *Acuerdos comerciales de Colombia — Alianza del Pacífico*. <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/acuerdos-comerciales-colombia-exportadores>
- Procolombia. (s.f.). *Acuerdos comerciales vigentes Colombia*. <https://procolombia.co>
- Paula Toledo Art - Portafolio. (s. f.). <https://www.paulatoledoart.com/portafolio/completo>
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Arte Frausto. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=271
- Secretaría de Cultura. (2023). Galería Tiro al Blanco. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=1029
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Vértice. Sistema de Información Cultural. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=76
- Secretaría de Cultura. (s.f.). Galería Páramo. Sistema de Información Cultural. https://sic.gob.mx/ficha.php?table=galeria&table_id=1568
- Secretaría de Economía. (2024). *Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (TIGIE)*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (s.f.). *Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM)*. Gobierno de México. <https://www.ventanillaunica.gob.mx>
- Servicio de Administración Tributaria. (2024). *Reglas Generales de Comercio Exterior 2024 — Anexo 22. SAT*. <https://www.sat.gob.mx>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2025). *Ley Federal de Derechos 2025 — Tarifas para exportación temporal de monumentos artísticos*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFD.pdf>
- Secretaría de Economía. (2024). *Comercio exterior — Países con tratados y acuerdos firmados con México*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>
- Secretaría de Economía. (2025). Decisión No. 122 de la Comisión Administradora del TLC México-Colombia. Diario Oficial de la Federación. <https://idconline.mx/comercio-exterior/2025/02/25/de-que-trata-la-decision-no-122-del-tlc-mexico-colombia>

- Servicio de Administración Tributaria. (2025). *Portal de trámites y servicios — Artículo 25 Ley del IVA: Importaciones temporales de obras de arte*. <https://www.sat.gob.mx/articulo/03021/articulo-25>
- Secretaría de Economía. (2025). *Decisión No. 122 de la Comisión Administradora del TLC México-Colombia*. Diario Oficial de la Federación. <https://idconline.mx/comercio-exterior/2025/02/25/de-que-trata-la-decision-no-122-del-tlc-mexico-colombia>
- Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC). (2021). Enciplopedia de la Literatura En México. Recuperado 24 de abril de 2026, de <https://www.elem.mx/institucion/datos/3936>
- Sistema Nacional de Creadores de Artes 2026. (s. f.). <https://sistemacreacion.cultura.gob.mx/convocatorias/detalle/4056/sistema-nacional-de-creadores-de-artes-2026>
- Sistema de Información Arancelaria vía Internet — SIICEX CAAREM. (s.f.). *Fracción arancelaria 9701.91.01.00 — Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano*. <http://www.siicex-caaarem.org.mx>
- Tlc.gov.co. (1995). *Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia (TLC G-2)*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-los-estados-unidos>
- The Culture Factor (2026, abril 25). Gain a competitive edge with the culture factor [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.theculturefactor.com/>
- TX-347 Bolsa Kasern. (s. f.-b). MLM Productos. <https://mlmproductos.com/catalogo/detalles.php?codigo=TX-347&cat=CAT0006>
- UNESCO. (s.f.). *Industrias culturales y creativas*. Recuperado el 23 de abril de 2026, de <https://www.unesco.org/es/culture/creative-industries>
- UNESCO. (2025). Primer Informe Mundial sobre Políticas Culturales. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://www.unesco.org/es/culture/creative-industries>
- Villafañe, M. (2025, 21 octubre). ¿El Arte puede proteger tu dinero de la inflación? Artvia. <https://artvia.com/el-arte-puede-proteger-tu-dinero-de-la-inflacion/>
- Viva Aerobus. (2026, abril 23). *Opciones de vuelo de Guadalajara (GDL) a Bogotá (BOG) para fechas del 22 al 28 de febrero de 2027* [Captura de pantalla de Ismael Vázquez]. <https://www.vivaerobus.com>

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.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Ismael Vázquez Meza, Licenciatura en Negocios y Mercados Digitales:

Trabajar con Paula me permitió cambiar mi perspectiva sobre la manera en que se construye el valor en general, y más en el sector artístico. Antes de este proyecto, veía el telendo como uno de los factores más importantes para generar valor, pero al involucrarme en este proceso entendí que el talento por sí solo no garantiza crecimiento, visibilidad ni sostenibilidad. En el caso de Paula Toledo fue evidente que, aunque existe una propuesta artística sólida y con valor, eso no es suficiente si no se acompaña de una estructura estratégica que permita posicionarla, comunicarla y proyectarla de manera correcta, esta experiencia me hizo reafirmar que no importa que tan bueno sea un producto, servicio o propuesta sino existe una estrategia clara que lo haga visible y comprensible para los demás.

A nivel personal siempre me ha parecido admirable la idea de vivir del arte, pero también que hacerlo implica enfrentar retos mucho más complejos de lo que normalmente se percibe. Comprendí que no solo se trata de crear, sino de aprender a estructurar, gestionar y sostener una propuesta dentro de un sistema que muchas veces exige validación externa y procesos que no siempre favorecen al artista. Desde una postura ética, esto me llevo a reflexionar sobre cómo muchas veces el problema no está en la calidad del trabajo, sino en la falta de herramientas, estructura y acompañamiento para convertir valor en crecimiento real.

Como estrategia digital, esta experiencia reforzó mi idea de que toda profesión necesita estructura, medición y optimización para crecer de manera sostenible, también me hizo ver que la mercadotecnia no solo sirve para vender, sino para dar claridad, dirección y orden a proyectos con valor que muchas veces no logran crecer por falta de estrategia. Más allá del arte, este proyecto me confirmó que existe una necesidad real de profesionalización y digitalización en muchos sectores, y que parte del valor de nuestra profesión esta precisamente en construir esos sistemas que permiten que una propuesta pueda crecer, sostenerse y proyectarse a futuro.

Florencia Arciniega López, Licenciatura en Arte y Creación:

Como constante partícipe e integrante de las artes y la cultura, realizar este proyecto no como artista sino como una agente temporal de Paula Toledo, pude darme cuenta de las dificultades que artistas consolidadas como Paula, aún enfrentan. Lo más triste de esto no es solo la falta de participación e interés por los locales en la cultura, sino también de la aún existente deslegitimación contra mujeres artistas. Sin embargo, y algo que me enorgulleció mucho de Paula es que no se dejó parar por las adversidades que se le imponían. Además, a lo largo de su trayectoria también la apoyaron muchas mujeres dentro del ámbito como sería el caso de las galeristas Mimi Mendoza y Magda Moreno. La artista ha podido construir el valor sobre su obra, ha encontrado y sigue en constante búsqueda de personas que admiren y dialoguen con tu trabajo, se ha vuelto agente de su país y de Finlandia y, además, no solo ve por ella, sino también por el otro a través de fundaciones. Esto es ser una artista de verdad, que, a través de la creación, ha sabido expandirse y ayudar al prójimo a pesar de las dificultades.

Añadiendo a esto, admiro mucho que Paula haya logrado vivir de su sueño además de que ella ya no es simplemente una persona sino una marca. A través de estrategias y la constante presencia en redes sociales, la artista ha logrado una gran exposición, atrayendo así un mercado favorecedor. Personalmente, yo como artista emergente, siento un gran honor poder haber trabajado a la par de una artista como Paula y haber podido aprender más sobre el mercado a través de su trabajo. Colaborar con Paula me hizo darme cuenta de que nadie está exento a los problemas que la cultura y el mundo del arte tienen. Aprendí que, si yo también quiero seguir adelante en esta misma carrera, es importante distinguir entre lo que yo quiero llegar y a lo que los demás quieren que yo llegue. El mundo del arte no está libre de críticas ni de constantes competencias, y es justo algo que se debe tener presente, pero tampoco debe de ser algo que rija las metas propias.

Tamara Itzel Gutiérrez Saucedo, Licenciatura en Arte y Creación:

Inicialmente mi formación contemporánea generó una tensión con la preparación autodidacta de la artista Paula Toledo, pues buscaba discursos despersonalizados y justificaciones académicas que visibilizaran un compromiso social. Por el contrario, la obra de Paula Toledo genera este compromiso sin la necesidad de despersonalizar sus discursos e incluir complejas teorías sociales. Sin embargo, trabajando en el proceso de logística para la internacionalización de la artista a Colombia, me percate de esta y otras crisis que enfrenta el arte plástico en pleno auge de los contextos moderno- contemporáneos. A pesar de las complicaciones que enfrentan los artistas plásticos, Paula Toledo ha logrado fortalecer su carrera profesional.

Esta experiencia, también contribuyó en el desarrollo de mi carrera profesional, pues buscando soluciones para las problemáticas que se anteponían, lograba identificar área de mejora en el trabajo de ambas, el de Paula y el mío. Tener acercamiento con Paula, me motivó para continuar fortaleciendo mi carrera como artista plástica, mejorar cuestiones de logística y desarrollar mis propias estrategias de visibilidad. No me queda más que expresar un profundo agradecimiento por permitirnos aprender de ella y acompañarla en el crecimiento de su carrera profesional.

Juan Álvaro Espinosa Corona, Licenciatura en Negocios y Mercados Digitales:

Este proyecto me ayudó bastante a sensibilizarme en el sentido de las realidades que hay en el detrás del sentido artístico. Yo usualmente voy a galerías, ferias, eventos, etc. Sin embargo me toca ver el producto o galería terminado y montado. Es importante tomar en cuenta todo lo que involucra y todo lo que hay detrás, sin embargo, al involucrarme más de cerca con el proyecto de Paula Toledo, entendí que detrás de todo eso existe muchísimo trabajo, presión, planeación y hasta incertidumbre.

También algo que me llamó mucho la atención en el tema artístico es que puede haber mucho talento sin embargo eso no lo es todo, es importante la planeación, estrategia, conexiones, etc. También me hizo cambiar un poco mi percepción sobre el arte como industria. Antes lo veía más desde un lado creativo, pero la verdad entiendo que también existe toda una estructura de negocio detrás, que costos, transportación, seguros, exposiciones, comercialización, posicionamiento de marca y relaciones públicas. Me hizo entender que un artista también termina siendo, de cierta forma, un emprendedor que necesita tomar decisiones estratégicas.

3.2 Aprendizajes logrados

Ismael Vázquez Meza, Licenciatura en Negocios y Mercados Digitales:

Este proyecto de aplicación profesional me permitió desarrollar aprendizajes importantes tanto a nivel profesional como personal, principalmente en la manera en que abordo, analizo y estructuro una propuesta. Uno de los aprendizajes más importantes que me dejó este proceso fue fortalecer mi capacidad para aterrizar ideas de manera estratégica, entendiendo que una propuesta creativa necesita estructura, análisis y dirección para convertirse en algo funcional y alineado con objetivos reales.

Uno de los retos más importantes durante el desarrollo del proyecto fue traducir una propuesta artística y creativa en una estrategia concreta, medible y alineada con las metas de la artista. Este proceso me exigió pensar con mayor profundidad, cuestionar mejor la información y asegurar que cada recomendación tuviera

una razón más clara detrás, fue en este proceso donde confirmé que tengo la capacidad de estructurar ideas de manera más precisa, investigar con mayor criterio y analizar mejor el contexto para tomar decisiones más acertadas, también me permitió reconocer que tengo una mayor capacidad de análisis de la que consideraba, especialmente al momento de identificar oportunidades, ordenar información y construir una propuesta con lógica estratégica.

A nivel personal, este proyecto me dejó una perspectiva más amplia sobre el valor del trabajo creativo y sobre las realidades que enfrentan quienes viven del arte, me permitió desarrollar mayor empatía, entender otros contextos profesionales y valorar con más profundidad el trabajo artístico como una práctica que también requiere estrategia, estructura y sostenibilidad.

Florencia, Licenciatura en Arte y Creación:

Una vez concluido el proyecto PAP, y dentro de mis logros personales, aprendí sobre la exigencia y el profesionalismo que trabajos como este requieren. Siento que fui capaz de mantenerme día a día con todos los requerimientos a completar, algo que me impulsó mucho, haciéndome creer en mis propias capacidades como nuevo individuo en el mundo profesional. Desde principios de semestre, mi objetivo fue mantener una constancia y compromiso con el proyecto y la artista, además de respetar todo el esfuerzo que los docentes participantes también estaban presentando. Aprendí mucho sobre los retos entre sociedad y arte como también de las estrategias que pueden facilitar este tipo de situaciones, la misma artista fue un gran ejemplo de esto.

En cuanto a las competencias o retos disciplinares, pude darme cuenta de la precariedad en los esfuerzos que en ocasiones se presentan en los trabajos en equipo. Situaciones como estas pueden ser algo desalentadoras y frustrantes para aquellos que sí buscan el esfuerzo y profesionalismo con la institución y la artista. No estamos exentos a este tipo de problemáticas, al final cada uno sabe de qué manera aportó al desarrollo del proyecto. Después de todo, me quedo satisfecha con los conocimientos que he adquirido a través del PAP y del desempeño que puse para que el resultado final sea lo más apropiado posible.

Tamara Itzel Gutiérrez Saucedo, Licenciatura en Arte y Creación:

Como lo mencione anteriormente, elaborar estrategias de logística que contribuyeran al trabajo de Paula Toledo, me ayudo a identificar áreas de mejora en mi propia producción artística. A su vez, desarrolle mejor comprensión del mercado artístico y me encuentro en el desarrollo de mis propias estrategias de visibilidad. En este sentido, me percate de la importancia que conlleva el registro y la organización de la información correspondiente a las piezas artísticas para determinar su posible impacto en circuitos nacionales e internacionales. Esta experiencia fortaleció mi capacidad de análisis frente a los mecanismos de gestión,

difusión y proyección artística. De igual forma, amplió mi perspectiva sobre las dinámicas institucionales y económicas que atraviesan el campo del arte y su respectivo mercado.

Juan Álvaro Espinosa Corona, Licenciatura en Negocios y Mercados Digitales:

Sin duda algunos aprendizajes existieron muchos a lo largo del proyecto. Parte de los aprendizajes logrados, sin duda alguna está el tema de la logística, misma que, a pesar de estudiar negocios, nunca me había tocado ver tan a fondo y realmente es un tema que considero muy importante y útil para el futuro por lo menos para entenderlo. Me sorprendió darme cuenta de todo lo que implica mover un proyecto de un país a otro: seguros, transporte, aduanas, costos, tiempos, riesgos y toda la planeación detrás que muchas veces uno no imagina cuando ve únicamente el resultado final.

Adicional a ello, considero que otro de los aprendizajes más importantes fue entender cómo se puede internacionalizar una marca. En este caso fue un proyecto artístico, pero al final entendí que la estructura y estrategia detrás puede aplicarse prácticamente a cualquier industria o negocio.

También me dejó mucho el hecho de trabajar con una artista como Paula Toledo, porque honestamente nunca había trabajado en conjunto con una artista. Pensaba que era un entorno mucho más improvisado o menos estructurado, y terminé encontrándome con un proyecto bastante sólido, con mucho potencial comercial, creativo e internacional. Por supuesto con mucho que mejorar y estructurar.

Creo que este proyecto me ayudó a aterrizar de cómo conectar creatividad con negocios, y cómo un proyecto artístico también puede construirse de manera estratégica sin perder su esencia.